

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan teknologi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) beberapa tahun terakhir mempengaruhi berbagai aspek dari kehidupan kita, hal tersebut meliputi cara manusia berkomunikasi di ruang digital. Salah satu implementasi AI yang berkembang pesat adalah *chatbot* percakapan yang mampu memahami dan menghasilkan bahasa alami. Perkembangan tersebut membuat chatbot tidak lagi berfungsi sebatas layanan pelanggan otomatis, melainkan juga sebagai media interaksi yang dapat mendukung percakapan personal dan berkelanjutan.

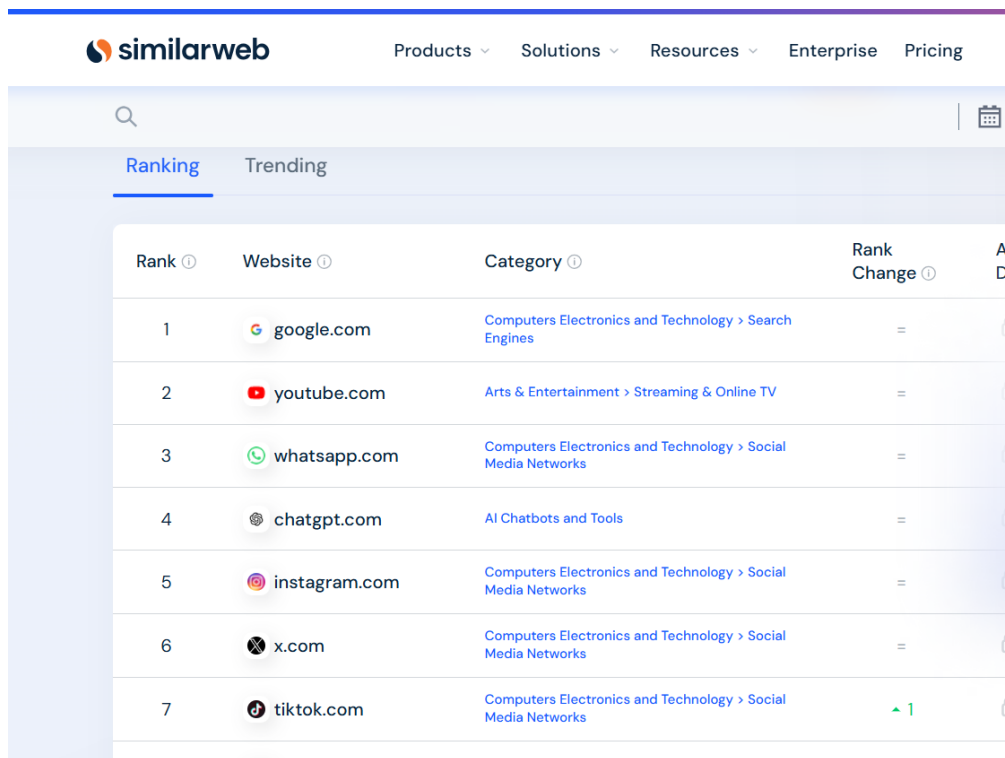
Secara global, adopsi AI menunjukkan peningkatan yang signifikan. Laporan *McKinsey Global Survey* (2023) menyebutkan bahwa sekitar 55% organisasi di dunia telah mengadopsi AI dalam setidaknya satu fungsi bisnis, meningkat dari 50% pada tahun sebelumnya. Selain itu, laporan Digital Indonesia yang diterbitkan oleh *We Are Social* (2026) menunjukkan total dari semua pengguna internet di Indonesia mencapai 230 juta orang di akhir tahun 2025 atau setara dengan 80,5% dari populasi Indonesia. Dibandingkan periode sebelumnya, jumlah pengguna internet nasional mengalami pertumbuhan sebesar 18 juta pengguna atau sekitar 8,7%. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa aktivitas masyarakat Indonesia semakin bergantung pada berbagai layanan digital yang terhubung melalui internet, sehingga berbagai layanan berbasis teknologi, termasuk platform kecerdasan buatan (AI) seperti ChatGPT, memiliki peluang adopsi yang semakin luas di kalangan pengguna internet.

Survey APJII 2026 mencatat bahwa lebih dari 38% Generasi Z di Indonesia merupakan bagian dari total pengguna internet nasional. Tingginya intensitas penggunaan internet di kalangan Generasi Z menciptakan kondisi yang memungkinkan interaksi rutin dengan sistem berbasis AI, termasuk chatbot.

Seiring dengan meningkatnya penggunaan teknologi digital, pemanfaatan ChatGPT oleh Generasi Z tidak lagi terbatas sebagai sarana memperoleh informasi atau membantu menyelesaikan tugas akademik. ChatGPT juga mulai dimanfaatkan sebagai media untuk berdiskusi mengenai berbagai persoalan sehari-hari, meminta saran, hingga berbagi pengalaman pribadi. Kemampuan ChatGPT untuk memberikan sebuah balasan yang cepat, relevan, dan menyerupai percakapan dengan manusia membuat sebagian pengguna merasa nyaman untuk melakukan interaksi yang lebih personal. Perubahan fungsi tersebut menunjukkan bahwa chatbot berbasis kecerdasan buatan sudah tidak lagi berperan sebagai alat mencari informasi, tetapi juga dapat digunakan sebagai bentuk media komunikasi baru yang mendukung percakapan interpersonal.

Generasi tumbuh dan hidup berdampingan dengan teknologi, sehingga lebih adaptif terhadap inovasi berbasis AI. Hal tersebut membuat Generasi Z sebagai kelompok yang memiliki potensi untuk menjadi yang paling aktif dalam memanfaatkan layanan berbasis kecerdasan buatan, termasuk ChatGPT.

Penggunaan chatbot berbasis kecerdasan buatan seperti ChatGPT menunjukkan pertumbuhan yang pesat secara global. Seiring berkembangnya teknologi AI generatif, ChatGPT merupakan platform AI Chatbot yang banyak dipakai atau digunakan untuk berbagai kebutuhan, mulai dari pencarian informasi, pendidikan, produktivitas, hingga komunikasi personal. Popularitas tersebut menunjukkan bahwa teknologi AI Chatbot semakin terintegrasi dalam berbagai aktivitas digital yang dilakukan masyarakat secara rutin. dan membuka peluang munculnya bentuk-bentuk komunikasi baru antara manusia dan sistem berbasis kecerdasan buatan.



Rank	Website	Category	Rank Change
1	google.com	Computers Electronics and Technology > Search Engines	=
2	youtube.com	Arts & Entertainment > Streaming & Online TV	=
3	whatsapp.com	Computers Electronics and Technology > Social Media Networks	=
4	chatgpt.com	AI Chatbots and Tools	=
5	instagram.com	Computers Electronics and Technology > Social Media Networks	=
6	x.com	Computers Electronics and Technology > Social Media Networks	=
7	tiktok.com	Computers Electronics and Technology > Social Media Networks	▲ 1

Gambar 1. 1 Peringkat Situs di Indonesia

Sumber: Similarweb (2026)

Berdasarkan data Similarweb (2026), ChatGPT menempati peringkat keempat sebagai situs dengan tingkat kunjungan tertinggi di Indonesia. Hal tersebut menunjukkan ChatGPT telah menjadi salah satu platform digital yang sering diakses masyarakat Indonesia dalam pencarian informasi, pembelajaran, dan interaksi berbasis kecerdasan buatan.

Kedekatan Generasi Z dengan lingkungan digital membuat kelompok ini relatif lebih cepat menerima dan memanfaatkan teknologi baru, termasuk teknologi yang memiliki sistem kecerdasan buatan atau *artificial intelligence*. Penelitian Pew Research Center 2025 (2025) menunjukkan bahwa kelompok usia muda merupakan salah satu kelompok pengguna utama teknologi AI generatif dan chatbot berbasis percakapan. Tingginya tingkat adopsi teknologi pada kelompok ini menunjukkan bahwa chatbot berpotensi menjadi salah satu ruang komunikasi digital yang penting

bagi Generasi Z, baik untuk kebutuhan informasi, produktivitas, maupun komunikasi personal.

Seiring meningkatnya penggunaan AI, chatbot mulai digunakan bukan hanya untuk kebutuhan akademik dan produktivitas, tetapi juga untuk diskusi personal dan berbagi pengalaman. Seiring meningkatnya kemampuan AI dalam menghasilkan respons yang menyerupai percakapan manusia, ChatGPT tidak lagi dimanfaatkan hanya untuk mencari informasi atau membantu pekerjaan, tetapi juga menjadi ruang bagi sebagian pengguna untuk mendiskusikan pengalaman pribadi, mencurahkan perasaan, meminta saran, hingga mencari dukungan emosional. Karakteristik ChatGPT yang tersedia selama 24 jam, sifat *non-judgmental*, serta mampu memberikan sebuah balasan atau respons yang empatik membuat sebagian pengguna merasa nyaman untuk mengungkapkan pikiran dan pengalaman pribadi dibandingkan dalam interaksi tatap muka. Fenomena ini menunjukkan bahwa AI chatbot mulai berperan sebagai media yang memfasilitasi praktik Keterbukaan Diri, khususnya di kalangan generasi muda yang telah terbiasa berinteraksi dengan teknologi digital.

Fenomena tersebut juga didukung oleh berbagai hasil penelitian. Survei Pew Research Center (2025) menunjukkan bahwa sebagian remaja pernah menggunakan chatbot AI untuk memperoleh dukungan emosional maupun nasihat. Temuan tersebut menunjukkan bahwa fungsi AI tidak lagi terbatas pada penyediaan informasi, tetapi juga berkembang sebagai media interaksi yang bersifat personal. Sejalan dengan temuan tersebut, penelitian Skjuve (2023) dan Croes (2024) menunjukkan bahwa pengguna bersedia membagikan pengalaman pribadi hingga informasi yang bersifat intim kepada chatbot ketika mereka memandang interaksi tersebut aman, tidak menghakimi, dan mampu memberikan respons yang mendukung.

Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa interaksi manusia dengan chatbot tidak lagi terbatas pada pertukaran informasi, tetapi mulai menyerupai hubungan

komunikasi interpersonal. Penelitian Skjuve (2023) dalam *Interacting with Computers* menemukan bahwa interaksi berulang dengan chatbot dapat membentuk perasaan kedekatan yang menyerupai hubungan sosial. Dalam studi longitudinal tersebut, beberapa partisipan melaporkan berbagi pengalaman pribadi dan memandang chatbot sebagai teman berbicara. Temuan ini menunjukkan bahwa chatbot dapat memfasilitasi bentuk komunikasi yang secara psikologis menyerupai relasi interpersonal.

Temuan tersebut diperkuat oleh Croes (2024) yang menemukan bahwa individu bersedia mengungkapkan informasi yang bersifat intim kepada chatbot ketika mereka merasa interaksi tersebut aman dan tidak menghakimi. Lingkungan digital yang anonim dapat menurunkan hambatan psikologis dalam berbagi pengalaman pribadi. Dalam konteks ini, praktik keterbukaan diri tidak lagi terbatas pada komunikasi antarmanusia, tetapi juga terjadi dalam interaksi manusia–AI. Lingkungan digital yang anonim dapat menurunkan hambatan psikologis dalam berbagi pengalaman pribadi. Dalam konteks ini, praktik keterbukaan diri tidak menjadi terbatas pada komunikasi antar manusia, namun juga dapat terjadi dalam interaksi manusia–AI. Dalam kajian komunikasi interpersonal, keterbukaan diri dapat dipahami sebagai proses bertahap dalam pengembangan hubungan sosial. Perspektif ini dijelaskan melalui *Social Penetration Theory* oleh Altman dan Taylor (1973), yang menyatakan bahwa hubungan interpersonal berkembang melalui peningkatan keluasan dan kedalaman informasi pribadi yang dibagikan antara individu. Seiring berkembangnya hubungan, individu secara bertahap mengungkapkan informasi yang lebih personal setelah mempertimbangkan tingkat kepercayaan, risiko, serta manfaat dari pengungkapan tersebut. Meskipun teori ini awalnya dikembangkan untuk menjelaskan interaksi antarmanusia, perkembangan teknologi komunikasi digital menunjukkan bahwa proses keterbukaan diri juga dapat terjadi dalam interaksi manusia dengan sistem teknologi seperti chatbot. Dalam konteks ini, keputusan untuk membuka diri kepada chatbot tetap melibatkan proses evaluasi kognitif yang serupa dengan komunikasi interpersonal, seperti

pertimbangan rasa aman, kebutuhan emosional, serta persepsi terhadap karakteristik media yang digunakan.

Namun demikian, peningkatan keterbukaan diri kepada chatbot menimbulkan persoalan baru. Dalam penelitiannya Babu (2025) *Frontiers in Psychology* memperkenalkan konsep pseudo-intimacy, yaitu kondisi ketika individu merasakan kedekatan emosional dengan sistem AI yang sebenarnya tidak memiliki kesadaran atau empati nyata. Kedekatan tersebut dibangun melalui respons algoritmik yang dirancang menyerupai empati manusia. Kondisi ini berpotensi menciptakan ilusi hubungan sosial dan memengaruhi cara individu memaknai interaksi digital.

Dalam konteks Indonesia, isu ini semakin penting untuk diperhatikan apabila dikaitkan dengan tingkat literasi digital masyarakat. Berdasarkan Laporan Literasi Digital Indonesia (2023) yang diterbitkan oleh Kementerian Komunikasi Republik Indonesia, skor literasi digital nasional mencapai 3,54 dari skala 5 dan berada dalam kategori “sedang”. Aspek keamanan digital serta kemampuan berpikir kritis dalam menilai konten digital masih menjadi area yang memerlukan peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya akses terhadap teknologi belum sepenuhnya diimbangi oleh kemampuan masyarakat dalam memahami risiko maupun mekanisme kerja sistem digital.

Kondisi tersebut menimbulkan pertanyaan penting. Ketika Generasi Z menggunakan chatbot sebagai ruang komunikasi personal, sejauh mana mereka memahami bahwa sistem tersebut bekerja melalui pemrosesan algoritmik dan pengelolaan data? Apakah mereka mempertimbangkan risiko privasi sebelum membagikan informasi pribadi? Apakah mereka menyadari potensi bias atau kepentingan institusional di balik sistem AI?

Pertanyaan-pertanyaan tersebut berkaitan dengan konsep literasi media kritis, yaitu kemampuan individu untuk memahami bagaimana media dan teknologi dibangun, mengenali potensi bias, serta menyadari bahwa sistem digital tidak bersifat netral.

Ford dkk. (2023) menunjukkan bahwa intervensi literasi media di Indonesia dapat secara signifikan menurunkan niat berbagi informasi yang tidak terverifikasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan literasi memiliki pengaruh nyata terhadap perilaku komunikasi digital.

Selain kemampuan berpikir kritis, terdapat pula faktor internal berupa refleksi diri dalam penggunaan media. Yeo & Chu (2025) menunjukkan bahwa aktivitas berbagi pengalaman di ruang digital dapat memicu refleksi diri adaptif yang membantu individu memahami pengalaman emosionalnya secara lebih objektif. Dalam konteks chatbot, refleksi diri dapat memengaruhi apakah seseorang mempertimbangkan konsekuensi sebelum membuka diri atau justru menggunakan chatbot sebagai sarana pemrosesan emosi. Refleksi Diri merujuk pada kemampuan individu untuk secara sadar merefleksikan pengalaman, motif, serta konsekuensi dari perilaku komunikasinya dalam penggunaan media digital. Proses refleksi ini melibatkan evaluasi kognitif terhadap bagaimana dan mengapa seseorang menggunakan media tertentu, serta bagaimana interaksi tersebut memengaruhi pengalaman pribadi dan emosionalnya. Dalam penelitian ini, Refleksi Diri dipahami sebagai proses evaluasi internal yang terjadi ketika individu mempertimbangkan pengalaman, emosi, serta konsekuensi dari tindakan berbagi informasi pribadi melalui media digital, termasuk ketika berinteraksi dengan chatbot.

Demikian, keterbukaan diri kepada chatbot tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh kebutuhan emosional, tetapi juga dengan faktor kognitif dan evaluatif. Literasi media kritis dapat meningkatkan kesadaran terhadap risiko dan struktur teknologi, sehingga berpotensi membuat individu lebih berhati-hati dalam berbagi informasi pribadi. Sebaliknya, refleksi diri dapat membantu individu memaknai interaksi dengan chatbot sebagai proses yang membantu pemahaman diri, sehingga mungkin mendorong keterbukaan yang lebih dalam.

Meskipun berbagai laporan menunjukkan tingginya penggunaan internet, adopsi teknologi kecerdasan buatan, serta meningkatnya penggunaan chatbot di kalangan Generasi Z, hingga saat ini belum tersedia data resmi yang menunjukkan jumlah Generasi Z yang menggunakan ChatGPT untuk berdiskusi atau berbagi pengalaman pribadi, baik di Indonesia maupun secara khusus di wilayah Jabodetabek. Sebagian besar data yang tersedia hanya menggambarkan jumlah pengguna internet, pengguna media digital, atau pengguna teknologi AI secara umum, tanpa menjelaskan karakteristik penggunaan yang lebih spesifik seperti aktivitas keterbukaan diri kepada chatbot. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa fenomena keterbukaan diri kepada chatbot masih merupakan fenomena yang relatif baru dan belum terdokumentasi secara komprehensif. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang berperan dalam pembentukan perilaku keterbukaan diri Generasi Z dalam berinteraksi dengan chatbot berbasis kecerdasan buatan seperti ChatGPT.

Meskipun penelitian mengenai Keterbukaan Diri dalam konteks digital telah berkembang pesat, sebagian besar studi masih berfokus pada media sosial sebagai ruang interaksi utama. Masur dkk. (2023) misalnya, meneliti bagaimana norma sosial memengaruhi keterbukaan diri pada berbagai platform media sosial, seperti Facebook dan Instagram. Wang dkk. (2023) juga mengkaji faktor-faktor psikologis yang mendorong individu membagikan informasi pribadi di media sosial dengan menggunakan kerangka *Theory of Planned Behavior* dan *Privacy Calculus Theory*. Penelitian-penelitian tersebut memberikan kontribusi penting dalam memahami Keterbukaan Diri dalam konteks komunikasi antar manusia yang dimediasi teknologi.

Namun demikian, karakter komunikasi dalam interaksi dengan chatbot memiliki perbedaan mendasar dibandingkan media sosial. Pada media sosial, keterbukaan diri terjadi di hadapan audiens manusia yang nyata, meskipun tidak selalu terlihat secara langsung. Konsekuensi sosial seperti penilaian, komentar, atau reaksi dari pengguna lain tetap menjadi bagian dari pertimbangan individu. Sebaliknya, dalam

interaksi dengan chatbot, individu berkomunikasi dengan sistem berbasis algoritma yang tidak memiliki identitas sosial maupun konsekuensi sosial langsung. Perbedaan ini berpotensi mengubah proses pertimbangan kognitif sebelum seseorang memutuskan untuk membuka diri.

Penelitian mengenai Keterbukaan Diri kepada chatbot memang mulai berkembang. Skjuve (2023) menunjukkan bahwa hubungan manusia–chatbot dapat berkembang secara longitudinal dan membentuk rasa keakraban. Croes (2024) menemukan bahwa pengungkapan informasi intim kepada chatbot dapat berdampak pada kesejahteraan emosional pengguna. Namun, sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada pengalaman pengguna setelah melakukan keterbukaan diri atau dampak emosional yang dirasakan, bukan pada faktor kognitif yang memengaruhi keputusan untuk membuka diri sejak awal.

Di sisi lain, literasi media kritis telah banyak dikaji dalam konteks misinformasi, propaganda digital, dan perilaku berbagi informasi di media sosial. Ford (2023) menunjukkan bahwa peningkatan literasi media dapat menurunkan niat berbagi informasi yang tidak akurat. Akan tetapi, penelitian mengenai literasi media kritis dalam konteks interaksi dengan AI Chatbot masih sangat terbatas. Padahal, chatbot bekerja melalui pemrosesan data dan algoritma yang dapat memiliki bias tertentu. Tanpa literasi media kritis yang memadai, pengguna mungkin tidak sepenuhnya memahami bagaimana data mereka digunakan atau bagaimana respons sistem dihasilkan.

Demikian pula, konsep refleksi diri dalam penggunaan media lebih sering dikaji dalam konteks pembentukan identitas digital atau dampak psikologis media sosial Yeo & Chu (2025), bukan dalam konteks komunikasi manusia–AI. Artinya, Penelitian yang menguji refleksi diri sebagai variabel secara empiris masih relatif terbatas, khususnya yang memengaruhi tingkat keterbukaan diri kepada chatbot. Berdasarkan uraian tersebut, terdapat beberapa kesenjangan penelitian yang dapat diidentifikasi secara jelas.

Pertama, terdapat kesenjangan konteks media, di mana mayoritas penelitian Keterbukaan Diri masih berfokus pada media sosial dan belum banyak mengkaji chatbot sebagai entitas komunikasi non-manusia.

Kedua, terdapat kesenjangan variabel kognitif, karena penelitian tentang chatbot lebih banyak membahas dampak emosional atau pengalaman pengguna, sementara peran literasi media kritis dan refleksi diri sebagai faktor prediktor keterbukaan diri masih jarang diuji secara simultan.

Ketiga, terdapat kesenjangan konteks lokal, karena sebagian besar penelitian mengenai Keterbukaan Diri kepada chatbot dilakukan di negara-negara Barat. Karakteristik budaya, tingkat literasi digital, serta pola penggunaan teknologi di Indonesia memiliki dinamika yang berbeda dan belum banyak dieksplorasi secara empiris.

Selain kesenjangan tersebut, terdapat pula dinamika teoritis yang belum terjawab secara jelas. Secara konseptual, literasi media kritis dapat meningkatkan kesadaran bahwa chatbot adalah sistem berbasis algoritma dan pengelolaan data, sehingga secara logis dapat menurunkan kecenderungan untuk membuka diri secara berlebihan. Sebaliknya, refleksi diri yang tinggi dapat mendorong individu menggunakan chatbot sebagai sarana pemrosesan emosional, sehingga berpotensi meningkatkan kedalaman Keterbukaan Diri. Dua kemungkinan arah pengaruh ini menunjukkan adanya ketegangan teoritis yang belum banyak diuji secara empiris dalam satu model penelitian.

Ketidakjelasan hubungan tersebut menjadi semakin penting dalam konteks Generasi Z Indonesia, yang memiliki intensitas penggunaan internet tinggi namun tingkat literasi digital yang masih berkembang. Tanpa pemahaman empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keterbukaan diri kepada chatbot, diskusi mengenai risiko privasi, keamanan data, dan kesejahteraan psikologis akan tetap bersifat spekulatif.

Dalam konteks komunikasi kontemporer, interaksi manusia–AI bukan lagi fenomena marginal, melainkan bagian dari kehidupan sehari-hari. Ketika chatbot mulai digunakan sebagai ruang berbagi pengalaman personal, isu keterbukaan diri tidak lagi hanya berkaitan dengan relasi antar manusia, tetapi juga dengan relasi antara manusia dan sistem teknologi. Perubahan tersebut memiliki implikasi yang penting, baik secara teoretis maupun praktis.

Secara teoretis, komunikasi interpersonal selama ini menempatkan Keterbukaan Diri sebagai proses yang terjadi dalam relasi sosial antarmanusia, yang dipengaruhi oleh kepercayaan, norma sosial, serta pertimbangan risiko dan manfaat. Namun, ketika Keterbukaan Diri terjadi kepada chatbot yang tidak memiliki kesadaran sosial, muncul pertanyaan mengenai relevansi dan adaptasi teori komunikasi interpersonal dalam konteks komunikasi manusia–AI. Penelitian ini berupaya memperluas diskusi tersebut dengan memasukkan faktor literasi media kritis dan refleksi diri sebagai variabel yang memengaruhi keterbukaan diri dalam interaksi dengan chatbot.

Secara praktis, peningkatan penggunaan chatbot sebagai ruang komunikasi personal memiliki implikasi terhadap isu privasi dan keamanan data. Chatbot bekerja melalui sistem pemrosesan data yang dapat menyimpan dan menganalisis informasi yang diberikan pengguna. Tanpa kesadaran kritis terhadap mekanisme tersebut, pengguna berpotensi membagikan informasi sensitif tanpa mempertimbangkan risiko jangka panjang. Dalam konteks Indonesia, di mana tingkat literasi penduduknya masih pada kategori yang tergolong sedang, tingkat pengetahuan yang empiris mengenai faktor yang dapat mempengaruhi keterbukaan diri menjadi semakin penting. Selain itu, Generasi Z sebagai kelompok pengguna dominan teknologi digital memiliki karakteristik yang unik. Generasi ini cenderung lebih terbuka dalam mengekspresikan diri secara daring, namun juga lebih rentan terhadap kelelahan digital dan tekanan sosial berbasis media. Ketika chatbot menjadi ruang alternatif untuk berbagi pengalaman pribadi, diperlukan pemahaman mengenai bagaimana generasi ini memaknai interaksi tersebut. Apakah

keterbukaan diri kepada chatbot merupakan bentuk adaptasi positif terhadap perkembangan teknologi, atau justru berpotensi menciptakan ketergantungan emosional terhadap sistem non-manusia?

Penelitian ini menjadi relevan karena menguji dua kemampuan kognitif yang dapat berfungsi sebagai mekanisme pengendali dalam interaksi digital, yaitu literasi media kritis dan refleksi diri. Dengan menguji pengaruh kedua variabel tersebut terhadap keterbukaan diri Generasi Z kepada chatbot, penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan sebuah gambaran bagaimana faktor kognitif mempengaruhi perilaku komunikasi dalam konteks manusia-AI.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literasi digital yang kritis di Indonesia. Jika ditemukan bahwa literasi media kritis berpengaruh signifikan terhadap keterbukaan diri, maka penguatan literasi media dapat menjadi strategi untuk meningkatkan kesadaran privasi dan keamanan data. Sebaliknya, jika refleksi diri memiliki peran dominan, maka pendekatan edukatif yang menekankan kesadaran diri dalam penggunaan teknologi juga menjadi penting.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa meningkatnya penggunaan chatbot sebagai ruang komunikasi personal di kalangan Generasi Z Indonesia menimbulkan dinamika baru dalam praktik keterbukaan diri. Di tengah tingginya penetrasi internet dan adopsi AI, serta tingkat literasi digital yang masih berkembang, diperlukan pemahaman empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keterbukaan diri kepada sistem berbasis algoritma. Penelitian ini secara khusus berfokus pada pengaruh literasi media kritis dan refleksi diri terhadap keterbukaan diri Generasi Z dalam interaksi dengan chatbot, sebagai upaya untuk menjelaskan bagaimana kemampuan kognitif individu membentuk perilaku komunikasi dalam era kecerdasan buatan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berfokus pada Generasi Z. pengguna ChatGPT di wilayah Jabodetabek. Pemilihan wilayah ini didasarkan pada tingginya

penetrasi internet, akses terhadap teknologi digital, serta karakteristik masyarakat urban yang adaptif terhadap inovasi berbasis kecerdasan buatan. Dengan demikian, konteks Jabodetabek diharapkan dapat merepresentasikan dinamika penggunaan chatbot sebagai media komunikasi personal di kalangan Generasi Z secara lebih spesifik dan kontekstual. Dalam konteks penelitian ini, interaksi dengan ChatGPT dipahami sebagai bentuk komunikasi manusia–AI yang memungkinkan terjadinya keterbukaan diri karena adanya persepsi anonimitas, non-judgmental interaction, dan respons yang menyerupai komunikasi interpersonal.

1.2. Rumusan Masalah

Keterbukaan diri dalam kajian komunikasi interpersonal secara klasik dipahami sebagai proses bertahap yang berkembang melalui interaksi sosial antarmanusia, yang dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan, norma sosial, serta pertimbangan rasional terhadap risiko dan manfaat pengungkapan informasi pribadi. Dalam kerangka ideal, individu yang memiliki literasi media kritis diharapkan mampu memahami bahwa media dan teknologi digital dibangun melalui sistem produksi tertentu, memiliki kepentingan institusional, serta tidak bersifat netral, sehingga individu tersebut dapat lebih waspada dalam membagikan informasi yang bersifat pribadi. Selain itu, individu yang memiliki kemampuan refleksi diri dalam penggunaan media secara ideal mampu mengevaluasi motif, kebutuhan emosional, serta konsekuensi dari tindakan komunikasinya sebelum memutuskan untuk membuka diri. Namun, dalam konteks aktual, Generasi Z di Indonesia menunjukkan intensitas penggunaan internet yang tinggi dan semakin akrab dengan chatbot berbasis kecerdasan buatan sebagai ruang interaksi personal, sementara tingkat literasi digital nasional masih berada pada kategori sedang dan belum sepenuhnya merata dalam aspek keamanan serta kemampuan berpikir kritis.

Di sisi lain, penelitian terdahulu lebih banyak menempatkan Keterbukaan Diri dalam konteks media sosial dengan audiens manusia, atau menyoroti dampak emosional interaksi dengan chatbot tanpa secara eksplisit menguji bagaimana kemampuan kognitif seperti literasi media kritis dan refleksi diri memengaruhi

keputusan individu untuk membuka diri kepada sistem berbasis algoritma. Kondisi ini menimbulkan ketidakjelasan teoretis mengenai apakah mekanisme Keterbukaan Diri dalam komunikasi manusia–AI mengikuti pola yang sama dengan komunikasi interpersonal tradisional, serta sejauh mana kemampuan berpikir kritis dan reflektif berperan sebagai faktor yang membatasi atau justru mendorong keterbukaan diri kepada chatbot. Dengan demikian, terdapat kesenjangan konseptual dan empiris yang perlu dijawab melalui penelitian, sehingga permasalahan utama dalam adalah sebagai berikut: bagaimana pengaruh literasi media kritis dan refleksi diri dalam penggunaan media terhadap keterbukaan diri Generasi Z dalam berinteraksi dengan chatbot?

1.3. Pertanyaan Penelitian

- Apakah Literasi Media berpengaruh terhadap Keterbukaan Diri Generasi Z dalam berinteraksi dengan ChatGPT?
- Apakah Refleksi Diri berpengaruh terhadap Keterbukaan Diri Generasi Z dalam berinteraksi dengan ChatGPT?
- Apakah Literasi Media dan Refleksi Diri secara simultan berpengaruh terhadap Keterbukaan Diri Generasi Z dalam berinteraksi dengan ChatGPT?

1.4. Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui pengaruh Literasi Media terhadap Keterbukaan Diri Generasi Z dalam berinteraksi dengan ChatGPT.
- Untuk mengetahui pengaruh Refleksi Diri terhadap Keterbukaan Diri Generasi Z dalam berinteraksi dengan ChatGPT.
- Untuk mengetahui pengaruh Literasi Media dan Refleksi Diri secara simultan terhadap Keterbukaan Diri Generasi Z dalam berinteraksi dengan ChatGPT.

1.5. Kegunaan Penelitian

1.5.1. Kegunaan Akademis

Dalam konteks akademis, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dengan pengembangan akademik yang berfokus ke kajian ilmu komunikasi dalam konteks komunikasi manusia dengan AI (*artificial intelligence*). Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya kajian terhadap Keterbukaan Diri dengan menguji pengaruh Literasi Media dan Refleksi Diri dalam konteks interaksi Generasi Z dengan chatbot berbasis kecerdasan buatan. Penelitian juga diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang berfokus pada perilaku komunikasi digital, penggunaan chatbot, serta komunikasi antara manusia dan kecerdasan buatan (AI).

1.5.2. Kegunaan Praktis

Dalam konteks kegunaan praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk institusi atau pihak yang terlibat dalam pengembangan teknologi kecerdasan buatan, terutama chatbot berbasis AI seperti ChatGPT. Temuan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk meningkatkan pemahaman pengguna mengenai pentingnya literasi media kritis dan refleksi diri dalam pemanfaatan teknologi digital. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai referensi oleh institusi pendidikan, praktisi komunikasi, serta pengembang teknologi dalam menyusun program literasi digital yang lebih optimal dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

1.5.3. Kegunaan Sosial

Dalam konteks kegunaan sosial, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai perilaku keterbukaan diri dalam interaksi dengan teknologi kecerdasan

buatan. Penelitian ini juga diharapkan dapat mendorong masyarakat, khususnya Generasi Z, untuk lebih bijak, kritis, dan reflektif dalam menggunakan chatbot sebagai ruang komunikasi personal sehingga dapat meminimalkan risiko yang berkaitan dengan privasi, keamanan data, dan ketergantungan terhadap teknologi digital.

1.6. Batasan Penelitian

Meskipun telah dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian, penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan. Cakupan penelitian terbatas pada Generasi Z yang tinggal di wilayah Jabodetabek sehingga hasil penelitian belum dapat menggambarkan karakteristik seluruh Generasi Z di Indonesia. Kedua, penelitian ini hanya meneliti dua variabel independen, yaitu Literasi Media dan Refleksi Diri, sehingga masih terdapat variabel lain yang kemungkinan turut memengaruhi Keterbukaan Diri pada ChatGPT. Ketiga, penggunaan kuesioner *self-report* sebagai metode pengumpulan data menyebabkan hasil penelitian bergantung pada persepsi dan pengalaman subjektif yang disampaikan oleh masing-masing responden.

Keterbatasan lainnya adalah distribusi responden yang belum merata di seluruh wilayah Jabodetabek. Sebagian besar responden berasal dari Jakarta, sementara jumlah responden dari wilayah lain relatif lebih sedikit. Kondisi ini berpotensi memengaruhi tingkat representativitas karakteristik pengguna ChatGPT yang menjadi fokus penelitian.