

BAB I

PENDAHULUAN

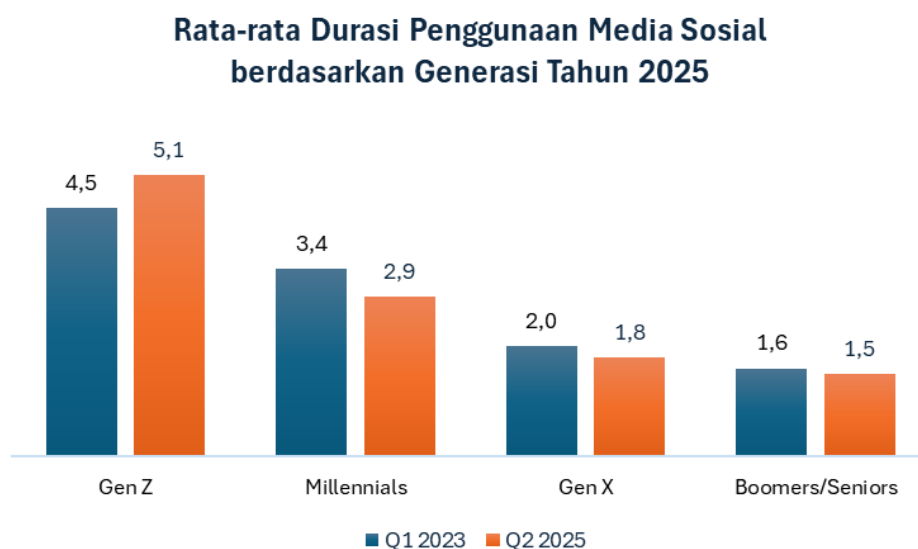
1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam beberapa tahun terakhir telah mendorong perubahan yang signifikan dalam cara masyarakat berinteraksi dan berbagi informasi. Kehadiran media sosial berbasis internet memungkinkan individu untuk berkomunikasi dan mengakses informasi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Media sosial tidak hanya dimanfaatkan untuk mengekspresikan pandangan pribadi atau aktivitas sehari-hari, tetapi juga menjadi sarana utama dalam berbagi konten informasional yang bermanfaat bagi pengguna lain (Hapsari et al., 2020). Fenomena ini terlihat dari tingginya minat pengguna terhadap konten informatif, karena konten tersebut mampu memberikan wawasan, jawaban, maupun solusi atas permasalahan yang dihadapi. Penelitian Chang dan Chuang (2011) menunjukkan bahwa dorongan prososial, seperti keinginan membantu orang lain yang disertai kepuasan batin, lebih berpengaruh dalam mendorong perilaku berbagi informasi dibandingkan dengan motif keuntungan pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas berbagi konten di media sosial tidak semata-mata didorong oleh kepentingan individu, tetapi juga oleh keinginan untuk memberikan manfaat bagi orang lain. Fenomena ini biasa disebut *Sharing Intention*, atau intensi individu untuk menyebarkan informasi kepada orang lain.

Menurut laporan DataReportal, hasil analisis yang dilakukan oleh Kepios menunjukkan bahwa pada bulan Oktober 2025 Indonesia memiliki sekitar 180 juta pengguna media sosial aktif, yang setara dengan 62,9 persen dari total populasi. Angka ini menandakan peluang besar bagi konten informasional untuk menyebar luas dengan sangat cepat. Sementara itu, sebuah penelitian yang dilakukan oleh *The New York Times*, *Customer Insight Group*, dan *Latitude Research* pada tahun 2020 mengungkapkan lima aspek psikologis yang mendorong individu untuk berbagi informasi di platform media sosial. Pertama, keinginan untuk berbagi muncul ketika informasi yang dibagikan dianggap bermanfaat, memberikan perspektif

baru, dan menarik minat. Kedua, berbagi sering kali terkait dengan keinginan individu untuk mengekspresikan identitas dan nilai-nilai pribadi mereka. Ketiga, berbagi juga berfungsi untuk membangun dan memperkuat hubungan dengan kelompok sosial atau komunitas tertentu. Keempat, motivasi untuk berbagi meningkat ketika terdapat kemungkinan untuk mendapatkan tanggapan positif atau apresiasi dari orang lain. Kelima, individu cenderung terdorong untuk berbagi informasi yang sesuai dengan kepentingan bersama, termasuk keterikatan mereka pada merek yang mereka sukai.

Intensi berbagi informasi cenderung lebih menonjol pada kelompok usia yang menjadikan media sosial sebagai sarana utama dalam menjalin interaksi sehari-hari. Kelompok tersebut adalah individu yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012 yang dikenal sebagai Generasi Z, sebagaimana tercantum juga dalam klasifikasi generasi pada Sensus Penduduk 2020 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dan sumber internasional seperti Pew Research Center. Survei dari *S&P Global Market Intelligence Kagan US Consumer Insights* kuartal ketiga tahun 2025 menunjukkan bahwa rata-rata waktu penggunaan media sosial pada kelompok dewasa Generasi Z mencapai sekitar 5,1 jam per hari, meningkat dari sekitar 4,5 jam pada tahun 2023 dan menjadi yang tertinggi dibandingkan dengan kelompok generasi lainnya (Nissen, 2025).



Gambar 1.1 Grafik rata-rata penggunaan media sosial berdasarkan generasi

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dari aktivitas harian kelompok usia ini. Selain memiliki tingkat penggunaan yang tinggi, Generasi Z juga merupakan salah satu kelompok penduduk terbesar di Indonesia. Berdasarkan hasil Sensus Penduduk 2020 (SP2020) oleh Badan Pusat Statistik, jumlah Generasi Z diperkirakan mencapai sekitar 71 juta jiwa. Besarnya proporsi populasi tersebut, disertai durasi penggunaan media sosial yang intens, menunjukkan tingkat keterlibatan yang tinggi terhadap platform digital. Kondisi ini mengarah pada peningkatan peluang interaksi serta pertukaran informasi yang terjadi melalui media sosial pada kelompok Generasi Z.

Salah satu jenis konten yang sering ditemukan di media sosial adalah konten rekomendasi kuliner, yaitu konten yang memuat informasi tentang restoran baru, lokasi, harga, sampai pengalaman pribadi pengguna saat mencoba menu yang tersedia, biasanya lewat *review* atau video ulasan singkat. Konten seperti ini tidak hanya bertujuan untuk hiburan, melainkan juga menjadi sumber informasi praktis yang bermanfaat bagi para penontonnya sebelum mengambil keputusan (Lee et al., 2021). Konten lain seperti konten promo dan diskon, yang dikutip dari survei konsumen *YouGov* yang dibagikan oleh *Marketing Interactive*, menunjukkan data bahwa 77 persen orang di Indonesia sangat memperhatikan iklan atau informasi terkait belanja (*grocery*) di media sosial, dan banyak dari mereka yang menggunakan informasi daring tersebut untuk merencanakan pembelian serta mencari diskon dengan tawaran terbaik. Selain itu, konten informasional juga mempunyai peran besar dalam membantu mencari orang hilang. Dilansir dari berita Antara News, terdapat warga asal Kabupaten Magelang, Jawa Tengah, yang akhirnya dapat kembali pulang ke keluarganya setelah dinyatakan hilang selama 30 tahun. Hal tersebut terjadi setelah foto dan ceritanya diunggah di salah satu konten informatif oleh akun Instagram @novitha_mery.

Meskipun aktivitas berbagi konten informasional di media sosial dapat memberikan manfaat, penyampaian informasi yang beredar tidak selalu akurat. Media sosial juga memfasilitasi penyebaran informasi yang keliru secara cepat, antara lain melalui kemunculan berita palsu yang dikemas menyerupai informasi resmi sehingga pengguna kerap kesulitan membedakan kebenarannya. Pennycook dan Rand (2019) menemukan bahwa individu dengan kemampuan penalaran

analitis yang rendah lebih mudah menerima informasi yang salah karena mempercayai konten yang beredar tanpa memverifikasi kebenarannya terlebih dahulu. Di samping itu, karakter media sosial memungkinkan distribusi pesan dalam jumlah besar tanpa proses penyaringan yang memadai. Kondisi tersebut meningkatkan risiko terjadinya disinformasi serta manipulasi persepsi publik terhadap realitas (Apuke & Omar, 2020).

Berbagi informasi di media sosial merupakan aktivitas di mana orang-orang saling bertukar konten dan menyerap informasi pribadi, sambil membangun ikatan sosial serta menunjukkan identitas diri di ruang digital (Sun & Xing, 2022). Aktivitas ini bisa dilihat sebagai bagian dari kegiatan media sosial yang melibatkan penyebaran materi atau data, yang pada akhirnya dapat membentuk opini dan perilaku masyarakat. Menurut penelitian Sun dan Xing (2022), berbagi informasi di platform ini dicirikan oleh dua aspek utama, yakni hiburan (*entertainment*) dan kepercayaan (*trustworthiness*). Kedua aspek tersebut berperan dalam membentuk ketertarikan dan tingkat kepercayaan pengguna terhadap konten yang dibagikan.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa intensi berbagi informasi dipengaruhi oleh konteks personal individu maupun konteks lingkungan sosial. Dari sisi personal, faktor kepribadian seperti dimensi dalam *Big Five Personality Traits* berperan dalam menentukan kecenderungan individu untuk berkomunikasi dan mengekspresikan diri di media sosial. Bachrach et al. (2012) menemukan hubungan yang signifikan antara sifat atau *trait* kepribadian dan perilaku penggunaan media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa orang dengan tingkat *openness* dan *neuroticism* yang tinggi lebih aktif mengungkapkan pengalaman, perasaan, dan informasi mereka melalui platform media sosial. Di sisi lain, pengaruh lingkungan sosial, termasuk relasi pertemanan, keluarga, maupun lingkungan kerja, turut mendorong individu untuk terlibat dalam aktivitas berbagi. Oleh karena itu, kebutuhan akan dukungan sosial atau *social support* dari jaringan pertemanan menjadi salah satu alasan penting bagi individu untuk berpartisipasi dalam platform media sosial (Oh et al., 2014).

Pengaruh lingkungan sosial terhadap kecenderungan seseorang dalam membagikan informasi dapat dipahami melalui konsep dukungan sosial. Individu yang memiliki persepsi bahwa lingkungannya memberikan dukungan positif

cenderung menunjukkan niat dan keterlibatan yang lebih tinggi dalam aktivitas berbagi informasi. Dukungan tersebut tidak hanya meningkatkan kecenderungan berbagi, tetapi juga menumbuhkan rasa percaya atau *trust* terhadap pengguna lain, sehingga individu merasa aman saat menyampaikan informasi. Rasa aman yang muncul dari hubungan sosial yang suportif mendorong individu untuk lebih terbuka dalam berinteraksi di media sosial. Selain itu, keberadaan dukungan dari lingkungan sosial menghadirkan pengalaman diterima, diperhatikan, dan dipahami oleh orang lain. Kondisi tersebut kemudian berperan dalam memenuhi kebutuhan psikologis individu (Liang et al., 2011).

Dukungan sosial merupakan bentuk bantuan yang diberikan oleh orang lain, baik secara verbal maupun nonverbal, yang dapat meningkatkan kesejahteraan individu melalui munculnya perasaan dicintai, dihargai, dan menjadi bagian dari suatu lingkungan sosial (Christanti & Wati, 2023). Sumber dukungan sosial dapat berasal dari berbagai pihak, seperti keluarga, teman, maupun masyarakat secara luas. Dukungan sosial mencakup lima aspek utama, yaitu dukungan sosial emosional, instrumental, informasional, penghargaan, dan jaringan sosial. Dukungan emosional ditunjukkan melalui empati, perhatian, dan kepedulian terhadap individu, sedangkan dukungan instrumental berupa bantuan nyata dalam bentuk tindakan, barang, atau fasilitas. Dukungan informasional meliputi pemberian saran, nasihat, maupun informasi yang dapat membantu individu dalam menghadapi permasalahan. Sementara itu, dukungan penghargaan ditunjukkan melalui pengakuan, dorongan, dan apresiasi terhadap kemampuan atau pendapat individu. Adapun dukungan jaringan sosial berkaitan dengan rasa memiliki, keterlibatan dalam kelompok, serta hubungan sosial yang terjalin dengan orang lain sehingga dapat mendukung kesejahteraan individu (Christanti & Wati, 2023).

Dukungan sosial yang diperoleh individu melalui komunitas virtual, khususnya media sosial, memiliki peran penting dalam mendorong keterlibatan serta partisipasi aktif penggunanya. Melalui interaksi yang terjalin di media sosial, individu terdorong untuk membagikan konten informatif sebagai bentuk pertukaran pengetahuan dan informasi yang dianggap bermanfaat bagi orang lain. Hubungan sosial yang kuat dan dukungan sosial yang berkelanjutan dapat menciptakan rasa keterikatan serta tanggung jawab, sehingga akan meningkatkan intensitas dan

frekuensi berbagi konten informasional. Semakin luas jaringan sosial yang dimiliki individu, semakin besar juga potensi persebaran informasi yang dibagikan di dunia digital (Chang & Chuang, 2011). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa dukungan sosial yang terpenuhi dengan baik berkontribusi dalam membentuk lingkungan yang aman dan suportif. Lingkungan ini selanjutnya berperan dalam memperkuat intensi individu untuk membagikan konten informatif yang bernilai dan bermanfaat di media sosial. Selain faktor dukungan sosial, terdapat faktor lain yang penting dalam meningkatkan intensi untuk berbagi informasi, yaitu faktor kesejahteraan psikologis individu atau yang sering disebut dengan *Psychological Well-Being*.

Menurut Ryff dan Keyes (1995), kesejahteraan psikologis merupakan kondisi optimal individu dalam mengembangkan dan merealisasikan potensi diri secara menyeluruh. Kesejahteraan ini tercermin melalui kemampuan individu untuk bersikap mandiri dan tidak mudah terpengaruh oleh tekanan sosial (*autonomy*), serta adanya proses pengembangan diri yang berkelanjutan seiring waktu (*personal growth*). Tidak hanya itu, individu yang sejahtera secara psikologis mampu menerima diri secara utuh, termasuk kelebihan dan kekurangan yang dimiliki (*self-acceptance*), serta memiliki tujuan hidup yang jelas sebagai pedoman dalam bersikap dan berperilaku (*purpose in life*). Kemampuan untuk membangun hubungan yang positif dan bermakna dengan orang lain (*positive relations with others*) serta mengatur dan menyesuaikan lingkungan sesuai dengan nilai dan kebutuhan pribadi (*environmental mastery*) juga merupakan tanda kesejahteraan psikologis. Dalam kondisi tersebut, individu cenderung mampu mengambil keputusan secara adaptif, merencanakan tindakan secara efektif, dan mengelola tantangan kehidupan dengan lebih baik. Berdasarkan uraian tersebut, kesejahteraan psikologis dipengaruhi oleh interaksi antara pengalaman internal individu dan faktor-faktor lingkungan di sekitarnya.

Hubungan positif antara aktivitas di media sosial dan kesejahteraan individu tidak dapat dipisahkan dari peran dukungan sosial dan keterlibatan sosial yang terbentuk melalui interaksi daring. Apollo dan Cahyadi, sebagaimana dikutip dalam Christianti dan Wati (2023), menyatakan bahwa kesejahteraan individu sangat dipengaruhi oleh dukungan sosial yang diperoleh dari lingkungan sekitarnya. Dukungan dari orang-orang terdekat yang cukup dapat membantu seseorang untuk

mengelola tekanan, mengurangi stres yang dialami, dan menciptakan rasa aman serta nyaman. Studi terbaru juga menunjukkan bahwa dukungan sosial berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan psikologis, terutama untuk mengurangi kecemasan (Purwaningsih, et al., 2023). Individu yang menerima dukungan sosial secara konsisten cenderung memiliki stabilitas emosi yang lebih baik dan kemampuan adaptasi yang lebih tinggi dalam menghadapi tuntutan akademik maupun sosial. Kondisi psikologis yang positif tersebut selanjutnya mendorong individu untuk terlibat lebih aktif dalam lingkungan sosial, termasuk menunjukkan intensi untuk membagikan konten yang dianggap bermanfaat bagi orang lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Wang et al. (2024). Menunjukkan hubungan positif antara dukungan sosial dan perilaku prososial. Temuan ini mengindikasikan bahwa individu yang memperoleh dukungan sosial yang baik cenderung lebih terdorong untuk melakukan tindakan yang bermanfaat bagi orang lain, termasuk berbagi informasi. Di samping itu, penelitian yang dilakukan oleh Qi et al. (2021) menunjukkan bahwa dukungan sosial yang lebih tinggi berkaitan dengan kesejahteraan psikologis yang lebih baik. Dukungan sosial berperan dalam membangun rasa aman secara psikologis, sehingga individu lebih mampu mengelola tekanan dan menyesuaikan diri terhadap berbagai tuntutan lingkungan. Kondisi kesejahteraan psikologis yang positif tersebut memungkinkan individu untuk berfungsi secara lebih adaptif dalam kehidupan sosial. Oleh karena itu, kesejahteraan psikologis diduga berperan penting sebagai variabel mediator yang menjelaskan bagaimana dukungan sosial dapat mendorong keterlibatan individu dalam perilaku prososial, termasuk intensi berbagi informasi dalam bentuk konten di media sosial.

Dukungan sosial tidak hanya memengaruhi perilaku sosial individu secara langsung, tetapi juga dapat berkaitan dengan kondisi psikologis yang dimilikinya. Individu yang memperoleh dukungan dari lingkungan sosial berpotensi merasakan perhatian, penerimaan, serta keterhubungan yang dapat memengaruhi tingkat kesejahteraan psikologisnya (Qi et al., 2021; Purwaningsih et al., 2023). Selanjutnya, kesejahteraan psikologis turut berperan dalam membentuk cara individu berinteraksi dengan lingkungan sekitar, termasuk dalam penggunaan

media sosial. Perbedaan tingkat kesejahteraan psikologis dapat menyebabkan perbedaan pola keterlibatan individu dalam aktivitas digital, salah satunya adalah perilaku berbagi konten informasional (Pertiwi et al., 2022; Jarman et al., 2023). Berdasarkan kondisi tersebut, pengaruh dukungan sosial terhadap intensi berbagi konten informasional diduga tidak hanya terjadi secara langsung, melainkan juga melalui kesejahteraan psikologis sebagai mekanisme yang menjembatani hubungan antara kedua variabel tersebut.

Fenomena keterlibatan sosial lewat platform digital banyak terlihat di kalangan usia muda yang sering memanfaatkan media sosial. Kelompok yang cukup menonjol dalam konteks tersebut adalah Generasi Z, yang diakui sebagai salah satu generasi yang sangat aktif dalam memanfaatkan media sosial untuk bersosialisasi dalam kegiatan sehari-hari (Pertiwi et al., 2022). Generasi ini tumbuh ketika teknologi digital telah menjadi bagian dari kehidupan sosial, sehingga aktivitas komunikasi, pencarian informasi, pembentukan relasi, serta kesempatan untuk mendapatkan dukungan sosial banyak berlangsung melalui platform daring. Kedekatan dengan teknologi membuat keseharian mereka tidak terlepas dari penggunaan perangkat elektronik dan berbagai aplikasi media sosial yang dipilih sesuai kebutuhan maupun jenis konten yang diakses. Kondisi tersebut menyebabkan Generasi Z sering disebut sebagai *digital native*, yakni generasi yang tumbuh dalam lingkungan teknologi digital sehingga terbiasa memanfaatkan internet serta berbagai platform daring dalam berbagai aktivitas sosial mereka.

Dalam konteks tersebut, dukungan sosial dipandang sebagai salah satu aspek yang berperan penting dalam memengaruhi kesejahteraan psikologis individu. Dukungan yang diperoleh Generasi Z melalui interaksi di media sosial dapat menumbuhkan perasaan diterima, dipahami, serta dihargai oleh lingkungan sosialnya, sehingga berkontribusi terhadap terbentuknya kondisi psikologis yang lebih positif. Di samping itu, tingginya penggunaan media sosial pada Generasi Z juga berkaitan dengan beragam motif penggunaan, seperti keinginan untuk berinteraksi dengan orang yang telah dikenal, memperluas relasi dengan individu baru, mengekspresikan diri, serta menjaga hubungan sosial yang telah terjalin (Pertiwi et al., 2022). Situasi tersebut menunjukkan bahwa interaksi sosial yang berlangsung di ruang digital tidak hanya berkaitan dengan pembentukan

kesejahteraan psikologis individu, tetapi juga dapat meningkatkan kecenderungan mereka untuk terlibat dalam aktivitas berbagi informasi di media sosial.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan adanya hubungan antara dukungan sosial, kesejahteraan psikologis, dan perilaku individu dalam penggunaan media sosial. Qi et al. (2021) serta Dwidienawati et al. (2025) menemukan bahwa dukungan sosial berkaitan dengan kesejahteraan psikologis, sementara Wang et al. (2024), Li (2023), Ahmad et al. (2023), dan Hapsari et al. (2020) menunjukkan bahwa faktor sosial maupun psikologis dapat memengaruhi perilaku berbagi informasi di media sosial. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih mengkaji hubungan antarvariabel secara terpisah atau dilakukan pada konteks yang berbeda. Penelitian yang menguji peran kesejahteraan psikologis sebagai mediator dalam hubungan antara dukungan sosial dan intensi berbagi konten informasional, khususnya pada Generasi Z, masih belum banyak dilakukan. Padahal, Generasi Z merupakan kelompok yang aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memperoleh maupun menyebarkan informasi. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya kajian yang dapat menjelaskan proses psikologis yang mendasari munculnya intensi berbagi konten informasional. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara dukungan sosial, kesejahteraan psikologis, dan intensi berbagi konten informasional pada Generasi Z.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, terdapat beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Media sosial memfasilitasi penyebaran informasi dengan cepat dan luas, tetapi tidak semua pengguna bersedia untuk membagikan informasi yang mereka miliki.
2. Generasi Z dikenal sebagai kelompok yang memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi, namun hal tersebut belum tentu diiringi oleh kecenderungan yang setara dalam membagikan konten informasional.

3. Meskipun dukungan sosial terbukti berkaitan dengan perilaku prososial, perannya dalam memengaruhi intensi berbagi konten informasional pada Generasi Z sebagai *digital native* masih perlu dikaji lebih lanjut.
4. Belum banyak penelitian yang menguji peran kesejahteraan psikologis dalam memediasi pengaruh dukungan sosial terhadap intensi berbagi konten informasional pada Generasi Z.
5. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara dukungan sosial, kesejahteraan psikologis, dan intensi berbagi konten informasional pada Generasi Z masih perlu diteliti lebih lanjut.

1.3 Batasan Masalah

Mengacu pada identifikasi masalah yang telah diuraikan, penelitian ini dibatasi pada pembahasan mengenai keterkaitan antara dukungan sosial dan intensi berbagi konten informasional di media sosial serta kesejahteraan psikologis sebagai variabel mediator. Penelitian ini difokuskan pada pengguna media sosial yang termasuk dalam kelompok Generasi Z. Pembatasan tersebut dilakukan agar penelitian dapat lebih terarah dalam memahami peran kesejahteraan psikologis dalam menjelaskan pengaruh dukungan sosial terhadap intensi berbagi konten informasional.

1.4 Rumusan Masalah

Apakah kesejahteraan psikologis berperan sebagai variabel mediator dalam pengaruh dukungan sosial terhadap intensi berbagi konten informasional pada pengguna media sosial Generasi Z?

1.5 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui peran kesejahteraan psikologis sebagai variabel mediator dalam pengaruh dukungan sosial terhadap intensi berbagi konten informasional pada pengguna media sosial Generasi Z.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmiah dan literatur di bidang psikologi sosial dan komunikasi digital, khususnya terkait pengaruh dukungan sosial terhadap intensi berbagi konten informasional dengan kesejahteraan psikologis sebagai variabel mediator. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman mengenai proses psikologis yang mendasari perilaku berbagi informasi di media sosial. Selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji variabel serupa dalam konteks yang berbeda.

1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat mendorong masyarakat Indonesia untuk meningkatkan intensi berbagi konten informasional yang bermanfaat melalui media sosial. Temuan penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi individu, komunitas, maupun pengelola platform digital dalam menciptakan lingkungan media sosial yang lebih suportif, sehat, dan berorientasi pada penyebaran informasi yang bernilai positif.