



**SINTAMA: Jurnal Sistem Informasi,  
Akuntansi dan Manajemen**  
journal homepage: <https://jurnal.adai.or.id/index.php/sintamai>



## Eksplorasi Kebiasaan Gen-Z dalam Menggunakan AI untuk Beraktivitas Sehari-Hari

Silvi Rahmadani<sup>1</sup>, Divia Zal Rizky<sup>2</sup>, Nurul Aini<sup>3</sup>

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi & bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau

Penulis Korespondensi: Silvi Rahmadani  
e-mail: [selvirahmadani2020@gmail.com](mailto:selvirahmadani2020@gmail.com)

### ARTIKEL INFO

#### Artikel History:

Menerima: 18 Jul 2025  
Diterima: 30 Sep 2025  
Tersedia Online: 30 Sep 2025

**Kata kunci:** Kecerdasan buatan, AI, Generasi Z, Kebiasaan Digital, Penggunaan Teknologi

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebiasaan Generasi Z dalam menggunakan teknologi kecerdasan buatan (AI) dalam kehidupan sehari-hari. Latar belakang dari penelitian ini adalah meningkatnya penggunaan AI diberbagai aktivitas, khususnya dikalangan generasi muda yang akrab dengan teknologi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei melalui kuesioner online. Sampel diambil dengan teknik accidental sampling dan berhasil mengumpulkan 107 responden dari kalangan Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden sudah mengetahui dan menggunakan AI secara rutin, baik untuk belajar, mencari referensi tugas, hiburan, maupun keperluan lainnya. ChatGPT menjadi platform yang paling banyak digunakan, disusul oleh Google Assistant, Canva, dan Capcut. Sebagian besar responden merasa terbantu dengan AI, meskipun ada juga yang merasa mulai bergantung. Dalam mencari informasi, banyak responden menggunakan AI dan Google secara bersamaan, tergantung pada kebutuhan dan topik. Namun, pemanfaatan AI tetap perlu disertai pemahaman yang baik dan sikap yang bijak agar penggunaannya memberikan dampak yang positif.

#### Article History:

Received: 18 Jul 2025  
Accepted: 30 Sep 2025  
Available Online: 30 Sep 2025

#### Keywords:

Artificial Intelligence, Generation Z, Digital Habits, Technology use

*This study aims to determine Generation Z's habits in using artificial intelligence (AI) technology in their daily lives. The background to this research is the increasing use of AI in various activities, particularly among the younger generation who are familiar with technology. This study used a descriptive quantitative approach with an online questionnaire survey method. The sample was drawn using an accidental sampling technique and successfully collected 107 respondents from Generation Z. The results show that the majority of respondents are familiar with and use AI regularly, whether for learning, finding assignment references, entertainment, or other purposes. ChatGPT was the most widely used platform, followed by Google Assistant, Canva, and Capcut. Most respondents found AI helpful, although some felt they were starting to become dependent. When searching for information, many respondents used AI and Google simultaneously, depending on their needs and topics. In conclusion, Generation Z is quite familiar with AI and utilizes it in various activities. However, the use of AI still requires a good understanding and a wise attitude for its use to have a positive impact.*



## 1. PENDAHULUAN

Artificial Intelligence (AI) atau kecerdasan buatan adalah bidang dalam ilmu komputer yang fokus pada pengembangan sistem yang dapat meniru bagaimana cara berpikir manusia dan dapat mengambil keputusan serta memungkinkan komputer belajar dari data hingga mengenali pola secara otomatis (Eriana et al., 2023). AI telah menjadi teknologi penting hingga saat ini yang digunakan dalam berbagai bidang seperti Kesehatan, Pendidikan, industri dan hiburan karena kemampuan dalam hal pengambilan Keputusan serta mengolah data (Azmi et al., 2024).

AI dikenal mulai dari pertengahan abad ke-20 pada tahun 1956 saat John McCarthy memperkenalkan istilah Artificial Intelligence dalam konferensi Dartmouth. Sejak saat itu, para peneliti mulai mencari cara untuk membuat mesin dapat meniru cara berpikir manusia. Di masa awal mereka membuat metode sederhana seperti algoritma pencarian dan sistem aturan. Hal ini menjadi dasar perkembangan AI hingga tahap-tahap selanjutnya. (Zaenuddin & Riyan, 2024; Juliyani et al. 2024)

Perkembangan AI semakin pesat di tahun 1990 sampai 2010. Pada tahun 1990-2000, teknologi komputer berkembang pesat dan data digital tersedia dalam jumlah besar. Ini membuat metode seperti Support Vector Machines (SVM) dan random forest digunakan dalam pengenalan teks dan gambar, lalu muncul konsep big data yang membantu AI belajar dari data yang sangat banyak. Memasuki tahun 2010, muncul Teknik deep learning yang memungkinkan AI mengenali gambar dan suara dengan sangat akurat. (Zaenuddin & Riyan, 2024)

Perkembangan teknologi AI ini berkaitan dengan Generasi Z. Gen Z ini ialah kelompok usia yang lahir sekitaran tahun 1990 hingga 2010an. Gen Z ini disebut sebagai generasi digital native karena sejak kecil telah akrab dengan internet, media sosial dan teknologi digital lainnya yang membuat generasi ini dapat beradaptasi dengan cepat terhadap teknologi baru seperti penggunaan AI. Mereka memanfaatkan AI untuk berbagai kegiatan, mulai dari referensi tugas sekolah atau tugas kuliah dengan menggunakan aplikasi yang didukung AI ataupun membuat konten media sosial dengan bantuan teknologi digital (Amelia et al., 2024).

Namun, seiring dengan penggunaan AI yang sering dilakukan untuk kehidupan sehari-hari, mulai muncul pertanyaan penting. Sejauh mana pemahaman Gen Z terhadap teknologi ini? Apakah generasi ini hanya sekedar pengguna atau memahami cara kerja dan dampak dari penggunaan AI ini? Apakah generasi ini dapat menyadari Ketika AI memberikan informasi yang tidak akurat?

Untuk menjawab pertanyaan itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menggali lebih dalam tentang kebiasaan Gen Z dalam penggunaan AI dalam kehidupan sehari-hari. Fokus penelitian ini mencakup seberapa sering Gen Z menggunakan AI, tujuan penggunaannya, Aplikasi apa yang sering digunakan, serta bagaimana pandangan gen z mengenai manfaat dan kemungkinan kesalahan dari teknologi ini. Diharapkan penelitian ini dapat memberi pemahaman yang lebih luas mengenai perilaku digital Gen Z dan sejauh mana Gen Z ini berperan dalam pemanfaatan AI saat ini dan kedepannya.

## 2. STUDI LITERATUR

### Definisi Kecerdasan Buatan/Artificial Intelligence (Ai)

Kecerdasan buatan, atau yang lebih dikenal dengan Artificial Intelligence (AI), adalah bagian dari ilmu komputer yang fokus pada bagaimana cara membuat mesin bisa berfikir seperti manusia. Jadi, AI bukan Cuma soal teknologi canggih, tapi juga bagaimana mesin bisa belajar, mengambil Keputusan, dan melakukan hal-hal yang biasanya Cuma bisa dilakukan manusia.

(Prabandari & Suhardianto, 2024) Kata “artificial” menunjukkan bahwa kecerdasan tersebut bukan alami, melainkan hasil ciptaan manusia, sedangkan “intelligence” merujuk pada kemampuan berpikir secara cerdas. AI digunakan untuk membantu berbagai tugas, karena mampu bekerja dengan cepat dan akurat, bahkan sering kali melebihi kemampuan manusia (Farwati et al., 2023).

Menurut beberapa para ahli juga punya pandangan serupa mengenai AI yaitu: (a). Menurut John McCarthy (1956), orang yang pertama kali memperkenalkan istilah AI, kecerdasan itu mencakup pengetahuan, pengalaman, kemampuan berpikir logis, dan juga nilai-nilai moral (Prabandari & Suhardianto, 2024) (b). H.A. Simon (1987) menyebut bahwa AI adalah bidang yang berhubungan dengan pemrograman komputer agar bisa melakukan hal-hal yang dianggap cerdas. (c). Rich dan Knight (1991) bilang bahwa AI adalah studi tentang bagaimana membuat komputer melakukan tugas-tugas yang biasanya hanya bisa dilakukan oleh manusia. (d). Selain itu, menurut Luckin dkk (2016), AI adalah sistem komputer yang bisa berinteraksi dengan lingkungan sekitar menggunakan kemampuan seperti manusia, mulai dari berpikir, belajar, sampai merespon. (e). Colen (1997) juga menambahkan bahwa teori dasar AI bisa digunakan untuk mengembangkan dan menguji model-model kecerdasan buatan itu sendiri. (Prabandari & Suhardianto, 2024) (f). Menurut Bernard Maar dan Matt Ward, kecerdasan buatan atau Artificial Intelligence bisa dianggap sebagai alat bantu untuk meneliti cara kerja pemrograman komputer agar bisa melakukan hal-hal yang biasanya dianggap cerdas oleh manusia. Jadi, AI bukan cuman soal mesin pintar, tapi juga soal bagaimana komputer bisa diprogram (Oktavianus et al., 2023)

Dari berbagai pendapat para ahli, bisa disimpulkan kalau AI adalah kecerdasan buatan yang dibuat supaya komputer bisa melakukan hal-hal yang biasanya Cuma bisa dilakukan manusia, seperti berpikir, belajar, dan mengambil Keputusan. Intinya, AI itu gabungan antara teknologi dan logika manusia yang diprogram ke dalam mesin, jadi bukan sekedar alat pintar, tapi juga alat yang bisa berpikir dengan cara yang kita ajarkan.

## 1. Perjalanan Perkembangan Kecerdasan Buatan/AI

Kecerdasan Buatan atau Artificial Intelligence (AI) telah berkembang pesat sejak pertengahan abad ke-20. Dari sekedar konsep, kini AI menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia. Perkembangannya dapat dibagi ke tiga tahap utama: era awal komputasi (1950-2020), masa berkembangnya machine learning dan deep learning (1980-2020), serta masa menuju kecerdasan buatan umum (Artificial General Intelligence/AGI) yang masih berlangsung. (Zaenuddin & Bani Riyan, 2024)

Pada masa awal, ide AI muncul lewat Tes Turing yang dikenalkan Alan Turing pada 1950. Istilah “Artificial Intelligence” diperkenalkan oleh John McCarthy pada konferensi Dartmouth tahun 1956, yang memicu penelitian formal AI. Dekade berikutnya melahirkan sistem pakar yang meniru Keputusan manusia, tapi karena keterbatasan teknologi, perkembangan AI sempat melambat dan memasuki masa “AI Winter”. Kebangkitan AI dimulai tahun 1980-an dengan berkembangnya machine learning, yang memungkinkan komputer belajar dari data. Jaringan saraf tiruan dan algoritma backpropagation dari Geoffrey Hinton jadi terobosan penting. Di tahun 1990-an dan 2000-an, muncul algoritma seperti SVM dan Random Forest, serta dukungan dari pertumbuhan Big Data dan peningkatan kapasitas komputasi yang mendorong AI makin berkembang.

Kemajuan besar terjadi pada 2010-an lewat deep learning, yang menggunakan jaringan saraf berlapis-lapis untuk mengenali pola data kompleks. Teknologi ini mendorong pengembangan model seperti Google BERT dan GPT-3, yang mampu memahami dan menghasilkan Bahasa alami. AI juga berkembang pesat di bidang Kesehatan, otomasi, kendaraan otonom, dan pengenalan gambar serta suara. AI kini menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari. Aplikasi seperti

Google Assistant, dan memanfaatkan AI untuk menjalankan perintah suara, memberi rekomendasi, dan membantu tugas harian. Media sosial juga menggunakan AI dalam algoritmanya untuk menampilkan konten sesuai minat pengguna. (Zaenuddin & Bani Riyan, 2024)

Meski AI sudah unggul dalam banyak tugas spesifik, AGI yaitu AI yang dapat berpikir dan beradaptasi seperti manusia masih belum tercapai. Model seperti GPT-4 dan Gemini AI menunjukkan kemajuan ke arah itu, tetapi tantangan etika dan risiko superintelligence juga muncul. Nick Bostrom (2014) memperingatkan pentingnya AI alignment, yaitu agar AI tetap selaras dengan nilai-nilai manusia. Secara keseluruhan, perjalanan AI menunjukkan bagaimana teknologi ini berkembang dari teori menjadi Solusi nyata. AI digunakan secara etis dan memberi manfaat luas bagi manusia.

### **Mengenal Karakteristik Gen Z dalam Dunia Digital**

Generasi Z adalah mereka yang lahir antara tahun 1995 sampai 2010. Sejak kecil, generasi ini sudah akrab dengan teknologi digital. Internet, media sosial, dan perangkat pintar seperti smartphone jadi bagian dari keseharian mereka. Menurut Jensen (2017), meskipun banyak dari mereka masih berusia muda, Gen Z sudah menunjukkan cara berpikir yang cerdas dan punya pandangan tersendiri terhadap dunia di sekitar mereka. (Wiratih et al., 2020)

Gen Z juga dikenal dengan banyak nama lain, seperti Post-Millennials, Facebook Generation, Digital Natives, Switchers, Net Generation, atau iGeneration. Namun, istilah “Generasi Z” adalah yang paling banyak digunakan dan dikenal luas (Dimock, 2019). Mereka memiliki akses informasi yang sangat mudah dan cukup dengan satu klik, mereka bisa mendapatkan apa pun yang ingin mereka ketahui. Bahkan, menurut Soysal, Saritas, dan Yildiz (2019), rata-rata Gen Z menghabiskan waktu lebih dari tiga jam per hari di internet.

Digital Native ialah sebutan untuk generasi yang sejak kecil sudah terbiasa menggunakan teknologi. Mereka tidak asing dengan perangkat digital dan menjadikannya sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari. Bullen, Morgan, dan Qayyum (2011) menyebutkan bahwa karakteristik generasi ini meliputi: melek teknologi, selalu terhubung dengan internet, mampu melakukan banyak hal sekaligus (multitasking), belajar lewat pengalaman, menyukai struktur yang jelas, senang bekerja dalam kelompok, aktif secara sosial, punya tujuan yang jelas, lebih nyaman membaca teks, dan peduli terhadap lingkungan sosial mereka. (Hadjaratie et al., 2023)

### **Tantangan Literasi Digital Pada Gen Z**

Generasi Z tumbuh di era serba digital dan terbiasa hidup dengan teknologi sejak kecil. Tapi, meskipun mereka aktif menggunakan internet dan media sosial, bukan berarti mereka paham betul cara menyaring informasi yang beredar. Salah satu tantangan utama yang mereka hadapi adalah kemampuan berpikir kritis dalam mengevaluasi informasi digital. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa Gen Z sering kali hanya menerima informasi yang muncul pertama kali di media sosial tanpa mengecek kebenarannya. Mereka cenderung menilai sesuatu itu benar hanya karena populer atau punya banyak “likes”. Menurut Nugraha & Suyanto (2023), pola konsumsi mereka yang serba cepat membuat mereka lebih rentan menerima informasi dangkal tanpa proses pemikiran mendalam. (Anisti et al., 2024)

Di Indonesia sendiri, Arifin, Maulidina, dan Nurchasanah (2023) menemukan bahwa banyak Gen Z belum mampu menilai sumber dan konteks informasi secara akurat, khususnya dalam hal literasi sejarah digital. Ini diperparah oleh minimnya Pendidikan literasi digital yang diterapkan dalam pembelajaran seperti yang disoroti Sukardi, Nurhayati, dan Suryani (2022). Selain itu, peran algoritma media sosial juga sangat memengaruhi apa yang Gen Z lihat setiap hari. Algoritma bekerja bukan secara netral, melainkan menyajikan konten berdasarkan kebiasaan dan

preferensi pengguna. Hal ini menciptakan “gelembung informasi” yang hanya menampilkan sudut pandang tertentu dan mengurangi peluang Gen Z melihat informasi yang beragam.

Dampaknya tidak hanya pada informasi yang mereka konsumsi, tapi juga pada Keputusan yang mereka ambil. Haider & Rasheed (2023) mengungkapkan bahwa rekomendasi algoritma sangat memengaruhi Keputusan belanja Gen Z, bahkan membuat mereka menganggap suatu produk lebih kredibel hanya karna sering muncul di iklan atau ulasan, padahal itu sudah dikurasi dengan tujuan komersial. Masalah lain yang tidak kalah penting adalah soal privasi. Untuk menyesuaikan konten, platform digital mengumpulkan data pribadi pengguna seperti Lokasi, umur, minat, dan interaksi. Sayangnya, banyak Gen Z belum sepenuhnya sadar soal risiko ini. Woke Waves (2023) mencatat bahwa makin tinggi personalisasi konten, makin besar pula data pribadi yang dikorbankan dan itu sering terjadi tanpa disadari oleh pengguna. (Anisti et al., 2024)

### **3. METODE RISET**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode survei untuk mengetahui dan menjelaskan kebiasaan Generasi Z dalam menggunakan teknologi kecerdasan buatan (AI) dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Sugiyono (2018), pendekatan deskriptif merupakan cara ilmiah untuk memperoleh data dari kelompok tertentu, lalu dianalisis menggunakan angka atau statistik agar hasilnya sistematis dan terukur (FitPermatasari & Ariswati, 2024). Pendekatan ini cocok digunakan Ketika peneliti ingin menganalisis kecenderungan atau pola yang muncul dari data angka yang dikumpulkan.

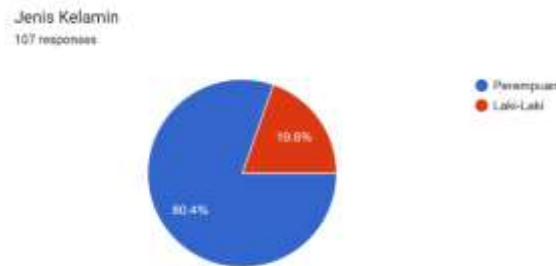
Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online. Kuesioner dipilih karena praktis, mudah dijangkau, dan responden dapat mengisi secara mandiri. Berdasarkan pendapat Sugiyono (2016), kuesioner adalah Teknik pengumpulan data di mana seseorang menjawab serangkaian pertanyaan atau pernyataan, lalu mengembalikannya setelah selesai diisi (GS et al., 2022). Teknik ini dinilai efektif untuk menjangkau responden dalam waktu yang relative cepat dan tidak membutuhkan biaya besar. Kuesioner dibuat dalam bentuk Google Form dan disebarluaskan melalui media sosial seperti WhatsApp dan Instagram agar mudah diakses. Penelitian ini menggunakan Teknik accidental sampling, yaitu siapa saja yang secara kebetulan menemukan link kuesioner dan bersedia mengisi, bisa langsung menjadi responden. Teknik sampling ini cocok digunakan dalam penelitian yang bersifat eksploratif dan mengandalkan partisipasi secara sukarela. Sasaran dalam penelitian ini adalah Generasi Z, yaitu mereka yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an. Dari hasil penyebaran tersebut, terkumpul sebanyak 107 responden.

Pertanyaan dalam kuesioner mencakup frekuensi penggunaan AI, jenis aplikasi yang digunakan, tujuan penggunaannya, serta pendapat mereka tentang manfaat dan keakuratan AI. Selain itu, dikaji juga tentang kebiasaan dalam memahami jawaban AI, dampak terhadap fokus dan ketergantungan, serta pilihan sumber pencarian informasi. Data yang terkumpul dianalisis secara kuantitatif dengan menghitung persentase tiap jawaban, lalu dilakukan interpretasi dalam bentuk narasi sederhana untuk menggambarkan pola penggunaan AI oleh Generasi Z. hasil disesuaikan dengan tujuan penelitian dan diuraikan melalui penjelasan deskriptif secara singkat dan terarah.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini melibatkan sebanyak 107 responden dari kalangan gen z, dengan rentang usia dari 17 hingga 24 tahun. Kuisoner disebarluaskan secara daring melalui sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan kemudian diisi secara sukarela oleh responden.

Berdasarkan jenis kelamin, Sebagian besar responden ialah Perempuan, yaitu sebanyak 86 orang (80,4%), sedangkan laki-laki berjumlah 21 responden (19,6%). Persebaran ini dapat dilihat pada gambar 1 di bawah ini.

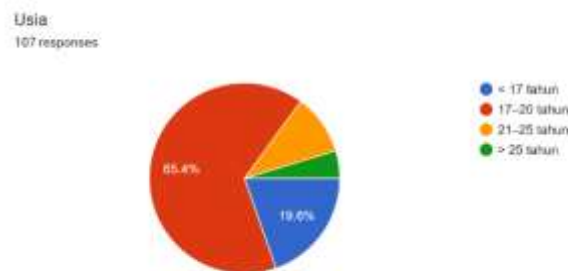


**Gambar 1:** Diagram persentase jenis kelamin responden.

Jumlah responden Perempuan lebih banyak daripada laki-laki, hal ini memberikan gambaran bahwa Perempuan lebih banyak terlibat dan tertarik dalam pengisian kuisioner survey ini. Meskipun begitu, perbedaan ini hanya menunjukkan karakteristik responden bukan perbedaan perilaku dalam penggunaan AI secara spesifik.

### Usia Responden

Responden dalam penelitian ini berasal dari berbagai rentang usia. Sebagian besar berada pada usia 17-20 tahun sebanyak 70 responden dengan persentase ( 65,4%). Kemudian, pada usia <17 tahun sebanyak 21 responden (19,6%), lalu yang berusia pada 21-25 tahun sebanyak 11 responden dengan persentase (10,3%), dan terakhir pada usia > 25 tahun sebanyak 5 responden dengan persentase ( 4,7%).



**Gambar 2:** Diagram rentang usia responden

Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 17-20 tahun. Data ini sesuai dengan sasaran penelitian yaitu generasi Z yang dikenal akrab dengan perkembangan teknologi termasuk kecerdasan buatan (AI).

Pada tahap pengumpulan data, penelitian ini menggunakan kuisioner yang terdiri dari 19 pertanyaan yang disebarikan secara daring kepada responden. Tujuan dari kuisioner ini untuk mengetahui sejauh mana pemahaman, kebiasaan, dan pandangan generasi Z terhadap penggunaan kecerdasan buatan (AI) dalam aktivitas sehari-hari.

Dari total 19 pertanyaan tersebut, peneliti kemudian memilih 10 pertanyaan yang paling relevan dengan fokus penelitian untuk dianalisis lebih lanjut. Pertanyaan-pertanyaan tersebut mencakup tema penggunaan AI dalam bidang Pendidikan, hiburan, belanja, komunikasi, serta tingkat pemahaman responden terhadap AI.

Dari analisis terhadap 10 pertanyaan ini, diperoleh hasil, utama penelitian yang menggambarkan bagaimana AI digunakan oleh gen Z dalam kehidupan mereka. Hasil kuesioner disajikan dalam bentuk diagram lingkaran (piechart) yang menunjukkan persentase jawaban responden terhadap tiap pertanyaan. Diagram tersebut disisipkan setelah pembahasan setiap poin dan diberi nomor serta caption untuk memudahkan pembaca memahami data yang ditampilkan.

### Wawasan responden tentang AI



**Gambar 3:** Diagram pengetahuan responden tentang AI

Berdasarkan diagram tersebut, diketahui bahwa sebanyak 97 responden dengan persentase 90,7% yang menjawab Ya serta sudah mengetahui apa itu AI dan hanya 2 responden dengan persentase 1,9% yang menjawab tidak dan belum mengetahui AI, serta sebanyak 8 responden dengan persentase 7,5% yang menjawab pernah dengar tapi belum paham apa itu AI. Penelitian menemukan bahwa mayoritas responden telah mengenal istilah AI. Hal ini menunjukkan bahwa AI bukan lagi hal baru di kalangan gen z sehingga layak dianalisis lebih lanjut dalam konteks penggunaannya sehari-hari.

### Tingkat kebiasaan pengguna AI



**Gambar 4:** Tingkat kebiasaan penggunaan AI oleh responden

Dari hasil diagram, diketahui bahwa 38 responden (35,5%) menggunakan AI beberapa kali seminggu, lalu sebanyak 27 orang (25,2%) responden yang menggunakan AI setiap hari. Sementara itu, sebanyak 39 responden (36,4%) menjawab jarang menggunakan AI, dan 3 orang (2,8%) responden menyatakan tidak pernah menggunakan AI. Hal ini menunjukkan Sebagian besar responden memiliki kebiasaan menggunakan AI secara rutin dalam kehidupan sehari-hari.

### Platform AI yang sering digunakan

Berdasarkan diagram, terdapat hasil bahwa sebanyak 62 responden (57,9%) menggunakan ChatGPT, lalu 13 responden (12,1%) menggunakan google assistant, dan 19 responden (17,8%) menggunakan fitur seperti Canva/capcut AI. Sementara itu, sisanya sebanyak 13 responden

(12,1%) menggunakan platform lain. Penelitian ini menemukan bahwa ChatGPT menjadi platform AI yang paling populer dikalangan responden karena memudahkan dalam membantu berbagai aktivitas, baik dari segi akademik atau hiburan.



**Gambar 5:** Platform AI yang sering digunakan oleh responden

### Manfaat adanya AI



**Gambar 6:** Manfaat AI menurut responden

Berdasarkan hasil diagram, ditemukan sebanyak 49 responden (45,8%) merasa sangat terbantu dengan adanya AI, dan 43 responden (40,2%) menjawab cukup terbantu karena adanya AI saat ini, lalu sebanyak 14 responden (13,1%) merasa biasa saja dengan adanya AI, dan 1 responden (0,09%) menyatakan tidak terbantu dengan adanya AI. Penelitian ini menemukan bahwa lebih dari setengah responden menilai AI sangat memberikan manfaat dalam aktivitas sehari-hari meskipun Sebagian lainnya belum sepenuhnya merasakan dampaknya secara langsung.

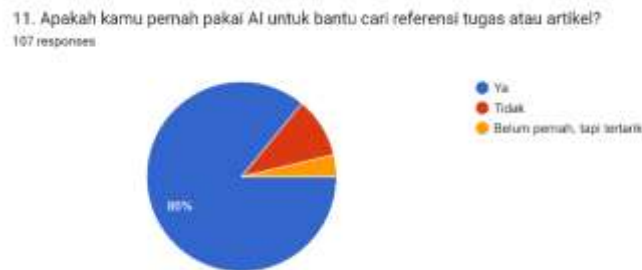
### Pandangan responden terhadap AI di masa depan



**Gambar 7:** Pandangan responden terhadap AI di masa depan

Berdasarkan hasil diagram, menunjukkan bahwa sebanyak 84 responden (78.5%) berpendapat bahwa AI bisa berbahaya bila tidak bisa dikontrol, lalu sebanyak 9 responden (8.4%) menganggap AI hal biasa dan sangat membantu. Kemudian, 8 responden (7,5%) menjawab tidak peduli terhadap AI di masa depan karena yang penting hidup tetap lanjut saja, dan sebanyak 6 responden (5,6%) bilang masi bingung dan belum tau pasti terhadap AI di masa depan. Penelitian ini menemukan mayoritas responden memiliki pandangan dan sikap waspada terhadap perkembangan AI di masa depan. Meskipun begitu, ada juga yang bersikap optimis, tidak peduli, atau masi belum bisa menentukan pendapat.

### AI untuk referensi tugas atau artikel



**Gambar 8:** Penggunaan AI untuk referensi tugas atau artikel

Dari hasil diagram, ditemukan sebanyak 92 responden (86%) menjawab Ya yang artinya pernah menggunakan ai untuk mencari referensi tugas atau AI dan sebanyak 11 responden (10,3%) menjawab tidak pernah menggunakan AI untuk mencari referensi, serta sebanyak 4 responden (3,7%) menjawab belum pernah tetapi tertarik menggunakan AI untuk mencari referensi. Penelitian menemukan untuk mayoritas responden telah memanfaatkan AI sebagai alat bantu untuk mencari referensi tugas atau artikel, yang menunjukkan bahwa teknologi ini mulai berperan dalam proses belajar Gen Z.

### Fokus atau ketergantungan terhadap AI

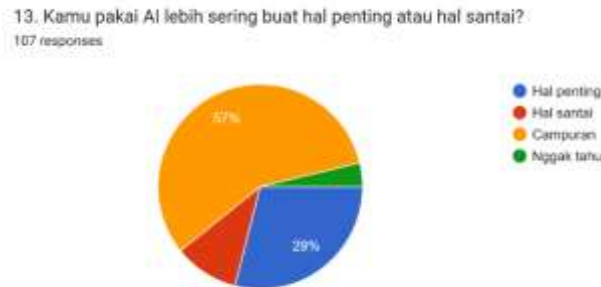


**Gambar 9:** Dampak AI terhadap fokus dan ketergantungan

Berdasarkan hasil diagram, sebanyak 56,1% menyatakan adanya AI terkadang bikin bergantung, dan sebanyak 28% responden merasa tidak terlalu ngaruh atau tergantung terhadap AI, sementara itu sebanyak 15,9% berpendapat bahwa adanya AI sangat membantu dan bantu fokus. Penelitian ini menemukan bahwa Sebagian besar responden menyadari adanya potensi ketergantungan terhadap AI, meskipun masih ada yang merasakan dampak positif dalam hal fokus dan efisiensi.

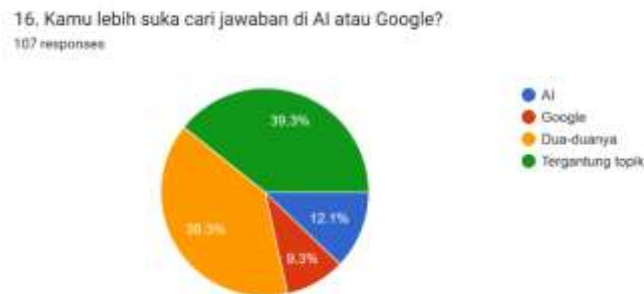
### Tujuan penggunaan AI

Berdasarkan hasil diagram, sebanyak 29% berpendapat menggunakan AI untuk hal penting seperti belajar atau mencari informasi, dan sebanyak 10,3% menyatakan sering menggunakan AI untuk hal santai, lalu sebanyak 57% menjawab campuran saat menggunakan AI, lalu sebanyak 3,7% responden menyatakan tidak tahu tujuan menggunakan AI untuk hal penting ataupun hal santai. Penelitian ini menemukan bahwa kebanyakan responden menggunakan AI untuk berbagai keperluan, baik dalam hal penting maupun hal santai. Hal ini menunjukkan bahwa AI sudah menjadi bagian dari aktivitas harian para Gen Z.



**Gambar 10:** Tujuan penggunaan AI oleh responden

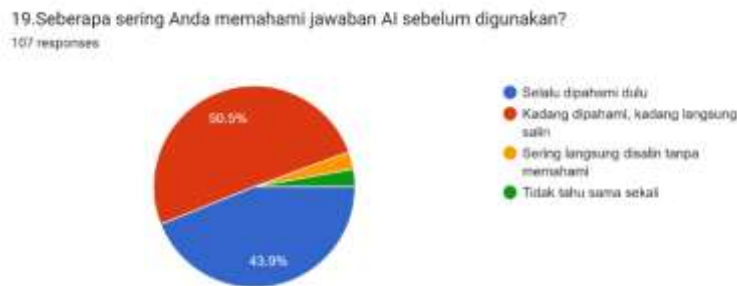
### AI atau Google



**Gambar 11:** Tempat yang paling sering responden gunakan untuk mencari jawaban

Berdasarkan hasil diagram, sebanyak 12,1% menjawab melalui AI untuk mencari jawaban, lalu sebanyak 9,3% responden mencari jawaban menggunakan google. Kemudian, sebanyak 39,3% menjawab keduanya untuk mencari jawaban, serta sebanyak 39,3% lainnya berpendapat bahwa tergantung topik yang dicari. Penelitian ini menemukan bahwa Sebagian besar tidak terpaku pada satu platform melainkan menggunakan AI maupun Google sesuai kebutuhan atau topik yang di cari. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung menyesuaikan cara mencari informasi berdasarkan situasi.

### Memahami jawaban AI sebelum digunakan



**Gambar 12:** Tingkat pemahaman responden terhadap jawaban AI sebelum di gunakan

Berdasarkan hasil diagram, sebanyak 50,5% menyatakan kadang dipahami terlebih dahulu, kadang langsung salin, dan sebanyak 43,9% menjawab bahwa selalu memahami jawaban AI terlebih dahulu, lalu sebanyak 2,8% responden berpendapat tidak tahu sama sekali, serta sebanyak 2,8% juga bilang sering langsung salin jawaban dari AI tanpa memahaminya terlebih dahulu. Penelitian menemukan bahwa Sebagian besar responden tetap mempertimbangkan isi jawaban dari AI sebelum digunakan, walaupun masih ada sebagian kecil yang langsung menggunakan tanpa memahami isinya terlebih dahulu.

## Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 107 responden dari kalangan Generasi Z. hasilnya menunjukkan bahwa Sebagian besar responden sudah mengenal kecerdasan buatan (AI), dengan 97,2% menyatakan tahu tentang AI. Platform yang paling banyak digunakan adalah ChatGPT, diikuti oleh Google Assistant, serta Canva dan Capcut. Sebagian besar responden juga menggunakan AI secara rutin, baik setiap hari maupun beberapa kali dalam seminggu. Penggunaan AI oleh responden cukup beragam. Sebagian besar pernah menggunakannya untuk belajar (82,2%) dan mencari referensi tugas atau artikel (72,9%). Selain itu 70,1% juga menggunakan AI tidak hanya digunakan untuk keperluan akademik, tetapi juga untuk aktivitas sehari-hari.

Terkait manfaatnya, sebanyak 54,2% responden merasa terbantu dengan adanya AI, meskipun 56,1% juga merasa kadang menjadi terlalu bergantung. Sebagian responden merasa AI membantu mereka lebih fokus, sementara yang lain tidak terlalu terpengaruh. Dalam hal tujuan penggunaan, Sebagian besar responden menggunakan AI untuk hal penting sekaligus santai, sedangkan Sebagian kecil belum tahu pasti tujuannya. Dalam mencari informasi, banyak responden menggunakan AI dan Google secara bersamaan atau memilih tergantung pada topik. Hanya Sebagian kecil yang fokus pada salah satu platform saja. Sementara itu, dalam memahami jawaban AI 43,9% responden selalu membaca dan memahami jawabannya terlebih dahulu, sedangkan 50,5% kadang membaca dulu, kadang langsung menyalin. Ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas sudah cukup hati-hati, masih ada yang belum terlalu kritis dalam menggunakan jawaban dari AI.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa AI telah menjadi bagian dari kehidupan digital Generasi Z. mereka memanfaatkannya untuk berbagai keperluan, baik yang serius maupun santai. Namun, tetap perlu ditingkatkan pemahaman dan sikap kritis agar penggunaan AI benar-benar membantu dan tidak menimbulkan ketergantungan.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 107 responden dari kalangan Generasi Z, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sudah mengetahui apa itu kecerdasan buatan (AI) dan telah menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari. Sebagian besar menggunakan AI setiap hari atau beberapa kali dalam seminggu. Platform yang paling sering digunakan adalah ChatGPT, diikuti oleh Google Assistant, Canva, dan Capcut. AI dimanfaatkan tidak hanya untuk belajar dan mencari referensi tugas, tetapi juga untuk hiburan. Hal ini menunjukkan bahwa AI sudah menjadi bagian dari aktivitas digital yang umum di kalangan Generasi Z. Hasil juga menunjukkan bahwa Sebagian besar responden merasa terbantu dengan adanya AI, terutama karena kemudahan dan kecepatan dalam mengakses informasi. Namun, Sebagian responden menyadari bahwa penggunaan AI dapat menyebabkan ketergantungan. Tujuan penggunaan AI pun beragam, mulai dari keperluan penting, santai, hingga kombinasi keduanya. Dalam mencari jawaban, banyak responden menggunakan AI dan Google secara bersamaan atau menyesuaikannya dengan topik. Sebagian besar responden juga menyatakan bahwa mereka memahami isi jawaban AI terlebih dahulu sebelum digunakan, meskipun masih ada yang langsung menyalin tanpa mengecek kembali. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa Generasi Z telah memanfaatkan AI secara luas dalam berbagai aktivitas mereka. AI dipandang sebagai alat bantu yang memberikan kemudahan, namun penggunaannya tetap perlu dilakukan dengan bijak. Dengan pemahaman dan kebiasaan yang bertanggung jawab, AI dapat terus digunakan secara positif tanpa menimbulkan dampak negative dalam kehidupan sehari-hari.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, I., Azzahra, Y.N., Abda., Azmi, Z., (2024). Pemanfaatan Artificial Intelligence Dalam Akuntansi: Kajian Literatur Review. *Akuntansi*, 3(1), 129–140. <https://doi.org/10.55606/akuntansi.v3i1.1472>
- Anisti, Sidarta, V., Imran, M., & Syatir. (2024). Tantangan Literasi Digital Generasi Z: Kajian Sistematis Literature Review. *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana*, 30(2), 152–161. <https://journal.unpak.ac.id/index.php/wahana/index>
- Azmi, Z., Fernando, O. R., Putri, Y. A., & Putri, N. A. (2024). Kemanfaatan Artificial Intelligence Bagi Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Riau. *Jurnal Akuntansi, Bisnis dan Ekonomi Indonesia (JABEI)*, 3(1), 92-99. Retrieved at: <https://akuntansi.pnp.ac.id/jabei/index.php/jabei/article/view/219>
- Eriana, E. S., Kom, S., Kom, M., & Zein, D. A. (2023). *Artificial Intelligence (Ai) Penerbit*. CV. Eureka Media Aksara. <https://repository.penerbiteureka.com/media/publications/567027-artificial-intelligence-ai-a351ede6.pdf>
- Farwati, M., Talitha Salsabila, I., Raihanun Navira, K., & Sutabri, T. (2023). Analisa Pengaruh Teknologi Artificial Intelligence (Ai) Dalam Kehidupan Sehari-Hari. *Jurnal Sistem Informasi & Manajemen*, 11, 39–45. <https://doi.org/10.47024/js.v11i1.563>
- FitPermatasari, H. D., & Ariswati. (2024). Tingkat Penyesuaian Diri Siswa di SMK Negeri 2 Semarang. *JUANG: Jurnal Wahana Konseling*, 7(2), 248–254. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/juang/article/download/15038/8720>
- GS, D. A., Istanti, E., & Kristiawati, I. (2022). Peran Timelimes Dalam Meningkatkan Customer Satisfaction, Customer Loyalty Pt. Jne. *Jurnal Baruna Horizon*, 5(1), 1–7. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v5i1.71>
- Hadjaratie, L., Hasdiana, Masaong, K. A., & Haris Panai, A. (2023). Tingkat Kesiapan Generasi Emas Indonesia Di Era Disrupsi Berdasarkan Karakteristik Digital Native. *Radial: JuRnal*

*PerADaban Sains, RekAyasa Dan TeknoLogi*, 11(1), 103–112.

<https://doi.org/10.37971/radial.vXXiXX.XXX>

- Juliyani, E., Rahmadani, H. N., Berliandes, W., & Azmi, Z. (2024). Blokchain dan AI technology: Pembawa perubahan baru dalam perspektif akuntansi. *Akuntansi*, 3(1), 159-173. <https://doi.org/10.55606/akuntansi.v3i1.1474>
- Oktavianus, E. J. A., Naibaho, L., & Rantung, A. D. (2023). Pemanfaatan Artificial Intelligence pada Pembelajaran dan Asesmen di Era Digitalisasi. *Jurnal Kridatama Sains Dan Teknologi*, 05(2), 473–486. <https://doi.org/10.53863/kst.v5i02.975>
- Prabandari, S., & Suhardianto. (2024). Pemanfaatan Artificial Intelligence Untuk Mendukung Pembelajaran Vokasi. *ENCRYPTION: Journal of Information And Technology*, 2(2), 62–68.
- Wiratih, R. W. H., Witono, A. B. M., Havidz, H. L. I., Aima, H. M., & Dewi, P. M. (2020). Peningkatan Kesadaran Berinvestasi bagi Gen-Z sebagai DigitalNative Melalui Kegiatan Sosialisasi. *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 43–49.
- Zaenuddin, I., & Bani Riyan, A. (2024). Perkembangan Kecerdasan Buatan (AI) Dan Dampaknya Pada Dunia Teknologi. *JITU: Jurnal Informatika Utama*, 2(2), 128–153. <https://doi.org/10.55903/jitu.v2i2.240>
- Zaenuddin, I., & Riyan, B. A. (2024). Perkembangan Kecerdasan Buatan (Ai) Dan Dampaknya Pada Dunia Teknologi. *Jurnal Informatika Utama*, 2(2), 128–153. <https://jurnal.astinamandiri.com/index.php/jitu/article/download/240/175/1020>