

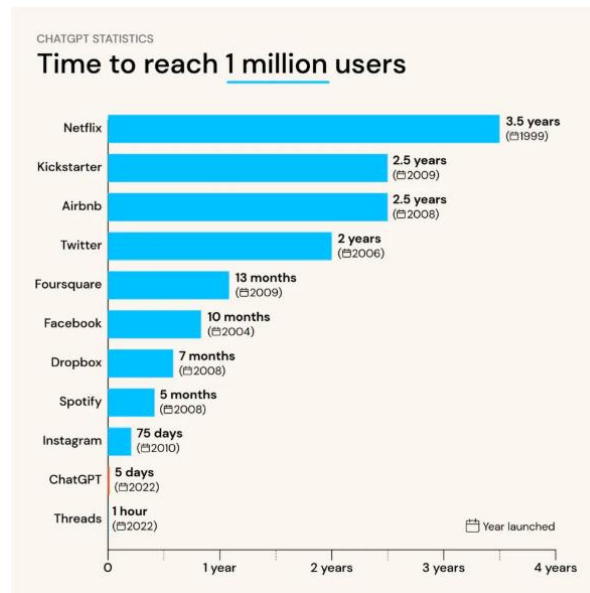
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) dalam satu dekade terakhir telah membawa perubahan mendasar terhadap cara manusia berkomunikasi, mengakses informasi, dan mengekspresikan dirinya. Salah satu manifestasi paling nyata dari perubahan ini adalah kemunculan *chatbot* berbasis AI, yaitu sistem percakapan otomatis yang mampu memahami bahasa alami manusia dan merespons secara kontekstual. Tonggak utama perkembangan ini terjadi pada November 2022 ketika OpenAI meluncurkan ChatGPT yang dalam waktu singkat mencetak pertumbuhan pengguna yang belum pernah terjadi sebelumnya dalam sejarah teknologi digital. Berdasarkan *working paper* dari *National Bureau of Economic Research* (NBER) yang diterbitkan pada September 2025, hingga Juli 2025 ChatGPT telah mencapai lebih dari 700 juta pengguna aktif mingguan, setara dengan sekitar 10 persen populasi dewasa dunia (Chatterji et al., 2025). Angka ini dicapai hanya dalam kurun tiga tahun sejak diluncurkan, sebuah kecepatan difusi global yang oleh para peneliti disebut sebagai yang tercepat dalam sejarah teknologi. Kemajuan ini dimungkinkan oleh lompatan signifikan di bidang *Large Language Models* (LLM), yang memungkinkan AI tidak hanya menjawab pertanyaan faktual, tetapi juga menulis, menganalisis, berargumentasi, bahkan merespons dengan cara yang terasa alami dan empatik bagi penggunanya.

**Gambar 1.1. kecepatan pertumbuhan basis pengguna**

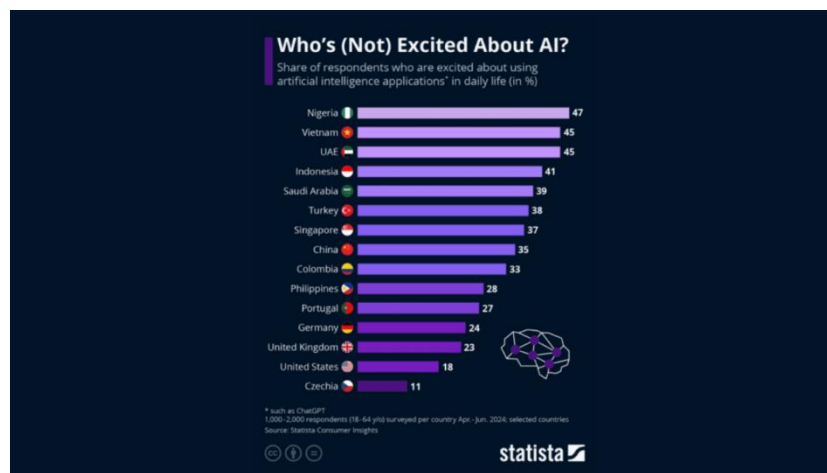


Sumber : <https://www.statista.com>

Pertumbuhan masif tersebut tidak terkecuali melanda dunia pendidikan tinggi, termasuk di Indonesia. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024 mencatat jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 221,56 juta jiwa dari total populasi 278,69 juta, dengan tingkat penetrasi sebesar 79,5% (APJII, 2024). Di atas fondasi infrastruktur digital yang kuat ini, antusiasme terhadap AI tumbuh sangat pesat khususnya di kalangan anak muda. *Global Student Survey 2025* yang dilakukan Chegg terhadap 11.706 mahasiswa berusia 18 hingga 21 tahun di 15 negara menemukan bahwa 80 persen mahasiswa di seluruh dunia telah menggunakan AI generatif untuk mendukung studi mereka, sementara di Indonesia proporsi tersebut melonjak melebihi angka rata-rata global dengan lebih dari 90 persen mahasiswa melaporkan penggunaan AI generatif dalam kegiatan akademik (Chegg, 2025). Angka ini menempatkan Indonesia sebagai salah satu

negara dengan tingkat adopsi *AI Chatbot* tertinggi di kalangan mahasiswa secara global, jauh melampaui negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Inggris, dan Australia yang juga turut disurvei dalam laporan yang sama.

**Gambar 1. 2. Tingkat Antusiasme terhadap Kecerdasan Buatan (AI)**



Sumber : <https://www.statista.com>

Di balik angka adopsi yang mengesankan itu, terjadi pergeseran fungsi yang sangat signifikan dalam cara mahasiswa memanfaatkan *AI Chatbot*. Dalam perspektif ilmu komunikasi, *AI Chatbot* tidak lagi sekadar berfungsi sebagai alat produktivitas akademik, melainkan telah bergeser menjadi media komunikasi interpersonal yang baru. Walther (1992) dalam kerangka *Computer-Mediated Communication* (CMC) menjelaskan bahwa komunikasi yang dimediasi teknologi memiliki potensi untuk membentuk dinamika relasional yang setara bahkan melampaui komunikasi tatap muka dalam hal kedalaman pengungkapan diri. Sejalan dengan argumen tersebut, penelitian Ho, Hancock, dan Miner (2018) dalam *Journal of Communication* menemukan bahwa dampak psikologis, relasional, dan emosional dari pengungkapan diri secara emosional kepada *chatbot* ternyata setara

dengan pengungkapan kepada manusia nyata. Temuan ini mengindikasikan bahwa interaksi antara manusia dan *AI Chatbot* tidak bersifat satu arah dan mekanis semata, melainkan berpotensi membentuk ikatan komunikatif yang bermakna bagi penggunanya, sebuah realitas yang mengubah cara kita memandang peran AI dalam ekosistem komunikasi interpersonal manusia.

Potensi *AI Chatbot* sebagai media interpersonal baru ini semakin nyata jika melihat fenomena yang berkembang di lapangan: mahasiswa tidak hanya menggunakan *AI Chatbot* untuk mengerjakan tugas, tetapi juga untuk berbagi perasaan, kekhawatiran, dan masalah pribadi yang bersifat intim. Fenomena ini bukan sekadar anekdot individual. Berdasarkan data Healthy Minds (2023-2024) seperti yang dikutip dalam studi (Maples et al., 2024) di *npj Mental Health Research*, lebih dari 78 persen mahasiswa melaporkan mengalami setidaknya satu masalah terkait kesehatan mental atau kesejahteraan emosional selama masa studi, namun hanya 36 persen yang benar-benar mencari bantuan profesional dalam satu tahun terakhir. Kondisi ini menggambarkan kesenjangan yang besar antara kebutuhan dukungan emosional mahasiswa dan ketersediaan ruang yang mereka persepsikan aman untuk mengungkapkan masalah tersebut. Di Indonesia, penelitian tentang mahasiswa psikologi di Universitas Muhammadiyah Bandung (2023) mengindikasikan bahwa mahasiswa dengan intensitas penggunaan AI yang tinggi cenderung memanfaatkan platform tersebut sebagai ruang alternatif untuk mendiskusikan kondisi psikologis mereka. Hambatan psikologis dan budaya seperti rasa malu, stigma, serta ketakutan akan penilaian dari sesama manusia inilah yang

mendorong sebagian mahasiswa beralih kepada *AI Chatbot* sebagai ruang yang lebih aman untuk mengekspresikan diri.

Perilaku mahasiswa yang aktif berbagi pengalaman pribadi kepada *AI Chatbot* ini berkaitan langsung dengan konsep *Self-Disclosure* dalam komunikasi interpersonal. *Self-Disclosure* didefinisikan sebagai proses seseorang secara sadar mengungkapkan informasi tentang dirinya kepada orang lain, yang mencakup pikiran, perasaan, pengalaman, serta hal-hal yang bersifat pribadi dan sensitif (Jourard, 1971). Dalam kehidupan mahasiswa, *Self-Disclosure* memiliki fungsi yang sangat penting. (Bazarova & Choi, 2014a) mengidentifikasi lima fungsi utama *Self-Disclosure*: (1) ekspresi, yang memungkinkan individu menyalurkan perasaan melalui medium komunikasi; (2) penjernihan diri, di mana beban pikiran menjadi lebih ringan setelah dibagikan; (3) keabsahan sosial, ketika individu mendapatkan umpan balik atas informasi yang diungkapkan; (4) kendali sosial, berupa kemampuan memilih apa yang diungkapkan sebagai kontrol dalam relasi; dan (5) perkembangan hubungan, di mana keterbukaan diri menjadi fondasi terbentuknya kedekatan interpersonal yang lebih dalam. Secara empiris, penelitian yang dilakukan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya terhadap 112 mahasiswa tingkat akhir membuktikan adanya hubungan positif dan signifikan antara *Self-Disclosure* dengan penurunan tingkat stres akademik, yang berarti semakin terbuka seorang mahasiswa, semakin rendah tekanan psikologis yang dirasakannya (Rimania & Aristawati, 2023). Temuan ini mempertegas bahwa *Self-Disclosure* bukan sekadar urusan komunikasi, melainkan menyangkut kualitas kesejahteraan psikologis mahasiswa secara nyata.

Jika *Self-Disclosure* terbukti penting bagi kesejahteraan psikologis mahasiswa, pertanyaan berikutnya adalah mengapa mahasiswa justru semakin banyak memilih *AI Chatbot* dibandingkan manusia sebagai tempat mengungkapkan diri. Penjelasan teoritis atas fenomena ini dapat ditemukan dalam konsep *Online Disinhibition Effect* (ODE) yang dikembangkan oleh Suler (2004). ODE mengacu pada kecenderungan individu untuk mengungkapkan informasi yang lebih intim dan sensitif ketika berinteraksi melalui medium digital dibandingkan dengan komunikasi tatap muka. Dalam konteks *AI Chatbot*, ODE diperkuat oleh tiga faktor psikologis utama. Pertama, persepsi anonimitas yang membuat pengguna merasa aman karena tidak ada risiko identitas mereka terungkap. Kedua, ketiadaan tatap muka yang menghilangkan rasa malu dan ketakutan akan reaksi emosional negatif secara langsung. Ketiga, sifat *AI Chatbot* yang dipersepsikan sebagai *non-judgmental*, sehingga pengguna merasa bebas mengungkapkan apa pun tanpa khawatir dievaluasi atau diceritakan kepada pihak ketiga (Suler, 2004a). Studi eksperimental (Croes, Antheunis, Van Der Lee, et al., 2024) yang melibatkan 286 partisipan dalam *Interacting with Computers* mengkonfirmasi bahwa anonimitas adalah faktor paling berpengaruh dalam mendorong *Self-Disclosure* kepada *chatbot*, bahkan melebihi faktor empati yang ditampilkan *chatbot* itu sendiri. Sementara itu, Skjuve et al., (2023) melalui studi longitudinal selama 12 minggu terhadap 28 pengguna *chatbot* Replika menemukan bahwa *Self-Disclosure* berkembang secara bertahap dari topik permukaan menuju pengungkapan yang lebih mendalam dan personal, sebuah pola yang konsisten dengan Teori Penetrasi Sosial (Miftajanna & Irwansyah, 2022)

Faktor-faktor psikologis yang mendorong pengungkapan diri kepada *AI Chatbot* tersebut tidak bekerja dalam ruang hampa, melainkan sangat dipengaruhi oleh seberapa intens mahasiswa berinteraksi dengan platform tersebut. Intensitas penggunaan dalam kajian komunikasi mengacu pada tiga dimensi utama: frekuensi, yaitu seberapa sering individu menggunakan suatu media dalam periode tertentu; durasi, yaitu lamanya waktu yang dihabiskan dalam setiap sesi interaksi; dan atensi, yaitu tingkat perhatian dan keterlibatan kognitif individu selama menggunakan media tersebut (Ardianto et al., 2014). Mahasiswa yang menggunakan *AI Chatbot* dengan intensitas tinggi tidak hanya berinteraksi lebih sering, tetapi cenderung membangun pola komunikasi yang semakin personal dari waktu ke waktu. Hal ini sejalan dengan Teori Penetrasi Sosial menurut Altman & Taylor (1973) bahwa intensitas interaksi yang berulang secara bertahap mendorong individu untuk membuka lapisan yang lebih dalam dari dirinya kepada lawan bicara. Skjuve (2023) mengonfirmasi pola ini secara longitudinal, di mana pengguna yang terus-menerus berinteraksi dengan *chatbot* dalam jangka panjang menunjukkan kecenderungan pengungkapan diri yang semakin dalam dan personal seiring berjalannya waktu. Dengan demikian, intensitas penggunaan *AI Chatbot* menjadi variabel kritis yang perlu diteliti kaitannya dengan derajat keterbukaan diri mahasiswa.

**Gambar 1. 3 Tingkat Penggunaan AI dalam oleh Pelajar**



Dengan memahami bahwa intensitas interaksi memainkan peran penting, muncul pertanyaan lebih lanjut tentang jenis informasi apa yang sesungguhnya mahasiswa ungkapkan kepada *AI Chatbot* seiring meningkatnya intensitas penggunaan mereka. Di antara berbagai dimensi *Self-Disclosure*, keintiman informasi (*intimacy of information*) menjadi titik fokus yang paling relevan untuk dikaji. (Altman & Taylor, 1973a) dalam Teori Penetrasi Sosial mengemukakan dua dimensi kunci *Self-Disclosure*: kedalaman (*depth*), yang mengacu pada seberapa personal dan sensitif informasi yang diungkapkan mulai dari preferensi ringan hingga pengalaman trauma atau ketakutan terdalam, dan keluasan (*breadth*), yang merujuk pada banyaknya topik berbeda yang diungkapkan. Studi Ho et al., (2018) secara spesifik menemukan bahwa para peserta mengungkapkan informasi kepada *chatbot* dengan tingkat keintiman yang setara dengan pengungkapan kepada sesama manusia, sebuah temuan yang membuka pertanyaan besar tentang faktor



apa yang sesungguhnya memengaruhi derajat keintiman pengungkapan diri tersebut. Pertanyaan kritis yang muncul kemudian adalah apakah semakin tinggi intensitas penggunaan *AI Chatbot*, semakin berani pula mahasiswa mengungkapkan informasi yang sifatnya intim dan sensitif kepada sistem AI tersebut.

*Social Penetration Theory* digunakan sebagai landasan untuk menjelaskan bagaimana keterbukaan diri berkembang melalui interaksi yang semakin intens dari waktu ke waktu. Teori ini menjelaskan bahwa individu cenderung mengungkapkan informasi yang semakin luas dan mendalam seiring meningkatnya frekuensi interaksi dan rasa nyaman yang terbentuk dalam hubungan. Dalam konteks penelitian ini, *Social Penetration Theory* digunakan untuk menjelaskan proses berkembangnya *Self-Disclosure* pada pengguna AI Chatbot, bukan sebagai dasar operasional pengukuran variabel penelitian.

Penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara penggunaan AI Chatbot dan *Self-Disclosure* dari berbagai dimensi yang relevan. Ho, Hancock, dan Miner (2018) melalui eksperimen di Stanford University menemukan bahwa dampak psikologis dan relasional dari pengungkapan diri secara emosional kepada chatbot dapat terbangun melalui interaksi berulang dan akumulasi pertukaran pesan, sebuah mekanisme yang menunjukkan potensi teknologi dalam memfasilitasi pembentukan ikatan relasional. Lebih spesifik, Skjuve et al., (2023) melalui studi longitudinal 12 minggu mengkonfirmasi bahwa *Self-Disclosure* dalam relasi manusia-chatbot berkembang secara bertahap dari topik permukaan menuju kedalaman yang lebih personal, pola yang sepenuhnya konsisten dengan prediksi

*Social Penetration Theory* oleh Altman dan Taylor. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin lama dan intens seseorang berinteraksi dengan chatbot, semakin luas (breadth) dan dalam (depth) pengungkapan diri yang terjadi. Sementara itu, Croes et al. (2024) menegaskan bahwa anonimitas, aksesibilitas, dan sifat non-judgmental chatbot adalah faktor-faktor psikologis pendorong utama yang meningkatkan kesediaan pengguna untuk mengungkapkan informasi sensitif kepada chatbot. Di Indonesia, penelitian yang dilakukan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya (2023) membuktikan hubungan positif signifikan antara *Self-Disclosure* dengan penurunan stres akademik pada mahasiswa, sementara Chalidaziah (2019) mengeksplorasi pola dan motif *Self-Disclosure* di kalangan mahasiswa meskipun belum secara khusus melibatkan dimensi keterlibatan dengan teknologi AI generatif.

Meskipun berbagai penelitian terdahulu telah memberikan kontribusi penting dalam memahami fenomena *Self-Disclosure* dalam konteks teknologi digital, terdapat kesenjangan yang signifikan dalam literatur akademis. Sebagian besar studi internasional tentang AI Chatbot dan *Self-Disclosure* berasal dari konteks Barat dan Asia Timur seperti Amerika Serikat, Norwegia, Belanda, dan Korea Selatan. Di Indonesia, meskipun telah ada beberapa penelitian tentang *Self-Disclosure* dalam konteks media sosial digital dan penggunaan AI sebagai alternatif konseling, belum terdapat penelitian yang secara spesifik mengeksplorasi pengaruh intensitas penggunaan AI Chatbot (dalam dimensi frekuensi, durasi, dan atensi) terhadap *Self-Disclosure* pada populasi mahasiswa tertentu. Kesenjangan ini signifikan karena dua alasan utama. Pertama, Indonesia merupakan salah satu

negara dengan tingkat adopsi AI Chatbot tertinggi di kalangan mahasiswa secara global (Chegg, 2025), sehingga fenomena ini sudah sangat relevan dan nyata di lapangan namun belum cukup diteliti secara empiris. Kedua, penelitian Hofstede (1984) menunjukkan bahwa norma *Self-Disclosure* dalam budaya kolektivis seperti Indonesia cenderung lebih selektif dibandingkan budaya individualis Barat, karena nilai menjaga keharmonisan kelompok dan menghindari pengungkapan yang dapat menimbulkan kehilangan muka sangat kuat dalam konteks sosial Indonesia. Oleh karena itu, temuan dari konteks Barat tidak dapat begitu saja digeneralisasikan kepada mahasiswa Indonesia. Penelitian yang secara spesifik menguji pengaruh intensitas penggunaan AI Chatbot terhadap *Self-Disclosure* di kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Pasundan menjadi kebutuhan akademis yang mendesak untuk dipenuhi, terutama di tengah laju adopsi AI yang tidak menunggu kajian akademis untuk mengujanya.

Kesenjangan penelitian tersebut secara spesifik mendorong peneliti untuk memilih mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Pasundan (UNPAS) sebagai subjek penelitian. Ada dua alasan substantif yang mendasari pilihan ini. Pertama, mahasiswa FISIP Unpas berada dalam lingkungan akademik yang secara intensif mengkaji dinamika komunikasi, interaksi sosial, dan fenomena media, sehingga mereka memiliki kesadaran dan reflektivitas yang lebih tinggi terhadap pola perilaku komunikasi mereka sendiri, termasuk dalam interaksi dengan teknologi seperti AI Chatbot. Kedua, populasi mahasiswa FISIP Unpas yang mencapai sekitar 3.512 orang menyediakan basis subjek yang memadai untuk penelitian kuantitatif yang representatif, dengan sampel yang dapat ditetapkan

secara sistematis menggunakan formula Slovin untuk menghasilkan temuan yang dapat digeneralisasikan kepada populasi yang diteliti.

Penelitian ini juga berkontribusi secara teoritis dengan menempatkan Teori Penetrasi Sosial dalam konteks budaya kolektifis Indonesia, khususnya dalam menjelaskan fenomena *Self-Disclosure* terhadap teknologi AI. Sebagian besar literatur tentang SPT dan *Self-Disclosure* berfokus pada konteks komunikasi interpersonal antar-manusia di budaya individualis Barat, sementara penerapannya dalam interaksi manusia-mesin di setting kolektifis Asia masih jarang diteliti. Dengan demikian, penelitian ini mengisi celah tersebut dengan memberikan perspektif lokal yang belum cukup terwakili dalam literatur internasional.

Berdasarkan berbagai fenomena dan kesenjangan penelitian yang telah diuraikan, penelitian mengenai pengaruh intensitas penggunaan AI Chatbot terhadap *Self-Disclosure* pada mahasiswa menjadi semakin penting untuk dilakukan. Pesatnya perkembangan teknologi kecerdasan buatan telah mengubah fungsi AI Chatbot dari sekadar alat pencari informasi menjadi media komunikasi yang mampu memfasilitasi interaksi personal, termasuk sebagai tempat berbagi pengalaman, perasaan, dan permasalahan pribadi. Perubahan pola komunikasi ini berpotensi memengaruhi cara mahasiswa membangun keterbukaan diri dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, pemahaman mengenai hubungan antara intensitas penggunaan AI Chatbot dengan *Self-Disclosure* tidak hanya penting untuk memperkaya kajian komunikasi digital, tetapi juga memberikan gambaran mengenai perubahan perilaku komunikasi mahasiswa di era kecerdasan buatan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan kajian

komunikasi interpersonal berbasis teknologi, sekaligus memberikan masukan bagi institusi pendidikan dalam memahami dinamika interaksi mahasiswa dengan AI Chatbot secara lebih komprehensif.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut: **Seberapa besar pengaruh intensitas penggunaan AI Chatbot terhadap *Self-Disclosure* Mahasiswa FISIP Universitas Pasundan?**

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas penggunaan AI Chatbot terhadap *Self-Disclosure* pada Mahasiswa FISIP Universitas Pasundan.

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Suatu Penelitian tertentu mempunyai suatu kegunaan dan manfaat baik bagi peneliti maupun pihak lain yang akan menggunakannya. Sejalan dengan hal tersebut, maka penelitian ini mempunyai kegunaan sebagai berikut :

#### **1) Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran serta memperkaya informasi dan kepustakaan bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya, khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperluas kajian mengenai komunikasi digital, terutama yang berkaitan dengan intensitas penggunaan AI Chatbot dan *Self-Disclosure* pada mahasiswa. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menambah referensi ilmiah mengenai perkembangan komunikasi di era kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*), sehingga dapat menjadi bahan kajian bagi mahasiswa, akademisi, maupun peneliti yang memiliki ketertarikan terhadap topik serupa.

## **2) Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata kepada Mahasiswa FISIP Universitas Pasundan mengenai bagaimana intensitas penggunaan AI Chatbot dapat memengaruhi keterbukaan diri (*Self-Disclosure*) dalam proses komunikasi. Melalui penelitian ini, mahasiswa diharapkan dapat lebih memahami bahwa penggunaan AI Chatbot tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk memperoleh informasi atau membantu menyelesaikan tugas akademik, tetapi juga dapat memengaruhi cara mereka berkomunikasi, mengekspresikan pikiran, perasaan, maupun pengalaman pribadi. Dengan demikian, mahasiswa diharapkan mampu menggunakan AI Chatbot secara lebih bijaksana, bertanggung jawab, dan tetap memperhatikan aspek etika, privasi, serta keamanan data pribadi dalam setiap interaksi yang dilakukan.

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi institusi pendidikan, khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pasundan, sebagai bahan masukan dalam memahami perkembangan pola komunikasi mahasiswa di era kecerdasan buatan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam mendukung pelaksanaan program literasi digital maupun pengembangan kebijakan yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi Artificial Intelligence di lingkungan perguruan tinggi.

Selanjutnya, untuk dapat menjadi referensi bagi peneliti berikutnya yang memiliki ketertarikan untuk mengkaji hubungan antara perkembangan teknologi kecerdasan buatan dengan perilaku komunikasi manusia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi penelitian berikutnya untuk mengembangkan kajian dengan menggunakan teori, variabel, metode penelitian, maupun objek penelitian yang berbeda, sehingga dapat memperkaya hasil-hasil penelitian dalam bidang Ilmu Komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan komunikasi digital dan pemanfaatan AI Chatbot.