

HUBUNGAN PENERIMAAN CHATGPT DENGAN KREATIVITAS PADA MAHASISWA UNIVERSITS DIPONEGORO

Muhammad Musa Alghifari¹, Jati Ariati¹
15000122120054

¹Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Mr. Sunario, Tembalang, Semarang, 50275
E-mail: musaalghifari1604@gmail.com

ABSTRAK

Meningkatnya penggunaan teknologi artificial intelligence, khususnya ChatGPT, dalam aktivitas akademik yang berpotensi memengaruhi proses berpikir kreativitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara penerimaan ChatGPT dan kreativitas pada mahasiswa Universitas Diponegoro. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional. Data diperoleh menggunakan metode convenience sampling dengan skala penerimaan ChatGPT (24 item, $\alpha=0.863$) dan kreativitas (22 item, $\alpha=0.909$) dengan total 391 responden mahasiswa Universitas Diponegoro. Data dianalisis menggunakan regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif tidak signifikan antara penerimaan ChatGPT dan kreativitas ($r = 0,015$; $p = 0,772$).

Kata kunci: kreativitas, penerimaan ChatGPT, TAM

THE RELATIONSHIP BETWEEN ACCEPTANCE OF CHATGPT AND CREATIVITY IN DIPONEGORO UNIVERSITY STUDENTS

Muhammad Musa Alghifari¹, Jati Ariati¹
15000122120054

¹Faculty of Psychology Diponegoro University
Prof. Mr. Sunario Street., Tembalang, Semarang, 50275
E-mail: musaalghifari1604@gmail.com

ABSTRACT

The increasing use of artificial intelligence technology, particularly ChatGPT, in academic activities has the potential to influence creative thinking processes. This study aims to determine the relationship between ChatGPT acceptance and creativity among Diponegoro University students. The study used a quantitative correlational approach. Data were obtained using a convenience sampling method with a ChatGPT acceptance scale (24 items, $\alpha=0.863$) and creativity scale (22 items, $\alpha=0.909$) with a total of 391 Diponegoro University student respondents. Data were analyzed using simple regression. The results showed a positive and insignificant relationship between ChatGPT acceptance and creativity ($r = 0.015$; $p = 0,772$).

Keyword: *creativity, acceptance of ChatGPT, technology acceptance model*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kreativitas merupakan salah satu kompetensi penting yang perlu dimiliki mahasiswa dalam menghadapi tuntutan pendidikan tinggi dan perkembangan dunia yang semakin kompleks. Perguruan tinggi tidak hanya berperan dalam mentransfer pengetahuan, tetapi juga membentuk lulusan yang mampu berpikir inovatif, memecahkan permasalahan, serta menghasilkan gagasan yang memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun masyarakat. Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan kebutuhan dunia kerja, kemampuan berpikir kreatif menjadi salah satu capaian pembelajaran yang diharapkan dapat dikembangkan selama mahasiswa menempuh pendidikan di perguruan tinggi (Tam dkk., 2023).

Dalam proses pendidikan tinggi, mahasiswa dihadapkan pada berbagai aktivitas akademik maupun nonakademik yang menuntut kemampuan berpikir kreatif. Mahasiswa dituntut untuk menyelesaikan berbagai tugas perkuliahan, melakukan penelitian, menganalisis studi kasus, mengembangkan proyek akademik, berpartisipasi dalam organisasi kemahasiswaan, serta melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Berbagai aktivitas tersebut tidak hanya menuntut penguasaan pengetahuan, tetapi juga kemampuan menghasilkan ide-ide baru, mengembangkan gagasan secara sistematis, mengevaluasi berbagai alternatif solusi, serta menyelesaikan permasalahan secara inovatif sesuai dengan konteks yang dihadapi. Dengan demikian, kreativitas menjadi

kompetensi yang mendukung mahasiswa dalam menghasilkan karya akademik yang berkualitas sekaligus mempersiapkan mereka menghadapi tantangan profesional di masa depan.

Pandangan tersebut sejalan dengan *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD, 2025) yang mendefinisikan kreativitas sebagai kompetensi untuk menghasilkan, mengevaluasi, dan meningkatkan ide-ide yang dapat menjadi solusi orisinal dan efektif, kemajuan dalam pengetahuan, dan ekspresi imajinasi yang kuat. Adapun, Purwanto (2011) mengartikan kreativitas sebagai kegiatan yang menghasilkan sesuatu yang bersifat baru, segar, menarik, dan bermanfaat. Selain itu, kreativitas juga mencakup kemampuan seseorang untuk menciptakan atau menghasilkan gagasan baru dalam upaya memecahkan suatu permasalahan (Hutapea, 2020). Dengan demikian, kreativitas tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menghasilkan ide yang baru, tetapi juga mencakup kemampuan mengevaluasi, mengembangkan, dan menyempurnakan ide sehingga dapat menghasilkan solusi yang efektif, mendorong kemajuan pengetahuan, serta melahirkan berbagai bentuk inovasi. Dalam konteks pendidikan tinggi, kreativitas menjadi kemampuan yang memungkinkan mahasiswa menghasilkan solusi terhadap permasalahan akademik, mengembangkan penelitian, serta menciptakan inovasi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.

Meskipun kreativitas merupakan kompetensi yang penting untuk dikembangkan, berbagai temuan menunjukkan bahwa kemampuan berpikir kreatif peserta didik di Indonesia masih memerlukan perhatian. Hasil

Programme for International Student Assessment (PISA) 2022 yang dipublikasikan OECD menunjukkan bahwa Indonesia termasuk ke dalam 14 negara dengan capaian kemampuan berpikir kreatif terendah. Peserta didik Indonesia memperoleh rata-rata skor 19 dari 60, jauh di bawah rata-rata OECD sebesar 33. Selain itu, hanya 31% peserta didik Indonesia yang mencapai sedikitnya Level 3 sebagai tingkat kecakapan dasar dalam berpikir kreatif, sedangkan rata-rata negara OECD mencapai 78%. Persentase peserta didik yang mencapai kategori kemampuan berpikir kreatif tinggi (Level 5 atau Level 6) juga hanya sebesar 5%, jauh lebih rendah dibandingkan rata-rata OECD yang mencapai 27% (OECD, 2024). Kondisi tersebut juga didukung oleh temuan penelitian Musdi dkk. (2024) yang melaporkan bahwa kreativitas berpikir peserta didik Indonesia pada berbagai jenjang pendidikan, mulai dari Sekolah Menengah Atas (SMA), program sarjana (S1), hingga program magister (S2), masih berada pada kategori rendah.

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, teknologi menjadi salah satu faktor yang semakin banyak dikaji dalam hubungannya dengan pengembangan kreativitas. Saat ini, salah satu terobosan terbaru yang kini banyak menarik perhatian adalah *Artificial Intelligence (AI)*. Berdasarkan pengertian dari Ensiklopedia Britannica, AI adalah sistem komputer yang meniru perilaku cerdas manusia, memproses dan menganalisis data agar bisa belajar dari pengalaman dan menyesuaikan diri terhadap situasi baru (Britannica, 2025).

Menurut Kalota (2024), AI dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama, yaitu *artificial narrow intelligence* (ANI), *artificial general intelligence* (AGI), dan *artificial super intelligence* (ASI). ANI, atau yang sering disebut *weak AI*, merupakan bentuk AI yang dirancang hanya untuk menjalankan fungsi tertentu dalam ruang lingkup yang terbatas. Contoh penerapan ANI dapat ditemukan pada *filter spam* email, sistem rekomendasi film di *platform streaming*, serta rekomendasi produk pada situs belanja daring. Berbeda dengan ANI, AGI atau *strong AI*, mengacu pada sistem yang mampu menjalankan berbagai tugas pada tingkat kemampuan yang setara dengan manusia. AGI tidak hanya dapat belajar, tetapi juga memiliki kapasitas untuk terus meningkatkan keterampilannya dalam berbagai konteks. Adapun ASI, yaitu bentuk AI yang diproyeksikan memiliki kecerdasan jauh melampaui manusia dalam semua aspek. Secara teoritis, ASI digambarkan mampu memiliki kebutuhan, keyakinan, bahkan keinginan sendiri, meskipun hingga saat ini keberadaannya masih sebatas konsep dan belum terwujud secara nyata.

Di antara beragam variasi AI yang muncul sepanjang perkembangannya, salah satu yang akhir-akhir ini paling menyita perhatian adalah *Generative Artificial Intelligence*. Dalam pengertian yang paling sederhana, istilah “*generative*” berarti “menghasilkan”, “memproduksi”, atau “menciptakan” sehingga *generative AI* dapat dipahami sebagai bentuk kecerdasan buatan yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan, memproduksi, atau menciptakan konten baru (Kalota, 2024). Menurut Feuerriegel dkk. (2023), *generative AI*

mengacu pada teknik komputasi yang mampu menghasilkan konten yang tampak baru dan bermakna seperti teks, gambar, atau audio.

Salah satu contoh *Generative AI* yang populer adalah ChatGPT yang dikembangkan oleh OpenAI. Menurut Roumeliotis dkk. (2023), ChatGPT adalah model *generative AI* yang memanfaatkan metode *deep learning* untuk memproses dan menghasilkan teks dengan bahasa alami. ChatGPT merupakan kependekan dari *Chat Generative Pre-trained Transformer*, sebuah mekanisme komputer yang menghasilkan respon serupa dengan manusia terhadap perintah yang diberikan dan memiliki kemampuan memproses berbagai macam topik (Welsby & Cheung, 2023). ChatGPT pada dasarnya dirancang sebagai sebuah *chatbot*, yaitu program komputer yang dilatih untuk berinteraksi melalui percakapan dimana pengguna memberikan masukan berupa teks, kemudian ChatGPT menghasilkan keluaran berupa teks. Namun, sekarang ChatGPT tidak hanya terbatas pada interaksi teks, melainkan juga telah diperluas dengan kemampuan lain seperti melakukan pencarian daring, mengakses basis data eksternal, hingga menghasilkan konten visual (Chatterji dkk., 2025).

Menurut Kalla dkk. (2023), cara penggunaan ChatGPT mengikuti alur interaksi sistematis yang dapat dibagi menjadi beberapa langkah. Tahap pertama dimulai ketika pengguna memberikan masukan berupa perintah atau pertanyaan dalam bentuk teks. Masukan ini kemudian diproses oleh sistem dengan memanfaatkan basis pengetahuan yang diperoleh melalui pelatihan model bahasa, khususnya terkait pola, struktur, serta hubungan antar kata dan kalimat. Dari proses tersebut, ChatGPT menghasilkan sebuah respons yang dirancang

agar relevan dengan masukan awal. Respons tersebut selanjutnya dikirimkan kembali kepada pengguna, kemudian pengguna dapat memilih untuk menerima jawaban, mengembangkan percakapan, atau mengajukan pertanyaan lanjutan. Dengan mekanisme ini, percakapan antara pengguna dan sistem dapat berlangsung secara berkelanjutan.

Sejak pertama kali diluncurkan, ChatGPT langsung meraih kesuksesan besar berkat berbagai kemampuannya yang dianggap bermanfaat dalam mendukung kebutuhan keseharian. Mencetak rekor sebagai aplikasi tercepat yang mencapai 100 juta pengguna aktif hanya dalam waktu dua bulan dan pada September 2025 ChatGPT memiliki 700 juta pengguna aktif yang mengakses aplikasinya seminggu sekali (Curry, 2025). Menurut data Garuda Website (2025), jumlah pengguna ChatGPT di Indonesia diperkirakan telah mencapai sekitar 5 juta orang. Selain itu, Indonesia berada di peringkat keenam sebagai negara dengan frekuensi penggunaan ChatGPT tertinggi di dunia pada 2023. Dari keseluruhan pengguna ChatGPT di Indonesia, sekitar 20% memanfaatkan ChatGPT setiap hari, sementara lebih dari 38% menggunakannya secara mingguan (Hakiki, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa ChatGPT menjadi fenomena yang sangat besar di dunia dan Indonesia, sekaligus menegaskan bahwa ChatGPT merupakan teknologi yang sangat diterima oleh masyarakat. Tingginya angka penggunaan tidak hanya mencerminkan popularitas, tetapi juga kesiapan individu untuk mengintegrasikan teknologi ini ke dalam rutinitas mereka. Dalam konteks inilah konsep penerimaan teknologi menjadi relevan,

yaitu sejauh mana pengguna bersedia menerima, mengadopsi, dan memanfaatkan sebuah inovasi teknologi dalam aktivitas mereka.

Salah satu teori yang paling berpengaruh dalam menjelaskan penerimaan teknologi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). TAM berangkat dari asumsi bahwa keputusan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi dipengaruhi oleh dua aspek utama. Pertama, *perceived usefulness* atau persepsi kebermanfaatan, yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerjanya. Kedua, *perceived ease of use* atau persepsi kemudahan penggunaan, yaitu sejauh mana teknologi tersebut dianggap mudah dipahami dan digunakan tanpa membutuhkan usaha yang besar. Kedua faktor ini kemudian membentuk sikap terhadap penggunaan teknologi, mempengaruhi niat berperilaku, dan pada akhirnya menentukan perilaku penggunaan aktual.

Penggunaan aktual ChatGPT berdasarkan persepsi kebermanfaatan dan kemudahan penggunaan tercerminkan dalam penelitian oleh Chatterji dkk. (2025) yang melibatkan melacak, dokumentasi, dan menganalisis bagaimana penggunaan ChatGPT berkembang dari November 2022 hingga Juli 2025. Hasil temuan penelitian tersebut menunjukkan bahwa hampir 80% dari seluruh aktivitas pengguna ChatGPT dapat dikelompokkan ke dalam tiga kategori utama, yaitu bimbingan praktis (*practical guidance*), mencari informasi (*seeking information*), dan menulis (*writing*). Kategori *Practical Guidance* mencakup berbagai aktivitas yang berkaitan dengan pemberian panduan atau bimbingan praktis, seperti membantu proses belajar dan mengajar, memberikan saran atau

petunjuk tentang berbagai topik, serta mendukung proses pengembangan ide-ide kreatif. Sementara itu, kategori *Seeking Information* digunakan untuk mencari informasi mengenai orang, peristiwa terkini, produk, hingga resep makanan, sehingga menjadikan ChatGPT berfungsi serupa dengan mesin pencari tradisional seperti Google. Adapun kategori *Writing* meliputi aktivitas seperti penulisan otomatis untuk email, dokumen, dan bentuk komunikasi lain, serta penyuntingan, penilaian, peringkasan, dan penerjemahan teks yang diberikan oleh pengguna. Menariknya, kategori *Writing* menjadi bentuk penggunaan yang paling umum di lingkungan kerja, di mana sekitar dua pertiga pesan dalam kategori ini berfokus pada modifikasi teks pengguna, seperti mengedit, mengkritik, atau menerjemahkan.

Selain klasifikasi tersebut, Chatterji dkk. (2025) juga mengembangkan taksonomi lain untuk memahami pola interaksi pengguna dengan ChatGPT, yang terdiri dari tiga jenis aktivitas, yaitu bertanya (*Asking*), melakukan (*Doing*), dan mengungkapkan ekspresi (*Expressing*). Aktivitas *Asking* mencakup penggunaan ChatGPT untuk mencari informasi atau klarifikasi yang membantu pengambilan keputusan, selaras dengan model kerja berbasis pemecahan masalah. Aktivitas *Doing* menggambarkan penggunaan ChatGPT untuk menghasilkan output atau menyelesaikan tugas tertentu, sesuai dengan model kerja berbasis tugas. Sementara itu, *Expressing* merujuk pada aktivitas ketika pengguna menyampaikan pandangan, opini, atau perasaan pribadi tanpa tujuan mencari informasi atau melakukan tindakan tertentu. Berdasarkan hasil temuan penelitian, sekitar 49% penggunaan termasuk dalam kategori *Asking*, 40%

Doing, dan 11% *Expressing*. Namun, dalam konteks profesional, 56% pesan terkait pekerjaan dikategorikan sebagai *Doing*, dan tiga perempat di antaranya berkaitan dengan *Writing* tasks. Lebih lanjut, penelitian tersebut juga menemukan bahwa sekitar 81% penggunaan ChatGPT dalam konteks pekerjaan berhubungan dengan dua kegiatan utama, yaitu memperoleh, mendokumentasikan, dan menafsirkan informasi, serta membuat keputusan, memberikan saran, memecahkan masalah, dan berpikir kreatif.

Adapun di Indonesia, penggunaan ChatGPT juga menunjukkan tren yang beragam dan meluas ke berbagai bidang kehidupan. Menurut data dari Garuda Website (2025), banyak pengguna memanfaatkan ChatGPT sebagai alat bantu akademik, seperti untuk menjawab soal, merangkum materi pembelajaran, hingga menulis esai atau tugas lainnya. Tidak hanya di lingkungan pendidikan, pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia pun turut mengadopsi ChatGPT sebagai bagian dari kegiatan bisnis mereka. ChatGPT digunakan untuk merancang strategi pemasaran, menyusun konten promosi, serta membantu dalam merespons pelanggan dengan lebih cepat dan efisien. Selain itu, peran ChatGPT juga menonjol dalam bidang kreatif—sekitar 25% pengguna di Indonesia memanfaatkan ChatGPT untuk menghasilkan karya tulis seperti artikel, puisi, dan naskah kreatif lainnya.

Berdasarkan uraian penelitian dan data reportase terkait penggunaan ChatGPT, dapat disimpulkan bahwa penggunaan ChatGPT pada dasarnya banyak berfokus pada aktivitas yang berkaitan dengan proses kreatif. Hal ini terrefleksikan pada aktivitas pengguna ChatGPT seperti meminta bimbingan

praktis (*practical guidance*), menulis (*writing*), dan mencari informasi (*seeking information*) untuk mendukung proses berpikir dan penciptaan ide. Aktivitas lain meliputi mengedit, menyunting, merangkum, menciptakan teks seperti esai, mengerjakan tugas, merancang strategi pemasaran, menghasilkan karya seperti artikel, puisi, dan naskah—semuanya menuntut kemampuan berpikir kreatif. Bisa disimpulkan bahwa ChatGPT berperan tidak hanya sebagai alat bantu teknis, tetapi juga sebagai sarana yang memperluas dan menstimulasi kemampuan berpikir kreatif penggunanya.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa penggunaan AI, khususnya ChatGPT, memiliki pengaruh positif terhadap kreativitas. Penelitian Lee dan Chung (2024) melalui lima eksperimen menemukan bahwa penggunaan ChatGPT menghasilkan ide yang lebih kreatif dibandingkan tanpa bantuan teknologi maupun menggunakan mesin pencari konvensional, karena ChatGPT mampu mengombinasikan konsep-konsep yang saling berjauhan menjadi ide yang lebih inovatif dan terstruktur. Temuan lain dari Risna dkk. (2025) menyatakan bahwa ChatGPT membantu mahasiswa mengembangkan ide, melakukan brainstorming, dan meningkatkan kreativitas dalam penyusunan karya tulis ilmiah, meskipun penggunaannya tetap perlu diimbangi dengan kemampuan berpikir mandiri agar orisinalitas tetap terjaga. Marentek dan Muhid (2025) melalui studi literatur juga menyimpulkan bahwa penerapan AI dalam pembelajaran berkontribusi positif terhadap kreativitas akademik, kemampuan menghasilkan ide baru, pemecahan masalah, serta produktivitas belajar mahasiswa. Sementara itu, Fitri dkk. (2025) menemukan bahwa pemanfaatan

ChatGPT dalam pembelajaran mampu mendorong eksplorasi ide, meningkatkan keterlibatan siswa dalam proses belajar, dan mengembangkan kemampuan berpikir kreatif. Secara keseluruhan, hasil-hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa AI, khususnya ChatGPT, berpotensi meningkatkan kreativitas pengguna.

Namun, penggunaan dan penerimaan AI, khususnya ChatGPT, dalam frekuensi yang tinggi untuk membantu berbagai proses kreatif, seperti menulis, merancang ide, hingga menghasilkan karya visual, menimbulkan kemungkinan adanya pengaruh buruk AI terhadap kreativitas manusia. Ketika seseorang menggunakan ChatGPT untuk mengembangkan ide atau menghasilkan karya, proses berpikir kreatifnya tidak lagi berlangsung sepenuhnya secara mandiri, melainkan turut dipengaruhi oleh saran, contoh, pola bahasa, atau keseluruhannya diciptakan oleh AI. Hal ini sejalan dengan pandangan Epstein dkk. (2023) yang menyatakan bahwa kemampuan generatif dari alat AI berpotensi secara fundamental mengubah proses kreatif manusia.

Menurut penelitian oleh Kumar dkk. (2025), penggunaan *Large Language Model* (LLM) dan sistem AI generatif dapat menurunkan kemampuan individu dalam berpikir kreatif. Ketika seseorang terlalu bergantung pada bantuan AI dalam proses penciptaan ide, hasil yang muncul cenderung menjadi lebih seragam, ‘biasa’, dan kehilangan unsur kebaruan yang sejati. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa penggunaan LLM atau AI memang dapat memberikan dorongan kreativitas jangka pendek ketika seseorang sedang menggunakan teknologi tersebut. Namun, dalam jangka panjang, kebiasaan bergantung pada bantuan AI justru berpotensi menghambat kemampuan berpikir

kreatif secara mandiri. Ketika individu dihadapkan pada situasi di mana mereka harus berkreasi tanpa bantuan AI, kemampuan mereka untuk menghasilkan ide-ide inovatif menjadi berkurang. Hal ini menimbulkan kekhawatiran bahwa ketergantungan terhadap AI generatif dapat secara perlahan mempengaruhi fungsi kognitif dan daya cipta manusia, terutama dalam konteks eksplorasi ide yang membutuhkan orisinalitas dan pemikiran beragam.

Gagasan ketergantungan pada AI dan pengaruhnya sehingga berpengaruh pada kemampuan berpikir mandiri dan kreatif juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Kosmyrna dkk. (2025). Dalam penelitian tersebut, para peneliti menggunakan pemindaian EEG untuk mengamati aktivitas dan konektivitas otak mahasiswa yang menulis esai dengan bantuan AI. Hasilnya menunjukkan bahwa mahasiswa yang menggunakan AI memiliki konektivitas saraf yang jauh lebih lemah dibandingkan dengan mereka yang menulis secara mandiri, menandakan bahwa otak pengguna AI saat menulis esai menjadi kurang terlibat dalam proses berpikir. Ketika para mahasiswa yang sebelumnya menggunakan AI diminta kembali menulis tanpa bantuan teknologi tersebut, aktivitas otak mereka tidak kembali ke tingkat normal. Fenomena ini disebut sebagai *cognitive debt*, yakni kondisi ketika seseorang terus-menerus menyerahkan sebagian fungsi kognitif berpikir dan mengingatnya kepada sistem AI sehingga seiring waktu kebiasaan ini membuat otak beradaptasi dengan mematikan sebagian aktivitasnya.

Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan AI yang berlebihan dapat menimbulkan dampak kognitif jangka panjang, terutama dalam

konteks kreativitas. Hal ini menjadi semakin relevan ketika dikaitkan dengan pola penggunaan ChatGPT di Indonesia yang didominasi oleh kelompok usia muda, khususnya mahasiswa. Menurut data dari Garuda Website (2025), sebagian besar pengguna ChatGPT di Indonesia berada pada rentang usia 18–34 tahun, dengan mayoritas berasal dari kalangan mahasiswa. Bahkan, sekitar 35% dari seluruh penggunaan ChatGPT di Indonesia terjadi dalam sektor pendidikan.

Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah membahas dampak penggunaan AI terhadap aspek-aspek kognitif, sebagian besar masih berfokus pada ranah seperti inteligensi, kemampuan berpikir kritis, dan motivasi belajar. Kajian mengenai hubungan antara penerimaan AI dan kreativitas masih relatif terbatas, padahal kreativitas merupakan salah satu komponen penting dalam proses pembelajaran dan pengembangan diri mahasiswa. Adapun dalam konteks Indonesia, kajian dengan fokus penerimaan AI atau ChatGPT dengan kreativitas masih sangat terbatas dan umumnya berupa studi literatur yang merujuk pada temuan internasional. Hingga saat ini, belum ditemukan penelitian yang secara khusus menguji bagaimana penerimaan ChatGPT berhubungan dengan kreativitas mahasiswa di Universitas Diponegoro. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian yang penting untuk diisi, mengingat penggunaan AI di kalangan mahasiswa Indonesia terus meningkat dan berpotensi mempengaruhi proses kreatif mereka. Selain itu, Universitas Diponegoro telah menerima dan mengintegrasikan AI. Salah satu bentuk implementasinya adalah penyediaan Layanan Kecerdasan Buatan (AI) oleh UPT Perpustakaan dan Undip Press sebagai fasilitas yang mendukung sivitas akademika dalam mengakses,

mengeksplorasi, dan memanfaatkan teknologi AI untuk kegiatan pembelajaran, penelitian, serta penelusuran informasi ilmiah. Selain itu, UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro juga menyediakan Ruang *Artificial Intelligence* (AI) sebagai sarana yang mendukung pengembangan literasi AI di lingkungan kampus.

Ketersediaan berbagai fasilitas tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Diponegoro berada dalam lingkungan akademik yang semakin dekat dengan pemanfaatan teknologi AI. Kondisi ini memungkinkan mahasiswa memiliki tingkat penerimaan yang berbeda terhadap penggunaan teknologi AI, termasuk ChatGPT, dalam menunjang aktivitas akademik seperti mencari informasi, melakukan brainstorming, mengembangkan ide penelitian, maupun menyelesaikan tugas perkuliahan. Universitas Diponegoro menjadi konteks yang relevan untuk mengkaji hubungan antara penerimaan ChatGPT dengan kreativitas mahasiswa.

Maka dari itu, berdasarkan penjelasan yang telah dijabarkan, peneliti ingin mengetahui pengaruh penggunaan *artificial intelligence* khususnya ChatGPT terhadap kreativitas mahasiswa Universitas Diponegoro.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian ini adalah: “Apakah terdapat hubungan antara penerimaan ChatGPT dengan kreativitas pada mahasiswa Universitas Diponegoro?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara penerimaan ChatGPT dan kreativitas pada mahasiswa Universitas Diponegoro.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu psikologi pendidikan, khususnya dalam memahami pengaruh penggunaan teknologi berbasis kecerdasan buatan (AI) seperti ChatGPT terhadap kreativitas mahasiswa. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur dan menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya yang menelaah dampak penggunaan AI terhadap fungsi kognitif dan afektif individu.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa mengenai dampak positif maupun negatif penggunaan ChatGPT terhadap kemampuan berpikir kreatif mereka. Dengan demikian, mahasiswa dapat lebih bijak dalam memanfaatkan teknologi AI sebagai alat bantu belajar secara bijak.

b. Bagi Orang Tua

Penelitian ini diharapkan membantu orang tua memahami bagaimana penggunaan teknologi AI, khususnya ChatGPT, dapat memengaruhi proses belajar dan perkembangan kreativitas anak.

Pengetahuan ini dapat digunakan untuk memberikan pendampingan dan arahan yang tepat dalam penggunaan teknologi secara seimbang.

c. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak universitas, khususnya dalam merancang kebijakan dan strategi pembelajaran yang adaptif terhadap kemajuan teknologi.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan landasan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti topik serupa, baik dengan memperluas variabel, menambahkan faktor mediasi atau moderasi, maupun menggunakan pendekatan metodologis yang berbeda.