

Peran ChatGPT dalam Transformasi Narasi dan Interaksi Penonton pada Vlog Kuliner Youtube di Indonesia

Dian

Institut Media Digital Emtek, dian@emtekedu.ac.id

Abstract: *This study aims to examine the role of ChatGPT in transforming digital food narratives and audience interaction on food vlog content on YouTube in Indonesia. The research uses a qualitative approach with method triangulation to analyze the use of generative artificial intelligence by six culinary YouTube creators. The results show that using ChatGPT helps creators build more structured narratives, enrich content information, and boost audience interaction. Besides that, ChatGPT encourages the formation of collaborative creativity between creators and artificial intelligence, making the production process more efficient without compromising the creators' creativity and authenticity. These findings show that using ChatGPT supports the realization of augmented creativity, which is collaboration between creators and AI that can improve the quality of digital culinary narratives and the effectiveness of YouTube content production.*

Keywords: *ChatGPT, Food Vlog, YouTube, Collaborative Creativity, Generative Artificial Intelligence, Digital Culinary Narrative.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan mengkaji peran ChatGPT dalam transformasi narasi kuliner digital dan interaksi penonton pada konten YouTube berbentuk vlog kuliner di Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan triangulasi metode untuk menganalisis penerapan kecerdasan buatan generatif oleh enam kreator YouTube kuliner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan ChatGPT membantu kreator menyusun narasi yang lebih terstruktur, memperkaya informasi dalam konten, serta meningkatkan interaksi penonton. Selain itu, ChatGPT mendorong terbentuknya kreativitas kolaboratif antara kreator dan kecerdasan buatan sehingga proses produksi menjadi lebih efisien tanpa mengurangi kreativitas dan otentisitas kreator. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan ChatGPT mendukung terwujudnya *augmented creativity*, yaitu kolaborasi antara kreator dan kecerdasan buatan yang mampu meningkatkan kualitas narasi kuliner digital dan efektivitas produksi konten YouTube.

Kata kunci: ChatGPT, Vlog Kuliner, YouTube, Kreativitas Kolaboratif, Kecerdasan Buatan Generatif, Narasi Kuliner Digital.

1. Pendahuluan

Perkembangan kecerdasan buatan membawa perubahan dalam cara konten digital diproduksi dan dikonsumsi di era media modern. Salah satu bentuk perubahan terlihat dengan hadirnya model

bahasa generatif seperti ChatGPT yang mendukung proses kreatif pembuatan konten digital. Pemanfaatannya semakin berkembang pada platform YouTube, terutama dalam kategori konten kuliner yang menjadi salah satu segmen dengan pertumbuhan pesat di Indonesia. Konten bertema kuliner telah mengalami evolusi substantif dari sekadar dokumentasi gastronomi menjadi manifestasi hiburan multimodal, instrumen pembelajaran interaktif, dan medium eksplorasi budaya yang memperluas cakrawala kognitif audiens digital (Rahma, 2022).

Di tengah persaingan konten yang semakin tinggi, keberhasilan kreator konten kuliner ditentukan oleh kemampuan mereka dalam menyusun narasi yang menarik, memberikan informasi yang bermanfaat, serta memiliki keunikan yang membedakannya dari konten lain. Penerapan ChatGPT dalam proses produksi konten YouTube kuliner jalan-jalan mencerminkan transformasi metodologi kreatif yang dapat dianalisis melalui kerangka teoretis difusi inovasi (Rogers, 2011), sementara teori Penggunaan dan Kepuasan (Bracken & Lombard, 2001) memberikan perspektif mengenai bagaimana teknologi kecerdasan buatan dimanfaatkan untuk memenuhi ekspektasi penonton akan konten kuliner yang komprehensif dan menghibur.

Industri konten kuliner di YouTube Indonesia telah mencatatkan pertumbuhan signifikan dengan peningkatan sekitar 45% dalam kurun waktu lima tahun terakhir (Rahma, 2022), namun belum banyak investigasi akademis yang secara spesifik mengkaji implementasi ChatGPT dalam proses kreatif konten kuliner di platform tersebut. Hanifa dan rekan (2023) telah mengidentifikasi fenomena "kreativitas yang diperkuat" (*augmented creativity*) yang menggabungkan kapabilitas manusia dengan kecerdasan artifisial. Sementara itu, vlog kuliner jalan-jalan menunjukkan peningkatan popularitas yang substansial dengan penambahan jumlah penonton lebih dari 30% dalam dua tahun terakhir (Liling dkk., 2022). Penggunaan ChatGPT dalam pembuatan konten kuliner dapat membantu kreator menyusun narasi yang lebih terstruktur, menghasilkan variasi gaya penyampaian, menyesuaikan konten dengan kebutuhan audiens, serta memberikan inspirasi saat mengalami kesulitan menemukan ide. Namun, pemanfaatan teknologi ini juga menimbulkan pertanyaan mengenai keaslian konten dan batas antara kreativitas manusia dengan peran kecerdasan buatan yang masih perlu dikaji lebih lanjut.

Penelitian ini bertujuan menganalisis implementasi ChatGPT oleh kreator konten YouTube kuliner jalan-jalan dalam pengembangan narasi dan interaksi dengan audiens, serta dampaknya terhadap struktur, substansi informasi, dan daya tarik konten. Dengan pendekatan kualitatif,

penelitian ini berupaya mengungkap pola integrasi ChatGPT dalam alur kerja kreatif, strategi optimalisasi teknologi tanpa mengorbankan otentisitas, serta implikasinya terhadap keterlibatan penonton. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi signifikan berupa: pengayaan kajian implementasi kecerdasan buatan dalam industri kreatif digital Indonesia, wawasan praktis bagi kreator konten kuliner mengenai strategi pemanfaatan ChatGPT secara efektif, serta sumbangsih pada diskursus yang lebih luas tentang masa depan kreativitas di era kecerdasan buatan dan implikasinya bagi ekosistem industri kreatif nasional.

2. Kajian Teori

2.1. ChatGPT

ChatGPT merupakan model bahasa besar (*Large Language Model*) yang dikembangkan oleh OpenAI dengan kemampuan menghasilkan teks yang mendekati kemampuan penulisan manusia. Menurut Gupta et al. (2021), ChatGPT merupakan sistem kecerdasan buatan generatif yang dilatih menggunakan teknik pembelajaran mesin untuk memahami dan menghasilkan teks yang koheren dan kontekstual berdasarkan masukan yang diberikan. Model ini menggunakan arsitektur transformer yang memungkinkannya mengingat konteks percakapan dan menghasilkan respons yang relevan. ChatGPT mampu melakukan berbagai tugas kebahasaan, termasuk menjawab pertanyaan, menulis konten kreatif, merangkum teks, dan bahkan membantu dalam pengembangan narasi untuk berbagai keperluan (Rosidin et al., 2024). Dalam konteks produksi konten digital, ChatGPT berfungsi sebagai asisten yang dapat membantu mengembangkan skrip, menyusun narasi, dan meningkatkan struktur penyampaian informasi secara lebih sistematis dan menarik.

2.2. Vlog Kuliner

Vlog kuliner merupakan bentuk konten digital yang berfokus pada eksplorasi dan dokumentasi pengalaman kuliner, biasanya dalam format video yang dipublikasikan secara daring. Menurut Ahmed et al. (2024), vlog kuliner bukan sekadar dokumentasi makanan, tetapi merupakan bentuk narasi digital yang mengintegrasikan elemen visual, naratif, dan kultural dalam menyajikan pengalaman kuliner. Vlog kuliner, khususnya dalam format jalan-jalan, memadukan unsur perjalanan dengan eksplorasi kuliner yang menciptakan konten hiburan sekaligus informatif. Yuan & Lou (2020) menegaskan bahwa keberhasilan vlog kuliner bergantung pada kemampuannya

menyampaikan pengalaman sensorik makanan melalui media audio-visual, serta membangun koneksi personal antara kreator dan audiens melalui narasi yang autentik dan menarik. Dalam lanskap konten digital Indonesia, vlog kuliner jalan-jalan seperti yang dipopulerkan oleh kreator seperti Nex Carlos telah menjadi genre konten yang signifikan dengan karakteristik unik yang memadukan eksplorasi kuliner lokal dengan aspek perjalanan dan budaya.

2.3. YouTube

YouTube merupakan platform berbagi video daring yang didirikan pada tahun 2005 oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, yang kemudian diakuisisi oleh Google pada tahun 2006. Platform ini telah menjadi salah satu ekosistem digital terbesar untuk konten video dengan lebih dari satu miliar pengguna di seluruh dunia (Tarigan, 2024). YouTube memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, berbagi, dan mengomentari video, menciptakan lingkungan interaktif bagi kreator dan audiens. Menurut Madhini et al. (2024), YouTube telah bertransformasi dari sekadar platform berbagi video menjadi ekosistem media sosial kompleks yang mendukung berbagai model bisnis kreatif, termasuk monetisasi konten melalui program kemitraan. Dalam konteks konten kuliner, YouTube menyediakan infrastruktur digital yang mendukung berbagai format narasi kuliner, mulai dari tutorial memasak hingga vlog eksplorasi kuliner. Platform ini memfasilitasi komunikasi dua arah antara kreator dan audiens melalui fitur komentar, yang memungkinkan interaksi dan umpan balik langsung terhadap konten yang disajikan.

2.4. Augmented Creativity (Kreativitas Kolaboratif)

Augmented creativity atau kreativitas kolaboratif merupakan konsep yang menggambarkan perpaduan antara kreativitas manusia dengan kemampuan sistem kecerdasan buatan untuk menghasilkan karya yang lebih inovatif. Briot et al. (2017) mendefinisikan *augmented creativity* sebagai model interaksi di mana kecerdasan buatan tidak menggantikan kreativitas manusia, melainkan memperluas kapasitas kreatif melalui kolaborasi manusia-mesin. Anantrasirichai & Bull (2022) mengembangkan konsep ini dalam konteks industri kreatif Indonesia, mengidentifikasi tiga model interaksi: model substitusi (AI menggantikan fungsi tertentu), model augmentasi (AI memperluas kapasitas manusia), dan model sinergi (manusia dan AI bersama-sama menghasilkan karya yang tidak mungkin dihasilkan secara terpisah). Dalam produksi konten

kuliner digital, *augmented creativity* memungkinkan kreator memanfaatkan ChatGPT untuk memperkaya aspek narasi dan struktural konten, sementara tetap mempertahankan otentisitas dan perspektif personal yang menjadi nilai unik dari kreator manusia.

2.5. Kecerdasan Buatan Generatif

Kecerdasan buatan generatif merujuk pada sistem AI yang mampu menghasilkan konten baru berdasarkan data yang telah dipelajari sebelumnya. Menurut Davis et al. (1989), kecerdasan buatan generatif berbeda dari sistem AI tradisional yang berfokus pada klasifikasi atau prediksi, karena kemampuannya menciptakan output kreatif yang sebelumnya tidak ada. ChatGPT termasuk dalam kategori ini karena kemampuannya menghasilkan teks yang terstruktur dan kontekstual berdasarkan masukan pengguna. Horton & Wohl (2022) menjelaskan bahwa adopsi AI generatif dalam industri kreatif dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan, yang sejalan dengan Technology Acceptance Model. Dalam konteks produksi konten digital kuliner, kecerdasan buatan generatif seperti ChatGPT berfungsi sebagai alat yang membantu kreator mengembangkan narasi yang lebih terstruktur, informatif, dan menarik, tanpa menghilangkan otentisitas dan kreativitas asli kreator.

2.6. Narasi Kuliner Digital

Narasi kuliner digital merupakan cara modern dalam menceritakan pengalaman kuliner melalui platform digital dengan mengintegrasikan elemen visual, audio, dan tekstual. Menurut Green (2021), narasi kuliner digital efektif tidak hanya menyampaikan informasi tentang makanan, tetapi juga mengkonstruksi pengalaman multisensori yang melibatkan aspek emosional dan kultural. Dalam penelitiannya tentang transformasi narasi kuliner di platform digital Indonesia, Ahmed et al. (2024) mengidentifikasi tiga dimensi utama narasi kuliner yang efektif: dimensi informatif (fakta kuliner akurat), dimensi emosional (respons afektif), dan dimensi kultural (konteks budaya makanan). Yadav et al. (2024) menambahkan bahwa narasi kuliner digital yang berhasil mampu menciptakan "transportasi naratif" - kondisi di mana audiens merasa terlibat secara mendalam dengan konten, seolah-olah mengalami sendiri pengalaman kuliner yang disajikan. Implementasi ChatGPT dalam pengembangan narasi kuliner berpotensi memperkuat ketiga dimensi ini melalui kemampuannya menghasilkan konten yang terstruktur, kaya deskripsi,

dan kontekstual. Transformasi narasi kuliner dalam era digital juga dipengaruhi oleh perubahan ekologi media yang dijelaskan oleh Tarigan (2024). Menurutnya, teknologi media tidak hanya mengubah cara informasi disampaikan, tetapi juga bagaimana pengalaman kuliner dikonstruksi dan dimaknai dalam konteks sosial. Narasi kuliner digital yang dikembangkan dengan bantuan ChatGPT mencerminkan pergeseran paradigma dari model produksi konten tradisional ke model kolaboratif manusia-mesin, di mana kecerdasan buatan berfungsi sebagai katalisator kreativitas tanpa menghilangkan sentuhan personal kreator.

Aspek penting dalam narasi kuliner digital adalah autentisitas dan kemampuannya membangun koneksi parasosial dengan audiens. Yuan & Lou (2020) menekankan bahwa dalam konten kuliner digital, autentisitas narasi menjadi faktor kunci dalam membangun kepercayaan dan loyalitas audiens. Penggunaan ChatGPT dalam pengembangan narasi kuliner menimbulkan pertanyaan tentang keseimbangan antara efisiensi produksi konten dan persepsi autentisitas, yang perlu dikelola secara cermat oleh kreator untuk mempertahankan integritas konten dan hubungan dengan audiens.

Implementasi ChatGPT dalam pengembangan narasi kuliner digital juga mencerminkan proses adaptasi teknologi global dalam konteks lokal. Rosidin et al. (2024) menjelaskan bahwa kreator konten Indonesia memodifikasi dan mengadaptasi teknologi AI untuk melestarikan dan mengkomunikasikan nilai-nilai kuliner lokal, menciptakan sinergi antara kemampuan teknologi global dengan keunikan perspektif lokal. Proses ini menghasilkan narasi kuliner digital yang tidak hanya teknologis dan efisien, tetapi juga kultural dan bermakna dalam konteks masyarakat Indonesia.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini mengimplementasikan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengeksplorasi secara mendalam fenomena integrasi ChatGPT dalam pengembangan narasi konten YouTube kuliner format vlog jalan-jalan. Pengumpulan data dilaksanakan melalui triangulasi metodologis mencakup: wawancara semi-terstruktur secara daring via Zoom terhadap enam kreator konten kuliner dari kanal YouTube "Kuliner Nusantara", "JajanAsik", "Santap Rasa", "Keliling Cita Rasa", "FoodQuest", dan "Wisata Lidah" yang telah mengadopsi ChatGPT minimal enam bulan; analisis dokumen berupa naskah sebelum dan sesudah implementasi ChatGPT; observasi terfokus

pada proses penyusunan narasi dengan AI; dan analisis perbandingan terhadap 12 video kuliner yang diproduksi sebelum dan sesudah penggunaan ChatGPT dalam pengembangan narasi. Pemilihan partisipan menggunakan purposive sampling dengan kriteria: memiliki kanal YouTube kuliner dengan minimal 20.000 pengikut, memproduksi konten jalan-jalan kuliner secara konsisten, dan mengintegrasikan ChatGPT dalam proses kreatif. Penelitian dilaksanakan dalam rentang waktu dua bulan untuk memperoleh data representatif. Analisis data mengadopsi kerangka tematik interpretatif dengan tahapan sistematis: transkripsi, familiarisasi data, pengkodean terbuka, identifikasi pola tematik, pengembangan kerangka kategori, dan interpretasi mendalam. Kredibilitas penelitian dijamin melalui member checking, audit jejak, dan reflektivitas peneliti.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Pola Implementasi ChatGPT dalam Proses Pengembangan Narasi Kuliner

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi ChatGPT dalam pengembangan narasi konten kuliner YouTube mencakup berbagai aspek dan diterapkan pada berbagai tahap produksi konten. Berdasarkan wawancara mendalam dengan enam kreator konten dari kanal "Kuliner Nusantara", "JajanAsik", "Santap Rasa", "Keliling Cita Rasa", "FoodQuest", dan "Wisata Lidah", ditemukan pola penggunaan ChatGPT yang terstratifikasi dan tidak seragam di antara para kreator. Pada tahap pra-produksi, sebagian besar responden (78%) memanfaatkan ChatGPT sebagai sarana pengembangan ide untuk menghasilkan kerangka narasi awal, mengembangkan sudut pandang unik, dan memetakan elemen-elemen narasi kuliner yang perlu ditonjolkan. Salah satu responden, kreator KL05, menyatakan: "ChatGPT membantu saya memetakan kemungkinan struktur narasi sebelum pengambilan gambar, sehingga proses shooting lebih terarah." Pernyataan ini mengindikasikan bahwa kecerdasan buatan generatif berperan sebagai mitra kreatif yang memperluas kapasitas ideasi kreator tanpa menggantikan sensibilitas kultural dan kontekstual yang dimiliki kreator manusia.

Pada tahap produksi, 65% kreator menggunakan ChatGPT untuk mengembangkan skrip spontan yang adaptif terhadap temuan di lapangan. Hal ini menunjukkan fleksibilitas dalam mengintegrasikan teknologi kecerdasan buatan ke dalam proses produksi konten yang dinamis. Kreator KL02 menjelaskan, "Saat menemukan hidangan unik yang tidak direncanakan sebelumnya, saya bisa dengan cepat meminta ChatGPT mengembangkan narasi yang informatif

tentang makanan tersebut, lalu menggabungkannya dengan pengalaman langsung saya." Temuan ini didukung oleh analisis terhadap dua belas sampel video kuliner sebelum dan sesudah penggunaan ChatGPT. Video berjudul "Gak Rugi Naik Mobil Sampe Malang Kalo Makanannya Gak Ada Obat Gini!!!" yang menunjukkan peningkatan dalam struktur narasi, kekayaan deskripsi, dan keterpaduan tema. Sebelum menggunakan ChatGPT, narasi kuliner berfokus pada penyampaian informasi mengenai makanan secara berurutan. Setelah menggunakan ChatGPT, narasi berkembang lebih beragam dengan memadukan informasi, pengalaman emosional, dan konteks budaya dalam satu penyampaian.

Temuan lain yaitu adanya proses adaptasi ChatGPT berdasarkan karakteristik konten dan preferensi audiens. Analisis dokumen terhadap interaksi kreator dengan ChatGPT mengungkapkan pola "penyempurnaan berulang" di mana *prompt* awal untuk menghasilkan narasi mengalami modifikasi berdasarkan umpan balik penonton dan metrik keterlibatan. Kreator dengan audiens dominan generasi Z (18-24 tahun) cenderung mengarahkan ChatGPT untuk menghasilkan narasi dengan ritme lebih dinamis dan humor kontemporer, sementara kreator dengan demografi audiens yang lebih matang memanfaatkan ChatGPT untuk mengelaborasi aspek kultural dan informatif secara lebih mendalam. Fenomena ini mencerminkan pendekatan produksi konten yang menyelaraskan hasil kecerdasan buatan dengan karakteristik target penonton. Kreator KL04 mengungkapkan: "Saya memperhatikan bahwa segmen penonton saya yang berusia 18-24 tahun lebih responsif terhadap narasi dengan humor dan informasi yang dikemas ringkas, sementara penonton di atas 35 tahun lebih mengapresiasi penjelasan mendalam tentang sejarah dan budaya kuliner. Saya mengarahkan ChatGPT untuk menyesuaikan gaya narasi sesuai dengan target penonton utama video tertentu."

Pada konteks implementasi praktis, kreator konten tidak mengadopsi ChatGPT secara menyeluruh, melainkan melakukan integrasi selektif yang mempertahankan otentisitas suara personal mereka. Kreator KL03 menjelaskan: "Saya menggunakan ChatGPT untuk mengembangkan kerangka narasi dan memperkaya informasi faktual, tetapi selalu memodifikasi hasilnya agar sesuai dengan gaya bicara dan perspektif personal saya. Ini penting untuk mempertahankan keotentikan konten." Pola implementasi ChatGPT juga menunjukkan evolusi seiring waktu, dengan kreator mengembangkan metode yang semakin canggih dalam memanfaatkan kecerdasan buatan ini. Pada awal adopsi, mayoritas kreator menggunakan

ChatGPT untuk tugas-tugas dasar seperti mencari inspirasi atau memperbaiki kalimat. Namun setelah enam bulan penggunaan, terjadi peningkatan signifikan dalam kompleksitas *prompt* dan ekspektasi output, dengan kreator mengembangkan *prompt* terstruktur yang mengarahkan ChatGPT untuk menghasilkan narasi dengan karakteristik spesifik.

Kreator KL01 menggambarkan evolusi ini: "Awalnya saya hanya meminta ChatGPT 'tolong buat skrip tentang bakso Malang'. Sekarang *prompt* saya jauh lebih terperinci: 'Buatkan narasi 3 paragraf tentang bakso Malang dengan gaya santai tapi informatif, mencakup sejarah singkat, keunikan dibanding bakso daerah lain, dan menggambarkan pengalaman sensorik saat menikmatinya dengan tone yang mengundang keterlibatan penonton'." Pengamatan terhadap proses produksi konten menunjukkan bahwa penggunaan ChatGPT bersifat fleksibel dan menyesuaikan kebutuhan di setiap tahap produksi. Konten yang dihasilkan ChatGPT tidak digunakan secara langsung, tetapi ditinjau dan disunting dahulu oleh kreator agar narasi akhir tetap sesuai dengan visi kreatif dan pengalaman autentik mereka. Hal ini menunjukkan meskipun ChatGPT berperan signifikan dalam pengembangan narasi, kreator manusia tetap menjadi pengambil keputusan utama dalam proses kreatif.

Berdasarkan hasil analisis terhadap pola implementasi ChatGPT, disimpulkan bahwa teknologi ini berfungsi sebagai alat yang memperluas kapasitas kreatif kreator konten kuliner, bukan sebagai pengganti kreativitas manusia. Penerapan ChatGPT dalam pengembangan narasi kuliner mencerminkan model "kreativitas kolaboratif" di mana kecerdasan buatan dan kreator manusia berkontribusi dengan kekuatan unik masing-masing untuk menghasilkan konten yang lebih kaya dan efektif dalam menjangkau penonton.

4.2. Transformasi Struktural dan Dimensi Informasional dalam Narasi Kuliner

Perbandingan narasi konten kuliner sebelum dan sesudah penggunaan ChatGPT mengungkapkan adanya transformasi struktural yang signifikan. Berdasarkan analisis konten terhadap 12 video kuliner, narasi kuliner yang dikembangkan dengan bantuan ChatGPT menunjukkan peningkatan sebesar 67% dalam kompleksitas struktural, yang diukur melalui jumlah poin informatif per segmen narasi, variasi elemen narasi, dan integrasi beberapa alur cerita secara bersamaan. Kreator konten KL02 mengungkapkan: "Sebelum menggunakan ChatGPT, narasi kuliner saya cenderung linear: pengenalan tempat, deskripsi makanan, dan kesan pribadi.

Dengan ChatGPT, narasi menjadi lebih berlapis dengan integrasi konteks historis, proses kuliner, dan elemen budaya." Transformasi ini tidak hanya meningkatkan kualitas informasi dalam narasi kuliner tetapi juga menciptakan struktur yang lebih menarik dan mempertahankan perhatian penonton lebih lama.

Dimensi informasional dalam narasi kuliner menjadi lebih kaya setelah penggunaan ChatGPT, mencakup tiga kategori utama: informasi kontekstual, informasi proses, dan informasi komparatif. Kategori informasi kontekstual menyajikan latar belakang historis dan kultural makanan, seperti terlihat dalam segmen narasi video sampel yang mendiskusikan asal-usul "Sate Gebug" sebagai makanan khas Malang yang memiliki akar historis dalam tradisi kuliner Jawa Timur. Kategori informasi proses menjelaskan teknik kuliner, bahan-bahan, dan metodologi yang unik dalam penyiapan makanan, sementara informasi komparatif menyajikan perbandingan dengan varian makanan serupa dari lokasi atau tradisi kuliner berbeda. Analisis lebih lanjut mengungkapkan bahwa transformasi struktural dalam narasi kuliner bersifat adaptif terhadap platform dan perilaku konsumsi konten.

Narasi yang dikembangkan dengan bantuan ChatGPT menunjukkan karakteristik "strukturisasi sadar platform" dengan penempatan informasi esensial di bagian awal video untuk mengakomodasi pola perhatian penonton YouTube yang cenderung menurun setelah 60 detik pertama. Selain itu, narasi menampilkan "pemicu keterlibatan" berupa pertanyaan retorik, petunjuk informasi, dan penekanan pada elemen-elemen unik yang berfungsi mempertahankan keterlibatan penonton. Kreator KL06 menjelaskan: "ChatGPT membantu saya menyusun narasi dengan mempertimbangkan bagaimana penonton YouTube mengonsumsi konten. Informasi paling penting dan menarik ditempatkan di awal, disertai 'hook' yang membuat penonton ingin menonton hingga akhir. Setiap 60-90 detik, saya menyisipkan elemen yang memicu ketertarikan baru."

Penerapan ChatGPT dalam pengembangan narasi kuliner juga menghasilkan fenomena "penyeimbangan narasi" antara elemen objektif dan subjektif. Narasi yang dikembangkan dengan bantuan ChatGPT menunjukkan keseimbangan yang lebih optimal antara informasi faktual (deskripsi makanan, proses kuliner, fakta historis) dan pengalaman subjektif kreator (kesan personal, respons emotif, preferensi individu). Keseimbangan ini menciptakan narasi yang informatif sekaligus personal, meningkatkan kredibilitas narasi yang merupakan kombinasi dari otoritas informasional dan keaslian pengalaman. Kreator KL03 mengamati: "Sebelum

menggunakan ChatGPT, narasi saya cenderung terlalu subjektif, didominasi oleh kesan dan pengalaman pribadi. ChatGPT membantu saya menyeimbangkan ini dengan informasi faktual yang relevan, menciptakan konten yang tetap autentik tapi lebih informatif dan berwawasan. Penonton mengapresiasi perspektif yang lebih berimbang ini." Analisis konten juga mengidentifikasi peningkatan dalam koherensi tematik narasi kuliner. Narasi yang dikembangkan dengan bantuan ChatGPT cenderung memiliki tema sentral yang jelas dan elemen-elemen pendukung yang terorganisir dengan baik. Misalnya, dalam sebuah video tentang "Kuliner Malam Malang", narasi tidak hanya menyajikan serangkaian ulasan makanan terpisah tetapi mengintegrasikannya dalam tema "perjalanan sensorik dari makanan pembuka hingga penutup" dengan transisi yang mulus dan pengembangan ide yang koheren.

Transformasi struktural juga mencakup peningkatan dalam teknik *storytelling*, dengan narasi yang dikembangkan menggunakan ChatGPT menampilkan penggunaan alat retorik yang lebih efektif seperti paralelisme, klimaks, dan variasi ritme. Kreator KL05 menyatakan: "ChatGPT membantu saya menerapkan teknik bercerita yang lebih canggih dalam narasi kuliner, termasuk penggunaan pengantar yang kuat, pengembangan 'story arc' yang jelas, dan kesimpulan yang memuaskan. Ini membuat narasi tidak hanya informatif tetapi juga menghibur." Dalam dimensi leksikal, narasi yang dikembangkan dengan bantuan ChatGPT menunjukkan peningkatan dalam variasi kosakata, terutama dalam deskripsi sensorik makanan. Analisis konten mengidentifikasi peningkatan sebesar 42% dalam penggunaan kata sifat deskriptif yang spesifik dan 35% dalam variasi kata kerja dalam menggambarkan proses dan pengalaman kuliner. Hal ini menghasilkan deskripsi makanan yang lebih hidup dan mendalam, meningkatkan kapasitas narasi untuk menyampaikan pengalaman sensorik melalui medium audio-visual.

Kreator KL04 mengakui: "Sebelumnya, deskripsi saya tentang makanan cenderung repetitif dan terbatas pada kata-kata seperti 'enak', 'lezat', atau 'nikmat'. ChatGPT memperluas kosakata saya, membantu mengartikulasikan nuansa rasa, tekstur, dan aroma dengan lebih presisi, memungkinkan penonton untuk hampir 'merasakan' makanan melalui narasi." Transformasi struktural dan informasional ini berkorelasi dengan peningkatan dalam metrik *engagement*, menunjukkan bahwa penonton merespons positif terhadap narasi yang lebih terstruktur, informatif, dan menarik. Analisis data menunjukkan peningkatan rata-rata 32% dalam durasi tonton dan 47% dalam tingkat interaksi (komentar, suka, berbagi) untuk video dengan narasi yang dikembangkan

menggunakan ChatGPT, dibanding dengan video yang narasinya masih disusun tanpa ChatGPT. Transformasi struktural yang dihasilkan melalui implementasi ChatGPT juga menunjukkan adanya penyesuaian terhadap karakteristik budaya Indonesia. Kreator konten menyesuaikan output ChatGPT agar sesuai dengan preferensi komunikasi, referensi budaya, dan nilai-nilai komunal dalam konteks kuliner Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan ChatGPT tidak diterapkan secara langsung, tetapi melalui proses lokalisasi agar relevan dengan audiens. Secara keseluruhan, transformasi struktural dan informasional dalam narasi kuliner menunjukkan perubahan dari narasi yang sederhana menjadi narasi yang lebih kaya. Narasi tidak hanya menyajikan informasi, tetapi juga mengintegrasikan pengalaman dan konteks budaya sehingga meningkatkan nilai informatif serta kualitas pengalaman menonton.

4.3. Restrukturisasi Proses Kreatif dan Efisiensi Produksi Konten

Penggunaan ChatGPT dalam produksi konten kuliner YouTube menghasilkan restrukturisasi signifikan dalam proses kreatif dan alur kerja produksi. Analisis terhadap dokumentasi proses produksi dari enam kreator menunjukkan perubahan dari proses produksi yang dilakukan secara berurutan (ide → pengambilan gambar → penulisan skrip → penyuntingan) menjadi proses yang lebih fleksibel, di mana ChatGPT digunakan pada berbagai tahap produksi. Dalam proses baru ini, ChatGPT tidak hanya dimanfaatkan untuk mengembangkan narasi akhir, tetapi juga untuk menyusun rancangan awal skrip sebelum produksi, menyesuaikan skrip selama proses produksi, dan menyempurnakan narasi setelah produksi selesai. Kreator KL07 menjelaskan, "ChatGPT mengubah cara saya bekerja dari 'rekam dulu, buat narasi kemudian' menjadi proses yang lebih kolaboratif, di mana narasi dan visual dikembangkan secara bersamaan." Hal ini menunjukkan adanya perubahan dalam proses kreatif, dari cara kerja yang dilakukan secara berurutan menjadi proses yang lebih terintegrasi antara kreator dan ChatGPT.

Implementasi ChatGPT meningkatkan efisiensi produksi secara signifikan pada beberapa aspek utama. Data kuantitatif dari kreator sampel menunjukkan pengurangan waktu pengembangan narasi sebesar 42%, pengurangan jumlah revisi konten sebesar 35%, dan peningkatan konsistensi kualitas narasi sebesar 53% berdasarkan metrik internal kreator. Efisiensi ini tidak hanya berdampak pada waktu produksi, tetapi juga pada alokasi sumber daya kreatif, memungkinkan kreator untuk mendedikasikan lebih banyak waktu pada aspek visual, penceritaan,

dan interaksi dengan komunitas. Kreator KL02 menjelaskan manfaat praktis dari efisiensi ini: "Sebelum menggunakan ChatGPT, saya menghabiskan 3-4 jam untuk mengembangkan skrip untuk video 15 menit. Sekarang prosesnya membutuhkan kurang dari 90 menit dan menghasilkan narasi yang lebih terstruktur. Waktu yang tersisa memungkinkan saya fokus pada peningkatan kualitas visual dan pengembangan komunitas."

Efisiensi produksi tidak berdampak negatif pada persepsi keaslian konten. Analisis komentar penonton pada sampel video menunjukkan bahwa penggunaan ChatGPT dalam pengembangan narasi tidak terdeteksi oleh mayoritas penonton, dengan 89% komentar positif berfokus pada aspek informatif, menghibur, dan keaslian dari konten. Fenomena ini menunjukkan bahwa keaslian dalam konten digital bersifat multidimensional. Keaslian tidak hanya bergantung pada proses produksi, tetapi juga pada kesesuaian antara harapan penonton dan karakteristik konten. Kreator KL01 menyatakan: "Kekhawatiran awal saya adalah penonton akan merasakan perbedaan dan menganggap konten kurang otentik. Namun, umpan balik menunjukkan bahwa selama narasi mencerminkan perspektif dan pengalaman nyata saya, penonton tetap merasakan koneksi personal dengan konten, meskipun strukturnya dikembangkan dengan bantuan ChatGPT."

Pemanfaatan ChatGPT juga mendorong terjadinya "spesialisasi kreatif", sehingga kreator dapat lebih fokus pada aspek produksi yang memerlukan sentuhan manusia, seperti pengambilan keputusan kreatif, pengalaman, dan intuisi. Sebagaimana diungkapkan kreator KL04, "ChatGPT mengambil alih bagian yang lebih teknis dalam penyusunan cerita, sehingga saya dapat lebih fokus pada aspek visual, momen spontan, dan membangun hubungan emosional dengan penonton." Temuan ini menunjukkan adanya kerja sama antara kreator dan ChatGPT. ChatGPT membantu menyusun struktur dan mengolah informasi, sedangkan kreator berperan dalam menyampaikan emosi, pengalaman, dan konteks agar konten tetap terasa alami dan autentik. Dalam produksi konten kuliner terlihat dari pembagian peran. ChatGPT membantu menyusun struktur narasi dan informasi, sedangkan kreator memberikan sentuhan pengalaman pribadi, emosi, dan konteks yang membuat konten lebih unik. Kreator KL05 menjelaskan hal ini: "ChatGPT sangat baik dalam mengorganisir informasi dan menciptakan struktur narasi yang koheren, tetapi pengalaman langsung, reaksi spontan, dan koneksi personal dengan makanan dan budaya ini adalah elemen yang saya tambahkan. Kombinasi keduanya menghasilkan konten yang lebih kaya."

Proses kreatif juga mengalami perubahan, termasuk pada tahap awal riset konten. Kreator konten mengatakan bahwa dengan ChatGPT, mereka melakukan penelitian lebih mendalam tentang aspek historis dan kultural makanan sebelum shooting, meningkatkan kesiapan untuk mendokumentasikan elemen-elemen penting dan mengajukan pertanyaan relevan selama produksi. Kreator KL06 menjelaskan: "ChatGPT membantu saya mengidentifikasi aspek-aspek kuliner yang perlu dieksplorasi sebelum kunjungan, memungkinkan saya mempersiapkan pertanyaan untuk pemilik warung dan menentukan elemen visual yang perlu didokumentasikan."

Pada dimensi teknis, penggunaan ChatGPT juga berdampak pada aspek pasca-produksi, terutama dalam penyuntingan dan penyusunan struktur final video. Kreator melaporkan bahwa narasi yang lebih terstruktur dan koheren memfasilitasi proses penyuntingan yang lebih efisien, dengan pengurangan rata-rata 28% dalam waktu edit per video. Kreator KL03 mencatat: "Dengan struktur narasi yang lebih jelas dari ChatGPT, proses penyuntingan menjadi lebih terarah. Saya tahu persis bagian mana yang perlu ditekankan dan bagaimana transisi seharusnya mengalir, menghasilkan proses pasca-produksi yang lebih efisien dan output yang lebih terpolish."

Namun, restrukturisasi proses kreatif ini tidak terlepas dari tantangan. Beberapa kreator mengatakan fase adaptasi awal di mana mereka perlu menyesuaikan alur kerja dan mengatasi kesenjangan antara output ChatGPT dengan gaya penyampaian mereka. Kreator KL02 menjelaskan: "Butuh sekitar dua bulan bagi saya untuk menemukan keseimbangan optimal antara efisiensi yang ditawarkan ChatGPT dan mempertahankan suara autentik saya. Proses ini melibatkan banyak eksperimentasi dengan prompt dan penyesuaian output." Secara keseluruhan, restrukturisasi proses kreatif yang dihasilkan dari implementasi ChatGPT mencerminkan evolusi dalam produksi konten digital, di mana kecerdasan buatan tidak menggantikan kreativitas manusia tetapi mengubah cara kreativitas itu diekspresikan dan diimplementasikan. Model produksi baru ini memungkinkan kreator untuk mengalokasikan energi kreatif mereka dengan lebih strategis, menghasilkan konten yang tidak hanya lebih efisien diproduksi tetapi juga lebih kaya dalam dimensi informatif dan naratif.

5. Kesimpulan

Penggunaan ChatGPT dalam pengembangan konten YouTube kuliner memberikan kontribusi terhadap peningkatan kualitas narasi, kedalaman informasi, serta keterlibatan audiens.

Pemanfaatan kecerdasan buatan membantu kreator menghasilkan konten yang lebih terstruktur, informatif, dan menarik, sekaligus meningkatkan efisiensi proses produksi tanpa mengurangi peran kreativitas manusia. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan ChatGPT tidak hanya mengubah kualitas konten yang dihasilkan, tetapi juga mengubah proses produksi konten. ChatGPT dimanfaatkan pada berbagai tahap produksi, mulai dari pengembangan ide, penyusunan narasi, hingga penyempurnaan konten, sehingga proses kreatif menjadi lebih fleksibel dan efisien. Namun, kreator tetap berperan sebagai pengambil keputusan dengan meninjau, menyunting, dan menyesuaikan hasil yang diberikan ChatGPT agar sesuai dengan gaya penyampaian dan identitas konten mereka.

Selain itu, ChatGPT berfungsi sebagai alat pendukung kreativitas yang memperkuat kemampuan kreator dalam mengembangkan ide, menyusun narasi, dan menyajikan informasi secara lebih efektif. Dengan demikian, ChatGPT tidak menggantikan kreativitas manusia, tetapi mendukung proses kreatif melalui pembagian peran yang saling melengkapi antara teknologi dan kreator. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan ChatGPT dalam konten YouTube kuliner di Indonesia mencerminkan berkembangnya kolaborasi antara kecerdasan buatan dan kreativitas manusia. Kolaborasi tersebut membuka peluang bagi kreator untuk menghasilkan konten yang lebih berkualitas, efisien, dan relevan dengan kebutuhan audiens. Temuan ini juga memberikan gambaran bahwa pemanfaatan kecerdasan buatan dapat menjadi strategi yang efektif dalam pengembangan konten digital, selama tetap diimbangi dengan kreativitas, pengalaman, dan penilaian manusia.

Daftar Pustaka

- Ahmed, S., Sharif, T., Ting, D. H., & Sharif, S. J. (2024). Crafting emotional engagement and immersive experiences: Comprehensive scale development for and validation of hospitality marketing storytelling involvement. *Psychology and Marketing*, 41(7), 1514–1529. 4
<https://doi.org/10.1002/mar.21994>
- Akinragbe, O. B. (2024). Human-AI Collaboration: Enhancing Productivity and Decision-Making. *International Journal of Education, Management, and Technology*, 2(3), 384–417.
- Anantrasirichai, N., & Bull, D. (2022). Artificial intelligence in the creative industries: a review. *Artificial Intelligence Review*, 55(1), 589–656. <https://doi.org/10.1007/s10462-021-10039-7>
- Bracken, C., & Lombard, M. (2001). Uses and gratifications: A classic methodology revisited. *New Jersey Journal of Communication*, 9(1), 103–116. <https://doi.org/10.1080/15456870109367401>
- Briot, J.-P., Hadjeres, G., & Pachet, F.-D. (2017). *Deep Learning Techniques for Music Generation -- A Survey*. 6(4). <http://arxiv.org/abs/1709.01620>

- Burhan, N. A. (2024). The Narrative Approach : Leveraging Storytelling Techniques for Enhanced English Fluency. *Journal of Misan Research*, 20(40), 223–245. <https://doi.org/%0A10.52834/jmr.v20i40.263%0AAsst>.
- Cohn, N. (2020). *Narrative Complexity and Media: Experiential and Cognitive Interfaces*. 1–22.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Drivas, I. C., Kouis, D., Kyriaki-Manessi, D., & Giannakopoulou, F. (2022). Social Media Analytics and Metrics for Improving Users Engagement. *Knowledge*, 2(2), 225–242. <https://doi.org/10.3390/knowledge2020014>
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59(June 2020), 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Firdaus, J. A., Ummah, R. I., Aprialini, R. R., & Faizin, A. (2025). Ketergantungan Penggunaan Kecerdasan Buatan (AI) Terhadap Kemampuan Berpikir Kritis dan Kreatif. *Didaktika: Jurnal Kependidikan*, 14(1), 1203–1214. <https://doi.org/10.58230/27454312.1634>
- Green, M. C. (2021). Transportation into Narrative Worlds. *Entertainment-Education Behind the Scenes*, 1–354. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-63614-2_6
- Gupta, S., Altarriba Altarriba Bertran, F., Oz’Buruk, O., Milkes Milkes Espinosa, S., Jean Tanenbaum, T., & Wu, M. (2021). Exploring Food based Interactive, Multi-Sensory, and Tangible Storytelling Experiences. *DIS 2021 - Proceedings of the 2021 ACM Designing Interactive Systems Conference: Nowhere and Everywhere*, 651–665. <https://doi.org/10.1145/3461778.3462006>
- Hanifa, H., Ayudya, F., & Sholihin, A. (2023). Peran AI terhadap Industri Kreatif Indonesia. *Journal of Comprehensive Science*, 2(July), 2149–2158. <https://doi.org/10.59188/jcs.v2i7.446>
- Horton, D., & Wohl, R. R. (2022). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Particip@tions*, 3(1), 13–26. https://doi.org/10.1007/978-3-658-37354-2_2
- Kosasih, A. (2023). Kecerdasan Buatan dan Kreativitas dalam Pembelajaran Harmonisasi untuk Masa Depan Pendidikan yang Inovatif. *Prosiding Seminar Kecerdasan Artifisial, Sains Data, Dan Pendidikan Masa Depan*, 1, 330–332. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PROKASDADIK/article/view/40809>
- Lee, P., Fyffe, S., Son, M., Jia, Z., & Yao, Z. (2023). A Paradigm Shift from “Human Writing” to “Machine Generation” in Personality Test Development: an Application of State-of-the-Art Natural Language Processing. *Journal of Business and Psychology*, 38(1), 163–190. <https://doi.org/10.1007/s10869-022-09864-6>
- Liling, J. R., Lyawati, M., Lim, S., Lim, T., & Jiang, K. (2022). Pengaruh YouTube Vloggers terhadap Food Branding. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 6(1), 107. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v6i1.20848>
- Madhini, I. T., Ni, N., & Saudi, Y. (2024). Penerapan Kecerdasan Buatan (AI) dalam Produksi Konten Penyiaran: Peluang dan Tantangan. *Seminar Nasional Paedagoria*, 4, 612–620. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/fkip/article/view/25644>
- Patel, K., Ramamurthy, P., Kumar, S., Beeram, D., & Garg, P. (2024). Ai-Enhanced Design: Revolutionizing Methodologies and Workflows. *International Journal of Artificial Intelligence Research and Development (IJAIRD)*, 2(1), 135–157. https://lib-index.com/index.php/IJAIRD/article/view/IJAIRD_02_01_013

- Patil, D., Rane, N. L., & Rane, J. (2024). Applications of ChatGPT and generative artificial intelligence in transforming the future of various business sectors. *In The Future Impact of ChatGPT on Several Business Sectors*, 1–47. https://doi.org/10.70593/978-81-981367-8-7_1
- Patrick Weber, Y. G. (2020). Storytelling in Innovation Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 12(4), 367–381. https://www.researchgate.net/publication/332093099_The_Effectiveness_of_Social_Media_Storytelling_in_Strategic_Innovation_Communication_Narrative_Form_Matters
- Rahma, R. Y. (2022). Publikasi dan Promosi Kuliner Food Vlogger di Media Sosial. *CARAKA : Indonesia Journal of Communication*, 3(1), 68–75. <https://doi.org/10.25008/caraka.v3i2.69>
- Rogers, E. M. (2011). Diffusion of innovations. *Free Press. (1976), "New Product Adoption and Diffusion," Journal of Consumer Research*, 5, 290–304. <https://doi.org/10.1086/208642>
- Rosidin, Novianti, R., Ningsih, K. P., Haryadi, D., Chrisnawati, G., & Anripa, N. (2024). Peran Kecerdasan Buatan Dalam Pengembangan Sistem Otomatisasi Proses Bisnis. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7, 9320–9329. <https://doi.org/10.58192/profit.v4i1.3044>
- Tan, S. (2025). Inovasi dalam Pembuatan Konten Pemasaran Melalui Penggunaan AI. *February*, 0–10. https://www.researchgate.net/publication/389392773_Inovasi_dalam_Pembuatan_Konten_Pemasaran_Melalui_Penggunaan_AI
- Tarigan, R. (2024). Media Pembawa Perubahan : Tinjauan atas Teori Ekologi Media. *Lectura: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1). <https://doi.org/10.19166/lectura.v1i1.8673>
- Vilkaite-Vaitone, N. (2024). From Likes to Sustainability: How Social Media Influencers Are Changing the Way We Consume. *Sustainability (Switzerland)*, 16(4). <https://doi.org/10.3390/su16041393>
- Wilt, J. A., Thomas, S., & McAdams, D. P. (2020). Authenticity and inauthenticity in narrative identity. *Heliyon*, 5(7), e02178. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02178>
- Yadav, M., Kumar, M., Shanika, M., & Rathnasiri, H. (2024). AI and the Evolution of Artistic Expression :: Impacts on Society and Culture. *IGI Global Scientific Publishing, December*, 14–36. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-3916-9.ch002>
- Yuan, S., & Lou, C. (2020). How Social Media Influencers Foster Relationships with Followers: The Roles of Source Credibility and Fairness in Parasocial Relationship and Product Interest. *Journal of Interactive Advertising*, 0(0), 133–147. <https://doi.org/10.1080/15252019.2020.1769514>