

ABSTRAK

Latar Belakang; *Chatbot* adalah salah satu teknologi kesehatan mental yang mulai banyak dikembangkan. *Chatbot* adalah salah satu produk dari sistem *Artificial Intelligence* (AI). Universitas Gadjah Mada juga mengembangkan *chatbot* kesehatan mental bernama Peduli dan Tanggap yang disingkat menjadi Lintang untuk penapisan masalah kesehatan, kemandirian kesehatan mental dan penghubung pengguna dengan layanan kesehatan mental.

Tujuan: Penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui dan mengeksplorasi intensi penggunaan *chatbot* Kesehatan Mental Lintang Universitas Gadjah Mada. Memahami persepsi pengguna melalui teori TAM dan TPB dapat diketahui kendala penggunaan dan memaksimalkan adopsi serta pengembangan *chatbot*.

Metode: Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan *cross-sectional*. Populasi penelitian merupakan pengguna *chatbot*. Data dikumpulkan secara daring dari 176 responden pengguna *chatbot* Lintang menggunakan teknik *convenience sampling* dan dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS)/VB-SEM (*variance-based structural equation modelling*) dengan alat bantu *software* SmartPLS.

Hasil: Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel laten dari konstruk TAM meliputi persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) (*p-value* 0,001) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (*p-value* 0,001), berkorelasi secara positif dan signifikan terhadap sikap (*attitude*) penggunaan *chatbot*, namun tidak berkorelasi secara signifikan pada intensi perilaku (*behaviour intention to use*) penggunaan *chatbot* Lintang UGM (*p-value* 0.054). Sementara variabel laten lainnya dari konstruk TPB meliputi norma subjektif (*subjective norm*) (*p-value* 0,001), persepsi kontrol perilaku (*perceived behavior control*) (*p-value* 0,001), sikap (*attitude*) (*p-value* 0,001) berkorelasi secara positif dan signifikan pada intensi perilaku (*behaviour intention to use*).

Kesimpulan: Sikap (*attitude*) dan intensi penggunaan (*behaviour intention to use*) *chatbot* kesehatan mental Lintang UGM masuk pada kategori baik/tinggi. Namun, masih diperlukan strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan intensi penggunaan melalui konstruk yang berkorelasi sesuai teori TAM dan TPB, meliputi pemahaman terhadap kegunaan *chatbot* dari sudut pandang pengguna, meningkatkan kemudahan penggunaan *chatbot* dan memberikan motivasi pada pengguna yang antusias untuk menjadi agen penyebaran informasi mengenai keberadaan *chatbot*.

Kata Kunci: *Chatbot*, Kesehatan Mental, Lintang, *Technology Acceptance Model*, *Theory of Planned Behavior*, UGM

ABSTRACT

Background; Chatbot is one of the mental health technologies that are starting to be developed with Artificial Intelligence (AI) system. Universitas Gadjah Mada also developed a mental health chatbot named “Peduli dan Tanggap” which is abbreviated to LINTANG for health problem screening, mental health independence and user liaison with mental health services.

Objectives; The study aims to determine and explore the intention to use the Lintang Mental Health chatbot of Universitas Gadjah Mada. Understanding user perceptions through TAM and TPB theories can identify barriers to use and maximize chatbot adoption and development.

Metode; This is quantitative research with a cross-sectional approach. The research population is chatbot users. Data were collected online from 176 respondents who used LINTANG chatbot using convenience sampling technique and analyzed using Partial Least Square (PLS)/VB-SEM (variance-based structural equation modeling) method with SmartPLS software tool.

Results; The results prove that the latent variables of the TAM construct include perceived usefulness (p-value 0.001) and perceived ease of use (p-value 0.001), have a positive and significant effect on the attitude of using chatbots, but do not have a significant effect on behavior intention to use the LINTANG UGM chatbot (p-value 0.054). While other latent variables from the TPB construct include subjective norm (p-value 0.001), perceived behavior control (p-value 0.001), attitude (p-value 0.001) have a positive and significant effect on behavior intention to use the LINTANG UGM chatbot.

Conclusion; Attitude and behavior intention to use the LINTANG UGM mental health chatbot are in the good/high category. However, strategies are still needed to maintain and increase intention to use through influential constructs according to TAM and TPB theories, including understanding the usefulness of chatbots from the user's point of view, increasing the ease of use of chatbots and motivating enthusiastic users to become agents for disseminating information about the existence of chatbots.

Keywords; Chatbot, Mental Health, LINTANG, Technology Acceptance Model, Theory of Planned Behavior, UGM