

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini secara keseluruhan menjawab pertanyaan rumusan masalah yang muncul dari penelitian yaitu untuk mengetahui adanya kepuasan generasi Z saat menggunakan ChatGPT sebagai media curhat. Berdasarkan hasil analisis diatas ditemukan bahwa :

Berdasarkan hasil analisis mean pada Tabel 4.45, motif Informasi (*Gratifications Sought*) memperoleh skor tertinggi di antara keempat indikator, yaitu sebesar 13,10, jauh di atas indikator Hiburan (11,66), Identitas Pribadi (9,36), dan Integrasi Sosial (5,94). Temuan ini menunjukkan bahwa dorongan atau harapan utama Gen Z Surabaya dalam menggunakan ChatGPT sebagai media curhat adalah untuk memperoleh informasi, seperti mencari saran, sudut pandang baru, atau solusi atas permasalahan yang sedang dihadapi. Hal ini dapat diartikan bahwa ChatGPT lebih banyak diposisikan sebagai sarana untuk mendapatkan masukan yang bersifat informatif dan solutif, dibandingkan sekadar sebagai teman berbagi cerita secara sosial maupun emosional semata.

Sejalan dengan motif tertinggi, indikator Informasi juga memperoleh skor *Gratifications Obtained* tertinggi, yaitu sebesar 12,88, mengungguli Hiburan (11,90), Identitas Pribadi (8,80), dan Integrasi Sosial (6,11). Temuan ini menunjukkan bahwa dari seluruh aspek kepuasan yang dirasakan, Gen Z Surabaya paling merasa terpuaskan pada aspek pemenuhan kebutuhan informasi. Hal ini

mengindikasikan bahwa ChatGPT dinilai efektif dan mampu memberikan respons yang informatif, relevan, dan membantu pengguna dalam memperoleh sudut pandang atau solusi saat curhat, sehingga menjadikannya kekuatan utama ChatGPT sebagai media curhat di mata Gen Z Surabaya.

Meskipun secara deskriptif skor total GS (40,06) sedikit lebih tinggi dibandingkan skor total GO (39,69), hasil uji statistik menggunakan *Wilcoxon Signed Ranks Test* pada masing-masing indikator membuktikan bahwa kesenjangan tersebut bersifat parsial. Dari empat indikator motif penggunaan, hanya indikator Identitas Pribadi yang menunjukkan perbedaan signifikan antara GS dan GO (Sig. = 0,015 < 0,05), sedangkan tiga indikator lainnya tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Maka dari itu, secara statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat kepuasan yang dirasakan oleh Generasi Z Surabaya dalam menggunakan ChatGPT sebagai media curhat, khususnya pada aspek informasi, integrasi sosial, dan hiburan, meskipun kepuasan tersebut belum sepenuhnya merata pada aspek pemenuhan identitas pribadi.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai hubungan motif dan kepuasan Generasi Z dalam menggunakan ChatGPT sebagai media curhat, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran untuk praktisi, pengembang diharapkan terus meningkatkan kualitas respons yang lebih empatik, kontekstual, serta mampu memberikan dukungan emosional yang tetap aman dan bertanggung jawab, sehingga pengalaman

pengguna dalam memanfaatkan ChatGPT sebagai media curhat dapat semakin memuaskan

2. Bagi akademis, diharapkan dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk pengembangan kajian dalam bidang komunikasi digital, terlebih khususnya yang menggunakan teori Uses and Gratifications pada pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan pembelajaran mengenai perubahan perilaku khalayak dalam memilih media baru sebagai sarana memenuhi kebutuhan informasi maupun kebutuhan psikologis di era perkembangan artificial intelligence.
3. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengkaji faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi kepuasan pengguna dalam menggunakan ChatGPT sebagai media curhat, seperti tingkat kepercayaan terhadap AI, intensitas penggunaan, kualitas respons yang dirasakan, maupun kondisi psikologis pengguna. Selain itu, penelitian berikutnya juga metode pendekatan kualitatif untuk menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman, alasan, dan makna penggunaan ChatGPT sebagai media curhat di kalangan Generasi Z.