

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi digital dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan terhadap cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi. Transformasi digital yang ditandai dengan kemajuan teknologi berbasis kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* (AI) memungkinkan munculnya berbagai bentuk interaksi baru antara manusia dan teknologi. Pada tahun 2025, kumparan bersama Populix merilis laporan riset bertajuk *Indonesia AI Report 2025*, yang berisi tentang ulasan data tentang penggunaan, pemahaman, dan ketergantungan masyarakat Indonesia pada teknologi berbasis AI. Dari hasil riset tersebut, didapatkan mayoritas publik menganggap AI sangat memiliki peran penting dalam kehidupan mereka. Sebanyak 37% bahkan menyebutkan bahwa AI sangat berperan, dan meningkat menjadi 60% yang menilai AI memiliki peran yang cukup signifikan dalam kehidupan sehari-hari.

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* (AI) dalam beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan yang sangat pesat dan telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang komunikasi. Kehadiran AI tidak lagi terbatas pada fungsi pengolahan informasi, tetapi juga mulai merambah pada ranah interaksi sosial. Dengan hadirnya AI, segala kebutuhan manusia menjadi sangat mudah. AI mampu memberikan solusi yang terbilang sangat solutif bagi manusia mulai dari permasalahan kecil hingga permasalahan yang sangat kompleks yang bahkan tidak semua manusia yang ahli

di bidangnya mampu memecahkan masalah tersebut (Yani Ahmad, 2024). Menurut laporan McKinsey Company (2023), adopsi AI generatif meningkat secara signifikan di berbagai sektor, termasuk dalam komunikasi personal, yang menunjukkan adanya transformasi besar dalam cara manusia berinteraksi.

Salah satu teknologi AI yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir adalah chatbot berbasis *Generative Artificial Intelligence* seperti ChatGPT yang dikembangkan oleh OpenAI. ChatGPT (*Chat Generative Pre-trained Transformer*) dikembangkan oleh sebuah laboratorium penelitian di Ohio, Amerika Serikat yang bernama OpenAI, aplikasi ini dirilis pada 30 November 2022 dan menjadi sebuah teknologi yang sangat fenomenal pada era yang berkembang pesat saat ini (Koto, 2025). ChatGPT (*Generative Pre-Trained Transformer*) adalah teknologi robot atau chatbot yang memanfaatkan *Artificial Intelligence* atau kecerdasan buatan yang dapat melakukan interaksi dan mempermudah manusia dalam mengerjakan berbagai pekerjaan, sehingga perannya dapat berpeluang untuk menggantikan peran tugas dari manusia itu sendiri (Suwahyu et al., 2024).

Sejak peluncurannya pada tanggal 30 November 2022 tersebut, ChatGPT mendapatkan sambutan yang sangat ramai oleh masyarakat secara umum. Berdasarkan data UNESCO tahun 2023 yang dimuat dalam (Financy, 2025) menyebutkan bahwa jika dilihat dari sisi penggunaanya sendiri, ChatGPT, mendapatkan jumlah pengguna aktif sebanyak 100 juta pada Januari 2023. Capaian ini menjadikannya sebagai salah satu aplikasi dengan pertumbuhan tercepat, bahkan melampaui TikTok yang membutuhkan waktu sekitar sembilan bulan untuk mencapai jumlah pengguna yang sama. Hal ini menunjukkan tingginya minat

masyarakat terhadap teknologi berbasis kecerdasan buatan serta adanya pergeseran pola komunikasi menuju interaksi manusia dengan mesin.

Mari kita bandingkan pengunjung bulanan ChatGPT dengan chatbot populer lainnya untuk mendapatkan perspektif tentang posisi pasarnya:

Chatbot	Pengunjung Bulanan
ChatGPT	1,5 miliar
Bing	1,2 miliar
Google	1,1 miliar
Baidu	1,1 miliar
Yandex	1 miliar
BebekPergi	1 miliar
Obrolan Bing	1 miliar
Google Chat	1 miliar
Obrolan Baidu	1 miliar
Obrolan Yandex	1 miliar
Obrolan DuckDuckGo	1 miliar

Harap dicatat bahwa angka-angka ini adalah perkiraan dan dapat berubah seiring waktu.

Gambar 1. 1 Data Pengunjung Bulanan ChatGPT

Sumber : automatorslab.ai

Pertumbuhan ChatGPT di antara teknologi Generatif AI sejenis tergolong sangat pesat dan menonjol. Platform ini bahkan dijuluki sebagai pelopor dalam industri chatbot Generatif AI karena tingkat penggunaannya yang sangat tinggi. Rata-rata kunjungan bulanan ChatGPT mencapai sekitar 1,5 miliar kunjungan, menunjukkan popularitasnya secara global. Data pada automatorslab.ai menunjukkan bahwa sebanyak 61,56% penggunaanya berada pada rentang usia 18–34 tahun. Hal ini menegaskan bahwa teknologi tersebut mayoritas dimanfaatkan oleh generasi milenial dan generasi Z (Ronik, 2025).

Seiring dengan berkembangnya teknologi tersebut, terjadi pergeseran pola komunikasi dari yang sebelumnya bersifat *human-to-human* menjadi *human-to-machine*. Interaksi yang dulunya hanya terjadi antar individu kini mulai melibatkan

mesin sebagai mitra komunikasi. Dalam kajian komunikasi modern, fenomena ini dikenal sebagai *Human-Machine Communication* (HMC), yaitu studi yang membahas bagaimana manusia berinteraksi, membangun makna, serta menjalin hubungan dengan teknologi berbasis kecerdasan buatan. Menurut Andrea L. Guzman (2018), HMC tidak hanya melihat mesin sebagai alat, tetapi juga sebagai aktor komunikasi yang mampu memengaruhi pengalaman dan persepsi manusia.

Berdasarkan data dari visualcapitalist.com, Indonesia menempati posisi sebagai negara dengan jumlah pengunjung situs ChatGPT terbesar kelima di dunia (Neufeld, 2025). Posisi ini menunjukkan bahwa tingkat penggunaan teknologi Generatif AI di Indonesia tergolong tinggi dibandingkan banyak negara lainnya. Tingginya jumlah kunjungan ini mencerminkan antusiasme masyarakat terhadap pemanfaatan chatbot Generatif AI dalam berbagai kebutuhan. Indonesia berada di bawah beberapa negara besar seperti Amerika Serikat dan India, namun tetap masuk dalam jajaran lima besar secara global. Hal ini menegaskan bahwa Indonesia memiliki peran signifikan dalam perkembangan dan adopsi teknologi Generatif AI, khususnya dalam penggunaan ChatGPT.



Gambar 1. 2 Data Pengguna AI di Indonesia

Sumber: APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)

Fenomena penggunaan Generatif AI, khususnya ChatGPT, semakin meningkat di kalangan generasi muda. Berdasarkan data dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), penggunaan AI di Indonesia menunjukkan perbedaan yang cukup signifikan berdasarkan generasi. Generasi Z menjadi kelompok dengan tingkat penggunaan Generatif AI tertinggi, yaitu sebesar 43,70%. Angka ini jauh lebih tinggi dibandingkan generasi milenial yang berada di angka 22,30% maupun generasi X sebesar 12,80%. Sementara itu, kelompok usia yang lebih tua seperti *baby boomers* dan *pre-boomers* menunjukkan tingkat penggunaan yang jauh lebih rendah. Hal ini menegaskan bahwa generasi Z merupakan pengguna utama teknologi Generatif AI di Indonesia dan memiliki peran dominan dalam adopsi teknologi digital saat ini.

Berdasarkan data-data diatas, dapat diketahui bahwa penggunaan *Generative Artificial Intelligence* khususnya ChatGPT di Indonesia sangat didominasi oleh kelompok Generasi Z, yaitu individu kelahiran antara tahun 1997-2012. Adanya perkembangan teknologi yang terjadi sedemikian pesatnya, menjadikan generasi ini mengalami pertumbuhan di dalam ekosistem digital yang sudah saling terhubung. Generasi Z dikenal sebagai “*digital native*”, karena lahir dan tumbuh dalam lingkungan digital dan teknologi, belajar cara menggunakan teknologi, dan berinteraksi di jejaring sosial sejak usia sangat muda, bahkan cenderung dianggap kecanduan teknologi. Anggota generasi ini juga disebut sebagai “Gen Z,” “*post-Millennials*,” atau “*iGen*” (Chan & Lee, 2023).

Karakteristik *digital native* membuat generasi ini memiliki ketergantungan yang lebih tinggi terhadap teknologi, yang mana teknologi tidak hanya

dimanfaatkan untuk kebutuhan akademik atau hiburan, tetapi juga untuk mencari informasi, mendapatkan dukungan emosional, serta berbagi pengalaman pribadi terutama dalam mencari informasi dan membantu mengatasi masalah pribadi. Namun, di sisi lain, berbagai penelitian menunjukkan bahwa generasi Z juga rentan mengalami permasalahan psikologis seperti kecemasan, kesepian, dan kebutuhan akan ruang aman untuk mengekspresikan diri (Twenge, 2019). Hal ini menunjukkan adanya kondisi yang bertolak belakang antara kemudahan akses komunikasi dengan kualitas hubungan interpersonal.

Di tengah kondisi tersebut, fenomena *broken home* menjadi salah satu faktor yang turut memengaruhi kondisi psikologis dan pola komunikasi generasi Z (Ariyanto, 2023). *Broken home* merupakan kondisi keluarga yang tidak berjalan secara harmonis akibat adanya konflik, pertengkaran, kurangnya komunikasi, maupun ketidakmampuan anggota keluarga dalam menjalankan fungsi dan perannya, sehingga fungsi keluarga sebagai tempat utama pembentukan emosi, komunikasi, dan dukungan sosial tidak dapat terpenuhi secara optimal (Gunarsa & Gunarsa, 2008). Kondisi ini juga dapat dipahami sebagai situasi di mana anak mengalami kurangnya perhatian dan kasih sayang akibat hubungan keluarga yang tidak sehat atau tidak berfungsi secara baik (Sulistiyowati et al., 2020).

Broken home dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti masalah ekonomi, kekerasan dalam rumah tangga, kurangnya keharmonisan hubungan orang tua, serta konflik berkepanjangan yang tidak terselesaikan. Jadi, tidak selalu ditandai dengan perceraian, melainkan juga mencakup kondisi keluarga yang secara struktural masih utuh, tetapi secara fungsional tidak berjalan dengan baik. Menurut

Gunarsa (2008), ketidakharmonisan dalam keluarga dapat memunculkan berbagai permasalahan psikologis pada anak, seperti kecemasan, rasa tidak aman, serta hambatan dalam menjalin hubungan interpersonal. Namun, perceraian juga memiliki dampak signifikan terhadap kondisi psikologis anak, seperti meningkatnya stress, kesepian, serta kesulitan dalam membangun hubungan interpersonal (Amato, 2010).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, jumlah perceraian di Indonesia pada tahun 2025 mencapai 438.168 kasus. Angka ini mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya yang tercatat sebesar 399.921 kasus, sehingga menunjukkan bahwa fenomena perceraian di Indonesia masih tergolong tinggi dan cenderung meningkat. Selain itu, mayoritas perceraian didominasi oleh cerai gugat sebesar 79%, yang menunjukkan adanya dinamika dalam relasi rumah tangga di Indonesia (Yonatan, 2026).

Secara wilayah, provinsi Jawa Timur termasuk dalam kategori dengan angka perceraian tinggi, yaitu mencapai 83.208 kasus pada tahun 2025, sehingga menunjukkan bahwa fenomena *broken home* akibat perceraian juga terjadi secara signifikan di wilayah perkotaan seperti Surabaya, yang berdampak pada meningkatnya jumlah individu dengan latar belakang keluarga *broken home*. Kemudian, berdasarkan data Sistem Informasi Online Perlindungan Perempuan dan Anak (SIMFONI PPA) Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KemenPPPA), pada tahun 2025 juga tercatat sebanyak 2.758 kasus kekerasan terhadap perempuan dan anak di Jawa Timur, dengan Surabaya menjadi

salah satu wilayah dengan jumlah kasus tertinggi yaitu sekitar 221 kasus (Hakim, 2025).

Di Kota Surabaya sendiri, tercatat sekitar 74–182 kasus kekerasan terhadap anak pada tahun 2024–2025 berdasarkan data Komnas Perlindungan Anak dan SIMFONI PPA, yang mengindikasikan bahwa permasalahan dalam keluarga masih cukup tinggi di wilayah perkotaan tersebut (Humas Ubaya, 2026). Kondisi tersebut memperkuat bahwa fenomena *broken home* tidak hanya disebabkan oleh perceraian, tetapi juga oleh ketidakharmonisan, konflik berkepanjangan, serta kegagalan keluarga dalam menjalankan fungsi sosial dan emosionalnya (KPAI, 2025).

Kondisi *broken home* memiliki dampak yang signifikan terhadap perkembangan emosional dan komunikasi individu, khususnya pada generasi Z. Individu yang berasal dari keluarga dengan kondisi tersebut cenderung mengalami kesulitan dalam membangun kepercayaan, keterbukaan diri (*self-disclosure*), serta hubungan interpersonal yang sehat. Selain itu, mereka juga lebih rentan mengalami kesepian dan mencari alternatif lain untuk menyalurkan emosi serta kebutuhan komunikasi mereka (Hurlock, 1990). Kondisi ini juga dapat dipahami sebagai situasi di mana anak mengalami kurangnya perhatian dan kasih sayang karena hubungan keluarga yang tidak utuh (Sulistiyowati et al., 2020).

Dalam konteks ini, ChatGPT mulai dimanfaatkan tidak hanya sebagai alat pencari informasi, tetapi juga sebagai media komunikasi alternatif dan dukungan emosional. Kemampuan ChatGPT dalam merespons secara cepat, netral, dan tidak menghakimi membuatnya dianggap sebagai “teman curhat” oleh sebagian

pengguna. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran fungsi teknologi dari sekadar alat menjadi mitra komunikasi yang memiliki peran emosional dalam kehidupan pengguna.

Fenomena interaksi antara manusia, khususnya Generasi Z, dengan teknologi kecerdasan buatan seperti ChatGPT menjadi salah satu topik yang semakin relevan untuk dikaji dalam perspektif *Human-Machine Communication* (HMC). Interaksi ini tidak lagi sekadar dipahami sebagai pertukaran pesan antara manusia dan sistem teknologi, melainkan juga mencakup proses yang lebih kompleks, seperti bagaimana individu membangun makna, mengembangkan kepercayaan, serta membentuk keterikatan emosional dengan teknologi yang mereka gunakan. Dalam konteks ini, teknologi tidak hanya berfungsi sebagai alat, tetapi juga berperan sebagai medium komunikasi yang mampu memenuhi kebutuhan psikologis dan emosional penggunanya.

Kondisi keluarga yang tidak harmonis, seperti konflik berkepanjangan, perceraian, atau kurangnya kehadiran emosional orang tua, sering kali menciptakan kekosongan dalam komunikasi interpersonal individu. Situasi ini mendorong individu, khususnya Generasi Z, untuk mencari alternatif ruang komunikasi yang dianggap lebih aman, netral, dan tidak menghakimi. Kehadiran ChatGPT sebagai teknologi berbasis kecerdasan buatan memberikan peluang bagi individu untuk mengekspresikan diri tanpa rasa takut akan penolakan atau stigma sosial.

Sebagai generasi yang tumbuh dan berkembang di era digital, Generasi Z memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap teknologi serta kecenderungan

untuk memanfaatkannya dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal komunikasi interpersonal. Mereka tidak hanya menggunakan teknologi untuk kebutuhan informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan pikiran, perasaan, dan pengalaman pribadi secara lebih terbuka. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi antara manusia dan teknologi telah mengalami pergeseran fungsi, dari yang semula bersifat instrumental menjadi lebih relasional dan emosional..



Gambar 1. 3. Unggahan akun X @x9197675896321 menunjukkan lebih nyaman curhat ke ChatGPT daripada manusia

Sumber : Akun X @x9197675896321

Unggahan pada akun X @x9197675896321 tersebut menggambarkan fenomena di mana semakin banyak orang merasa lebih nyaman mencurahkan isi hati kepada Generatif AI seperti ChatGPT dibandingkan kepada manusia. Hal ini terjadi karena Generatif AI dianggap tidak menghakimi, selalu tersedia, dan mampu memberikan respons yang cepat serta konsisten kepada penggunanya. Bagi sebagian orang, berinteraksi dengan Generatif AI terasa lebih aman dan bebas dari risiko rahasia tersebar atau penilaian sosial. Akhirnya, Generatif AI pun menjadi tempat pelarian emosional baru bagi mereka yang kesulitan atau kurang nyaman bercerita kepada sesama manusia.



Gambar 1. 4. Unggahan akun X @asyyiff123 menunjukkan ChatGPT sebagai teman cerita
Sumber : Akun X @asyyiff123

Unggahan pada akun X milik @asyyiff123 tersebut mencerminkan adanya pergeseran cara individu, khususnya generasi muda, dalam mengekspresikan emosi dan mencari dukungan psikologis. Pernyataan “tidak ada yang bisa dijadikan tempat cerita” mengindikasikan adanya keterbatasan ruang komunikasi interpersonal dalam kehidupan nyata, baik karena kurangnya kepercayaan, rasa takut dihakimi, maupun minimnya dukungan sosial. Dalam kondisi tersebut, kehadiran ChatGPT dimaknai bukan sekadar sebagai teknologi, melainkan sebagai alternatif “ruang aman” untuk menyalurkan perasaan, bahkan hingga pada ekspresi emosi yang mendalam seperti menangis. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi manusia dengan kecerdasan buatan telah berkembang ke ranah yang lebih personal dan emosional, di mana pengguna mulai membangun keterikatan secara psikologis dengan mesin.

Berdasarkan kajian terhadap penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa fenomena interaksi manusia dengan kecerdasan buatan, khususnya ChatGPT, telah menjadi perhatian dalam berbagai konteks komunikasi. ChatGPT dipersepsikan sebagai agen sosial yang dapat meniru komunikasi manusia dan memberi

dukungan emosional secara cepat sehingga pengguna dapat berpotensi ketergantungan. Selanjutnya, penelitian Norsely et al., (2023) mengungkapkan bahwa remaja memanfaatkan ChatGPT sebagai media untuk curhat karena memberikan rasa aman, anonimitas, serta kebebasan berekspresi tanpa takut dihakimi, bahkan mampu memberikan perspektif baru dalam menyelesaikan masalah. Penelitian mengenai interaksi mahasiswa dengan ChatGPT dalam perspektif *Human-Machine Communication* menunjukkan bahwa ChatGPT tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu, tetapi juga sebagai mitra interaksi yang membangun relasi komunikatif, kepercayaan, hingga kedekatan emosional (X. Liu & Zhang, 2024).

Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih berfokus pada konteks umum seperti pembelajaran dan pengalaman remaja secara luas, serta belum secara spesifik mengkaji kelompok dengan latar belakang keluarga tertentu. Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada interaksi umum antara manusia dan teknologi, serta belum secara spesifik mengkaji pengalaman generasi Z dengan latar belakang *broken home*, khususnya dalam konteks penggunaan ChatGPT sebagai media curhat. Hal ini menunjukkan adanya *research gap* yang perlu diteliti lebih lanjut.

Urgensi penelitian ini terletak pada meningkatnya penggunaan Generatif AI sebagai media komunikasi alternatif, khususnya di kalangan generasi Z yang memiliki kerentanan emosional akibat kondisi keluarga *broken home*. Pemahaman mengenai bagaimana generasi Z *broken home* berinteraksi dengan ChatGPT dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi, khususnya

dalam perspektif *Human-Machine Communication*, serta memberikan gambaran mengenai peran teknologi dalam memenuhi kebutuhan emosional manusia di era digital.

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah dituliskan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengeksplorasi persepsi dan makna yang dibangun generasi *Z broken home* di Surabaya dalam interaksi mereka dengan ChatGPT yang dimaknai sebagai media komunikasi alternatif dan “teman curhat” dalam perspektif *Human-Machine Communication*. Pendekatan ini dipilih karena dapat mengetahui dinamika komunikasi dan relasi sosial antara manusia dan Generatif AI secara kontekstual, alami, serta menyeluruh. Dengan demikian, penelitian ini mampu memberikan pemahaman komprehensif mengenai bagaimana konsep *Human-Machine Communication* (HMC) terwujud dalam praktik interaksi generasi *Z broken home* dengan Generatif AI di era digital.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah ditulis diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu “Bagaimana makna dan pola interaksi penggunaan ChatGPT pada generasi *Z broken home* di Surabaya dengan ChatGPT dalam perspektif *Human-Machine Communication*?”

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai penulis yaitu untuk mengetahui makna penggunaan dan menganalisis interaksi generasi *Z broken home* di Surabaya dengan ChatGPT dalam perspektif *Human-Machine Communication*.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi pada kajian ilmu komunikasi melalui pengembangan konsep *Human-Machine Communication* (HMC), yang memposisikan ChatGPT tidak hanya sebagai alat teknologi, tetapi juga sebagai mitra komunikasi dalam pemenuhan kebutuhan emosional individu. Dalam konteks ini, penelitian ini menyoroti bagaimana generasi Z dengan latar belakang *broken home* memaknai dan membangun interaksi dengan kecerdasan buatan sebagai tempat curhat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk memahami dinamika hubungan manusia dan mesin yang semakin personal dan emosional di era digital.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini memberikan manfaat bagi Generasi Z, keluarga, dan pengembang teknologi. Bagi Generasi Z *broken home*, penelitian ini membantu memahami peran ChatGPT sebagai media curhat serta dampaknya terhadap kebutuhan emosional dan pola komunikasi. Bagi keluarga, penelitian ini menjadi refleksi pentingnya dukungan emosional dan komunikasi terbuka pasca perceraian. Sementara itu, bagi pengembang teknologi, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam merancang AI yang lebih peka terhadap kebutuhan emosional pengguna tanpa mengabaikan pentingnya interaksi manusia.