

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mendorong mahasiswa berperilaku secara etis dan bertanggung jawab dalam penggunaan ChatGPT pada karya tulis akademik, dengan meninjau aspek psikologis serta persepsi nilai penggunaannya. Secara khusus, penelitian ini menguji pengaruh nilai penggunaan saat ini, nilai penggunaan masa depan, arti penting, pengetahuan, relevansi, hubungan emosional, empati, dan jarak sosial terhadap kesadaran etis, serta pengaruh kesadaran etis terhadap kebijakan penggunaan ChatGPT. Pendekatan kuantitatif digunakan melalui survei daring yang melibatkan 435 responden, dan data dianalisis menggunakan SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai penggunaan masa depan, arti penting, pengetahuan, relevansi, dan hubungan emosional berpengaruh positif signifikan terhadap kesadaran etis. Selanjutnya, kesadaran etis terbukti berpengaruh signifikan terhadap kebijakan penggunaan ChatGPT. Sementara itu, nilai penggunaan saat ini, empati, dan jarak sosial tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kesadaran etis. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan memperkaya literatur dengan mengintegrasikan teori tingkat konstrual dan teori pengambilan keputusan etis sebagai kerangka konseptual yang relevan untuk memahami perilaku etis pengguna teknologi kecerdasan buatan di lingkungan pendidikan. Sedangkan secara praktis, penelitian ini dapat menjadi dasar bagi institusi pendidikan dan pengembang teknologi untuk merancang strategi edukatif yang mendorong pemanfaatan ChatGPT secara bijaksana, bertanggung jawab, dan berlandaskan etika.

**Kata Kunci:** Jarak psikologis, kebijakan pengguna, kesadaran etis, teori pengambilan keputusan etis, teori tingkat konstrual.

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the factors that drive students to behave ethically and responsibly in using ChatGPT for academic writing by examining psychological aspects and perceived usage value. Specifically, this research investigates the influence of perceived current usage value, perceived future usage value, perceived importance, knowledge, relevance, emotional connection, empathy, and social distance on ethical awareness, as well as the effect of ethical awareness on the wise use of ChatGPT. A quantitative approach was employed through an online survey involving 435 respondents, and the data were analyzed using SmartPLS 4.0. The results reveal that perceived future usage value, perceived importance, knowledge, relevance, and emotional connection have a significant positive effect on ethical awareness. Furthermore, ethical awareness was found to significantly influence the wise use of ChatGPT. In contrast, perceived current usage value, empathy, and social distance did not show a significant effect on ethical awareness. Theoretically, this study contributes to the literature by integrating Construal Level Theory and Ethical Decision-Making Theory as a relevant conceptual framework for understanding ethical behavior in the use of artificial intelligence technology in educational settings. Practically, the findings provide a foundation for educational institutions and technology developers to design educational strategies that promote the ethical, responsible, and wise use of ChatGPT.*

*Keywords: Psychological distance, consumer wisdom, ethical awareness, ethical decision making theory.*