

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehadiran ChatGPT telah menarik banyak perhatian dari komunitas *natural language processing* (NLP) karena kemampuannya menghasilkan respon berkualitas tinggi terhadap *input* manusia dan dapat memperbaiki kesalahannya sendiri berdasarkan percakapan selanjutnya [1]. ChatGPT adalah sebuah model bahasa alami yang dibangun oleh OpenAI yang dilatih menggunakan *Reinforcement Learning from Human Feedback* (RLHF) dengan menggunakan teknologi *Transformer* yang di rilis pada tanggal 30 November 2022 [2]. Dalam proses pelatihan, model ini diberikan pemahaman struktur bahasa dan kemampuan memprediksi kata-kata berikutnya dalam urutan teks untuk menciptakan teks yang lebih halus dan konsisten. Sebagai model bahasa alami yang maju, ChatGPT mampu menghasilkan teks yang terlihat cerdas dan meniru pola bahasa manusia dalam berbagai bahasa. Selain itu, model ini mudah digunakan dan gratis, sehingga dapat diakses oleh siapa saja dengan akses internet [3]. Dalam waktu hanya dua bulan setelah peluncuran, ChatGPT berhasil mencapai 100 juta pengguna, sebuah prestasi yang mencatatkan rekor tinggi dan pertumbuhan yang sangat cepat [4, 5].

Meskipun ChatGPT memiliki potensi besar, masih ada ruang untuk terus meningkatkan potensi tersebut secara optimal. Hal ini dikarenakan ChatGPT merupakan teknologi yang masih dalam pengembangan dan relatif baru, sehingga belum semua orang familiar dengan penggunaannya salah satunya adalah Universitas Mikroskil. Teknologi yang memiliki dampak positif harus dikembangkan dan didistribusikan secara merata, untuk membantu membentuk dunia pengembangan dan desain teknologi ke arah yang menguntungkan [6]. Salah satu faktor yang dapat memengaruhi niat perilaku seseorang adalah tingkat keingintahuan atau rasa ingin tahu pengguna [7]. Dalam konteks penggunaan ChatGPT dengan tingkat keingintahuan yang tinggi, pengguna akan lebih termotivasi untuk memanfaatkan ChatGPT secara lebih efektif dan luas.

UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) adalah sebuah teori yang cukup populer dan telah banyak digunakan dalam berbagai penelitian penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi [8]. Aspek pengaruh konsumen, otomatisitas dan biaya moneter kemudian diintegrasikan dalam model UTAUT2 untuk mengatasi keterbatasan dalam UTAUT. Kerangka kerja UTAUT2 terdiri dari empat konstruksi Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*), Ekspektasi Usaha (*Effort*

Expectancy), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), dan Kondisi Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*) dari model UTAUT dan tiga konstruk baru Motivasi Hedonik (*Hedonic Motivation*), Nilai Harga (*Price Value*), Kebiasaan (*Habit*) sebagai anteseden niat perilaku dan perilaku penggunaan. Jenis kelamin, usia, dan pengalaman diajukan untuk memoderasi dampak dari empat konstruksi utama pada niat dan perilaku penggunaan [9]. Pentingnya permasalahan tersebut dilakukan agar pengguna dari ChatGPT dapat merasakan manfaat penggunaan ChatGPT dan menimbulkan pengalaman yang baik. UTAUT2 dipilih karena model ini mencakup banyak faktor yang memberikan kekuatan penjelasan yang tinggi dibandingkan dengan model penerimaan standar lainnya [9]. Penggunaan model ini dapat mendukung proses pengembangan teknologi dengan lebih baik. Selain itu karena penelitian ini difokuskan pada penerimaan dan penggunaan teknologi baru di pasar konsumen secara umum dimana UTAUT2 dapat membantu dalam memahami sejauh mana faktor penerimaan dan pemanfaatan teknologi dirasakan oleh pengguna ChatGPT.

Keingintahuan (*Curiosity*) atau keinginan untuk mengetahui adalah motivator yang kuat untuk belajar dan berperilaku [10]. Keingintahuan mengacu pada keinginan untuk mencari dan mempelajari informasi baru [11]. Penelitian sebelumnya menegaskan bahwa keingintahuan adalah salah satu dari beberapa variabel prediktor yang memiliki indeks kinerja tertinggi dalam memengaruhi niat perilaku konsumen untuk menggunakan jam tangan pintar [12]. Pada penelitian yang lain juga menjelaskan bahwa rasa ingin tahu yang dipicu oleh kepercayaan pada platform secara langsung memicu rasa ingin tahu pengguna untuk menggunakan layanan platform seluler [13]. Dalam penelitian tersebut, telah diungkapkan bahwa kualitas layanan platform memiliki pengaruh dalam membangkitkan rasa ingin tahu pengguna, begitu pula dengan karakteristik website yang dapat memicu rasa ingin tahu. Universitas Mikroskil sebagai lembaga pendidikan yang aktif dan dinamis, mencakup beragam aktivitas akademik dan riset. Mahasiswa di lingkungan ini cenderung memiliki rasa ingin tahu yang tinggi terkait perkembangan teknologi dan inovasi, termasuk teknologi bahasa alami seperti ChatGPT. Kehadiran teknologi semacam ini memiliki potensi untuk mempermudah mahasiswa dalam melakukan riset dan pembelajaran. Dalam konteks ini, variabel Keingintahuan menjadi krusial karena dapat memengaruhi motivasi dan minat mahasiswa dalam memanfaatkan ChatGPT. Mahasiswa yang memiliki tingkat keingintahuan yang tinggi terkait teknologi ini mungkin akan lebih terbuka untuk mengeksplorasi fitur-fitur yang ditawarkan oleh ChatGPT dalam berbagai aktivitas akademik dan kreatif. Hal ini mendorong penulis untuk menguji peran keingintahuan pengguna dalam penerimaan dan penggunaan ChatGPT.

Keingintahuan dalam hal ini merujuk pada dorongan motivasi seseorang untuk mencari tahu lebih lanjut tentang suatu hal. Dalam konteks penggunaan ChatGPT, tingkat keingintahuan dapat memotivasi pengguna untuk menggunakan dan memanfaatkannya lebih efektif.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi apakah variabel keingintahuan (*curiosity*) berfungsi sebagai prediktor yang memengaruhi langsung niat perilaku dalam penerimaan dan penggunaan teknologi ChatGPT. Penelitian ini dianggap penting karena masih sedikit penelitian yang mengevaluasi peran keingintahuan dalam penggunaan teknologi ChatGPT. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada kekayaan literatur mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan teknologi ChatGPT dan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian di masa depan serta memberikan manfaat dalam pengembangan teknologi ChatGPT di masa yang akan datang.

Berdasarkan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti bermaksud untuk menguji bagaimana variabel keingintahuan memengaruhi niat penerimaan dan penggunaan ChatGPT, melalui sebuah penelitian dengan judul **“Menguji Pengaruh Variabel Keingintahuan Dalam Penggunaan Aplikasi ChatGPT Dengan Model UTAUT2”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dilakukan, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh variabel Keingintahuan (*Curiosity*) pada Niat Perilaku pada penggunaan ChatGPT di kalangan pengguna di Universitas Mikroskil.
2. Bagaimana pengaruh Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*), Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), Kondisi Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*), Motivasi Hedonik (*Hedonic Motivation*), Nilai Harga (*Price Value*), Kebiasaan (*Habit*) yang memengaruhi niat perilaku dan perilaku pengguna ChatGPT pada pengguna di Universitas Mikroskil.
3. Bagaimana pengaruh variabel usia, jenis kelamin, dan pengalaman sebagai variabel moderasi pada penggunaan ChatGPT di kalangan pengguna di Universitas Mikroskil.

1.3 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menguji pengaruh variabel Keingintahuan (*Curiosity*) pada Niat Perilaku pada penggunaan ChatGPT di kalangan pengguna di Universitas Mikroskil.
2. Menganalisis Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*), Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*), Pengaruh Sosial (*Social Influence*), Kondisi Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*), Motivasi Hedonik (*Hedonic Motivation*), Nilai Harga (*Price Value*), Kebiasaan (*Habit*) yang memengaruhi niat perilaku dan perilaku pengguna ChatGPT pada pengguna di Universitas Mikroskil.
3. Menguji pengaruh variabel usia, jenis kelamin, dan pengalaman sebagai variabel moderasi pada penggunaan ChatGPT di kalangan pengguna di Universitas Mikroskil.

1.4 Manfaat

Beberapa manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penambahan kontribusi pada teori UTAUT2 dengan menguji pengaruh tingkat Keingintahuan (*Curiosity*) pada penggunaan teknologi ChatGPT
2. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi tambahan pada kekayaan literatur tentang faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan teknologi ChatGPT dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Ruang Lingkup

Berikut adalah batasan atau ruang lingkup dari penelitian ini:

1. Variabel Dependen: Niat Perilaku (*Behavioral Intention*), Perilaku Penggunaan (*Use Behavior*).
2. Variabel Independen: Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*), Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*), Faktor Sosial (*Social Influence*), Kondisi Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*), Motivasi Hedonik (*Hedonic Motivation*), Nilai Harga (*Price Value*), Kebiasaan (*Habit*) dan Keingintahuan (*Curiosity*)
3. Variabel Moderator: Jenis Kelamin (*Gender*), Usia (*Age*), Pengalaman (*Experience*)
4. Objek penelitian: Aplikasi ChatGPT
5. Responden: Pengguna ChatGPT di kalangan pengguna di Universitas Mikroskil