

**PENGARUH SELF-DISCLOSURE KEPADA CHATBOT AI DENGAN
PSYCHOLOGICAL WELL-BEING PADA GENERASI Z: PERAN MEDIASI
PERCEIVED EMPATHY**

Anisa Silvina Sari¹, Mardianto², Amin Akbar³, Rizal Kurniawan⁴

^{1,2,3,4}Psikologi FPK Universitas Negeri Padang

¹anisasilvina03@gmail.com, ²mardiantopsi@gmail.com,

³Aminakbar@fip.unp.ac.id, ⁴rizal.kurniawan@fip.unp.ac.id

ABSTRACT

Technological advancements have given rise to a generation that is increasingly connected to artificial intelligence (AI). AI chatbots are used not only to obtain information but also as a medium for self-disclosure to gain emotional relief and support related to psychological well-being. However, the effect of self-disclosure to AI chatbots on psychological well-being still requires further clarification, particularly when considering the mediating role of perceived empathy. The purpose of this study is to examine the effect of self-disclosure to AI chatbots on psychological well-being among Generation Z and to test the mediating role of perceived empathy. This study employs a quantitative approach using an explanatory research design involving 437 AI users. Data were collected using Ryff's Psychological Well-Being Scale (RPWB), the Wheelless Self-Disclosure Scale (WSDS), and the Perceived Empathy Trust Scale (PETS), and were analyzed using simple linear regression and PROCESS Model 4. The results indicate that self-disclosure to an AI chatbot does not significantly affect psychological well-being ($p > 0.05$). However, perceived empathy mediated the effect of self-disclosure on psychological well-being (BootLLCI = 0.006; BootULCI = 0.051). These findings suggest that perceived empathy is an important mechanism that explains the influence of self-disclosure to AI chatbots on psychological well-being. This study has implications for AI chatbot developers to consider designing chatbots that can respond more empathetically and relevantly to support users' psychological well-being.

Keywords: *Self-Disclosure, Psychological Well-Being, Perceived Empathy, AI Chatbots, Generation Z*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi memunculkan generasi yang semakin lekat dengan *Artificial Intelligence* (AI). Penggunaan chatbot AI tidak hanya untuk memperoleh informasi, tetapi juga sebagai media *self-disclosure* guna memperoleh kelegaan dan dukungan emosional yang berkaitan dengan *psychological well-being*. Namun, pengaruh *self-disclosure* kepada chatbot AI terhadap *psychological well-being* masih perlu dijelaskan lebih lanjut, terutama dengan mempertimbangkan peran mediasi *perceived empathy*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *self-disclosure* kepada chatbot AI terhadap *psychological well-being* pada Generasi Z serta menguji peran mediasi *perceived empathy*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori yang melibatkan 437

pengguna AI. Data dikumpulkan menggunakan *Ryff's Psychological Well-Being Scale* (RPWB), *Wheless Self-Disclosure Scale* (WSDS), dan *Perceived Empathy Trust Scale* (PETS), kemudian dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dan PROCESS Model 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-disclosure* kepada chatbot AI tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *psychological well-being* ($p > 0,05$). Namun, *perceived empathy* memediasi pengaruh *self-disclosure* terhadap *psychological well-being* (BootLLCI = 0,006; BootULCI = 0,051). Temuan ini menunjukkan bahwa *perceived empathy* merupakan mekanisme penting yang menjelaskan pengaruh *self-disclosure* kepada chatbot AI dengan *psychological well-being*. Penelitian ini memberikan implikasi kepada pengembang chatbot AI untuk mempertimbangkan pengembangan chatbot yang dapat merespon dengan lebih empatik dan relevan untuk mendukung kesejahteraan psikologis pengguna.

Kata Kunci: *Self-Disclosure*, *Psychological Well-Being*, *Perceived Empathy*, Chatbot AI, Generasi Z

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola kehidupan masyarakat, termasuk cara individu berinteraksi dan memenuhi kebutuhan emosional. Generasi Z sebagai *true digital native* memiliki keterlibatan tinggi dengan teknologi digital (Adiarsi et al., 2024; Febliza et al., 2025). Data APJII menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan kelompok dengan penetrasi internet tertinggi di Indonesia yaitu sebesar 87,80% (APJII, 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa ruang digital menjadi bagian penting dalam kehidupan sosial maupun psikologis Generasi Z.

Generasi Z yang berada di rentang tahun kelahiran 1995-2010 berada pada fase remaja hingga dewasa muda menghadapi tugas

perkembangan berupa pencarian identitas diri dan pembentukan hubungan interpersonal yang bermakna (Fridayani et al., 2022; Santrock, 2011). Pada era digital, proses tersebut tidak hanya berlangsung melalui interaksi tatap muka, tetapi juga melalui lingkungan digital (Odgers & Jensen, 2021). Meskipun demikian, tingginya penggunaan teknologi tidak selalu diikuti kondisi kesehatan mental yang optimal. Hampir 46% Generasi Z mengalami stres atau kecemasan setiap hari (Deloitte, 2023), sedangkan sekitar satu dari tujuh remaja mengalami masalah kesehatan mental (UNICEF, 2021). Kondisi ini berkaitan dengan *psychological well-being* (PWB) sebagai indikator keberfungsian psikologis individu (Ryff, 2014).

Pengaruh penggunaan teknologi digital dan *psychological well-being* masih menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa penelitian melaporkan bahwa penggunaan media digital berkaitan dengan penurunan *psychological well-being* (Twenge & Campbell, 2018; Chmiel & Kroplewski, 2025). Sebaliknya, penelitian lain menunjukkan bahwa teknologi dapat meningkatkan kesejahteraan psikologis apabila dimanfaatkan untuk membangun keterhubungan dan memperoleh dukungan sosial (Yan et al., 2023; Zhong et al., 2022). Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kualitas interaksi menjadi faktor penting dalam menjelaskan hubungan tersebut.

Dukungan sosial diketahui berkontribusi terhadap *psychological well-being* (Mufidha, 2019; Shin & Park, 2022). Efektivitas dukungan sosial ini dapat dipengaruhi oleh empati, yaitu kemampuan memahami dan merasakan kondisi emosional orang lain (Fahrurnisa & Murad, 2023). Dukungan yang disertai empati memberikan manfaat yang lebih besar bagi kesejahteraan psikologis individu (Chen & Xu, 2021; Kodoatie et al., 2025). Perubahan pola interaksi menuju ruang digital mendorong

Generasi Z memanfaatkan media digital sebagai sarana memperoleh dukungan emosional sekaligus mengekspresikan diri (Hidayat, 2023; Adiarsi et al., 2024). Kondisi tersebut meningkatkan kecenderungan melakukan *self-disclosure* (SD), yaitu pengungkapan informasi pribadi untuk membangun hubungan interpersonal dan memperoleh dukungan sosial (Luo & Hancock, 2020; Gao & Takai, 2024).

Seiring perkembangan teknologi, praktik *self-disclosure* tidak lagi terbatas pada media sosial, tetapi juga dilakukan melalui chatbot berbasis *Artificial Intelligence* (AI). Penggunaan AI terus meningkat dan AI telah digunakan secara luas dalam kehidupan sehari-hari (Jakpat, 2025). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa karakteristik chatbot AI yang anonim, mudah diakses, selalu tersedia, dan tidak menghakimi mendorong individu melakukan *self-disclosure* secara lebih mendalam (Croes et al., 2024; Pauw et al., 2022; Papneja & Yadav, 2025). Meskipun beberapa penelitian melaporkan manfaat berupa *emotional relief* dan peningkatan kesejahteraan psikologis (Croes et al., 2024; Chandra et al., 2025) penelitian lain menunjukkan

bahwa *self-disclosure* kepada AI tidak selalu menghasilkan dampak positif (Miresghallah et al., 2024)

Hasil pra-survei peneliti terhadap 20 mahasiswa Generasi Z menunjukkan bahwa seluruh responden pernah melakukan *self-disclosure* kepada chatbot AI. Sebagian responden merasa lebih lega dan tenang setelah berinteraksi, sedangkan sebagian lainnya tidak merasakan manfaat bahkan merasa semakin tidak nyaman. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa pengaruh *self-disclosure* kepada chatbot AI dan *psychological well-being* masih memerlukan penjelasan lebih lanjut. Salah satu mekanisme yang diduga menjelaskan hubungan tersebut adalah *perceived empathy* (PE), yaitu persepsi bahwa chatbot mampu memahami kondisi emosional pengguna dan memberikan respons yang sesuai (Schmidmaier et al., 2024). *Perceived empathy* ini juga bisa meningkatkan kepercayaan dan kelegaan emosional dalam interaksi dengan chatbot AI (Chung & Kang, 2023; Concannon & Tomalin, 2024).

Penelitian terdahulu telah mengkaji *self-disclosure* kepada chatbot AI dari berbagai perspektif, seperti *emotional relief* (Croes et al.,

2024), *perceived supportiveness* (Meng & Dai, 2021), penggunaan chatbot sebagai tempat mencurahkan emosi, serta *perspective-taking* (You et al., 2025). Namun, kajian yang menguji *perceived empathy* sebagai variabel mediasi dalam pengaruh *self-disclosure* kepada chatbot AI dan *psychological well-being*, khususnya pada Generasi Z di Indonesia, masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan melalui pengujian pengaruh antara *self-disclosure* kepada chatbot AI dan *psychological well-being* pada Generasi Z dan peran mediasi *perceived empathy*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *self-disclosure* kepada chatbot AI terhadap *psychological well-being* serta menguji peran mediasi *perceived empathy* dalam pengaruh tersebut.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional untuk menguji pengaruh *self-disclosure* kepada chatbot AI terhadap *psychological well-being* pada generasi Z serta peran *perceived empathy* sebagai mediator. Partisipan penelitian berjumlah 423

generasi Z kelahiran 1995–2010 yang aktif menggunakan chatbot AI dan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner *Google Form* yang diawali dengan *informed consent*. Responden diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian, kerahasiaan data, serta sifat partisipasi yang sukarela. Persetujuan menjadi responden diberikan melalui pilihan "Ya" pada lembar persetujuan.

Instrumen penelitian meliputi RPWB (*Ryff's Psychological Well-Being Scale*) yang diadaptasi oleh Humaidah dan Mulyono (2025) dari Ryff (1989), terdiri atas 18 aitem dengan skala Likert 4 poin; WSDS (*Wheeless Self-Disclosure Scale*) yang dimodifikasi oleh Leung (2002) dari Wheeless (1976), terdiri atas 19 aitem dengan skala Likert 4 poin; serta PETS (*Perceived Empathy Trust Scale*) yang dikembangkan oleh Schmidmaier et al. (2014), diadaptasi ke bahasa Indonesia dan dimodifikasi peneliti, terdiri atas 10 aitem dengan skala linear 0–10.

Ketiga instrumen telah melalui *expert judgement*, uji validitas, dan reliabilitas. Skala RPWB memiliki 9 aitem valid ($\alpha = 0.663$; daya beda

0.349–0.730), WSDS memiliki 15 aitem valid ($\alpha = 0.755$; daya beda 0.261–0.811), dan PETS memiliki 10 aitem valid ($\alpha = 0.946$; daya beda 0.693–0.831). Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh instrumen yang digunakan memenuhi kriteria valid dan reliabel.

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 29 melalui uji asumsi (normalitas, linearitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), kemudian dilanjutkan dengan uji regresi linear sederhana dan uji mediasi menggunakan PROCESS Hayes Model 4 untuk menguji pengaruh langsung (*direct effect*), pengaruh tidak langsung (*indirect effect*), serta peran *perceived empathy* sebagai variabel mediator.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil analisis data pada penelitian ini diawali dengan penyajian kategorisasi pada masing masing variabel untuk mengetahui gambaran umum mengenai distribusi data responden. Kategorisasi variabel *psychological well-being* dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kategorisasi Psychological Well-Being

Score Interval	Category	Frequency	%
X < 18	Rendah	1	0.2
18 ≤ X < 27	Sedang	252	59.6
27 ≤ X	Tinggi	170	40.2
Total		423	100

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa mayoritas responden berada pada kondisi *psychological well-being* yang sedang hingga tinggi.

Tabel 2. Kategorisasi Self-Disclosure

Score Interval	Category	Frequency	%
X < 30	Rendah	6	1.4
30 ≤ X < 45	Sedang	276	65.2
45 ≤ X	Tinggi	141	33.3
Total		423	100

Berdasarkan Tabel 2, hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada tingkat *self-disclosure* yang berada pada kategori sedang hingga tinggi.

Tabel 3. Kategorisasi Perceived Empathy

Score Interval	Category	Frequency	%
X < 33,3	Rendah	1	0.2
33,3 ≤ X < 66,6	Sedang	126	29.8
66,6 ≤ X	Tinggi	296	70
Total		423	100

Berdasarkan Tabel 3, hasilnya menunjukkan bahwa *perceived empathy* dari responden kepada chatbot AI berada pada tingkat yang tinggi. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden mempersepsikan bahwa chatbot AI berempati kepada pengguna.

Uji dilakukan untuk mengetahui apakah data residual terdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas ini diujikan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* terhadap *Unstandardized residual*. Data dikatakan normal jika nilai signifikan > 0,05. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Uji Normalitas

N	Asymp. Sig. (2 tailed)	Keterangan
423	0.001	Tidak Normal

Berdasarkan Tabel 4, hasilnya menunjukkan bahwa nilai signifikansi berada dibawah 0.05 atau < 0.05. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi tidak normal.

Uji linearitas pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah ada keterkaitan antara variabel dependen dan independen. Kriteria yang digunakan pada uji ini adalah jika nilai signifikan (*sig.*) pada *linearity* <

0.05, maka linearitas antar variabel terpenuhi. Hasil uji linearitas dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Uji Linearitas

Variabel	Linearity (F)	Sig.	Ket
PWB-SD	0.013	0.909	Tidak Linear
PWB-PE	6,032	0,015	Linear

Berdasarkan Tabel 5, hasilnya menunjukkan bahwa nilai *linearity* > 0,05. Kemudian, pada variabel *psychological well-being* dan *perceived empathy* memenuhi asumsi linearitas karena nilai signifikansi *linearity* < 0.05. Sehingga, dapat diartikan bahwa asumsi linearitas dalam penelitian ini terpenuhi untuk variabel *psychological well-being* dan *perceived empathy*.

Uji multikolinearitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi dikatakan tidak mengalami multikolinearitas apabila nilai Tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10. Hasil uji linearitas dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
----------	-----------	-----	------------

SD	0.854	1.171	Tidak terjadi multikolinearitas
PE	0.854	1.171	Tidak terjadi multikolinearitas

Pada Tabel 6, diketahui bahwa variabel *self-disclosure* dan variabel *perceived empathy* memiliki nilai nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada model regresi dalam penelitian ini.

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Pengujian ini menggunakan uji Glejser dengan kriteria model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi (Sig.) > 0,05. Hasil uji linearitas dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
SD	0.035	Terjadi gejala heteroskedastisitas
PE	0.980	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

Pada Tabel 7, diketahui bahwa variabel *self-disclosure* memperoleh nilai signifikansi < 0.05, sedangkan variabel *perceived empathy* memperoleh nilai signifikansi > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *self-disclosure* menunjukkan gejala

heteroskedastisitas, sedangkan variabel *perceived empathy* tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas.

Analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu *self-disclosure* terhadap variabel dependen yaitu *psychological well-being*. Kriteria dari analisis ini adalah apabila variabel dependen memiliki nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel dianggap berpengaruh. Hasil uji regresi sederhana dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Uji Regresi Sederhana

	F	Sig.	Keterangan
<i>Regression</i>	0.012	0.912	Tidak Signifikan

Berdasarkan Tabel 8, diketahui bahwa nilai hasil uji regresi sederhana memiliki nilai signifikansi > 0.05 . Hal ini menunjukkan bahwa *self-disclosure* kepada chatbot AI tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *psychological well-being* pada Generasi Z.

Sebelum menguji efek mediasi, dilakukan analisis terhadap jalur a dan b untuk mengetahui signifikansi pengaruh antara variabel independen dengan mediator serta mediator dengan variabel dependen. Hasil

analisis dikatakan signifikan jika nilai $p < 0,05$. Hasil uji analisis jalur a dan b dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Analisis a dan b

Variabel	B	SE	t	p	Ket
SD-PE	0.897	0.105	8,493	$<0,001$	Sig
PE-PWB	0.030	0.011	2,648	0,008	Sig n

Pada Tabel 9, diketahui bahwa koefisien jalur dari *self-disclosure* terhadap *perceived empathy* adalah signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa *self-disclosure* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *perceived empathy*. Selain itu, *perceived empathy* juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *psychological well-being*.

Uji mediasi dilakukan untuk mengetahui apakah variabel mediasi berperan sebagai mediator dalam pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Efek mediasi dinyatakan signifikan apabila interval kepercayaan tidak melintasi angka nol (0). Hasil uji mediasi dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Uji Mediasi Indirect dan Direct

Effect					
Efek	Effect	p	LL CI	UL CI	Ket
<i>Total Effect</i>	0,002	0,911	-0,046	0,052	Tidak Signifikan

<i>Direc</i>	-	0,3	-	0,0	Tidak
<i>t</i>	0,02	63	0,0	28	Signifik
<i>Effec</i>	4		78		an
<i>t</i>					
<i>Indire</i>	0,02	-	0,0	0,0	Signifik
<i>ct</i>	7		06	51	an
<i>Effec</i>					
<i>t</i>					

Pada Tabel 10, diketahui bahwa hasil uji mediasi menunjukkan *total effect self-disclosure* terhadap *psychological well-being* tidak signifikan. Hal ini juga terjadi pada *direct effect self-disclosure* terhadap *psychological well-being* setelah dimasukkan mediator hasilnya tidak signifikan. Namun, *indirect effect* melalui *perceived empathy* menunjukkan nilai interval kepercayaan yang tidak melintasi angka nol (0), sehingga efek mediasi dinyatakan signifikan. Oleh karena itu, *perceived empathy* terbukti memediasi pengaruh *self-disclosure* terhadap *psychological well-being* pada Generasi Z.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *self-disclosure* kepada chatbot AI terhadap *psychological well-being* pada Generasi Z serta peran *perceived empathy* sebagai mediator. Hasil analisis menunjukkan bahwa *self-disclosure* kepada chatbot AI tidak berpengaruh secara langsung

terhadap *psychological well-being*. Artinya, pengungkapan diri kepada chatbot AI tidak secara langsung meningkatkan maupun menurunkan kesejahteraan psikologis pengguna.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa hubungan *self-disclosure* dengan *psychological well-being* dipengaruhi oleh berbagai faktor. Papneja dan Yadav (2025) menjelaskan bahwa *self-disclosure* pada conversational AI merupakan fenomena yang kompleks karena dipengaruhi karakteristik pengguna, karakteristik percakapan, konteks penggunaan, serta mekanisme mediasi. Senada dengan itu, Croes dan Antheunis (2024) menyatakan bahwa *self-disclosure* kepada chatbot AI tidak secara otomatis menghasilkan manfaat psikologis, melainkan bergantung pada proses psikologis yang terjadi selama interaksi.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *self-disclosure* kepada chatbot AI berpengaruh positif terhadap *perceived empathy*. Semakin tinggi *self-disclosure* yang dilakukan pengguna, semakin tinggi pula empati yang dipersepsikan dari chatbot AI. Hal ini terjadi karena semakin banyak informasi pribadi

yang diungkapkan, semakin baik chatbot memahami konteks pengguna dan menghasilkan respons yang relevan sehingga dipersepsikan lebih memahami dan empatik. Temuan ini sejalan dengan Wang et al. (2025) yang menjelaskan bahwa chatbot menghasilkan respons berdasarkan input dan konteks percakapan, serta Concannon dan Tomalin (2024) yang menyatakan bahwa sistem dialog digital dapat memunculkan *perceived empathy* melalui respons emosional yang relevan.

Selanjutnya, *perceived empathy* terbukti berpengaruh positif terhadap *psychological well-being*. Semakin tinggi empati yang dipersepsikan pengguna dari chatbot AI, semakin baik pula kesejahteraan psikologisnya. Ketika pengguna merasa dipahami, didengar, dan diterima selama berinteraksi, mereka cenderung memperoleh kenyamanan emosional yang membantu menghadapi berbagai pengalaman secara lebih positif. Temuan ini sejalan dengan konsep *psychological well-being* Ryff yang menekankan fungsi psikologis positif, serta didukung oleh Croes et al. (2024) dan Chung dan Kang (2023) yang menunjukkan bahwa interaksi chatbot

yang dipersepsikan empatik dapat meningkatkan kelegaan emosional dan kesejahteraan psikologis.

Penelitian ini juga menemukan bahwa *perceived empathy* memediasi pengaruh *self-disclosure* kepada chatbot AI terhadap *psychological well-being*. Dengan demikian, pengaruh *self-disclosure* tidak terjadi secara langsung, melainkan melalui *perceived empathy*. *Self-disclosure* saja belum cukup meningkatkan *psychological well-being*, tetapi manfaat psikologis muncul ketika pengguna mempersepsikan respons chatbot sebagai empatik. Oleh karena itu, *perceived empathy* berperan sebagai mekanisme psikologis yang menjembatani hubungan antara *self-disclosure* dan *psychological well-being*.

Temuan ini sejalan dengan Papneja dan Yadav (2025), Croes et al. (2024), serta Chung dan Kang (2023) yang menyatakan bahwa dampak psikologis dari *self-disclosure* kepada chatbot AI bergantung pada proses interaksi, khususnya munculnya *perceived empathy*. Dengan demikian, *self-disclosure* bukan merupakan faktor yang secara langsung meningkatkan *psychological well-being*, melainkan melalui

pengalaman interaksi yang dipersepsikan empatik oleh pengguna

D. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terkait pengaruh *self-disclosure* kepada chatbot AI dengan *psychological well-being* pada Generasi Z serta peran *perceived empathy* sebagai variabel mediator, maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan antara *self-disclosure* kepada chatbot AI dengan *psychological well-being* pada Generasi Z. Sehingga, peningkatan atau penurunan aktivitas *self-disclosure* kepada chatbot AI tidak secara langsung diikuti oleh perubahan *psychological well-being*. Lalu, *perceived empathy* terbukti memediasi pengaruh antara *self-disclosure* kepada chatbot AI dengan *psychological well-being* pada Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara *self-disclosure* kepada chatbot AI dengan *psychological well-being* tidak terjadi secara langsung namun melalui mekanisme psikologis yaitu empati yang dipersepsikan oleh pengguna atau *perceived empathy*.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal :

- Adiarsi, G. R., Putra, A. E., & Raymond. (2024). Motivasi Pengguna Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Gen Z. *Jurnal Nomosleca*, 10(2), 269–279.
- Chandra, M., Hernandez, J., Ramos, G., Ershadi, M., Bhattacharjee, A., Amores, J., Okoli, E., Paradiso, A., Warreth, S., & Suh, J. (2025). Longitudinal Study on Social and Emotional Use of AI Conversational Agent. *ArXiv*, 1(1), 1–16.
- Chen, Y., & Xu, Y. (2021). Exploring the Effect of Social Support and Empathy on User Engagement in Online Mental Health Communities. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(13), 1–18.
- Chmiel, M., & Kroplewski, Z. (2025). Personal Values and Psychological Well-Being Among Emerging Adults : The Mediating Role of Meaning in Life. *Brain Science*, 15(930), 1–15.
- Chung, 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), 67–84.
- Concannon, S., & Tomalin, M. (2024). Measuring perceived empathy in dialogue systems. *AI & SOCIETY*, 39(5), 2233–2247. <https://doi.org/10.1007/s00146-023-01715-z>
- Croes, E. A. ., Antheunis, M. L., Lee, chris van der, & Wit, J. M. . de. (2024). Digital Confessions : The Willingness to Disclose Intimate Information to a Chatbot and its Impact on Emotional Well-Being Digital Confessions : The Willingness to Disclose Intimate Information to a Chatbot and its Impact on Emotional Well-Being. *Interacting with Computers*, 36(5), 279–292.
- Fahrurnnisa, H., & Murad, A. (2023). Hubungan Empati dan Dukungan Sosial Teman Sebaya dengan Komunikasi Interpersonal pada Siswa Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Binjai The Relationship between Empathy and Peer Social Support with Interpersonal Communication in Binjai State Aliyah. *Tabularasa : Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 5(1), 11–20. <https://doi.org/10.31289/tabulara>
- sa.v5i1
- Febaliza, A., Kadarohman, A., Aisyah, S., & Abdullah, N. (2025). Generation Z and the Use of Digital Technology : A Review from 2014 to 2023. *Jurnal Pendiidkan Sains Indonesia*, 13(1), 53–67.
- Fridayani, J. A., Kusuma, S. E., & Yuniarto, A. Y. (2022). *Building Link-Match of Gen Z and The World Of Work Through Contextual-Adaptive Facilitation*. 31(2), 46–58.
- Gao, X., & Takai, J. (2024). Psychosocial Effects of Self-Disclosure Among Chinese International Students in Japan : Focusing on Disclosure Media and Its Targets. *Journal of International Students*, 14(1), 58–77.
- Hidayat, M. A. (2023). Self Disclosure Generasi Z Pada Media Sosial TikTok. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(1), 81–92.
- Kodoatie, K. L., Tiwa, T. M., & Hartati, M. E. (2025). Hubungan Kemampuan Empati dengan Dukungan Sosial Teman Sebaya pada Remaja Kelas X di SMK Negeri 3 Manado. *Psikopedia*,

- 6(2), 2774–68836.
- Luo, M., & Hancock, J. T. (2020). Self-disclosure and social media: motivations, mechanisms and psychological well-being. *Science Direct*, 3(1), 110–115.
- Meng, J., & Dai, Y. N. (2021). Emotional Support from AI Chatbots: Should a Supportive Partner Self-Disclose or Not? *Journal of Computer-Mediated Communication*, 26, 207–222. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zma005>
- Mireshghallah, N., Antoniak, M., & More, Y. (2024). Trust No Bot: Discovering Personal Disclosures in Human-LLM Conversations in the Wild. *COLM 2024 (Conference on Language Modeling)*, 1–25.
- Mufidha, A. (2019). Dukungan Sosial Teman Sebaya Sebagai Prediktor Psychological Well-Being pada Remaja. *Acta Psychologia*, 1(1), 34–42.
- Odgers, C. L., & Jensen, M. (2021). Adolescent Mental Health in the Digital Age: Facts, Fears and Future Directions. *J Child Psychol Psychiatry*, 61(3), 336–348. <https://doi.org/10.1111/jcpp.13190>. Adolescent
- 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(2), 119–151. <https://doi.org/10.1007/s00779-024-01823-7>
- Pauw, L. S., Sauter, D. A., Kleef, van G. A., Lucas, G. M., & Gratch, J. (2022). The avatar will see you now: Support from a virtual human provides socio-emotional benefits. *Computers in Human Behavior*, 136(107368), 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107368>
- Ryff, C. D. (2014). Psychological Well-Being Revisited: Advances in Science and Practice. *Psychoter Psychosom*, 83(1), 10–28. <https://doi.org/10.1159/000353263>. Psychological
- Schmidmaier, M., Rupp, J., & Mayer, S. (2024). Perceived Empathy of Technology Scale (PETS): Measuring Empathy of Systems Toward the User. *Proceedings of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '24)*, 1(1), 11–16. <https://doi.org/10.1145/3613904>.

- 3642035
- Shin, H., & Park, C. (2022). Social support and psychological well-being in younger and older adults: The mediating effects of basic psychological need satisfaction. *Frontiers in Psychology*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1051968>
- Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2018). Associations between screen time and lower psychological well-being among children and adolescents: Evidence from a population-based study. *Preventive Medicine Reports*, 12, 271–283. <https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2018.10.003>
- Wang, Q., Fu, Y., Cao, Y., Wang, S., Tian, Z., & Ding, L. (2025). Neurocomputing Recursively summarizing enables long-term dialogue memory in large language models. *Neurocomputing*, 639(March), 130193. <https://doi.org/10.1016/j.neucom.2025.130193>
- Yan, Y., Deng, Y., & Igartua, J. (2023). Does Internet Use Promote Subjective Well-Being? Evidence from the Different Age Groups Based on CGSS 2017 Data. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(2897), 1–14.
- You, C., Ghosh, R., Vialro, M., Venkatakrishnan, R., Venkatakrishnan, R., Maxim, A., Peng, X., Tamboli, D., & Lok, B. (2025). Alter egos alter engagement: perspective-taking can improve disclosure quantity and depth to AI chatbots in promoting mental wellbeing. *Frontiers in Digital Health*, September, 1–18. <https://doi.org/10.3389/fdgth.2025.1655860>
- Zhong, J., Wu, W., & Zhao, F. (2022). The impact of Internet use on the subjective well-being of Chinese residents: From a multi-dimensional perspective. *Frontiers in Psychology*, 13(950287), 1–17. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.950287>
- Buku :**
- Santrock, J. W. (2011). *Life-span Development (13th ed.)*
- Web :**
- APJII. (2025). *Survei Penetrasi internet dan perilaku penggunaan*

internet 2025: profil internet
Indonesia 2025. Asosiasi
Penyelenggara Jasa Internet
Indonesia.

Deloitte. (2023). *Deloitte's 2023 Gen Z and Millennial Survey Reveals workplace progress despite new setbacks.* Deloitte.
<https://www.deloitte.com/global/en/about/press-room/2023-gen-z-and-millennial-survey.html>

Jakpat. (2025). *Understanding AI Usage today.* GoodStats & Jakpat.
<https://cdn.gnfi.net/goodstats/uploads/publications/files/2025/05/20/understanding-ai-usage-today-uD0Gmcq1eq.pdf#toolbar=0&navpanes=0&scrollbar=1>

UNICEF. (2021). *The state of the world's children 2021: On my mind: Promoting, protection and caring for children's mental health.* UNICEF Data.
<https://data.unicef.org/resources/sowc-2021/>