



**PENGARUH PAPARAN KONTEN MEDIA SOSIAL
TERHADAP GROUP BASED EMOTION: GUILT MENGENAI
ISU #INDONESIA GELAP PADA GENERASI Z PENDUKUNG
“02”**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA
FIRDHA ZAHRA RAMADHANI
46122010065**

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



**PENGARUH PAPARAN KONTEN MEDIA SOSIAL
TERHADAP GROUP BASED EMOTION: GUILT MENGENAI
ISU #INDONESIAGELAP PADA GENERASI Z PENDUKUNG
“02”**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA
FIRDHA ZAHRA RAMADHANI
46122010065**

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

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Firdha Zahra Ramadhani

NIM : 46122010065

Fakultas/Program Studi: Psikologi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul: “Pengaruh Paparan Konten Media Sosial Terhadap *Group-Based Emotion: Guilt* mengenai Isu #IndonesiaGelap pada Generasi Z Pendukung ”02”.” 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



Firdha Zahra Ramadhani,

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama	: Firdha Zahra Ramadhani
NIM	: 46122010065
Program Studi	: S1 Psikologi

dengan judul “ Pengaruh Paparan Konten Media Sosial terhadap Group-Based Emotion - Guilt mengenai Isu #IndonesiaGelap pada Generasi Z”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 18 Agustus 2026 didapatkan nilai persentase sebesar 26 %.

Jakarta, 18 Agustus 2026

Administrator Turnitin

Donny Dwi Hambodo, S.Ikom

HALAMAN PENGESAHAN

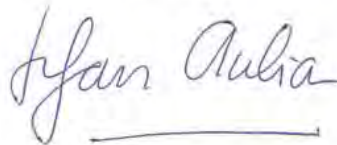
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Firdha Zahra Ramadhani
NIM : 46122010065
Fakultas/Program Studi : Psikologi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Paparan Konten Media Sosial terhadap Group-Based Emotion: Guilt mengenai isu #IndonesiaGelap pada Generasi Z pendukung "02"

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
Mengetahui,

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. Para partisipan penelitian, yang telah meluangkan waktu dan bersedia berpartisipasi sehingga penelitian ini dapat terlaksana.
6. Diri saya sendiri, yang telah bertahan dan terus berusaha hingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.
7. Kedua Orangtua, Adik, dan Keluarga besar Mbah Rakwad atas doa, kasih sayang, dan dukungan yang selalu diberikan selama proses perkuliahan hingga penyelesaian Tugas Akhir ini.

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
Firdha Zahra Ramadhani

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Firdha Zahra Ramadhani
NIM : 46122010065
Fakultas/Program Studi : S1 Psikologi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Paparan Konten Media Sosial Terhadap *Group-Based Emotion: Guilt* Mengenai Isu #IndonesiaGelap pada Generasi Z Pendukung "02"

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,



Firdha Zahra Ramadhani

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

FIRDHA ZAHRA RAMADHANI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh paparan konten terkait isu #IndonesiaGelap terhadap *group-based emotion (guilt)* pada Generasi Z pendukung "02". Paparan konten dalam penelitian ini didefinisikan sebagai pemberian stimulus berupa poster media sosial yang memuat narasi mengenai ketidakadilan sosial dan atribusi tanggung jawab kelompok, sedangkan *group-based emotion (guilt)* didefinisikan sebagai perasaan bersalah yang dialami individu sebagai anggota suatu kelompok ketika kelompok tersebut dipersepsikan memiliki tanggung jawab terhadap pelanggaran moral atau ketidakadilan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kuasi eksperimen dan desain *Two-Group Nonequivalent Control Group Pretest–Posttest*. Partisipan penelitian berjumlah 184 orang yang terdiri atas 91 partisipan kelompok eksperimen dan 93 partisipan kelompok kontrol. Partisipan merupakan Generasi Z berusia 18–27 tahun, aktif menggunakan media sosial, pernah mengetahui isu #IndonesiaGelap, serta memenuhi kriteria identifikasi terhadap kelompok sosial yang relevan dengan penelitian yaitu pendukung "02". Pembagian partisipan ke dalam kelompok dilakukan menggunakan *systematic allocation* berdasarkan urutan kehadiran dengan pola 1–2 secara bergantian. Data dianalisis menggunakan Wilcoxon Signed-Rank Test dan Mann–Whitney U Test. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok eksperimen mengalami peningkatan skor *group-based emotion (guilt)* yang signifikan dari pretest ke posttest ($Z = -6,395$; $p < .001$), sedangkan kelompok kontrol tidak menunjukkan perubahan yang signifikan ($Z = -1,652$; $p = .099$). Analisis skor gain menunjukkan bahwa kelompok eksperimen memiliki rata-rata gain sebesar 12,08, sedangkan kelompok kontrol sebesar 3,05. Hasil uji Mann–Whitney U menunjukkan adanya perbedaan skor gain yang signifikan antara kedua kelompok ($U = 2.605,50$; $Z = -4,519$; $p < .001$). Dengan demikian, paparan konten terkait isu #IndonesiaGelap dalam kondisi penelitian ini berpengaruh terhadap perubahan *group-based emotion (guilt)* pada Generasi Z pendukung "02".

Kata Kunci: Paparan konten, *group-based emotion (guilt)*, #IndonesiaGelap, Generasi Z, kuasi eksperimen

**THE EFFECT OF CONTENT EXPOSURE ON GROUP-BASED
EMOTION: GUILT IN THE CONTEXT OF THE #INDONESIA GELAP
ISSUE**

FIRDHA ZAHRA RAMADHANI

ABSTRACT

This study aimed to examine the effect of exposure to content related to the #IndonesiaGelap issue on group-based emotion (guilt) among Generation Z "02" voters. In this study, content exposure was defined as the provision of social media poster stimuli containing narratives of social injustice and group responsibility attribution. Group-based emotion (guilt) was defined as feelings of guilt experienced by individuals as members of a group when the group is perceived to be responsible for moral violations or injustice. This study employed a quantitative approach using a quasi-experimental method with a Two-Group Nonequivalent Control Group Pretest–Posttest design. The participants consisted of 184 individuals, including 91 participants in the experimental group and 93 participants in the control group. Participants were Generation Z individuals aged 18–27 years who actively used social media, had previously been aware of the #IndonesiaGelap issue, and met the criteria for identification with a social group relevant to the study is a "02" voters. Participants were allocated to the experimental and control groups using systematic allocation based on their order of attendance, following an alternating 1–2 pattern. Data were analyzed using the Wilcoxon Signed-Rank Test and Mann–Whitney U Test. The results showed that the experimental group experienced a significant increase in group-based emotion (guilt) scores from pretest to posttest ($Z = -6.395$; $p < .001$), whereas the control group did not show a significant change ($Z = -1.652$; $p = .099$). Analysis of gain scores showed that the experimental group had a mean gain of 12.08, while the control group had a mean gain of 3.05. The Mann–Whitney U test indicated a significant difference in gain scores between the two groups ($U = 2,605.50$; $Z = -4.519$; $p < .001$). Thus, exposure to content related to the #IndonesiaGelap issue, under the conditions of this study, affected changes in group-based emotion (guilt) among Generation Z "02" voters.

Keywords: Content exposure, group-based emotion (guilt), #IndonesiaGelap, Generation Z, quasi-experiment

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
PERNYATAAN <i>SIMILIARITY CHECK</i>	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 <i>Group-Based Emotion: Guilt</i>	9
2.1.1 Definisi <i>Group-Based Emotion: Guilt</i>	9
2.1.2 Dimensi <i>Group-Based Emotion: Guilt</i>	10
2.2 Paparan Konten Media Sosial	12
2.2.1 Definisi Paparan Konten Media Sosial	12
2.2.2 Karakteristik Stimulus Paparan Konten Media Sosial	13
2.3 Penelitian Terdahulu	15
2.4 Dinamika Penelitian	22
2.5 Kerangka Berpikir	23

2.6 Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.1.1 Identifikasi Variabel	26
3.2 Populasi dan Sampel	26
3.2.1 Populasi	26
3.2.2 Sampel	27
3.3 Definisi Operasional	28
3.3.1 Paparan Konten Media Sosial	28
3.3.2 <i>Group-Based Emotion: Guilt</i>	29
3.4 Instrumen Penelitian	30
3.4.1 Instrumen <i>Group-Based Emotion: Guilt</i>	30
3.5 Validitas dan Reliabilitas	32
3.5.1 Validitas.....	32
3.5.2 Reliabilitas dan Analisis Item.....	33
3.5.3 Simpulan Hasil Pengujian Alat Ukur	34
3.6 Pelaksanaan Penelitian.....	35
3.6.1 Stimulus Penelitian.....	36
3.7 Teknik Analisis Data.....	41
3.7.1 Analisis 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	44
4.1 Gambaran Umum Subjek	44
4.1.1 Demografi Partisipan Kelompok Eksperimen	44
4.1.2 Demografi Partisipan Kelompok Kontrol	46
4.2 Hasil Penelitian.....	47
4.2.1 Analisis Deskriptif	47
4.2.2 Analisis Inferensial	49
4.3 Analisis Tambahan	53
4.4 Diskusi	55

BAB V KESIMPULAN	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Keterbatasan Penelitian	59
5.3 Saran	60
5.3.1 Saran Teoretis	60
5.3.2 Saran Praktis	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	65



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 <i>Blueprint Collective Guilt Scale</i>	31
Tabel 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas	33
Tabel 3. 4 Prosedur Pelaksanaan Penelitian	36
Tabel 4. 1 Demografi Partisipan Kelompok Eksperimen berdasarkan <i>Gender</i>	45
Tabel 4. 2 Demografi Partisipan Kelompok Eksperimen berdasarkan Penggunaan Media Sosial	45
Tabel 4. 3 Demografi Partisipan Kelompok Kontrol berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4. 4 Demografi Partisipan Kelompok Eksperimen berdasarkan Penggunaan Media Sosial	47
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol ...	48
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Skor GAIN	48
Tabel 4. 7 Uji Normalitas Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol	49
Tabel 4. 8 Uji Homogenitas Skor PreTest dan Gain Score	50
Tabel 4. 9 Uji Wilcoxon pada Kelompok Eksperimen	51
Tabel 4. 10 Uji Wilcoxon pada Kelompok Kontrol	51
Tabel 4. 11 Mann-Whitney Rank GAIN	52
Tabel 4. 12 Hasil Uji Mann-Whitney U pada Skor GAIN	52
Tabel 4. 13 Rank Gain <i>Group-based emotion (guilt)</i> berdasarkan Gender	53
Tabel 4. 14 Analisis Uji Mann-Whitney U Gain berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4. 15 Analisis Kruskal-Wallis Gain berdasarkan Media Sosial	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Berfikir	24
Gambar 3. 1 Stimulus Poster Kelompok Eksperimen.....	338
Gambar 3. 2 Stimulus Poster Kelompok Kontrol	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel Uji Validitas <i>Collective Guilt Scale</i>	65
Lampiran 2 Hasil Analisis Item berdasarkan <i>Corrected Item-Total Correlation</i> .	66
Lampiran 3 <i>Expert Judgment</i> (1) <i>Collective Guilt Scale</i>	67
Lampiran 4 <i>Expert Judgment</i> (2) <i>Collective Guilt Scale</i>	68
Lampiran 5 <i>Google Form</i> Pra-Penelitian.....	69
Lampiran 6 <i>Google Form</i> Pre - Test.....	70
Lampiran 7 <i>Google Form</i> Post-Test Kelompok Eksperimen	71
Lampiran 8 <i>Google Form</i> Post-Test Kelompok Kontrol	72

