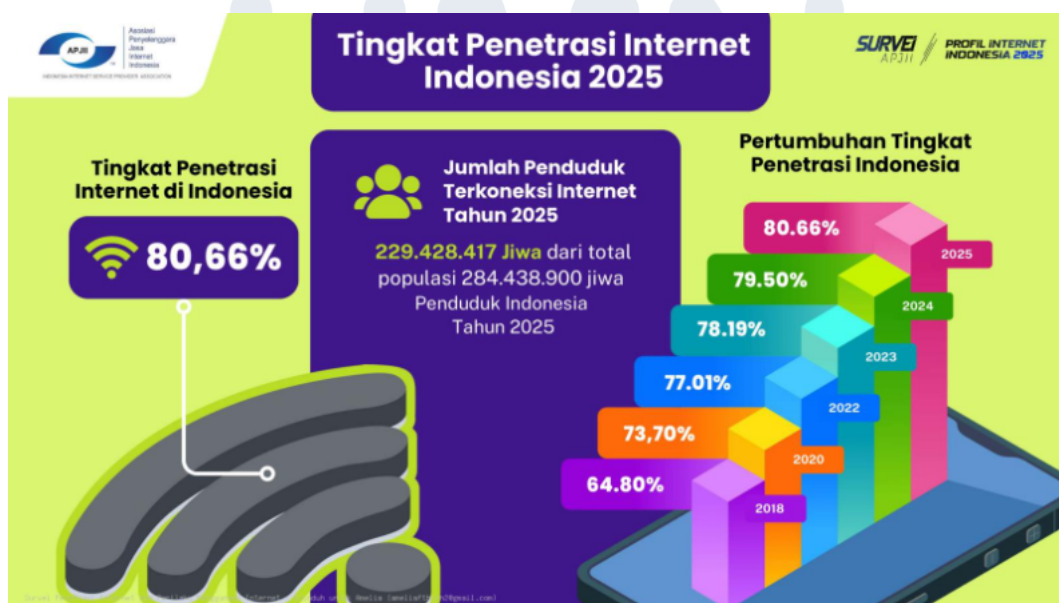


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kelompok Generasi Z, yang mencakup individu dengan tahun kelahiran antara 1997 hingga 2012, kerap diidentifikasi sebagai kelompok *digital natives*. Hal ini dikarenakan mereka tumbuh besar dan berkembang dalam sebuah ekosistem yang telah terintegrasi secara total dengan berbagai kemajuan teknologi digital sejak usia dini (Sari & Irena, 2023). Bagi generasi ini, teknologi bukan sekadar alat bantu, melainkan bagian integral dari cara mereka berpikir, berinteraksi, dan membangun makna sosial. Sejak usia dini, mereka terbiasa dengan akses informasi yang cepat, konektivitas tanpa batas, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan berbagai bentuk inovasi digital. Kondisi tersebut membentuk karakteristik komunikasi yang dinamis dan responsif terhadap perkembangan teknologi, menjadikan Generasi Z lebih terbuka terhadap bentuk komunikasi baru yang berbasis media sosial dibandingkan generasi sebelumnya.

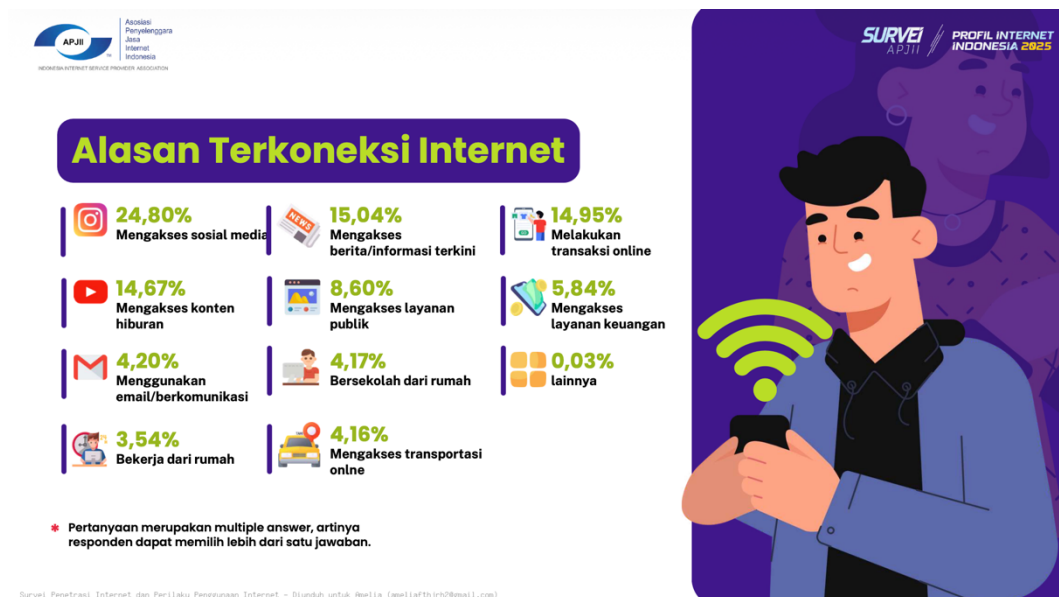


Gambar 1. 1 Grafik Survei Tingkat Penetrasi Indonesia 2025
Sumber: APJII (2025)

Guna memperkuat pijakan empiris dalam studi ini, data yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2025 memaparkan bahwa jangkauan penetrasi internet di tanah air telah menyentuh angka 80,66%. Persentase tersebut merepresentasikan sekitar 229,4 juta individu dari keseluruhan total penduduk Indonesia yang berjumlah 284,4 juta jiwa. Capaian ini mencerminkan peningkatan yang sangat signifikan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya yang dimana pada tahun 2018, penetrasi internet baru berada di angka 64,80%, berlanjut 2020 (73,7%), 2022 (77,01%), 2023 (78,19%), hingga 2024 (79,50%) sebelum menembus 80% pada 2025.

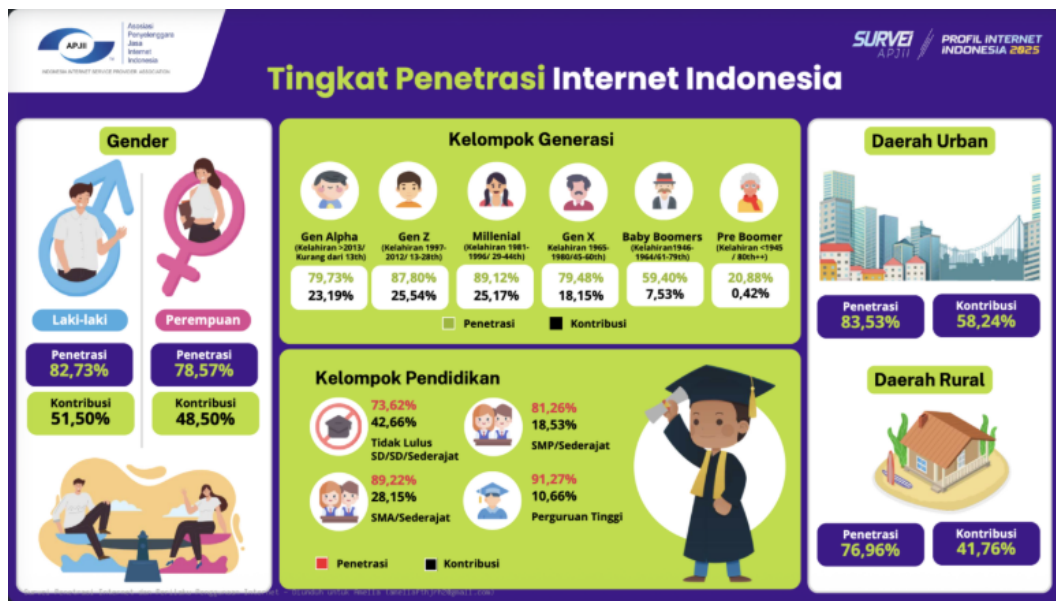
Peningkatan tersebut tidak hanya menggambarkan perkembangan infrastruktur digital nasional, tetapi juga menunjukkan bagaimana kehidupan masyarakat Indonesia semakin terintegrasi dengan teknologi digital dalam berbagai aspek, seperti komunikasi, pendidikan, ekonomi, hingga hiburan. Dengan kata lain, internet kini telah menjadi bagian mendasar dari aktivitas sosial dan ekonomi masyarakat.

Selain itu, Gambar 1.1 menampilkan visualisasi pertumbuhan pengguna internet yang memperlihatkan tren peningkatan yang stabil dan bersifat eksponensial selama tujuh tahun terakhir. Pola kenaikan yang konsisten ini mengindikasikan bahwa ekspansi konektivitas digital di Indonesia bukan sekadar fenomena sementara, melainkan hasil dari transformasi digital yang berkelanjutan, didorong oleh kemajuan teknologi, perluasan akses jaringan, serta meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan berbasis internet.



Gambar 1. 2 Tren Penetrasi Internet Indonesia
Sumber: APJII (2025)

Hasil survei APJII juga menunjukkan alasan utama masyarakat Indonesia terhubung ke internet sebagaimana terlihat pada Gambar 1.2. Mayoritas pengguna mengakses internet untuk menggunakan media sosial (24,80%), diikuti oleh aktivitas komunikasi melalui pesan atau panggilan (18,04%), serta mencari informasi terkait pekerjaan, pendidikan, atau kebutuhan sehari-hari (14,95%). Selain itu, penggunaan internet untuk hiburan seperti menonton video daring (14,67%), transaksi keuangan digital (8,60%), berbelanja online (5,84%), hingga mengakses transportasi (4,16%) menunjukkan semakin luasnya fungsi internet dalam kehidupan masyarakat modern. Temuan ini menegaskan bahwa internet tidak hanya digunakan untuk kebutuhan hiburan, tetapi juga menjadi penunjang produktivitas dan layanan sehari-hari.



Gambar 1. 3 Survei Geografis Tingkat Penetrasi Internet Indonesia
Sumber: APJII (2025)

Sejalan dengan hal tersebut, survei APJII juga mengungkapkan distribusi pengguna internet berdasarkan jenis kelamin, kelompok generasi, tingkat pendidikan, dan lokasi geografis yang ditampilkan pada Gambar 1.3. Dari sisi generasi, kelompok Generasi Z tercatat memiliki tingkat penetrasi internet sebesar 87,80%, menjadikannya kelompok paling aktif setelah Milenial (89,12%). Dengan kontribusi 25,54% terhadap total pengguna internet nasional, Generasi Z menempati posisi sentral dalam dinamika ruang digital Indonesia. Data tersebut menunjukkan betapa masifnya populasi pengguna internet di Indonesia, dengan kelompok usia 13–28 tahun tercatat sebagai pengguna media sosial paling aktif dan paling responsif terhadap perkembangan platform digital.

Aktivitas daring mereka tidak semata-mata bersifat konsumtif, tetapi juga konstruktif, karena digunakan untuk membentuk jaringan sosial, memperoleh validasi emosional, dan menegaskan eksistensi diri di ruang digital (Tran et al., 2025). Dengan kata lain, media sosial telah menjadi medium utama bagi Generasi Z dalam mengonstruksi makna diri dan hubungan sosial. Praktik keterbukaan diri (*self-disclosure*) yang kian meluas memperlihatkan bahwa media sosial kini berfungsi sebagai “ruang aman” bagi remaja untuk mengekspresikan sisi personal yang mungkin sulit mereka komunikasikan di dunia nyata. Hal ini sejalan dengan

temuan Nabity-Grover, Cheung, dan Thatcher (2020), yang menjelaskan bahwa *online self-disclosure* sering kali dipicu oleh kebutuhan akan afiliasi sosial dan pencarian empati, terutama ketika individu merasa kurang dipahami oleh lingkungan sekitarnya.

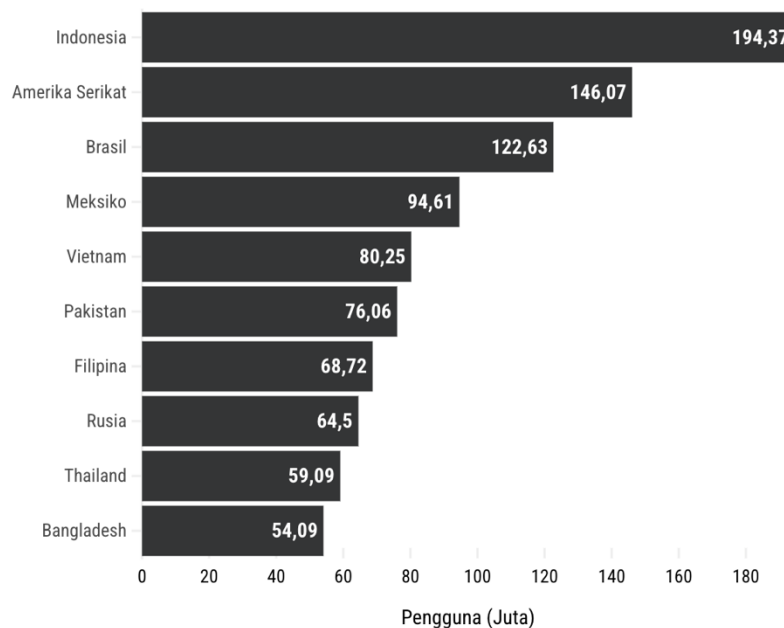
Situs media sosial seperti TikTok, Instagram, dan X (Twitter) telah berkembang menjadi tempat penting untuk membangun identitas sosial dan mengekspresikan diri. Orang-orang menampilkan versi emosional dan simbolik dari diri mereka yang ingin dilihat publik melalui postingan, komentar, dan interaksi online. Perilaku ini sangat terkait dengan pengungkapan diri, yaitu tindakan sengaja membagikan informasi pribadi kepada orang lain, dalam konteks psikologi komunikasi. Emosi ini bisa berupa cerita pribadi, ledakan perasaan, atau representasi diri secara digital, yang semuanya penting untuk perkembangan jaringan sosial dan identitas online Gen Z.

Ruang digital sendiri dapat dipahami sebagai ekosistem interaktif yang terbentuk dari jaringan komunikasi berbasis internet, di mana individu dapat berinteraksi, berbagi informasi, dan membentuk identitas sosial secara simultan. Ruang ini bersifat dinamis, inklusif, dan memiliki sistem simbolik tersendiri yang memungkinkan terbentuknya norma-norma baru dalam ekspresi diri. Bagi Generasi Z, salah satu manifestasi paling kuat dari ruang digital tersebut adalah platform TikTok. Platform ini menempati posisi unik karena tidak hanya berperan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai medium ekspresi diri yang autentik. Dengan algoritma yang memprioritaskan relevansi dan kesamaan pengalaman emosional, TikTok memberikan kesempatan bagi penggunanya untuk mengekspresikan identitas dan emosi tanpa tekanan sosial yang biasanya muncul di ruang tatap muka.

Indonesia memiliki 194,37 juta pengguna aktif TikTok, lebih banyak daripada AS (146,07 juta) dan Brasil (122,63 juta), menurut penelitian oleh We Are Social dan Meltwater (Juli 2025). Indonesia memiliki basis pengguna terbesar di TikTok, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.4, yang mencantumkan sepuluh negara dengan pengguna terbanyak di seluruh dunia. Fakta ini memperkuat alasan pemilihan TikTok sebagai fokus penelitian, mengingat besarnya potensi pengaruh sosial, budaya, dan komunikasi yang terjadi di dalamnya, khususnya di kalangan

Generasi Z sebagai kelompok pengguna paling aktif. Dengan posisi Indonesia sebagai pasar utama TikTok secara global, fenomena keterbukaan diri (self-disclosure) melalui fitur-fitur seperti *Repost* menjadi semakin penting untuk dikaji dalam konteks komunikasi keluarga dan kesenjangan antargenerasi.

10 Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia (Juli 2025)



Sumber: We Are Social dan Meltwater

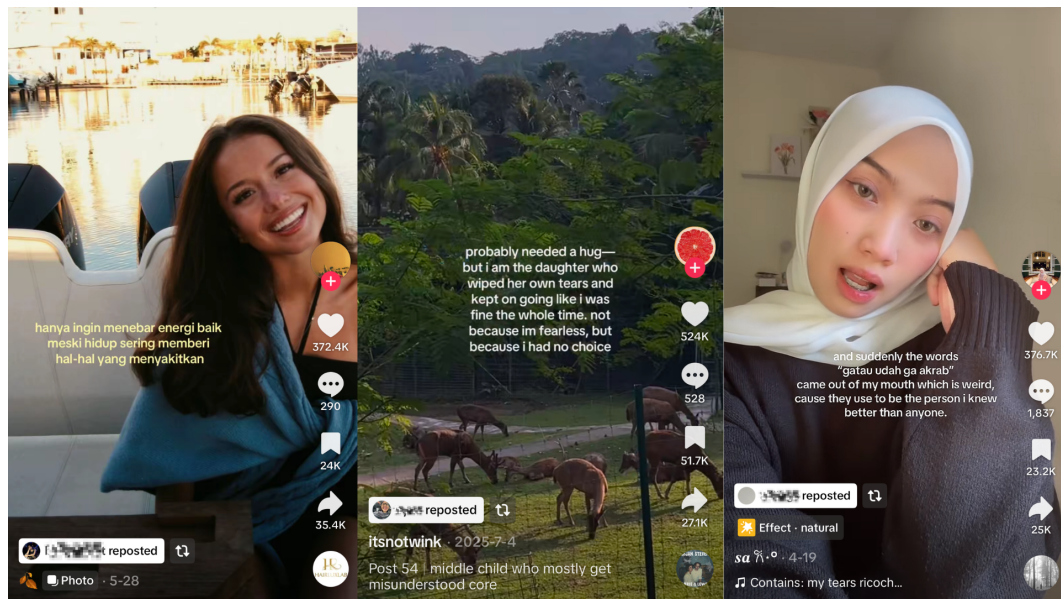
dataloka

Gambar 1. 4 Grafik 10 Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia
Sumber: We Are Social dan Meltwater (2025)

Lebih lanjut, fitur-fitur TikTok mendukung perilaku keterbukaan diri baik secara aktif maupun pasif. Salah satu contohnya adalah fitur “Repost” yang telah diuji sejak Januari 2022 dan diluncurkan lebih luas sepanjang 2022. Fitur ini memungkinkan pengguna membagikan video orang lain ke laman “For You” pengikut mereka tanpa perlu membuat konten baru. Menurut *Social Media Today*, mekanisme ini dirancang untuk memperkuat interaksi komunitas dan mendorong keterlibatan emosional secara tidak langsung. Dalam konteks Generasi Z, fitur “Repost” dapat dipahami sebagai bentuk *passive self-disclosure*, yaitu pengungkapan diri secara tidak langsung melalui pembagian ulang konten yang merepresentasikan perasaan, pandangan, atau kondisi emosional pengguna tanpa

harus mengungkapkannya secara eksplisit. Misalnya, remaja dapat membagikan video dengan narasi “lelah tapi tetap berjuang” untuk menyiratkan keadaan emosional tanpa harus menulis status pribadi. Strategi ini memudahkan mereka mengelola privasi sembari tetap mendapatkan validasi sosial dari *audiens* yang memiliki empati serupa. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana algoritma dan fitur media sosial berperan aktif dalam membentuk dinamika psikologis penggunaanya.

Dalam praktik penggunaan fitur *repost* TikTok, bentuk konten yang dibagikan ulang oleh Generasi Z umumnya tidak terbatas pada satu kategori tertentu, melainkan mencakup berbagai konten yang merepresentasikan kondisi emosional, pengalaman hidup, pandangan pribadi, maupun identitas sosial pengguna. Konten tersebut dapat berupa video yang menggambarkan perasaan sedih, stres, kesepian, motivasi diri, pengalaman hubungan interpersonal, tekanan akademik, hingga refleksi mengenai kehidupan sehari-hari. Dalam konteks penelitian ini, fokus utama tidak terletak pada jenis konten yang direpost, melainkan pada fungsi simbolik dari aktivitas *repost* itu sendiri sebagai sarana pengungkapan diri (*self-disclosure*). Dengan kata lain, tindakan membagikan ulang konten dipahami sebagai bentuk komunikasi tidak langsung yang memungkinkan pengguna menyampaikan perasaan, pemikiran, atau pengalaman pribadi melalui representasi yang terdapat dalam konten tersebut. Oleh karena itu, fitur *repost* diposisikan sebagai medium ekspresi emosional dan identitas diri yang dapat digunakan oleh Generasi Z untuk mengomunikasikan kondisi internal mereka tanpa harus membuat unggahan personal secara eksplisit.



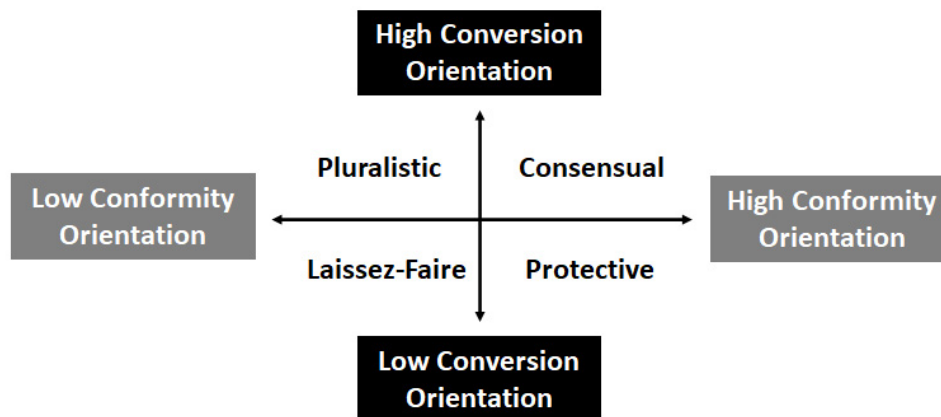
Gambar 1. 5 Konten - Konten yang Direpost Gen Z pada Platform TikTok

Berdasarkan pengamatan awal terhadap sejumlah konten yang direpost oleh Generasi Z sebagaimana ditampilkan pada Gambar 1.5, konten-konten tersebut secara umum cenderung merepresentasikan kondisi emosional pengguna pada saat itu, yang dapat dikelompokkan secara garis besar ke dalam tiga kecenderungan suasana hati, yaitu rasa senang, sedih, dan kesal.

Konten yang merepresentasikan rasa senang umumnya berupa video yang menampilkan momen kebahagiaan, pencapaian, atau energi positif yang ingin dibagikan pengguna kepada audiensnya. Konten yang merepresentasikan rasa sedih cenderung menampilkan narasi reflektif mengenai kelelahan emosional, kehilangan, atau pengalaman personal yang menyentuh, sedangkan konten yang merepresentasikan rasa kesal umumnya berkaitan dengan ekspresi kekecewaan atau ketidakpuasan terhadap situasi tertentu yang dialami pengguna.

Meskipun demikian, perlu ditegaskan bahwa gambaran tiga kecenderungan suasana hati tersebut hanya dimaksudkan sebagai ilustrasi awal untuk memperkuat pemahaman mengenai variasi bentuk konten yang direpost Generasi Z, dan bukan merupakan hasil kategorisasi maupun analisis konten yang menjadi fokus penelitian ini. Sebagaimana telah dijelaskan pada bagian Batasan Penelitian, penelitian ini tidak mengkaji secara mendalam jenis atau kategori konten yang direpost,

melainkan berfokus pada fungsi simbolik aktivitas repost itu sendiri sebagai sarana pengungkapan diri (self-disclosure), terlepas dari muatan emosional spesifik yang terkandung di dalamnya.



Gambar 1. 6 Empat Tipologi Keluarga dari Teori FCP

Setting komunikasi utama remaja, yaitu keluarga, sangat terkait erat dengan perkembangan kecenderungan mereka untuk membuka diri. Gaya komunikasi dalam keluarga, unit sosial terkecil, punya pengaruh besar pada cara seseorang mengekspresikan, membatasi, dan mengatur keterbukaan diri mereka. Menurut Teori Pola Komunikasi Keluarga (FCP) dari McLeod dan Chaffee (1972), ada dua elemen utama dalam dinamika komunikasi keluarga, yaitu orientasi percakapan dan orientasi kepatuhan. Orientasi percakapan dan orientasi kepatuhan bisa menghasilkan pola komunikasi yang berbeda dalam keluarga, meskipun keduanya termasuk dalam kerangka yang sama. Keluarga dengan orientasi percakapan yang kuat biasanya memberi anggota mereka lebih banyak ruang untuk mengekspresikan pendapat dan pengalaman hidup mereka. Sebaliknya, keluarga dengan *conformity orientation* tinggi lebih menekankan keseragaman nilai serta kepatuhan terhadap otoritas orang tua. Perbedaan karakteristik tersebut berpotensi memengaruhi cara individu mengekspresikan diri, termasuk dalam konteks keterbukaan diri di media sosial.

Kombinasi kedua dimensi tersebut membentuk empat tipologi keluarga, yaitu pluralistik, konsensual, protektif, dan *laissez-faire*. Setiap tipe memiliki

implikasi yang berbeda terhadap perilaku komunikasi anak, termasuk dalam konteks ekspresi diri di media sosial (Yoanita, 2022).

Sebagai contoh, keluarga pluralistik yang memiliki tingkat percakapan tinggi dan kepatuhan rendah mendorong anak untuk berpikir kritis serta berani mengemukakan pendapat secara terbuka, baik di ruang fisik maupun digital. Sebaliknya, keluarga dengan pola protektif yang menekankan kepatuhan tinggi dan percakapan rendah cenderung menghasilkan anak dengan tingkat keterbukaan diri yang lebih rendah (Faizah Annisa Yuhada & Ramadhana, 2023). Artinya, bentuk komunikasi dalam keluarga tidak hanya memengaruhi cara individu mengartikulasikan emosi dan pikiran, tetapi juga berimplikasi langsung terhadap kecenderungan mereka menggunakan ruang digital sebagai wadah ekspresi alternatif. Dengan demikian, keluarga berperan sebagai mediator utama yang menentukan apakah media sosial akan digunakan sebagai sarana dukungan emosional yang positif atau pelarian dari komunikasi yang terbatas di lingkungan rumah.

Persoalan tersebut menjadi semakin kompleks ketika dimensi perbedaan generasi (*generational communication gap*) turut diperhitungkan sebagai faktor yang memengaruhi dinamika komunikasi antara orang tua dan anak. Mayoritas orang tua Generasi Z berasal dari Generasi *Baby Boomer* atau Generasi X yang berperan sebagai digital *immigrants*, yakni kelompok yang mengenal dan mempelajari teknologi setelah mereka dewasa. Hal ini menyebabkan mereka tidak memiliki intuisi digital yang sama dengan anak-anak mereka. Perbedaan ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga kultural terkait nilai, persepsi privasi, serta cara memaknai komunikasi daring. Seperti yang dijelaskan oleh Lestari dan Yulianita (2025), kesenjangan ini menciptakan hambatan komunikasi yang disebut *generational communication gap*, yaitu perbedaan persepsi, bahasa, dan konteks antara orang tua dan anak yang berpotensi menurunkan efektivitas komunikasi interpersonal. Penelitian Sari, Bajari, Hafiar, dan Lestari (2024) menunjukkan bahwa perbedaan generasi sering kali membuat orang tua sulit memahami makna simbolik dari aktivitas anak di media sosial, sementara anak merasa orang tua terlalu menghakimi atau tidak relevan dengan dinamika dunia digital. Akibatnya,

banyak remaja memilih untuk menyalurkan keresahan, emosi, hingga pergulatan identitasnya di ruang digital karena merasa lebih diterima dan dipahami oleh audiens daring (Claretta, Rachmawati, & Sukaesih, 2022).

Dengan meningkatnya praktik keterbukaan diri di ruang digital, muncul urgensi akademik untuk memahami interaksi antara pola komunikasi keluarga, kesenjangan komunikasi generasi, dan perilaku keterbukaan diri di platform seperti TikTok. Dalam konteks ini, kesenjangan komunikasi antar generasi tidak hanya menjadi fenomena sosial, tetapi juga dapat berperan sebagai variabel yang memoderasi hubungan antara pola komunikasi keluarga dan kecenderungan self-disclosure Generasi Z di media sosial. Studi Bertaglia, Goanta, Spanakis, dan Iamnitshi (2024) menegaskan bahwa keterbukaan diri di media sosial tidak sekadar persoalan ekspresi, tetapi juga berkaitan dengan strategi pengelolaan identitas dan privasi di ruang publik yang bersifat algoritmik. Begitu pula, penelitian Muttaqien, Hibatullah, dan Wulandari (2022) menyoroti bahwa praktik *self-disclosure* di media sosial dapat berfungsi sebagai mekanisme dalam menangani tekanan emosional yang dialami remaja. Dengan demikian, penelitian ini memiliki signifikansi tinggi dalam memahami bagaimana dinamika komunikasi keluarga dan perbedaan generasi berkontribusi terhadap pembentukan perilaku digital Generasi Z.

Meskipun literatur mengenai *Family Communication Patterns* (FCP) telah banyak menjelaskan pengaruh pola komunikasi keluarga terhadap perilaku komunikasi anak, bukti empiris yang secara spesifik mengaitkan pola komunikasi keluarga, kesenjangan komunikasi antar generasi, serta praktik *self-disclosure* melalui fitur *repost* TikTok pada Generasi Z di Indonesia masih sangat terbatas.

Melihat semua hal, studi ini sangat penting untuk menyelidiki secara empiris bagaimana gaya komunikasi keluarga memengaruhi kecenderungan Generasi Z untuk membuka diri melalui fitur *repost* TikTok, serta bagaimana kesenjangan komunikasi antar generasi berperan sebagai faktor moderasi yang bisa memperkuat atau melemahkan hubungan ini. Selain menambah pengetahuan tentang media digital dan komunikasi keluarga, pemahaman yang mendalam tentang hubungan ini juga jadi dasar konseptual buat intervensi sosial yang

bertujuan memperbaiki komunikasi antar generasi. Hasil penelitian diharapkan dapat mendorong praktik komunikasi keluarga yang lebih terbuka, empatik, serta mendukung ekspresi diri remaja secara sehat, aman, dan bertanggung jawab di era digital yang kian kompleks.

1.2. Rumusan Masalah

Dengan konteks ini, fokus utama dari penelitian ini adalah bagaimana kecenderungan Generasi Z untuk membuka diri melalui fitur repost di TikTok dipengaruhi oleh dimensi *conversation orientation* dan *conformity orientation* dalam pola komunikasi keluarga, serta bagaimana kesenjangan komunikasi antar generasi berfungsi sebagai variabel pemoderasi dalam hubungan ini. Untuk memahami sejauh mana perbedaan generasi dan dinamika komunikasi keluarga berkontribusi terhadap kecenderungan Generasi Z mengekspresikan diri secara tidak langsung di media sosial, serta dampaknya terhadap hubungan antarpribadi dan pembentukan identitas digital mereka, sangat penting untuk menyelidiki masalah ini.

1.3. Pertanyaan Penelitian

1. Apakah *conversation orientation* dalam pola komunikasi keluarga berpengaruh terhadap *self-disclosure* Generasi Z melalui fitur *repost* TikTok?
2. Apakah *conformity orientation* dalam pola komunikasi keluarga berpengaruh terhadap *self-disclosure* Generasi Z melalui fitur *repost* TikTok?
3. Apakah *generational communication gap* memoderasi hubungan antara *conversation orientation* dan *self-disclosure* Generasi Z melalui fitur *repost* TikTok?
4. Apakah *generational communication gap* memoderasi hubungan antara *conformity orientation* dan *self-disclosure* Generasi Z melalui fitur *repost* TikTok?

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *conversation orientation* dalam pola komunikasi keluarga *self-disclosure* Generasi Z melalui fitur *repost* TikTok.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *conformity orientation* dalam pola komunikasi keluarga terhadap *self-disclosure* Generasi Z melalui fitur *repost* TikTok.
3. Untuk mengetahui apakah ada peran *generational communication gap* sebagai variabel moderator dalam hubungan antara *conversation orientation* dan *self-disclosure* Generasi Z melalui fitur *repost* TikTok.
4. Untuk mengetahui apakah ada peran *generational communication gap* sebagai variabel moderator dalam hubungan antara *conformity orientation* dan *self-disclosure* Generasi Z melalui fitur *repost* TikTok.

1.5. Kegunaan Penelitian

1.5.1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan literatur ilmu komunikasi, khususnya dalam tiga bidang. Pertama, memperkaya kajian mengenai Teori Pola Komunikasi Keluarga (*Family Communication Patterns*) dengan mengaplikasikannya dalam konteks media sosial baru (TikTok) yang memiliki karakteristik unik. Kedua, memberikan bukti empiris mengenai peran *generational communication gap* sebagai variabel moderator, sebuah area yang masih perlu dieksplorasi lebih dalam. Ketiga, memperbarui pemahaman mengenai fenomena *self-disclosure* di era digital dengan fokus pada Generasi Z, yang perilaku komunikasinya membentuk tren masa depan.

1.5.2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, para profesional seperti psikolog, konselor keluarga, dan pendidik bisa menggunakan kesimpulan dari penelitian ini sebagai titik awal atau landasan. Selain itu, diharapkan penelitian ini bisa membantu orang tua

lebih memahami dinamika lingkungan digital anak-anak mereka, sehingga mereka bisa mengembangkan strategi komunikasi keluarga yang lebih efektif, jujur, dan penuh empati.

1.5.3. Kegunaan Sosial

Secara sosial, penelitian ini berpotensi meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya literasi digital dan komunikasi antar-generasi. Dengan memahami faktor-faktor yang mendorong remaja untuk lebih terbuka di media sosial daripada di rumah, diharapkan dapat mendorong dialog publik yang lebih luas tentang bagaimana menciptakan lingkungan keluarga yang suportif, sehingga mengurangi risiko dampak negatif dari keterbukaan diri yang berlebihan di ruang siber, seperti perundungan siber atau eksploitasi data pribadi.

1.6. Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa batasan agar fokus kajian lebih terarah dan dapat dianalisis secara mendalam. Pertama, penelitian hanya berfokus pada Generasi Z yang berada pada rentang usia 18–25 tahun. Batasan ini ditetapkan untuk memastikan bahwa responden telah memiliki kemandirian dalam menggunakan media sosial serta dapat menggambarkan pola komunikasi keluarga secara lebih reflektif. Kedua, platform media sosial yang dikaji terbatas pada TikTok, dengan penekanan khusus pada perilaku *self-disclosure* pasif melalui fitur *Repost*, sehingga tidak mencakup bentuk keterbukaan diri lain seperti komentar, unggahan video, atau *Direct Message*.

Ketiga, dua aspek pola komunikasi keluarga yaitu, *conversation orientation* dan *conformity orientation* menjadi fokus dalam penelitian ini dan dianggap sebagai variabel independen. Kedua aspek ini diteliti pengaruhnya terhadap keterbukaan diri Generasi Z dengan menggunakan fitur repost TikTok sebagai variabel dependen. Selain itu, kesenjangan komunikasi antar generasi juga dimasukkan dalam penelitian ini sebagai variabel moderator yang memengaruhi seberapa kuat atau lemahnya pola komunikasi keluarga berkaitan dengan

kecenderungan keterbukaan diri di media sosial. Akibatnya, penelitian ini tidak membahas secara mendalam aspek lain seperti sifat kepribadian, lingkungan teman sebaya, atau kondisi psikologis individu.

Keempat, metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif survei, sehingga temuan yang diperoleh bersifat deskriptif dan korelasional, bukan untuk menilai sebab-akibat secara absolut. Kelima, penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu tertentu pada tahun 2025, sehingga dinamika penggunaan TikTok atau perubahan kebijakan fitur di masa mendatang berada di luar cakupan penelitian.

Meskipun ada keterbatasan ini, diharapkan penelitian ini akan memberikan gambaran yang jelas dan fokus tentang bagaimana kesenjangan komunikasi antar generasi dan pola komunikasi keluarga memengaruhi perilaku pengungkapan diri pasif Generasi Z di TikTok.

