

Bab 1 Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi kecerdasan buatan *Artificial Intelligence* dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan mendasar dalam berbagai aspek kehidupan manusia baik secara sosial, personal, maupun profesional. (Afandi & Kurnia, 2023). Salah satu wujud nyata dari perkembangan AI yang paling dirasakan masyarakat adalah kehadiran *chatbot* AI, yakni program percakapan berbasis kecerdasan buatan yang mampu berinteraksi dengan manusia secara real-time melalui teks maupun suara (Alifandra, 2022). *Chatbot* modern seperti ChatGPT kini dikembangkan menggunakan teknologi *Natural Language Processing* (NLP) dan pendekatan *generative pre-training* yang memungkinkan sistem memahami konteks percakapan secara mendalam, sehingga interaksi terasa lebih alami dan responsif layaknya berbicara dengan manusia (Fatimah, 2025).

Fenomena menarik yang muncul seiring dengan meluasnya penggunaan *chatbot* AI adalah kecenderungan pengguna untuk melakukan keterbukaan diri atau *self-disclosure* kepada AI, baik dalam bentuk berbagi masalah pribadi (curhat), bertukar pikiran, maupun mendiskusikan hal-hal yang bersifat personal (Nurkhairani, 2025). Hubungan antara pengguna dengan teknolog AI tidak lagi sekadar bersifat fungsional untuk keperluan akademik atau pekerjaan, melainkan telah bergeser menjadi relasi yang lebih personal dan emosional. Sebuah studi longitudinal oleh Skjuve et al. (2023) menunjukkan bahwa pengguna *chatbot* secara bertahap membangun rasa kedekatan dan kepercayaan terhadap AI seiring dengan intensitas interaksi yang berlangsung. Hal ini sejalan dengan temuan Croes et al. (2024) yang menyimpulkan bahwa individu bersedia mengungkapkan informasi yang sangat personal kepada *chatbot* dengan tingkat keintiman yang setara dengan pengungkapan kepada manusia.

Dari segi data, Indonesia telah mencapai angka penggunaan AI yang sangat signifikan. Berdasarkan laporan (Gandasari et al., 2024), Indonesia menduduki peringkat ketiga sebagai negara dengan akses AI terbanyak di dunia, mencatat 1,4 miliar akses dalam periode September 2022 hingga Agustus 2023. Indeks

Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) Indonesia pun terus meningkat dari 5,07 pada tahun 2018 menjadi 5,90 pada tahun 2023, disertai peningkatan penetrasi internet dari 66,48% (2022) menjadi 69,21% (2023) (BPS, 2023). Data pengguna ChatGPT secara global pada tahun 2025 mencapai 800 juta pengguna, dengan kelompok usia 18–24 tahun mendominasi penggunaan sebesar 30,23% di platform web dan 53% di aplikasi seluler (Naik, 2025) Angka ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang umumnya berada pada rentang usia 18–25 tahun dan termasuk dalam kategori dewasa awal (Paputungan et al., 2023) merupakan kelompok pengguna utama *chatbot* AI.

Fenomena ini kemudian memunculkan perubahan pola perilaku, di mana individu tidak hanya menggunakan chatbot untuk mencari informasi, tetapi juga sebagai media untuk berbagi cerita atau melakukan *self-disclosure*. Keterbukaan diri atau biasa disebut *self-disclosure* merupakan bagian yang penting dalam hubungan interpersonal dimana dapat mendukung kesejahteraan psikologis pada manusia. Menurut DeVito (1997) *self-disclosure* merupakan bentuk komunikasi ketika individu mampu mengungkapkan informasi tentang diri yang biasanya cenderung tidak ditunjukkan. Karena melalui *self-disclosure* individu dapat membangun hubungan serta mengembangkan koneksi antar individu. *Self-disclosure* berperan penting dalam membangun keseimbangan emosional dan hubungan interpersonal yang sehat (Fatimah et al., 2025).

Menurut Rizki et al., (2024) Pada awalnya, *self-disclosure* dibuat untuk praktik yang hanya terjadi pada interaksi antar manusia secara langsung. Namun, seiring berkembangnya teknologi digital membuat media untuk melakukan *self-disclosure* bergeser. Munculnya media sosial juga beberapa aplikasi komunikasi membuka kesempatan bagi pengguna untuk membuka diri mereka melalui media online. Tepat setelahnya, perkembangan AI datang melalui Chatbot dengan tujuan agar manusia dapat menikmati pengalaman seakan dirinya tengah berinteraksi dengan manusia secara alami. Hancock (2007) mengungkapkan bahwa ada kecenderungan bagi individu untuk mengungkapkan diri lebih sering pada konteks online dibanding dengan tatap muka langsung.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi kecenderungan *self-disclosure* pada chatbot AI adalah *perceived anonymity*, yaitu tingkat sejauh mana seseorang merasa identitasnya tidak diketahui dan kurang informasi identitas kepada orang lain dalam sebuah interaksi sosial. Dalam penelitian Hite et al., (2014) mengatakan bahwa anonimitas melibatkan perspektif seseorang dalam tingkatan untuk teridentifikasi. Hal tersebut dapat didefinisikan sejauh mana seseorang merasa jika identitas pribadinya tidak diketahui atau tidak dapat teridentifikasi orang lain (cintania, 2022). Kemudian menurut Clark-Gordon et al., (2019) mengatakan bahwa Anonimitas di internet mampu menghasilkan *self-disclosure* pada individu. Hal tersebut dikarenakan individu memiliki kebebasan serta lebih berani berkomunikasi dalam keadaan anonim dibandingkan tatap muka langsung. Hal tersebut disebut juga *online disinhibition* (Dewi et al., 2021).

Menurut Qian-Scott (2007), meskipun seseorang merasa identitasnya tidak diketahui orang lain, secara sosial mereka tetap membutuhkan pendengar. Dalam konteks dunia maya, anonimitas memegang peranan penting dalam memfasilitasi interaksi dan ekspresi. Semakin tinggi tingkat anonimitas seseorang, semakin besar pula kebebasan dan keberaniannya dalam berkomunikasi serta menunjukkan eksistensi dirinya di internet (Rini et al., 2020). Selain itu, kajian dari Zhang dan Kizilcec (2014) menemukan bahwa anonimitas berfungsi sebagai wadah yang aman untuk berekspresi, khususnya dalam menyalurkan hal-hal yang mungkin kurang diterima oleh norma sosial, tanpa harus mengkhawatirkan rusaknya reputasi diri maupun relasi dengan orang lain.

Faktor lain yang memengaruhi pengungkapan diri (*self-disclosure*) kepada AI, selain *perceived anonymity*, adalah *trust* atau kepercayaan. Mayer et al. (1995) mendefinisikan kepercayaan sebagai kerelaan seseorang untuk berada dalam posisi rentan terhadap orang lain. Kerelaan ini muncul dari harapan bahwa pihak yang dipercaya akan memenuhi ekspektasi penting dari si pemberi kepercayaan, tanpa memedulikan ada atau tidaknya pengawasan maupun kendali terhadap pihak tersebut. Muir & Moray (1996) menemukan bahwasanya tingkat *trust* manusia terhadap mesin bergantung pada seberapa dapat diprediksinya perilaku mesin

tersebut. Ketika suatu sistem bekerja secara stabil serta memberikan respons yang sesuai dengan harapan pengguna, maka individu cenderung menaruh kepercayaan yang lebih tinggi terhadap sistem tersebut. Hal ini sejalan dengan teknologi yang terdapat pada AI yaitu pengguna akan lebih mudah mempercayai AI apabila sistem mampu memberikan hasil yang akurat, transparan, konsisten, dan dapat dijelaskan alasan di balik keputusannya.

Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung memfasilitasi kebutuhan konsultasi psikologis mahasiswanya melalui Unit Layanan Psikologi (ULP). Berada di bawah naungan Fakultas Psikologi, unit ini diresmikan pada tahun 2020 dengan tujuan menyelenggarakan layanan prima bagi mahasiswa, dosen, dan sivitas akademika—khususnya dalam menghadapi adaptasi kebiasaan baru—serta berkontribusi bagi masyarakat luas. Visi utama ULP adalah menjadi pusat layanan yang berfokus pada pengembangan dan penerapan ilmu psikologi yang berlandaskan pada nilai-nilai keislaman dan kearifan lokal (uinsgd, 2020). Meskipun fasilitas ini telah tersedia secara kelembagaan, temuan dari studi pendahuluan mengindikasikan bahwa tingkat pemanfaatan layanan tersebut oleh mahasiswa masih minim. Sebaliknya, mahasiswa justru memperlihatkan kecenderungan untuk beralih menggunakan *chatbot Artificial Intelligence* (AI) sebagai wadah alternatif dalam membagikan cerita dan keluh kesah mereka.

Hasil studi awal menunjukkan diperoleh hasil bahwa 80% dari mereka merasa berinteraksi dengan Chatbot AI membuat identitasnya tidak terlihat oleh siapapun dan merasa lebih aman dalam berkepresensi dikarenakan tidak ada orang lain yang tahu. Adapun pernyataan yang membuat Mahasiswa lebih memilih menggunakan AI untuk berbagi antara lain yaitu *“karena saya lebih bisa menyampaikan tanpa di judge”* juga *“kalau AI mungkin bisa lebih terbuka dan gak canggung.”* Hal tersebut menunjukkan bahwasanya *perceived anonymity* atau kecenderungan seseorang merasa tidak diketahui memainkan peran penting dalam membentuk kenyamanan secara psikologis pada mahasiswa.

Kemudian hasil dari studi awal menghasilkan sebanyak 86% individu memakai chatbot AI untuk mencari informasi akademik dan sebanyak 57,6%

menggunakan AI untuk bertukar pikiran. Temuan ini menunjukkan bahwa chatbot AI tidak hanya dimanfaatkan sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai media interaksi dan diskusi. Hal ini menegaskan bahwa *self-disclosure* pada chatbot AI tidak terbatas pada aktivitas curhat semata, melainkan mencakup spektrum yang lebih luas, mulai dari berbagi pendapat, bertukar pikiran, hingga mendiskusikan hal-hal personal maupun akademik. Dalam konteks tersebut, *trust* menjadi variabel yang cocok untuk dihubungkan dengan *self-disclosure* pada AI, karena kepercayaan memengaruhi rasa nyaman pengguna dalam menyampaikan pikiran, perasaan, maupun informasi pribadi kepada chatbot. Semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap kemampuan, keamanan, dan konsistensi AI, maka semakin besar kecenderungan individu untuk terbuka kepada AI.

Kekhawatiran mengenai pergeseran ini turut didukung oleh sejumlah temuan lain. Survei Snapcart pada April 2025 terhadap 3.611 responden Indonesia menunjukkan 58% warga menganggap AI dapat menjadi pengganti psikolog, dengan alasan biaya yang lebih murah dan anggapan bahwa AI lebih dapat menjaga kerahasiaan dibandingkan manusia (Muhammad, 2025). Kondisi ini turut diperkuat oleh pernyataan Psikiater FKUI-RSCM, dr. Kristiana Siste, dalam Dialog Multistakeholder Kementerian Kesehatan RI (2025), yang mengungkapkan bahwa banyak remaja dan dewasa muda kini bergantung pada chatbot untuk mencari tahu kondisi psikologis mereka, meskipun hasil yang diberikan AI kerap keliru dan berpotensi membuat individu menarik diri dari lingkungan sosial. Senada dengan hal tersebut, penelitian dari Brown University yang dipresentasikan dalam *Proceedings of the AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society* (2025) menemukan setidaknya 15 risiko etika ketika chatbot AI digunakan dalam percakapan konseling, sementara tinjauan sistematis dalam Jurnal Konseling Pendidikan (2025) turut mengonfirmasi bahwa chatbot AI belum mampu menggantikan relasi terapeutik yang dibangun melalui empati dan pemahaman intuitif (Wildan et al., 2025). Berbagai temuan ini menegaskan bahwa fenomena keterbukaan diri mahasiswa kepada chatbot AI bukan sekadar tren sesaat, melainkan telah membawa implikasi nyata terhadap pemanfaatan layanan konseling profesional. Namun, sebelum implikasi tersebut dapat dipahami lebih

jauh, diperlukan lebih dulu pemahaman mengenai faktor psikologis apa yang sesungguhnya mendorong mahasiswa mau membuka diri kepada chatbot AI? dua di antaranya yang diduga berperan penting adalah *perceived anonymity* dan *trust*, yang menjadi fokus kajian dalam penelitian ini.

Banyak penelitian yang membahas terkait *self-disclosure* pada pemakai AI. Salah satunya ada penelitian dari (Zahran, 2025) tentang pengaruh *loneliness* dan *trust terhadap self disclosure* karakter AI dan menghasilkan *loneliness* dan *trust* pada AI berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap *self-disclosure*. Penelitian terkait penggunaan AI dikalangan Mahasiswa terdapat di salah satu universitas di Jambi dengan jurusan PGSD dengan memperoleh hasil sebanyak 70% mahasiswa menggunakan Chatbot AI sebagai peningkatan motivasi mereka dalam belajar dan juga chatbot AI dapat memberikan dukungan akademik yang responsif (Hadid, 2024). Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa mempercayai AI selain untuk Pendidikan, mereka kerap menggunakan AI sebagai pendukung akademik untuk memotivasi mereka. Selain daripada itu, digunakan nya Chatbot AI dalam pembelajaran mahasiswa dapat meningkatkan performanya dengan memberikan rekomendasi dan saran sehingga dapat mempermudah dalam penyelesaian tugas, Salah satunya Adalah penelitian (Prastyono et al., 2023).

Meskipun *chatbot* AI mulai banyak dimanfaatkan, kajian yang berfokus pada pengaruh *perceived anonymity* dan *trust terhadap self-disclosure* mahasiswa terhadap teknologi ini masih minim ditemukan. Berangkat dari keterbatasan tersebut, riset ini menjadi penting untuk dilaksanakan agar dinamika psikologis di balik fenomena ini dapat dipahami secara utuh. Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, tujuan utama dari riset ini adalah untuk menyelidiki pengaruh variabel *perceived anonymity* dan *trust terhadap self-disclosure* mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam berinteraksi dengan *chatbot* AI. Dengan demikian, rancangan penelitian ini diberi judul: **“Pengaruh *Perceived Anonymity* dan *Trust terhadap Self-Disclosure Chatbot* AI pada Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.”**

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *perceived anonymity* terhadap *self-disclosure* pada mahasiswa pengguna *chatbot* AI di UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
2. Apakah terdapat pengaruh *trust* terhadap *self-disclosure* pada mahasiswa pengguna *chatbot* AI di UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
3. Apakah terdapat pengaruh *perceived anonymity* dan *trust* secara bersama-sama (simultan) terhadap *self-disclosure* pada mahasiswa pengguna *chatbot* AI di UIN Sunan Gunung Djati Bandung?

Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *perceived anonymity* terhadap *self-disclosure* pada mahasiswa pengguna *chatbot* AI di UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh *trust* terhadap *self-disclosure* pada mahasiswa pengguna *chatbot* AI di UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh *perceived anonymity* dan *trust* secara bersama-sama (simultan) terhadap *self-disclosure* pada mahasiswa pengguna *chatbot* AI di UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Kegunaan

Kegunaan Teoritis

Penulis berharap penelitian ini dapat menghasilkan perkembangan pada ilmu psikologi khususnya pada bagian *perceiveid anonymity*, *trust*, *self disclosure*, dan *Chatbot AI*. Serta diharapkan dapat menjadi *insight* yang baru di bidang

keilmuan psikologi, teknologi, dan perkembangan terutama mengenai dinamika interaksi manusia dengan teknologi kecerdasan buatan atau *Human Computer Interaction*.

Kegunaan Praktis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan banyak manfaat diantaranya :

1. Bagi mahasiswa sebagai sarana untuk edukasi dan refleksi mengenai kebutuhan akan manusia dan AI yang diharapkan dapat digunakan dengan sebaik-baiknya. Diharapkan mendorong mahasiswa agar mampu memanfaatkan chatbot AI secara bijak sebagai alat bantu, tanpa menjadikannya sebagai satu-satunya tempat untuk melakukan *self-disclosure* serta lebih kritis terhadap segala informasi yang didapat dari Chatbot AI tanpa mempercayai secara langsung..
2. Untuk Layanan Psikologi, diharapkan dapat bermanfaat bagi layanan psikologi agar dapat menjadi informasi berharga dalam mengevaluasi strategi dari pelayanan psikologi, supaya dapat mengimbangi canggih dari teknologi AI .
3. Untuk peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi empiris bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang mengkaji hubungan antara penggunaan chatbot AI dengan aspek psikologis, khususnya *perceived anonymity*, *trust*, dan *self-disclosure*.