



**PENGARUH PAPARAN KONTEN MEDIA SOSIAL
TERHADAP GROUP BASED EMOTION – SHAME
MENGENAI ISU #INDONESIA GELAP PADA GENERASI Z**



**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**I MADE JULIO TIRTA YATRA
46122010061**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
(2026)**



**PENGARUH PAPARAN KONTEN MEDIA SOSIAL
TERHADAP GROUP BASED EMOTION – SHAME
MENGENAI ISU #INDONESIA GELAP PADA GENERASI Z**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana



**I MADE JULIO TIRTA YATRA
46122010061**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
(2026)**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : I Made Julio Tirta Yatra
NIM : 46122010061
Fakultas/Program Studi : Psikologi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“PENGARUH PAPARAN KONTEN MEDIA SOSIAL TERHADAP GROUP BASED EMOTION - SHAME MENGENAI ISU #INDONESIA GELAP PADA GENERASI Z”

adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 24 Agustus 2026



I Made Julio Tirta Yatra

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

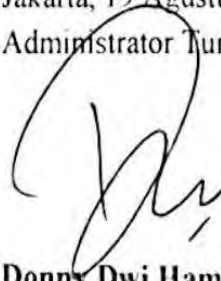
Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama	I Made Julio Tirta Yatra
NIM	46122010061
Program Studi	S1 Psikologi

dengan judul

“PENGARUH PAPARAN KONTEN MEDIA SOSIAL TERHADAP GROUP BASED EMOTION - SHAME MENGENAI ISU #INDONESIA GELAP PADA GENERASI Z”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 19 Agustus 2026 didapatkan nilai persentase sebesar 26%.

Jakarta, 19 Agustus 2026
Administrator Turnitin



Donny Dwi Hambodo, S.Ikom

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : I Made Julio Tirta Yatra
NIM : 46122010061
Fakultas/Program Studi : Psikologi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH PAPARAN KONTEN MEDIA
SOSIAL TERHADAP GROUP BASED
EMOTION - SHAME MENGENAI ISU
#INDONESIA GELAP PADA GENERASI Z

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 24 Agustus 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



Dr. Irfan Aulia Syaiful, S.Psi, M.Psi, Psikolog

NIDN/NUPTK: 0330058304

Jakarta, 24 Agustus 2026

Dekan Fakultas Psikologi



Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ph.D

NIDN/NUPTK: 0316058002

Ketua Program Studi Psikologi



Karisma Riskinanti, M.Psi., Psikologi

NIDN/NUPTK: 0324068701

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Psikologi pada Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ph.D selaku Dekan Fakultas Psikologi
3. Ibu Karisma Riskinanti, S.Psi., M.Psi Psikolog selaku Ketua Program Studi Psikologi.
4. Bapak Dr. Irfan Aulia Syaiful, S.Psi M.Psi, Psikolog selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Seluruh responden yang telah bersedia mengikuti dan meluangkan waktu dan tenaga untuk dapat berpartisipasi dalam penelitian ini sehingga data penelitian dapat terkumpul dengan baik
6. Teruntuk Papa saya, I Putu Elia Tirta Yatra selaku ayah saya yang telah bekerja keras untuk menghidupi keluarga saya, memfasilitasi serta mendukung progress saya.
7. Ibu Saya, Asih Dwi Kristiyani selaku ibu saya yang telah memberi masukan dan nasihat serta menjadi pengingat saya untuk mencukupi kebutuhan tubuh ketika mengerjakan tugas akhir
8. Hernandani Ari Murti, Firdha Zahra Ramadhani, Ainy Salsa Fadillah, Nabila Aprilia Bachray yang menghibur, memberikan semangat satu sama lain, dukungan serta menjadi motivasi saya dalam proses penyusunan skripsi hingga dapat di selesaikan.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 24 Agustus 2026

I Made Julio Tirta Yatra



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : I Made Julio Tirta Yatra
NIM : 46122010061
Fakultas/Program Studi : Psikologi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Paparan Konten Media Sosial terhadap Group Based Emotion - Shame mengenai isu #IndonesiaGelap pada Generasi Z

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 24 Agustus 2026

Yang menyatakan,



I Made Julio Tirta Yatra

**PENGARUH PAPARAN KONTEN MEDIA SOSIAL TERHADAP GROUP
BASED EMOTION-SHAME MENGENAI ISU #INDONESIAHELAP
PADA GENERASI Z**

I MADE JULIO TIRTA YATRA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh paparan konten media sosial terkait isu #IndonesiaHelap terhadap group-based emotion – shame pada Generasi Z. Group-based emotion – shame diartikan sebagai tingkat emosi malu yang dirasakan individu sebagai respons atas persepsi bahwa kelompoknya memiliki citra negatif, gagal memenuhi standar sosial, atau dipersepsikan buruk oleh orang lain. Paparan konten media sosial merupakan variabel bebas yang dimanipulasi melalui pemberian stimulus berupa poster digital, yaitu poster terkait isu #IndonesiaHelap untuk kelompok eksperimen dan poster iklan makanan untuk kelompok kontrol. Penelitian ini menggunakan desain kuasi-eksperimen dengan melibatkan 187 partisipan yang terbagi menjadi dua kelompok, yaitu 93 partisipan kelompok eksperimen dan 94 partisipan kelompok kontrol, yang ditempatkan ke dalam kelompok menggunakan teknik systematic allocation. Data dianalisis menggunakan uji non-parametrik, yaitu Wilcoxon Signed-Rank Test untuk melihat perubahan skor pretest-posttest pada masing-masing kelompok, serta uji Mann-Whitney U untuk membandingkan gain score antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol. Hasil penelitian pada uji Mann-Whitney U menunjukkan tidak terdapat perbedaan peningkatan yang signifikan secara statistik antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol ($U = 3753,500$; $Z = -1671$; $p = 0,095$), sehingga hipotesis penelitian ditolak, sementara analisis lanjutan juga tidak menemukan perbedaan peningkatan yang signifikan berdasarkan gender maupun platform media sosial. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa paparan konten media sosial terkait isu #IndonesiaHelap belum dapat dinyatakan memberikan pengaruh yang signifikan secara khusus terhadap peningkatan group-based emotion – shame pada Generasi Z jika dibandingkan dengan kelompok kontrol.

Kata Kunci: Group-Based Emotion, Shame, paparan konten, media sosial, #IndonesiaHelap

**THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA CONTENT EXPOSURE ON
GROUP BASED EMOTION - SHAME REGARDING THE
#INDONESIAHELAP ISSUE AMONG GENERATION Z**

I MADE JULIO TIRTA YATRA

ABSTRACT

This study aims to empirically examine the effect of exposure to social media content regarding the #IndonesiaHelap issue on group-based emotion – shame among Generation Z. Group-based emotion - shame is defined as the level of shame felt by an individual in response to the perception that their ingroup has a negative image, fails to meet social standards, or is evaluated poorly by others. Social media content exposure serves as the independent variable, manipulated through the presentation of digital poster stimuli - specifically, posters related to the #IndonesiaHelap issue for the experimental group and food advertisement posters for the control group. This study employed a quasi-experimental design involving 187 participants divided into two groups: 93 participants in the experimental group and 94 participants in the control group, assigned using a systematic allocation technique. Data were analyzed using non-parametric statistical tests, specifically the Wilcoxon Signed-Rank Test to examine pretest-posttest score changes within each group, and the Mann-Whitney U Test to compare gain scores between the experimental and control groups. The Mann-Whitney U Test results indicated no statistically significant difference in gain score increase between the experimental and control groups ($U = 3753,500$; $Z = -1671$; $p = 0,095$), leading to the rejection of the research hypothesis; further secondary analyses also revealed no significant differences based on gender or social media platform usage. Consequently, it can be concluded that exposure to social media content regarding the #IndonesiaHelap issue cannot be stated to exert a statistically significant influence specifically on increasing group-based emotion – shame among Generation Z when compared to a control group.

Keywords: Group-Based Emotion, Shame, content exposure, social media, #IndonesiaHelap

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	ii
PERNYATAAN <i>SIMILIARITY CHECK</i>	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 <i>Group-Based Emotion Shame</i>	10
2.1.1 Definisi <i>Group-Based Emotion Shame</i>	10
2.1.2 Dimensi <i>Group Based Emotion Shame</i>	12
2.1.3 Faktor-faktor <i>Group Based-Shame</i>	14
2.2 Paparan Konten Media Sosial	15
2.2.1 Definisi Paparan Konten Media Sosial.....	15
2.2.2 Karakteristik Stimulus Paparan Konten Media Sosial.....	16
2.3 Penelitian Terdahulu.....	18
2.4 Dinamika Penelitian	21

2.5 Kerangka Berpikir	23
2.6 Hipotesis Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.1.1 Identifikasi Variabel	27
3.2 Populasi dan Sampel	27
3.2.1 Populasi.....	27
3.2.2 Sampel	28
3.3 Definisi Operasional.....	29
3.3.1 Paparan Konten Media Sosial (Variabel Independen IV):	29
3.3.2 <i>Group-Based Emotion Shame</i> (Variabel Dependen DV)	29
3.4 Instrumen Penelitian.....	29
3.4.1 <i>Group Based Emotion - Shame</i>	29
3.5 Validitas dan Reliabilitas.....	32
3.5.1 Uji Validitas	32
3.5.2 Reliabilitas dan Analisis Aitem.....	33
3.5.3 Simpulan Akhir Pengujian Alat Ukur	35
3.6 Pelaksanaan Penelitian	35
3.6.1 Stimulus Penelitian	37
3.7 Teknik Analisis Data.....	41
3.7.1 Uji Deskriptif	41
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.7.3 Uji Hipotesis	42
3.7.4 Analisis Lanjutan	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum Subjek	45
4.2 Demografi Partisipan.....	46
4.2.1 Demografi Partisipan Kelompok Eksperimen	46
4.2.2 Demografi Partisipan Kelompok Kontrol.....	47
4.3 Hasil Penelitian.....	49
4.3.1 Analisis Deskriptif	49
4.3.2 Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas)	50

4.4 Uji Hipotesis.....	51
4.4.1 Uji Wilcoxon.....	51
4.4.2 Uji Mann-Whitney U	53
4.5 Analisis Lanjutan.....	54
4.5.1 Mann-whitney U gain Berdasarkan gender	54
4.5.2 Kruskall wills gain Berdasarkan sosial media	55
4.6 Pembahasan Hasil.....	57
BAB V KESIMPULAN	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Keterbatasan Penelitian	67
5.3 Saran Penelitian	69
5.3.1 Saran Teoretis.....	69
5.3.2 Saran Praktis.....	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	76



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 <i>Blueprint</i> Penelitian.....	30
Tabel 3. 2 Tabel Aitem Instrumen Penelitian	31
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	34
Tabel 3. 4 Hasil Analisis Item Berdasarkan <i>Corrected Item–Total Correlation</i> Kelompok Eksperimen.....	34
Tabel 3. 5 Prosedur Pelaksanaan Penelitian.....	36
Tabel 4. 1 Demografi Partisipan Kelompok Eksperimen berdasarkan Gender	46
Tabel 4. 2 Demografi Partisipan Kelompok Eksperimen berdasarkan Penggunaan Media Sosial.....	46
Tabel 4. 3 Demografi Partisipan Kelompok Kontrol berdasarkan Gender	47
Tabel 4. 4 Demografi Partisipan Kelompok Kontrol berdasarkan Penggunaan Media Sosial.....	48
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol ...	49
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif GAIN score.....	50
Tabel 4. 7 Uji Normalitas Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol.....	50
Tabel 4. 8 Uji Wilcoxon pada Kelompok Eksperimen	51
Tabel 4. 9 Uji Wilcoxon pada Kelompok Kontrol.....	52
Tabel 4. 10 Mann-Whitney Rank GAIN.....	53
Tabel 4. 11 Mann-Whitney U	53
Tabel 4. 12 Mann-whitney U gain Berdasarkan gender	54
Tabel 4. 13 Mann-whitney U gain Berdasarkan gender	54
Tabel 4. 14 Kruskall wills gain Berdasarkan sosial media	55
Tabel 4. 15 Kruskall wills gain Berdasarkan sosial media	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Penelitian	25
Gambar 3. 1 Stimulus Kelompok Eksperimen.....	38
Gambar 3. 2 Stimulus Kelompok Eksperimen.....	38
Gambar 3. 3 Stimulus Kelompok Kontrol	39
Gambar 3. 4 Stimulus Kelompok Kontrol	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. <i>Expert Judgement (1) Collective Shame Scale</i>	76
Lampiran 2. <i>Expert Judgement (2) Collective Shame Scale</i>	78
Lampiran 3. <i>Final Expert Judgement Collective Shame Scale</i>	80
Lampiran 4. Hasil Perhitungan CVI	81
Lampiran 5. <i>Gform</i> pra penelitian	81
Lampiran 6. <i>Gform</i> pre test	82
Lampiran 7. <i>Gform posttest</i> kelompok eksperimen	82
Lampiran 8. <i>Gform posttest</i> kelompok kontrol	83

