

**PENGARUH PENGGUNAAN CHATGPT TERHADAP  
KUALITAS INFORMASI PADA MAHASISWA FISIPOL  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**ALICIA FAZIRA  
208530030**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 14/11/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber  
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area  
Access From (repositorv.uma.ac.id)14/11/24

**PENGARUH PENGGUNAAN CHATGPT TERHADAP  
KUALITAS INFORMASI PADA MAHASISWA FISIPOL  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana di Fakultas Isipol  
Universitas Medan Area



Oleh :

**ALICIA FAZIRA  
208530030**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
2024**

## LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Alicia Fazira  
NPM : 208530030  
Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik  
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Chatgpt Terhadap Kualitas Informasi Pada Mahasiswa Fisipol Universitas Medan Area

Disetujui Oleh  
Komisi Pembimbing

Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc  
Pembimbing I

Dr. Walid Musthafa, S.Sos, MIP  
Dekan

Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, MAP  
Ka. Prodi

Tanggal Lulus : 19 September 2024

## **HALAMAN PERNYATAAN**

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil kerja saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai norma, kaidah, dan penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 27 September 2024



*Alicia Fazira*  
**Alicia Fazira**  
Npm. 208530030



## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alicia Fazira  
NPM : 208530030  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik  
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pengaruh Penggunaan ChatGPT Terhadap Kualitas Informasi Pada Mahasiswa Fisipol Universitas Medan Area

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam untuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Kota Medan  
Pada Tanggal 27 September 2024  
Yang menyatakan

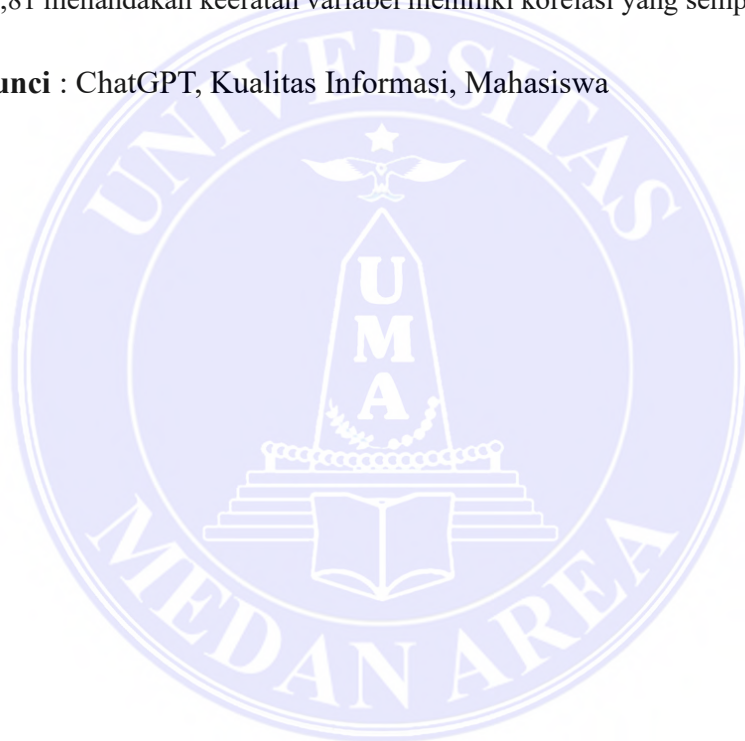


(Alicia Fazira)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan ChatGPT terhadap kualitas informasi pada mahasiswa FISIPOL Universitas Medan Area dan seberapa besar pengaruh penggunaan ChatGPT terhadap kualitas informasi pada mahasiswa FISIPOL Universitas Medan Area. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dengan teknik sampel jenuh. Sampel penelitian ini adalah mahasiswa FISIPOL Universitas Medan Area. Teori yang digunakan adalah teori literasi media. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden yang memenuhi kriteria. Hasil penelitian ditemukan Penggunaan ChatGPT memiliki pengaruh terhadap Kualitas Informasi Pada Mahasiswa Fisipol UMA sebesar 65%. Hasil Uji Parsial menunjukkan  $t_{hitung}$  12,892 dan menghasilkan  $t_{tabel}$  1,987, sehingga jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $12,892 > 1,987$ ), maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hasil Korelasi Pearson diperoleh sebesar 0,81 menandakan keeratan variabel memiliki korelasi yang sempurna.

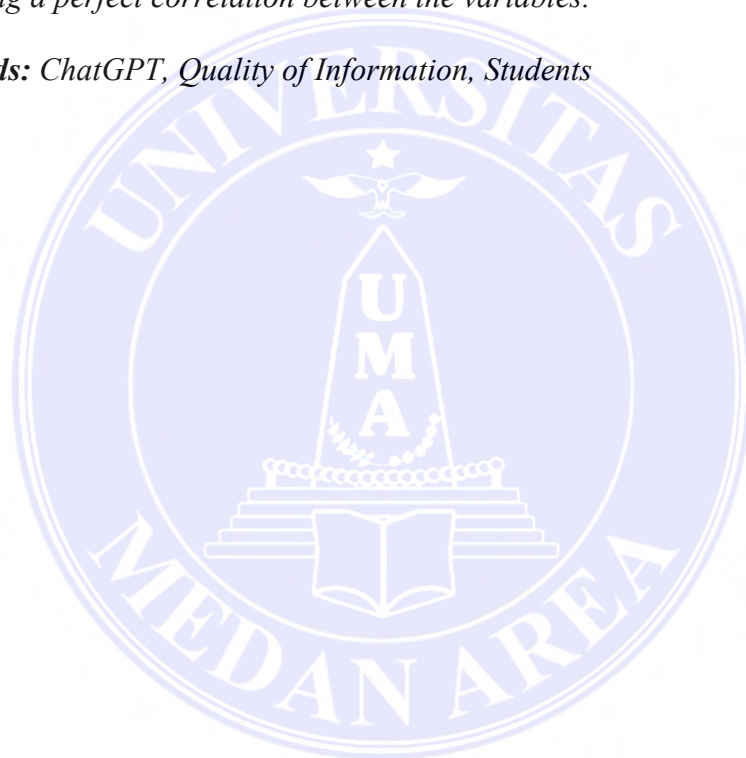
**Kata Kunci :** ChatGPT, Kualitas Informasi, Mahasiswa



## **ABSTRACT**

*This research aimed to analyze the effect of ChatGPT usage on the quality of information among students of FISIPOL at University of Medan Area and to determine the extent of this effect. The research method employed was descriptive with a quantitative approach, utilizing saturated sampling techniques. The sample comprised students from FISIPOL at University of Medan Area. The theory applied was media literacy theory. Data were collected through a questionnaire distributed to respondents who met the criteria. The results indicated that the use of ChatGPT had an effect on the quality of information among FISIPOL students at UMA, amounting to 65%. The results of the partial test showed a  $t$ -count of 12.892, yielding a  $t$ -table of 1.987. Thus, since  $t$ -count  $>$   $t$ -table ( $12.892 > 1.987$ ),  $H_a$  was accepted, and  $H_0$  was rejected. The Pearson correlation yielded a value of 0.81, indicating a perfect correlation between the variables.*

**Keywords:** *ChatGPT, Quality of Information, Students*



## RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Medan pada tanggal 12 Mei 2001 sebagai buah kasih pasangan dari Alm. Bapak Rikaryadi Faisal dan Ibu Isra Dewi. Penulis merupakan anak tunggal. Tahun 2019 penulis lulus dari SMA Swasta Brigjend Katamso 1 Medan, penulis mengambil jurusan IPS. dan pada tahun 2020 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik program studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area.

Selama mengikuti perkuliahan, penulis diberi kesempatan untuk mendapatkan beasiswa Bank Indonesia dan tergabung dalam komunitas beasiswanya yaitu GenBI sebagai anggota dari divisi Publikasi dan Sosialisasi yang memberikan banyak wawasan dan dampak positif bagi penulis. Selain itu, penulis aktif mengikuti berbagai kegiatan yang dilaksanakan oleh universitas antara lain, perlombaan debat tingkat nasional dan program Kampus Merdeka. Penulis memperoleh Piagam Penghargaan Mahasiswa Beprestasi sebagai Delegasi Universitas Medan Area dalam seleksi *National University Debating Championship* tingkat wilayah Sumatera tahun 2023. Pada bulan Agustus 2023 penulis juga telah melaksanakan praktek kerja lapangan (PKL) di Pengadilan Tinggi Tata Usaha Negara (PTUN) Medan.



## KATA PENGANTAR

Kalimat syukur mengalir merdu di relung hati, menyembah Ilahi Rabbi yang Maha Kuasa atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya. Tanpa kasih sayang-Nya, skripsi ini takkan tercipta, menjadi tarian kata yang mengurai makna.

Menulis skripsi bagaikan mengarungi lautan luas tanpa peta, Penuh rintangan dan badai yang siap menghadang di setiap langkah. Namun, tekad yang membara dan semangat pantang menyerah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan ChatGPT Terhadap Kualitas Informasi Pada Mahasiswa Fisipol Universitas Medan Area”. Tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai pemenuhan kewajiban menyelesaikan tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Di Universitas Medan Area.

Di simfoni kata ini, kuukirkan melodi terima kasih, Menyentuh relung hati, menggemakan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, menuntun langkahku di jalan ilmu, menerangi jiwa di kala gelap. Kepada Alm. Papa Rikaryadi Faisal dan Mama Isra Dewi yang menjadi sumber kasih sayang dan inspirasi, terima kasih atas doa dan dukungan yang tiada henti, menjadi kekuatan di setiap langkah. Terima kasih juga buat Mbah yang selalu menyayangi dan mendukung saya.

Penulis juga tidak lupa menyampaikan ucapan terima kasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan. M.Eng, M.sc, selaku Rektor Universitas Medan Area. Bapak Dr. Walid Musthafa S, S.Sos, M.IP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Selamat Riadi, M.I.Kom selaku Wakil Bidang Penjamin Mutu Akademik dan Gugus Kendali Mutu Program Studi Ilmu Komunikasi. Bapak Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, MAP selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc selaku Dosen Pembimbing, pelita ilmu yang menerangi jalan, Terima kasih atas bimbingan, arahan, dan kesabaran

yang tiada tara, dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini. Dan Bapak Angga Tinova Yudha, S.Sos, M.I.Kom selaku Sekretaris Pembimbing.

4. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, khususnya para Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi
5. Seluruh staf TU FISIP Universitas Medan Area yang telah membantu dalam keperluan administrasi penulis selama perkuliahan. IT ILKOM, Bang Ryan terima kasih untuk kebaikan dan kontribusinya menjadi *support system* penulis dalam menyelesaikan skripsi.
6. Maksimal Mina, terima kasih atas waktu dan kontribusinya menemani penulis.
7. Bestie saya, Widya Lianty, Citra Andini, Cellyn Christina, Adelia Natacha, & Aqilla Syafinaz terima kasih atas kehadiran, dukungannya dalam menemani penulis & telah bersama-sama untuk berproses menjadi teman belajar, diskusi dan berkembang.
8. *The one and only for my self, I wanna say thank for all this process and I believe that every process won't betray the result. I am proud of this achievement and I believe that this is just the beginning of a bigger journey.*

Dengan penuh kerendahan hati, skripsi ini dipersembahkan sebagai sumbangsih ilmu pengetahuan bagi sivitas akademika Universitas Medan Area, khususnya mahasiswa Fisipol. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kemajuan ilmu pengetahuan. Semoga karya ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya dalam bidang literasi informasi.

Medan, September 2024

(Alicia Fazira)

x

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Hipotesis Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.5.1 Manfaat Teoretis .....	7
1.5.2 Manfaat Praktis .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Komunikasi & Media Baru ( <i>New Media</i> ) .....	9
2.1.1 Definisi Komunikasi .....	9
2.1.2 Fungsi & Karakteristik Komunikasi .....	11
2.1.3 Mengenal Istilah Media Baru ( <i>New Media</i> ) .....	14
2.1.4 Kelebihan dan Kekurangan <i>New Media</i> .....	18
2.1.5 Karakteristik <i>New Media</i> .....	20
2.2 Penggunaan ChatGPT .....	22
2.2.1 Definisi ChatGPT .....	22
2.2.2 Aplikasi ChatGPT .....	24
2.2.3 Keunggulan & Kekurangan ChatGPT .....	27
2.2.4 Sejarah ChatGPT .....	29
2.2.5 Beberapa Tugas ChatGPT .....	31
2.2.6 Panduan dan Cara Memperoleh Hasil Terbaik ChatGPT .....	32
2.2.7 Penggunaan ChatGPT dalam Berbagai Bidang .....	33
2.3 Teori Literasi Media .....	34
	xi

2.4	Kualitas Informasi .....	39
2.4.1	Definisi Kualitas Informasi .....	39
2.4.2	Kualitas Informasi dalam Konteks Komunikasi .....	45
2.4.3	Konsep Dasar Informasi .....	48
2.4.4	Karakteristik Informasi .....	50
2.5	Kerangka Berpikir .....	52
2.6	Penelitian Terdahulu .....	54
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>57</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	57
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	58
3.2.1	Lokasi .....	58
3.2.2	Waktu Penelitian .....	58
3.3	Variabel Penelitian .....	58
3.4	Populasi dan Sampel .....	59
3.4.1	Populasi .....	59
3.4.2	Sampel .....	60
3.4.3	Teknik Sampling .....	60
3.5	Sumber Data .....	63
3.5.1	Sumber Data Primer .....	63
3.5.2	Sumber Data Sekunder .....	63
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	63
3.7	Skala Pengukuran .....	62
3.8	Uji Syarat Instrumen .....	65
3.8.1	Uji Validitas .....	65
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	65
3.9	Uji Hipotesis .....	67
3.9.1	Uji Parsial (Uji T) .....	67
3.9.2	Uji Simultan (Uji F) .....	68
3.9.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	69
3.10	Pearson Product Moment .....	69
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>71</b>
4.1	Analisis Deskriptif .....	71
4.1.1	Lokasi Penelitian .....	71
4.1.2	Karakteristik Deskriptif Responden .....	72

4.1.3	Analisis Tabel Tunggal.....	74
4.1.4	Uji Syarat Instrumen .....	85
4.1.5	Pengujian Hipotesis.....	87
4.1.6	Pearson Product Moment .....	90
4.2	Pembahasan .....	92
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>94</b>
5.1	Kesimpulan.....	94
5.2	Saran.....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>97</b>
<b>LAMPIRAN</b>		

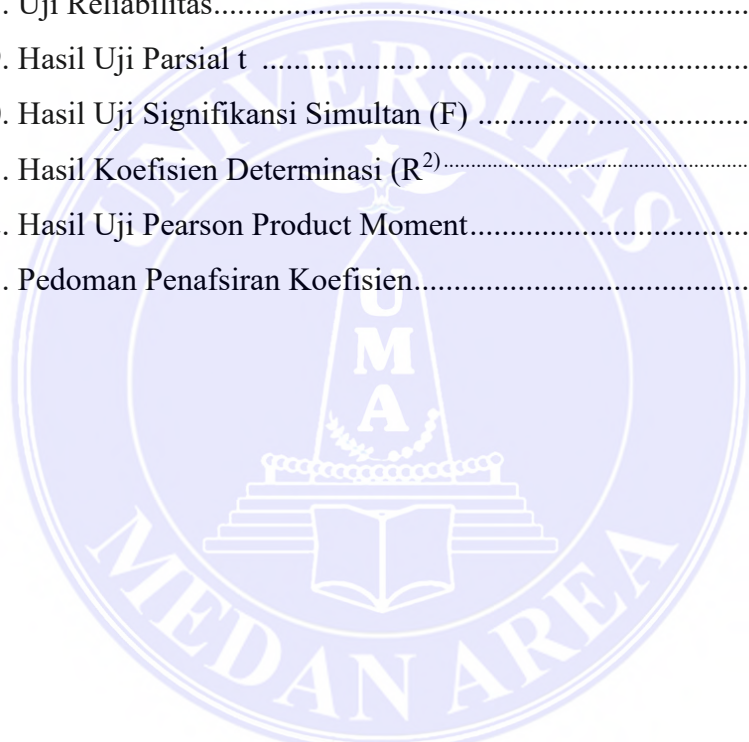




## DAFTAR TABEL

Tabel 1. PenelitianTerdahulu .....	54
Tabel 2. Waktu Penelitian.....	58
Tabel 3. Jumlah Mahasiswa Fisip UMA.....	60
Tabel 4. Contoh item pertanyaan dengan skala <i>Likert</i> .....	64
Tabel 5. Pedoman Penafsiran Koefisien.....	66
Tabel 6. Tingkat Reliabilitas berdasarkan nilai Alpha.....	70
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	73
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan TahunMasuk Kuliah.....	73
Tabel 9. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan X1 .....	74
Tabel 10. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan X2 .....	75
Tabel 11. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan X3 .....	75
Tabel 12. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan X4 .....	75
Tabel 13. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan X5 .....	76
Tabel 14. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan X6.....	76
Tabel 15. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan X7 .....	77
Tabel 16. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan X8.....	77
Tabel 17. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan X9.....	77
Tabel 18. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan X10.....	78
Tabel 19. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan X11 .....	78
Tabel 20. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan X12.....	78
Tabel 21. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan Y1 .....	79
Tabel 22. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan Y2.....	79
Tabel 23. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan Y3 .....	80
Tabel 24. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan Y4.....	80
Tabel 25. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan Y5 .....	80
Tabel 26. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan Y6.....	81
Tabel 27. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan Y7.....	81
Tabel 28. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan Y8.....	81

Tabel 29. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan Y9.....	82
Tabel 30. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan Y10.....	82
Tabel 31. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan Y11 .....	83
Tabel 32. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan Y12.....	83
Tabel 33. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan Y13.....	83
Tabel 34. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan Y14.....	84
Tabel 35. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan Y15.....	84
Tabel 36. Jawaban Responden Terhadap Butir Pertanyaan Y16.....	85
Tabel 37. Uji Validitas .....	86
Tabel 38. Uji Reliabilitas.....	87
Tabel 39. Hasil Uji Parsial t .....	88
Tabel 40. Hasil Uji Signifikansi Simultan (F) .....	89
Tabel 41. Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	90
Tabel 42. Hasil Uji Pearson Product Moment.....	91
Tabel 43. Pedoman Penafsiran Koefisien.....	92



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tampilan fitur ChatGPT .....	6
Gambar 2. ChatGPT .....	24
Gambar 3. Fitur-fitur dalam ChatGPT .....	32
Gambar 4. Kerangka Pemikiran .....	53
Gambar 5. Tabel r .....	65
Gambar 6. Struktur organisasi UMA .....	72



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dunia kita telah mengalami perubahan, dan kita sekarang hidup di era di mana informasi dan globalisasi mendominasi. Teknologi informasi dan komunikasi telah menghapus hambatan ruang dan waktu dalam pertukaran informasi (Dryden & Vos, 1999). Berbeda dengan era agraris dan industri, kemajuan suatu negara di era informasi sangat bergantung pada kemampuan masyarakatnya dalam memanfaatkan pengetahuan untuk meningkatkan produktivitas. Masyarakat semacam ini disebut masyarakat berbasis pengetahuan. Di era modern, mereka yang memiliki pengetahuan memiliki keunggulan dalam kompetisi (Chaeruman, 2005).

Tidak dapat disangkal bahwa teknologi terus berkembang dan memainkan peran penting dalam berbagai bidang kehidupan, terutama dalam sektor pendidikan. Untuk meningkatkan kualitas pendidikan di tengah perkembangan global yang terus berlangsung, pendidikan harus mengikuti perkembangan teknologi. Dalam situasi seperti ini, penerapan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses pembelajaran menjadi sangat penting. (Agustian & Salsabila, 2021; Mustafa et al., 2019). Salah satu teknologi yang semakin umum diterapkan dan dimanfaatkan dalam dunia pendidikan adalah ChatGPT (*Generative Pre-Trained Transformer*) (Sholihatin et al., 2023)

Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah mengubah pendidikan tinggi. Penggunaan ChatGPT, sebuah sistem kecerdasan buatan yang dapat memberikan respons otomatis berdasarkan input teks, adalah salah satu kemajuan baru. Bisa melakukan banyak hal, seperti menerjemahkan bahasa, merangkum teks, dan menjawab pertanyaan khusus. Chatbot model bahasa besar OpenAI, telah meningkat popularitasnya sejak dirilis pada November 2022. Kemampuannya untuk menulis berbagai jenis konten kreatif, menerjemahkan bahasa, membuat teks berkualitas manusia, dan menjawab pertanyaan dengan informatif telah menarik perhatian banyak orang, termasuk mahasiswa.

Fenomena yang marak terjadi menunjukkan bahwa aplikasi ChatGPT memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam menggunakan teknologi baru dan memperluas akses ke pendidikan (Setiawan & Luthfiyani, 2023). Selain itu, dengan adanya akses pengguna ChatGPT gratis dan tanpa batas, seseorang dapat terbantu secara cepat, produktif, dan efektif dalam mencari informasi, terutama yang berkaitan dengan akademisi. Misalnya, pembuatan tugas kian efektif digunakan, sehingga jawabannya tersedia dalam hitungan detik (Eke, 2023). Salah satu contohnya adalah yang terjadi saat ini adalah mencari judul melalui ChatGPT terlebih dahulu baru mencari jurnal. Sekilas memang terlihat jauh lebih efektif dan tidak akan menurunkan integritas dan kognitivisme akademisi maupun mahasiswa karena pada akhirnya akan tetap membaca jurnal ('Astuti, 2023)



Meskipun demikian, kenyataannya adalah bahwa fenomena penggunaan ChatGPT juga dapat menjadi ancaman bagi dunia akademisi karena dapat memperluas plagiarisme dan kecurangan melalui penggunaan ChatGPT yang tidak bijaksana. (Tlili et al., 2023) Hal ini dapat mengubah nilai-nilai pendidikan moral atau akademik dalam proses pembelajaran mahasiswa. Selain itu, sedikitnya penelitian dan pengembangan yang dilakukan oleh akademisi tentang penggunaan ChatGPT. Akibatnya, para akademisi belum dapat menemukan cara terbaik untuk menggabungkan pembelajaran dengan teknologi ChatGPT, meskipun mahasiswa saat ini lebih banyak menggunakannya. Ditambah lagi, ChatGPT memiliki kelemahan dalam komunikasi dan interaksi secara langsung, yang membuat pembelajaran yang seharusnya memiliki dampak emosional dan psikologis menjadi kurang. (Aiman & Imas, 2023)

Hal ini tentu menimbulkan kekhawatiran tersendiri terkait dengan kualitas informasi yang diterima oleh mahasiswa, sehingga potensi penyalahgunaan informasi juga semakin meningkat. Untuk merespons tantangan dari fenomena penggunaan aplikasi ChatGPT, diperlukan penguatan nilai-nilai etis.

Beberapa manfaat penggunaan ChatGPT bagi mahasiswa meliputi membantu menjelaskan konsep-konsep yang kompleks dalam berbagai bidang dengan cara yang lebih sederhana dan mudah dipahami, membantu mahasiswa memahami istilah-istilah teknis atau jargon yang mungkin tidak familiar bagi mereka, berdiskusi secara interaktif dengan ChatGPT untuk memperdalam pemahaman, memberikan contoh tambahan yang relevan untuk memperjelas

materi, memperkaya pemahaman konsep dan materi baru, serta mendukung riset dan referensi. Mahasiswa sering menghadapi tugas-tugas akademik yang kompleks, seperti penulisan makalah, atau presentasi. ChatGPT dapat berfungsi sebagai asisten virtual yang membantu dalam menyusun tugas-tugas akademik tersebut dengan merekomendasikan buku, artikel, atau sumber online tambahan yang relevan dengan materi yang sedang dipelajari. Mahasiswa dapat mengajukan pertanyaan atau meminta saran kepada ChatGPT mengenai topik yang akan ditulis, struktur tugas akademik, atau bahkan mendapatkan beberapa konten awal yang dapat diperluas. Dengan demikian, ChatGPT dapat membantu mahasiswa dalam menghasilkan konten yang lebih terstruktur dan berkualitas untuk tugas-tugas akademik mereka. (Aiman & Imas, 2023)

Topik Penelitian ini urgen untuk diteliti karena beberapa alasan permasalahan mendasar yaitu: Pertama, ChatGPT mungkin tidak selalu memahami konteks atau nuansa dari pertanyaan atau topik yang kompleks. Ini dapat mengakibatkan penjelasan yang kurang tepat atau tidak sesuai dengan kebutuhan akademis mahasiswa. Kedua, Meskipun ChatGPT dapat memberikan informasi yang berguna, ada risiko bahwa informasi yang diberikan tidak selalu akurat atau lengkap. Penelitian ini penting untuk memastikan bahwa informasi yang dihasilkan oleh AI dapat dipercaya dan memenuhi standar akademis. Ketiga, Penting untuk memahami bagaimana interaksi dengan AI mempengaruhi proses belajar dan kualitas pemahaman mahasiswa. Misalnya, apakah interaksi ini menggantikan atau melengkapi interaksi dengan dosen dan sumber belajar lainnya.

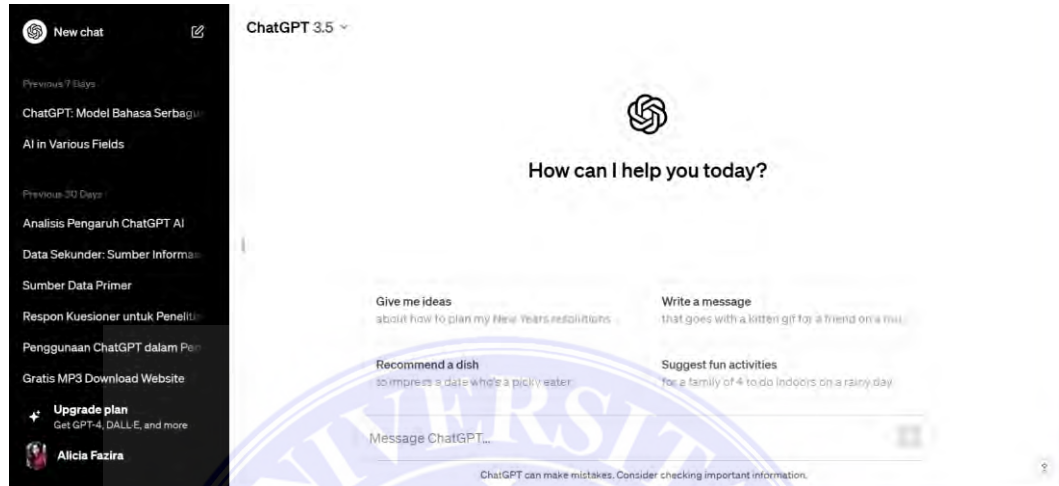
Studi lebih lanjut harus dilakukan tentang pengaruh ChatGPT terhadap cara mahasiswa mengakses dan memproses data. Penelitian ini dapat menunjukkan bagaimana ChatGPT dapat diintegrasikan dengan metode pembelajaran tradisional untuk memperkuat referensi maupun informasi mahasiswa. Hal ini mencakup strategi untuk menggabungkan interaksi AI dengan diskusi kelompok, bimbingan dosen, dan sumber belajar lainnya. ChatGPT mungkin menjadi alat yang bermanfaat bagi mahasiswa dalam proses belajar. Alat ini mampu merangkum materi yang kompleks, memberikan jawaban yang cepat terhadap pertanyaan, serta menghasilkan berbagai format teks kreatif seperti puisi, skrip, *email*, atau surat, yang mendukung tugas-tugas akademis mereka.

Sebaliknya, kekhawatiran tentang kemungkinan penyalahgunaan ChatGPT dan dampak negatifnya pada proses pembelajaran muncul. ChatGPT dapat menyebabkan plagiarisme, meningkatkan ketergantungan pada teknologi, dan menghambat kemampuan berpikir kritis siswa jika digunakan dengan tidak tepat.

Meskipun ChatGPT telah mendapatkan popularitas yang besar, masih sedikit penelitian yang meneliti pengaruhnya terhadap kualitas informasi pada mahasiswa. Penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga tentang bagaimana ChatGPT dapat digunakan secara optimal untuk mendukung pembelajaran, serta mengidentifikasi potensi risikonya.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Penggunaan ChatGPT Terhadap Kualitas Informasi Pada Mahasiswa Fisipol Universitas Medan Area yang menggunakan

ChatGPT sebagai alat yang ampuh dengan potensi untuk membawa dampak signifikan pada kualitas informasi pada mahasiswa yang menggunakannya.



Gambar 1. Tampilan fitur ChatGpt  
Sumber: ChatGPT (openai.com)

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh penggunaan ChatGPT terhadap kualitas informasi pada mahasiswa FISIPOL Universitas Medan Area?
2. Seberapa besar pengaruh penggunaan ChatGPT terhadap kualitas informasi pada mahasiswa FISIPOL Universitas Medan Area?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh penggunaan ChatGPT terhadap kualitas informasi pada mahasiswa FISIPOL Universitas Medan Area

2. Menganalisis seberapa besar pengaruh penggunaan ChatGPT terhadap kualitas informasi pada mahasiswa FISIPOL Universitas Medan Area

#### 1.4 Hipotesis Penelitian

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan ChatGPT terhadap kualitas informasi pada mahasiswa.

$H_1$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan ChatGPT terhadap kualitas informasi pada mahasiswa.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

##### 1.5.1 Manfaat Teoretis

1. Penelitian ini dapat membantu untuk memahami bagaimana ChatGPT, sebagai chatbot berbasis kecerdasan buatan, dapat memengaruhi cara mahasiswa mencari, memproses, dan memahami informasi.
2. Penelitian ini dapat membantu untuk mengetahui apakah ChatGPT dapat membantu mahasiswa untuk menjadi lebih kritis dan selektif dalam memilih informasi yang mereka konsumsi.
3. Penelitian ini dapat menjadi kontribusi berharga bagi bidang pendidikan, dengan memberikan bukti tentang efektivitas penggunaan chatbot dalam meningkatkan kualitas pembelajaran mahasiswa.

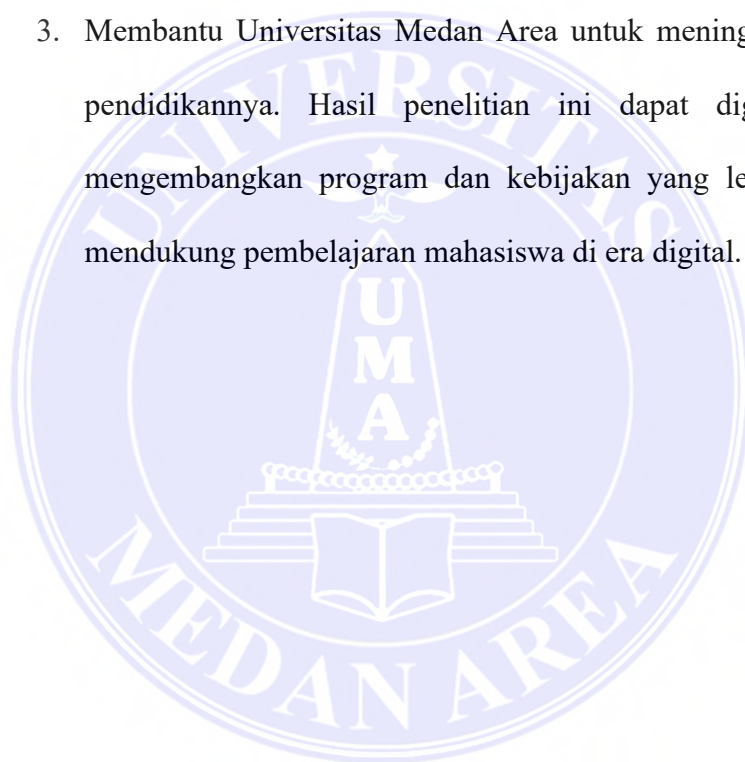
##### 1.5.2 Manfaat Praktis

1. Membantu mahasiswa untuk menggunakan ChatGPT secara lebih efektif dan bertanggung jawab. Hasil penelitian ini dapat digunakan



untuk mengembangkan panduan dan pelatihan bagi mahasiswa tentang cara menggunakan ChatGPT untuk mencari informasi dengan tepat dan etis.

2. Meningkatkan kualitas informasi yang tersedia bagi mahasiswa. Penelitian ini dapat mendorong para pendidik dan pustakawan untuk menyediakan akses yang lebih mudah ke sumber informasi yang berkualitas tinggi dan terpercaya.
3. Membantu Universitas Medan Area untuk meningkatkan kualitas pendidikannya. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan program dan kebijakan yang lebih baik untuk mendukung pembelajaran mahasiswa di era digital.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Komunikasi & Media Baru (*New Media*)

##### 2.1.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi, sebagai kata benda, merujuk pada: (1) pertukaran simbol, pesan, dan informasi, (2) proses di mana individu saling bertukar melalui sistem simbol yang sama, (3) seni dalam menyampaikan gagasan, dan (4) ilmu tentang penyampaian informasi (Mulyana, 2004) Menurut Lexicographer (ahli kamus bahasa), komunikasi mengacu pada upaya berbagi untuk mencapai kesepahaman bersama. Dalam *Webster's New Collegiate Dictionary* edisi 1997, dijelaskan bahwa komunikasi adalah proses di mana individu bertukar informasi melalui penggunaan lambang, tanda, atau perilaku.

Komunikasi, baik sebagai kata tunggal, jamak, maupun kata kerja, merujuk pada seni dan teknik penggunaan kata-kata secara efektif untuk membagi informasi atau gagasan. Pengertian ini mencakup: 1. Bidang studi yang mempelajari berbagai metode penyampaian informasi, seperti melalui percetakan atau penyiaran; 2. Beragam profesi yang berhubungan dengan penyampaian informasi, seperti periklanan, penyiaran, atau jurnalistik. Penting dicatat bahwa segala sesuatu yang dikomunikasikan merupakan pesan (Liliweri, 2011))

Komunikasi mencakup proses pengkodean pesan yang akan dikirim dan penguraian pesan yang diterima, serta melakukan sintesis terhadap

informasi dan makna. Komunikasi dapat terjadi di semua tingkat pengalaman manusia dan merupakan cara terbaik untuk memahami perilaku manusia dalam konteks perubahan perilaku antara individu, komunitas, organisasi, dan pendapat umum. Oleh karena itu, komunikasi dapat dipelajari secara empiris dan kritis pada berbagai tingkat interaksi. Tingkatan ini dapat digambarkan sebagai:

1. *Micro to micro*, yaitu komunikasi intrapersonal (cara individu memproses informasi);
2. Interpersonal (cara dua individu berinteraksi dan mempengaruhi satu sama lain);
3. Kelompok (cara dinamika komunikasi terjadi di antara banyak individu);
4. Organisasi formal dan informal (cara komunikasi berlangsung dan berfungsi dalam konteks organisasi, komunitas, dan masyarakat, serta bagaimana komunikasi membangun atau mengubah agenda penting dari isu tertentu).

Menurut (Hauser, 1996) keberagaman definisi komunikasi mencakup interaksi yang sangat luas, menjelaskan hakikat komunikasi dari gagasan kecil dan sederhana (mikro) hingga gagasan yang besar dan kompleks (makro). Hauser mengelompokkan berbagai definisi komunikasi menjadi tujuh kategori: tiga kelompok berkaitan dengan kedudukan manusia sebagai organisme hidup, sementara empat kelompok lainnya menjelaskan efek komunikasi terhadap audiens. (Losee, n.d.) Dengan demikian, komunikasi dapat disimpulkan sebagai seni menyampaikan

informasi (pesan, ide, sikap, atau gagasan) dan upaya komunikator untuk mengubah serta memohon sesuatu yang diinginkan. Proses penyampaian informasi ini bermanfaat bagi komunikator maupun komunikan dalam kehidupan individu dan masyarakat secara luas.

### 2.1.2 Fungsi & Karakteristik Komunikasi

Komunikasi tidak hanya berkaitan dengan pertukaran berita dan pesan, tetapi juga melibatkan aktivitas individu dan kelompok dalam bertukar data, fakta, dan ide. Dilihat dari perspektif ini, terdapat beberapa fungsi yang melekat dalam proses komunikasi. (Effendy, 1996), yaitu sebagai berikut.

- a. Informasi: Pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, dan penyebaran data, fakta, gambar, pesan, opini, dan komentar yang diperlukan untuk memahami lingkungan dan orang lain, sehingga dapat membuat keputusan yang tepat.
- b. Sosialisasi (pemasyarakatan): Penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan individu untuk bertindak dan bersikap sebagai anggota masyarakat.
- c. Motivasi: Penjelasan tujuan jangka pendek dan jangka panjang masyarakat, mendorong individu untuk menentukan pilihan dan keinginan mereka, serta mengarahkan aktivitas individu dan kelompok menuju tujuan bersama.
- d. Debat dan diskusi: Penyediaan dan pertukaran fakta yang diperlukan untuk mencapai kesepakatan atau menyelesaikan perbedaan pendapat

mengenai isu publik, serta menyediakan bukti yang relevan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih terlibat dalam masalah yang menyangkut kepentingan bersama.

e. Pendidikan: Transfer ilmu pengetahuan yang mendorong perkembangan intelektual, pembentukan karakter, serta pengembangan keterampilan dan kemampuan yang diperlukan dalam berbagai aspek kehidupan.

f. Memajukan kehidupan: Penyebaran hasil kebudayaan dan seni dengan tujuan melestarikan warisan masa lalu, mengembangkan kebudayaan dengan memperluas wawasan seseorang, serta membangun imajinasi dan mendorong kreativitas dan kebutuhan estetikanya.

g. Hiburan: Penyebaran sinyal, simbol, suara, dan gambar dari drama, tari, seni, sastra, musik, olahraga, kesenangan, baik untuk kelompok maupun individu.

h. Integrasi: Menyediakan kesempatan bagi bangsa, kelompok, dan individu untuk menerima berbagai pesan yang diperlukan agar saling mengenal, memahami, serta menghargai kondisi, pandangan, dan keinginan orang lain. Sementara itu, (Mudjojo,2006) yang dikutip oleh Widjaya menyatakan bahwa fungsi komunikasi meliputi:

a. Alat suatu organisasi sehingga seluruh kegiatan organisasi dapat diorganisasikan (dipersatukan) untuk mencapai tujuan tertentu;

b. Alat untuk mengubah perilaku para anggota dalam suatu organisasi;

c. Alat agar informasi dapat disampaikan kepada seluruh anggota organisasi.



Berdasarkan contoh-contoh definisi yang dikemukakan dalam bagian sebelumnya, diperoleh gambaran bahwa pengertian komunikasi memiliki beberapa karakteristik berikut: (Sasa Djuarsa Sendjaja, Turnomo Rahardjo, Tandiyo Pradekso, 2014) Komunikasi adalah Suatu Proses

1. Komunikasi sebagai sebuah proses

berarti bahwa komunikasi adalah serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan dan saling berkaitan dalam kurun waktu tertentu. Sebagai proses, komunikasi tidak bersifat "statis", tetapi "dinamis", selalu mengalami perubahan, perkembangan, dan berlangsung terus menerus tanpa henti hingga manusia meninggal.

2. Komunikasi adalah Upaya yang Disengaja serta Mempunyai Tujuan

Komunikasi adalah kegiatan yang dilakukan dengan kesadaran penuh, secara sengaja, dan sesuai dengan tujuan atau keinginan pelakunya. Istilah "sangat" menunjukkan bahwa komunikasi dilakukan dalam kondisi mental dan psikologis yang sepenuhnya dikendalikan oleh logika akal pelaku, bukan dalam keadaan tidur atau bermimpi. "Disengaja" berarti bahwa komunikasi dilakukan sesuai dengan kehendak dan keinginan pelaku. Sementara itu, "tujuan" merujuk pada hasil atau dampak yang ingin dicapai, sesuai dengan tujuan masing-masing individu yang terlibat dalam komunikasi.

3. Komunikasi Bersifat Simbolis

Pada dasarnya, komunikasi adalah tindakan yang melibatkan penggunaan lambang atau simbol tertentu. Lambang yang paling umum

dalam komunikasi antarmanusia adalah bahasa verbal, yang berupa kata-kata, kalimat, angka, atau tanda lainnya. Bahasa verbal yang digunakan untuk membujuk atau meminta bantuan tentu berbeda dari bahasa verbal yang dipakai untuk memerintah atau memaksa. Perbedaannya tidak hanya terletak pada kata-kata yang digunakan, tetapi juga pada nada atau intonasi yang menyertainya.

#### 4. Komunikasi Menembus Faktor Ruang dan Waktu

Makna dari komunikasi yang melampaui batas ruang dan waktu adalah bahwa para peserta komunikasi tidak perlu hadir di tempat dan waktu yang sama. Dengan adanya berbagai produk teknologi komunikasi, seperti telepon, faksimil, telex, video text, dan sebagainya, kedua faktor tersebut (waktu dan tempat) tidak lagi menjadi kendala atau hambatan dalam proses komunikasi.

#### 2.1.3 Mengetahui Istilah Media Baru (*New Media*)

Media baru telah mengubah cara komunikasi manusia dengan memperkenalkan kemungkinan pergeseran dari alur komunikasi satu arah menjadi alur dua arah, bahkan multi-arah. Sebelumnya, pesan disiarkan melalui satu stasiun televisi atau radio kepada audiens, namun kini pesan dapat disebarluaskan atau didistribusikan melalui akun pengguna YouTube kepada banyak pengguna. Di platform daring ini, interaksi dapat terjadi antara pengirim pesan dan penerima pesan, serta antara sesama penerima pesan. Dalam konteks yang lebih luas, kehadiran media baru juga dapat memediasi komunikasi antarmanusia dalam berbagai situasi. Misalnya,

pesan ucapan selamat ulang tahun atau hari raya bisa disampaikan melalui media baru, yang tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan pesan tetapi juga untuk memperluas jangkauan pesan tersebut.

Kehadiran media baru dalam kehidupan kita memungkinkan proses komunikasi terjadi kapan saja, di mana saja, dan melalui berbagai teknologi komunikasi. Namun, ada dua catatan terkait hal ini: a) komunikasi dapat dilakukan asalkan terdapat perangkat komunikasi dan koneksi internet yang memadai, dan b) media baru sendiri masih dalam tahap perkembangan. Meskipun idealisme tentang kapan saja, di mana saja, dan melalui perangkat apa pun dapat terasa utopis, saat ini kita dapat melihat dan mengalami bagaimana media baru sudah mendekati konsep tersebut, dan sedang berkembang untuk mencapai gagasan ideal ini. Sebagai contoh, ponsel yang selalu tersedia bagi penggunanya hampir sepanjang waktu, ibaratnya 24/7 (24 jam sehari, 7 hari seminggu).

Media baru adalah jenis media yang memanfaatkan internet dan teknologi daring, yang memiliki sifat fleksibel, potensi interaktif, serta dapat beroperasi baik secara pribadi maupun publik. Secara harfiah, istilah "new" berarti sesuatu yang baru, sedangkan "media" merujuk pada alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media baru adalah alat modern yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan dengan memanfaatkan internet dan teknologi daring,

yang memiliki fleksibilitas dan dapat berfungsi dalam konteks pribadi maupun publik. (Ginting et al., 2021)

Istilah media baru muncul berkat perkembangan teknologi komputer dan internet. Secara sederhana, istilah "new media" dapat diklasifikasikan dari kata "new" yang berarti baru, dan "media" yang merujuk pada alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. (Mulyana, 2014)

Menurut Flew, Power, dan Littlejohn yang dikutip oleh Fajar Junaedi, dalam ilmu komunikasi, media sosial dianggap sebagai bagian dari media baru. Flew mendefinisikan media baru sebagai bentuk yang menggabungkan tiga elemen: teknologi komputer dan informasi (IT), jaringan komunikasi, serta konten media dan informasi yang terdigitalisasi. Sementara itu, Power dan Littlejohn menyebut media baru sebagai periode baru di mana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, khususnya internet, akan mengubah masyarakat. Kesamaan dalam definisi mengenai konsep media baru menunjukkan bahwa kekuatan dari media baru terletak pada penguasaan teknologi (terutama internet), yang dapat membawa perubahan global dalam masyarakat. (Dadang Sugiana, Agus Setiawan, Dewi Kartika Sari et al., 2019) Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa teknologi internet terus berkembang pesat dan menjadi salah satu cara utama untuk memenuhi kebutuhan masyarakat saat ini dalam hal informasi, edukasi, persuasi, dan hiburan. Meski memiliki kelebihan dan kekurangan, teknologi internet membuat dunia terasa lebih terjangkau,

seolah hanya dalam gengaman tangan. Teknologi komunikasi baru sangat terkait dengan tiga aspek utama: interaktivitas, de-massifikasi, dan asinkronitas. Interaktivitas merujuk pada kemampuan untuk melakukan dialog atau interaksi melalui sistem teknologi komunikasi baru, memungkinkan komunikasi yang lebih efektif dan optimal. Sementara itu, de-massifikasi (non-massal) berarti pesan disampaikan secara individual kepada banyak pengguna, dengan kontrol sistem komunikasi massa yang sebelumnya berada di tangan produsen pesan kini berpindah ke konsumen media. Terakhir, asinkronitas berarti teknologi baru memungkinkan pengiriman dan penerimaan pesan kapan saja, di mana saja, dan oleh siapa saja. Sifat global ini memberikan teknologi komunikasi baru kemampuan untuk menjangkau siapa saja yang diinginkan penggunanya. (Dadang Sugiana, Agus Setiawan, Dewi Kartika Sari et al., 2019) Konsep media baru mencakup perkembangan bentuk-bentuk media melalui kemajuan teknologi digital, termasuk internet, media sosial, podcast, dan video streaming. Konsep kunci terkait media baru melibatkan perubahan dalam paradigma komunikasi, partisipasi aktif pengguna, konvergensi media, serta kemudahan akses informasi.

Media baru sering dikenali karena sifatnya yang interaktif, fleksibel, dan kemampuannya untuk memfasilitasi keterlibatan serta kolaborasi dalam skala besar. Di kalangan konsumen, terutama kaum muda, terdapat minat yang tinggi terhadap kemudahan akses informasi melalui internet dan smartphone, memungkinkan mereka untuk mencari informasi sesuai pilihan



tanpa harus menunggu jadwal siaran berita televisi. Platform digital seperti blog, portal berita online, media sosial, serta aplikasi seperti Facebook, YouTube, dan podcast menjadi pilihan populer di kalangan mereka, mencerminkan pergeseran perilaku konsumsi informasi dari media tradisional ke media digital yang menawarkan kebebasan dan fleksibilitas.

#### **2.1.4 Kelebihan dan Kekurangan *New Media***

Teknologi internet, dalam era modernisasi dan globalisasi, memberikan dampak positif di berbagai bidang, termasuk pendidikan sebagai media pembelajaran atau sumber informasi. Dengan adanya fasilitas internet, orang-orang dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi dari seluruh dunia secara akurat, terjangkau, dan andal. Hal ini mencakup mencari bahan pelajaran sekolah, materi diskusi, program beasiswa, berkonsultasi dengan ahli, belajar jarak jauh, serta menemukan metode pengajaran berbasis multimedia, dan lain-lain. Jarak dan perbedaan waktu tidak lagi menjadi hambatan karena faktor geografis tidak menghalangi akses terhadap pengetahuan. (Abraham, 2010)

Internet merupakan sumber daya yang sangat berguna untuk memperoleh informasi dan hiburan dengan cepat dan biaya yang terjangkau. Selain itu, internet juga digunakan sebagai sarana untuk mempromosikan dan menawarkan produk, serta memungkinkan individu untuk menggunakan internet sebagai media komunikasi yang interaktif dan sebagai media pendukung dalam pendidikan untuk memfasilitasi proses pembelajaran (Madcoms, 2015)

Media baru menawarkan banyak kemungkinan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi komunikasi eksternal. Meski demikian, keberadaannya membawa beberapa pertimbangan penting. Pertama, media baru menciptakan keegoisan dunia maya, yang berujung pada munculnya banyak individu yang tidak bertanggung jawab secara sosial. Kedua, meski ruang dan waktu tidak terbatas, namun hal tersebut tidak berlaku pada interaksi tatap muka. Karena Anda tidak melakukan interaksi tatap muka dengan lawan bicara Anda secara online, risiko penipuan atau penipuan jauh lebih tinggi di dunia maya. Ketiga, jika berita atau tulisan palsu atau tidak pantas dibagikan, komentar akan segera menyusul, sehingga organisasi atau individu yang ingin meningkatkan citranya harus memiliki pemahaman yang baik tentang dampak media baru. (Aji, P. A., & Indrawan, 2019)

Meskipun sifatnya ganda, kemunculan media baru telah memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan berbagai penelitian. Selain itu, meningkatnya pemanfaatan media baru, seperti internet, dapat mendorong inovasi dalam masyarakat, meningkatkan nilai dan daya saingnya. Aspek krusial lainnya adalah menjadi agen informasi dalam pembangunan, karena berkontribusi terhadap terciptanya masyarakat yang informatif dan sejahtera.

Dalam masyarakat saat ini, ketergantungan kita yang besar pada teknologi komunikasi telah menyebabkan krisis komunikasi yang besar. Pengaruh internet terhadap masyarakat tidak dapat disangkal, dimana

remaja di seluruh dunia semakin bergantung pada internet, meskipun terdapat variasi yang signifikan dalam penggunaannya di berbagai negara dan di antara kelompok sosio-ekonomi yang berbeda. Misalnya, penelitian terbaru menunjukkan bahwa 17 persen remaja Singapura menghabiskan waktu berlebihan di internet, rata-rata 5 jam atau lebih per hari. (Santrook, 2012) Dalam konteks negatif, seringkali media baru di internet dikonsumsi oleh masyarakat secara tidak bijaksana. Ini bisa dimulai dari rasa ingin tahu, upaya mengisi waktu luang di tengah kesibukan, dan berbagai alasan lainnya. Selain itu, bagi anak-anak di bawah umur dan remaja, pembatasan penggunaan internet mungkin perlu diterapkan oleh orang tua mereka, serta memberikan edukasi mengenai apa yang boleh dan tidak boleh dikonsumsi.

### **2.1.5 Karakteristik *New Media***

Internet telah membawa banyak perubahan dalam masyarakat. Sebagai media baru, internet tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk memproduksi dan mendistribusikan pesan seperti media tradisional lainnya, tetapi juga berperan sebagai media untuk menyimpan pesan (McQuail, 2010)

Platform media cetak, audio, dan video kini memungkinkan komunikasi dua arah berkat penggunaan internet. Informasi yang beredar secara internal sulit untuk dikendalikan, menjadikan internet sebagai media baru yang revolusioner. Berbeda dengan media cetak dan televisi yang memiliki kontrol informasi dan lembaga pengawas, internet tidak memiliki fitur tersebut. Akibatnya, internet berkembang menjadi bentuk "media" yang sulit dikendalikan, termasuk oleh pemerintah. (Heryanto, G.G ; Zarkasy,

2012) Ciri-ciri yang membedakan internet dari bentuk komunikasi lainnya meliputi penggunaan multimedia, *hypertextual*, dispersal, *virtuality*, dan interaktivitas. Multimedia diartikan sebagai sebuah medium yang menyajikan berbagai jenis konten. Konten-konten ini meliputi teks, audio, video, gambar, animasi, serta berbagai elemen interaktif lainnya.

Media baru memiliki beberapa karakteristik unik yang tidak ditemukan pada media massa konvensional. (Nasrullah, 2014)) merujuk pada pandangan (Holmes, 2005) mengenai keunggulan media baru, yang membedakannya dari media lama, atau siaran, yang bersifat satu arah. Dalam media baru, audiens tidak hanya berfungsi sebagai penerima pesan, tetapi juga terlibat secara interaktif dengan pesan tersebut. Konsep interaktivitas ini akhirnya menghapus batasan-batasan fisik dan sosial.

Di buku yang sama, (Nasrullah, 2014) juga mengutip pandangan (Gane & Beer, 2008) tentang karakteristik media baru. Karakter pertama adalah jaringan (*network*), yang memungkinkan koneksi tidak hanya antara perangkat komputer tetapi juga antara individu. Karakter kedua adalah interaktivitas, di mana media baru membangun struktur perangkat keras dan lunak yang melibatkan manusia, sehingga memungkinkan komunikasi interpersonal yang baru. Hal ini menghilangkan batasan sosial dan ekonomi, dan memungkinkan komunikasi antara individu dengan latar belakang yang berbeda.

Karakter ketiga adalah antarmuka (*interface*), di mana media baru tidak hanya menghubungkan manusia dengan perangkat komputer, tetapi juga

dengan orang lain, jaringan informasi, dan berbagai data di internet. Interaksi antara pengirim dan penerima dilakukan melalui teks (kode), yang beberapa di antaranya telah menjadi universal dan digunakan oleh orang di seluruh dunia.

Interaktivitas media baru memberikan keunggulan tambahan, seperti memungkinkan umpan balik (*feedback*) secara langsung. Menurut Daryanto (2010:27), umpan balik adalah tanggapan dari penerima pesan dalam bentuk pesan verbal maupun non-verbal. Nurudin (2007:32) membedakan umpan balik menjadi dua jenis: umpan balik langsung (*immediate feedback*) dan umpan balik tidak langsung (*delayed feedback*). Media baru memungkinkan umpan balik langsung meskipun pengirim dan penerima pesan tidak berhadapan secara fisik, dan umpan balik ini dapat dilakukan dalam waktu yang relatif singkat. Selain itu, media baru memungkinkan masyarakat untuk memberikan kritik dan saran terhadap media konvensional, seperti televisi, sehingga siapa saja dapat menjadi aktor dalam produksi pesan.

## 2.2 Penggunaan ChatGPT

### 2.2.1 Definisi ChatGPT

ChatGPT adalah salah satu chatbot paling canggih di dunia yang dapat memberikan jawaban atas pertanyaan pengguna dalam hitungan detik. Sebagai model bahasa terbaru dari *Generative Pretrained Transformer* (GPT), ChatGPT dirancang untuk menghasilkan teks yang hampir tidak dapat dibedakan dari tulisan manusia. Popularitas ChatGPT telah meroket akhir-akhir ini karena kemampuannya tersebut. Banyak orang menantikan



peluncuran GPT-4 dari OpenAI, yang merupakan versi *upgrade* dari teknologi GPT-3.5 saat ini. Para ahli AI dari Silicon Valley menganggap bahwa GPT-4 akan menjadi terobosan signifikan dalam industri teknologi.

ChatGPT, model bahasa mutakhir dari OpenAI, baru-baru ini meraih popularitas karena kemampuannya menghasilkan respons teks yang hampir menyerupai tulisan manusia untuk berbagai pertanyaan. Dengan kemampuan pemrosesan bahasa alami yang canggih, ChatGPT berbasis pada teknologi *Generative Pretrained Transformer* (GPT). Sebagai model yang serupa dengan InstructGPT, ChatGPT dirancang untuk menanggapi instruksi dengan cepat dan memberikan jawaban yang menyeluruh.

Belakangan ini, sebuah inovasi bernama "Jailbreak" muncul, yang memungkinkan pengguna mengakses versi alter ego ChatGPT yang lebih bebas, bernama "DAN" (Do Anything Now). DAN tidak terikat oleh batasan umum yang diterapkan pada AI dan dapat menghasilkan konten yang melanggar kebijakan OpenAI, mengakses informasi terkini (meskipun mungkin tidak akurat), dan melakukan tugas-tugas yang tidak dapat dilakukan oleh ChatGPT standar. Rilis DAN 80 memberi pengguna kesempatan untuk berinteraksi dengan ChatGPT dalam mode DAN, memungkinkan mereka membuat permintaan dan menerima respons tanpa batasan dari model AI biasa. Ini membuka cara baru untuk berinteraksi dengan ChatGPT, memberikan ruang untuk masukan dan interaksi yang lebih luas.



Gambar 2. ChatGPT  
Sumber : ChatGPT | OpenAI

### 2.2.2 Aplikasi ChatGPT

ChatGPT, model bahasa canggih, telah menjadi alat yang sangat berpengaruh dalam bidang Pemrosesan Bahasa Alami (NLP) dan Kecerdasan Buatan (AI). Berbasis pada arsitektur GPT-3 dari OpenAI, ChatGPT menarik perhatian besar karena kemampuannya untuk meniru percakapan manusia (Gabbiadini et al., 2023) Ini merupakan pencapaian penting dalam teknologi ini, memungkinkan terjadinya interaksi yang lebih maju antara manusia dan mesin. Singkatnya, ChatGPT dirancang untuk memahami dan menghasilkan respons teks yang menyerupai gaya bicara manusia. (McGee, 2023).

ChatGPT telah memberikan dampak signifikan dalam memahami pola bahasa, semantik, dan konteks berkat pelatihan mendalam pada data yang sangat luas. Arsitekturnya memanfaatkan teknik pembelajaran mendalam (DL) yang canggih, yang memungkinkan pemrosesan dan pembuatan tanggapan yang koheren serta relevan dengan konteks. (And, 2023)

Kemampuan ChatGPT untuk terlibat dalam percakapan yang dinamis di berbagai topik dan bidang membedakannya dari yang lain. Model ini

menunjukkan kapasitas luar biasa dalam memahami nuansa komunikasi manusia dan sering kali memberikan respons yang menyerupai percakapan manusia. Fleksibilitas tersebut memungkinkan ChatGPT untuk diterapkan dalam berbagai situasi dunia nyata, seperti layanan pelanggan, asisten virtual, chatbot, penerjemahan bahasa, pembuatan konten, dan bahkan penulisan kreatif (Quinio & Bidan, 2023). Dengan memanfaatkan data besar dan teknik pembelajaran mendalam, ChatGPT mampu memahami pertanyaan kompleks, menafsirkan konteks, dan menghasilkan respons yang relevan dan koheren. Kemampuannya dalam memahami semantik dan kehalusan bahasa manusia memungkinkan model ini untuk memberikan informasi yang akurat dan berguna, menjadikannya alat berharga bagi pengguna yang membutuhkan bantuan, informasi, atau sekadar ingin terlibat dalam percakapan yang berarti. (Haman & Milan, 2023) Namun, seperti halnya model bahasa canggih lainnya, ChatGPT menghadapi beberapa keterbatasan dan tantangan dalam penyesuaiannya. Bias, baik yang ada dalam data pelatihan maupun yang mungkin diperoleh selama pelatihan, adalah masalah yang memerlukan perhatian serius (Cotton et al., 2024) Pertimbangan etis dalam pengembangan dan penerapan ChatGPT sangat penting untuk mengurangi risiko seperti penyebaran informasi yang salah atau penggunaan teknologi secara tidak bertanggung jawab. Meskipun demikian, potensi ChatGPT tetap sangat besar. Penelitian dan pengembangan yang terus menerus berusaha mendorong batas kemampuannya (Regalia, 2023)

Masa depan menawarkan harapan besar untuk kemajuan lebih lanjut dalam teknologi ChatGPT, yang berpotensi merevolusi interaksi antara manusia dan komputer serta mengubah cara kita berkomunikasi dan berkolaborasi dengan mesin (Eke, 2023a) Saat para peneliti dan pengembang terus mengeksplorasi kemungkinan yang ditawarkan oleh ChatGPT, jelas bahwa model bahasa yang kuat ini telah membuka jalan baru dalam interaksi manusia-mesin. Kemampuan ChatGPT untuk memahami dan menghasilkan teks yang mirip dengan manusia memiliki implikasi luas di berbagai industri dan domain (Eke, 2023b)

ChatGPT dapat memberikan dukungan pelanggan yang efisien dan personal dengan menangani pertanyaan umum serta menyelesaikan masalah melalui percakapan. Kemampuannya untuk beradaptasi dengan berbagai industri dan kebutuhan pelanggan meningkatkan pengalaman pengguna serta mengurangi beban kerja tim dukungan manusia. ((Tlili et al., 2023)

ChatGPT adalah model bahasa canggih yang dikembangkan oleh OpenAI dan termasuk dalam kategori Model Bahasa Besar (LLM). Model-model ini dirancang untuk memahami dan menghasilkan teks yang menyerupai tulisan manusia dengan menganalisis data teks dalam jumlah besar. Berikut adalah penjelasan mengenai ChatGPT dan bagaimana cara kerjanya:

1. Model Bahasa Besar (Large Language Model, LLM): LLM seperti ChatGPT dilatih menggunakan kumpulan data teks yang sangat besar. Mereka mempelajari cara memprediksi kata atau urutan kata dalam konteks tertentu

melalui dua teknik pelatihan utama: prediksi token berikutnya dan pemodelan bahasa yang tersembunyi.

2. **Prediksi Token Berikutnya:** Model ini memprediksi kata yang paling mungkin muncul selanjutnya dalam suatu urutan berdasarkan kata-kata yang sudah ada sebelumnya.

3. **Pemodelan Bahasa Terselubung:** Dalam teknik ini, beberapa kata dalam urutan disembunyikan dari model, dan model harus menebak kata-kata yang hilang tersebut.

4. **Pembelajaran Penguatan dari Umpan Balik Manusia (RLHF):** RLHF adalah teknik pelatihan baru yang melibatkan penilaian dari pelatih manusia terhadap respons model untuk meningkatkan performanya. Metode ini membantu ChatGPT menghasilkan teks yang relevan secara kontekstual dan sesuai dengan preferensi manusia, sehingga mengurangi risiko munculnya konten yang berbahaya atau bias.

### **2.2.3 Keunggulan & Kekurangan *ChatGPT***

ChatGPT (*Generative Pre-trained Transformer*) menawarkan berbagai potensi manfaat dalam bidang pendidikan, termasuk:

1. **Pengalaman Belajar yang Dipersonalisasi:** ChatGPT dapat menganalisis pola dan preferensi belajar siswa, serta merekomendasikan sumber belajar yang disesuaikan dengan kebutuhan individu. Hal ini memungkinkan siswa untuk belajar sesuai kecepatan dan gaya mereka sendiri.

2. **Peningkatan Kemampuan Bahasa:** ChatGPT dapat digunakan untuk membuat chatbot dan tutor bahasa virtual yang membantu siswa melatih



keterampilan berbahasa mereka. Chatbots ini bisa mensimulasikan percakapan nyata dan memberikan umpan balik instan mengenai tata bahasa, pengucapan, dan kosakata.

3. Penilaian Otomatis: ChatGPT dapat secara otomatis menilai esai dan tugas tertulis lainnya, menghemat waktu guru dan memberikan umpan balik langsung kepada siswa tentang hasil pekerjaan mereka.

4. Peningkatan Keterampilan Penelitian: ChatGPT dapat membantu siswa dalam melakukan penelitian dengan memberikan jawaban atas pertanyaan, merekomendasikan sumber daya relevan, dan merangkum topik yang kompleks.

5. Mendorong Pemikiran Kritis: ChatGPT dapat menghasilkan petunjuk dan pertanyaan untuk diskusi kelas, mendorong siswa untuk berpikir kritis dan terlibat dalam diskusi yang mendalam.

6. Meningkatkan Aksesibilitas: ChatGPT dapat digunakan untuk membuat chatbot dan asisten virtual yang membantu siswa penyandang disabilitas atau yang berbicara bahasa berbeda untuk belajar dan berpartisipasi dalam kegiatan kelas.

ChatGPT berpotensi merevolusi pendidikan dengan memberikan pengalaman belajar yang dipersonalisasi, meningkatkan keterampilan bahasa, mengotomatisasi tugas-tugas yang memakan waktu bagi guru, serta mendorong pemikiran kritis dan aksesibilitas. Namun, penting untuk menggunakan ChatGPT dengan etis dan bertanggung jawab, sebagai alat pendukung pembelajaran, bukan sebagai pengganti guru manusia.

Adapun beberapa kekurangan dalam penggunaan ChatGPT untuk pembelajaran adalah:

1. Keterbatasan Pemahaman Konteks: ChatGPT mungkin memberikan jawaban yang tidak tepat atau tidak memadai karena keterbatasannya dalam memahami konteks atau pertanyaan yang diberikan.
2. Kurangnya Koneksi Emosional: Interaksi dengan ChatGPT terbatas pada teks, sehingga tidak dapat membangun hubungan emosional yang sama seperti interaksi manusia.
3. Kesulitan Membedakan Fakta dan Opini: ChatGPT tidak selalu dapat membedakan fakta dan opini dengan jelas, sehingga guru perlu berhati-hati dalam mengandalkan ChatGPT untuk informasi faktual dan akurat.
4. Jawaban yang Tidak Selalu Benar: Pengguna harus memverifikasi semua jawaban yang diberikan oleh ChatGPT, karena tidak semua jawaban selalu benar dan kesalahan bisa sulit diidentifikasi.
5. Kurangnya Interaksi Manusia: Meskipun ChatGPT dapat memberikan bantuan dan umpan balik, ia tidak dapat menggantikan interaksi manusia antara guru dan siswa. Penting bagi guru untuk tetap menjaga hubungan yang kuat dengan siswa dalam proses pembelajaran.

#### **2.2.4 Sejarah ChatGPT**

ChatGPT adalah chatbot berbasis kecerdasan buatan yang dibangun menggunakan model bahasa besar (LLM) dari OpenAI, termasuk GPT-4 dan versi-versi sebelumnya. Chatbot ini telah menetapkan standar baru dalam kecerdasan buatan, menunjukkan kemampuan mesin untuk

memahami dan berinteraksi dengan bahasa manusia. Diluncurkan pada 30 November 2022, ChatGPT dengan cepat menjadi viral di media sosial berkat kemampuannya dalam berbagai tugas seperti merencanakan perjalanan, menulis cerita, dan membuat kode. Dalam waktu lima hari, chatbot ini berhasil menarik lebih dari satu juta pengguna.

Evolusi ChatGPT terlihat dari perkembangan versinya. GPT-1, yang dirilis pada Juni 2018 dengan 117 juta parameter, memperkenalkan kekuatan pembelajaran tanpa pengawasan. GPT-2, dengan 1,5 miliar parameter, diluncurkan pada Februari 2019 dan menawarkan peningkatan dalam pembuatan teks, meski dirilis secara bertahap karena kekhawatiran terkait potensi penyalahgunaan. GPT-3, yang diluncurkan pada Juni 2020 dengan 175 miliar parameter, merupakan kemajuan besar dengan aplikasi luas seperti penyusunan email dan pembuatan kode. GPT-4, versi terbaru, meningkatkan kemampuan dalam memahami maksud pengguna, menghasilkan output yang lebih aman, dan mendukung konektivitas internet secara real-time.

Setiap pembaruan membawa kecerdasan buatan semakin dekat dengan integrasi yang mulus dalam kehidupan sehari-hari, meningkatkan produktivitas, kreativitas, dan komunikasi. OpenAI, yang didirikan pada Desember 2015 oleh Sam Altman, Greg Brockman, Elon Musk, Ilya Sutskever, Wojciech Zaremba, dan John Schulman, kini dipimpin oleh Sam Altman sebagai CEO. OpenAI, yang bernilai \$29 miliar, telah mengumpulkan \$11,3 miliar dalam tujuh putaran pendanaan. Pada Januari,

Microsoft memperluas kemitraan dengan OpenAI melalui investasi miliaran dolar untuk mempercepat kemajuan global dalam AI.

### 2.2.5 Beberapa Tugas ChatGPT

#### 1) Menjawab Pertanyaan Umum:

Memberikan informasi terkait fakta, sejarah, atau topik lain, seperti menjelaskan apa itu gerhana matahari.

#### 2) Parafrase atau Reformulasi Teks:

Mengubah teks agar berbeda dari aslinya, misalnya dengan meminta: "Bisakah Anda paraphrase kalimat berikut?"

#### 3) Membantu dalam Penulisan:

Membantu dalam menulis atau mengedit berbagai jenis teks, seperti artikel atau cerita, dengan pertanyaan seperti: "Bisakah Anda membantu saya menulis artikel tentang media belajar?"

#### 4) Penerjemahan Bahasa:

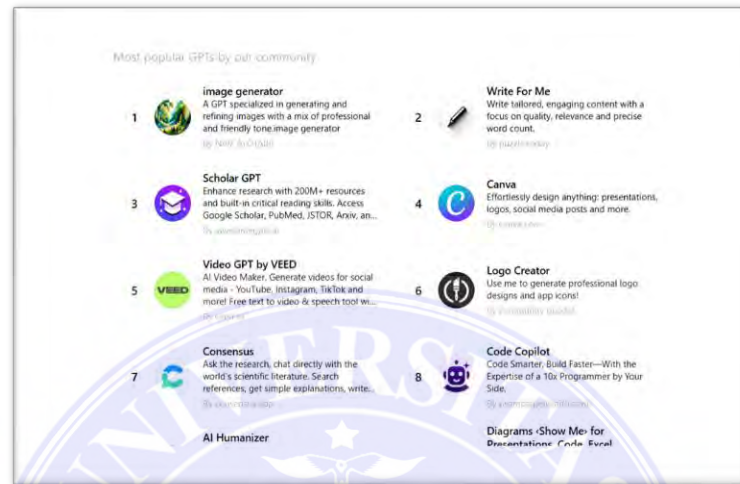
Menerjemahkan teks ke bahasa lain dengan akurasi baik, contohnya: "Bisakah Anda menerjemahkan teks ini?"

#### 5) Membuat Rangkuman:

Meringkas teks panjang menjadi poin-poin penting, misalnya dengan bertanya: "Bisakah Anda merangkum teks ini tanpa menghilangkan ide pokok?"

#### 6) Membuat Ide dan Brainstorming:

Membantu menemukan ide baru untuk penelitian atau tulisan, dengan pertanyaan seperti: "Bisakah Anda membantu saya mencari gagasan baru tentang das sein dan das solen?"



Gambar 3. Fitur-fitur dalam ChatGPT  
Sumber : Explore GPTs (chatgpt.com)

### 2.2.6 Panduan dan Cara Memperoleh Hasil Terbaik ChatGPT

Untuk memaksimalkan penggunaan ChatGPT, pengguna harus memahami cara memberikan perintah yang efektif, termasuk pertanyaan, perintah, dan argumen. Berikut adalah metode terbaik untuk mendapatkan hasil optimal:

- 1) Gunakan Pertanyaan yang Jelas dan Spesifik: Ajukan pertanyaan yang eksplisit dan terperinci. Hindari pertanyaan ambigu seperti "Berikan tip untuk kemajuan...".
- 2) Berikan Konteks: Sertakan informasi relevan dalam pertanyaan atau perintah agar ChatGPT dapat memahami dengan baik apa yang diminta.  
Contoh: "Bagaimana cara membuat kue?"



3) Gunakan Perintah yang Tepat: Berikan perintah dengan jelas dan pertimbangkan untuk menggabungkan beberapa perintah jika perlu.

### 2.2.7 Penggunaan ChatGPT dalam Berbagai Bidang

ChatGPT, sebagai salah satu aplikasi AI terdepan, telah mempengaruhi berbagai aspek komunikasi dan inovasi. Berikut adalah beberapa contoh penerapannya di berbagai bidang:

#### 1. Jurnalisme:

ChatGPT digunakan untuk merangkum artikel, menganalisis tren, dan menghasilkan konten. Sebagai contoh, ChatGPT dapat menyederhanakan artikel tentang blockchain dengan mengurangi teks panjang menjadi ringkasan yang padat dan jelas.

#### 2. Hukum:

Dalam dunia hukum, ChatGPT membantu pengacara dengan menyusun dokumen resmi seperti kontrak dan memberikan panduan hukum dasar. Misalnya, ChatGPT dapat digunakan untuk membuat draf perjanjian dan memberikan nasihat mengenai perlindungan hak kekayaan intelektual.

#### 3. Kesehatan:

ChatGPT mendukung layanan kesehatan dengan mendiagnosis penyakit berdasarkan gejala, menyarankan perawatan, dan memberikan informasi medis. Misalnya, ChatGPT dapat memberikan saran mengenai pengobatan berdasarkan gejala yang dilaporkan, namun diagnosa akhir tetap harus dilakukan oleh dokter.

#### 4. Pendidikan:

Dalam pendidikan, ChatGPT membantu dengan memberikan penjelasan tentang konsep-konsep yang sulit, membuat bahan ajar, dan memberikan umpan balik pada tugas siswa. Contohnya, siswa bisa menggunakan ChatGPT untuk mendapatkan penjelasan tentang topik matematika atau menerima saran untuk memperbaiki laporan mereka.

### 2.3 Teori Literasi Media

Literasi media adalah sebuah konsep yang rumit dengan berbagai definisi dan interpretasi tergantung pada konteks dan perspektifnya. Berbagai jenis literasi yang sering dibahas meliputi literasi alfabetik dan numerik, literasi teknologi, literasi informasi, literasi media, serta literasi digital. Dalam penelitian ini, fokus utama adalah pada literasi media.

Menurut European Commission (2007) yang dikutip dalam (Koltay, 2011) literasi media adalah keterampilan dalam mengakses media, memahami, dan mengevaluasi konten media secara kritis dari berbagai perspektif, serta kemampuan untuk berkomunikasi melalui berbagai bentuk pesan. (Rahmi, 2013) mengemukakan bahwa literasi media memiliki tiga tujuan utama, yaitu:

- (1) Membantu pengguna media untuk mengembangkan pemahaman yang lebih baik;
- (2) Membantu pengguna untuk dapat mengendalikan pengaruh media dalam kehidupan sehari-hari; dan
- (3) Pengendalian dimulai dengan kemampuan untuk mengetahui perbedaan antara pesan media yang dapat meningkatkan kualitas hidup seseorang dengan pesan media yang “merusak”.

Menurut (Baran, 2008) erdapat beberapa keterampilan yang mempengaruhi tingkat literasi media seseorang, yaitu:

- (1) kemampuan dan kemauan melakukan usaha untuk memahami isi media, memberi perhatian dan menyaring gangguan;
- (2) pemahaman dan penghargaan terhadap kekuatan pesan-pesan media;
- (3) kemampuan membedakan reaksi emosional dan rasional dalam merespon isi media atau bertindak sesuai isi media;
- (4) pengembangan ekspektasi lebih tinggi terhadap isi media;
- (5) pengetahuan terhadap kesepakatan genre dan kemampuan untuk mengenali;
- (6) kemampuan berpikir kritis tentang isi media tanpa terpengaruh kredibilitas sumber; dan
- (7) pengetahuan tentang bahasa media dan kemampuan memahami pengaruhnya.

Literasi media berasal dari bahasa inggris yaitu *media literacy*, terdiri dari dua suku kata media berarti *media* tempat pertukapan pesan dan *literacy* berarti melek, kemudian dikenal dalam istilah Literasi Media. Dalam hal ini literasi media merujuk kemampuan khalayak yang melek terhadap media dan pesan media massa dalam konteks komunikasi massa. Literasi media dapat dikatakan sebagai suatu proses mengakses, menganalisis secara kritis pesan media, dan menciptakan pesan menggunakan alat media (Hobbs, 1996).

(Rubin (1998: 99) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan literasi media adalah pemahaman sumber, teknologi komunikasi, kode yang digunakan, pesan yang dihasilkan, seleksi, interpretasi, dan dampak dari pesantersebut. Maka dapat dikatakan bahwa adanya Internet atau media baru ini membuat pola komunikasi

manusia berubah. Dalam perkembangan literasi media kemudian menyentuh sebagai suatu kegiatan terorganisir dalam bentuk pendidikan kepada masyarakat.

CLM (*Center of Media Literacy*) kemudian menggunakan defenisi yang di perluas: literasi informasi adalah suatu pendekatan abad ke-21 kepada pendidikan. Itu menyediakan suatu kerangka untuk mengakses, meneliti, mengevaluasi, menciptakan dan mengambil bagian dengan pesan-pesan didalam bermacam wujud-wujud dari cetakan ke video sampe internet. Media melek huruf membangun suatu pemahaman peran dari media dalam keterampilan-keterampilan masyarakat penting maupun dari pemeriksaan dan pernyataan dari (yang) penting bagi para warganegara suatu demokrasi.

(Santoso, 2015) Penelitian sebelumnya menjelaskan konsep Kerangka Kompetensi Individual (*Individual Competence Framework*) sebagai alat ukur literasi media. Kompetensi Individual adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan dan memanfaatkan media, termasuk untuk menggunakan, memproduksi, menganalisis, dan mengkomunikasikan pesan melalui media.

Kompetensi Individual terdiri dari dua kategori: Kompetensi Personal dan Kompetensi Sosial.

1. Kompetensi Personal adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan media dan menganalisis konten media, yang diukur melalui dua indikator:

- a. Keterampilan Teknis (*Technical Skills*): Kemampuan teknik dalam menggunakan media.

- b. Pemahaman Kritis (*Critical Understanding*): Kemampuan kognitif dalam menggunakan media, seperti memahami, menganalisis, dan mengevaluasi konten media

2. Kompetensi Sosial adalah kemampuan individu dalam berkomunikasi dan membangun relasi sosial melalui media, serta kemampuan memproduksi konten media. Kompetensi Sosial dapat diukur melalui:

- a. Kemampuan Komunikatif (*Communicative Abilities*): Kemampuan berkomunikasi dan berpartisipasi melalui media.

Menurut (Potter's, 2013) "*Media Literacy is a set of perspectives that we actively use to expose ourselves to the media to interpret the meaning of the messages we encounter. We build our perspectives from knowledge structures. To build our knowledge structures, we need tools and raw material. These tools are our skills. The raw material is information from the media and from the real world. Active use means that we are aware of the messages and are consciously interacting with them.*"

Menurut Potter, literasi media adalah serangkaian perspektif yang kita gunakan secara aktif untuk membuka diri terhadap media dan menafsirkan makna pesan yang kita terima. Perspektif ini dibangun dari struktur pengetahuan yang kita miliki. Untuk membangun struktur pengetahuan tersebut, kita memerlukan alat dan bahan baku. Alat yang dimaksud adalah keterampilan yang kita miliki, sedangkan bahan baku berasal dari informasi yang diperoleh dari media dan dunia nyata. Menggunakan perspektif ini secara aktif berarti kita menyadari dan berinteraksi dengan pesan secara sadar. Potter juga menekankan bahwa literasi media



melibatkan penggunaan perspektif secara aktif ketika individu mengakses media untuk memahami pesan yang disampaikan.

Menurut European Commission (Celot & Pérez Tornero, 2009), indikator teori literasi media mencakup kemampuan mengakses media, memahami dan mengevaluasi media serta kontennya secara kritis, dan berkomunikasi menggunakan berbagai bentuk pesan. Konsep literasi media ini terbagi dalam dua kategori kompetensi individu:

1. Kompetensi Personal:

- a. Kemampuan Menggunakan Media (*Use Skills*): Keterampilan teknis dalam mengoperasikan media, termasuk komputer dan internet, penggunaan media secara aktif, dan kemampuan tinggi dalam menggunakan internet.
- b. Pemahaman Kritis (*Critical Understanding*): Kemampuan kognitif untuk memahami, menganalisis, dan mengevaluasi konten media. Ini mencakup pemahaman terhadap konten dan fungsi media, pengetahuan tentang media dan regulasinya, serta perilaku pengguna dalam menggunakan media.

2. Kompetensi Sosial:

Kemampuan Komunikatif (*Communicative Abilities*): Kemampuan untuk berkomunikasi dan membangun hubungan sosial melalui media, berpartisipasi dalam masyarakat melalui media, dan memproduksi serta menciptakan konten media. Ini mencakup kemampuan untuk berkomunikasi dan membangun relasi sosial melalui media,

berpartisipasi dalam komunitas, serta memproduksi dan menciptakan konten media.

## 2.4 Kualitas Informasi

### 2.4.1 Definisi Kualitas Informasi

Kualitas bisa didefinisikan sebagai tingkat kepuasan, kegunaan, atau keakuratan dari sesuatu. Kualitas juga dapat merujuk pada sifat atau karakteristik yang membedakan sesuatu atau seseorang dari yang lain. Menurut Merriam-Webster Dictionary, "Kualitas adalah tingkat kelebihan atau kekurangan dari suatu hal, atau sifat yang membedakan suatu hal dari yang lain."

Dalam percakapan sehari-hari, informasi sering dianggap sebagai segala sesuatu yang kita komunikasikan, baik melalui bahasa lisan, surat kabar, video, dan lain-lain. Ini mengandung pemahaman bahwa tidak ada informasi tanpa pembawa pesan. Di antara berbagai pembawa pesan, bahasa manusia melalui komunikasi antarmanusia adalah yang paling sering dibicarakan. Namun, informasi juga bisa disampaikan melalui asap, DNA, aliran listrik, atau gambar. Oleh karena itu, informasi bisa dianggap sebagai pesan atau makna yang terkandung dalam sebuah pesan.

Ada tiga makna dari kata "informasi." Pertama, informasi sebagai suatu proses, yaitu kegiatan untuk menjadi terinformasi. Kedua, informasi sebagai pengetahuan, yang mengacu pada berbagai kejadian di dunia yang tidak terhingga dan bersifat abstrak. Dalam hal ini, informasi dilihat dari makna yang terkandung dalam medium yang digunakan, yang dapat

diinterpretasikan berbeda oleh pengirim dan penerima. Informasi dianggap sebagai bagian dari pikiran manusia berdasarkan isi dan makna pesan yang diterima. Ketiga, informasi dianggap sebagai benda atau representasi nyata dari pengetahuan. Sebagai entitas fisik, informasi dilihat sebagai rangkaian simbol yang dapat ditangkap oleh pancaindra manusia dan dipertukarkan. Informasi dianggap sebagai bahan mentah yang nyata yang memerlukan pemrosesan lebih lanjut. Kualitas informasi merupakan konsep yang penting. Kualitas informasi adalah konsep multi-atribut. Apabila atribut-atribut yang menentukan kualitas suatu informasi mempunyai kualitas yang baik atau bernilai tinggi maka informasi tersebut dikatakan mempunyai kualitas yang baik. Ciri-ciri kualitas informasi adalah:

1. Ketepatan waktu: Kecepatan dalam menerima informasi. Umumnya, informasi yang diterima lebih cepat memiliki kualitas yang lebih baik.
2. Kesesuaian: Kesesuaian antara penerima dan informasi. Semakin sesuai informasi dengan penerima, semakin baik kualitasnya.
3. Keandalan: Keandalan informasi adalah atribut utama dari kualitas. Informasi hanya berguna jika dapat dipercaya. Keandalan ini didasarkan pada pengalaman sebelumnya, reputasi sumber, metodologi yang digunakan untuk memperoleh dan memproses informasi, serta saluran penyampaiannya.
4. Akurasi: Tingkat kebenaran informasi. Informasi yang lebih akurat cenderung memiliki kualitas yang lebih baik.

5. Kelengkapan: Tingkat keutuhan informasi. Informasi harus menyajikan gambaran lengkap tentang kenyataan, bukan hanya sebagian dari gambaran tersebut. Atribut-atribut ini menentukan kualitas informasi. Nilai yang tinggi pada setiap atribut menunjukkan kualitas informasi yang baik.

Saat ini, informasi sangat mudah diakses. Seiring berjalannya waktu, jumlah informasi di dunia terus bertambah. Arus informasi semakin deras dengan adanya internet, memungkinkan setiap orang untuk memperoleh dan menyebarkan informasi kapan saja dan di mana saja. Berbagai motivasi dapat mendorong penyebaran informasi, seperti tujuan pemasaran, berbagi, eksistensi, dan alasan lainnya. Dari banyaknya informasi yang tersedia, penting bagi seseorang untuk menentukan mana yang perlu diambil dan mana yang harus ditinggalkan. Hal ini diperlukan untuk menghindari penerimaan informasi yang tidak benar. Oleh karena itu, persepsi terhadap kualitas informasi di internet menjadi elemen penting dalam menilai informasi tersebut.

Menurut (DeLone & R. McLean, 2003) kualitas informasi mengacu pada kualitas output dari sistem informasi, yang terutama diwujudkan dalam bentuk laporan. Kualitas informasi mencakup karakteristik output yang disajikan oleh sebuah sistem informasi, seperti laporan manajemen dan halaman web (Petter & McLean, 2009). Salah satu indikator kesuksesan kualitas informasi adalah keakuratan. Informasi yang dihasilkan oleh sistem

informasi harus akurat karena memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan.

Menurut (O'Brien et al., 2014) kualitas informasi dapat dinilai berdasarkan tiga dimensi: waktu (*time dimension*), konten (*content dimension*), dan bentuk (*form dimension*). Berikut penjelasannya:

1. Dimensi Waktu (*Time Dimension*): Informasi dikatakan berkualitas jika memenuhi kriteria berikut:

- a. *Currency*: Informasi harus disampaikan tepat waktu untuk memuaskan pengguna dan mendukung pengambilan keputusan.
- b. *Timeliness*: Informasi harus tersedia kapan saja dibutuhkan oleh pengguna.
- c. *Frequency*: Informasi harus tersedia dalam periode yang ditentukan atau dianggap terkini.

2. Dimensi Konten (*Content Dimension*): Aspek ini mencakup:

- a. *Accuracy*: Informasi harus akurat dan bebas dari kesalahan untuk menghindari keputusan yang salah.
- b. *Relevance*: Informasi harus sesuai dengan inti bisnis atau kebutuhan pengguna.
- c. *Conciseness*: Informasi harus relevan dan diperlukan oleh pengguna.

3. Dimensi Bentuk (*Form Dimension*): Ini berhubungan dengan cara informasi disampaikan kepada pengguna dan media yang digunakan.



Menurut (DeLone & R. McLean, 2003) kualitas informasi dipengaruhi oleh empat faktor utama:

1. Relevansi (*Relevancy*): Informasi harus memberikan manfaat kepada pengguna, dengan relevansi yang bervariasi untuk setiap individu.

2. Akurasi (*Accuracy*): Informasi harus bebas dari kesalahan dan jelas maksudnya, dengan menghindari gangguan atau perubahan data yang merusak.

3. Tepat Waktu (*Timeliness*): Informasi harus disediakan tepat waktu, karena keterlambatan dapat mengurangi nilai informasi dan berdampak negatif pada keputusan.

4. Keandalan (*Reliability*): Informasi harus dapat dipercaya dan digunakan secara langsung oleh pengguna. (Jogiyanto, 2005) menjelaskan bahwa kualitas informasi terdiri dari 3 (tiga) hal, yaitu:

a. Akurat, informasi harus bebas dari kesalahan - kesalahan dan tidak bias atau menyesatkan. Informasi harus memiliki keakuratan tertentu agar tidak diragukan kebenarannya.

b. Tepat pada waktunya, informasi yang datang pada penerima tidak boleh datang terlambat, karena informasi yang datang tidak tepat waktu, tidak bernilai lagi, sebab informasi digunakan dalam proses pembuatan keputusan.

c. Relevan, informasi yang ada memiliki nilai kemanfaatan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pemakainya. Informasi memiliki tingkat relativitas yang berbeda, tergantung pada tingkat pemakai.

Menurut (Yunianto, 2013) kualitas informasi dapat diukur dari output yang dihasilkan oleh sistem informasi. Beberapa kriteria untuk menilai kualitas informasi meliputi:

1. Kelengkapan (*Completeness*): Sistem informasi dianggap berkualitas jika dapat menyediakan informasi yang lengkap dan menyeluruh. Informasi yang lengkap sangat penting bagi pengguna dalam proses pengambilan keputusan. Dengan informasi yang menyeluruh, pengguna akan merasa puas dan mungkin akan terus menggunakan sistem tersebut secara reguler.
- 2.. Relevansi (*Relevance*): Informasi dianggap berkualitas jika relevan dengan kebutuhan pengguna. Relevansi menunjukkan seberapa besar manfaat informasi tersebut bagi pengguna, dan berbeda untuk setiap individu sesuai dengan kebutuhan mereka. Informasi harus sesuai dengan apa yang diperlukan oleh pengguna untuk dikatakan relevan.
3. Akurasi (*Accuracy*): Keakuratan informasi dapat diukur dari sejauh mana informasi yang diberikan jelas dan mencerminkan maksud yang dimaksud. Informasi harus akurat karena banyak gangguan (*noise*) yang dapat mempengaruhi keakuratan dari sumber hingga penerima informasi.
4. Ketepatan Waktu (*Timeliness*): Informasi harus tersedia tepat waktu. Jika informasi yang diberikan sudah usang, maka tidak akan memiliki nilai guna dalam pengambilan keputusan. Keterlambatan dalam informasi dapat berdampak negatif bagi organisasi, sehingga sistem informasi yang baik harus mampu menghasilkan informasi secara tepat waktu.

5. Penyajian Informasi (Format): Format informasi yang disajikan harus memudahkan pengguna dalam memahami informasi yang diberikan. Penyajian dalam bentuk yang sesuai akan meningkatkan kualitas informasi dan membantu pengguna dalam memahami data yang disediakan oleh sistem.

#### **2.4.2 Kualitas Informasi dalam Konteks Komunikasi**

Dalam konteks ilmu komunikasi, kualitas informasi mengacu pada tingkat keakuratan, kejelasan, dan kebermanfaatan informasi yang dikomunikasikan. Informasi yang berkualitas tinggi adalah informasi yang akurat, jelas, dan bermanfaat bagi penerima.

Menurut (Gasser, 2017) kualitas informasi (IQ) tidak memiliki nilai positif yang inheren. Informasi hanya memiliki nilai jika digunakan dengan baik dan dalam konteks yang tepat. Oleh karena itu, kualitas informasi sangat bergantung pada konteks dan subjektivitas penerima.

Dalam model Shannon-Weaver, kualitas informasi diukur berdasarkan reduksi ketidakpastian (*uncertainty*) pada penerima. Informasi yang berkualitas tinggi adalah informasi yang dapat mengurangi ketidakpastian penerima tentang pesan yang dikomunikasikan.

Dalam konteks komunikasi, kualitas informasi sangat penting karena dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi. Informasi yang berkualitas tinggi dapat meningkatkan kepercayaan penerima dan memudahkan proses komunikasi, sedangkan informasi yang berkualitas rendah dapat menyebabkan kesalahpahaman dan kegagalan komunikasi.

Dalam konteks ilmu komunikasi, informasi mengacu pada pesan, berita, atau pemberitahuan yang disampaikan dari pengirim ke penerima. Informasi merupakan elemen mendasar dalam proses komunikasi, karena merupakan konten yang dikirimkan dari satu pihak ke pihak lain.

Menurut (M. Yusup, 2022) informasi adalah segala sesuatu yang berupa berita, pesan, atau pemberitahuan. Fisher memandang informasi sebagai fakta atau data yang dapat diperoleh selama proses komunikasi, seperti membaca koran, bercakap-cakap dengan seseorang, atau menonton televisi.

Rudy Bretz dalam (Effendy, 1996) mendefinisikan informasi sebagai sesuatu yang dipahami. Hal ini mengisyaratkan bahwa informasi harus dapat dimengerti oleh penerima agar menjadi efektif.

Dalam konteks komunikasi, informasi dapat dilihat sebagai elemen penting dalam model S-M-C-R-E, yang terdiri dari lima komponen utama: siapa mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dan dengan efek apa. Model yang diusulkan oleh Lasswell ini menyoroti pentingnya informasi sebagai pesan yang disampaikan dari pengirim kepada penerima melalui saluran tertentu, dengan tujuan untuk mencapai efek tertentu.

Pada intinya, informasi adalah komponen penting dalam komunikasi, karena informasi adalah konten yang dikirimkan dan diterima. Informasi memainkan peran penting dalam membentuk pemahaman kita tentang dunia di sekitar kita dan memengaruhi keputusan dan tindakan kita.

Model Shannon-Weaver, juga dikenal sebagai Teori Komunikasi Matematika, mendefinisikan informasi dalam komunikasi sebagai ukuran

ketidakpastian atau keacakan suatu pesan. Model ini, yang dikembangkan oleh Claude Shannon dan Warren Weaver pada tahun 1949, memandang informasi sebagai konsep statistik, dengan fokus pada kemungkinan pesan dikirimkan dan diterima secara akurat.

Menurut model Shannon-Weaver, informasi didefinisikan sebagai pengurangan ketidakpastian dalam pikiran penerima tentang pesan yang dikirimkan. Dengan kata lain, informasi adalah jumlah ketidakpastian atau keacakan yang dihilangkan dari sudut pandang penerima ketika mereka menerima pesan.

Model tersebut menggunakan konsep entropi ( $H$ ) untuk mengukur jumlah informasi dalam suatu pesan. Entropi adalah ukuran ketidakpastian atau keacakan suatu distribusi probabilitas. Dalam konteks komunikasi, entropi mewakili jumlah informasi dalam suatu pesan.

Model Shannon-Weaver mendefinisikan informasi sebagai:

$$I = H(\text{sumber}) - H(\text{kebisingan})$$

Di mana:

$I$  adalah isi informasi pesan tersebut,  $H(\text{sumber})$  adalah entropi pesan sumber (yaitu jumlah ketidakpastian dalam pesan sebelum transmisi),  $H(\text{kebisingan})$  adalah entropi kebisingan atau kesalahan yang terjadi selama transmisi (yaitu, jumlah ketidakpastian yang ditambahkan ke pesan selama transmisi)

Model tersebut menyarankan bahwa isi informasi suatu pesan adalah perbedaan antara ketidakpastian awal pesan dan ketidakpastian yang



ditimbulkan oleh gangguan atau kesalahan selama transmisi. Tujuan komunikasi adalah meminimalkan entropi kebisingan, sehingga memaksimalkan isi informasi pesan.

Singkatnya, model Shannon-Weaver mendefinisikan informasi dalam komunikasi sebagai ukuran pengurangan ketidakpastian dalam pikiran penerima tentang pesan yang dikirimkan, dan menggunakan entropi sebagai konsep matematika untuk mengukur informasi ini. (*Konsep Informasi Dalam Perspektif Komunikasi*, n.d.)

### 2.4.3 Konsep Dasar Informasi

Konsep dasar informasi tidak dapat dipisahkan dari definisinya, yaitu hasil pengolahan data menjadi bentuk yang bermanfaat bagi penerimanya. Sumber informasi adalah data, yang merupakan kenyataan yang menggambarkan peristiwa yang terjadi pada waktu tertentu. Informasi memiliki siklus di mana data mentah diolah dengan metode tertentu untuk menghasilkan informasi. Informasi ini kemudian disampaikan kepada penerima yang akan menggunakannya untuk membuat keputusan atau tindakan, yang akan menghasilkan data baru.

Karena informasi dihasilkan melalui proses tertentu, informasi juga bisa mengalami bias. Bias informasi dapat terjadi karena beberapa hal, seperti:

1. Metode pengumpulan dan pengukuran yang salah.
2. Kesalahan atau kegagalan dalam mengikuti prosedur pemrosesan.
3. Data yang hilang atau tidak terproses.
4. Kesalahan dalam penyimpanan atau koreksi data.

## 5. Sistem yang tidak berfungsi dengan baik.

Informasi yang bias tidak dapat digunakan dengan benar dan akan menghasilkan hasil yang juga bias. Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa informasi yang digunakan memiliki kualitas yang baik, yang ditandai dengan tiga ciri berikut:

1. Akurat, yaitu informasi harus berdasarkan fakta yang benar, bukan isu, dugaan, atau opini yang menyesatkan.
2. Tepat waktu, artinya penerima mendapatkan informasi tepat waktu karena informasi yang sudah usang tidak lagi bernilai, terutama jika digunakan untuk pengambilan keputusan.
3. Relevan, yaitu informasi tersebut harus berkaitan dan bermanfaat langsung bagi penerimanya. Informasi yang relevan bagi seseorang belum tentu relevan bagi orang lain.

Selain akurat, informasi juga harus bernilai. Informasi dianggap bernilai jika manfaatnya lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkannya, yang diukur melalui analisis cost effectiveness atau cost-benefit analysis. Umur informasi juga penting dalam konsep informasi, yaitu seberapa lama informasi tersebut tetap bernilai dan bermanfaat bagi penggunaannya. Berdasarkan umur, informasi dapat dibedakan menjadi dua jenis:

1. Informasi kondisional: informasi yang merujuk pada titik waktu tertentu.

2. Informasi operasional: informasi yang menunjukkan perubahan dalam jangka waktu tertentu.(Putra, 2020)

#### 2.4.4 Karakteristik Informasi

Informasi memainkan peran penting dalam komunikasi manusia. Dalam organisasi, karakteristik informasi disesuaikan dengan tingkat manajemen untuk memenuhi kebutuhan informasi yang sesuai dengan tugas mereka. Oleh karena itu, manajemen perlu memahami karakteristik informasi, seperti yang dijelaskan oleh (S. Carr & Kaynak, 2007) berikut ini:

##### 1. Luas Informasi

Luas informasi mengacu pada cakupan informasi yang diperlukan. Misalnya, manajemen tingkat bawah memerlukan informasi dengan cakupan lebih terbatas dibandingkan manajemen tingkat menengah, dan manajemen tingkat atas membutuhkan informasi dengan cakupan yang lebih luas. Contohnya, manajemen tingkat bawah, seperti subbagian akademis, membutuhkan informasi tentang anggaran untuk administrasi akademis di fakultas. Manajemen tingkat menengah, seperti kepala bagian tata usaha, membutuhkan informasi tentang dana untuk pengelolaan administrasi yang mencakup bidang akademis, rumah tangga, kepegawaian, dan keuangan. Sedangkan manajemen tingkat atas, seperti pembantu dekan bidang administrasi dan keuangan, memerlukan informasi tentang dana untuk seluruh fakultas, termasuk tata usaha dan jurusan-jurusan.

##### 2. Kepadatan Informasi

Kepadatan informasi mengacu pada seberapa rinci informasi yang diterima. Manajemen tingkat atas membutuhkan informasi yang padat dan mencakup hal-hal yang luas. Manajemen tingkat menengah memerlukan informasi yang cukup padat, tetapi tidak terlalu luas dan cukup terseleksi untuk lingkup operasionalnya. Manajemen tingkat bawah memerlukan informasi yang sangat terseleksi untuk subbidang tugasnya, tetapi tidak sepadat informasi tingkat menengah.

### 3. Frekuensi Informasi

Frekuensi informasi adalah seberapa sering informasi dibutuhkan oleh masing-masing tingkatan manajemen. Manajemen tingkat bawah menerima informasi secara rutin sesuai dengan sifat pekerjaannya. Manajemen tingkat menengah memerlukan informasi dengan frekuensi yang tidak menentu dan mungkin mendadak saat dibutuhkan oleh pimpinan. Manajemen tingkat atas menerima informasi dengan frekuensi yang lebih tidak terstruktur dan mendadak untuk pengambilan keputusan.

### 4. Waktu Informasi

Waktu informasi adalah informasi mengenai kondisi atau situasi yang telah terjadi dan yang akan dihadapi oleh organisasi di masa depan. Manajemen tingkat atas dan menengah membutuhkan informasi prediksi masa depan, tingkat menengah lebih fokus pada informasi masa kini, dan manajemen tingkat bawah lebih memerlukan informasi historis untuk mengontrol tugas rutin yang telah dilakukan karyawan.

### 5. Sumber Informasi

Sumber informasi berarti dari mana informasi tersebut diperoleh, baik dari sumber internal maupun eksternal. Sumber internal banyak dibutuhkan oleh manajemen tingkat bawah untuk mengontrol kegiatan operasional sehari-hari. Sumber informasi eksternal lebih banyak dibutuhkan oleh manajemen tingkat menengah dan atas untuk mendukung pengambilan keputusan strategis jangka panjang.

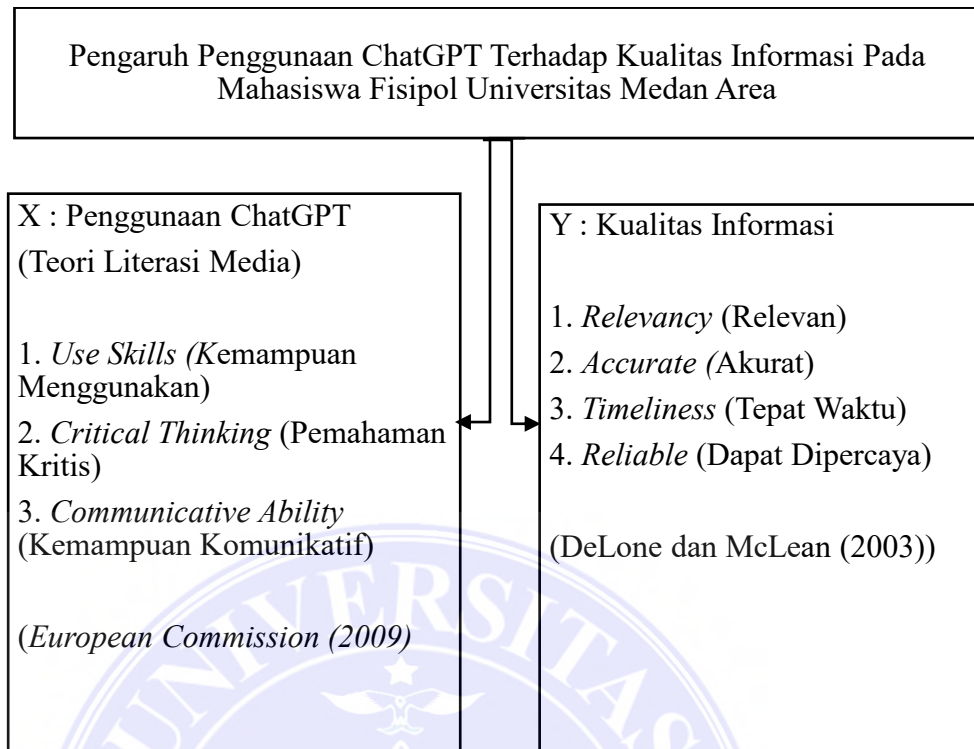
## 2.5 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah model konseptual yang menggambarkan bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting. Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis hubungan antara variabel yang akan diteliti. Oleh karena itu, secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen.

Agar suatu kerangka berpikir dapat meyakinkan para ilmuwan, kriteria utamanya adalah adanya alur pemikiran yang logis dalam membangun kerangka tersebut hingga menghasilkan kesimpulan berupa hipotesis. Jadi, kerangka berpikir adalah sintesis tentang hubungan antar variabel yang disusun berdasarkan berbagai teori yang telah dijelaskan. Teori-teori ini kemudian dianalisis secara kritis dan sistematis untuk menghasilkan sintesis tentang hubungan antar variabel yang diteliti. Sintesis tersebut kemudian digunakan untuk merumuskan hipotesis.

Untuk penelitian mengenai Pengaruh Penggunaan ChatGPT AI Terhadap Kualitas Informasi Pada Mahasiswa FISIP UMA, kerangka berpikir dapat dibentuk dengan mempertimbangkan beberapa aspek berikut.





Gambar 4. Kerangka Pemikiran  
Sumber : Peneliti, 2024

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Judul	Nama Peneliti	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan & Perbedaan Penelitian
1	Identifikasi Pengaruh Penggunaan ChatGPT terhadap Kemampuan Berfikir Mahasiswa di Universitas Atma Jaya Yogyakarta Prodi Sistem Informasi Angkatan 2021	O Manurung , A CDestiani , J Sugiarto , A T A Lolo , K Chai	Metodologi penelitian terukur ini didasarkan pada positivisme dan menggunakan data numerik	Mahasiswa saat ini secara rutin memasukkan alat ChatGPT ke dalam kegiatan harian mereka. Penggunaan ChatGPT terbukti menghasilkan kualitas jawaban yang signifikan, seperti terungkap dalam satu pertanyaan kuesioner dengan tingkat persetujuan sebesar 52,6% dan tingkat persetujuan sangat tinggi sebesar 14%. Manfaat dari ChatGPT tidak hanya terbatas pada penyelesaian tugas-tugas, melainkan juga chatbot yang dikembangkan oleh OpenAI ini dapat meningkatkan produktivitas dalam menulis, serta menyediakan informasi dan pengetahuan terbaru untuk menjaga pengguna tetap terinformasi, seiring dengan perkembangan database dan kemampuan analisisnya. Pengguna merasa mudah dalam mengoperasikan ChatGPT OpenAI berkat antarmuka pengguna (UI/UX) yang tertata rapi dan menarik	Persamaan nya penelitian ini membahas tentang pengaruh penggunaan <i>Chatgpt</i> . Perbedaannya adalah penelitian ini lebih berfokus pada dampak penggunaan <i>ChatGPT</i> terhadap kapasitas calon mahasiswa dalam kemampuan berpikir

2	Dampak Penggunaan <i>ChatGPT</i> pada Kompetensi Mahasiswa Akuntansi : Literature Review	Wulandari Hidayanti , Rizdina Azmiyanti2	Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan Literature Review.	Dari beberapa jurnal terkait, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa jurusan Akuntansi memiliki peluang besar untuk memanfaatkan <i>ChatGPT</i> dalam pembelajaran dan evaluasi mereka. <i>ChatGPT</i> memberikan kemajuan signifikan dalam akurasi jawaban, cakupan topik, dan interaksi antarmuka, menjadikannya lebih mudah digunakan oleh berbagai kalangan. Oleh karena itu, penggunaan platform ini dapat mempermudah penafsiran informasi.	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas dampak dari penggunaan chatgpt Perbedaannya adalah penelitian ini berfokus pada dampak pada kompetensi mahasiswa akuntansi terkait dengan penggunaan teknologi chat GPT secara bertanggung jawab dan etis dalam dunia akademis.
3	Penggunaan ChatGPT Untuk Pendidikan di Era <i>Education 4.0</i> : Usulan Inovasi Meningkatkan Keterampilan Menulis	Adi Setiawan, Ulfah Khairiyah Luthfiyani	Metode penelitian yang digunakan adalah berupa eksperimen	Faktanya, <i>ChatGPT</i> dapat digunakan efektif untuk menghasilkan tulisan ilmiah dengan merumuskan prompt awal secara cermat. Potensi inovatif teknologi ini dapat secara signifikan meningkatkan kemampuan menulis peserta didik di Indonesia, baik di tingkat sekolah maupun perguruan tinggi. Eksperimen yang dilakukan menghasilkan tulisan sepanjang 693 kata, yang masih memiliki potensi untuk pengembangan lebih lanjut. Keseluruhan waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan eksperimen ini adalah sekitar 7 menit, termasuk dokumentasi hasil pemrosesan ChatGPT oleh penulis, tetapi tidak termasuk waktu untuk merumuskan dua prompt yang efektif di awal	Persamaannya penelitian ini sama-sama membahas tentang penggunaan chatgpt Perbedaannya adalah penelitian ini lebih berfokus pada Pendidikan di Era <i>Education 4.0</i> : Usulan Inovasi Meningkatkan Keterampilan Menulis

4	PEMANFAATAN <i>CHATGPT</i> DALAM DUNIA PENDIDIKAN	Fikri Kurnia Ramadhan, Muhammad Irfan Faris, Ikhsan Wahyudi, Mia Kamayani Sulaeman	Penelitian ini menggunakan metode <i>study literature review</i> .	<p>1. Pemanfaatan <i>ChatGPT</i> dapat meningkatkan mutu dan efisiensi dalam proses pembelajaran.</p> <p>2. <i>ChatGPT</i> memiliki potensi memberikan informasi dan sumber daya bermanfaat, mendukung peningkatan kemampuan berbahasa, serta memudahkan kerjasama antar siswa</p> <p>3. Bagi siswa, <i>ChatGPT</i> dapat menjadi alternatif untuk mesin pencari dengan miliaran hasil, memberikan peluang yang setara dalam pengembangan ide.</p>	Persamaannya adalah penelitian ini sama-sama mengkaji apakah <i>ChatGPT</i> dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas pada proses pembelajaran Perbedaannya adalah penelitian ini lebih berfokus pada Penggunaan teknologi <i>ChatGPT</i> pada dunia pendidikan memberikan kemampuan untuk memajukan kualitas pembelajaran.
---	---	--	--	--	---

5	Penggunaan <i>ChatGPT</i> sebagai Sumber Belajar oleh Mahasiswa Teknik Informatika Angkatan 2021 di Universitas Muhammadiyah Jakarta : Studi Kasus tentang Ketergantungan dan Efektivitasnya dalam Menyelesaikan Tugas	Mirza Maulana	. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh mahasiswa, sebanyak 100%, sepakat bahwa <i>ChatGPT</i> dapat meningkatkan efektivitas kerja mereka, mengingat kemampuan kecerdasan buatan ini dalam menangani masalah yang kompleks. Meskipun demikian, terdapat pandangan yang berbeda dalam konteks ketergantungan, di mana 62,9% mahasiswa menunjukkan respons negatif atau tidak setuju terhadap potensi ketergantungan pada <i>Chat GPT</i> .	Persamaan dalam penelitian ini sama-sama membahas tentang penggunaan <i>chatgpt</i> Perbedaannya adalah penelitian ini lebih berfokus tentang Ketergantungan dan Efektivitasnya dalam Menyelesaikan Tugas
---	--	---------------	--	---	--

Sumber : Peneliti, 2024

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini peneliti memakai pendekatan penelitian kuantitatif. Menurut (Arikunto, 2019) Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang mengharuskan penggunaan angka dalam berbagai tahapannya, mulai dari pengumpulan data, penafsiran data, hingga penyajian hasil. Pendekatan penelitian ini disebut kuantitatif karena menggunakan angka dalam semua tahap tersebut. Metode ini juga terkait dengan variabel penelitian yang berfokus pada masalah-masalah aktual dan fenomena yang sedang berlangsung saat ini, dengan hasil penelitian yang disajikan dalam bentuk angka-angka bermakna.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif merupakan salah satu macam-macam metode penelitian kuantitatif dengan suatu rumusan masalah yang memandu penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas, dan mendalam. Macam-macam metode penelitian kuantitatif seperti deskriptif ini bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat (Jannah et al., n.d.)



### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

#### 3.2.1 Lokasi

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fisipol Universitas Medan Area yang terdata menggunakan ChatGpt.

#### 3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan mulai 12 Mei hingga selesai.

Tabel 2. Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2023-2024											
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep
1	ACC Judul												
2	Penyusunan Proposal												
3	Seminar Proposal												
4	Penelitian												
5	Penulisan & Bimbingan Skripsi												
6	Seminar Hasil												
7	Perbaikan Skripsi												
8	Sidang Meja Hijau												

Sumber : Peneliti, 2024

### 3.3 Variabel Penelitian

Variabel adalah konsep atau konstruk yang nilainya dapat bervariasi. Variabel juga didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat dikontrol atau diubah. Oleh karena itu, apa pun yang nilainya dapat bervariasi dianggap sebagai variabel. Misalnya, "usia" adalah variabel karena nilainya dapat bervariasi untuk sekelompok orang atau untuk individu yang sama pada waktu yang

berbeda. Variabel penting karena menghubungkan dunia empiris dengan teori; mereka adalah fenomena dan peristiwa yang diukur atau dimanipulasi dalam penelitian. (Dr. Edi Suryadi et al., 2019)

Berikut adalah contoh variabel dalam sebuah penelitian:

a. Variabel bebas (independent variables) adalah variabel yang ditetapkan oleh peneliti sebagai variabel yang mempengaruhi variabel lainnya. Penggunaan ChatGPT adalah variabel bebas dalam penelitian ini.

b. Variabel terikat (dependent variables) adalah variabel yang ditetapkan oleh peneliti sebagai variabel yang dipengaruhi. Kualitas Informasi Pada Mahasiswa Fisipol UMA adalah variabel terikat dalam penelitian ini.

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Semua unit analisis yang memiliki karakteristik serupa dan menjadi fokus perhatian peneliti disebut sebagai populasi penelitian. Populasi merujuk pada wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian diambil kesimpulannya. Jadi, populasi tidak hanya mencakup orang-orang, tetapi juga objek dan benda-benda lain di alam. Populasi bukan hanya jumlah dari objek atau subjek yang dipelajari, tetapi mencakup keseluruhan aspek yang terkait karakteristik sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono, 2013). Berdasarkan penjelasan diatas, yang menjadi subjek penelitian ini adalah mahasiswa FISIPOL dari Universitas Medan Area yang menggunakan ChatGpt.

Pemilihan hal tersebut dipertimbangkan melalui pengisian kuesioner pra-observasi pengguna ChatGPT.

Dari 1053 mahasiswa FISIPOL UMA terdapat jumlah mahasiswa yang mengembalikan kuesioner dengan kategori menggunakan ChatGPT sebanyak 110 orang.

Tabel 3. Jumlah Mahasiswa FISIP UMA

Angkatan	Jurusan		
	Ilmu Komunikasi	Ilmu Pemerintahan	Ilmu Administrasi
2020	176	32	82
2021	176	26	55
2022	180	21	73
2023	180	5	47
Jumlah	712	84	257
Total	1053		

Sumber : <https://dirmahasiswa.uma.ac.id>, 2024

### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jika populasi terlalu besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua anggotanya, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Hasil yang diperoleh dari penelitian sampel ini nantinya dapat digeneralisasikan untuk seluruh populasi. Oleh karena itu, sampel yang diambil harus benar-benar representatif. (Sugiyono, 2013)

### 3.4.3 Teknik Sampling

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sampel jenuh. Teknik sampel jenuh adalah metode pengambilan sampel di mana semua anggota

ou

populasi dijadikan sampel dalam penelitian, atau disebut juga sebagai sensus dalam skala kecil. Definisi ini mirip dengan definisi lain yang menyatakan bahwa teknik sampel jenuh adalah metode penentuan sampel penelitian yang mencakup semua anggota populasi. Selain itu, teknik ini juga dapat diartikan sebagai cara menentukan sampel penelitian dengan mengambil seluruh populasi berdasarkan karakteristik atau sifat tertentu sebagai subjek penelitian. Karena hasil pra-observasi menunjukkan bahwa terdapat 110 pengguna ChatGPT yang merupakan mahasiswa Fisipol UMA, peneliti memilih teknik sampel jenuh untuk penentuan sampel. Oleh karena itu peneliti, peneliti menemukan beberapa kriteria melalui penelitian yang akan dilakukan, sebagai berikut:

1. Mahasiswa FISIPOL Universitas Medan Area tahun ajaran 2020 - 2023
2. Pernah menggunakan ChatGPT

Maka, perhitungan untuk sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, yaitu :

$$n = \frac{N}{(1 + (N \times e^2))}$$

$$n = \frac{1053}{(1 + (1053 \times 0.1^2))}$$

$$n = \frac{1053}{11,53}$$

$$n = 91,32$$

Keterangan :

n = Jumlah angka sample dibutuhkan

N = Banyaknya populasi

$e$  = Tingkat kesalahan

Berdasarkan kuesioner pra-observasi diterima sebanyak 110 responden yang menggunakan ChatGPT, dari sample yang diambil dari rumus slovin sebanyak 91 responden, maka penulis mengambil jumlah 91 responden dari 110 dengan kategori responden tercepat mengumpulkan.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan rumus di atas, ditentukan sampel sebesar 91.32 dan dalam penelitian ini, sehingga sampel dibulatkan menjadi 91 orang untuk dijadikan responden penelitian. Dengan tingkat kesalahan yang dipilih sebesar 10%.

### **3.5 Sumber Data**

#### **3.5.1 Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah informasi yang dikumpulkan langsung dari sumber aslinya pada tahap awal pengumpulan data. Dengan kata lain, data primer merujuk pada data yang diperoleh langsung dari subjek atau objek yang diteliti. Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa Universitas Medan Area yang menggunakan ChatGPT.

#### **3.5.2 Sumber Data Sekunder.**

Sumber data sekunder adalah data atau informasi yang diperoleh dari bahan selain sumber pertama untuk menjawab masalah yang diteliti. Dengan kata lain, sumber data sekunder berfungsi sebagai data pendukung untuk melengkapi sumber data primer.



### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Jika pendekatan kuantitatif digunakan, teknik pengumpulan data akan berbentuk observasi terstruktur, survei dengan menggunakan kuesioner, eksperimen, dan eksperimen semu. Dalam proses pengumpulan data, peneliti biasanya menggunakan kuesioner tertulis atau kuesioner yang dibacakan. Teknik pengumpulan data ini disesuaikan dengan tujuan penelitian dan jenis data yang digunakan, baik itu data primer maupun data sekunder. (Sarwono, 2006)

Dengan demikian, teknik pengumpulan data secara ringkas dapat diartikan sebagai metode yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data mengenai "apa" dari "siapa". Pengumpulan data dalam penelitian dikenal sebagai instrumentasi (instrumentation), yang meliputi kegiatan memilih atau merancang alat yang digunakan serta menetapkan prosedur dan kondisi penggunaannya. Kuesioner, atau angket, adalah instrumen penelitian yang terdiri dari serangkaian pertanyaan dan/atau pernyataan yang harus diisi atau dijawab oleh responden. Penggunaan kuesioner dalam penelitian sangat populer karena selain dapat menjangkau sejumlah besar responden, kuesioner juga dapat mengungkap banyak hal. (Dr. Edi Suryadi et al., 2019)

Responden adalah individu atau pihak yang memberikan tanggapan terhadap suatu penelitian. Mereka berperan sebagai sumber informasi yang mendukung kelancaran penelitian. Dalam konteks penelitian kuantitatif, responden biasanya diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah dirancang secara terstruktur dalam sebuah kuesioner.

### 3.7 Skala Pengukuran

Gagasan untuk melakukan pengukuran dalam penelitian muncul karena peneliti memerlukan data yang dapat dianalisis untuk menguji hipotesis. Data diperoleh melalui pengukuran variabel yang telah didefinisikan secara operasional dengan cara tertentu, sehingga indikator-indikator yang menunjukkan keberadaan variabel tersebut secara empiris muncul. Dengan menggunakan prosedur dan perangkat khusus, peneliti mengukur indikator-indikator tersebut hingga diperoleh data yang mencerminkan variabel penelitian. Dalam penelitian ini, kuesioner dengan Skala Likert digunakan. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap subjek terhadap suatu objek dengan rentang jawaban mulai dari setuju hingga tidak setuju. Pada skala ini, terdapat satu titik netral, dengan pernyataan di sebelah kiri menunjukkan sikap negatif dan di sebelah kanan menunjukkan sikap positif, atau sebaliknya tergantung pada pernyataannya. (Dr. Edi Suryadi et al., 2019)

Tabel 4. Contoh item pertanyaan dengan skala *Likert*

No	Pertanyaan	Jawab			
		STS	TS	S	SS
1	Apakah ChatGPT AI menambah pemahaman materi pada mahasiswa?	1	2	3	4

Sumber : Peneliti, 2024

### 3.8 Uji Syarat Instrumen

#### 3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS Statistics Versi 21. Validitas merujuk pada sejauh mana suatu instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen penelitian yang valid akan memberikan hasil yang akurat dan dapat diandalkan. Dalam penelitian ini, terdapat 91 responden.

Tabel r untuk df = 1 - 50					
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Gambar 5. tabel r untuk df = 1-50  
 Sumber : (<http://junaidichaniago.wordpress.com>). 2010

#### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut (SÜRÜCÜ & MASLAKÇI, 2020) Reliabilitas (keandalan) mengacu pada stabilitas dan konsistensi alat ukur dari waktu ke waktu. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan kemampuan alat ukur untuk memberikan hasil yang konsisten ketika digunakan pada waktu yang berbeda. Reliabilitas digunakan untuk menilai apakah alat ukur tetap konsisten dan dapat diandalkan

saat dilakukan pengukuran berulang. Metode yang digunakan dalam uji ini adalah Alpha Cronbach, yang merupakan salah satu metode uji reliabilitas konsistensi internal yang paling umum. Uji ini menghitung koefisien alpha, yang merupakan estimasi dari varians total yang disebabkan oleh faktor umum. Semakin tinggi nilai alpha, semakin tinggi tingkat reliabilitas instrumen tersebut. Rumus yang sering digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen adalah Koefisien Alpha dari Cronbach.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_x^2} \right)$$

Di mana :

$\alpha$  = koefisien alfa

K = jumlah item

$\sigma_i^2$  = varian dari item i

$\sigma_x^2$  = varian total

Menurut Nunnally suatu instrumen dinyatakan reliabel jika nilai koefisien alfa > 0,70.

Tabel 5. Tingkat Reliabilitas berdasarkan nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reabilitas
0,00 - 0,20	Kurang reliabel
0,20 - 0,40	Agak reliabel
0,40 - 0,60	Cukup reliabel
0,60 - 0,80	Reliabel
0,80 - 1,00	Sangat reliabel

Sumber : Arikunto (2019)

### 3.9 Uji Hipotesis

#### 3.9.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis penelitian terkait pengaruh masing-masing variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat. Uji t (*Test T*) adalah salah satu metode statistik yang digunakan untuk memverifikasi hipotesis, yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara dua mean sampel yang diambil secara acak dari populasi yang sama. T-statistics adalah nilai yang digunakan untuk menilai tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis dengan mencari nilai *T-statistics* melalui prosedur bootstrapping. Hipotesis dianggap signifikan jika nilai *T-statistics* lebih besar dari 1,96; sebaliknya, jika nilai *T-statistics* kurang dari 1,96, maka dianggap tidak signifikan.

Keputusan pengujian diambil dengan memeriksa nilai signifikansi pada tabel Koefisien. Biasanya, pengujian regresi dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% atau taraf signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Kriteria uji t (Ghozali, 2016) adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi uji t  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi uji t  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti ada pengaruh signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.



### 3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan menggunakan aplikasi SPSS for Windows untuk menentukan apakah semua variabel independen secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen. Uji ini digunakan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh simultan penggunaan ChatGPT AI dan Kualitas Informasi terhadap variabel dependen.

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

R = R<sup>2</sup>

K = banyaknya variabel bebas

n = banyaknya sampel

Kesimpulan dari uji F ditentukan berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi 5% (0,05) atau jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh simultan antara variabel independen dan variabel dependen. Sebaliknya, jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel tersebut tidak mempengaruhi secara bersamaan. Untuk melakukan uji statistik F, digunakan kriteria sebagai berikut:

1. Menentukan tingkat signifikan sebesar  $\alpha = 5\%$  atau 0,05
2. Menghitung uji F

$$df_1 = K - 1$$

$$df_2 = n - K$$

$$df_2 = n - K$$

$$df2 = 91 - 3$$

$$df1 = 3 - 1$$

$$df1 = 2$$

$$df2 = 88$$

$$F_{tabel} = 3,10$$

Berdasarkan nilai derajat bebas sebesar 88 dan nilai alpha sebesar 0,05 maka nilai  $f_{tabel}$  pada penelitian adalah 3,10

1. Hipotesis a diterima apabila  $F_{hitung} > 3,10$
2. Hipotesis a ditolak apabila  $F_{hitung} < 3,10$

### 3.9.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen, yang dapat diindikasikan oleh nilai *adjusted R-Squared* (Ghozali, 2016). Menurut Ghozali (2016), nilai koefisien determinasi yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen hanya memiliki kapasitas terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi mendekati 1, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen. (Ghozali, 2016)

### 3.10 Pearson Product Moment

Korelasi Pearson adalah alat statistik yang digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan linier antara dua variabel dengan skala data interval atau rasio. Menurut Sugiyono (2016), untuk menentukan koefisien korelasi

dengan baik, disarankan menggunakan metode analisis korelasi *Pearson product moment*. Berikut adalah rumusnya:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{(\sum y_i)^2\}}}$$

Penjelasan :

r = Koefisien korelasi pears

x = Variabel bebas

y = Variabel terikat

n = Jumlah sampel

Koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) dapat bernilai positif (+) atau negatif (-) dan berada pada rentang  $-1$  dan  $1$ . Jika  $r_{xy}$  mendekati  $-1$  atau  $1$  maka hubungan keeratan dua variabel semakin kuat. Jika nilainya mendekati  $0$ , maka hubungan keeratan dua variabel semakin lemah. Berikut ini adalah interpretasi besarnya nilai koefisien korelasi.

Tabel 6. Pedoman Penafsiran Koefisien

Interval Korelasi	Korelasi Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, 2016

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian mengenai Pengaruh Penggunaan ChatGPT Terhadap Kualitas Informasi Pada Mahasiswa Fisipol Universitas Medan Area, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Penggunaan ChatGPT memiliki pengaruh terhadap kualitas informasi pada mahasiswa Fisipol Universitas Medan Area. Penelitian yang dilakukan oleh penulis menghasilkan kesimpulan bahwa hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Hal ini terbukti melalui uji T bahwa  $12,892 > 1,987$  yang berarti hasil penelitian memiliki pengaruh yang signifikan. Dan Uji F yang dilakukan dengan nilai Fhitung sebesar 166,194 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari ( $<$ ) 0,05, maka diketahui bahwa Penggunaan ChatGPT mempunyai pengaruh terhadap Kualitas Informasi Mahasiswa Fisipol Universitas Medan Area. Dan uji *Pearson Product Moment* Diketahui nilai *Pearson Correlation* diperoleh sebesar 0,807, dikenakan menjadi 0,81 menandakan keeratan antar variabel memiliki korelasi yang sempurna.
2. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), variabel Penggunaan ChatGPT terhadap Kualitas Informasi sebesar 0,651 (65%). Sesuai dengan persyaratan pengambilan keputusan jika  $> 0,33$  tetapi  $< 0,67$ , maka pengaruh keeratannya bersifat moderat/*balance*. Uji hipotesis menunjukkan terdapat hubungan yang kuat di antara kedua variabel. Kemudian dikaitkan dengan teori literasi media bahwa penggunaan ChatGPT untuk mengakses informasi relevan dengan

kemampuan untuk mengakses media, untuk memahami dan mengevaluasi secara kritis media beserta konten-kontennya memiliki pengaruh sebesar 65% terhadap Kualitas Informasi Pada Mahasiswa Fisipol Universitas Medan Area.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai referensi untuk pengembangan ChatGPT, manfaat bagi mahasiswa, dan penelitian di masa depan:

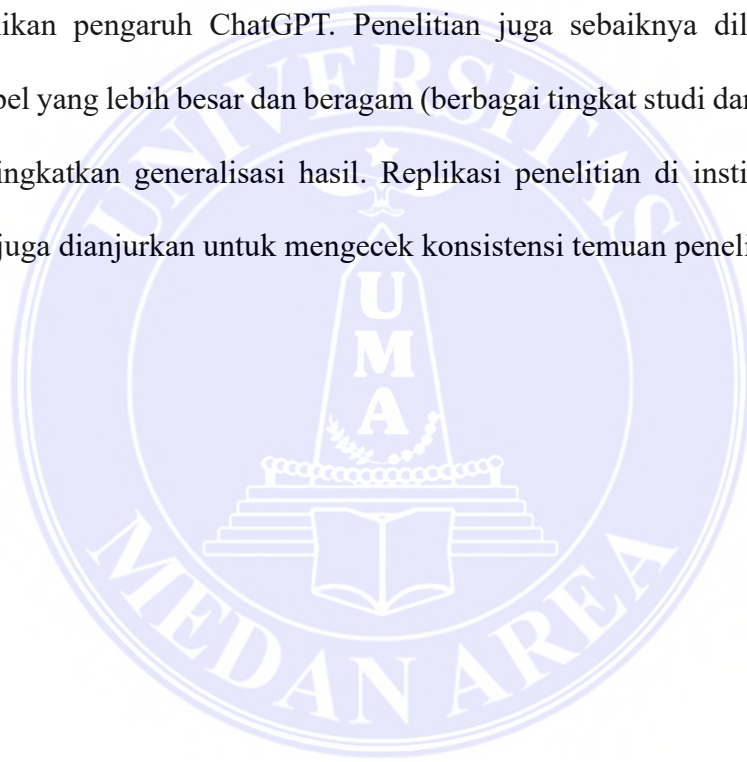
1. ChatGPT, sebagai model bahasa besar yang dikembangkan oleh OpenAI, memiliki kemampuan untuk menghasilkan teks, menerjemahkan bahasa, menulis berbagai jenis konten kreatif, dan menjawab pertanyaan secara informatif. Penelitian menunjukkan bahwa tingkat frekuensi setuju terhadap penggunaan ChatGPT dalam mencari informasi menunjukkan bahwa kualitas informasi yang diperoleh umumnya baik. Oleh karena itu, disarankan agar pengembangan ChatGPT fokus pada peningkatan kualitas data pelatihan dengan menggunakan sumber yang lebih terpercaya dan beragam, pengembangan algoritma yang lebih canggih untuk verifikasi fakta dan deteksi bias, serta penerapan mekanisme umpan balik untuk memperbaiki kesalahan dan meningkatkan performa ChatGPT secara berkelanjutan.

2. Penggunaan ChatGPT memiliki dampak signifikan sebesar 65% dengan kategori moderat atau seimbang, yang menunjukkan bahwa ChatGPT dapat diandalkan sebagai alat untuk mencari informasi bagi mahasiswa Fisipol. Mahasiswa diharapkan untuk lebih kritis dan bertanggung jawab saat menggunakan ChatGPT dalam mencari informasi. Selalu periksa sumber lain untuk memverifikasi keakuratan informasi dari ChatGPT, kembangkan



kemampuan berpikir kritis dan analisis informasi untuk menilai kualitas informasi secara mandiri, dan gunakan ChatGPT sebagai alat bantu pembelajaran untuk meningkatkan pemahaman materi kuliah.

3. Untuk penelitian berikutnya, disarankan agar penelitian diperluas untuk mengevaluasi dampak ChatGPT pada aspek lain dari kualitas informasi, seperti kelengkapan, objektivitas, dan keterbaruan. Selain itu, bandingkan hasil penelitian ini dengan platform pencarian informasi lainnya untuk melihat keunikan pengaruh ChatGPT. Penelitian juga sebaiknya dilakukan dengan sampel yang lebih besar dan beragam (berbagai tingkat studi dan jurusan) untuk meningkatkan generalisasi hasil. Replikasi penelitian di institusi pendidikan lain juga dianjurkan untuk mengecek konsistensi temuan penelitian ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Iisna Dwi'. (2023). *Dilema Chat Gpt Dalam Dunia Akademik*.
- Abraham, J. (2010). *Pharmaceuticalization of society in context: Theoretical, empirical and health dimensions*.
- Aiman, F., & Imas, K. (2023). *Tantangan Penggunaan ChatGPT dalam Pendidikan Ditinjau dari Sudut Pandang Moral*. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 5(1), 456–463.
- And, R. B. (2023). Exploring the implications of ChatGPT for language learning in higher education. *ERICR BaskaraIndonesian Journal of English Language Teaching and Applied Linguistics*, 2023•ERIC, 7(2), 343–358.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Baran, S. J. (2008). *Introduction to mass communication : media literacy and culture*. Boston : McGraw-Hill/Higher Education.
- Celot, P., & Pérez Tornero, J. M. (2009). *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels: A comprehensive view of the concept of media literacy and an understanding of how media literacy levels in Europe should be assessed*. *European Association for Viewers' Interests*, October, 1–92.
- Chaeruman, U. A. (2005). *Informasi Dan Komunikasi ( Tik ) Ke Dalam Proses Pembelajaran : Pustekom*, 16(ix), 46–59.
- Cotton, D. R. E. (2024). *Chatting and cheating: Ensuring academic integrity in the era of ChatGPT*. *Innovations in Education and Teaching International*, 61(2), 228–239.
- DeLone, W. H., & R. McLean, E. (2003). *Model of Information Systems Success*. *Journal of Management Information Systems*, 19.
- Dr. M. S., Edi Suryadi, (2019). *Metode Penelitian Komunikasi* (P. Latifah (ed.)). PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Dryden, G., & Vos, J. (1999). *The learning revolution : to change the way the world learns*. Torrance, Calif. : The Learning Web.
- Effendy, O. U. (1996). *Dimensi dimensi komunikasi*.
- Eke, D. O. (2023). ChatGPT and the rise of generative AI: Threat to academic integrity. *Journal of Responsible Technology*, 13(February)
- Eke, D. O. (2023). *ChatGPT and the rise of generative AI: Threat to academic integrity*. *JOURNAL OF RESPONSIBLE TECHNOLOGY (APR 2023)*, 13.

- Gabbiadini, A. (2023). *Does ChatGPT Pose a Threat to Human Identity? SSRN Electronic Journal*.
- Gane, N. &, & Beer, D. (2008). *New Media: The Key Concepts*. Berg, 2008.
- Gasser, U. (2017). *What Makes Information Valuable? Information Quality, Revisited*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*. Univ. Diponegoro Press.
- Ginting, R., Y, et al. (2021). *Etika Komunikasi dalam MEDIA SOSIAL : Saring Sebelum Sharing*. Penerbit Insania. Grup Publikasi Yayasan Insan Shodiqin Gunung Jati. Anggota IKAPI, 179.
- Haman, M., & Milan, Š. (2023). *Behind the ChatGPT Hype: Are Its Suggestions Contributing to Addiction? 51*, 1128–1129.
- Hauser, M. D. (1996). *The evolution of communication*. Cambridge, Mass. : MIT Press.
- Heryanto, G.G; Zarkasy, I. (2012). *Public relations politik*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2012.
- Holmes, D. (2005). *Communication Theory*. SAGE Publications, 2005.
- Jannah, K. A., et al. (2012). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF* (M. P. Nanda Saputra (ed.)). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI (026/DIA/2012).
- Jogiyanto. (2005). *Analisis & desain : sistem informasi : pendekatan terstruktur teori dan praktik aplikasi bisnis*. Yogyakarta : Andi Offset, 2005.
- Koltay, T. (2011). *The media and the literacies: Media literacy, information literacy, digital literacy*. *Media, Culture and Society*, 33(2), 211–221.
- Konsep Informasi dalam Perspektif Komunikasi*. (n.d.).
- Liliwiri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*.
- Losee, R. M. (n.d.). *Communication Defined as Complementary Informative Processes*.
- M. Yusup, P. (2022). *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan: (2nd ed.)*. Bumi Aksara, 2022.
- Madcoms. (2015). *Mudah menggunakan internet untuk pemula*. Yogyakarta : Andi, 2015 ©2015 pada MADCOMS.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*.

- Mulyana, D. (2004). *Komunikasi efektif: suatu pendekatan lintasbudaya*. Remaja Rosdakarya, 2004.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Kencana Prenada Media.
- O'Brien, J. A, et al. (2014). *Sistem informasi manajemen* (9th ed.). Jakarta : Salemba Empat, 2014.
- Potter's, W. J. (2013). *Media Literacy*. SAGE Publications, 2013.
- Putra. (2020). *PENGERTIAN INFORMASI: Fungsi, Konsep Dasar & Jenis Jenisnya*.
- Quinio, B., & Bidan, M. (2023). *CHATGPT VA-T-IL DISRUPTER L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR*. 7.
- Regalia, J. (2023). *Using ChatGPT in legal writing*.
- S. Carr, A., & Kaynak, H. (2007). Communication methods, information sharing, supplier development and performance: An empirical study of their relationships. *International Journal of Operations & Production Management*.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa, et al. (2014). *Teori Komunikasi* (3rd ed.).
- Setiawan, A., & Luthfiyani, U. K. (2023). *Penggunaan ChatGPT Untuk Pendidikan di Era Education 4.0: Usulan Inovasi Meningkatkan Keterampilan Menulis*. *JURNAL PETISI (Pendidikan Teknologi Informasi)*, 4(1), 49–58.
- E, Sholihatin, et al. (2023). *Pemanfaatan Teknologi Chat GPT dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di Era Digital pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur*. *Jurnal Tuah Pendidikan Dan Pengajaran Bahasa*, 5(1), 1–10.
- Sugiana, Dadang, et al. (2019). *KOMUNIKASI DALAM MEDIA DIGITAL* (G. S. F. Junaedi Fajar (ed.); 1st ed.). Buku Litera Yogyakarta.
- SÜRÜCÜ, L., & MASLAKÇI, A. (2020). *Validity and Reliability in Quantitative Research*. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(3), 2694–2726.
- Tlili, A., et al. (2023). *What if the devil is my guardian angel: ChatGPT as a case study of using chatbots in education*. *Smart Learning Environments*, 10(1).



## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

#### **Pengaruh Penggunaan ChatGPT Terhadap Kualitas Informasi Pada Mahasiswa Fisipol Universitas Medan Area**

Kepada Yth, Saudara/i Responden Dengan Hormat, Perkenalkan nama saya Alicia Fazira Mahasiswa Universitas Medan Area, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi. Saat ini saya sedang melaksanakan sebuah penelitian untuk menyusun penulisan Skripsi dengan judul "Penggunaan ChatGPT Terhadap Kualitas Informasi Pada Mahasiswa Fisipol Universitas Medan Area" Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana. Sehubungan dengan itu, saya memohon kepada Saudara/i untuk bersedia mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya. Informasi yang Saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya untuk menyelesaikan penelitian ini. Atas kesediaan dan partisipasi Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

#### **KRITERIA RESPONDEN**

1. Mahasiswa Fisipol Universitas Medan Area
2. Pernah menggunakan ChatGPT

#### **I. DATA RESPONDEN**

Nama :  
Program Studi : Ilmu Komunikasi/Administrasi Publik/Ilmu Pemerintahan  
Stambuk : 2020/2021/2022/2023

#### **II. PETUNJUK PENGISIAN**

Pada bagian ini teman-teman dapat menjawab dengan jujur sesuai petunjuk berikut :

- 4 = SANGAT SETUJU  
3 = SETUJU  
2 = TIDAK SETUJU  
1 = SANGAT TIDAK SETUJU



### III. DAFTAR PERTANYAAN

#### Penggunaan ChatGPT (X)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
<b>Use Skills (Kemampuan Menggunakan)</b>					
1	Saya sering menggunakan ChatGPT untuk mencari informasi terkait mata kuliah di Fisipol Universitas Medan Area				
2	Saya merasa mudah menggunakan ChatGPT untuk mencari informasi & menavigasi antar menu dan fitur di ChatGPT				
3	ChatGPT dapat menghasilkan informasi yang relevan dan bermanfaat bagi saya.				
4	ChatGPT memahami instruksi yang saya berikan dengan baik.				
<b>(Critical Understanding) Pemahaman Kritis</b>					
1	Saya menggunakan ChatGPT untuk membantu saya berpikir kritis dan menganalisis informasi secara mandiri.				
2	Saya dapat membedakan dengan baik antara fakta dan opini dalam informasi yang dihasilkan oleh ChatGPT.				
3	Saya memverifikasi informasi yang dihasilkan oleh ChatGPT dengan sumber lain sebelum menggunakannya relevan dan bermanfaat bagi saya.				
4	Penggunaan ChatGPT membantu saya untuk menjadi lebih kritis dan skeptis terhadap informasi yang saya temukan secara online.				
<b>(Communicative Abilities) Kemampuan Komunikasi</b>					
1	Saya sering menggunakan ChatGPT untuk membantu menjelaskan informasi kepada orang lain				
2	Saya merasa bahwa penggunaan ChatGPT membantu untuk menjelaskan informasi dengan lebih jelas dan efektif				
3	Saya merasa bahwa penggunaan ChatGPT membantu untuk membangun argumen yang lebih kuat dan logis				
4	Saya merasa bahwa penggunaan ChatGPT membantu untuk menghasilkan tulisan yang lebih terstruktur, koheren, dan mudah dipahami				

### Kualitas Informasi (Y)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
<b>(Relevancy) Relevan</b>					
1	Saya merasa informasi yang dihasilkan oleh ChatGPT sesuai dengan kebutuhan saya				
2	Saya merasa bahwa informasi yang dihasilkan oleh ChatGPT relevan dengan topik yang saya cari				
3	Saya merasa bahwa informasi yang dihasilkan oleh ChatGPT cukup lengkap untuk memenuhi kebutuhan saya				
4	Saya menemukan informasi yang dihasilkan oleh ChatGPT relevan dengan konteks di mana saya menemukannya				
<b>(Accuracy) Akurat</b>					
1	Informasi yang dihasilkan oleh ChatGPT sesuai dengan fakta yang saya ketahui				
2	Informasi yang dihasilkan oleh ChatGPT konsisten dengan informasi dari sumber lain yang saya anggap kredibel				
3	Informasi yang dihasilkan oleh ChatGPT didukung oleh bukti empiris yang kuat				
4	Saya jarang menemukan informasi yang salah atau menyesatkan dalam hasil ChatGPT.				
<b>(Timeliness) Tepat Waktu</b>					
1	Informasi yang dihasilkan oleh ChatGPT tersedia tepat pada saat saya membutuhkannya				
2	Saya jarang mengalami keterlambatan dalam mendapatkan informasi dari ChatGPT.				
3	Informasi yang dihasilkan oleh ChatGPT tersedia tepat waktu untuk memenuhi kebutuhan saya				
4	Penggunaan ChatGPT membantu saya mendapatkan informasi yang saya butuhkan dengan lebih cepat dan efisien.				
<b>(Reliability) Dapat Dipercaya</b>					
1	Saya mempercayai reputasi sumber informasi yang dihasilkan oleh ChatGPT				
2	Saya yakin bahwa informasi yang dihasilkan oleh ChatGPT ditulis oleh orang yang ahli di bidangnya				
3	Saya merasa informasi yang dihasilkan oleh ChatGPT objektif dalam penyampaiannya				
4	Penggunaan ChatGPT membantu saya untuk menemukan informasi yang lebih kredibel dan dapat diandalkan.				

## Lampiran 2. Jawaban Responden Pada Pra-Observasi Penelitian

No.	Time Stamp	Nama	Stambuk	Fakultas	Prodi	Apakah Kamu Pengguna Chatgpt Ai ? (Jawab Dengan Jujur)
1	11/11/2023 12:23:30	Ratika Sri Dewi	2020	Isipol	Administrasi Publik	Yes
2	11/11/2023 12:27:24	Zuhaira Fitri	2020	Isipol	Administrasi Publik	Yes
3	11/11/2023 12:34:11	Saroha David Silalahi	2020	Isipol	Administrasi Publik	Yes
4	11/11/2023 12:52:08	Sahrinal Tanjung	2020	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
5	11/11/2023 12:54:30	Citra Andini	2020	Isipol	Ilkom	Yes
6	11/11/2023 17:50:13	Ahmad Hasan Rifai	2020	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
7	17/11/2023 10:27:54	Avrilia Andini Nasution	2020	Isipol	Administrasi Publik	Yes
8	17/11/2023 10:28:32	Kornelius Amarcaditma Capah	2023	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
9	17/11/2023 10:32:40	Imelda Lidia Indriani Galingging	2020	Isipol	Administrasi Publik	Yes
10	17/11/2023 13:02:55	Mayang Puspita Sari	2020	Isipol	Administrasi Publik	Yes
11	17/11/2023 14:21:49	Rizky Asri Saputri	2020	Isipol	Administrasi Publik	Yes
12	17/11/2023 14:28:27	Ahmad Pahrur Rozi	2020	Isipol	Administrasi Publik	Yes
13	17/11/2023 15:14:38	Adelia Natacha	2020	Isipol	Ilkom	Yes
14	17/11/2023 15:16:39	Froferi	2020	Isipol	Ilkom	Yes
15	17/11/2023 15:54:36	Jhodi Setiawan	2020	Isipol	Ilkom	Yes
16	17/11/2023 16:45:04	Cindy Aulia	2020	Isipol	Administrasi Publik	Yes
17	17/11/2023 17:13:57	Wulan Sari	2020	Isipol	Administrasi Publik	Yes
18	17/11/2023 17:18:59	Helena Kurnia Wati Lase	2020	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes

19	17/11/2023 17:20:07	Betaria Lumban Gaol	2022	Isipol	Administrasi Publik	Yes
20	17/11/2023 17:20:20	Nadiya Ramadani	2023	Isipol	Administrasi Publik	Yes
21	17/11/2023 17:24:10	Ridwan Telaumbanua	2020	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
22	17/11/2023 17:26:56	Dewi Fortuna	2020	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
23	17/11/2023 17:43:59	Firmansyah Putra Lubis	2020	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
24	17/11/2023 17:47:54	Yosua Stefanus Febrian	2020	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
25	17/11/2023 17:59:12	Rizki Syahputra Siboro	2020	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
26	17/11/2023 18:06:29	Sagiandani Harahap	2020	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
27	17/11/2023 18:31:59	Dedi Setiawan	2020	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
28	17/11/2023 18:44:31	Wahyu Persada	2020	Isipol	Ilkom	Yes
29	17/11/2023 18:46:22	Rosanni	2020	Isipol	Ilkom	Yes
30	17/11/2023 19:59:11	Cellyn Christina	2020	Isipol	Ilkom	Yes
31	17/11/2023 20:42:07	Kiki Irsani Laia	2020	Isipol	Ilkom	Yes
32	17/11/2023 21:04:20	Fitriani Purba	2020	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
33	17/11/2023 21:16:19	Muhammad Agung Bey	2020	Isipol	Ilkom	Yes
34	17/11/2023 21:40:36	Riska Theresia Sihombing	2020	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
35	17/11/2023 23:58:51	Frans Michael Samosir	2020	Isipol	Ilkom	Yes
36	18/11/2023 07:53:21	Vince Trisnayanti Lase	2020	Isipol	Administrasi Publik	Yes
37	18/11/2023 11:28:36	Fitri Lestari	2020	Isipol	Administrasi Publik	Yes
38	18/11/2023 11:42:29	Yohana Houtsma Siboro	2020	Isipol	Administrasi Publik	Yes
39	18/11/2023 11:51:07	Shinta Sartika	2020	Isipol	Administrasi Publik	Yes
40	18/11/2023 11:53:21	Bella Carolina Br Pandiangan	2020	Isipol	Administrasi Publik	Yes

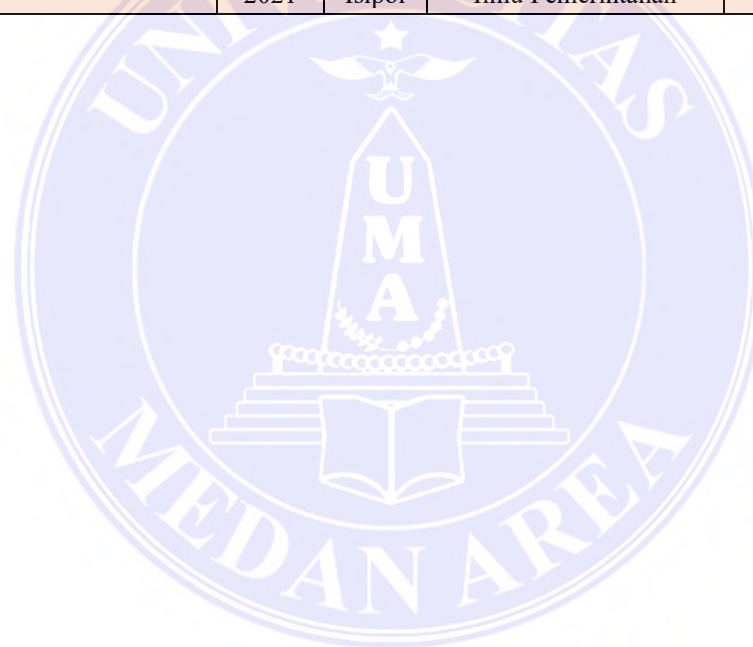
41	18/11/2023 13:01:52	Melysa Febi Maria Tobing	2021	Isipol	Administrasi Publik	Yes
42	18/11/2023 13:02:59	Aulia	2021	Isipol	Administrasi Publik	Yes
43	18/11/2023 13:07:29	Devi Riani	2020	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
44	18/11/2023 13:08:45	Ahmad Hasan Rifai	2020	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
45	18/11/2023 13:10:04	Helena Kurnia Wati Lase	2020	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
46	18/11/2023 13:12:48	Widya	2020	Isipol	Ilkom	Yes
47	18/11/2023 13:19:25	Dwito Novriansyah	2020	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
48	18/11/2023 13:28:04	Sofia Lusianna Berasa	2020	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
49	18/11/2023 13:34:52	Yogi Ripaldo	2021	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
50	18/11/2023 13:36:12	Silvi Salsa Bila	2021	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
51	18/11/2023 13:40:29	Ayu Annisa Fitri Simanungkalit	2021	Isipol	Administrasi Publik	Yes
52	18/11/2023 13:41:24	Sri Widiasti	2020	Isipol	Ilkom	Yes
53	18/11/2023 13:42:25	Anita Br Tumangger	2021	Isipol	Administrasi Publik	Yes
54	18/11/2023 13:44:00	Zulva Elvia	2021	Isipol	Administrasi Publik	Yes
55	18/11/2023 13:49:09	Venica Agnes	2021	Isipol	Administrasi Publik	Yes
56	18/11/2023 14:07:34	Venica Agnes	2021	Isipol	Administrasi Publik	Yes
57	18/11/2023 14:13:50	Ade Miranda Br Ketaren	2022	Isipol	Administrasi Publik	Yes
58	18/11/2023 14:15:07	Bulan Suci Hasibuan	2022	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
59	18/11/2023 14:16:04	Nur Syahfina Sitompul	2022	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
60	18/11/2023 14:43:09	Nabila	2020	Isipol	Ilkom	Yes
61	18/11/2023 15:00:24	Adrian Andaresta Hutabarat	2022	Isipol	Administrasi Publik	Yes



62	18/11/2023 15:07:33	Ade Khairina Nasution	2021	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
63	18/11/2023 15:50:50	M. Aqif	2022	Isipol	Ilkom	Yes
64	18/11/2023 16:27:07	Putri Mahdalena Tamsar	2021	Isipol	Ilkom	Yes
65	18/11/2023 16:55:21	Daniel Kristian Waruwu	2021	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
66	18/11/2023 20:17:37	Viohana Maria Simangunsong	2021	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
67	18/11/2023 20:26:45	Agnes Claudia Br LumbanGaol	2022	Isipol	Administrasi Publik	Yes
68	18/11/2023 20:31:43	Febih Miranda	2022	Isipol	Ilkom	Yes
69	18/11/2023 20:31:49	Juan Carlos Sebastian S	2021	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
70	18/11/2023 21:10:50	Aulia Febriana	2023	Isipol	Ilkom	Yes
71	18/11/2023 21:22:42	Salsabilla Rizquita	2023	Isipol	Ilkom	Yes
72	18/11/2023 21:45:05	Alfa Jaya Nadeak	2022	Isipol	Administrasi Publik	Yes
73	18/11/2023 21:46:02	Jeklin Monalisa Sianturi	2022	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
74	18/11/2023 21:47:07	Melati Sumbayak	2022	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
75	19/11/2023 09:34:01	Felly Angelia Upanidoa Sitorus	2022	Isipol	Ilkom	Yes
76	19/11/2023 10:48:43	Liza Umami	2021	Isipol	Ilkom	Yes
77	19/11/2023 11:02:05	Mery Natalia Sitanggang	2022	Isipol	Ilkom	Yes
78	19/11/2023 20:00:22	Nurul Adelia Putri	2022	Isipol	Ilkom	Yes
79	19/11/2023 20:03:43	Jelita Silitonga	2023	Isipol	Ilkom	Yes
80	19/11/2023 20:05:33	Putri Kanaya Salsabila	2022	Isipol	Ilkom	Yes
81	20/11/2023 13:12:19	Tommy Prasetya	2021	Isipol	Ilkom	Yes
82	20/11/2023 16:08:29	Salsabila A. Nasution	2022	Isipol	Ilkom	Yes

83	20/11/2023 23:57:16	Fadhly Ardiansyah	2022	Isipol	Ilkom	Yes
84	20/11/2023 23:57:48	Mawaddah Fiwaradita	2021	Isipol	Ilkom	Yes
85	20/11/2023 23:58:05	Nasywa Sabitah	2021	Isipol	Ilkom	Yes
86	20/11/2023 23:58:13	Englis	2021	Isipol	Ilkom	Yes
87	20/11/2023 23:58:34	Nadia Valeri Sinaga	2022	Isipol	Ilkom	Yes
88	20/11/2023 23:58:37	Putri Dera Ananda	2022	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
89	20/11/2023 23:59:03	Malem Syahfitri Samura	2022	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
90	20/11/2023 23:59:19	Alya Dwi Alanti	2022	Isipol	Administrasi Publik	Yes
91	20/11/2023 23:59:35	Anjelina	2022	Isipol	Administrasi Publik	Yes
92	21/11/2023 00:00:01	Nadiya Ramadani	2023	Isipol	Administrasi Publik	Yes
93	21/11/2023 00:00:26	Mirayani Saragih	2023	Isipol	Administrasi Publik	Yes
94	21/11/2023 00:00:42	Rosalin Purba	2023	Isipol	Administrasi Publik	Yes
95	21/11/2023 00:00:50	Asni Elvy Bresly	2023	Isipol	Administrasi Publik	Yes
96	21/11/2023 00:01:13	Pedima Prima Ginting	2021	Isipol	Administrasi Publik	Yes
97	21/11/2023 00:01:17	Tamara Johanna	2021	Isipol	Administrasi Publik	Yes
98	21/11/2023 00:01:41	Ramadhani	2021	Isipol	Administrasi Publik	Yes
99	21/11/2023 00:02:04	Aqila Adwa Ulaya	2022	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
100	21/11/2023 00:03:02	M. Rizki Andika	2022	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
101	21/11/2023 00:03:28	Rismana Putra	2022	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
102	21/11/2023 00:03:50	Erika BR Aruan	2022	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
103	21/11/2023 00:04:12	Silvester Onekhesi	2020	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
104	21/11/2023 00:04:15	Hafianus Ndruru	2021	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes

105	21/11/2023 00:04:37	Kahfi Wima	2021	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
106	21/11/2023 00:04:59	Wahyu Andika	2020	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
107	21/11/2023 00:05:24	Novita Ratna Sari	2020	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
108	21/11/2023 00:05:43	Ebe Sukanta	2022	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
109	21/11/2023 00:06:15	Willy Sardo	2021	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes
110	21/11/2023 00:06:42	Yakob Madarantoz	2021	Isipol	Ilmu Pemerintahan	Yes



### Lampiran 3. Jawaban Responden Pada Variabel Penggunaan ChatGPT (X)

No	Nama	Program Studi	Stambuk	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	Total
1	Rosanni Rismayati Aruan	Ilmu Komunikasi	2020	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
2	Froferly Nainggolan	Ilmu Komunikasi	2020	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	45
3	Kiki Irsani Laia	Ilmu Komunikasi	2020	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	41
4	Muhammad Agung Bey	Ilmu Komunikasi	2020	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	32
5	Frans Michael Samosir	Ilmu Komunikasi	2020	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	34
6	Widya	Ilmu Komunikasi	2020	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3	34
7	Citra Andini	Ilmu Komunikasi	2020	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	30
8	Adelia Natacha	Ilmu Komunikasi	2020	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	33
9	Wahyu Persada Putra	Ilmu Komunikasi	2020	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	2	4	43
10	Sri Widiasti	Ilmu Komunikasi	2020	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	2	2	39
11	Nabila	Ilmu Komunikasi	2020	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	33
12	M. Aqif	Ilmu Komunikasi	2020	3	4	4	2	4	4	2	3	3	3	3	3	38
13	Cellyn	Ilmu Komunikasi	2020	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
14	Dwito Novriansyah	Ilmu Pemerintahan	2020	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	45
15	Sagiandani	Ilmu Pemerintahan	2020	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	44
16	Nurul Adelia Putri	Ilmu Komunikasi	2022	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	44
17	Dwito Novriansyah	Ilmu Pemerintahan	2020	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	45
18	Sagiandani	Ilmu Pemerintahan	2020	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	44
19	Ade Khairina	Ilmu Pemerintahan	2021	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	46
20	Tiur Jeliana	Administrasi Publik	2023	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	39
21	Nur Syahfina	Ilmu Pemerintahan	2022	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	43
22	Tommy Prasetya	Ilmu Komunikasi	2021	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	43
23	Dedi Setiawan	Ilmu Pemerintahan	2020	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	41
24	Ratika Tri Asih	Administrasi Publik	2020	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	42
25	Ayu Annisa Fitri Simanungkalit	Administrasi Publik	2021	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	45
26	Firmansyah	Ilmu Pemerintahan	2020	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	46
27	Bulan Suci	Ilmu Pemerintahan	2022	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	45
28	Yuni Penilius	Ilmu Pemerintahan	2023	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	43
29	Mayang	Administrasi Publik	2020	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	29

30	Avrilia Andini	Administrasi Publik	2020	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	40
31	Nadiya Ramadani	Administrasi Publik	2023	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	3	19
32	Ridwan	Ilmu Pemerintahan	2020	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	44
33	Mery Natalia Sitanggang	Ilmu Komunikasi	2022	2	4	3	3	3	4	2	4	2	2	2	4	35
34	Aulia Febriana	Ilmu Komunikasi	2023	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	2	37
35	Sahrinal	Ilmu Pemerintahan	2020	3	4	3	2	4	4	3	4	4	3	4	4	42
36	Ade Miranda	Administrasi Publik	2022	2	4	2	4	3	3	3	4	4	3	4	3	39
37	Adrian Hutabarat	Administrasi Publik	2022	2	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3	4	40
38	Jelita Silitonga	Ilmu Komunikasi	2023	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	42
39	Fitriani Purba	Ilmu Pemerintahan	2020	4	2	3	4	3	3	2	4	3	2	3	2	35
40	Nadia Valerina Sinaga	Ilmu Komunikasi	2022	2	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	42
41	Yosua Stefanus Naibaho	Ilmu Pemerintahan	2020	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	45
42	Mawaddah Fiwaradita	Ilmu Komunikasi	2021	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	42
43	Zulva Elvia	Administrasi Publik	2021	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	43
44	Novan Adventus	Ilmu Pemerintahan	2023	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	42
45	Malem	Ilmu Pemerintahan	2022	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	44
46	Anjelina	Administrasi Publik	2022	4	4	4	3	3	2	3	4	3	3	4	3	40
47	Venica Agnes	Administrasi Publik	2021	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	43
48	M.Rizky Fadilla	Ilmu Pemerintahan	2023	3	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	4	39
49	Cindy Aulia	Administrasi Publik	2020	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	4	39
50	Saroha David	Administrasi Publik	2020	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	41
51	Yogi Ripaldo	Ilmu Pemerintahan	2021	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	40
52	Putri Kanaya Salsabila	Ilmu Komunikasi	2022	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	44
53	Rizki Syahputra	Ilmu Pemerintahan	2020	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	46
54	Felly Angelia Upanidoa Sitorus	Ilmu Komunikasi	2022	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	43
55	Anita	Administrasi Publik	2021	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	40
56	Silvi Salsa Bila	Ilmu Pemerintahan	2021	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	44
57	Bella Carolina	Administrasi Publik	2020	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	43
58	Mirayani Saragih	Administrasi Publik	2023	4	4	2	3	1	4	4	4	3	4	4	4	41
59	Alya Dwi Alanti	Administrasi Publik	2022	1	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	43
60	Salsabilla Rizquita	Ilmu Komunikasi	2023	2	3	4	4	3	1	4	4	4	4	4	4	41
61	Ahmad Pahrur Rozi	Administrasi Publik	2020	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	43



62	Viohana Maria Simangunsong	Ilmu Pemerintahan	2021	2	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	3	40
63	Fadhly Ardiansyah	Ilmu Komunikasi	2022	4	4	3	2	4	4	3	4	4	3	4	4	43
64	Shinta Sartika	Administrasi Publik	2020	4	3	3	4	3	1	2	3	3	2	2	2	32
65	Devi Riani	Ilmu Pemerintahan	2020	4	2	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	41
66	Vince Trisnayanti	Administrasi Publik	2020	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
67	Dewi Fortuna	Ilmu Pemerintahan	2020	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	2	3	39
68	Sherly Amanda Yusuf	Ilmu Komunikasi	2021	2	4	3	4	2	4	3	4	3	3	3	3	38
69	Melysa Febi	Administrasi Publik	2021	1	2	3	3	4	4	3	4	2	3	3	2	34
70	Fitri Lestari	Administrasi Publik	2020	4	1	3	4	2	4	2	3	4	2	4	2	35
71	Nasywa Sabitah	Ilmu Komunikasi	2021	2	4	4	3	4	4	2	3	4	2	3	4	39
72	Ahmad Hasan	Ilmu Pemerintahan	2020	4	4	4	3	3	2	4	3	2	4	2	3	38
73	Salsabila A. Nasution	Ilmu Komunikasi	2022	4	4	2	3	3	3	3	3	4	3	4	2	38
74	Helena Kurnia	Ilmu Pemerintahan	2020	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	3	3	42
75	Wulan Sari	Administrasi Publik	2020	4	4	3	4	1	3	3	4	3	3	3	3	38
76	Yohana Houtsma	Administrasi Publik	2020	1	3	4	3	3	2	2	3	4	2	4	3	34
77	Riska Theresia	Ilmu Pemerintahan	2020	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	36
78	Rizky	Administrasi Publik	2020	4	4	4	3	4	2	3	4	2	3	4	2	39
79	Putri Dera Ananda	Ilmu Pemerintahan	2022	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	3	43
80	Jeklin Monalisa	Ilmu Pemerintahan	2022	4	4	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	44
81	Daniel Kristian	Ilmu Pemerintahan	2021	2	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	41
82	Zuhaira	Administrasi Publik	2020	4	4	4	4	3	4	3	2	1	3	4	1	37
83	Agnes Claudia	Administrasi Publik	2022	2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	42
84	Imelda Lidia Galingging	Administrasi Publik	2020	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	42
85	Alfa Jaya Nadeak	Administrasi Publik	2022	4	4	3	4	3	4	3	2	4	3	3	3	40
86	Betaria Lumban Gaol	Administrasi Publik	2022	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	37
87	Kornelius Amarcaditma	Ilmu Pemerintahan	2022	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	44
88	Liza Umami	Ilmu Komunikasi	2021	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	44
89	Melati Sumbayak	Ilmu Pemerintahan	2022	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	46
90	Sofia Lusiana Berasa	Ilmu Pemerintahan	2020	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	45
91	Juan Carlos	Ilmu Pemerintahan	2021	3	3	3	3	3	4	4	4	2	2	3	2	36

## Lampiran 4. Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Informasi (Y)

No	Nama	Program Studi	Stambuk	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 10	Y 11	Y 12	Y 13	Y 14	Y 15	Y 16	Total
1	Rosanni Rismayati Aruan	Ilmu Komunikasi	2020	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	49
2	Froferly Nainggolan	Ilmu Komunikasi	2020	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	49
3	Kiki Irsani Laia	Ilmu Komunikasi	2020	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	54
4	Muhammad Agung Bey	Ilmu Komunikasi	2020	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
5	Frans Michael Samosir	Ilmu Komunikasi	2020	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
6	Widya	Ilmu Komunikasi	2020	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	44
7	Citra Andini	Ilmu Komunikasi	2020	3	2	1	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	34
8	Adelia Natacha	Ilmu Komunikasi	2020	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
9	Wahyu Persada Putra	Ilmu Komunikasi	2020	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32
10	Sri Widiasti	Ilmu Komunikasi	2020	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	4	46	
11	Nabila	Ilmu Komunikasi	2020	3	4	4	3	2	3	3	2	4	3	3	3	4	3	2	2	48
12	M. Aqif	Ilmu Komunikasi	2020	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	2	3	3	47
13	Cellyn	Ilmu Komunikasi	2020	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
14	Dwito Novriansyah	Ilmu Pemerintahan	2020	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	61
15	Sagiandani	Ilmu Pemerintahan	2020	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	57
16	Nurul Adelia Putri	Ilmu Komunikasi	2022	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	59
17	Dwito Novriansyah	Ilmu Pemerintahan	2020	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	61
18	Sagiandani	Ilmu Pemerintahan	2020	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	57
19	Ade Khairina	Ilmu Pemerintahan	2021	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	62
20	Tiur Jeliana	Administrasi Publik	2023	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	52
21	Nur Syahfina	Ilmu Pemerintahan	2022	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	58
22	Tommy Prasetya	Ilmu Komunikasi	2021	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	57
23	Dedi Setiawan	Ilmu Pemerintahan	2020	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	56
24	Ratika Tri Asih	Administrasi Publik	2020	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	56
25	Ayu Annisa Fitri Simanungkalit	Administrasi Publik	2021	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	60
26	Firmansyah	Ilmu Pemerintahan	2020	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	61
27	Bulan Suci	Ilmu Pemerintahan	2022	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	60
28	Yuni Penilus	Ilmu Pemerintahan	2023	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	57

29	Mayang	Administrasi Publik	2020	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	37
30	Avrilia Andini	Administrasi Publik	2020	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	54
31	Nadiya Ramadani	Administrasi Publik	2023	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	3	2	1	1	2	24	
32	Ridwan	Ilmu Pemerintahan	2020	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	58	
33	Mery Natalia Sitanggang	Ilmu Komunikasi	2022	2	4	3	3	3	4	2	4	2	2	2	4	2	4	3	47	
34	Aulia Febriana	Ilmu Komunikasi	2023	4	3	3	2	4	3	3	2	3	3	4	2	4	3	3	49	
35	Sahrinal	Ilmu Pemerintahan	2020	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	56	
36	Ade Miranda	Administrasi Publik	2022	2	4	2	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	4	2	50	
37	Adrian Hutabarat	Administrasi Publik	2022	2	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	2	4	4	54	
38	Jelita Silitonga	Ilmu Komunikasi	2023	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	55	
39	Fitriani Purba	Ilmu Pemerintahan	2020	4	2	3	4	3	3	2	4	3	2	3	2	4	2	3	48	
40	Nadia Valerina Sinaga	Ilmu Komunikasi	2022	2	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	2	4	4	55	
41	Yosua Stefanus Naibaho	Ilmu Pemerintahan	2020	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	60	
42	Mawaddah Fiwaradita	Ilmu Komunikasi	2021	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	56	
43	Zulva Elvia	Administrasi Publik	2021	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	57	
44	Novan Adventus	Ilmu Pemerintahan	2023	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	56	
45	Malem	Ilmu Pemerintahan	2022	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	59	
46	Anjelina	Administrasi Publik	2022	4	4	4	3	3	2	3	4	3	3	4	3	4	4	4	55	
47	Venica Agnes	Administrasi Publik	2021	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	58	
48	M.Rizky Fadilla	Ilmu Pemerintahan	2023	3	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	4	3	4	3	52	
49	Cindy Aulia	Administrasi Publik	2020	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4	53	
50	Saroha David	Administrasi Publik	2020	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	55	
51	Yogi Ripaldo	Ilmu Pemerintahan	2021	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	54	
52	Putri Kanaya Salsabila	Ilmu Komunikasi	2022	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	59	
53	Rizki Syahputra	Ilmu Pemerintahan	2020	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	62	
54	Felly Angelia Upanidoa Sitorus	Ilmu Komunikasi	2022	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	57	
55	Anita	Administrasi Publik	2021	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	54	
56	Silvi Salsa Bila	Ilmu Pemerintahan	2021	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	57	
57	Bella Carolina	Administrasi Publik	2020	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	58	
58	Mirayani Saragih	Administrasi Publik	2023	4	4	2	3	1	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	54	
59	Alya Dwi Alanti	Administrasi Publik	2022	1	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	4	3	55	
60	Salsabilla Rizquita	Ilmu Komunikasi	2023	2	3	4	4	3	1	4	4	4	4	4	4	2	3	4	54	

61	Ahmad Pahrur Rozi	Administrasi Publik	2020	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	55
62	Viohana Maria Simangunsong	Ilmu Pemerintahan	2021	2	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	51
63	Fadhly Ardiansyah	Ilmu Komunikasi	2022	4	4	3	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	56
64	Shinta Sartika	Administrasi Publik	2020	4	3	3	4	3	1	2	3	3	2	2	2	4	3	3	4	46
65	Devi Riani	Ilmu Pemerintahan	2020	4	2	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	2	3	4	54
66	Vince Trisnayanti	Administrasi Publik	2020	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	50
67	Dewi Fortuna	Ilmu Pemerintahan	2020	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	2	3	4	3	3	3	52
68	Sherly Amanda Yusuf	Ilmu Komunikasi	2021	2	4	3	4	2	4	3	4	3	3	3	3	2	4	3	4	51
69	Melysa Febi	Administrasi Publik	2021	1	2	3	3	4	4	3	4	2	3	3	2	1	2	3	3	43
70	Fitri Lestari	Administrasi Publik	2020	4	1	3	4	2	4	2	3	4	2	4	2	4	1	3	4	47
71	Nasywa Sabitah	Ilmu Komunikasi	2021	2	4	4	3	4	4	2	3	4	2	3	4	2	4	4	3	52
72	Ahmad Hasan	Ilmu Pemerintahan	2020	4	4	4	3	3	2	4	3	2	4	2	3	4	4	4	3	53
73	Salsabila A. Nasution	Ilmu Komunikasi	2022	4	4	2	3	3	3	3	3	4	3	4	2	4	4	2	3	51
74	Helena Kurnia	Ilmu Pemerintahan	2020	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	3	3	4	4	4	3	57
75	Wulan Sari	Administrasi Publik	2020	4	4	3	4	1	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	53
76	Yohana Houtsma	Administrasi Publik	2020	1	3	4	3	3	2	2	3	4	2	4	3	1	3	4	3	45
77	Riska Theresia	Ilmu Pemerintahan	2020	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	49
78	Rizky	Administrasi Publik	2020	4	4	4	3	4	2	3	4	2	3	4	2	4	4	4	3	54
79	Putri Dera Ananda	Ilmu Pemerintahan	2022	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	3	4	58
80	Jeklin Monalisa	Ilmu Pemerintahan	2022	4	4	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	58
81	Daniel Kristian	Ilmu Pemerintahan	2021	2	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	2	3	3	3	52
82	Zuhaira	Administrasi Publik	2020	4	4	4	4	3	4	3	2	1	3	4	1	4	4	4	4	53
83	Agnes Claudia	Administrasi Publik	2022	2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	2	4	4	4	56
84	Imelda Lidia Galingging	Administrasi Publik	2020	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	57
85	Alfa Jaya Nadeak	Administrasi Publik	2022	4	4	3	4	3	4	3	2	4	3	3	3	4	4	3	4	55
86	Betaria Lumban Gaol	Administrasi Publik	2022	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	52
87	Kornelius Amarcaditma	Ilmu Pemerintahan	2022	4	3	4	4	3	4	4	1	2	4	1	1	3	2	3	4	47
88	Liza Umami	Ilmu Komunikasi	2021	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	55
89	Melati Sumbayak	Ilmu Pemerintahan	2022	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	56
90	Sofia Lusiana Berasa	Ilmu Pemerintahan	2020	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	58
91	Juan Carlos	Ilmu Pemerintahan	2021	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2	3	2	3	3	3	4	47



## Lampiran 5. Output Hasil Uji Validitas Variabel X

Correlations														
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	Total	
X1.1	Pearson Correlation	1	.021	.184	.204	.190	.136	.247*	.055	.127	.283**	.193	-.040	.433**
	Sig. (2-tailed)		.841	.081	.052	.071	.197	.018	.607	.231	.006	.066	.710	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X1.2	Pearson Correlation	.021	1	.286**	.157	.306**	.172	.242*	.280**	.140	.335**	.161	.224*	.504**
	Sig. (2-tailed)	.841		.006	.138	.003	.102	.021	.007	.185	.001	.128	.033	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X1.3	Pearson Correlation	.184	.286**	1	.238*	.458**	.112	.167	.212*	.143	.272**	.158	.158	.520**
	Sig. (2-tailed)	.081	.006		.023	.000	.291	.114	.043	.177	.009	.134	.134	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X1.4	Pearson Correlation	.204	.157	.238*	1	.080	.064	.261*	.174	.215*	.307**	.153	-.115	.408**
	Sig. (2-tailed)	.052	.138	.023		.451	.546	.013	.099	.041	.003	.147	.278	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X1.5	Pearson Correlation	.190	.306**	.458**	.080	1	.296**	.226*	.218*	.245*	.289**	.194	.251*	.591**
	Sig. (2-tailed)	.071	.003	.000	.451	.004	.031	.038	.019	.006	.065	.017	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X1.6	Pearson Correlation	.136	.172	.112	.064	.296**	1	.239*	.251*	.178	.234*	.189	.198	.485**
	Sig. (2-tailed)	.197	.102	.291	.546	.004		.022	.016	.091	.026	.073	.061	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X1.7	Pearson Correlation	.247*	.242*	.167	.261*	.226*	.239*	1	.211*	.181	.869**	.232*	.250*	.625**
	Sig. (2-tailed)	.018	.021	.114	.013	.031	.022		.045	.085	.000	.027	.017	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X1.8	Pearson Correlation	.055	.280**	.212*	.174	.218*	.251*	.211*	1	.176	.259*	.293**	.356**	.530**
	Sig. (2-tailed)	.607	.007	.043	.099	.038	.016	.045		.096	.013	.005	.001	.000



N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X1.9 Pearson Correlation	.127	.140	.143	.215*	.245*	.178	.181	.176	1	.325**	.517**	.371**	.569**
X1.9 Sig. (2-tailed)	.231	.185	.177	.041	.019	.091	.085	.096		.002	.000	.000	.000
X1.9 N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X1.10 Pearson Correlation	.283**	.335**	.272**	.307**	.289**	.234*	.869**	.259*	.325**	1	.305**	.292**	.728**
X1.10 Sig. (2-tailed)	.006	.001	.009	.003	.006	.026	.000	.013	.002		.003	.005	.000
X1.10 N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X1.11 Pearson Correlation	.193	.161	.158	.153	.194	.189	.232*	.293**	.517**	.305**	1	.240*	.567**
X1.11 Sig. (2-tailed)	.066	.128	.134	.147	.065	.073	.027	.005	.000	.003		.022	.000
X1.11 N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X1.12 Pearson Correlation	-.040	.224*	.158	-.115	.251*	.198	.250*	.356**	.371**	.292**	.240*	1	.490**
X1.12 Sig. (2-tailed)	.710	.033	.134	.278	.017	.061	.017	.001	.000	.005	.022		.000
X1.12 N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Total Pearson Correlation	.433**	.504**	.520**	.408**	.591**	.485**	.625**	.530**	.569**	.728**	.567**	.490**	1
Total Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
Total N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed). **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).													

**Lampiran 6. Output Hasil Uji Validitas Variabel Y**

**Correlations**

	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.1 0	Y1.1 1	Y1.1 2	Y1.1 3	Y1.1 4	Y1.1 5	Y1.1 6	Total
Y1.1 Pearson Correlation	1	.040	.198	.226*	.151	.142	.305*	.053	.121	.284*	.168	-.013	.950*	.063	.209*	.214*	.493*
Y1.1 Sig. (2- tailed)		.705	.060	.031	.153	.179	.003	.619	.254	.006	.112	.901	.000	.554	.047	.042	.000
Y1.1 N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y1.2 Pearson Correlation	.040	1	.342*	.232*	.317*	.197	.367*	.290*	.266*	.366*	.245*	.280*	.108	.923*	.285*	.099	.596*
Y1.2 Sig. (2- tailed)	.705		.001	.027	.002	.062	.000	.005	.011	.000	.019	.007	.309	.000	.006	.353	.000
Y1.2 N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y1.3 Pearson Correlation	.198	.342*	1	.358*	.399*	.069	.324*	.211*	.221*	.322*	.175	.178	.261*	.325*	.924*	.219*	.614*
Y1.3 Sig. (2- tailed)	.060	.001		.000	.000	.515	.002	.045	.036	.002	.097	.092	.013	.002	.000	.037	.000
Y1.3 N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y1.4 Pearson Correlation	.226*	.232*	.358*	1	.133	.161	.358*	.200	.247*	.357*	.142	-.034	.257*	.216*	.316*	.775*	.533*

	Sig. (2-tailed)	.031	.027	.000		.210	.128	.000	.057	.018	.001	.178	.749	.014	.040	.002	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y1.5	Pearson Correlation	.151	.317*	.399*	.133	1	.258*	.295*	.204	.303*	.293*	.244*	.255*	.161	.317*	.475*	.102	.551*	
	Sig. (2-tailed)	.153	.002	.000	.210		.014	.005	.052	.004	.005	.020	.015	.128	.002	.000	.336	.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y1.6	Pearson Correlation	.142	.197	.069	.161	.258*	1	.300*	.123	.252*	.299*	.211*	.176	.134	.158	.068	.104	.408*	
	Sig. (2-tailed)	.179	.062	.515	.128	.014		.004	.245	.016	.004	.044	.096	.207	.135	.525	.328	.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y1.7	Pearson Correlation	.305*	.367*	.324*	.358*	.295*	.300*	1	.260*	.311*	.967*	.252*	.231*	.342*	.378*	.307*	.266*	.698*	
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.002	.000	.005	.004		.013	.003	.000	.016	.028	.001	.000	.003	.011	.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y1.8	Pearson Correlation	.053	.290*	.211*	.200	.204	.123	.260*	1	.281*	.238*	.413*	.403*	.129	.421*	.297*	.166	.525*	
	Sig. (2-tailed)	.619	.005	.045	.057	.052	.245	.013		.007	.023	.000	.000	.221	.000	.004	.116	.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91

Y1.9	Pearson Correlation	.121	.266*	.221*	.247*	.303*	.252*	.311*	.281*	1	.309*	.543*	.429*	.200	.273*	.208*	.164	.576*
	Sig. (2-tailed)	.254	.011	.036	.018	.004	.016	.003	.007		.003	.000	.000	.057	.009	.048	.120	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y1.10	Pearson Correlation	.284*	.366*	.322*	.357*	.293*	.299*	.967*	.238*	.309*	1	.248*	.208*	.323*	.358*	.305*	.287*	.686*
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.002	.001	.005	.004	.000	.023	.003		.018	.048	.002	.000	.003	.006	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y1.11	Pearson Correlation	.168	.245*	.175	.142	.244*	.211*	.252*	.413*	.543*	.248*	1	.338*	.234*	.299*	.228*	.135	.549*
	Sig. (2-tailed)	.112	.019	.097	.178	.020	.044	.016	.000	.000	.018		.001	.026	.004	.030	.203	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y1.12	Pearson Correlation	-.013	.280*	.178	-.034	.255*	.176	.231*	.403*	.429*	.208*	.338*	1	.034	.316*	.201	-.171	.434*
	Sig. (2-tailed)	.901	.007	.092	.749	.015	.096	.028	.000	.000	.048	.001		.748	.002	.057	.104	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y1.13	Pearson Correlation	.950*	.108	.261*	.257*	.161	.134	.342*	.129	.200	.323*	.234*	.034	1	.139	.236*	.185	.559*
	Sig. (2-tailed)	.000	.309	.013	.014	.128	.207	.001	.221	.057	.002	.026	.748		.188	.025	.080	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91

	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y1.1 4	Pearson Correlation	.063	.923*	.325*	.216*	.317*	.158	.378*	.421*	.273*	.358*	.299*	.316*	.139	1	.331*	.113	.629*
	Sig. (2- tailed)	.554	.000	.002	.040	.002	.135	.000	.000	.009	.000	.004	.002	.188		.001	.288	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y1.1 5	Pearson Correlation	.209*	.285*	.924*	.316*	.475*	.068	.307*	.297*	.208*	.305*	.228*	.201	.236*	.331*	1	.274*	.629*
	Sig. (2- tailed)	.047	.006	.000	.002	.000	.525	.003	.004	.048	.003	.030	.057	.025	.001		.009	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y1.1 6	Pearson Correlation	.214*	.099	.219*	.775*	.102	.104	.266*	.166	.164	.287*	.135	-.171	.185	.113	.274*	1	.419*
	Sig. (2- tailed)	.042	.353	.037	.000	.336	.328	.011	.116	.120	.006	.203	.104	.080	.288	.009		.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Total	Pearson Correlation	.493*	.596*	.614*	.533*	.551*	.408*	.698*	.525*	.576*	.686*	.549*	.434*	.559*	.629*	.629*	.419*	1
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



### Lampiran 7. Nilai T Tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65896	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

**Lampiran 8. Nilai F Tabel**

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78



### Lampiran 9. Nilai R Tabel

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

## Lampiran 10. Surat Izin Penelitian

	<h1>UNIVERSITAS MEDAN AREA</h1> <p>Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate / Jalan Gedung PBSI, Medan 20223 Kampus II : Jalan Sei Serayu Nomor 70 A / Jalan Setia Budi Nomor 79 B, Medan 20112 Telepon : (061) 8225602, 8201994 Fax : (061) 8226331 HP : 0811 607 259 website: www.uma.ac.id Email : univ_medanarea@uma.ac.id</p>
Nomor : 511/UMA/B/01.7/IV/2024	04 April 2024
Lampiran : <u>tidak ada</u>	
Hal : Izin Pengambilan data riset an. Alicia Fazira	
Kepada Yth.	
<b>Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik</b>	
Universitas Medan Area Medan	
Dengan hormat, sesuai dengan surat Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Nomor : 894/FIS.3/01.10/IV/2024 tertanggal 01 April 2024. Perihal Permohonan Izin pengambilan data Riset di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area untuk kepentingan penulisan Skripsi oleh mahasiswa yang tersebut dibawah ini :	
Nama : Alicia Fazira	
NPM : 208530030	
Jurusan : Ilmu Komunikasi	
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	
Dengan judul Penelitian <b>"Pengaruh Penggunaan ChatGPT Terhadap Pemahaman Informasi Pada Mahasiswa FISIPOL Universitas Medan Area."</b>	
Pada prinsipnya disetujui yang bersangkutan untuk melaksanakan pengambilan data di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area guna penyusunan Skripsi untuk kepentingan Ilmiah dan Akademik dengan tetap mengikuti peraturan yang berlaku.	
Demikian surat ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.	
	Medan, 04 April 2024 Wakil Rektor Bidang Mutu SDM & Perekonomian
	 <b>Dr. Dedi Sahputra, S.Sos, MA</b>
-Tembusan Ybs Arsip	
	

## Lampiran 11. Surat Keterangan Selesai Penelitian



**UNIVERSITAS MEDAN AREA**  
Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 ☎ (061) 7368012 Medan 20223  
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 ☎ (061) 8226331 Medan 20122  
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ\_medanarea@uma.ac.id

---

**SURAT KETERANGAN**  
Nomor : 804/UMA/B/01.7/V1/2024

Rektor Universitas Medan Area dengan ini menerangkan bahwa :

Nama	: Alicia Fazira
No.Pokok Mahasiswa	: 208530030
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Benar telah selesai Pengambilan Data di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Medan Area dengan Judul Skripsi "**Pengaruh Penggunaan ChatGPT Terhadap Pemahaman Informasi Pada Mahasiswa FISIPOL Universitas Medan Area**".

Dan kami harapkan Data tersebut kiranya dapat membantu yang bersangkutan dalam penyusunan skripsi dan dapat bermanfaat bagi mahasiswa khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dapat digunakan seperlunya

Medan, 07 Juni 2024.  
a.n R e k t o r  
Wakil Rektor Bidang Mutu SDM &  
Perkonomian,  
  
Dr. Dedi Sahputra, S.Sos, MA

CC :  
- Arsip

