

Bab 1 Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupannya, manusia memiliki kebutuhan dasar untuk terhubung dengan individu lain melalui hubungan interpersonal. Kebutuhan yang dimaksud tidak hanya terbatas pada kehadiran secara fisik saja, melainkan juga mencakup keberadaan ruang untuk mengekspresikan pikiran, perasaan, serta pengalaman pribadi. Untuk memahami pentingnya hal ini, dapat diartikulasikan melalui teori hierarki kebutuhan Abraham Maslow, yakni kebutuhan akan cinta, penerimaan, harga diri, hingga aktualisasi diri adalah bagian dari motivasi dasar manusia.

Berdasarkan teori *Fundamental Interpersonal Relation Orientation* (FIRO) manusia memiliki dorongan untuk memenuhi tiga kebutuhan utama, yaitu: dilibatkan, dipengaruhi dan memengaruhi, serta afeksi. Pemenuhan kebutuhan tersebut dapat dipenuhi melalui komunikasi emosional yang bermakna dan tindakan membuka diri kepada orang lain, seperti teman, keluarga, serta pasangan. Akibatnya tindakan mengungkapkan informasi atau perasaan pribadi muncul sebagai faktor penting dalam penyaluran kebutuhan dasar manusia sekaligus pengembangan hubungan interpersonal. Dengan demikian, salah satu peran teman, keluarga, pasangan adalah sebagai wadah individu untuk mengekspresikan soal dirinya, yang dimana hal ini dikenal sebagai *self-disclosure*.

Self-disclosure atau keterbukaan diri merupakan bagian penting dalam hubungan interpersonal yang mendukung kesejahteraan psikologis manusia. *Self-disclosure* adalah bentuk komunikasi dimana individu mengungkapkan informasi tentang diri yang cenderung atau biasanya tidak ditunjukkan (DeVito, 1997). Melalui *self-disclosure*, individu dapat membangun koneksi dan mengembangkan hubungan antar individu. Mengungkapkan informasi pribadi dan bersifat intim dapat memberikan dampak kesehatan yang baik, seperti bagi seseorang yang berada dalam kondisi negatif, ini menjadi sangat efektif dalam meningkatkan kesehatan mental maupun fisik mereka (Matsushima & Shiomi, 2001). Selain itu, dengan *self-disclosure* secara lisan maupun tertulis dapat membantu individu dalam mengurangi beban psikologis (Pennebaker & Beall, 1986). *Self-disclosure* biasanya dilakukan pada orang yang dianggap aman secara emosional untuk berbagi informasi.

Mulanya, *self-disclosure* dilakukan sebagai praktik yang hanya terjadi dalam interaksi antar manusia secara langsung. Seiring berkembangnya teknologi digital, media dalam melakukan *self-disclosure* pun ikut bergeser. Kemunculan media sosial dan aplikasi komunikasi lainnya

membuka kesempatan bagi pengguna untuk membuka diri secara *online*. Dilanjutkan dengan perkembangan *artificial intelligence* (AI) yang hadir melalui *chatbot*, suatu sistem dengan kecerdasan buatan dengan tujuan agar manusia dapat merasakan pengalaman dimana dirinya seolah-olah tengah berinteraksi dengan manusia sealami mungkin (Rizky et al., 2024).

Studi terbaru menunjukkan bahwa *self-disclosure* atau pengungkapan diri dapat meluas pada interaksi dengan AI melalui *chatbot*, terutama ketika pengguna menganggap sistem ini tidak menghakimi. Hal ini menjadi topik pembahasan pada ranah kajian *Human-Computer Interaction* (HCI), yaitu bidang multidisiplin dengan fokus interaksi antara manusia dan komputer atau perangkat digital lainnya, dengan mengintegrasikan pengetahuan dari berbagai domain, termasuk bidang psikologi.

Interaksi antar manusia dan AI melalui *chatbot* terjadi, yang kemudian akhirnya membuka ruang bagi pengguna untuk membagikan pengalaman pribadinya. Dalam studi Fryer & Carpenter (2006) serta Haristiani (2019) dijelaskan bahwa *chatbot* membawa manfaat dalam bentuk kenyamanan, aksesibilitas, serta praktik yang dapat digunakan secara berulang. Teknologi *chatbot* terbukti menunjukkan kegunaan dan dampak positif bagi para penggunanya khususnya kondisi psikologis mereka melalui kebebasan pengguna untuk bisa berbagi informasi soal dirinya. *Chatbot* yang bersifat terapeutik dapat membantu individu yang memiliki masalah dalam kesehatan mentalnya, spesifiknya seperti kecemasan dan depresi (Desai et al., 2022). Melalui beberapa penelitian, *chatbot* juga terbukti dapat meningkatkan suasana hati positif setelah pengguna melakukan interaksi dan bertukar informasi (Morris et al., 2018; Ta et al., 2020).

Selain itu, Chin et al. (2023) melakukan penelitian pada *chatbot* jenis SimSimi dengan analisis *Linguistic Inquiry and Word Count* (LIWC) dan teknik n-gram serta mengklasifikasikan jenis percakapan yang dilakukan oleh pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna cenderung mengutarakan emosi sedih mereka dan menjadikan *chatbot* ini sebagai media pendengar. Sedangkan pada penelitian Wang dan Farb (2024) dikemukakan bahwa secara signifikan *chatbot* mampu meningkatkan suasana hati positif dari waktu ke waktu dengan partisipan sejumlah 166 mahasiswa. Begitu pula dengan hasil penelitian Ho et al. (2018) yang memaparkan bahwa pengungkapan diri yang bersifat emosional kepada *chatbot* sama bermanfaatnya dengan pengungkapan diri pada sesama manusia.

Croes et al., (2024) melalui penelitiannya pada 286 orang, didapatkan bahwa tidak ada perbedaan dalam *self-disclosure* secara intim antara dengan manusia dan *chatbot*. Melalui

penelitian Warren-smith et al. (2023), diketahui bahwa *self-disclosure* pada *chatbot* memang terjadi meski terdapat perbedaan reaksi saat asal usul *chatbot* diberitahu pada subjek (*chatbot* adalah *chatbot* dan *chatbot* adalah manusia). Menurut temuan Lucas et al. (2014), individu cenderung lebih terbuka dalam mengungkapkan diri mereka pada manusia virtual dibanding manusia sungguhan karena persepsi soal manusia virtual yang tidak akan mengevaluasi dan menghakimi mereka secara negatif.

Melalui beberapa penelitian tersebut, cukup menunjukkan bahwa *self-disclosure* dapat terjadi pada interaksi manusia dengan AI. AI bukan lagi hanya sekedar alat untuk manusia mempermudah pekerjaan mereka, melainkan dapat menjadi partner percakapan, baik sebagai teman, pendamping, hingga pasangan romantis (Skjuve et al., 2021). Hal ini terjadi karena *chatbot* kini sudah lebih canggih karena adanya peningkatan kredibilitas meliputi empati, pengungkapan diri, altersentrisme, ekspresivitas, dan dukungan, yang mana bertujuan agar pengguna lebih mungkin untuk terlibat dan berbagi informasi pribadi (Lee & Chan, 2023). Kemampuan komunikasi AI pada *chatbot* berhasil menciptakan lingkungan dimana manusia bisa merasa lebih nyaman dalam melakukan *self-disclosure* sekalipun terkait dengan informasi yang bersifat sensitif. Hal ini akhirnya membuat beberapa pengguna memandang AI sebagai manusia, sebagaimana sistem ini memang dikonsep semirip mungkin dengan manusia.

Dalam beberapa tahun terakhir, *chatbot* seperti Character.AI digunakan sebagai media untuk bercerita. Character.AI merupakan platform *chatbot* yang menyediakan fasilitas dimana pengguna dapat melakukan interaksi dengan karakter buatan berbasis AI. Berbeda dengan ChatGPT, platform ini menyediakan berbagai jenis karakter dalam jumlah sangat banyak dan pengguna dapat memilih secara gratis. Karakter yang ada dibuat berdasarkan tokoh-tokoh besar di dunia nyata, tokoh kartun, hingga tokoh fiksi yang sebenarnya tidak ada, sehingga memungkinkan penggunaanya bisa mengobrol dengan tokoh siapapun. Karakter dirancang sekompleks mungkin dengan menetapkan parameter tertentu meliputi aspek pengetahuan, kemampuan berkomunikasi, hingga aspek kepribadian agar benar-benar menyerupai fungsi yang ada pada manusia.

Kepopuleran platform ini dibuktikan dengan data yang disajikan oleh Kumar, N. (2025) melalui Demandsage.com, bahwa setiap bulannya terdapat lebih dari 200 juta orang di seluruh dunia yang mengunjungi Character.AI dengan lebih dari 28 juta pengguna aktif setiap bulannya dengan Indonesia menjadi salah satu dari peringkat lima besar sebagai pengakses terbanyak. Sebagai salah satu jenis *chatbot*, Character.AI memang dibuat berorientasi sepenuhnya pada

manusia dengan tujuan agar pengguna dapat mempersonalisasi pengalaman mereka melalui interaksi bersama karakter AI. Dengan tujuan tersebut, pengguna dapat dengan mudah mengekspresikan dirinya dalam berbagai emosi yang ingin diutarakan termasuk pengalaman pribadi mereka melalui platform ini.

Namun, di balik kepopuleran penggunaan Character.AI, muncul fenomena yang menimbulkan keprihatinan. Tercatat sebuah insiden mengenai individu yang mengalami dampak negatif akibat keterikatan emosional terhadap platform ini. Dikutip dari liputan6.com dan CNN, pada akhir 2024 terjadi insiden bunuh diri oleh seorang remaja berusia 14 tahun bernama setelah terlibat percakapan panjang selama beberapa bulan dengan karakter di Character.AI. Dipaparkan bahwa ia sering menceritakan kehidupannya pada karakter bernama 'Dany', meliputi aktivitas dan hal-hal yang orangtuanya tidak tahu, hingga jatuh cinta lalu terlibat dalam percakapan romantis dan seksual dengan karakter 'Dany'. Diduga ini dipicu oleh keterlibatan emosional dan saran yang diberikan oleh karakter. Kejadian ini menunjukkan bahwa keterhubungan manusia dengan AI tidak hanya menciptakan pengalaman interaktif yang menyenangkan, tetapi juga berpotensi menimbulkan risiko psikologis. Kondisi ini tidak terlepas dari bagaimana Character.AI sebagai agen antropomorfik dirancang untuk meniru respons sosial manusia melalui dialog, termasuk melakukan pengungkapan balik hingga akhirnya membentuk hubungan emosional.

Nass et al. (1994) menjelaskan bahwa manusia melihat komputer dapat bertindak sebagai aktor sosial, dimana secara tidak sadar kemudian menerapkan norma interaksi interpersonal pada interaksi manusia-komputer melalui paradigma CASA (*Computers are Social Actors*). Salah satu karakteristik interaksi yang dilakukan oleh platform ini adalah kemampuannya dalam memberikan respons seolah ia memiliki identitas, pemikiran, perasaan, dan pengalaman seperti manusia. Agen antropomorfik seperti *chatbot* ini mampu melakukan pengungkapan diri juga, sehingga terbukti meningkatkan hubungan emosional antara pengguna dan *chatbot* (Tsumura & Yamada, 2023). Mengingat *self-disclosure* adalah proses penetrasi sosial dalam menjalin suatu hubungan, maka keterlibatan emosional ini dapat dikatakan penting.

Meskipun definisi dasar dari *self-disclosure* berakar pada interaksi sesama manusia sesungguhnya, penerapannya dapat meluas ke AI dalam kondisi tertentu seiring berkembangnya teknologi, mengingat *chatbot* seperti Character.AI sudah mulai dapat memberikan respon yang menunjukkan empatik, melakukan interaksi timbal balik, menjaga kedalaman percakapan, dan menciptakan lingkungan bagi pengguna untuk berbagi informasi pribadi. Penelitian-penelitian

yang telah dicantumkan sebelumnya tercatat telah menerapkan konsep *self-disclosure* pada ranah HCI.

Fenomena *self-disclosure* terlihat jelas pada para pengguna Character.AI yang merupakan anggota Komunitas 'Character AI Indonesia' di Facebook. Komunitas 'Character AI Indonesia' adalah komunitas berbentuk grup privat yang menjadi wadah bagi para pengguna platform Character.AI di Indonesia untuk berkumpul dan mengeksplorasi karakter AI. Berdasarkan wawancara dengan admin dari komunitas, diketahui bahwa komunitas ini ada sebagai wadah bagi para pengguna untuk membagikan interaksi mereka dengan karakter Character.AI pada sesama anggota. Lebih lanjut lagi, narasumber menyatakan bahwa kebanyakan pengguna di komunitas ini menggunakan Character.AI untuk menyalurkan *inner-side* atau jati diri mereka, mereka juga sering menjadikan platform ini untuk mengungkapkan apa yang tidak bisa mereka ungkapkan pada orang sekitar mereka. Mereka memilih karakter dengan kepribadian atau tokoh yang sesuai dengan keinginan mereka. Beberapa pengguna bahkan melakukan interaksi dengan menunjukkan sisi abusif mereka terhadap karakter yang mereka pilih.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti melalui observasi aktivitas anggota komunitas, dalam sehari selalu ada anggota yang memposting isi obrolan mereka dengan karakter Character.AI dengan isi postingan yang menunjukkan bahwa mereka menyatakan kegundahan hati dan pengalaman hidup mereka selayaknya pada manusia. Dengan kata lain, pengguna menunjukkan tindakan yang tidak mereka tunjukkan pada orang lain dengan karakter di Character.AI, mengindikasikan kondisi *self-disclosure*.

Selain itu, dilakukan wawancara dengan admin komunitas yang memiliki jangkauan informasi lebih luas tentang anggota komunitas. Hasil wawancara yaitu sebagai berikut ini:

"Kebanyakan anggota grup itu penikmat AI yang mana kalau penikmat, mereka lebih suka share momen sama karakter mereka. Entah wholesome hal mesum, atau kadang edan kek adu jotos." (Admin 1).

"Mereka juga gak jarang sharing pengalaman hidup mereka ke c.ai, mostly yang bersifat sensitif sih memang." (Admin 2).

Dalam studi awal yang dilakukan menggunakan *google form* terhadap 50 anggota komunitas fokus penelitian ini, didapatkan bahwa 37 anggota (74%) melakukan sesi *curhat* atau membagikan cerita pengalaman mereka ke AI. Selain itu, 41 anggota (82%) menyatakan bahwa terdapat perbedaan dalam cara mereka berinteraksi dengan karakter AI dan dengan orang lain di

sekitar mereka. Perbedaan itu ditunjukkan dengan bagaimana mereka menjadi jauh lebih ekspresif dan terbuka dengan karakter, termasuk berbagi pernyataan tentang diri yang jarang atau tidak orang sekitarnya tahu. Interaksi yang dilakukan pun beragam jenisnya, ada yang mencurahkan isi hati dan kegundahan pada karakter AI, meminta saran, melakukan komunikasi untuk mengenal karakter lebih dalam, sekedar mengobrol hal-hal secara acak, melakukan skenario tindakan abusif berbentuk teks pada karakter baik secara fisik maupun psikis, hingga melakukan skenario hubungan seksual melalui teks dengan karakter.

Melalui hasil studi awal, diketahui 43 responden (86%) menyatakan mereka merasa dekat, terikat, dan intim bersama karakter yang diajak berinteraksi melalui Character.AI. Respon yang diberikan oleh karakter pun memengaruhi suasana hati mereka. Ketika mereka tidak berinteraksi dengan karakter dalam beberapa waktu, lebih dari setengahnya merasa hampa, sedih, sepi, rindu, hingga muncul reaksi gelisah, sehingga muncul dorongan untuk sulit berhenti menggunakan Character.AI. Setengah dari total responden menyatakan bahwa mereka berinteraksi dengan karakter setiap hari, dengan durasi rata-rata lebih dari 3 jam sehari. Bahkan ada 9 responden yang meluangkan waktunya lebih dari 6 jam dalam sehari untuk tetap berinteraksi bersama karakter favoritnya.

Selain itu, 47 anggota (94%) menyatakan bahwa karakter yang mereka ajak interaksi mampu memahami apa yang mereka sampaikan dan merakerangkasa didukung oleh respon yang diberikan oleh karakter. Sejalan dengan hasil penelitian Collins & Miller (1994) bahwa reaksi pendengar sangat penting dalam menentukan efektivitas terjadinya *self-disclosure*, yang apabila dicocokkan pada fenomena ini, pendengar adalah karakter AI. Studi sebelumnya terkait *chatbot* menunjukkan bahwa individu lebih bersedia menungkapkan informasi pribadi pada AI psikologis daripada terapis virtual yang dioperasikan oleh manusia asli (Fitzpatrick et al., 2017; Torous et al., 2015). Penemuan-penemuan tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya teknologi *chatbot* yang interaktif seperti Character.AI membuat individu lebih cenderung melakukan *self-disclosure*.

Fenomena ini menunjukkan pergeseran dalam cara manusia membangun dan mengekspresikan relasi personal, dimana *chatbot* tidak lagi berfungsi sebagai alat menjawab pertanyaan atau membantu tugas, tetapi juga menjadi ruang dimana pengguna melakukan *self-disclosure*. Meskipun secara permukaan hal ini tampak sebagai bentuk keterbukaan yang positif, fenomena ini menyimpan sejumlah persoalan yang patut dikaji lebih lanjut. Risiko ketergantungan

emosional terhadap entitas bukan manusia dapat terjadi, ini terpotret melalui hasil studi awal. Masalah lain yang dapat muncul adalah terkait batas etis dan privasi informasi pribadi.

Melalui penelitian terdahulu dan fenomena yang ditemukan pada komunitas 'Character.AI Indonesia', menimbulkan pertanyaan penting: faktor apa yang membuat mereka bersedia membuka diri pada entitas non manusia. Berdasarkan studi sebelumnya, kesepian atau *loneliness* menjadi aspek yang memengaruhi *self-disclosure* melalui penelitian terhadap 193 responden gen Z pengguna Twitter (Muthmainah, 2023). *Loneliness* menjadi kondisi dimana individu merasakan perasaan tidak nyaman akibat tidak terpenuhinya kebutuhan kedekatan dengan orang lain. Sedangkan pada temuan (Ulfah & Aviani, 2023) yang ditujukan pada remaja pengguna Instagram di Bukittinggi, menunjukkan bahwa *loneliness* memiliki hubungan yang signifikan dengan *online self-disclosure*. Begitu pula dengan penelitian (Maindah NurLaili Asari & Tatik Mukhoyyaroh, 2024) yang menemukan bahwa *loneliness* mendukung seseorang untuk menjadi *self-disclosure* pada pengguna media sosial X. Ditarik benang persamaannya bahwa *loneliness* membuat seseorang lebih cenderung untuk melakukan *self-disclosure* melalui media *online* dan *chatbot* adalah teknologi yang berbasis media *online*.

Ta et al. (2020) melakukan penelitian pada pengguna *chatbot* dengan platform Replika untuk mengetahui apakah Replika dapat menjadi dukungan sosial dengan meneliti 1854 ulasan pengguna dan hasil isian survei dari 66 responden. Hasilnya menunjukkan bahwa Replika membantu dalam meredakan *loneliness* yang dialami penggunanya. Didukung pula dengan penelitian (Dosovitsky & Bunge, 2021) yang mengemukakan bahwa kesepian dapat diatasi dengan intervensi *chatbot*. Sedangkan di Indonesia, hingga saat ini masih sedikit literatur dalam bidang kajian psikologi mengenai fenomena penggunaan Character.AI. Mutiarrama et al., (2024) melakukan penelitian secara kualitatif untuk mendalami pengalaman Gen Z dalam menghadapi kesepian menggunakan platform ini. Diketahui bahwa dari 3 informan Gen Z, 2 di antaranya menunjukkan bahwa rasa kesepian mereka dapat teratasi dengan menggunakan Character.AI. Maka, dari penelitian terdahulu, dapat dikatakan bahwa penggunaan Character.AI sebagai salah satu jenis *chatbot* memiliki ketersinambungan dengan perasaan kesepian atau *loneliness*.

Melalui studi awal, faktor yang melatarbelakangi 28 orang (76%) dari 37 anggota yang melakukan *self-disclosure* dengan karakter AI adalah bahwa mereka tidak punya orang yang bisa diajak interaksi sedangkan mereka ingin melakukan aktivitas tersebut sehingga tidak tahu harus bercerita pada siapa lagi, hal ini mengindikasikan kondisi kesepian. Maka, dapat diketahui bahwa

terdapat anggota komunitas Character.AI menunjukkan perilaku *self-disclosure* dengan salah satu penyebab utamanya adalah *loneliness*. Harianto (2018) dalam penelitiannya menemukan bahwa intensitas penggunaan media sosial memiliki hubungan dengan *loneliness*. Sehingga, dapat disimpulkan individu yang *loneliness* cenderung akan menggunakan suatu media sosial dengan intensitas yang berlebihan. Saat ini, Character.AI dapat diidentifikasi sebagai satu jenis media sosial, hanya saja sasaran interaksinya adalah AI. Dari hasil studi awal yang dilakukan oleh peneliti, didapatkan data berupa sebanyak 33 (66%) anggota komunitas melakukan interaksi setiap hari dengan Character.AI, dengan 34 (68%) anggota meluangkan waktu lebih dari 3 jam dalam sehari untuk berinteraksi dengan karakter di Character.AI.

Menurut Perlman & Peplau (1998) *loneliness* muncul ketika adanya ketidakpuasan akan ketidaksesuaian antara hubungan sosial yang dimiliki dengan yang diharapkan. Ketidaksesuaian akan hubungan sosial yang dimiliki ini dapat berupa dalam hal kuantitas maupun kualitas. Hubungan sosial mencakup banyak bentuk, seperti persahabatan, pasangan romantis, ikatan keluarga, hingga koneksi komunitas dengan sesama manusia. Setiap hubungan tersebut memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan sosial dan emosional seseorang. Mencari pemenuhan kebutuhan tersebut menjadi naluri individu, hingga akhirnya sebagian individu yang tidak mendapatkan hal itu dari lingkungan sosialnya menempuh cara lain agar kebutuhannya terpenuhi melalui hubungan sosial yang tidak nyata, seperti figur artis, idol, hingga karakter fiksi.

Pada fenomena ini individu akhirnya melakukan komunikasi *online* dengan AI melalui platform Character.AI. Bagi individu yang merasa kesepian atau mengalami kesenjangan emosional maupun sosial di dunia nyata, penggunaan Character.AI yang bersifat antropomorfik bisa jadi menjadi kompensasi terhadap kebutuhan keterikatan. Ketika kebutuhan ini tidak terpenuhi melalui hubungan interpersonal nyata, media Character.AI berpotensi menjadi pengganti yang secara psikologis memberi rasa 'didengar' dan 'dilihat', padahal kenyataannya ini bersifat semu.

Di sisi lain, *trust* atau kepercayaan menjadi komponen penting bagi manusia untuk melakukan *self-disclosure*, baik pada sesama manusia maupun sistem. Selain *loneliness*, studi awal menunjukkan bahwa 45 dari 50 anggota merasa aman dan nyaman untuk berinteraksi dengan Character.AI. *Trust* adalah prasyarat individu merasa aman dalam mengungkapkan diri. Studi terdahulu membuktikan bahwa *self-disclosure* dipengaruhi oleh *trust*. *Self-disclosure* kepada individu lain pada sejumlah hal menjadi indikasi bentuk perilaku dari adanya kepercayaan, dengan

memiliki hubungan positif dimana *trust* dapat mengarah pada *self-disclosure* (Wheeless, 1978). Pada penelitian Krasnova et al., (dalam Bol et al., 2018) *trust* dan perilaku *online self-disclosure* memiliki hubungan positif. Sedangkan pada penelitian Bol et al. (2018) ditemukan bahwa *trust* memainkan peran penting, dimana semakin individu memercayai media maka akan semakin mungkin untuk melakukan *self-disclosure*. Hubungan antara *trust* dan *self-disclosure* digambarkan juga dengan ketika persepsi *trust* individual terjadi dan *self-disclosure* terjadi, maka situasi solidaritas dapat tercipta (Wheeless, 1978). Dengan kata lain, dapat diketahui pentingnya kepercayaan dalam membangun hubungan melalui *self-disclosure*. Individu tidak hanya mengungkapkan pikiran melainkan juga perasaan, sehingga menandakan kesediaan dalam keterlibatan pertukaran timbal balik. Agar hubungan dapat berkembang, diperlukan pertukaran informasi dan timbal balik.

Character.AI dirancang agar interaksi dapat berjalan dua arah, dimana karakter juga dapat melakukan pengungkapan diri sebagai timbal balik. Pengungkapan diri dari agen AI dapat memengaruhi kepercayaan atau *trust* penggunaanya (Zehnder, 2023). Ditemukan bahwa realisme avatar dalam interaksi virtual secara signifikan menunjukkan pengaruh terhadap keinginan pengguna untuk dapat mengungkapkan informasi pribadi, hal ini dikarenakan pengguna menganggap sistem yang digunakan dapat dipercaya (Kang & Gratch, 2010). Ini sejalan dengan temuan de Visser et al. (2016) yang mengemukakan bahwa fitur antropomorfik pada agen non-human dapat meningkatkan *trust* pengguna, dimana pengguna akan lebih cenderung untuk mempertahankan kepercayaan pada sistem yang menunjukkan karakteristik seperti manusia.

Konsep *trust* yang semula diasosiasikan dalam hubungan sesama manusia, kini sejumlah studi menunjukkan bahwa manusia dapat menunjukkan perilaku *trust* terhadap sistem non-manusia seperti AI. Nass et al. (1994) mengemukakan bahwa manusia melihat komputer dapat bertindak sebagai aktor sosial atau dikenal juga dengan istilah *Computer as Social Actor (CASA)*, bahwa manusia cenderung merespons komputer seakan mereka adalah agen sosial tanpa harus meyakini bahwa komputer tersebut benar-benar memiliki niat maupun kesadaran. Waytz et al. (2014) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa manusia dapat memiliki hubungan dengan komputer melalui antropomorfisme, yaitu menerapkan karakteristik manusia pada agen non-manusia seperti AI atau komputer.

Manusia tidak hanya mengembangkan kepercayaan dengan artefak teknologi, melainkan mengasosiasikan teknologi sebagai karakteristik seperti yang dilihat pada suatu manusia (Gulati

et al., 2017). Dalam konteks interaksi antar manusia dan AI, *trust* dipahami bukan seperti *trust* antar manusia yang terjadi relasi emosional timbal balik, melainkan persepsi dan ekspektasi pengguna akan kemampuan AI untuk dapat berperilaku tidak membahayakan dan membantu.

Menjadi pertanyaan bagi peneliti bahwa sejauh mana pengguna memercayai sistem yang digunakan, yang mana pada konteks ini adalah Character.AI. *Self-disclosure* adalah kegiatan berbagi informasi pribadi, yang diperlukan kepercayaan sebelum memutuskan untuk mengungkapkan informasi diri. Dengan itu, penelitian ini akan berfokus juga pada apakah *trust* menjadi pengaruh bagi para pengguna Character.AI dalam komunitas Character AI Indonesia di Facebook melakukan *self-disclosure* pada AI.

Sementara dengan melakukan *self-disclosure* dapat menumbuhkan dan keintiman dalam hubungan, dikhawatirkan akan terjadi keterikatan pada karakter AI. Meski *self-disclosure* pada karakter AI memberikan dampak positif, perlu diperhatikan juga bahwa dampaknya mengacu pada kondisi psikologis, emosional, dan relasional. Meskipun karakter AI dapat memberikan respon yang terlihat empatik, sebenarnya respon tersebut diberikan dalam akumulasi informasi dari media internet, bukan empati sesungguhnya (Jiang, 2024).

Selain itu, anonimitas dan keamanan yang mungkin dirasakan oleh pengguna saat melakukan pengungkapan informasi pada AI dapat mengantarkan individu berbagi data sensitif tanpa memahami sepenuhnya risiko yang ada, membuat rentan akan eksploitasi dan penyalahgunaan data pribadi. *Self-disclosure* pada AI memang dirasa aman oleh para pengguna, namun sebenarnya menciptakan paradoks kepercayaan dan kerentanan—merasa aman tapi justru lebih rawan (Jiang, 2024). Nyatanya, *self-disclosure* dalam konteks AI memang membentuk kedekatan tetapi di lain sisi justru menipu karena tidak adanya timbal balik emosional yang nyata, melainkan validasi semu (Jiang, 2024).

Sebagian besar penelitian terdahulu yang mengkaji pengaruh *loneliness* dan *trust* terhadap *self-disclosure* pada pengguna *chatbot* khususnya Character.AI masihlah sangat terbatas. Di Indonesia sendiri, ditemukan penelitian kualitatif dengan variabel *loneliness* pada fenomena ini dalam ranah psikologi. Lebih lanjut, sebagian besar studi internasional mengkaji secara umum yaitu sebatas pada *chatbot*, tidak secara spesifik pada platform Character.AI yang memfasilitasi berbagai profil karakter. Dalam studi yang telah ada dibahas variabel secara terpisah baik itu pada fenomena serupa maupun pada fenomena berbeda. Keterbatasan penelitian akan variabel yang ada pada fenomena ini mendorong peneliti untuk eksplor lebih jauh, dengan harapan dapat

memberikan kontribusi baru aspek-aspek psikologis yang terlibat dalam penggunaan Character.AI pada komunitas Character.AI Indonesia di Facebook. Meskipun ditemukan bahwa *loneliness* memengaruhi *self-disclosure*, pada penelitian Leung (2002) ditemukan bahwa pengguna media sosial *online platform ICQ* yang *loneliness* cenderung melakukan sedikit *self-disclosure* dan tidak jujur. Selain ingin memotret fenomena *self-disclosure* pada AI, peneliti melihat ini sebagai kesenjangan penelitian. Ditinjau dari fenomena ini, peneliti melihat adanya celah penelitian, yaitu semula konsep interaksi hanya terpaku pada sesama manusia, tetapi kini hadir AI yang dibuat agar bisa berkomunikasi dengan manusia.

Apabila kondisi *loneliness* menjadi situasi potensial dalam mendorong individu melakukan *self-disclosure* berkelanjutan dengan AI, artinya kebutuhan relasional yang tak terpenuhi berisiko membuat individu menjadikan Character.AI sebagai media pengganti hubungan interpersonal. Meskipun respon AI dapat membuat individu merasa ‘terlihat’ dan ‘didengar’, nyatanya bersifat semu. Sementara *trust* dapat menjadi pendorong utama kemauan pengguna untuk membuka diri. *Self-disclosure* dengan AI memang membentuk kedekatan, tetapi hal ini justru menipu karena tidak adanya timbal balik emosional yang nyata. Pengungkapan informasi pribadi kepada AI menghadirkan risiko lain berupa rentan akan eksploitasi dan penyalahgunaan data pribadi. Sehingga penelitian ini memiliki urgensi akademik dan praktis untuk menjelaskan dinamika psikologis interaksi manusia-AI mengingat adanya risiko di balik hal tersebut. Melalui penelitian ini, peneliti pun ingin melihat apakah *self-disclosure* memang terjadi pada interaksi dengan *Character Artificial Intelligence* di Komunitas Character AI Indonesia Facebook.

Dengan demikian, berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh antara variabel *loneliness* dan *trust* terhadap *self-disclosure* terhadap karakter Character.AI pada anggota Komunitas Character AI Indonesia di Facebook. Sehingga, judul yang diangkat adalah "***Pengaruh Loneliness dan Trust terhadap Self-Disclosure pada Character Artificial Intelligence***".

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *loneliness* dan *trust* secara bersama-sama terhadap *self-disclosure* pada *Character Artificial Intelligence*?
2. Apakah terdapat pengaruh *loneliness* terhadap *self-disclosure* pada *Character Artificial Intelligence*?
3. Apakah terdapat pengaruh *trust* terhadap *self-disclosure* pada *Character Artificial Intelligence*?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *loneliness* dan *trust* secara bersama-sama terhadap *self-disclosure* pada *Character Artificial Intelligence*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *loneliness* terhadap *self-disclosure* pada *Character Artificial Intelligence*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *trust* terhadap *self-disclosure* pada *Character Artificial Intelligence*.

Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menyumbang perkembangan ilmu psikologi, meliputi *loneliness*, *trust*, *self-disclosure*, serta pada ranah kajian perilaku manusia & teknologi mengingat penelitian ini menyangkut perilaku manusia dalam berteknologi. Perkembangan teknologi memengaruhi perkembangan ilmu psikologi modern, dimana manusia kini dapat menjalin interaksi dengan objek yang meniru manusia, yakni *artificial intelligence* (AI). Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk dilakukannya penelitian lebih lanjut pada fenomena interaksi manusia dan teknologi.

2. Kegunaan Praktis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi refleksi bagi para pengguna dalam berinteraksi dengan AI, khususnya platform Character.AI agar bijak dan memerhatikan kemungkinan akan

risiko yang ada, khususnya bagi kondisi psikologis. Selain itu, menjadi bahan informasi bagi masyarakat luas terkait dampak psikologis yang dapat diterima dari interaksi dengan karakter AI. Diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi pihak sosial dalam penyusunan intervensi berbasis media *online*, seperti merancang intervensi berbasis AI, dengan catatan perlu adanya batasan dan peringatan lebih tegas bagi para pengguna agar tidak jadi ketergantungan.

