

Abstrak

Kemajuan teknologi *chatbot* AI telah mengubah pola interaksi mahasiswa, termasuk kecenderungan melakukan *self-disclosure* atau keterbukaan diri kepada sistem kecerdasan buatan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *perceived anonymity* dan *trust* terhadap *self-disclosure* pada pengguna *chatbot* AI di kalangan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Sampel penelitian berjumlah 127 mahasiswa aktif UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang menggunakan *chatbot* AI minimal tiga kali dalam seminggu selama sebulan terakhir, yang dipilih menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan tiga instrumen, yaitu *Perceived Anonymity Scale* (Hite et al., 2014), *Human Computer Trust Scale* (Gulati et al., 2019), dan *Revised Self-Disclosure Scale* (Leung, 2002). Data dianalisis menggunakan teknik regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived anonymity* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *self-disclosure* ($B = 0,440$; $p = 0,154 > 0,05$), sedangkan *trust* secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap *self-disclosure* ($B = 0,624$; $p < 0,001$). Secara simultan, *perceived anonymity* dan *trust* berpengaruh signifikan terhadap *self-disclosure* ($F = 10,786$; $p < 0,001$) dengan kontribusi sebesar 14,8%, sedangkan 85,2% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini. Temuan ini mengindikasikan bahwa *trust* merupakan faktor yang lebih dominan dalam mendorong keterbukaan diri mahasiswa kepada *chatbot* AI dibandingkan *perceived anonymity*.

Kata kunci: *perceived anonymity*, *trust*, *self-disclosure*, *chatbot* AI, mahasiswa