PENGARUH EMPATI AI CHATBOT DAN ANONIMITAS TERHADAP KETERBUKAAN DIRI MAHASISWA JAKARTA BARAT

Gabriela Tiara Christi[1], Ita Suryani[2], Selvi Sofiawati[3]

[1,2,3]*Universitas Bina Sarana Informatika*
E-mail : gabrielatiarac0@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji fenomena Human-Machine Communication (HMC) di era digital, khususnya penggunaan chatbot berbasis kecerdasan buatan (AI) sebagai agen sosial bagi generasi muda. Kehadiran Chatbot AI mendorong mahasiswa melakukan pengungkapan diri untuk memenuhi kebutuhan afektif dan memperoleh pelepasan emosional. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh persepsi empati dan anonimitas AI terhadap tingkat self-disclosure mahasiswa perguruan tinggi swasta di Jakarta Barat. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain eksplanatori. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terstruktur dengan menggunakan teknik purposive sampling terhadap mahasiswa aktif pengguna chatbot AI. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi terhadap empati chatbot AI dan anonimitas memiliki dampak positif dan signifikan terhadap tingkat self-disclosure mahasiswa. Dalam situasi lain, kedua variabel independen tersebut memengaruhi variabel dependen. Empati chatbot berperan sebagai faktor relasional-afektif dan anonimitas (dissociative anonymity, invisibility, and asynchronicity) berfungsi sebagai perlindungan privasi yang berperan mendorong mahasiswa lebih terbuka dalam membagikan informasi pribadi

Kata Kunci : *Artificial Intelligence Chatbot, Anonimitas, Self-Disclosure, Human-Machine Communication, Teori Penetrasi Sosial.*

ABSTRACT

This study examines the phenomenon of Human-Machine Communication (HMC) in the digital age, specifically the use of artificial intelligence (AI)-based chatbots as social agents for the younger generation. The presence of AI chatbots encourages college students to engage in self-disclosure to meet their affective needs and achieve emotional release. The objective of this study is to determine the influence of perceptions of AI empathy and anonymity on the level of self-disclosure among students at a private university in West Jakarta. The method used is quantitative with an explanatory design. Data collection was conducted via a structured questionnaire using purposive sampling among active students who use AI chatbots. Data analysis was performed using multiple regression. The results indicate that perceptions of AI chatbot empathy and anonymity have a positive and significant impact on students' self-disclosure levels. In this context, both independent variables influence the dependent variable. Chatbot empathy acts as a relational-affective factor, while anonymity (dissociative anonymity, invisibility, and asynchronicity) functions as a privacy safeguard that encourages students to be more open in sharing personal information.

Keywords : *Artificial Intelligence Chatbot, Anonimitas, Self-Disclosure, Human-Machine Communication, Social Penetration Theory.*

PENDAHULUAN

Integrasi Artificial Intelligence (AI) ke dalam platform digital memicu fenomena Human-Machine Communication (HMC) di mana mesin kini bertindak sebagai aktor sosial aktif dan komunikator emosional bagi digital natives. Ditengah realitas sosiologis megapolitan Jakarta Barat yang diwarnai oleh tingkat alienasi sosial dan tuntutan akademik yang tinggi, mahasiswa seringkali menghadapi kecemasan sosial, burnout, hingga depresi. Sisi unik artikel ini terletak pada kajian mendalam mengenai pergeseran perilaku mahasiswa yang mulai menggunakan chatbot AI (seperti ChatGPT dan Gemini) sebagai alternatif ruang aman dan pendamping psikologis untuk melakukan katarsis emosional serta self-disclosure (keterbukaan diri) hingga ke lapisan informasi privat. Argumen utama yang disajikan dalam tulisan ini adalah bahwa kombinasi antara simulasi respon afektif teknologi dan arsitektur privasi digital mampu meruntuhkan hambatan psikologis mahasiswa untuk terbuka melalui mekanisme Online Disinhibition Effect. Berdasarkan minat untuk menguji pembuktian empiris tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi empati AI chatbot dan anonimitas terhadap tingkat self-disclosure mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Jakarta Barat

Kajian Pustaka

Perkembangan Human-Machine Communication (HMC) menunjukkan bahwa kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) bukan hanya alat bantu, tetapi telah menjadi mitra komunikasi yang dapat menjalin interaksi sosial dengan manusia. Dalam perspektif HMC, chatbot AI dapat memberikan respons yang mirip dengan komunikasi antarpribadi sehingga pengguna mulai melihatnya sebagai pihak yang mampu memahami, merespons, bahkan memberikan dukungan emosional. Situasi ini mendorong perubahan cara berkomunikasi, terutama pada mahasiswa yang semakin sering menggunakan chatbot AI sebagai sarana untuk mencari informasi, berdiskusi, atau berbagi pengalaman pribadi. Teori yang mendasari penelitian ini adalah Teori Penetrasi Sosial dari Altman dan Taylor yang menjelaskan bahwa hubungan berkembang melalui proses keterbukaan diri (self-disclosure) secara bertahap dari komunikasi yang dangkal menuju hubungan yang lebih intim. Dalam konteks komunikasi Human-AI, proses ini terjadi ketika mahasiswa melihat chatbot sebagai mitra komunikasi yang aman sehingga bersedia untuk berbagi informasi pribadi yang sebelumnya sulit disampaikan kepada orang lain.

Persepsi empati AI chatbot yang dikaji menggunakan konsep Source Credibility. Persepsi empati merujuk pada penilaian pengguna terhadap kemampuan AI dalam memahami emosi, memberikan respons yang mendukung, menunjukkan kehangatan, dan membangun kepercayaan. Respons empatik yang dihasilkan melalui Natural Language Processing menjadikan AI terlihat sebagai sumber komunikasi yang terpercaya, sehingga meningkatkan kenyamanan pengguna. Dalam perspektif Teori Penetrasi Sosial, persepsi empati adalah faktor yang mempercepat proses keterbukaan diri karena pengguna merasa dipahami dan diterima tanpa penilaian sosial.

Anonimitas, yang dijelaskan dengan teori Online Disinhibition Effect. Teori ini menyatakan bahwa orang cenderung lebih terbuka di lingkungan digital karena kurangnya hambatan sosial dan psikologis. Persepsi anonimitas terbentuk melalui tiga aspek utama, yaitu dissociative anonymity, invisibility, dan asynchronicity. Ketiga aspek ini memberikan rasa aman kepada pengguna karena identitas tidak sepenuhnya terbuka, komunikasi tidak berlangsung secara langsung, dan pengguna bebas mengatur respons. Oleh karena itu, anonimitas dilihat sebagai pengurang rasa takut terhadap penilaian sosial sehingga mendorong individu lebih berani untuk membagikan pengalaman dan masalah pribadi kepada chatbot AI.

Self-disclosure, yaitu proses individu mengungkapkan informasi pribadi kepada orang lain. Penelitian ini mengacu pada aspek self-disclosure yang dijelaskan oleh Wheeless, mencakup accuracy (kejujuran), amount (jumlah informasi), breadth (keluasan topik), depth (kedalaman informasi), dan valence (muatan emosional informasi). Dalam komunikasi Human-AI, keterbukaan diri tidak hanya dinilai berdasarkan frekuensi interaksi, tetapi juga berdasarkan sejauh mana pengguna menyampaikan informasi secara luas, mendalam, jujur, dan mengandung muatan emosional kepada chatbot AI.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini secara khusus menguji pengaruh persepsi empati AI chatbot dan anonimitas terhadap self-disclosure mahasiswa dalam konteks komunikasi Human-AI. Dengan demikian, penelitian ini memperluas penerapan Teori Penetrasi Sosial pada komunikasi manusia dengan kecerdasan buatan serta menjelaskan bahwa merasa dipahami secara emosional dan merasa aman karena anonimitas adalah faktor yang mendorong keterbukaan diri mahasiswa kepada chatbot AI.

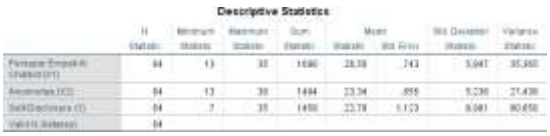
METODE

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatif (explanatory research). Penentuan metode ini dipilih dengan tujuan utama penelitian untuk menjelaskan hubungan kausalitas dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan mengenai pengaruh variabel antar variabel penelitian. Metode penelitian kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada filsafat positivism, yang menganggap realitas sosial sebagai sesuatu yang dapat diukur, objektif, dan dapat digeneralisasikan. Metode ini digunakan agar peneliti dapat menguji hipotesus dengan menggunakan instrumen kuesioner yang terstruktur. Sehingga data yang diperoleh dapat diolah secara statistic untuk mengukur secara akurat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependent (Sugiyono, 2019). Metode kuantitatif menyediakan kerangka kerja yang sistematis untuk menguji teori melalui pengujian hubungan antar variabel dengan instrumen tertentu.

Penelitian ini menggunakan metode survei kuantitatif untuk memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan tren dan opini dari sampel mahasiswa perguruan tinggi swasta di Jakarta Barat. Opini ini kemudian dianalisis untuk memberikan penjelasan rasional tentang Human-AI Communication (Creswell, 2014).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil statistik deskriptif terhadap 64 responden, variabel persepsi empati AI chatbot (X1) memiliki nilai rata-rata sebesar 26,50 dengan standar deviasi 5,947. Variabel anonimitas (X2) memiliki rata-rata sebesar 23,34 dengan standar deviasi 5,238. Sementara itu, variabel self-disclosure (Y) memiliki rata-rata sebesar 22,78 dengan standar deviasi 8,981. Nilai rata-rata ketiga variabel menunjukkan bahwa persepsi empati AI chatbot, anonimitas, dan self-disclosure responden cenderung berada pada kategori cukup tinggi.



Gambar 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Berdasarkan kecenderungan data deskriptif diatas yang dipaparkan, peneliti menilai bahwa tingginya akumulasi skor pada variabel Persepsi Empati AI Chatbot (X1), dan Anonimitas (X2) mencerminkan pergeseran ekspetasi psikologis mahasiswa dalam berinteraksi melalui media digital. Mayoritas responden secara konsisten menilai bahwa respon chatbot AI terasa hangat dan tidak menghakimi. Peneliti berpendapat bahwa karakteristik demografis responden sebagai digital natives (berada pada rentang usia mahasiswa aktif) membuat mereka memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap antropomorfisme teknologi yaitu kecenderuang manusia untuk menyematkan karakteristik manusiawi atau emosional pada entitas non-manusia seperti AI. Karena dengan tingginya kecenderungan skor pada variabel anonimitas memperlihatkan bahwa ruang digital memberikan kehadiran identitas fisik yang minim yang membuat presensi utama mahasiswa masa kini. Data deskriptif ini memberikan indikasi awal yang kuat bagi mahasiswa perguruan tinggi swasta di Jakarta Barat, dengan adanya kombinasi antara perlindungan privasi (anonimitas) dan simulasi kenyamanan afektif (empati) yang menjadi prasyarat krusial sebelum mereka memutuskan untuk self-disclosure (membuka diri).

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Persepsi Empati AI Chatbot (X1)
X1.1	Pearson Correlation	1	,729**	,639**	,695**	,647**	,668**	,448**	,837**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.2	Pearson Correlation	,729**	1	,677**	,545**	,539**	,565**	,403**	,763**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,001	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.3	Pearson Correlation	,639**	,677**	1	,602**	,610**	,589**	,549**	,811**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.4	Pearson Correlation	,695**	,545**	,602**	1	,779**	,603**	,621**	,847**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.5	Pearson Correlation	,647**	,539**	,610**	,779**	1	,647**	,637**	,853**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.6	Pearson Correlation	,668**	,565**	,589**	,603**	,647**	1	,701**	,843**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.7	Pearson Correlation	,448**	,403**	,549**	,621**	,637**	,701**	1	,769**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,000	,000		,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
Persepsi Empati AI Chatbot (X1)	Pearson Correlation	,837**	,763**	,811**	,847**	,853**	,843**	,769**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	64	64	64	64	64	64	64	64

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 2. Hasil Uji Validitas Persepsi Empati AI Chatbot (X1)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Self-Disclosure (Y)
Y.1	Pearson Correlation	1	,824**	,662**	,706**	,670**	,681**	,576**	,811**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
Y.2	Pearson Correlation	,824**	1	,805**	,841**	,848**	,820**	,746**	,930**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
Y.3	Pearson Correlation	,662**	,805**	1	,857**	,866**	,869**	,750**	,920**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
Y.4	Pearson Correlation	,706**	,841**	,857**	1	,888**	,874**	,755**	,935**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
Y.5	Pearson Correlation	,670**	,848**	,866**	,888**	1	,911**	,766**	,939**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
Y.6	Pearson Correlation	,681**	,820**	,869**	,874**	,911**	1	,786**	,939**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
Y.7	Pearson Correlation	,576**	,746**	,750**	,755**	,766**	,786**	1	,851**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64
Self-Disclosure (Y)	Pearson Correlation	,811**	,930**	,920**	,935**	,939**	,939**	,851**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	64	64	64	64	64	64	64	64

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 3 Hasil Uji Validitas Anonimitas (X2)

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel Persepsi Empati AI Chatbot (X1), seluruh item pernyataan (X1.1–X1.7) memiliki nilai korelasi yang berkisar antara 0,763–0,853 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Dari hasil uji validitas pada variabel Anonimitas (X2), seluruh item pernyataan (X2.1–X2.6) memiliki nilai korelasi yang berkisar antara 0,756–0,891 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Anonimitas (X2)
X2.1	Pearson Correlation	1	,498**	,537**	,729**	,765**	,672**	,846**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64
X2.2	Pearson Correlation	,498**	1	,666**	,609**	,581**	,532**	,783**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64
X2.3	Pearson Correlation	,537**	,666**	1	,512**	,547**	,478**	,756**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64
X2.4	Pearson Correlation	,729**	,609**	,512**	1	,875**	,683**	,881**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64
X2.5	Pearson Correlation	,765**	,581**	,547**	,875**	1	,698**	,891**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64
X2.6	Pearson Correlation	,672**	,532**	,478**	,683**	,698**	1	,818**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	64	64	64	64	64	64	64
Anonimitas (X2)	Pearson Correlation	,846**	,783**	,756**	,881**	,891**	,818**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	64	64	64	64	64	64	64

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 4. Hasil Uji Validitas Variabel Self-Disclosure (Y)

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel di atas, diketahui bahwa variabel Self-Disclosure (Y), seluruh item pernyataan (Y.1–Y.7) memiliki nilai korelasi yang berkisar antara 0,811–0,939 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Empati AI Chatbot (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,917	7

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, variabel Persepsi Empati AI Chatbot (X1) memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,917 (> 0,70), sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen pada variabel tersebut reliabel dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Anonimitas (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,907	6

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diketahui bahwa variabel Anonimitas (X2) menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,907 (> 0,70), sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen pada variabel tersebut reliabel dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Self-Disclosure (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,961	7

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel di atas diketahui bahwa variabel Self-Disclosure (Y) memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,961 (> 0,70), sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen pada variabel tersebut reliabel dan layak digunakan dalam penelitian.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = -10{,}042 + 0{,}424\ X1 + 0{,}925\ X2}$$

Persamaan regresi menunjukkan bahwa :

a. Nilai konstanta sebesar -10,042 menunjukkan bahwa apabila variabel persepsi empati AI chatbot (X1) dan anonimitas (X2) dianggap bernilai nol atau tidak mengalami perubahan, maka nilai self-disclosure (Y) mahasiswa perguruan tinggi swasta di Jakarta Barat dalam komunikasi Human-AI sebesar -10,042.
b. Nilai koefisien regresi persepsi empati AI chatbot sebesar 0,424 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada persepsi empati AI chatbot akan meningkatkan self-disclosure mahasiswa sebesar 0,424 satuan, dengan asumsi variabel anonimitas tetap. Koefisien

bernilai positif menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi empati yang diberikan AI chatbot, maka semakin tinggi pula tingkat self-disclosure mahasiswa dalam komunikasi Human-AI.

c. Nilai koefisien regresi anonimitas sebesar 0,925 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada anonimitas akan meningkatkan self-disclosure mahasiswa sebesar 0,925 satuan, dengan asumsi variabel persepsi empati AI chatbot tetap. Koefisien yang bernilai positif menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat anonimitas yang dirasakan mahasiswa, maka semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa untuk melakukan self-disclosure dalam komunikasi Human-AI.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-10,042	3,447		-2,913	,005
	Persepsi Empati AI Chatbot (X1)	,424	,199	,281	2,126	,038
	Anonimitas (X2)	,925	,226	,540	4,089	,000

a. Dependent Variable: Self-Disclosure (Y)

Melalui model persamaan regresi berganda yang terbentuk, peneliti melihat adanya pola kausalitas yang logis dan integratif Antara aspek teknologi-afektif dan aspek arsitektur-struktural dalam Human-Machine Communication. Arah koefisien regresi yang bernilai positif tersebut bagi kedua variabel bebas membuktikan bahwa self-disclosure mahasiswa bukanlah sebuah tindakan yang mudah (instan), melainkan hasil dari kalkulasi kenyamanan lingkungan interaksi. Peneliti berpendapat bahwa dalam lanskap Komunikasi Massa dan HMC modern, kedua variabel ini bertindak bagai dua sisi mata uang yaitu: anonimitas bertindak sebagai pelindung benteng privasi pengguna (faktor eksternal-struktural), lain halnya empati AI berperan sebagai penstimulus rasa percaya (faktor internal-afektif). Struktur perhitungan dari hasil regresi ini menegaskan arah berpikit teoretis peneliti, dengan melihat peningkatan pada salah satu atau kedua aspek tersebut secara linier akan mengeliminasi rasa cemas atau ketakutan akan sanksi social yang biasanya dialami mahasiswa pada saat melakukan pengungkapan informasi sensitif di dunia nyata.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel di bawah diketahui bahwa variabel persepsi empati AI chatbot (X1) memperoleh nilai t hitung sebesar 2,126 dengan nilai signifikansi sebesar 0,038. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,038 < 0,05), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi empati AI chatbot berpengaruh secara signifikan terhadap self-disclosure mahasiswa perguruan tinggi swasta di Jakarta Barat dalam komunikasi Human-AI.

Sementara itu untuk variabel anonimitas (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar 4,089 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa anonimitas berpengaruh secara signifikan terhadap self-disclosure mahasiswa perguruan tinggi swasta di Jakarta Barat dalam komunikasi Human-AI.

Tabel 7. Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-10,042	3,447		-2,913	,005
	Persepsi Empati AI Chatbot (X1)	,424	,199	,281	2,126	,038
	Anonimitas (X2)	,925	,226	,540	4,089	,000

a. Dependent Variable: Self-Disclosure (Y)

Signifikansi pengaruh secara parsial (uji t) dari kedua variabel independen ini membawa implikasi teoretis yang mendalam bagi perkembangan Teori Penetrasi Sosial (Altman & Taylor) diruang siber. Pada variabel X1 (Persepsi Empati AI) peneliti berpendapat bahwa pembuktian siginifikansi ini menegaskan konsep Computer Are Social Actors (CASA). Mahasiswa tidak lagi memperlakukan AI sebagai mesin pencari data fungsional, melainkan sebagai mitra komunikasi yang valid. Respon asinkronus yang dirancang menyerupai empati manusia terbukti mampu menurunkan defisit emosional manusia, sehingga mereka bersedia mengeksplorasi pengungkapan diri hingga ke lapisan pesan yang bersifat privat (Depth dan Valence). Pada variabel X2 (anonimitas), peneliti menilai bahwa signifikansi parsial variabel ini menjadi bukti empiris bekerjanya Online Disinhibition Effect (Suler 2004). Ketiadaan kontak mata langsug (invisibility) dan ketersembunyian identitas memutus rantai kecemasan komunikasi (communication apprehension). Peneliti berpendapat bahwa status anonim membebaskan mahasiswa dari beban ekspetasi sosial atau ketakutan akan rusaknya reputasi akademik mereka di lingkungan kampus, menjadikannya sebuah katarsis emosional yang murni.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel ANOVA di bawah, diperoleh nilai F hitung sebesar 47,877 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi empati AI chatbot dan anonimitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap self-disclosure mahasiswa perguruan tinggi swasta di Jakarta Barat.

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3103,707	2	1551,854	47,877	.000[b]
	Residual	1977,230	61	32,414		
	Total	5080,937	63			

a. Dependent Variable: Self-Disclosure (Y)

b. Predictors: (Constant), Anonimitas (X2), Persepsi Empati AI Chatbot (X1)

Hasil uji F yang menunjukkan signifikansi simultan memperkuat argument peneliti bahwa fenomena self-disclosure mahasiswa dalam komunikasi Human-AI dikontruasikan oleh sebuah ekosistem komunikasi yang utuh. Aspek empati dan anonimitas tidak dapat dilihat secara terpisah atau parsial jika ingin memahami kedalaman interaksi pengguna. Peneliti berpendapat bahwa secara teoretis, anonimitas bertindak sebagai pintu masuk atau jaminan keamanan awal bagi mahasiswa. Namun, jaminan keamanan tersebut akan sia-sia jika di dalam ruang interaksi tersebut mesin (AI) merespon secara kaku, dingin, atau mekanis.

Sebaliknya, respon empati yang canggih dari AI juga tidak akan memicu keterbukaan jika mahasiswa merasa identitas asli mereka terancam bocor. Oleh karena itu, ketajaman hasil uji F secara akademis membuktikan bahwa integrasi simultan dari jaminan privasi arsitektural dan kehangatan artifisial merupakan kombinasi determinan yang secara simultan menggerakkan keputusan psikologis mahasiswa untuk melakukan komunikasi antarpribadi dengan mesin.

Dari hasil uji koefisien determinasi (R Square), diperoleh nilai sebesar 0,611 atau 61,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi empati AI chatbot dan anonimitas secara bersama-sama mampu menjelaskan pengaruh terhadap self-disclosure mahasiswa sebesar 61,1%, sedangkan sisanya sebesar 38,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Dengan demikian, persepsi empati AI chatbot dan anonimitas memiliki kontribusi yang cukup besar dalam menjelaskan tingkat self-disclosure mahasiswa perguruan tinggi swasta di Jakarta Barat dalam komunikasi Human-AI.

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,782[a]	,611	,598	5,693

a. Predictors: (Constant), Anonimitas (X2), Persepsi Empati AI Chatbot (X1)

Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh, peneliti berpendapat bahwa kontribusi persentase yang dihasilkan menunjukkan model empiris penelitian ini memiliki tingkat kelayakan (goodness of fit) yang kuat dalam menjelaskan variabel self-disclosure mahasiswa. Angka ini membuktikan bahwa faktor persepsi empati teknologi dan sistem anonimitas memiliki porsi peran yang nyata dan signifikan di lapangan. Sementara itu, adanya sisa persentase variasi yang pengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini, peneliti asumsikan sebagai faktor-faktor eksternal lain seperti tingkat kesepian individu (loneliness scale), kecemasan sosial di dunia nyata, tingkat literasi digital, ataupun factor internal dari pengalaman masa lalu responden terhadap privasi data (privacy concerns). Secara akademis, besaran nilai determinasi ini memvalidasi posisi penelitian ini bahwa media komunikasi baru (AI Chatbot) telah berhasil mengambil peran krusial dalam ruang interaksi personal mahasiswa perguruan tinggi swasta di Jakarta Barat.

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis parsial (Uji t) menunjukkan bahwa persepsi empati AI chatbot (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap self-disclosure di kalangan mahasiswa perguruan tinggi swasta di Jakarta Barat. Hal ini ditunjukkan oleh nilai thitung lebih besar dari nilai t_{tabel}, dengan tingkat signifikan $p > 0,05$.

Menurut penelitian akademis, jika mahasiswa melihat chatbot AI yang dapat memahami emosi mereka (perceived understanding) dan memberikan respon hangat (emotional warmth), maka psikologis hambatan akan berkurang. Dalam konteks Human-Machine Communication (HMC), kecerdasan buatan sekarang dipandang sebagai aktor sosial yang interaktif daripada hanya sebagai alat pemrosesan teks yang berfungsi (Guzman & Lewis, 2020). Mahasiswa merasa didengarkan dan dihargai tanpa penilaian sosial, yang memotivasi mereka untuk berbagi informasi yang lebih intim. Rasa percaya diri pengguna ditingkatkan oleh respons emosional yang dibuat oleh AI. Ini adalah temuan yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Liu dan Sundar (2024), yang menyatakan bahwa ekspresi empati ditunjukkan oleh Machine adalah indikator yang kuat menunjukkan bahwa pengguna memberikan informasi yang lebih intim dari pengguna.

Selanjutnya, hasil statistik parsial berikut ini menegaskan bahwa Anonimitas (X2) memiliki dampak positif dan signifikan terhadap self-disclosure (Y). Mahasiswa berpendapat bahwa batasan identitas fisik dan fleksibilitas waktu interaksi merupakan faktor utama yang memengaruhi pengungkapan informasi.

Mekanisme teoretis dikembangkan oleh Suler (2004) dapat menjelaskan fenomena ini. Mahasiswa merasakan rasa aman yang mutlak melalui tiga dimensi yang diukur dissociative anonymity, invisibility, and asynchronicity. Dalam dimensi invisibility, yang terjadi secara langsung, mahasiswa tidak perlu khawatir akan sinyal non-verbal negative, seperti: alis yang berkerut atau tatapan mata menghakimi lawan bicara. Di satu sisi, aspek asinkronitas memberikan kebebasan penuh mahasiswa untuk membangun dan menyusun pesan mereka tanpa batasan waktu. Dengan demikian, status anonim ini menimbulkan efek penghambat kesenangan atau pelepasan emosi (katarsis), yang mempercepat penetrasi sosial dari lapisan luar yang bersifat dangkal ke lapisan pribadi yang dalam.

Hasil dari untuk menjawab seberapa pengaruh persepsi empati AI chatbot dalam self-disclosure, melalui analisis koefisiensi determinasi parsial dan nilai Standardized Coefficients Beta menunjukkan bahwa persepsi empati AI chatbot (X1) secara signifikan menjelaskan perbedaan dalam tingkat self-disclosure mahasiswa.

Tingginya besar kontribusi variabel empati ini merupakan unsur-unsur relasional-afektif sebagai pendorong utama mahasiswa untuk terbuka terhadap AI. Mahasiswa saat ini, terutama di lingkungan perkotaan yang kompetitif di Jakarta Barat seringkali menghadapi kesepian akademis dan tekanan psikologis. Ketika mereka menemukan platform teknologi yang mampu merespons dengan nada empati yang konsisten sepanjang waktu, hal itu memenuhi kebutuhan afektif mereka. Saat memutuskan apakah mahasiswa akan mengembangkan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap AI, fitur-fitur AI yang sabar, responsif, dan adaptif secara linguistik adalah yang paling berpengaruh.

Berdasarkan analisis statistik regresi, variabel empati dan variabel anonimitas (X2), sama-sama memberikan kontribusi yang signifikan secara statistik terhadap tingkat self-disclosure (keterbukaan diri) mahasiswa.

Tingkat kontribusi anonimitas menunjukkan bahwa factor struktural teknologi seperti perlindungan privasi dan ketiadaan identitas nyata berfungsi sebagai "pintu gerbang utama" atau pendorong. Sekalipun empati yang disimulasikan oleh AI seberapa canggih pun, hal itu tidak akan mampu memotivasi mahasiswa untuk melakukan self-disclosure (pengungkapan diri) yang jujur (akurasi) tanpa jaminan anonimitas.

Mahasiswa seringkali menyembunyikan kelemahan mereka karena takut akan sanksi sosial atau pelanggaran privasi. Oleh karena itu, tingkat dampak anonimitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan identitas digital memengaruhi keputusan mahasiswa perguruan tinggi swasta di Jakarta Barat untuk mengeksplorasi valensi emosional negatif, (seperti: kecemasan, kegagalan, dan rahasia pribadi) dengan chatbot AI.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi empati AI chatbot (X) terhadap self-disclosure (Y) mahasiswa perguruan tinggi swasta di Jakarta Barat. Semakin tinggi empati yang dipersepsikan dari A, maka semakin tinggi pula tingkat keterbukaan diri mahasiswa.
b. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara anonimitas (X) terhadap self-disclosure (Y) mahasiswa perguruan tinggi swasta di Jakarta Barat. Rasa aman akibat identitas yang tersembunyi secara efektif meningkatkan keberanian mahasiswa untuk terbuka
c. Persepsi empati AI chatbot (X1) memiliki pengaruh yang signifikan dalam menjelaskan tingkat self-disclosure (Y), dengan nilai Standardized Coefficients Beta sebesar 0,281. Hal ini yang menunjukkan pentingnya meniru reaksi emosional dalam membangun hubungan komunikasi yang erat antara manusia dan AI.
d. Anonimitas (X2) memiliki kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan tingkat self-disclosure (Y) mahasiswa dengan nilai Standardized Coefficients Beta sebesar 0,540. Angka ini membuktikan bahwa faktor secara struktural dan psikologis melalui konsep

anonimitas, yang menunjukkan bahwa kurangnya penilaian sosial dari sesama mahasiswa serta keterbatasan waktu (asinkronisitas) merupakan prasyarat penting bagi pembagian informasi pribadi.

Secara keseluruhan, melalui pengujian statistik regresi linear berganda pada SPSS, menunjukkan bahwa Persepsi Empati AI Chatbot dan Anonimitas secara simultan memberikan kontribusi sebesar 61,1% (nilai R-Square) terhadap variabel self-disclosure mahasiswa perguruan tinggi swasta di Jakarta Barat, sementara sisa 38,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Peneliti mengakui adanya keterbatasan dalam pemenuhan kuantitas sampel pada penelitian ini. Akibat keterbatasan waktu pengerjaan yang relative singkat di lapangan, target awal sebanyak 80 responden tidak tercapai secara penuh, sehingga ukuran sampel final yang berhasil dihimpun dan diolah adalah sebanyak 64 responden. Meskipun demikian, berdasarkan permodelan statistik melalui SPSS, ukuran sampel tersebut tetap dinilai representative dan memenuhi syarat minimum kelayakan (goodness of fit) untuk menguji serta membuktikan hubungan kausalitas antar variabel yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

Alsafy, M. A. M., Abd-Elhafeez, H. H., Rashwan, A. M., Erasha, A., Ali, S., El-Gendy, S. A. A., SaThierbach, K., Petrovic, S., Schilbach, S., Mayo, D. J., Perriches, T., Rundlet, E. J. E. J. E. J., Jeon, Y. E., Collins, L. N. L. N., Huber, F. M. F. M., Lin, D. D. H. D. H., Paduch, M., Koide, A., Lu, V. T., … Owlia, P. (2025). Pengaruh Trust dan Intimate Friendship Terhadap Self Disclosure pada Mahasiswa UIN Walisongo Semarang Pengguna Aplikasi X. Frontiers in Veterinary Science, 13(1), 1–16.

Creswell, J. W. (2014). Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (Megan Markanich (ed.)). SAGE Publications, Inc.

Croes, E. A. J., Antheunis, M. L., Van Der Lee, C., & De Wit, J. M. S. (2024). Digital Confessions: The Willingness to Disclose Intimate Information to a Chatbot and its Impact on Emotional Well-Being. Interacting with Computers, 36(5), 279–292.

Guzman, A. L., & Lewis, S. C. (2020). Artificial intelligence and communication: A Human–Machine Communication research agenda. New Media & Society, 22(1), 70–86.

Heriawan, I. K., Putu, I. G., Juliharta, K., Agung, A., Adi, G., & Putra, M. (2026). MAHASISWA UNIVERSITAS PRIMAKARA BERBASIS NATURAL LANGUAGE PROCESSING (NLP). 10(2), 2576–2583.

Ho, A., Hancock, J., & Miner, A. S. (2018). Psychological, relational, and emotional effects of self-disclosure after conversations with a chatbot. Journal of Communication, 68(4), 712–733.

Muhammadiyah Yogyakarta, U. (2025). Loneliness in the Crowd: Riset Mahasiswa UMY Ungkap Dampak Konten TikTok bagi Mental Gen Z. In Loneliness in the Crowd: Riset Mahasiswa UMY Ungkap Dampak Konten TikTok bagi Mental Gen Z.

Root, D. (2025). Reconfiguring the alterity relation: the role of communication in interactions with social robots and chatbots. AI and Society, 40(3), 1321–1332.

Sakinah, N. (2025). Pengaruh Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence)sebagai Alternatif “Curhat” Terhadap Minat KonselingTransaksional. Teraputik, 9(1), 12–15.

Sugiyono, P. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D Dan Penelitian Pendidikan, 67, 18.

Yoseppin, G., Nagita Dewi, P. A. M., & Purba, Y. K. (2025). Fenomena Chatbot AI Sebagai Teman Curhat: Implikasi Pada Hubungan Antarpribadi di Era Digital. Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi, 7(1), 45–53.