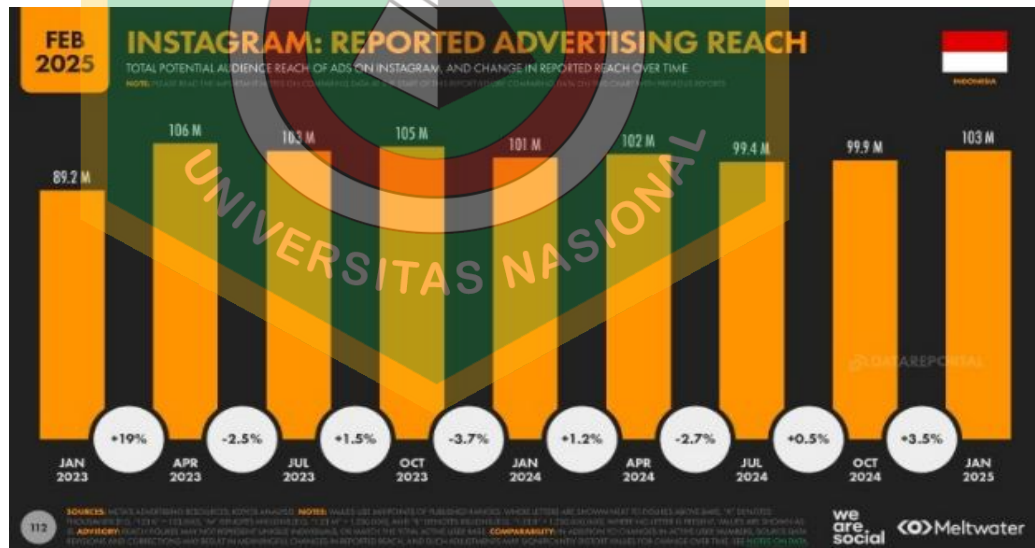


BAB I

PENDAHULUAN

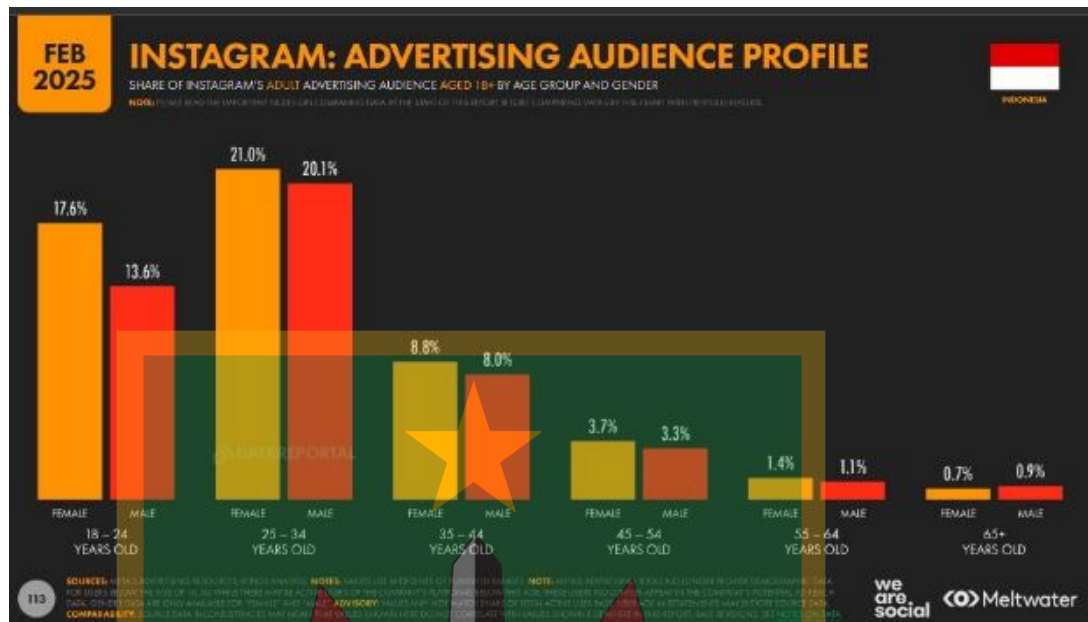
1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan populasi terbesar keempat di dunia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2025 jumlah penduduk Indonesia mencapai 284,438,8 juta orang, dengan 74,93 juta orang adalah Generasi Z, yang akan mengakibatkan perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sosial, ekonomi, dan budaya. Generasi Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1997 sampai 2012 diidentifikasi sebagai generasi yang sangat dekat dengan berbagai platform media sosial serta dikenal sebagai digital *natives* yang sangat terhubung dengan internet. Generasi Z memainkan peran penting dalam mengubah teknologi, tren digital, dan perilaku konsumen, terutama dalam hal penggunaan media sosial dan konsumsi konten online.



Gambar 1. 1 Data pengguna Instagram di Indonesia 2025

Sumber: We Are Social



Gambar 1. 2 2Data pengguna instagram Generasi Z di Indonesia 2025

Sumber: We Are Social

Menurut data dari *We Are Social* pada tahun 2025, terdapat 103 juta orang di Indonesia menggunakan Instagram, dengan 72,3% diantaranya adalah Generasi Z. Instagram menjadi salah satu platform paling populer di kalangan Generasi Z karena fitur *Instagram Stories*, yang memungkinkan pengguna membagikan konten secara spontan, dan cepat terkait perasaan mereka. Instagram memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri dan berbagi cerita kesehariannya secara langsung, Namun beberapa pengguna tidak tahu cara mengatur batas antara informasi pribadi dan publik.

Batasan ini seharusnya berfungsi sebagai batas antara berbagi terlalu banyak atau hanya secukupnya. Namun, banyak pengguna Instagram terbiasa mengunggah konten pribadi tanpa memikirkan akibatnya. Hal ini bisa berdampak buruk, terutama terkait dengan privasi. Perilaku ini berkaitan dengan *Oversharing* menurut definisi yaitu membagikan informasi pribadi terlalu banyak dan pendapat pribadi yang diberikan seseorang tanpa adanya batasan, seperti status hubungan seseorang (Aisy, Auliya, Alfira, 2023).

Oversharing bisa memicu berbagai dampak negatif, seperti gangguan privasi, penilaian negatif dari orang lain dan tekanan sosial karena pendapat orang tentang apa yang diposting di media sosial. Fenomena ini biasanya datang secara bertahap, misalnya dimulai dari kebiasaan membagikan hal-hal sederhana seperti makanan yang sedang dimakan atau musik yang sedang didengarkan, lalu berkembang menjadi kebiasaan mengunggah aktivitas sehari-hari terus-menerus. Hal ini bisa membuat seseorang membagikan informasi yang semakin pribadi, seperti lokasi secara *real time*, masalah dalam hubungan, masalah keluarga atau perasaan sensitif.



Gambar 1. 3 Perilaku *Oversharing* di Instagram Stories Terkait Masalah Keluarga
Sumber: Instagram Stories @hadzahmutiarasofya (selaku kaka ratu sofya)

Berikut salah satu contoh fenomena perilaku *Oversharing* di Instagram Stories dari artis Ratu Sofya yang membagikan permasalahan keluarga yang seharusnya bersifat pribadi dan tidak seharusnya dipublikasikan ke ruang publik. Ratu Sofya merupakan seorang aktris muda Indonesia yang dikenal melalui berbagai sinetron dan memiliki jumlah pengikut yang cukup banyak di media sosial. Sebagai publik figur, aktivitasnya di media sosial sering menjadi perhatian warganet karena memiliki jangkauan audiens yang luas.

Terkait postingan mengenai konflik keluarga yang dibagikannya melalui *Instagram Stories*, hal ini kemudian dengan cepat menarik perhatian publik dan menjadi perbincangan luas di berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan X (Twitter). Dimana banyak pengguna media sosial yang membagikan ulang tangkapan layar atau *screen record* dari postingan tersebut, memberikan komentar, hingga membuat berbagai konten reaksi yang turut memperluas penyebaran isu tersebut. Karena itu, masalah ini menyebabkan topik tersebut menjadi viral dan ramai diperbincangkan oleh warganet di berbagai ruang digital.

Viralnya konten tersebut tidak hanya disebabkan oleh statusnya sebagai public figur, tetapi juga karena konten yang dibagikan bersifat personal dan sensitif sehingga memicu rasa penasaran serta keterlibatan emosional dari Masyarakat luas. Dalam perkembangannya media sosial yang semakin canggih memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan konten yang mengandung unsur konflik pribadi sering kali lebih mudah menarik perhatian dan meningkatkan interaksi publik.

Tindakan seperti ini berpotensi menimbulkan dampak negatif, terutama berkaitan dengan privasi dan persepsi publik terhadap pihak yang terlibat. Oleh karena itu, fenomena seperti ini menjadi semakin relevan bagi Generasi Z yang tumbuh di tengah era digital dan hasrat mereka yang tinggi untuk mendapatkan pengakuan sosial dan dukungan dari orang-orang sekitarnya

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, *Social Judgment Theory* (SJT) yang dikemukakan oleh Muzafer Sheriff (1961) digunakan untuk menganalisis bagaimana seseorang menilai pesan dan membantu pemahaman tentang komunikasi sebagai perubahan sikap atau sikap atau perilaku yang di dasarkan atas penilaian dari orang lain. *Social Judgment Theory* (SJT) Menurut Sherif (1961), perubahan sikap pribadi utamanya terjadi karena interaksi tiga faktor: (1) sikap awal/asli audiens, (2) pesan-pesan (atau opini orang lain), (3) kredibilitas pesan. Dalam *Social Judgment theory* (SJT) ini terdapat tiga zona sikap individu dalam

melakukan interaksi sosial yaitu penerimaan, penolakan dan *non* komitmen. Teori ini diawali ketika seseorang mendengar ataupun merespon suatu pesan maka seseorang akan cenderung untuk memberikan penilaian berdasarkan atas pengalaman yang telah dimiliki untuk menseleksi dan mempertimbangkan setiap informasi yang diterima. Jika individu memiliki kemampuan *Social Judgment* yang tinggi, artinya mampu menilai dan memaknai pesan sosial dengan lebih baik berdasarkan sikap dan nilai pribadinya. Kemampuan ini membuat individu lebih peka terhadap konsekuensi sosial dari perilakunya, termasuk dalam membagikan informasi di *Instagram Stories*. Dengan demikian, individu akan lebih selektif dan mempertimbangkan terlebih dahulu sebelum memposting sesuatu. Sebaliknya, apabila kemampuan *Social Judgment* rendah, individu cenderung kurang mampu menilai batas kewajaran dalam berbagi informasi, sehingga kecenderungan untuk melakukan *Oversharing* akan meningkat.

Berdasarkan fenomena tersebut, meneliti bagaimana pengaruh *social judgement* terhadap perilaku *Oversharing* di media sosial menjadi penting, terutama pada *Instagram Stories* yang bersifat spontan dan sementara. Generasi Z dipilih sebagai subjek penelitian karena generasi ini merupakan pengguna Instagram paling aktif dan memiliki pola komunikasi *online* yang sangat bergantung pada *Social Judgement*. Namun, belum ada penelitian yang secara khusus meneliti bagaimana *Social Judgement* memengaruhi perilaku di *Instagram Stories* pada Generasi Z Survei Mahasiswa/I Aktif Ilmu Komunikasi di Universitas Nasional 2025/2026. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mendapatkan pemahaman terkait bagaimana pengaruh *Social Judgement* terhadap perilaku *Oversharing* melalui *Instagram Stories* pada Generasi Z Survei Mahasiswa/I Aktif Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Tahun 2025/2026.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **“Apakah terdapat pengaruh *Social Judgment* terhadap perilaku *Oversharing* melalui *Instagram Stories* pada Generasi Z Survei Mahasiswa/I Aktif Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Tahun 2025/2026?**

1.3. Tujuan Penelitian

Mengambil daripada rumusan masalah diatas, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Social Judgement* terhadap perilaku *Oversharing* melalui *Instagram Stories* pada Generasi Z Survei Mahasiswa/I Aktif Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Tahun 2025/2026.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun hasil pada penelitian ini, diharapkan bisa memberikan kegunaan atau manfaat untuk berbagai pihak diantara lain:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat menjadi sumber referensi dalam Amplifikasi ilmu komunikasi, khususnya bagaimana menerapkan *Social Judgment Theory* (SJT) untuk pemahaman tentang komunikasi sebagai perubahan sikap sosial. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi akademis untuk melihat pengaruh *Social Judgement* terhadap perilaku *Oversharing* di kalangan media sosial.

1.4.2. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat membantu pengguna media sosial, khususnya Generasi Z, untuk lebih cerdas dalam membagikan informasi pribadi di *Instagram Stories*. Dengan memahami pengaruh *Social Judgement* terhadap perilaku *Oversharing*, pengguna Instagram diharapkan dapat mengontrol

kecenderungan untuk berbagi terlalu banyak, menjaga privasi mereka, dan membangun citra diri yang baik di media sosial.

1.5. Sistematika Penulisan

Adapun Sistematika pada penelitian ini terdiri dari lima bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori, konsep *Oversharing*, Instagram, dan karakteristik Generasi Z. Selain itu, bab ini juga memuat hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini membahas pendekatan penelitian, metode penelitian kuantitatif dengan 100 responden yang sudah di uji validitas dan reliabilitas pada 30 responden dan juga terdapat teknik pengumpulan data, teknik analisis data seperti analisis data deskriptif dan analisis inferensial, serta lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang pengolahan data dengan menggunakan data deskriptif dan juga inferensial. Pengolahan meliputi beberapa uji seperti, uji normalitas, uji linear sederhana, uji determinasi, koefisien korelasi, serta uji T yang menghasilkan temuan mengenai tingkat *Social Judgment* dan Perilaku *Oversharing* pada Generasi Z Survei Mahasiswa/I Ilmu Komunikasi Universitas Nasional, serta pengaruh *Social Judgment* terhadap Perilaku *Oversharing* di *Instagram Stories*.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian mengenai pengaruh *Social Judgment* terhadap Perilaku *Oversharing* melalui *Instagram Stories* pada Generasi Z survei Mahasiswa/I Aktif Ilmu Komunikasi

Universitas Nasional 2025/2026, serta saran yang disusun berdasarkan temuan penelitian dan keterbatasan yang terdapat pada masing-masing variabel.

