



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH *SOCIAL JUDGMENT* TERHADAP PERILAKU
OVERSHARING MELALUI *INSTAGRAM STORIES* PADA
GENERASI Z (SURVEI MAHASISWA/I AKTIF ILMU
KOMUNIKASI UNIVERSITAS NASIONAL TAHUN 2025/2026)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.Ikom)**

VANYA RHAISYA PUTRI

223516516535

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK PROGRAM
STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS NASIONAL JAKARTA**

2026



UNIVERSITAS NASIONAL

***THE EFFECT OF SOCIAL JUDGMENT ON OVERSHARING
BEHAVIOR THROUGH INSTAGRAM STORIES AMONG
GENERATION Z (SURVEY OF ACTIVE COMMUNICATION
STUDENTS AT THE NATIONAL UNIVERSITY IN 2025/2026)***

SKRIPSI

***Submitted as partial fulfilment of the requirements for the Bachelor degree in
Communication Studies (S.Ikom)***

VANYA RHAISYA PUTRI

223516516535

***FACULTY OF SOCIAL SCIENCES AND POLITICAL SCIENCE
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM
NATIONAL UNIVERSITY OF JAKARTA***

2026

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Nama : Vanya Rhaisya Putri

Npm : 22351651535

Tanda Tangan : Vanya Rhaisya Putri

Tanggal : Februari 2026

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Vanya Rhaisya Putri
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516535
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Public Relations
Judul Skripsi : Pengaruh *Social Judgment* Terhadap Perilaku *Oversharing* Melalui *Instagram Stories* Pada Generasi Z. Survei Mahasiswa Aktif Ilmu Komunikasi Universitas Nasional 2025/2026
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 12 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Nursatyo, S. Sos. M.Si.

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Swastiningsih, S.E., M.Si.

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : VANYA RHAISSYA PUTRI
NPM : 223516516535
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PENGARUH *SOCIAL JUDGMENT* TERHADAP PERILAKU *OVERSHARING* MELALUI *INSTAGRAM STORIES* PADA GENERASI Z (SURVEI MAHASISWAI AKTIF ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS NASIONAL TAHUN 2025/2026)
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari pernyataan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disahkan
Jakarta, 9 Maret 2026

Dosen Pembimbing

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Nursatyo, S.Sos., M.Si

Dr. Aas Yuli Firdaus, S.IP., M.S

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : VANYA RHAISSYA PUTRI
NPM : 223516516535
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PENGARUH *SOCIAL JUDGMENT* TERHADAP
PERILAKU *OVERSHARING* MELALUI
INSTAGRAM STORIES PADA GENERASI Z
(SURVEI MAHASISWA/I AKTIF ILMU
KOMUNIKASI UNIVERSITAS NASIONAL
TAHUN 2025/2026)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang/
penguji 2 : Swastiningsih, S.E., M.Si (.....)

Penguji I : Mira Adita Widianti, S.I.Kom., M.I.Kom (.....)

Pembimbing : Nursatyo, S.Sos., M.Si (.....)

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 9 Maret 2026

ABSTRAK

Nama : Vanya Rhaisya Putri
Program Studi : Program Studi Ilmu Komunikasi
Judul : Pengaruh *Social Judgment* Terhadap Perilaku *Oversharing*
Melalui *Instagram Stories* Pada Generasi Z (Survei
Mahasiswa/I Aktif Ilmu Komunikasi 2025/2026)
Pembimbing : Nursatyo,S.Sos.M.Si

Instagram Stories merupakan salah satu fitur Instagram yang memungkinkan pengguna membagikan foto, video, maupun teks secara singkat dan sementara, sehingga banyak dimanfaatkan oleh Generasi Z untuk mengekspresikan diri, berbagi aktivitas, serta berinteraksi dengan orang lain. Dalam penggunaannya, unggahan di Instagram Stories sering kali dipengaruhi oleh cara individu menilai dan mempertimbangkan pandangan orang lain, yang dalam penelitian ini dikaji menggunakan teori Social Judgment. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Social Judgment terhadap perilaku oversharing di Instagram Stories pada mahasiswa/i Generasi Z Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden pengguna aktif Instagram Stories, yang dianalisis menggunakan uji normalitas, regresi linier sederhana, uji t, uji f, koefisien korelasi Pearson, dan koefisien determinasi dengan bantuan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 67% responden berada pada kategori sedang untuk Social Judgment, sedangkan 57% berada pada kategori sedang untuk perilaku oversharing. Hasil uji korelasi Pearson ($r = 0,739$; $p < 0,05$) menunjukkan hubungan yang kuat dan positif antara kedua variabel, dengan koefisien determinasi ($R^2 = 0,546$) yang berarti Social Judgment berkontribusi sebesar 54,6% terhadap perilaku oversharing, sementara sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: *Instagram Stories*, *Social Judgment*, Perilaku *Oversharing*, Generasi Z.

ABSTRACT

Name : Vanya Rhaisya Putri
Study Program : Communication Science
Title : The Effect of Social Judgment on Oversharing Behavior Through Instagram Stories Among Generation Z (Survey of Active Communication Students at The National University In 2025/2026)
Advisor : Nursatyo,S.Sos.M.Si

Instagram Stories is one of Instagram's features that allows users to share photos, videos, and text briefly and temporarily, making it widely used by Generation Z to express themselves, share activities, and interact with others. In its use, posts on Instagram Stories are often influenced by how individuals assess and consider the views of others, which in this study is examined using Social Judgment theory. Based on this, this study aims to analyze the influence of Social Judgment on oversharing behavior on Instagram Stories among Generation Z students in the Communication Studies Program at the National University. This study uses a quantitative approach with a survey method by distributing questionnaires to 100 respondents who are active users of Instagram Stories, which are analyzed using normality tests, simple linear regression, t-tests, f-tests, Pearson's correlation coefficient, and the coefficient of determination with the help of SPSS 26. The results of the study show that 67% of respondents were in the moderate category for Social Judgment, while 57% were in the moderate category for oversharing behavior. The results of the Pearson correlation test ($r = 0.739$; $p < 0.05$) show a strong and positive relationship between the two variables, with a coefficient of determination ($R^2 = 0.546$), which means that Social Judgment contributes 54.6% to oversharing behavior, while the rest is influenced by other factors outside this study.

Keywords: *Instagram Stories, Social Judgment, Oversharing Behavior, Generation Z.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PERSETUJUAN PROPOSAL SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1. Manfaat Teoritis	6
1.4.2. Manfaat Praktis.....	6
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Teori	14
2.2.1. <i>Social Judgment Theory</i> (STJ).....	14
2.2.2. Faktor yang mempengaruhi <i>Social Judgment</i>	15
2.2.3. Aspek <i>Social Judgment</i>	17
2.2.4. Hubungan antara <i>Social Judgment</i> dengan <i>Oversharing</i>	18
2.3. Konsep Penelitian	20
2.3.1. Instagram	20

2.3.2.	Generasi Z	22
2.3.3.	Perilaku <i>Oversharing</i>	23
2.3.3.1.	Pengertian <i>Oversharing</i>	23
2.3.3.2.	Faktor <i>Oversharing</i>	25
2.3.3.3.	Aspek <i>Oversharing</i>	26
2.3.3.4.	Ciri Ciri <i>Oversharing</i>	29
2.3.3.5.	Bahaya <i>Oversharing</i>	30
2.4.	Kerangka Berpikir	31
2.5.	Hipotesis Penelitian	33
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1.	Paradigma Penelitian	34
3.2.	Pendekatan Penelitian	34
3.3.	Metode Penelitian	35
3.4.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	36
3.4.1.	Populasi	36
3.4.2.	Sampel	36
3.4.3.	Teknik Pengambilan Sampel	38
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	38
3.6.	Operasional Variabel	39
3.7.	Uji Instrument Penelitian	44
3.7.1.	Uji Validitas	44
3.7.2.	Uji Reliabilitas	47
3.8.	Teknik Analisis Data	48
3.8.1.	Analisis Data Deskriptif	49
3.8.2.	Analisis Inferensial	49
3.8.2.1.	Uji Normalitas	50
3.8.2.2.	Uji Korelasi	50
3.8.2.3.	Analisis Regresi Linier Sederhana	51
3.8.2.4.	Uji Koefisien Determinasi	52
3.9.	Uji Hipotesis	53
3.9.1.	Uji T	53
3.10.	Waktu dan Tempat Penelitian	53

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1. Gambaran Objek Penelitian	55
4.1.1. Profil Objek	55
4.2. Karakteristik Responden	56
4.2.1. Jenis Kelamin	56
4.2.2. Tahun Angkatan	57
4.2.3. Frekuensi Penggunaan <i>Instagram Stories</i>	57
4.3. Hasil Analisis Deskriptif	58
4.3.1. Gambaran Data Deskriptif Variabel X (<i>Social Judgment</i>)	58
4.3.2. Gambaran Data Deskriptif Kategorisasi Variabel X (<i>Social Judgment</i>)	69
4.3.3. Gambaran Data Deskriptif Variabel Y (<i>Perilaku Oversharing</i>)	72
4.3.4. Gambaran Data Deskriptif Kategorisasi Variabel Y (<i>Perilaku Oversharing</i>)	86
4.4. Analisis Inferensial	88
4.4.1. Hasil Uji Normalitas	88
4.4.2. Hasil Uji Korelasi	89
4.4.3. Uji Regresi Linier Sederhana	91
4.4.4. Hasil Uji Koefisienn Determinasi (<i>R Square</i>)	92
4.5. Uji Hipotesis	92
4.5.1. Uji T	92
4.6. Pembahasan Penelitian	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1. Kesimpulan	99
5.2. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data pengguna Instagram di Indonesia 2025	1
Gambar 1. 2 Data pengguna instagram Generasi Z di Indonesia 2025.....	2
Gambar 1. 3 Perilaku <i>Oversharing</i> di <i>Instagram Stories</i> Terkait Masalah Keluarga..	3
Gambar 2. 1 Data pengguna Instagram di dunia.....	20
Gambar 3. 1 Jumlah Mahasiswa/i Aktif Ilmu Komunikasi Universitas Nasional 2025/2026.....	36
Gambar 3. 2 Rumus Slovin	37
Gambar 3. 3 Instrument Skala Likert.....	39
Gambar 3. 4 Rumus Pearson Product Moment.....	45
Gambar 3. 5 Rumus Cronbach Alpha	47
Gambar 3. 6 Rumus Korelasi Pearson	51



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Mapping Journal Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2. 2 Kerangka Berpikir.....	32
Tabel 3. 1 Tabel Instrumen Penelitian <i>Social Judgment</i> (Variabel X)	41
Tabel 3. 2 Tabel Instrumen Penelitian <i>Oversharing</i> (Variabel Y).....	43
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel X <i>Social Judgment</i>	45
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y Perilaku <i>Oversharing</i>	46
Tabel 3. 5 Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel X <i>Social Judgment</i>	47
Tabel 3. 6 Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel Y Perilaku <i>Oversharing</i>	48
Tabel 3. 7 Jadwal penelitian.....	54
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	56
Tabel 4. 2 Tahun Angkatan Responden	57
Tabel 4. 3 Frekuensi Penggunaan <i>Instagram Stories</i>	57
Tabel 4. 4 Hasil Tanggapan Pernyataan X1	58
Tabel 4. 5 Hasil Tanggapan Pernyataan X2.....	59
Tabel 4. 6 Hasil Tanggapan Pernyataan X3.....	59
Tabel 4. 7 Hasil Tanggapan Pernyataan X4.....	60
Tabel 4. 8 Hasil Tanggapan Pernyataan X5.....	61
Tabel 4. 9 Hasil Tanggapan Pernyataan X6.....	61
Tabel 4. 10 Hasil Tanggapan Pernyataan X7	62
Tabel 4. 11 Hasil Tanggapan Pernyataan X8.....	63
Tabel 4. 12 Hasil Tanggapan Pernyataan X9	64
Tabel 4. 13 Hasil Tanggapan Pernyataan X10.....	64
Tabel 4. 14 Hasil Tanggapan Pernyataan X11	65
Tabel 4. 15 Hasil Tanggapan Pernyataan X12.....	66
Tabel 4. 16 Hasil Tanggapan Pernyataan X13.....	66
Tabel 4. 17 Hasil Statistik Deskriptif Variabel X <i>Social Judgment</i>	67
Tabel 4. 18 Perhitungan Kategorisasi Variabel X <i>Social Judgment</i>	69

Tabel 4. 19 Kategorisasi Variabel X <i>Social Judgment</i>	70
Tabel 4. 20 Hasil Perhitungan Frekuensi Variabel X <i>Social Judgment</i>	70
Tabel 4. 21 Hasil Tanggapan Pernyataan Y1	72
Tabel 4. 22 Hasil Tanggapan Pernyataan Y2	73
Tabel 4. 23 Hasil Tanggapan Pernyataan Y3	74
Tabel 4. 24 Hasil Tanggapan Pernyataan Y4	74
Tabel 4. 25 Hasil Tanggapan Pernyataan Y5	75
Tabel 4. 26 Hasil Tanggapan Pernyataan Y6	76
Tabel 4. 27 Hasil Tanggapan Pernyataan Y7	77
Tabel 4. 28 Hasil Tanggapan Pernyataan Y8	77
Tabel 4. 29 Hasil Tanggapan Pernyataan Y9	78
Tabel 4. 30 Hasil Tanggapan Pernyataan Y10	79
Tabel 4. 31 Hasil Tanggapan Pernyataan Y11	80
Tabel 4. 32 Hasil Tanggapan Pernyataan Y12	80
Tabel 4. 33 Hasil Tanggapan Pernyataan Y13	81
Tabel 4. 34 Hasil Tanggapan Pernyataan Y14	82
Tabel 4. 35 Hasil Tanggapan Pernyataan Y15	82
Tabel 4. 36 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Y Perilaku <i>Oversharing</i>	83
Tabel 4. 37 Peritungan Kategorisasi Variabel Y Perilaku <i>Oversharing</i>	86
Tabel 4. 38 Kategorisasi Variabel Y Perilaku <i>Oversharing</i>	86
Tabel 4. 39 Hasil Perhitungann Frekuensi Variabel Y Perilaku <i>Oversharing</i>	87
Tabel 4. 40 Hasil Output Uji Normalitas Variabel X dan Y	89
Tabel 4. 41 Hasil Output SPSS Koefisien Korelasi X dan Y	89
Tabel 4. 42 Pedoman Uji Korelasi Pearson	90
Tabel 4. 43 Hasil Output SPSS Model Regresi Sederhana X Dan Y	91
Tabel 4. 44 Hasil Output SPSS Koefisien Deermisasi (R^2) X dan Y	92
Tabel 4. 45 Hasil Output SPSS Uji T Variabel X dan Y	93