

**Penggunaan Kecerdasan Buatan (AI) Sebagai Media Curhat Oleh
Mahasiswa Gen Z di Yogyakarta: Studi Kualitatif Dalam Perspektif *Uses and
Gratification Theory***

Lili Adinda

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Email: 210710308@student.mercubuana-yogya.ac.id

ABSTRAK

Dalam perkembangan teknologi digital, kehadiran kecerdasan buatan (AI) telah mengubah cara manusia berkomunikasi dan mengekspresikan diri, salah satu fenomena yang muncul di kalangan mahasiswa Gen Z adalah penggunaan AI sebagai media curhat. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana mahasiswa Gen Z di Yogyakarta memanfaatkan layanan berbasis AI dalam proses curhat serta menggali alasan dan kepuasan yang mereka rasakan setelah berinteraksi dengan AI. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Data yang diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap lima informan yang merupakan mahasiswa Gen Z di Yogyakarta serta melalui observasi langsung terhadap interaksi peneliti dengan AI, analisis yang dilakukan dengan menggunakan teori *Uses and Gratification* yang mencakup empat aspek utama yaitu: kebutuhan informasi, identitas pribadi, integrasi sosial dan interaksi, serta kebutuhan hiburan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa AI menjadi media alternatif bagi mahasiswa Gen Z untuk mencari wawasan baru, menenangkan diri, dan mengekspresikan perasaan tanpa rasa takut dihakimi. AI dinilai praktis, responsif serta mampu memberikan ruang aman psikologis. Namun, para informan juga menyadari bahwa interaksi dengan AI belum dapat menggantikan komunikasi langsung dengan manusia terutama dalam hal empati dan kehangatan emosional. Oleh karena itu, penggunaan AI sebagai media curhat lebih dipahami sebagai sarana refleksi dan eksplorasi diri bukan sebagai pengganti hubungan antarpribadi.

Kata Kunci: Kecerdasan Buatan, Mahasiswa Gen Z, Media Curhat, *Uses and Gratification*, *Human-Machine Communication*

The Use of Artificial Intelligence (AI) as a Confiding Medium among Gen Z Students in Yogyakarta: A Qualitative Study from the Uses and Gratification Theory Perspective

Lili Adinda

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Email: 210710308@student.mercubuana-yogya.ac.id

ABSTRACT

In the era of digital technology, the presence of Artificial Intelligence (AI) has transformed how humans communicate and express themselves. One emerging phenomenon among Gen Z students is the use of AI as a medium for confiding personal feelings. This research aims to understand how Gen Z students in Yogyakarta utilize AI-based services as a confiding medium and to explore their motivations and the gratifications they gain through such interactions.

This study employs a qualitative descriptive approach. Data were collected through in-depth interviews with five Gen Z students in Yogyakarta, supported by direct observation of the researcher's own interactions with AI. The analysis was conducted using the *Uses and Gratification* theory, focusing on four main aspects: information needs, personal identity, social integration and interaction, and entertainment needs.

The result show that AI serves as an alternative medium for Gen Z students to gain new insights, find emotional relief, and express themselves freely without fear of judgement. AI is perceived as practical, responsive, and capable of providing a psychologically safe space for users. However, the informants also realize that AI cannot fully replace human communication, particularly in aspects of empathy and emotional depth. Therefore, the use of AI as a confiding medium is better understood as a means of reflection and self-exploration rather than a substitute for interpersonal relationships.

Keywords: Artificial Intelligence, Gen Z Students, Confiding Medium, *Uses and Gratification*, *Human-Machine Communication*