

KOMUNIKASI KETERBUKAAN DIRI GENERASI Z DALAM PENGGUNAAN *CHATBOT* AISalsa Wulandari¹, Saepudin²Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa, Universitas Muhammadiyah
Indonesiasalsawulandari03998@gmail.com, kang_aef@unismabekasi.ac.id²**Abstract**

This study explores how Generation Z engages in self-disclosure while communicating with Artificial Intelligence (AI) chatbots. Beyond academic assistance, many young users treat chatbots as a personal communication space to express feelings, seek validation, and discuss issues they find difficult to share with others. Using a qualitative descriptive method, data were gathered through in-depth interviews and documentation involving five main informants from Generation Z and one key informant, a clinical psychologist, then analyzed following the Miles and Huberman model. The findings show that self-disclosure develops gradually through three stages: general exploration, personalization, and deep openness, driven by perceived safety, non-judgmental responses, speed, and conversational control. Self-disclosure appears across five dimensions: amount, valence, honesty, intent, and intimacy, and is grounded in Social Penetration Theory. However, the study also identifies risks related to privacy awareness and emotional dependence on AI responses. It concludes that chatbot AI functions as a safe alternative communication space for Generation Z, yet cannot fully replace warm interpersonal relationships or professional psychological support.

Keyword: Chatbot AI, Generation Z, Computer-Mediated Communication, Digital Communication, Self-Disclosure

Abstrak

Penelitian ini mengkaji proses keterbukaan diri (*self-disclosure*) Generasi Z ketika berkomunikasi dengan *chatbot* berbasis *Artificial Intelligence* (AI). Selain untuk kebutuhan akademik, sebagian pengguna muda menjadikan *chatbot* AI sebagai ruang komunikasi personal untuk mengungkapkan perasaan, mencari validasi, dan membicarakan persoalan yang sulit disampaikan kepada orang lain. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan dokumentasi terhadap lima informan utama Generasi Z serta satu *key informan* dari bidang psikologi klinis, kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterbukaan diri berkembang secara bertahap melalui tiga tahap, yaitu eksplorasi umum, personalisasi, dan keterbukaan mendalam, yang didorong oleh rasa aman, respons yang tidak menghakimi, kecepatan, serta kontrol atas percakapan. Bentuk *self-disclosure* tampak dari lima dimensi, yaitu *amount*, *valence*, *honesty*, *intent*, dan *intimacy*, dan dianalisis

Copyright : Author
Publish by : Liberosis

Received : Juli 2026

Reviewed: Juli 2026

Published: Juli 2026



This work is licensed under
a [Creative Commons
Attribution-NonCommercial
4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

melalui <i>Social Penetration Theory</i>. Penelitian ini juga menemukan risiko terkait kesadaran privasi serta ketergantungan emosional terhadap respons AI. Dapat disimpulkan bahwa <i>chatbot</i> AI berfungsi sebagai ruang komunikasi alternatif yang aman bagi Generasi Z, namun tidak dapat sepenuhnya menggantikan kehangatan relasi interpersonal maupun dukungan profesional. Kata kunci: <i>Chatbot AI</i>, Generasi Z, Keterbukaan Diri, Komunikasi, <i>Self Disclosure</i>	
---	--

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital membuat bentuk komunikasi manusia semakin luas, termasuk melalui penggunaan *chatbot* berbasis *Artificial Intelligence* (AI). *Chatbot* AI tidak lagi hanya digunakan untuk mencari informasi atau membantu pekerjaan akademik, tetapi juga mulai digunakan sebagai ruang komunikasi personal. Dalam kehidupan sehari-hari, sebagian Generasi Z memakai *chatbot* AI untuk mencurahkan perasaan, meminta saran, mencari validasi, dan membicarakan hal-hal yang sulit disampaikan kepada orang lain. Fenomena ini menunjukkan adanya perubahan cara Generasi Z membangun ruang aman dalam berkomunikasi, terutama ketika mereka membutuhkan tempat bercerita yang cepat, privat, dan tidak menghakimi.

Generasi Z sendiri tumbuh dalam lingkungan yang dekat dengan teknologi digital. Mereka terbiasa menggunakan media sosial, aplikasi percakapan, dan *platform* digital sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari. Kedekatan ini membuat Generasi Z lebih mudah menerima kehadiran *chatbot* AI sebagai teman bicara digital. Dalam konteks komunikasi, *chatbot* AI menawarkan pengalaman percakapan yang responsif, terstruktur, dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Norsely dkk. (2023) menjelaskan bahwa *chatbot* mulai digunakan bukan hanya untuk tanya jawab, tetapi juga sebagai wadah “curhat”, sehingga hubungan penggunaannya dengan *chatbot* bergerak ke ranah yang lebih personal. Kondisi ini memperlihatkan bahwa komunikasi digital tidak lagi terbatas pada relasi antarmanusia, tetapi juga mulai melibatkan teknologi sebagai lawan bicara.

Kebutuhan untuk membuka diri kepada *chatbot* AI tidak lepas dari tekanan sosial dan emosional yang dialami Generasi Z. Dalam kehidupan akademik dan sosial, mereka seringkali berhadapan dengan tekanan-tekanan seperti tugas, persaingan, tuntutan citra diri di media sosial, konflik relasi, serta rasa takut dihakimi. Ketika ruang bercerita dengan manusia terasa terbatas, *chatbot* AI hadir sebagai pilihan yang dianggap lebih aman. *Chatbot* AI dinilai tidak mudah menghakimi, tidak mempermalukan, dan tidak menunjukkan reaksi sosial yang membuat pengguna merasa disalahkan. Chaudhari dan Bhangale (2024) juga mengungkapkan bahwa ruang digital banyak memuat curahan tentang kegagalan akademik, tekanan pekerjaan, hubungan pertemanan, percintaan, konflik keluarga, hingga kecemasan masa depan. Dalam situasi-situasi seperti ini, respons *chatbot* AI yang dirasa lembut, cepat, dan empatik secara teks dapat membuat pengguna merasa lebih nyaman untuk membuka diri.

Keterbukaan diri kepada *chatbot* AI juga memunculkan persoalan baru. Percakapan yang bersifat pribadi bias memuat data sensitif, pengalaman emosional, bahkan keputusan penting yang seharusnya tidak sepenuhnya diserahkan kepada sistem algoritmik. Sikumbang dkk. (2025) menyoroti bahwa penggunaan ChatGPT dapat berkaitan dengan komunikasi interpersonal

mahasiswa, tetapi tetap perlu diimbangi dengan kemampuan komunikasi langsung. Di sisi lain, Goro dan Harahap (2025) menunjukkan bahwa interaksi emosional manusia dengan *chatbot* AI perlu mendapat perhatian karena dapat membawa risiko sosial apabila tidak disertai perlindungan dan tata kelola yang memadai. Artinya, penggunaan *chatbot* AI sebagai tempat curhat perlu dilihat secara seimbang, baik sebagai ruang yang membantu maupun sebagai ruang yang memiliki batas.

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas interaksi manusia dengan *chatbot* AI dari sudut yang berbeda. Nazhesda dkk. (2025) membahas pemanfaatan ChatGPT sebagai aspek relasi dalam menghadapi masalah pribadi menggunakan teori *communicative artificial intelligence*, Jung dan Kang (2023) meneliti keterbukaan diri timbal balik *chatbot* dalam pengalaman menyakitkan pengguna dan menemukan bahwa persepsi empati serta rasa diakui dapat memengaruhi kepercayaan pengguna dengan informannya yang merupakan Korean *native speaker* usia 20-30 tahun, Yun dan Park (2022) meneliti *chatbot* dalam konteks layanan pelanggan dengan fokus pada kepuasan dan respons emosional menggunakan teori SERVQUAL dan metode kuantitatif, Penelitian Fatimah dkk. (2025) lebih menekankan aspek hukum dan risiko sosial dalam kasus *Character.AI*. Dari beberapa penelitian tersebut, kajian mengenai *chatbot* AI sudah berkembang, tetapi belum banyak yang secara khusus melihat bagaimana komunikasi keterbukaan diri Generasi Z terbentuk dalam penggunaan *chatbot* AI, terutama dalam konteks pengalaman personal sehari-hari.

Berdasarkan celah tersebut, penelitian ini berfokus pada komunikasi keterbukaan diri Generasi Z dalam penggunaan *chatbot* AI. Fokus ini penting karena keterbukaan diri tidak hanya berkaitan dengan isi cerita yang dibagikan, tetapi juga dengan rasa aman, kepercayaan, tujuan bercerita, kedalaman topik, dan cara pengguna menilai respons dari lawan bicara digital. Dengan menggunakan perspektif Teori Penetrasi Sosial dan konsep *self disclosure*, penelitian ini melihat bagaimana proses Generasi Z membuka diri kepada *chatbot* AI, bentuk keterbukaan yang muncul, faktor yang mendorong mereka untuk bercerita, serta dampak dan batasan dari penggunaan *chatbot* AI sebagai tempat curhat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan komunikasi keterbukaan diri Generasi Z dalam penggunaan *chatbot* AI. Kebaruan penelitian ini terletak pada upaya memahami *chatbot* AI sebagai ruang komunikasi digital yang tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu informasi, tetapi juga sebagai media yang memfasilitasi ekspresi emosi, validasi, dan pembukaan diri secara personal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kajian ilmu komunikasi, khususnya pada pembahasan *self disclosure*, *computer mediated communication*, dan interaksi manusia dengan *Artificial Intelligence* dalam kehidupan digital Generasi Z.

2. Tinjauan Pustaka

Psikologi Komunikasi

Psikologi komunikasi merupakan kajian yang menghubungkan ilmu psikologi dan ilmu komunikasi untuk memahami komunikasi sebagai perilaku manusia yang dipengaruhi oleh proses mental, emosi, persepsi, dan pengalaman individu. Dalam komunikasi, seseorang tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga menafsirkan pesan berdasarkan keadaan psikologis yang sedang dialami. Maryam dan Paryontri (2020) menjelaskan bahwa psikologi komunikasi berfokus

pada perilaku komunikasi dan proses pemrosesan pesan yang menentukan bagaimana komunikasi berlangsung.

Dalam konteks penelitian ini, psikologi komunikasi digunakan untuk memahami alasan Generasi Z memilih *chatbot* AI sebagai ruang bercerita. Keputusan untuk membuka diri tidak hanya dipengaruhi oleh keberadaan teknologi, tetapi juga oleh kebutuhan emosional, rasa aman, kenyamanan, serta persepsi terhadap lawan bicara. Ketika seseorang merasa tidak siap bercerita kepada manusia, merasa takut dihakimi, atau merasa tidak ingin membebani orang lain, ia dapat mencari ruang komunikasi lain yang dianggap lebih aman.

Psikologi komunikasi juga membantu menjelaskan bahwa keterbukaan diri bukan sekadar tindakan menyampaikan cerita, tetapi merupakan proses psikologis yang melibatkan kepercayaan, penilaian risiko, dan kebutuhan untuk dipahami. Setyaningsih (2019) menegaskan bahwa psikologi komunikasi menaruh perhatian pada peristiwa mental dan perilaku yang muncul dalam proses komunikasi. Oleh karena itu, penggunaan *chatbot* AI sebagai tempat curhat dapat dilihat sebagai bentuk komunikasi yang berkaitan dengan kondisi emosional pengguna, terutama ketika pengguna membutuhkan respons yang cepat, tenang, dan tidak menghakimi.

Teori Penetrasi Sosial

Teori Penetrasi Sosial atau *Social Penetration Theory* menjelaskan bahwa hubungan berkembang melalui proses keterbukaan diri yang berlangsung secara bertahap. Altman dan Taylor dalam Rakhmawati (2019) menjelaskan bahwa hubungan interpersonal bergerak dari komunikasi yang masih berada di permukaan menuju komunikasi yang lebih dalam dan intim. Artinya, seseorang biasanya tidak langsung membuka informasi pribadi sejak awal, tetapi lebih dahulu menilai situasi, respons lawan bicara, dan rasa aman yang muncul dalam proses komunikasi.

Teori ini menggunakan konsep keluasan atau *breadth* dan kedalaman atau *depth*. *Breadth* merujuk pada banyaknya topik yang dibicarakan, sedangkan *depth* merujuk pada tingkat kedalaman atau keintiman informasi yang dibagikan. Dalam penelitian ini, konsep tersebut relevan untuk melihat bagaimana Generasi Z mulai menggunakan *chatbot* AI dari percakapan umum, seperti kebutuhan akademik atau pertanyaan ringan, kemudian perlahan masuk ke cerita yang lebih personal, seperti perasaan, keluarga, pasangan, kesehatan mental, dan masalah pribadi.

Proses penetrasi sosial juga menunjukkan bahwa keterbukaan diri dipengaruhi oleh pengalaman komunikasi sebelumnya. Jika respons yang diterima terasa nyaman, tidak menghakimi, dan sesuai dengan kebutuhan, maka individu cenderung membuka diri lebih jauh. Jika respons dianggap tidak sesuai atau menimbulkan rasa tidak aman, individu dapat menahan diri. Dalam konteks *chatbot* AI, proses ini terlihat ketika pengguna mulai menilai apakah *chatbot* mampu memberikan respons yang tepat sebelum akhirnya membicarakan hal-hal yang lebih sensitif.

Teori Penetrasi Sosial dalam penelitian ini digunakan sebagai dasar untuk membaca proses bertahap keterbukaan diri Generasi Z dalam penggunaan *chatbot* AI. *Chatbot* AI tidak dipahami hanya sebagai alat teknologi, tetapi sebagai ruang interaksi digital yang dapat memengaruhi keberanian pengguna untuk membuka diri. Dengan teori ini, penelitian dapat melihat bagaimana komunikasi yang awalnya sederhana dapat berkembang menjadi komunikasi yang lebih personal ketika pengguna merasa nyaman dan percaya.

Self Disclosure

Self disclosure atau keterbukaan diri merupakan proses komunikasi ketika seseorang membagikan informasi pribadi mengenai dirinya kepada orang lain. Informasi tersebut dapat berupa pikiran, perasaan, pengalaman, keinginan, masalah pribadi, hingga hal-hal yang biasanya tidak mudah disampaikan secara terbuka. Skjuve et al. (2023) menjelaskan bahwa keterbukaan diri dalam interaksi manusia dan *chatbot* dapat memiliki bentuk yang beragam karena setiap pengguna memiliki pengalaman, kebutuhan, dan batas keterbukaan yang berbeda.

DeVito dalam Tasbita (2023) membagi *self disclosure* ke dalam lima dimensi, yaitu *amount*, *valence*, *accuracy/honesty*, tujuan dan maksud, serta *intimacy*. *Amount* berkaitan dengan seberapa sering dan seberapa lama seseorang membuka diri. *Valence* berkaitan dengan sifat informasi yang dibagikan, baik positif maupun negatif. *Accuracy/honesty* berhubungan dengan ketepatan dan kejujuran informasi yang disampaikan. Tujuan dan maksud berkaitan dengan alasan seseorang membuka diri, sedangkan *intimacy* menunjukkan tingkat kedalaman informasi yang dibagikan.

Dalam penelitian ini, *self disclosure* digunakan untuk melihat bagaimana Generasi Z membuka diri kepada *chatbot* AI. Keterbukaan tersebut dapat dilihat dari seberapa sering mereka bercerita, jenis emosi yang disampaikan, tingkat kejujuran dalam menjelaskan masalah, tujuan mereka menggunakan *chatbot* AI, serta kedalaman topik yang dibahas. Keterbukaan diri kepada *chatbot* AI menjadi menarik karena terjadi dalam komunikasi yang tidak melibatkan manusia secara langsung, tetapi tetap memuat pengalaman personal dan emosional.

Keterbukaan diri pada *chatbot* AI tidak dapat dilepaskan dari rasa aman dan kontrol pengguna terhadap percakapan. Pengguna dapat memilih informasi apa yang ingin dibagikan, mengatur arah respons, bahkan meminta *chatbot* AI menjawab sesuai kebutuhan emosional tertentu. Namun, keterbukaan diri tetap perlu memiliki batas karena informasi yang dibagikan kepada teknologi dapat berkaitan dengan privasi dan keamanan data. Oleh karena itu, konsep *self disclosure* dalam penelitian ini tidak hanya digunakan untuk memahami keberanian pengguna membuka diri, tetapi juga untuk melihat bagaimana pengguna mengelola batas antara kebutuhan bercerita dan risiko dalam komunikasi digital.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini digunakan karena penelitian berfokus untuk menggali pengalaman, pandangan, dan proses keterbukaan diri Generasi Z dalam penggunaan *chatbot* AI. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana informan menggunakan *chatbot* AI sebagai media untuk mengungkapkan pikiran, perasaan, dan pengalaman personal. Informan dalam penelitian ini dipilih secara purposive sesuai dengan kebutuhan penelitian. Kriteria informan utama yaitu Generasi Z, menggunakan *chatbot* AI secara rutin minimal tiga kali dalam seminggu, serta pernah menggunakan *chatbot* AI untuk mengungkapkan perasaan, pikiran, atau pengalaman emosional pribadi. Penelitian ini melibatkan empat informan utama dari Generasi Z dan satu key informan dari bidang psikologi. Key informan digunakan untuk memperkuat pemahaman peneliti mengenai hubungan antara keterbukaan diri, kondisi emosi, dan penggunaan *chatbot* AI sebagai media komunikasi.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada informan utama dan key informan dengan pedoman pertanyaan yang disusun berdasarkan fokus penelitian. Pertanyaan wawancara diarahkan pada pengalaman penggunaan *chatbot AI*, alasan membuka diri, topik yang dibicarakan, rasa aman, kepercayaan, privasi, serta dampak penggunaan *chatbot AI* terhadap komunikasi personal. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung, seperti catatan wawancara, transkrip wawancara, rekaman suara dengan informan

Proses penelitian dilakukan secara bertahap, awalnya peneliti menentukan kriteria informan sesuai fokus penelitian. Peneliti melakukan wawancara mendalam kepada informan yang telah memenuhi kriteria. Ketiga, hasil wawancara ditranskrip agar dapat dibaca dan dianalisis secara utuh. Peneliti memilah data yang sesuai dengan fokus penelitian, terutama data yang berkaitan dengan proses keterbukaan diri, bentuk *self disclosure*, faktor pendorong, dampak, risiko, dan batasan penggunaan *chatbot AI*. Kelima, data disusun dalam bentuk narasi dan tabel temuan agar pola jawaban informan dapat terlihat lebih jelas.

Analisis data dilakukan dengan model Miles dan Huberman yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti memilih jawaban informan yang sesuai dengan fokus penelitian dan menghapus bagian yang tidak relevan. Pada tahap penyajian data, peneliti menyusun hasil wawancara dalam bentuk uraian dan tabulasi indikator. Setelah itu, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan pola temuan yang muncul dari data. Keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber, yaitu membandingkan data dari beberapa informan utama dengan keterangan key informan dan data pendukung lain agar hasil penelitian lebih konsisten dan dapat dipertanggungjawabkan.

4. Hasil dan Pembahasan

a. Proses Keterbukaan Diri Generasi Z dalam Penggunaan *Chatbot AI*

Hasil penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan Generasi Z yang aktif menggunakan *chatbot AI* sebagai media komunikasi personal. Informan tidak hanya menggunakan *chatbot AI* untuk kebutuhan akademik, tetapi juga untuk mengungkapkan perasaan, meminta masukan, mencari validasi, dan membicarakan persoalan pribadi yang dirasa sulit disampaikan kepada orang lain. Temuan ini menunjukkan bahwa *chatbot AI* berperan sebagai ruang komunikasi digital yang dianggap cepat, mudah diakses, dan relatif aman untuk membuka diri.

Secara umum, seluruh informan utama memiliki pengalaman menggunakan *chatbot AI* secara rutin. *Chatbot AI* yang digunakan pun cukup beragam, seperti ChatGPT, Gemini, *Preplexity*, *Claude*, dan *Blackbox*. Namun, dari semua yang pernah dicoba, 3 dari informan mengatakan untuk kebutuhan personal, mereka memilih *chatbot AI* chatgpt yang responsnya dianggap paling nyaman, mudah diarahkan, dan sesuai dengan gaya komunikasi mereka, satu informan memilih menggunakan *claude* karena merasa lebih nyaman dibandingkan chatgpt untuk hal-hal pribadi. Intensitas penggunaan pun juga cukup tinggi, 2 informan mengatakan mereka bisa menggunakannya setiap hari, sedangkan 2 informan lainnya menggunakannya 3 sampai 5 hari dalam seminggu. sehingga *chatbot AI* tidak lagi diposisikan hanya sebagai alat bantu teknologi, tetapi juga sebagai media komunikasi yang masuk dalam rutinitas informan.

Pola penggunaan *chatbot* AI ini memperlihatkan dua kebutuhan utama, yaitu kebutuhan akademik dan kebutuhan emosional. Pada kebutuhan akademik, informan menggunakan *chatbot* AI untuk membantu memahami tugas, mencari ide atau brainstorming, atau menyusun jawaban. Sementara pada kebutuhan emosional, *chatbot* AI digunakan ketika informan merasa sedang sedih, cemas, overthinking, kecewa, membutuhkan validasi, atau membutuhkan sudut pandang lain. Penggunaan untuk cerita pribadi umumnya terjadi ketika para informan sedang sendiri, memiliki waktu kosong, atau berada pada malam hari. Kondisi ini menunjukkan bahwa keterbukaan diri kepada *chatbot* AI lebih banyak muncul dalam ruang privat, ketika informan merasa bebas untuk mengekspresikan pikiran dan perasaannya.

Proses keterbukaan diri informan tidak terjadi secara langsung. Pada awal penggunaan, informan umumnya masih memakai *chatbot* AI untuk hal-hal umum saja, seperti tugas kuliah, pertanyaan-pertanyaan ringan, membuat caption untuk di sosial media, atau sekadar mencoba respons AI. Setelah merasa respons *chatbot* AI sesuai yang dibutuhkan, informan baru mulai membuka cerita yang lebih personal. Topik-topik yang muncul meliputi diri sendiri, keluarga, pasangan, pertemanan, kesehatan mental, karier, akademik, dan pengalaman emosional yang tidak mudah diceritakan kepada manusia. Hal ini menunjukkan bahwa keterbukaan diri informan berkembang secara bertahap dari percakapan umum menuju percakapan yang lebih personal.

Secara umum, indikator yang paling menonjol dari temuan ini adalah rasa aman, kebutuhan validasi, respons cepat, dan tidak adanya penilaian sosial. Informan merasa lebih leluasa bercerita karena *chatbot* AI tidak menunjukkan reaksi menghakimi, tidak membocorkan cerita, dan dapat diarahkan sesuai kebutuhan. Beberapa informan juga menyatakan bahwa mereka merasa perlu bercerita secara jujur dan detail agar *chatbot* AI juga dapat memberikan respons yang tepat sesuai keinginan mereka. Dengan demikian, keterbukaan diri kepada *chatbot* AI tidak hanya terjadi karena teknologi tersebut mudah digunakan, tetapi juga karena informan merasa memperoleh ruang komunikasi yang lebih dapat dikendalikan.

Temuan penelitian juga menunjukkan adanya sisi kritis, yaitu kesadaran informan terhadap privasi belum sepenuhnya sama. Ada informan yang tidak merasa khawatir sama sekali terhadap keamanan data, tetapi ada juga yang mulai membatasi informasi sensitif seperti alamat, nomor pribadi, foto wajah, atau identitas orang lain. Selain itu, penggunaan *chatbot* AI juga berpotensi menggeser sebagian fungsi curhat dalam relasi manusia, terutama ketika pengguna merasa respons AI lebih cepat, lebih netral, dan lebih sesuai dengan kebutuhan emosionalnya.

Pandangan key informan juga memperkuat hasil tersebut. Key informan menjelaskan bahwa penggunaan *chatbot* AI sebagai tempat curhat bisa dipahami karena Generasi Z hidup dalam ekosistem digital yang serba cepat. *Chatbot* AI dianggap mampu memberi validasi, rasa aman, dan respons yang tidak menghakimi. Tetapi key informan menegaskan bahwa *chatbot* AI tetap tidak dapat menggantikan interaksi interpersonal yang hangat maupun bantuan profesional. *Chatbot* AI dapat membantu sebagai ruang awal untuk mengenali emosi dan menyusun pikiran, tetapi pengguna tetap perlu membatasi penggunaan, menjaga data pribadi, dan mencari bantuan manusia ketika menghadapi persoalan yang serius.

Secara lebih rinci, pola tersebut berkembang melalui tiga tahapan utama keterbukaan diri, sebagaimana disajikan pada gambar berikut:



Gambar 1 Alur Proses Keterbukaan Diri

Dalam Teori Penetrasi Sosial, keterbukaan diri dipahami sebagai proses bertahap dari komunikasi yang dangkal menuju komunikasi yang lebih dalam. Tahap awal terlihat ketika informan masih menjaga batas cerita dan belum langsung membahas masalah pribadi. Informan baru mulai melakukan eksplorasi dengan menceritakan hal-hal ringan saja seperti berkenalan dengan *chatbot* AI, mengenai perasaan atau pengalaman sehari-hari. Sari dan Irena (2023) menjelaskan bahwa keterbukaan diri Generasi Z di ruang digital tidak dapat dilepaskan dari kemampuan mereka mengatur batas antara ruang pribadi dan ruang sosial yang ingin ditampilkan.

Tahap berikutnya tampak ketika informan mulai membicarakan persoalan yang lebih emosional, seperti keluarga, pasangan, pertemanan, kesehatan mental, tekanan akademik, dan keadaan diri sendiri. Pada titik ini, *chatbot* AI tidak lagi diperlakukan sebagai alat pencari jawaban, tetapi sebagai ruang percakapan yang mampu menampung cerita personal. Skjuve et al. (2023) juga menegaskan bahwa keterbukaan diri dalam relasi manusia-*chatbot* dapat berkembang secara beragam, bergantung pada pengalaman pengguna, kebutuhan personal, dan cara pengguna memaknai respons *chatbot*.

Keterbukaan informan menjadi semakin lebih dalam ketika mereka merasa *chatbot* AI mampu memberikan respons yang konsisten, cepat, dan tidak menghakimi. Rasa nyaman tersebut membuat informan berani bercerita lebih jujur dan lebih rinci. Tapi proses ini tetap menunjukkan adanya seleksi. Informan tidak langsung terbuka sejak awal, tetapi menilai dulu *chatbot* AI ini seperti apa dan apakah kemudian dapat memberi jawaban yang sesuai dengan kebutuhan emosional mereka.

Proses keterbukaan diri Generasi Z dalam penggunaan *chatbot* AI menunjukkan pola bertahap. Generasi Z tidak sekadar menggunakan *chatbot* AI karena teknologi tersebut populer, tetapi karena mereka menemukan ruang komunikasi yang terasa aman untuk menguji, menyusun, dan mengungkapkan perasaan. Putriyani dan Ardelia (2026) menunjukkan bahwa efek disinhibisi dalam ruang digital dapat mendorong individu lebih berani membuka diri karena interaksi daring mengurangi tekanan sosial yang biasa muncul dalam komunikasi langsung.

b. Bentuk *Self Disclosure* Generasi Z kepada *Chatbot* AI

Bentuk *self disclosure* informan kepada *chatbot* AI dapat dilihat dari lima dimensi, yaitu *amount* (tingkat pengungkapan diri melalui frekuensi dan durasi komunikasi yang dilakukan), *valence* (sifat dari informasi yang dibagikan), *accuracy/honesty* (sejauh mana ketepatan dan kejujuran individu dalam mengungkapkan dirinya), tujuan dan maksud, serta *intimacy* (kedalaman dari detail kehidupan yang dibagikan). Dari sisi *amount*, semua informan menunjukkan frekuensi keterbukaan yang cukup tinggi karena *chatbot* AI digunakan secara rutin, 2 informan mengatakan bisa menggunakan *chatbot* ai setiap hari, dan 2 informan lainnya mengatakan menggunakan *chatbot* 3 dan 5 hari dalam seminggu. Keterbukaan tersebut bisa berlangsung berkali-kali dalam sekali penggunaan sesuai kebutuhan emosi dan situasi yang sedang dihadapi masing-masing informan. Tandres dan Winduwati (2024) menegaskan bahwa keterbukaan diri Generasi Z di ruang digital sering berkaitan dengan kemampuan memilih ruang yang dianggap lebih privat dan sesuai dengan kebutuhan ekspresi diri.

Dari sisi *valence*, cerita yang disampaikan para informan lebih banyak berkaitan dengan pengalaman emosional yang tidak menyenangkan dibandingkan dengan menceritakan pengalaman yang menyenangkan. Informan cenderung membuka *chatbot* AI saat sedang merasa sedih, cemas, kecewa, galau, *overthinking*, atau merasa membutuhkan tempat untuk mengurai masalah-masalahnya. Hal ini menunjukkan bahwa *chatbot* AI berfungsi sebagai ruang pelampiasan emosi sekaligus tempat untuk mencari ketenangan. Aggriany dan Kustiawan (2023) menjelaskan bahwa media digital dapat menjadi tempat curhat bagi Generasi Z ketika mereka membutuhkan ruang untuk menyampaikan kegelisahan, tekanan, atau pengalaman pribadi yang sulit dibagikan secara langsung.

Dari sisi *accuracy/honesty*, semua informan cenderung menyampaikan cerita secara jujur dan detail. Mereka menyadari bahwa respons *chatbot* AI sangat bergantung pada informasi yang mereka berikan. Jika cerita disampaikan secara tidak lengkap, jawaban *chatbot* juga akan terasa kurang sesuai. Merwin et al. (2025) menunjukkan bahwa individu dapat memberikan informasi personal kepada AI dalam kadar yang setara dengan manusia ketika mereka merasa situasi komunikasinya memungkinkan untuk membuka diri.

Dari sisi tujuan dan *intimacy*, informan membuka diri untuk mendapatkan validasi, masukan, sudut pandang baru, dan rasa didengarkan. Topik yang dibahas juga masuk ke wilayah personal, seperti keluarga, pasangan, diri sendiri, kesehatan mental, dan konflik relasi. Dengan kata lain, keterbukaan diri kepada *chatbot* AI tidak berhenti pada pertukaran informasi ringan, tetapi sudah menyentuh pengalaman yang dekat dengan identitas dan kerentanan informan.

c. Faktor yang Mendorong Generasi Z Terbuka kepada *Chatbot* AI

Faktor utama yang mendorong informan terbuka kepada *chatbot* AI adalah respons cepat. Para Informan merasa *chatbot* AI dapat hadir saat mereka membutuhkan tempat cerita, tanpa harus menunggu orang lain membalas pesan atau menyesuaikan waktu dengan teman, keluarga, maupun pasangan. Nazhesda et al. (2025) menyebut bahwa ChatGPT dapat dimaknai sebagai aspek relasi karena pengguna tidak hanya memakainya sebagai alat bantu, tetapi juga sebagai ruang komunikasi personal untuk menghadapi masalah pribadi.

Selanjutnya adalah rasa tidak dihakimi, informan merasa lebih bebas bercerita karena *chatbot* AI tidak memberi reaksi yang bisa saja meremehkan, menyalahkan, atau menganggap cerita mereka mungkin berlebihan. Kondisi ini penting karena beberapa informan memiliki

pengalaman kurang nyaman saat bercerita kepada manusia. Nurkhairani et al. (2025) juga menemukan bahwa kenyamanan dalam curhat kepada AI berkaitan dengan persepsi bahwa AI memberi ruang yang lebih aman, mudah diakses, dan minim penilaian sosial.

Faktor ketiga adalah kontrol percakapan, informan merasa dapat mengarahkan respons *chatbot* AI sesuai kebutuhannya masing-masing, misalnya meminta validasi, meminta saran, meminta didengarkan saja, atau mengoreksi jawaban yang belum sesuai. Ketika *chatbot* AI salah memberikan jawaban pun bisa diulang Kembali. Kontrol ini membuat informan merasa lebih berdaya dalam komunikasi. Meng dan Dai (2021) menjelaskan bahwa dukungan emosional dari *chatbot* tidak hanya bergantung pada keberadaan respons, tetapi juga pada kesesuaian bentuk dukungan dengan kebutuhan pengguna.

Kekhawatiran terhadap komunikasi dengan manusia juga menjadi salah satu faktor, para informan merasa manusia tidak selalu tersedia, dan bisa saja membocorkan cerita, atau memberi respons yang tidak sesuai harapan. Selain itu, sebagian informan juga takut membebani orang lain karena menganggap teman, keluarga, atau pasangan juga mungkin memiliki masalah masing-masing. Iloen dan Kusumiati (2024) menunjukkan bahwa kepercayaan interpersonal berhubungan dengan keterbukaan diri di ruang digital, sehingga ketika kepercayaan kepada manusia terbatas, individu cenderung mencari ruang lain yang terasa lebih aman untuk bercerita.

d. Dampak, Risiko, Batasan, dan Makna Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi keterbukaan diri Generasi Z dalam penggunaan *chatbot* AI terbentuk melalui kebutuhan akan ruang aman, validasi emosional, respons cepat, dan kontrol percakapan. *Chatbot* AI dipersepsikan sebagai media komunikasi digital yang membantu informan membuka diri secara lebih jujur dan personal. Meskipun demikian, penggunaannya tetap perlu dibatasi karena *chatbot* AI tidak dapat sepenuhnya menggantikan relasi sosial manusia, terutama dalam situasi yang membutuhkan dukungan emosional langsung atau bantuan profesional.

Penggunaan *chatbot* AI sebagai tempat curhat memberi dampak emosional yang cukup jelas bagi informan. Setelah bercerita, informan merasa lebih lega, tenang, terbantu, dan memperoleh sudut pandang baru. *Chatbot* AI membantu informan menyusun pikiran yang sebelumnya terasa berantakan. Pada beberapa informan, respons *chatbot* juga membuat mereka lebih reflektif dan tidak mudah reaktif ketika menghadapi persoalan dengan orang lain.

Dampak positif tersebut tetap perlu dibaca secara kritis, *chatbot* AI memang dapat membantu pengguna mengurai emosi, tetapi tidak sepenuhnya menggantikan komunikasi interpersonal. Sikumbang et al. (2025) menunjukkan bahwa penggunaan ChatGPT dapat berkaitan dengan aspek komunikasi interpersonal, tetapi kontribusinya tetap perlu diimbangi dengan kemampuan komunikasi langsung agar pengguna tidak sepenuhnya bergantung pada bantuan digital.

Risiko lain yang muncul adalah privasi, sebagian informan merasa tidak terlalu khawatir ketika bercerita kepada *chatbot* AI, tetapi sebagian lain mulai membatasi informasi yang dibagikan, seperti alamat, nomor pribadi, foto wajah, dan data sensitif sikap ini menunjukkan bahwa kesadaran privasi belum merata. Papneja dan Yadav (2025) menekankan bahwa keterbukaan diri kepada conversational AI dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk persepsi keamanan, desain sistem, kepercayaan, manfaat yang dirasakan, dan risiko yang dibayangkan pengguna.

Risiko berikutnya adalah ketergantungan validasi, jika pengguna terlalu terbiasa menerima respons yang cepat, halus, dan selalu menenangkan, mereka dapat membawa standar tersebut ke dalam relasi manusia. Padahal, manusia memiliki keterbatasan emosi, waktu, dan cara merespons. Goro dan Harahap (2025) menegaskan bahwa perkembangan *chatbot* AI perlu diikuti perhatian terhadap risiko sosial dan tanggung jawab platform, terutama ketika interaksi pengguna dengan AI bergerak ke wilayah emosional yang sensitif.

Batasan penggunaan menjadi penting karena *chatbot* AI tetap merupakan sistem yang bekerja berdasarkan data dan pola bahasa. *Chatbot* AI dapat membantu sebagai ruang awal untuk refleksi, menyusun pikiran, atau menenangkan diri, tetapi tidak tepat dijadikan satu-satunya sumber dukungan emosional. Chung dan Kang (2023) menunjukkan bahwa kemampuan *chatbot* memberi kesan empatik dapat memengaruhi kepercayaan pengguna, tetapi pengguna tetap perlu memahami bahwa respons tersebut tidak sama dengan pemahaman emosional manusia yang utuh.

Hal ini menunjukkan bahwa keterbukaan diri Generasi Z tidak lagi hanya berlangsung dalam relasi antarmanusia, tetapi juga dapat terbentuk dalam interaksi manusia dengan *chatbot* AI. Kebaruan penelitian ini terletak pada penjelasan bahwa *chatbot* AI dipersepsikan sebagai ruang komunikasi digital yang aman, cepat, tidak menghakimi, dan dapat dikontrol, sehingga mendorong Generasi Z membuka diri secara lebih personal. Pelau, Dabija, dan Stanescu (2024) menunjukkan bahwa rasa percaya, emosi, dan perasaan dekat terhadap AI dapat memengaruhi perilaku berbagi informasi kepada AI, sehingga relasi manusia dan teknologi perlu dipahami sebagai fenomena komunikasi yang semakin kompleks.

Chatbot AI dalam penelitian ini dapat dipahami sebagai ruang antara bukan sekadar alat, tetapi juga belum dapat disebut sebagai pengganti manusia. Dapat membantu Generasi Z menyalurkan emosi, menyusun pikiran, dan mencari validasi awal. Tetapi pengguna tetap perlu menjaga batas agar keterbukaan diri kepada *chatbot* AI tidak mengurangi kemampuan membangun kedekatan dengan manusia, tidak mengabaikan privasi, dan tidak menggantikan bantuan profesional ketika masalah yang dihadapi sudah serius.

5. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian, komunikasi keterbukaan diri Generasi Z dalam penggunaan *chatbot* AI terbentuk melalui proses yang bertahap. Informan pada awalnya menggunakan *chatbot* AI untuk kebutuhan umum, seperti akademik atau pertanyaan-pertanyaan ringan, kemudian baru mulai membuka cerita yang lebih personal setelah merasa respons *chatbot* AI sesuai dengan yang mereka mau, cepat, tidak menghakimi, dan dapat diarahkan sesuai kebutuhan. Keterbukaan diri tersebut tampak dari frekuensi penggunaan yang cukup rutin, kejujuran dalam bercerita, kedalaman topik yang dibahas, serta kecenderungan informan menggunakan *chatbot* AI saat mengalami emosi negatif seperti sedih, cemas, kecewa, overthinking, atau membutuhkan validasi.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *chatbot* AI dipersepsikan sebagai ruang komunikasi digital bagi Generasi Z untuk mengekspresikan pikiran dan perasaan. *Chatbot* AI membantu informan merasa lebih lega, tenang, terbantu, dan lebih reflektif dalam memahami masalah yang dihadapi. Tetapi penggunaan *chatbot* AI tetap memiliki batasan karena tidak dapat menggantikan kehangatan relasi interpersonal dan bantuan profesional. Kontribusi penelitian

ini terletak pada pemahaman bahwa keterbukaan diri tidak lagi hanya berlangsung dalam relasi antarmanusia, tetapi juga dapat terbentuk dalam interaksi manusia dengan teknologi berbasis AI, terutama ketika teknologi tersebut dipersepsikan mampu memberi rasa aman, validasi, dan kontrol percakapan.

Saran dari penelitian ini adalah Generasi Z perlu menggunakan *chatbot* AI secara bijak sebagai ruang awal untuk menyusun pikiran dan mengenali emosi, bukan sebagai satu-satunya tempat bergantung secara emosional. Pengguna juga perlu menjaga batas privasi dengan tidak membagikan data sensitif, seperti alamat, nomor pribadi, identitas lengkap, atau informasi yang dapat merugikan diri sendiri maupun orang lain. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan jumlah informan yang lebih luas, latar belakang yang lebih beragam, atau membandingkan pengalaman pengguna pada beberapa jenis *chatbot* AI. Bagi praktisi pendidikan, komunikasi, dan pengembang teknologi, temuan ini dapat menjadi dasar untuk meningkatkan literasi digital, khususnya mengenai batas aman penggunaan AI dalam komunikasi personal.

Daftar Pustaka

- Aggriany, Z. M., & Kustiawan, W. (2023). Analisis penggunaan media sosial Twitter sebagai media curhat oleh kalangan muslim Generasi Z. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(6), 3118-3133. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i6.3737>
- Chaudhari, V., & Bhangale, S. K. (2024). Enhancing engagement and communication using artificial intelligence on social media. *International Journal of Education, Modern Management, Applied Science & Social Science*, 6(4[I]), 35-39. [https://doi.org/10.62823/IJEMMASS/6.4\(I\).6947](https://doi.org/10.62823/IJEMMASS/6.4(I).6947)
- Goro, S. F., & Harahap, C. B. (2025). *Chatbot* dituntut: Analisis sosiologi hukum terhadap gugatan Character.AI dalam kasus kematian remaja. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 14(2), 12-20. <https://doi.org/10.21831/dimensia.v14i2.81003>
- Iloen, A. S. N., & Kusumiati, R. Y. E. (2024). Social media dynamics: Interpersonal trust and self-disclosure on Instagram second accounts. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Terapan*, 8(2), 270-282. <https://doi.org/10.30598/jbkt.v8i2.2015>
- Jung, L. L., & Kang, J. (2023). "I'm hurt too": The effect of a *chatbot*'s reciprocal self-disclosures on users' painful experiences. *Archives of Design Research*, 36(4), 67-85. <https://doi.org/10.15187/adr.2023.11.36.4.67>
- Maryam, E. W., & Paryontri, R. A. (2020). *Buku ajar psikologi komunikasi*. UMSIDA Press. <https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/view/978-623-6833-46-2>
- Meng, J., & Dai, Y. (2021). Emotional support from AI *chatbots*: Should a supportive partner self-disclose or not? *Journal of Computer-Mediated Communication*, 26(4), 207-222. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmab005>
- Merwin, E. R., Hagen, A. C., Keebler, J. R., & Forbes, C. (2025). Self-disclosure to AI: People provide personal information to AI and humans equivalently. *Computers in Human Behavior: Artificial Humans*, 5, 100180. <https://doi.org/10.1016/j.chbah.2025.100180>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications. <https://books.google.com/books?id=p0wXBAAAQBAJ>
- Nazhesda, M., Fitriyah, H., & Irwansyah, I. (2025). Pemanfaatan ChatGPT sebagai aspek relasi dalam menghadapi masalah pribadi. *Jurnal Locus Penelitian dan Pengabdian*, 4(11), 10160-10173. <https://doi.org/10.58344/locus.v4i11.5019>

- Norsely, F., Arviani, H., & Achmad, Z. A. (2023). Pengalaman interaksi pengguna remaja curhat dengan ChatGPT. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 7(2). <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/KOMUNIKOLOGI/article/view/16653>
- Nurkhairani, A., Arwansyah, O. D., & Ginting, R. (2025). Menemukan kenyamanan dalam algoritma: Fenomena curhat ke AI dalam era digital. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 7(2), 80-89. <https://doi.org/10.31289/tabularasa.v7i2.5801>
- Papneja, H., & Yadav, N. (2025). Self-disclosure to conversational AI: A literature review, emergent framework, and directions for future research. *Personal and Ubiquitous Computing*, 29, 119-151. <https://doi.org/10.1007/s00779-024-01823-7>
- Pelau, C., Dabija, D.-C., & Stanescu, M. (2024). Can I trust my AI friend? The role of emotions, feelings of friendship and trust for consumers' information-sharing behavior toward AI. *Oeconomia Copernicana*, 15(2), 407-433. <https://doi.org/10.24136/oc.2916>
- Putriyani, Y. M. D., & Ardelia, V. (2026). Hubungan online disinhibition effect dengan self-disclosure Generasi Z di media sosial X. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 13(1), 28-40. <https://doi.org/10.26740/cjpp.v13n01.p28-40>
- Rakhmawati, Y. (2019). *Komunikasi antarpribadi: Konsep dan kajian empiris*. CV Putra Media Nusantara. <https://repository.trunojoyo.ac.id/329/1/KOMUNIKASI%20ANTAR%20PRIBADI.pdf>
- Sari, W. P., & Irena, L. (2023). Model self-disclosure Generasi Z pengguna berat media sosial. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 146-164. <https://doi.org/10.14710/interaksi.12.1.145-163>
- Setyaningsih, R. (2019). *Psikologi komunikasi: Suatu pengantar dan perspektif Islam*. UNIDA Gontor Press. https://fliphtml5.com/xzfa/xlvi/Psikologi_Komunikasi_Rila_Setyaningsih/
- Sikumbang, A., Rahmawati, A., & Hamdani, T. C. (2025). Pengaruh penggunaan ChatGPT terhadap efektivitas komunikasi interpersonal dalam diskusi akademik mahasiswa komunikasi digital dan media Sekolah Vokasi IPB. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(5), 445-453. <https://al-haramjournal.id/J-CEKI/article/view/9697>
- Skjuve, M., Følstad, A., & Brandtzæg, P. B. (2023). A longitudinal study of self-disclosure in human-chatbot relationships. *Interacting with Computers*, 35(1), 24-39. <https://doi.org/10.1093/iwc/iwad022>
- Tandres, H., & Winduwati, S. (2024). Pengelolaan self-disclosure Generasi Z melalui penggunaan multiple accounts di Instagram. *Koneksi*, 8(1), 234-242. <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/27659>
- Tasbita, D. (2023). Pengaruh keterbukaan diri terhadap kepuasan pernikahan pada dewasa awal yang menikah melalui ta'aruf. *Jurnal Psikologi Islam*, 10(1), 1-12. <https://doi.org/10.47399/jpi.v10i1.251>
- Yun, J., & Park, J. (2022). The effects of chatbot service recovery with emotion words on customer satisfaction, repurchase intention, and positive word of mouth. *Frontiers in Psychology*, 13, 922503. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.922503>