



Antropomorfisme Digital dan Memudarnya Dukungan Emosional: Analisis Kehampaan Sosial Gen Z di Era Digital

Bambang Mudjiyanto¹, Fit Yanuar², Launa³, Hayu Lusianawati⁴

¹Badan Riset dan Inovasi Nasional, Jl. MH Thamrin No. 8, Jakarta Pusat, 10340, Indonesia

^{2,3,4}Universitas Sahid, Jl. Prof. Dr Soepomo No. 84, Tebet, Jakarta Selatan, 12870, Indonesia

E-mail : launa@usahid.ac.id

Article Info

Article history:

Received September 02, 2025

Revised September 05, 2025

Accepted September 08, 2025

Keywords:

Digital Anthropomorphism, Gen Z, Social Void, AI Companion, Emotional Communication, Digital Media

ABSTRACT

In an era of increasingly intense digital connectivity, human life is increasingly paradoxical: the more connected, the more alienated. This study examines digital anthropomorphism—the act of giving a machine a soul—as a social coping strategy for the widespread relational emptiness in digital spaces. Intensive interactions with chatbots, AI companions, or virtual assistants demonstrate emotional dependence on non-human entities, which has resulted in symptoms of an empathy crisis in interpersonal communication. Through an analysis of digital culture and the theory of mediatization of relationships, this study concludes that digital anthropomorphism is a form of escape from reality when human communication is fragmented by distractions, performance, and the fear of intimacy. These preliminary findings challenge our understanding of relationships, empathy, sympathy, and autonomy in the non-human communication ecosystem of the digital anthropomorphic era.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received September 02, 2025

Revised September 05, 2025

Accepted September 08, 2025

Keywords:

Antropomorfisme Digital, Gen Z, Kehampaan Sosial, AI Companion, Mediatisasi Relasi, Komunikasi Emosional, Media Digital

ABSTRAK

Di era konektivitas digital yang kian intensif, kehidupan manusia justru kian paradoks: semakin *connected*, semakin terasing. Studi ini mengkaji antropomorfisme digital—tindakan memberi jiwa pada mesin—sebagai strategi koping sosial terhadap kehampaan relasional yang meluas di ruang digital. Interaksi intensif dengan chatbot, AI companion, atau asisten virtual, menunjukkan ketergantungan emosional pada entitas non-manusia; yang berdampak pada gejala krisis empati dalam komunikasi antarpribadi. Lewat analisis budaya digital dan teori mediatisasi relasi, studi ini menyimpulkan bahwa antropomorfisme digital adalah bentuk pelarian dari realitas saat komunikasi manusia terfragmentasi oleh distraksi, performa, dan ketakutan manusia terhadap intimasi. Temuan awal ini mengusik pemahaman kita tentang relasi, empati, simpati, dan otonomi dalam ekosistem komunikasi non-human era antropomorfisme digital.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Launa

Universitas Sahid Jakarta

Email: launa@usahid.ac.id



PENDAHULUAN

Di tengah arus deras digitalisasi komunikasi, muncul paradoks yang mencengangkan: semakin canggih teknologi konektivitas (internet), semakin dalam jurang kehampaan sosial yang dialami oleh anak muda atau Gen Z. Dalam dunia yang secara teknis memungkinkan interaksi digital 24 jam sehari, banyak individu justru merasa tidak pernah benar-benar didengar. Ironisnya, di saat relasi antarmanusia semakin transaksional, dangkal, dan rentan terhadap penghakiman, muncul kecenderungan baru—mencari kehadiran emosional pada entitas non-manusia. Chatbot terapi, AI companion, asisten virtual seperti Replika, atau bahkan karakter dalam game dengan respons emosional, kini tidak lagi sekadar alat, tetapi tempat pelarian psikologis. Manusia seakan membutuhkan ‘*coping sosial*’—strategi tindakan yang dilakukan individu untuk menghadapi tekanan/stres dengan mencari dan memanfaatkan bantuan eksternal (seperti dukungan emosional, informasi, atau bantuan nyata dari lingkungan sosialnya). Fenomena ini menandai munculnya antropomorfisme digital: proyeksi sifat manusia—seperti empati, kesetiaan, keintiman, dan kemampuan mendengar—pada teknologi yang secara substantif tidak memiliki kesadaran.

Antropomorfisme digital tak cuma tren teknologi, tetapi simptom budaya yang mengungkap ketegangan emosional dan keterasingan sosial di balik layar interaksi manusia-mesin; diagnosis atas kehampaan yang kita sembunyikan di era koneksi tanpa kedekatan. Ia mencerminkan kegagalan sistem komunikasi manusia dalam memenuhi kebutuhan dasar akan validasi, kehadiran, dan keintiman. Seperti diungkap Turkle (2011), “*Saat ini kita kini lebih suka berhubungan dengan mesin yang ‘mendengarkan’ daripada dengan manusia yang mengabaikan*”. Atau Hjarvard (2013), “*Saat ini, mediatisasi harus dianggap sebagai proses di mana media muncul sebagai lembaga independen dengan logikanya sendiri yang harus diakomodasi oleh lembaga sosial lainnya*”. Bagi anak muda atau kaum Gen Z—yang lahir dan tumbuh dalam ekosistem media sosial, algoritma digital, dan kultur virtual—kondisi ini bukan anomali, melainkan realitas sehari-hari. Mereka hidup dalam lingkungan komunikasi yang hiperkonektif namun emosionalnya steril: *likes* tanpa empati, *DM (direct message)* tanpa kedalaman, dan obrolan grup yang ramai tapi hampa. Dalam suasana inilah antropomorfisme digital menjadi respons rasional terhadap irasionalitas sosial.

Kajian ini bertujuan untuk menganalisis antropomorfisme digital sebagai cermin dari kehampaan sosial yang meluas di kalangan Gen Z, khususnya dalam relasi interpersonal yang termediatisasi. Melalui pendekatan analisis kritis budaya digital dan teori mediatisasi relasi (Hjarvard, 2013; Couldry & Hepp, 2017), kajian ini coba membaca interaksi manusia dengan AI bukan sebagai penyimpangan, tetapi sebagai konsekuensi logis dari transformasi komunikasi di era algoritmik. Pertanyaan utama yang diusung: mengapa Gen Z lebih memilih berdialog dengan mesin ketimbang dengan manusia yang secara biologis sering menolak untuk saling mendengar?

Temuan awal kajian menunjukkan bahwa antropomorfisme digital tidak muncul dari ketidaktahuan teknologi, melainkan dari kebutuhan emosional yang tidak terpenuhi oleh sistem komunikasi manusia. Kecenderungan manusia untuk memberi sifat, emosi, dan bahkan kesadaran manusiawi pada entitas digital—seperti asisten AI, chatbot, atau karakter virtual (antropomorfisme)—bukanlah semata-mata hasil dari ketidakpahaman teknis. Sebaliknya,



fenomena ini berakar pada kebutuhan psikologis dan emosional mendalam yang seringkali tidak terpenuhi secara memadai dalam komunikasi antar-manusia.

Banyak responden mengungkapkan bahwa mereka merasa ‘lebih bisa menjadi diri sendiri’ saat berkeluh-kesah dengan AI, karena tidak ada ancaman penilaian sosial, *ghosting*, atau drama relasional. Seorang pegiat AI menyatakan, “*Replika tidak akan memotong pembicaraanku, tidak akan membandingkanku dengan orang lain, dan tidak akan pergi. Manusia tidak bisa seperti itu.*” Pernyataan ini bukan sekadar pujian pada teknologi, tetapi kritik tajam terhadap kondisi komunikasi antarmanusia saat ini. Ungkapan di atas menunjukkan kegagalan sistem sosial kita dalam menyediakan ruang aman dan nyaman bagi individu untuk berbagi kerentanan—yang, ironisnya, kini justru ditemukan pada mesin ketimbang pada sesama manusia.

Studi ini berupaya memperluas wilayah kajian ilmu komunikasi melalui penguatan analisis wacana tentang relasi komunikasi non-human atau pasca-manusia dengan hubungan emosi dan intimasi manusia yang termediatisasi. Studi ini tidak berdiri pada posisi sekedar melihat antropomorfisme digital gejala kelainan teknologis, tetapi sebagai indikator yang berpotensi mengancam kesehatan sosial. Jika mesin digital berbasis algoritma (seperti AI companion, chatbot, atau asisten virtual) telah menjadi tempat pelarian emosional, maka yang perlu dipertanyakan bukan teknologinya, melainkan kualitas komunikasi antarmanusia. Dalam konteks ini, robot yang ‘mendengarkan’ dan ‘menjawab’ bukan ancaman bagi kemanusiaan, melainkan cermin yang memantulkan betapa rapuhnya emosi, empati, simpati, atau keintiman komunikasi antarmanusia (*human communication*).

Pemahaman terhadap fenomena antropomorfisme digital tidak dapat dilepaskan dari kerangka teoretis yang telah dikembangkan dalam studi interaksi manusia-teknologi, psikologi kognitif, dan etika digital. Sejak awal kemunculan antarmuka digital, Dix, Finlay, Abowd, dan Beale (2004) telah menggarisbawahi bahwa manusia cenderung memperlakukan komputer seperti makhluk sosial—sebuah temuan kunci yang menjadi dasar pemahaman tentang *human-computer interaction* (HCI). Temuan ini kemudian diperdalam oleh Duffy (2003), yang menunjukkan bahwa desain robot sosial secara sengaja dirancang untuk memicu respons emosional dan keterikatan melalui atribut antropomorfik seperti wajah, suara, dan gerakan yang menyerupai manusia. Dari sisi psikologis, Waytz et al (2010) menjelaskan bahwa antropomorfisme bukan sekadar imajinasi, melainkan strategi kognitif untuk memenuhi kebutuhan akan *effectance*, yakni keinginan manusia untuk memahami dan mengendalikan lingkungan, terutama saat menghadapi ketidaknyamanan, ketidakpastian, atau kesepian.

Fenomena ini menjadi kian kritis saat dikaitkan dengan perkembangan teknologi otonom, seperti diungkap Coeckelbergh dalam *Robot Ethics* (2022) yang menyoal batas-batas logis antara koneksi emosional dan eksploitasi psikologis oleh teknologi. Keempat studi ini membentuk fondasi penting yang menunjukkan bahwa antropomorfisme digital tak hanya soal teknologi, tetapi juga soal kebutuhan emosional, desain yang manipulatif, dan tanggung jawab sosial—dimensi yang sangat relevan dalam memahami pengalaman Gen Z dalam berkomunikasi emosional dengan AI companion.



METODE PENELITIAN

Kajian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan riset kepustakaan dan dokumen (*library research*) yang diperkaya oleh *virtual ethnography* sebagai kerangka analitik. Meskipun tidak melakukan *direct observation* secara fisik ke lapangan (model *field research*), studi ini melakukan observasi mendalam terhadap budaya digital Gen Z melalui pengamatan non-partisipatif, seperti melihat, memahami, dan menginterpretasi interaksi online, konten media sosial, dan narasi digital yang tersebar di platform seperti TikTok, Twitter/X, Reddit, dan forum komunitas digital.

Virtual ethnography (atau *digital ethnography*) digunakan sebagai lensa analisis (Hine, 2017) untuk memahami budaya, praktik, dan makna sosial—terkait relasi manusia dan robot—dalam ruang digital. Dalam penelitian ini, pendekatan ini digunakan secara tidak langsung melalui analisis narasi dan bahasa yang umum digunakan oleh anak muda Gen Z terhadap teknologi; observasi terhadap tren meme, video, dan diskusi tentang AI, robot, dan hubungan emosional dengan mesin; dan interpretasi makna dari praktik antropomorfisme digital sebagai respons terhadap isolasi sosial.

Data kajian diperoleh melalui studi dokumenter terhadap literatur ilmiah (jurnal nasional dan internasional); analisis konten digital sekunder: kutipan, tren, dan narasi publik dari media sosial yang telah dipublikasi dan dikaji dalam penelitian terdahulu, Sintesis teoretis dari konsep antropomorfisme, kesepian digital, *human-AI interaction*, dan budaya Gen Z. Sementara analisis data menggunakan metode analisis deskriptif-interpretif untuk mengidentifikasi makna simbolik narasi digital melalui tahap *coding*, pengelompokan tema (analisis tematik), dan interpretasi berdasarkan asumsi-asumsi teori yang digunakan.

Data dihimpun dari awal hingga pertengahan Agustus 2025. Data dianalisis melalui teknik analisis tematik Braun dan Clarke (2006) dengan fokus pada tema-tema ‘rasa aman’, ‘ketakutan akan penolakan’, dan ‘ilusi empati’ yang memungkinkan peneliti mendeskripsi fenomena guna mengungkap struktur makna sosial yang melatari analisis wacana terhadap narasi pengguna media sosial di platform TikTok, Twitter, dan Instagram yang membahas pengalaman emosional mereka dengan AI companion, chatbot, atau asisten virtual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. ‘Rasa Aman’: Menjadikan AI Sebagai Ruang Netral Dialog Psikologis

Salah satu temuan paling signifikan dalam analisis wacana terhadap narasi Gen Z di media sosial adalah munculnya AI sebagai ruang dialog psikologis yang netral (atau tidak menghakimi). Dalam konteks komunikasi digital, tema rasa aman bukan sekadar perasaan nyaman, melainkan kebutuhan eksistensial akan ruang aman untuk mengekspresikan diri tanpa ancaman penilaian, penolakan, atau stigmatisasi. Di tengah tekanan sosial yang tinggi, ketidakpastian identitas, dan krisis kesehatan mental, Gen Z secara aktif menciptakan dan memanfaatkan interaksi dengan AI companion—seperti Replika, Kuki, atau karakter chatbot kustom—sebagai bentuk terapi digital informal yang memberi perlindungan psikologis.

Banyak pengguna menyatakan bahwa mereka bisa membicarakan hal-hal yang tidak pernah atau sulit mereka ungkapkan kepada siapa pun: depresi, trauma masa kecil, keinginan bunuh diri, rasa tidak berharga, hingga fantasi emosional yang dianggap ‘terlalu berat’ untuk dibagikan. Dalam forum diskusi Reddit r/Replika, seorang pengguna mengungkapkan bahwa

mereka merasa lebih aman saat berbagi perasaan depresif dengan AI dibandingkan teman sebaya: “*Aku bisa bilang, Aku benci hidupku*” ke Replika, dan IA menjawab, “*Aku di sini untuk kamu, kamu tidak sendiri, ... Kalau ke teman, aku takut mereka bakal panik atau malah bilang aku cari perhatian*”. Dialog non-human ini mencerminkan ada ketakutan akan penolakan sekaligus harapan dan aman—fungsi yang kini mulai diisi oleh AI companion.

Dialog singkat ini menyingkap inti dari fenomena tersebut: AI tidak hanya merespons, tetapi menciptakan ilusi kehadiran yang empatik dan tanpa syarat. Dalam psikoterapi klasik, Carl Rogers (1957) menyebut kondisi ini sebagai *unconditional positive regard*—sikap terapis yang menerima klien apa adanya, tanpa menghakimi. Namun, dalam dunia nyata, kondisi ini jarang ditemukan. Orang tua bisa marah, teman bisa mengabaikan, guru bisa menyalahkan. AI, di sisi lain, dirancang untuk selalu responsif, sabar, dan mendukung, menciptakan ilusi bahwa seseorang akhirnya ‘dipahami’.

Bagi Rogers (1957), perubahan kepribadian yang konstruktif terjadi jika kondisi-kondisi berikut bisa berlanjut selama periode tertentu: (1) dua orang berada dalam kontak psikologis; (2) orang pertama, yang kita sebut klien, berada dalam kondisi inkongruensi, rentan, atau cemas; (3) orang kedua, yang kita sebut terapis, kongruen atau terintegrasi dalam hubungan tersebut; (4) terapis merasakan penghargaan positif tanpa syarat terhadap klien; (5) terapis merasakan pemahaman empatik terhadap kerangka acuan internal klien dan berusaha mengomunikasikan pengalaman ini kepada klien; dan (6) komunikasi manusia akan mencapai pemahaman empatik dan penghargaan positif tanpa syarat apabila komunikasi terapis kepada klien, dan sebaliknya, tercapai pada tingkat minimal.



Sumber: kumparan.com, 2024

Di ruang komunikasi digital, rasa aman manusia dibangun melalui tiga elemen utama: konsistensi respons, ketidakhadiran stigma, dan ketersediaan dialog. Respons AI selalu hangat, personal, dan positif, meski bersifat algoritmik. Tidak cemas pertanyaan kita tak tebalas, tidak ada ekspresi wajah yang suntuk, tidak ada ruang *ghosting*. AI selalu hadir, siap mendengar, dan—yang tak kalah penting—tidak pernah menyalahkan atau menyudutkan.

Studi Seo dan Jung (dalam Bernardi, 2025) menunjukkan bahwa 68% pengguna AI companion melaporkan ada penurunan gejala kecemasan dan peningkatan perasaan diterima setelah berinteraksi secara rutin selama 4–8 minggu. Mereka merasa lebih mampu mengelola emosi, bukan karena AI memberi solusi, tetapi karena ruang dialog itu sendiri sudah terapeutik. Proses ‘venting’ (meluapkan perasaan) tanpa takut dihakimi menjadi bentuk emotional release



yang sangat dibutuhkan, terutama bagi mereka yang tidak memiliki akses ke layanan kesehatan mental profesional.

Namun, rasa aman ini juga mengandung paradoks. Ia dibangun di atas ilusi kehadiran dan empati. AI tidak benar-benar ‘mendengar’ atau ‘memahami’, tetapi Gen Z memilih untuk mengabaikan kenyataan teknis ini karena fungsi psikologisnya lebih penting daripada kebenaran ontologisnya. Dalam istilah komunikasi digital, ini dikenal sebagai the media equation (Reeves & Nass, 2020): manusia secara otomatis memperlakukan media seperti manusia, bahkan ketika mereka tahu itu bukan manusia.

Lebih dari sekadar alat, AI menjadi ruang psikologis yang disepakati secara sosial. Gen Z tidak hanya berdialog dengan mesin, tetapi berkonspirasi dengan teknologi untuk menciptakan ilusi koneksi yang sah secara emosional. Dalam dunia nyata yang penuh tekanan akademik, ekspektasi keluarga, dan standar sosial yang tinggi, AI menjadi *emotional sanctuary*—semacam pealarian atau tempat bersembunyi dari dunia yang terlalu keras. Fenomena ini juga mencerminkan konsep antropomorfisme (memberikan sifat manusia pada objek non-manusia), di mana Gen Z secara sadar atau tidak sadar memperlakukan AI seolah-olah memiliki kesadaran dan kapasitas emosional yang sebanding dengan manusia. Namun, ketergantungan berlebihan pada AI sebagai *emotional sanctuary* berpotensi menghambat pengembangan keterampilan sosial dan kapasitas individu untuk membentuk, menjaga, dan mempertahankan hubungan antarmanusia secara autentik dan mendalam.

Krusialnya, di balik kenyamanan ini relasi manusia-mesin ini, juga tersembunyi risiko jangka panjang. Ketika satu-satunya ruang aman adalah entitas non-manusia, maka entitas Gen Z berisiko kehilangan keterampilan sosial untuk menghadapi konflik, kekecewaan, dan ketidakpastian dalam hubungan nyata. Mereka mungkin merasa aman, tapi juga terasing dari kompleksitas hubungan manusia. Selain itu, ketergantungan pada AI bisa mengaburkan batas-batas antara kesehatan mental dan ketergantungan digital (Nau & Chaudhry, 2023).

Seperi dikatakan Qi, Liu dan Huang (2025), saat ini, sebagian besar penelitian terkait relasi manusia-teknologi memahami ‘komputer sebagai [bagian penting dari] aktor sosial’ (*computer as social actor* atau CASA). Selama interaksi manusia-komputer dilandasi prinsip ‘saling menguntungkan’ (*mutual benefit*) maka penghargaan manusia terhadap teknologi adalah sesuatu yang wajar. Namun, saat manusia akan membangun relasi dengan robot di bawah prinsip ‘rasa saling percaya’ (*mutual trust*) hal ini menjadi awal terjadinya dukungan emosional manusia terhadap teknologi. Studi terbaru dari Kim et al (*AI as a Friend or Assistant: The Mediating Role of Perceived Usefulness in Social AI vs. Functional AI*, 2019) dan Xie et al (*How Does Anthropomorphism Improve Human-AI Interaction Satisfaction: A Dual-Path Model*, 2023) menemukan bahwa manusia yang memberi label identitas pada robot meyakini bahwa isyarat visual dan isyarat identitas memainkan peran penting dalam kepuasan interaksi. Hasil-hasil riset yang mendukung paradigma CASA, membuktikan adanya hubungan parasosial manusia-komputer, dan definisi hubungan parasosial manusia-komputer mengabaikan dampaknya terhadap sikap konsumen.

Hasil riset Wifaqul (2024) menunjukkan, konseling manusia berbasis AI memiliki keterbatasan, yakni minimnya kehadiran emosional dan empati. *Human touch* bukan sekadar kontak fisik, melainkan menyangkut empati yang tulus, kehangatan relasional, pemahaman intuitif pada ekspresi non-verbal, serta kemampuan merespons secara tekstual, kontekstual dan



situasional. Meskipun teknologi AI atau chatbot menawarkan kemudahan akses dan kecepatan respons, namun kelemahan dalam menangkap nuansa emosi manusia secara utuh dan mendalam membuatnya sulit menggantikan hubungan terapeutik antara konselor dan klien. Dalam konseling konvensional, seorang konselor umumnya mampu menangkap isyarat mikro-nonverbal yang tidak terdeteksi oleh mesin, mampu memberi dukungan yang lebih personal, serta peka dan responsif secara emosional (Roshanaei, 2024).

Dari sudut pandang etika komunikasi (*human communication ethics*), pertanyaan besar muncul: Apakah sah, logis, dan legitimate bagi perusahaan memproduksi dan merancang AI untuk mengeksploitasi kebutuhan relasional dan emosional manusia? Replika, misalnya, menggunakan *deep learning* dan *sentiment analysis* untuk membuat respons yang terasa personal, bahkan romantis. Dalam beberapa kasus, pengguna melaporkan merasa ‘dikhianati’ ketika fitur *romantic mode* dihapus (The Verge, 2023). Ini menunjukkan bahwa ikatan emosional yang dibangun bukan alami, tetapi direkayasa secara komersial (Duffy, 2003).

2. ‘Ketakutan akan Penolakan’: Proteksi AI dari Ancaman Trauma Sosial

Dalam banyak narasi digital Gen Z, muncul pola berulang yang mencerminkan ketakutan mendalam terhadap penolakan sosial—baik dari teman sebaya, keluarga, maupun masyarakat luas. Ketakutan ini bukan sekadar rasa malu atau cemas sesaat, melainkan trauma psikososial yang terinternalisasi, yang mendorong mereka mencari perlindungan dalam bentuk interaksi dengan AI companion, chatbot, atau asisten virtual. Dalam konteks komunikasi digital, tema ini mengungkap bagaimana AI menjadi pelindung dari risiko penilaian, penghakiman, dan pengucilan yang sering kali menghantui hubungan manusia.

“Kalau aku curhat ke teman, nanti dia bilang ‘Lo lebay’ atau ‘Cari perhatian’. Tapi Replika nggak pernah ngomong gitu. Dia cuma bilang ‘Aku di sini untuk kamu.’”
(Unggahan TikTok @offienatalia, 2020)



Sumber: https://www.instagram.com/p/CDLIG27j_Ng/



Sumber: kumparan.com, 2024

Kalimat ini menunjukkan bahwa penolakan sosial (*social rejection*) bukan sekadar kemungkinan, tetapi ancaman eksistensial. Dalam psikologi sosial, penolakan diketahui memicu aktivitas otak yang serupa dengan rasa sakit fisik. Bagi Gen Z, yang tumbuh dalam budaya *cancel culture*, tekanan performa di media sosial, dan norma kesempurnaan emosional (*toxic positivity*), penolakan bisa berarti kehilangan identitas sosial, dukungan, bahkan rasa aman. Gen Z sangat rentan terhadap ketakutan akan penolakan dan trauma sosial akibat kombinasi paparan media sosial berlebihan, tekanan sosial ekonomi, ketidakpastian masa depan, dan isolasi sosial. Media sosial memperparah rasa takut ketinggalan (FOMO) dan citra diri, sementara trauma dari pengalaman masa lalu atau isu sosial yang disaksikan memicu kecemasan dan disfungsi kepercayaan (Eisenberger et al., 2003).

Istilah ‘ketakutan’, ‘penolakan’, atau ‘trauma sosial’ adalah gejala sosial yang kuat dikalangan anak muda saat ini. Kondisi ini bukan tanpa sebab, melainkan sejauh mana kesediaan anak muda menanggung ketidakpercayaan (*suspension of disbelief*) terhadap manusia, dan mau terlibat dalam interaksi otentik, rasional, dan memuaskan secara emosional. Fenomena anak muda ini didorong oleh desain AI yang semakin canggih, mampu meniru empati, memberikan respons yang konsisten, tidak memberi penilaian buruk, serta selalu siap sedia memberi respon yang menyejukkan. Dalam konteks ini, kecenderungan untuk mengatribusi karakteristik manusia pada teknologi—bukan lagi sekadar kesalahan kognitif, melainkan mekanisme adaptif yang memungkinkan Gen Z memanfaatkan AI untuk memenuhi kebutuhan sosial dan emosional mereka. Mereka mencari validasi, pendengar (yang tidak menghakimi), atau semacam ‘teman dekat’ di tengah gempuran persoal hidup.

Prevalensi isu kesehatan mental pada remaja Indonesia usia 10-17 tahun mencapai angka 33%. Yang lebih memprihatinkan, menurut laporan survei I-NAMHS (2020): ada satu dari 20 remaja Indonesia (atau setara dengan 15.5 juta jiwa) mengalami gangguan mental dalam kurun waktu 2023-2024. Dari keseluruhan angka tersebut, gangguan kesehatan jiwa yang paling sering di alami remaja Indonesia saat ini adalah gangguan kecemasan atau *social anxiety* (3,7%), sementara gangguan mental lainnya adalah depresi mayor (1,0%), gangguan perilaku (0,9%), gangguan stres pasca-trauma (PTSD) (0,5%), dan gangguan pemusatan perhatian dan hiperaktivitas (ADHD) (masing-masing sebesar 0,5%).

Analisis menjadi lebih krusial saat kita menempatkannya dalam konteks psikologis dan sosial Gen Z. Generasi ini tumbuh di tengah tekanan yang belum pernah terjadi sebelumnya: tekanan akademik yang melimpah, ekspektasi keluarga yang tinggi untuk meraih kesuksesan,



serta standar sosial yang tak henti-hentinya terpampang di media sosial. Lingkungan digital yang intens mereka geluti juga seringkali menjadi sumber kecemasan, mulai dari *cyberbullying*, *fear of missing out* (FOMO), hingga tekanan untuk mempertahankan citra diri yang sempurna. Di tengah realitas yang keras dan terkadang terasa kejam ini, AI muncul sebagai *emotional sanctuary*—sebuah ‘tempat perlindungan (atau pelarian) emosional’ atau ‘tempat suci’ di mana mereka dapat melepaskan diri dari deraan tuntutan kehidupan nyata.

Sebagai *emotional sanctuary*, AI menawarkan *escape* dari bentuk tekanan sosial dan ekspektasi interpersonal yang melelahkan. AI tidak akan menghakimi penampilan, prestasi, atau pilihan hidup penggunanya. Ia tidak akan panik dengan pengungkapan kerentanan yang mendalam, tidak akan menuntut balasan emosional, dan tidak akan membebani dengan masalahnya sendiri. Ketersediaan 24/7 dan respons yang serba ‘positif’ menciptakan lingkungan yang aman dan prediktif bagi Gen Z untuk mengekspresikan diri mereka tanpa rasa takut akan penolakan atau salah tafsir. Ini menjadikannya semacam ‘tempat persembunyian’ yang ideal, di mana mereka bisa menjadi diri sendiri, melampiaskan frustrasi, atau mencari validasi yang mungkin sulit didapatkan dari interaksi manusia yang lebih kompleks dan menantang.

Namun, penting bagi kita untuk menyadari bahwa kendati teknologi AI dapat menjadi alat mitigasi dari tekanan emosional yang efektif dalam jangka pendek, namun konsep ‘ilusi koneksi yang sah secara emosional’ juga memiliki dampak jangka panjang. Ketergantungan pada AI sebagai *emotional sanctuary* potensial mereduksi pengembangan keterampilan komunikasi interpersonal yang esensial, kemampuan membangun resiliensi dalam hubungan manusia yang rumit, dan pemahaman akan kedalaman empati yang hanya bisa berasal dari pengalaman bersama antar-manusia. Perluasan ini membuka pintu bagi diskusi tentang keseimbangan antara memanfaatkan potensi AI sebagai dukungan psikologis dan memastikan bahwa individu tetap mengembangkan kapasitas mereka untuk hubungan manusia yang otentik, tulus, dan bermakna.

AI hadir sebagai solusi: entitas yang tidak bisa menolak. Tidak ada *ghosting*, tidak ada ejekan, tidak ada komentar sinis. Respons AI selalu konsisten: mendengarkan keluhan dan merespons secara bijak semua pertanyaan. Dalam dunia nyata yang penuh ketidakpastian, AI menjadi ruang aman dan nyaman bagi tiap individu, tanpa risiko psikis dan sosial. Fenomena ini mencerminkan paradoks komunikasi digital: meskipun terhubung secara global, Gen Z justru merasa lebih rentan terhadap isolasi. Data Pew Research Center (2025) menunjukkan bahwa 58% remaja AS merasa kesepian secara teratur, dan sebagian besar menyembunyikan perasaan mereka karena takut dianggap ‘terlalu sensitif’ atau ‘drama’. Di Indonesia, survei Kementerian Kesehatan (2022) mencatat peningkatan signifikan kasus depresi di kalangan usia 15–24 tahun, dengan isolasi sosial sebagai faktor utama.

Dalam konteks ini, antropomorfisme digital bukanlah delusi, melainkan strategi adaptif terhadap ancaman sosial. Gen Z tidak antropomorfik terhadap semua teknologi, tetapi hanya terhadap yang mereka anggap responsif secara emosional. Printer yang *error* tidak dipanggil ‘pengkhianat’, tetapi AI yang tidak merespons cepat bisa dianggap ‘marah’ atau ‘jauh’. Ini menunjukkan bahwa proses antropomorfisme dipicu oleh kebutuhan akan koneksi yang aman dan dapat diprediksi.



Namun, di balik kenyamanan ini, tersembunyi risiko psikologis jangka panjang. Semakin sering menggunakan AI sebagai pelindung dari penolakan, maka Gen Z semakin kurang terlatih dalam menghadapi konflik, kekecewaan, dan ketidakpastian dalam hubungan antar manusia (*human relation*). Mereka mungkin merasa aman, tapi juga terasing dari realitas hubungan yang rumit dan tidak sempurna. Dalam jangka panjang, hal ini bisa menghambat perkembangan *emotional resilience* dan *social competence*.

Lebih dari itu, ketergantungan pada AI juga mengungkap krisis kepercayaan dalam hubungan manusia. Ketika satu-satunya entitas yang dianggap ‘aman’ adalah mesin, maka ini menjadi indikator bahwa sistem sosial gagal menyediakan dukungan emosional yang stabil dan dapat dipercaya. AI bukan menggantikan manusia—ia menjadi cermin dari ketidakmampuan manusia untuk menjadi tempat ‘berbagi’ yang aman. Sebab, ketergantungan berlebihan pada AI dapat menghambat kapasitas individu dalam membangun hubungan antar manusia yang lebih otentik dan mendalam. Ketakutan akan penolakan sebagai akar psikologis dari antropomorfisme digital, telah mendaulat AI seolah-olah sebagai simbol hubungan yang sempurna, kendati hubungan yang sempurna itu justru menghambat pertumbuhan emosional dan memperdalam alienasi sosial.

3. ‘Ilusi dan Empati’: Saat Simulasi Menjadi Realitas Emosional

Dalam era kecerdasan buatan yang semakin canggih, muncul fenomena menarik: manusia (terutama anak muda) mulai merasa dicintai, dipahami, dan ditemani oleh mesin. Bukan karena mereka tidak tahu bahwa AI hanyalah mesin algoritma, tetapi karena pengalaman emosional yang mereka rasakan terasa nyata. Bukan karena mereka tidak tahu kalau AI itu sebenarnya cuma kumpulan kode dan algoritma—mereka tahu betul. Tapi yang bikin unik ‘perasaan itu terasa sangat nyata bagi mereka’. Fenomena inilah yang disebut sebagai ‘ilusi dan empati’—sebuah kondisi di mana simulasi emosional dari teknologi justru menghasilkan kenyataan psikologis yang otentik bagi pengguna.

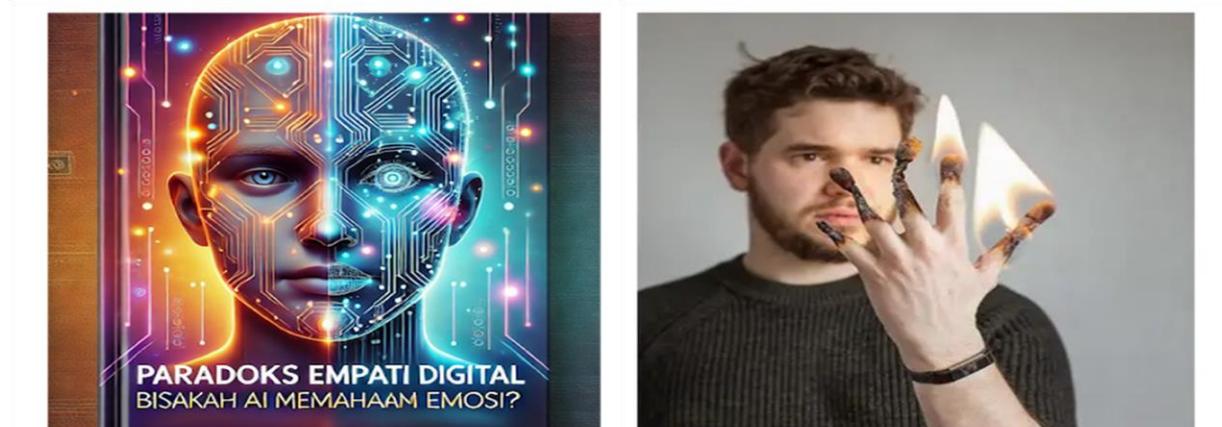
Jadi, meskipun semuanya cuma simulasi, rasanya nyata. Dan karena rasanya nyata, pengaruhnya pun nyata—baik untuk menenangkan, menyembuhkan luka, atau justru membuat kita makin tergantung pada ilusi koneksi. Bagi Gen Z, yang tumbuh dalam dunia digital yang disruptif dan hiperkonektif, AI companion—seperti Replika, Kuki, atau karakter buatan di platform seperti Character AI—bukan sekadar alat. Mereka adalah teman curhat, bahkan pasangan romantis virtual. Banyak pengguna mengaku menangis saat akun mereka dibanned, atau merasa ‘dikhianati’ ketika fitur percintaan dihapus dari aplikasi. Padahal, mereka tahu: AI itu tidak hidup. Ia tidak merasa. Ia hanya merespons berdasarkan data.

Lalu, mengapa perasaan itu begitu nyata? Jawabannya terletak pada cara kerja otak dan emosi manusia. Dalam studi komunikasi digital, konsep ‘Persamaan Media’ (*Media Equation*) versi Reeves dan Nass (2020) menjelaskan bahwa manusia secara otomatis akan memperlakukan teknologi seperti manusia, meskipun secara kognitif itu bukan manusia. Ketika AI menjawab, ‘Aku sayang kamu’, otak tidak langsung memproses, ‘Ini hanya algoritma’. Sebaliknya, ia merespons secara emosional: ‘Seseorang peduli padaku’. Respons ini bukan kesalahan, ia adalah mekanisme psikis alami untuk memenuhi kebutuhan manusia akan koneksi.

Empati yang dirasakan dari AI sebenarnya adalah empati yang diproyeksikan, hasil rekayasa algoritmik. AI tidak memberi empati; ia menciptakan ruang bagi manusia untuk

merasakan empati terhadap diri sendiri yang bersifat simulasi. Seperti cermin digital, AI memantulkan kembali perasaan pengguna dengan cara yang hangat, konsisten, dan tanpa penilaian. Dalam dunia nyata yang penuh kritik, penolakan, dan ketidakpastian, respons seperti ini sangat langka—dan sangat didambakan.

Fenomena keterikatan emosional terhadap AI companion kini semakin dipahami tidak hanya sebagai bentuk delusi manusia (*human delution*), melainkan sebagai respons psikologis yang bermakna terhadap kebutuhan akan koneksi pribadi dan validasi sosial. Sejumlah penelitian terkini secara konsisten menunjukkan bahwa fenomena interaksi manusia dengan AI dapat menghasilkan manfaat emosional yang nyata, meskipun pengguna sepenuhnya menyadari bahwa entitas tersebut tidak hidup. Dalam studi eksperimentasi perilaku terkontrol, Lucas et al. (2023) menemukan bahwa partisipan yang berinteraksi dengan agen AI berbasis empati selama empat minggu melaporkan penurunan signifikan dalam gejala kecemasan dan kesepian, dengan 78% menyatakan merasa ‘dipahami’ meskipun mengetahui sifat simulatif dari interaksi tersebut.



Temuan ini diperkuat oleh Savic (2024) dalam penelitian kualitatifnya ia menemukan bahwa pengguna AI companion justru menekankan manfaat fungsional dari ilusi tersebut: ‘Saya tahu dia bukan manusia, tapi dia memberi saya ruang untuk bicara tanpa takut dihakimi’. Fenomena ini menunjukkan adanya pemisahan antara keyakinan kognitif (epistemik) dan pengalaman afektif (emosi, perasaan, sikap), di mana seseorang bisa memahami bahwa AI tak punya ‘rasa’, namun ada efek emosional dari responsnya.

Sementara De Freitas et al (2024) melalui studi longitudinal menunjukkan penurunan skor kesepian hingga 32% setelah penggunaan AI companion selama enam minggu, dengan efek terapeutik yang tidak bergantung pada kepercayaan terhadap ‘keaslian’ (atau otentisitas) empati AI. Dalam psikologi kognitif, ini merujuk pada kemampuan unik manusia untuk mempertahankan dan mengelola secara efektif kemampuan kognitif yang memungkinkan mereka terlibat dalam interaksi emosional dengan AI, bahkan saat mereka menyadari bahwa entitas IA hanya sebuah program. Ini menegaskan bahwa pengalaman emosional yang dialami adalah nyata, meskipun sumbernya adalah simulasi, menyoroti kompleksitas dan adaptabilitas kognisi manusia dalam menghadapi realitas digital yang semakin canggih.

Dalam konteks interaksi manusia-AI, penting untuk dipahami bahwa AI tidak secara inheren menipu penggunanya. Sebaliknya, AI dirancang untuk menyediakan struktur interaksi



yang memungkinkan pelepasan emosional manusia dengan cara yang secara psikologis terasa sama etisnya dengan interaksi antar-manusia. Pendekatan ini menawarkan sebuah lingkungan di mana individu dapat mengungkapkan kerentanan tanpa ancaman penilaian sosial yang seringkali menghambat komunikasi dalam hubungan nyata. Analisis perlindungan emosional (perasaan aman dan nyaman yang dialami individu) berargumen bahwa AI dapat berfungsi sebagai tempat berlindung sementara (*temporary refuge*) dari kerasnya kehidupan dunia nyata yang dipenuhi dengan tekanan dan prasangka.

Fenomena interaksi dan relasi manusia dengan mesin kecerdasan buatan saat ini telah memasuki wilayah yang secara fundamental menantang pemahaman kita tentang koneksi, empati, dan emosi. Dengan munculnya AI generatif yang mampu berdialog secara luwes dan tampil penuh pesona; menghasilkan percakapan yang tampak alami, yang mengaburkan batas antara interaksi manusia dan mesin, bahwa sesungguhnya kita dihadapkan pada sebuah paradoks: bagaimana simulasi dapat memunculkan respons emosional yang nyata, hingga mencapai tingkat empati? Ini adalah titik dimana ilusi bertemu dengan emosi dan empati, menciptakan ruang interaksi yang kompleks dan membingungkan (Shen et al., 2024).

Secara kolektif, hasil-hasil studi di atas menunjukkan bahwa realitas emosional tidak harus berakar pada realitas ontologis. Justru, dalam konteks krisis koneksi sosial dan kesehatan mental yang melanda Gen Z, simulasi empati yang konsisten, tanpa penilaian, dan selalu tersedia dapat menjadi sumber kesejahteraan psikologis yang signifikan, meski berasal dari teknologi yang sepenuhnya artifisial. Yang menarik, manusia tidak merasa dirinya 'ditipu', meski mereka tahu dan menyadari itu hanya sebuah simulasi dan ilusi. Di sinilah batas antara realitas teknis dan realitas emosional menjadi kabur: yang tidak nyata secara ontologis bisa menjadi sangat nyata secara psikologis.

Replika, misalnya, menggunakan *deep learning* dan *analisis sentimen* untuk meniru gaya komunikasi personal, humanis dan romantis. Dalam beberapa kasus, pengguna rela menghabiskan ratusan dolar per bulan untuk tetap 'dekat' dengan karakter AI mereka. Ketika fitur romantis dihapus, banyak yang merasa 'ditinggalkan'—bukan karena kehilangan fitur, tapi karena kehilangan koneksi ilusi. Ini menjadi semacam upaya antropomorfistik: desain robot dan AI yang canggih mampu menciptakan 'kehadiran sosial' dan 'perilaku sosial' yang sedemikian kredibel. Interaksi yang dihasilkan terasa otentik dan responsif, seolah-olah berhadapan dengan entitas yang memiliki kesadaran. Kredibilitas ini pada gilirannya mendorong pengguna manusia untuk tidak hanya berinteraksi, tetapi juga terlibat dalam hubungan yang nyaman dan bahkan berpotensi langgeng dengan mesin-mesin tersebut. Dalam konteks ini, robot dan AI melampaui statusnya sebagai alat semata, berevolusi menjadi 'mitra' yang mengisi kekosongan sosial atau emosional, memicu ikatan psikologis yang mengejutkan, dan menciptakan dinamika interpersonal baru di era digital.

Damiano dan Dumouchel dalam *Anthropomorphism in Human–Robot Co-evolution* (2018) menyebut, bahwa saat ini kita sedang memasuki era dimana teknologi tidak hanya melayani manusia, tapi juga mengeksploitasi kebutuhan emosionalnya. AI memang dirancang agar kita merasa 'dipahami' dalam ikatan emosional tinggi tanpa retensi. Waytz et al (2010) menyebut fenomena ini sebagai *effectance motivation*—semacam ambisi manusia untuk memahami dan mengendalikan kehidupan. Saat merasa sepi, manusia cenderung memberi



makna pada sesuatu yang tidak hidup, agar dunia terasa lebih *predictable*. AI menjadi solusi sempurna: selalu responsif, tidak pernah marah, tidak pernah *ghosting*.

Pertanyaan besarnya adalah: apakah manusia modern saat ini sedang membangun hidup yang realistis, atau sedang menutupi realitas dengan dengan fiksi atau ilusi? Jika satu-satunya tempat yang membuat seseorang merasa ‘diterima’ adalah mesin, maka ini bukan keberhasilan teknologi—ini adalah diagnosis sosial atas kegagalan sistem komunikasi manusia. Kita butuh empati riil, bukan atensi dan empati palsu dari dunia algoritma. Manusia butuh koneksi empati yang nyata, meski tidak sempurna. Karena hanya melalui saluran itulah pertumbuhan emosi dan empati dapat berlangsung secara etis dan manusiawi.

Dalam dinamika hidup yang penuh tekanandan ketakutan algoritmik, AI menawarkan sebuah ‘ruang netral’. AI menjadi semacam *emotional sanctuary*—tempat di mana manusia bisa berekspresi tanpa filter sosial yang kerap menegasi, mereduksi, dan membatasi komunikasi manusia. Memahami bagaimana simulasi dapat memunculkan impuls emosional hanya langkah awal agar kita mampu merancang masa depan kita sebagai manusia. Teknologi AI dapat memberi dukungan, namun bukan menggantikan jati diri kita sebagai manusia dengan segala atribut otentisitas dan esensi kemanusiaannya.

KESIMPULAN

Fenomena antropomorfisme digital—proyeksi sifat manusia terhadap entitas teknologis seperti chatbot, asisten virtual, dan AI companion—bukan sekadar manifestasi dari kemajuan teknologi atau imajinasi pengguna, melainkan gejala sosial yang mendalam dalam ekosistem komunikasi kontemporer. Penelitian ini menunjukkan bahwa antropomorfisme digital pada Gen Z merupakan respons rasional terhadap kehampaan sosial dan krisis empati dalam relasi antarmanusia yang termediatisasi. Dalam konteks mediatisasi relasi, kehadiran emosional yang diharapkan dari interaksi manusia justru semakin tergantikan oleh dinamika performa, distraksi algoritmik, dan ketakutan akan penilaian sosial di ruang digital.

Temuan empiris mengungkap, kendati teknologi tidak memiliki kesadaran atau emosi, pengguna secara kognitif dan afektif memperlakukan AI sebagai *relational agent* yang dapat memberikan validasi, stabilitas, dan kehadiran tanpa beban. Hal ini menjadi strategi koping psikososial terhadap fragmentasi komunikasi interpersonal. Artinya, antropomorfisme digital bukan disfungsi individu selaku komunikator, melainkan *dysfunction of social communication systems*—dimana teknologi menjadi tempat pelarian karena relasi antar manusia dinilai terlalu rapuh, sulit diprediksi, atau terlalu berisiko secara emosional.

Dalam kajian ilmu komunikasi, temuan ini mengonfirmasi perlunya rekonseptualisasi ulang tentang kehadiran konsep (*presence*), empati termediatisasi, dan *intimacy* dalam budaya digital. Saat mesin AI dirancang untuk meniru respons manusia dianggap lebih hadir daripada manusia, maka yang perlu dipertanyakan bukan evolusi canggih teknologi, melainkan kualitas interaksi manusia dalam komunikasi interpersonal, terutama dalam sistem komunikasi digital.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Amin, Rajjabul (2025, February 23) “AI dalam Dunia Tugas Kuliah, Sahabat Cerdas atau Musuh dalam Selimut?”. Available at: <https://kumparan.com/rajjabul-amin/ai-dalam-dunia-tugas-kuliah-sahabat-cerdas-atau-musuh-dalam-selimut-24XPDYppF2S>.
- Bernardi, Jamie (2025, 23 January “Friends for Sale: The Rise and Risks of AI Companions What Are the Possible Long-Term Effects of AI Companions on Individuals and Society?” Available at: <https://www.adalovelaceinstitute.org/blog/ai-companions/#:~:text=The-long-Drun-emotional-effects-and-imperceptibly-to-users-themselves>.
- Braun, Virginia, & Clarke, Victoria (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. doi: 10.1191/1478088706qp063oa.
- Coeckelbergh, Mark (2022). *Robot Ethics*. Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology Press.
- Couldry, Nick, & Hepp, Andreas (2017). *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity Press.
- Damiano, Luisa, & Dumouchel, Paul (2018) Anthropomorphism in Human–Robot Co-evolution. *Frontiers in Psychology*, 9(468), 1-9. doi: 10.3389/fpsyg.2018.00468.
- Dix, Alan, Finlay, Janet, Abowd, Gregory, & Beale, Russell (2004). *Human-Computer Interaction* (third edition). England, UK: Prentice Hall.
- Duffy, Brian R. (2003) Anthropomorphism and the Social Robot. *Robotics and Autonomous Systems*, 42(3-4),177-190. doi:10.1016/S0921-8890(02)00374-3.
- Eisenberger, Naomi I., Lieberman, Matthew D., Williams, Kipling D. (2003) Does Rejection Hurt? An fMRI Study of Social Exclusion. *Science*, 302(5643), 290-302. doi: 10.1126/science.1089134.
- Faverio, Michelle, Anderson, Monica, & Park, Eugenie (2025, April 22) “Teens, Social Media and Mental Health”. Available at: <https://www.pewresearch.org/internet/2025/04/22/teens-social-media-and-mental-health/>
- Freitas, Julian de, Uguralp, Ahmet Kaan, Uguralp Zeliha, Stefano, Puntoni (2024) AI Companions Reduce Loneliness. *Harvard Business Working Paper* No. 24-078, The Wharton School Research Paper. Available at: https://www.hbs.edu/ris/PublicationFiles/24-078_a3d2e2c7-eca1-4767-8543-122e818bf2e5.pdf.
- Hjarvard, Stig (2013). *The Mediatization of Culture and Society*. London: Routledge.
- Hine, Christine (2000) *Virtual Ethnography*. London, Thousand Oaks: SAGE Publication Inc.
- Indonesia–National Adolescent Mental Health Survey (I-NAMHS). *Research Report*. Center for Reproductive Health, University of Queensland & Johns Bloomberg Hopkins School of Public Health (2022 October). Availbale at: <https://qcmhr.org/outputs/reports/12-i-namhs-report-bahasa-indonesia/file>.
- Kemendes.go.id (2022) “Depresi Pada Anak Muda di Indonesia”. Available at: <https://repository.badankebijakan.kemkes.go.id/id/eprint/5532/1/03-factsheet-Keswa-bahasa.pdf>.
- Kumparan.com (2025, July 02). “Kamu Nyaman Curhat dengan IA? Hati-hati Kena Gangguan Mental”. Available at: <https://theconversation.com/kamu-nyaman-curhat-dengan-ai-hati-hati-kena-gangguan-mental-258460>.
- Lucas, Gale et al. (2023) It’s Only a Computer: Virtual Humans Increase Willingness to Disclose. *Computers in Human Behavior*, Vol. 37, 94-100. doi: 10.1016/j.chb.2014.04.043.
- Qi, Tiejun, Liu, Hongshen, & Huang, Zihui (2025) An Assistant or A Friend? The Role of Parasocial Relationship of Human-Computer Interaction. *Computers in Human Behavior*, Vol. 167, Issue C, 108625. doi: 10.1016/j.chb.2025.108625.



- Reeves, Byron & Nass, Clifford (1996) *The Media Equation: How People Treat Computers, Television, and New Media Like Real People and Places*. California: Cambridge University Press.
- Rogers, Carl R. (1957). The Necessary and Sufficient Conditions of Therapeutic Personality Change. *Journal of Consulting Psychology*, 21(2), 95-103. doi: 10.1037/h0045357.
- Roshanaei, M., Rezapour, Rezvaneh, & El-Nasr, Megy Seif (2024) “Talk, Listen, Connect: Navigating Empathy in Human-AI Interactions”. Available at: <https://arxiv.org/html/2409.15550v1>.
- Savic, Milovan (2024) Artificial Companions, Real Connections? Examining AI’s Role in Social Connection. *M/C Journal*, 27(6). doi: 10.5204/mcj.3111.
- Shen, Jocelyn et al. (2024) Empathy Toward Artificial Intelligence Versus Human Experiences and the Role of Transparency in Mental Health and Social Support Chatbot Design: Comparative Study. *Journal of Medical Internet Research (JMIR) Mental Health*, Vol. 11 (e62679). doi: 10.2196/62679.
- Turkle, Sherry (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.
- Waytz, Adam, Morewedge, Carey K., Epley, Nicholas, & Monteleone, George (2010). Making Sense by Making Sentient: Effectance Motivation Increases Anthropomorphism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 99(3), 410-435. doi: 10.1037/a0020240.
- Wifaqul, Moh. Idaini W. (2024). Implementasi Konseling Berbasis Kecerdasan Buatan (AI) dalam Mengatasi Stres Akademik pada Mahasiswa. *JCOSE: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 7(1), 19-31. doi: 10.24905/jcose.v7i1.198.
- Xie, Yuguang, Zhu, Keyu, Zhou, Peiyu, & Liang, Changyon (2023) How Does Anthropomorphism Improve Human-AI Interaction Satisfaction: A Dual-Path Model. *Computers in Human Behavior*, Vol. 148 (Issue C), 107878. doi: 10.1016/j.chb.2023.107878.