



MARAKNYA FENOMENA PENGUNGKAPAN DIRI YANG BERLEBIHAN ATAU OVERSHARING DI MEDIA SOSIAL: PERSPEKTIF SOSIOLOGI

Nadya Meisya Adibrata¹, Mirna Nur Alia Abdullah², Muhammad Retsa Rizaldi Muiyapura³

^{1,2,3}Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial,
Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia

Email: ¹nadyameisya01@upi.edu, ²alyamirna@upi.edu, ³retsa98@upi.edu

ABSTRAK

Perkembangan pesat di bidang teknologi informasi telah secara signifikan meningkatkan kenyamanan dan efisiensi dalam kehidupan sehari-hari. Inovasi seperti telepon seluler dan berbagai perangkat pintar lainnya telah mengubah cara kita berkomunikasi, memungkinkan koneksi internet yang hampir konstan dan akses informasi yang tak terbatas. Di antara berbagai inovasi teknologi yang telah muncul, media sosial menonjol sebagai salah satu aspek yang paling berpengaruh. Melalui akun media sosial yang dimiliki, pengguna memiliki kemampuan untuk mempublikasikan berbagai aspek kehidupan pribadi mereka, baik dalam bentuk foto maupun video, tanpa menghadapi hambatan yang signifikan. Namun, kebebasan ini seringkali tidak disertai dengan kesadaran yang cukup tentang privasi. Akibatnya, fenomena oversharing menjadi marak dimana-mana. Oleh karena itu, artikel ini akan membahas mengenai fenomena oversharing dalam kacamata sosiologi. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data kepustakaan, peneliti menemukan bahwa fenomena oversharing dipicu oleh beragam faktor yang berakar pada ilmu sosiologi, antara lain; Kebutuhan Validasi Sosial, Pembentukan Identitas Online, dan FOMO (*Fear of Missing Out*).

Kata Kunci: Oversharing, Sosiologi, Media Sosial

ABSTRACT

*Rapid developments in information technology have significantly increased the convenience and efficiency of everyday life. Innovations such as mobile phones and other smart devices have changed the way we communicate, allowing for near-constant internet connections and unlimited access to information. Among the various technological innovations that have emerged, social media stands out as one of the most influential aspects. Through their social media accounts, users have the ability to publish various aspects of their personal lives, both in the form of photos and videos, without facing significant obstacles. However, this freedom is often not accompanied by sufficient awareness of privacy. As a result, the phenomenon of oversharing has become widespread. Therefore, this article will discuss the phenomenon of oversharing from a sociological perspective. Using a descriptive qualitative research method with a library data collection method, researchers found that the phenomenon of oversharing is triggered by various factors rooted in sociology, including; Need for Social Validation, Formation of Online Identity, and FOMO (*Fear of Missing Out*).*

Keywords: Oversharing, Sociology, Social Media

A. PENDAHULUAN

Modernisasi dapat diartikan sebagai evolusi masyarakat menuju tahap yang lebih canggih, yang tercermin dalam peningkatan kualitas hidup dan perubahan sosial yang kompleks. Proses ini tidak terbatas pada satu bidang atau masalah tertentu, melainkan mencakup perubahan yang luas dan beragam, termasuk dalam bidang sosial, ekonom, budaya, dan politik, yang berlangsung dengan kecepatan yang bervariasi di berbagai komunitas (Sigalingging et al., 2023). Dalam era saat ini, kemajuan yang paling signifikan terlihat dalam teknologi dan komunikasi. Kemajuan yang cepat dalam teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara kita berinteraksi, berbagi informasi, dan membangun hubungan dengan orang lain di seluruh dunia, memberikan metode yang inovatif dan menarik untuk terhubung (Vidianti et al., 2023).

Perkembangan pesat di bidang teknologi informasi telah secara signifikan meningkatkan kenyamanan dan efisiensi dalam kehidupan sehari-hari. Inovasi seperti telepon seluler dan berbagai perangkat pintar lainnya telah mengubah cara kita berkomunikasi, memungkinkan koneksi internet yang hampir konstan dan akses informasi yang tak terbatas. Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), tercatat bahwa terdapat lonjakan pengguna internet di Indonesia, dengan angka mencapai 171 juta orang, atau sekitar 64,8% dari total populasi negara tersebut pada bulan April tahun 2018 (Pratomo, dalam Muliana 2023). Angka ini menunjukkan penetrasi teknologi yang luas dan dampak transformasionalnya terhadap cara individu berinteraksi dan mengakses informasi. Di antara berbagai inovasi teknologi yang telah muncul, media sosial menonjol sebagai salah satu aspek yang paling berpengaruh. Khususnya di Indonesia, Instagram telah menjadi platform yang sangat populer. Menurut data terkini dari Statista yang dirilis pada Januari 2022, Indonesia berada di posisi keempat di dunia untuk jumlah pengguna Instagram, dengan total pengguna mencapai 99,15 juta. Dari jumlah tersebut, sekitar 36,4% pengguna, yang merupakan segmen terbesar, adalah mereka yang berumur antara 18 hingga 24 tahun. Data ini menunjukkan bahwa pada tahun 2021, Instagram telah menduduki posisi keempat sebagai platform media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia, setelah YouTube, WhatsApp, dan Facebook (Natasya & Yulianita, 2023). Fenomena ini menggambarkan bagaimana media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi bagian integral dari kehidupan sosial dan budaya di Indonesia, terutama di kalangan generasi muda.

Melalui akun media sosial yang dimiliki, pengguna memiliki kemampuan untuk mempublikasikan berbagai aspek kehidupan pribadi mereka, baik dalam bentuk foto maupun video, tanpa menghadapi hambatan yang signifikan. Namun, kebebasan ini seringkali tidak disertai dengan kesadaran yang cukup tentang privasi. Banyak pengguna, khususnya di Instagram, terkadang tidak mengenali bahwa mereka sedang membagikan detail pribadi yang sensitif, yang pada gilirannya dapat menimbulkan konsekuensi negatif bagi diri mereka sendiri. Fenomena ini secara tidak langsung juga memberikan gambaran bahwa batasan antara ruang publik dan pribadi menjadi semakin kabur.

Kasus mengenai oversharing contohnya kasus Zara Adhistry yang sempat viral pada 2021 lalu. Zara menunggah video dan foto aktivitas seksual dengan kekasihnya yang bernama Niko, di akun Instagram pribadi miliknya. Walaupun ia membagikan menggunakan fitur close friend sehingga hanya akun-akun pilihannya yang bisa melihatnya, tidak ada jaminan bahwa foto dan video yang

ia bagikan tidak akan tersebar luas. Karena pada akhirnya video dan foto tersebut tersebar luas hingga ke platform media sosial lain. Kejadian ini membuat citra dirinya menjadi buruk dan beberapa kontrak kerjanya dibatalkan.

Kasus serupa juga pernah terjadi di Indonesia. Dikabarkan bahwa Seorang pengusaha dirampok oleh karyawan korban sendiri. Korban baru mengetahui kalau yang merampok adalah karyawannya sendiri saat pelaku sudah polisi sudah menangkap pelaku. Para pelaku, meminta uang serta mengancam korban dengan pisau. Apabila berteriak, pelaku mengancam akan menyembelih korban. Pelaku dengan leluasa mengambil uang sebesar Rp31 juta yang ada di lemari baju di dalam kamar dan kabur melalui pintu depan. Dalam penyelidikan kemudian terungkap, keenam pelaku melancarkan aksinya setelah mengetahui melalui media sosial, bahwa korban baru saja mendapat uang dalam jumlah yang cukup banyak. Para pelaku melihat dari postingan di akun Facebook milik korban sendiri dan kemudian timbul niat dari para tersangka untuk merampok korban (Permana, M., 2021).

B. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, pendekatan yang diambil adalah metode kualitatif deskriptif, yang menitikberatkan pada penggalian informasi melalui data verbal dan visual, seperti teks dan gambar, daripada data kuantitatif berupa angka. Metode ini melibatkan pengumpulan data yang mendalam melalui literatur yang relevan, serta kutipan dari wawancara dan dokumentasi yang ada. Tujuannya adalah untuk menghasilkan laporan yang kaya dengan narasi deskriptif yang memberikan pemahaman yang lebih luas tentang topik yang diteliti. Dengan cara ini, penelitian bertujuan untuk mengungkapkan fakta dan fenomena dengan cara yang mendetail dan menyeluruh.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Oversharing

Menurut Prastiyo et al (2024) Oversharing adalah sebuah fenomena ketika seorang individu yang menggunakan media sosial juga sering mengunggah postingan ke akunnya hingga berlebihan. Berbagi secara berlebihan juga sering dikaitkan dengan kecanduan media sosial. Kemudian menurut Alpiyah et al (2024), Oversharing diartikan lebih banyak perasaan, pendapat serta seksualitas batin mereka lebih baik yang mereka lakukan secara langsung, atau bahkan melalui telepon, pesan teks, facebook, tweeting, camming, blogging, kencan online dan pornografi. Selain itu, Mawarningsih (2022, dalam Alpiyah et al 2024) juga berpendapat bahwa Oversharing, berdasarkan definisi ialah “betul-betul poly berita” mempublikasikan atau penyebaran info yang sangat pribadi, seperti status hubungan seseorang.

Dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa Oversharing dapat diartikan sebagai kebiasaan membagikan informasi secara berlebihan, baik melalui media sosial atau dalam percakapan langsung dengan orang lain. Ini termasuk membagikan detail-detail pribadi yang mungkin tidak pantas atau tidak perlu diketahui oleh publik. Oversharing sering terjadi ketika seseorang membagikan aspek-aspek kehidupan pribadinya, seperti lokasi, foto-foto keluarga, pencapaian, kesedihan, atau bahkan masalah pribadi yang seharusnya bersifat privat.

Dalam konteks media sosial, oversharing dapat mencakup memposting informasi tentang hobi, ketertarikan, hubungan, dan lokasi secara publik. Hal ini bisa berisiko karena data pribadi yang dibagikan dapat digunakan oleh orang lain untuk tujuan yang tidak baik, seperti penipuan atau pelecehan.

Media Sosial

Menurut Pujiono (2021) Media sosial atau sosmed adalah media komunikasi masa kini yang banyak dimiliki dan digunakan oleh generasi Z sebagai media komunikasi di dunia maya. Selain itu, ia juga berpendapat bahwa media sosial merupakan media komunikasi yang lekat dengan kehidupan generasi Z. Kemudian menurut Puspitarini & Nuraeni (2019), media sosial merupakan sebuah medium di internet yang memungkinkan penggunaanya untuk merepresentasikan diri dan melakukan interaksi, bekerja sama, berbagi, komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Selain itu, Rafiq (2020) juga berpendapat bahwa Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunaanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Ia juga berpendapat bahwa media sosial mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Merebaknya Fenomena Oversharing Dalam Perspektif Sosiologi

Dalam konteks masyarakat modern yang terus berkembang, fenomena oversharing di media sosial telah menarik perhatian banyak pihak. Kebiasaan membagikan detail kehidupan pribadi secara berlebihan ini tidak terjadi begitu saja, melainkan dipicu oleh beragam faktor yang berakar pada ilmu sosiologi. Sangatlah krusial bagi setiap individu untuk mengenali dan memahami faktor-faktor tersebut agar dapat menimbang secara matang dampak yang mungkin timbul sebelum memutuskan untuk membagikan informasi pribadi di dunia maya. Dari perspektif sosiologi, beberapa faktor yang berkontribusi terhadap maraknya oversharing antara lain :

1. Kebutuhan Validasi Sosial

Dalam kajian sosiologi, kebutuhan akan validasi sosial dianggap sebagai salah satu faktor kunci yang mempengaruhi bagaimana individu berperilaku dan berinteraksi dalam lingkungan sosial mereka. Validasi sosial ini tidak hanya penting dalam konteks interaksi tatap muka, tetapi juga telah menjadi aspek yang sangat relevan dalam dunia digital saat ini. Dari perspektif interaksionisme simbolik, validasi sosial merupakan elemen sentral dalam proses pembentukan dan pemeliharaan identitas. Melalui interaksi simbolik, individu menafsirkan reaksi dan tanggapan orang lain terhadap tindakan atau penampilan mereka. Umpan balik ini kemudian diinternalisasi dan membentuk bagaimana seseorang memandang diri sendiri, yang selanjutnya mempengaruhi perilaku dan pilihan mereka. Dalam era digital, interaksi ini sering kali terjadi melalui media sosial, di mana 'like', komentar, dan berbagai bentuk interaksi lainnya menjadi indikator validasi sosial.

Di era di mana batasan antara kehidupan nyata dan online semakin kabur, eksistensi digital seseorang sering kali dianggap sama pentingnya dengan kehidupan nyata mereka. Media sosial telah menjadi platform utama bagi banyak orang untuk mencari pengakuan dan validasi dari rekan-rekan mereka. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana individu memilih untuk membagikan pencapaian,

momen penting, dan bahkan aspek sehari-hari dari kehidupan mereka. Validasi yang diterima dari komunitas online ini dapat memberikan rasa percaya diri dan penerimaan sosial, yang sangat berharga bagi pembentukan citra diri dan identitas sosial seseorang.

Kebutuhan akan validasi sosial ini juga dapat mempengaruhi perilaku online seseorang. Individu mungkin merasa terdorong untuk membagikan konten yang mereka percaya akan mendapatkan respons positif dari audiens mereka, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi jenis konten yang mereka bagikan dan frekuensi pembagian tersebut. Dalam beberapa kasus, hal ini dapat menyebabkan oversharing, di mana individu membagikan informasi pribadi yang lebih banyak daripada yang mungkin mereka lakukan dalam situasi tatap muka.

2. Pembentukan Identitas Online

Dalam disiplin ilmu sosiologi, konsep identitas merupakan salah satu topik yang paling banyak diteliti dan dibahas. Identitas dianggap sebagai hasil dari konstruksi sosial, yang artinya identitas tersebut dibentuk dan didefinisikan melalui interaksi sosial yang terjadi antara individu dengan individu lain serta lingkungan sosial di sekitarnya. Interaksi ini tidak hanya terbatas pada pertukaran verbal atau non-verbal secara langsung, tetapi juga melalui simbol-simbol budaya, nilai-nilai yang dianut, dan norma-norma yang berlaku dalam masyarakat.

Media sosial dan platform online lainnya telah membuka dimensi baru dalam pembentukan identitas. Di ruang virtual, individu memiliki kebebasan yang lebih besar untuk mengekspresikan diri dan memperkenalkan aspek-aspek tertentu dari diri mereka yang mungkin tidak terlihat atau tidak diungkapkan dalam kehidupan sehari-hari. Identitas digital ini sering kali dibentuk dengan cara yang lebih terkontrol dan disengaja, memungkinkan individu untuk menonjolkan sisi-sisi tertentu dari diri mereka yang ingin dilihat oleh dunia. Selain itu, identitas digital juga dapat berfungsi sebagai pelengkap atau bahkan sebagai kontras dari identitas nyata seseorang. Misalnya, seseorang yang pemalu dan introvert dalam kehidupan nyata mungkin memilih untuk menampilkan diri sebagai seseorang yang ekspresif dan terbuka di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa identitas digital tidak selalu mencerminkan realitas sebenarnya dari individu tersebut, tetapi lebih kepada bagaimana mereka ingin dipersepsikan oleh orang lain.

Pembentukan identitas online juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti umpan balik dari pengguna lain, jumlah 'like' dan komentar yang diterima, serta jenis interaksi yang terjadi di platform tersebut. Semua ini berkontribusi pada cara individu memandang diri mereka sendiri dan bagaimana mereka memilih untuk mempresentasikan diri di dunia maya.

3. FOMO (Fear of Missing Out)

Dalam kajian sosiologi, FOMO (Fear of Missing Out) diinterpretasikan sebagai suatu bentuk kecemasan sosial yang muncul dari rasa takut akan tertinggal dari pengalaman atau interaksi yang dianggap penting oleh individu atau kelompok sosial. Kecemasan ini tidak hanya terbatas pada kegiatan sosial secara langsung, tetapi juga meluas ke dunia maya, khususnya melalui media sosial.

Menurut Charles Wright Mills dalam teori imajinasi sosiologinya, FOMO dapat dilihat sebagai refleksi dari hubungan antara pengalaman pribadi individu dengan masalah-masalah publik yang lebih besar dalam struktur sosial. Ini

menunjukkan bahwa kekhawatiran pribadi, seperti kecemasan akan ketinggalan momen berharga, tidak hanya merupakan masalah individu tetapi juga terkait dengan dinamika sosial yang lebih luas. Misalnya, ketika ada peristiwa besar yang diikuti oleh banyak orang, seperti konser musik atau acara olahraga, individu yang tidak dapat hadir mungkin merasa tertinggal dan ini dapat mempengaruhi status sosial mereka di mata kelompoknya. Media sosial memperkuat fenomena FOMO dengan menyediakan platform yang terus-menerus memperbarui pengguna

tentang apa yang dilakukan oleh orang lain. Hal ini menciptakan persepsi bahwa orang lain selalu terlibat dalam kegiatan yang menarik, yang dapat meningkatkan rasa takut akan ketinggalan. Dalam hal ini, individu mungkin merasa terdorong untuk terus-menerus memeriksa media sosial dan berpartisipasi dalam berbagai kegiatan online untuk menghindari rasa tertinggal tersebut.

FOMO dapat mendorong individu untuk terus-menerus terlibat dan berbagi di media sosial, seringkali tanpa mempertimbangkan batas privasi pribadi mereka. Ini dapat menyebabkan oversharing, di mana individu membagikan detail pribadi yang seharusnya bersifat pribadi. Fenomena ini juga dapat mempengaruhi keputusan individu dalam kehidupan nyata, seperti menghadiri acara sosial yang mungkin tidak mereka nikmati hanya untuk menghindari rasa tertinggal.

Oversharing Dalam Perspektif Sosiologi

Fenomena oversharing di media sosial merupakan representasi nyata dari perubahan sosial yang signifikan dalam masyarakat digital kontemporer. Dalam perspektif sosiologi, perilaku oversharing tidak dapat dipahami hanya sebagai ekspresi personal atau psikologis semata, melainkan sebagai gejala sosial yang kompleks yang muncul dari interaksi antara individu, teknologi, dan struktur sosial. Fenomena ini menggambarkan bagaimana media sosial membentuk norma, nilai, dan praktik komunikasi baru yang memengaruhi cara individu mempresentasikan diri dan berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari.

Salah satu pendekatan sosiologis yang sangat relevan dalam menganalisis fenomena ini adalah interaksionisme simbolik. Teori ini berangkat dari asumsi bahwa realitas sosial dibentuk melalui interaksi antarindividu yang saling menafsirkan simbol. Dalam konteks media sosial, simbol-simbol tersebut tidak lagi hanya berupa kata-kata, tetapi juga visualisasi seperti unggahan foto, video, emoji, jumlah 'likes', komentar, serta cara seseorang mengelola feed atau cerita digitalnya. Menurut Prastiyo et al. (2024), individu di media sosial membangun citra diri melalui pengelolaan simbol-simbol tersebut untuk memperoleh makna sosial yang diakui oleh orang lain. Maka, oversharing menjadi sebuah praktik komunikasi simbolik, di mana pengguna media sosial berupaya memperoleh validasi sosial dari lingkungannya. Validasi tersebut menjadi krusial dalam pembentukan identitas online, terutama bagi generasi muda yang menjadikan media sosial sebagai cerminan dari keberadaan sosial mereka.

Lebih jauh, dalam perspektif sosiologi digital, ruang virtual dipahami sebagai arena baru pembentukan relasi sosial dan konstruksi identitas yang tidak bisa dilepaskan dari dinamika teknologi informasi. Media sosial telah menciptakan medan sosial yang memperluas kemungkinan interaksi dan eksistensi diri, tetapi pada saat yang sama juga memperbesar tekanan terhadap individu untuk "terus hadir". Dalam kondisi ini, fenomena Fear of Missing Out

(FOMO) menjadi gejala umum yang mendorong individu untuk terus membagikan aktivitas pribadi mereka. FOMO adalah rasa takut tertinggal dari peristiwa sosial yang penting, dan dalam konteks digital, rasa takut ini dimediasi oleh algoritma media sosial yang terus menampilkan aktivitas orang lain secara real-time. Menurut Alpiah et al. (2024), keinginan untuk tetap eksis dalam arus informasi ini mendorong perilaku oversharing sebagai bentuk keterlibatan aktif dalam jaringan sosial online. Tidak jarang, tindakan ini dilakukan tanpa mempertimbangkan batasan privasi maupun risiko yang mungkin terjadi, seperti pencurian data pribadi, doxing, hingga cyberbullying.

Dalam konteks sosial yang lebih luas, fenomena oversharing juga dapat dipahami melalui teori kontrol sosial. Teori ini menjelaskan bagaimana norma, nilai, dan sanksi sosial bekerja untuk mengatur perilaku individu dalam masyarakat. Namun, dalam masyarakat digital, kontrol sosial terhadap batasan antara ruang publik dan privat mengalami pergeseran. Sigalingging et al. (2023) menunjukkan bahwa informasi pribadi yang dahulu dianggap tabu atau sensitif kini telah menjadi konsumsi publik yang lumrah. Bahkan, media sosial mendorong budaya keterbukaan yang ekstrem, di mana pengguna merasa perlu untuk membagikan hampir seluruh aspek kehidupan mereka dari hal sepele hingga persoalan emosional yang mendalam. Dalam situasi ini, norma-norma sosial konvensional mengenai privasi tidak lagi berlaku secara ketat, dan oversharing menjadi perilaku yang semakin dinormalisasi dalam kehidupan bermedia. Selain itu, fenomena oversharing erat kaitannya dengan proses refleksivitas dalam masyarakat modern, sebagaimana dijelaskan dalam perspektif sosiologi modernitas. Individu modern dituntut untuk secara aktif membentuk, merefleksikan, dan memodifikasi identitas sosialnya dalam rangka menyesuaikan diri dengan tuntutan sosial yang terus berubah. Media sosial memberikan ruang dan alat untuk melakukan proses ini secara terus-menerus. Platform seperti Instagram, TikTok, atau Twitter memungkinkan individu menampilkan diri mereka melalui narasi visual dan teks yang dipilih secara strategis. Namun, tekanan untuk mempertahankan citra ideal sering kali menimbulkan kecemasan sosial dan kebutuhan akan pengakuan. Natasya dan Yulianita (2023) menyebut bahwa oversharing bisa menjadi bentuk kompensasi atas rasa tidak aman terhadap identitas diri di ruang nyata. Dalam hal ini, identitas digital berperan sebagai cermin dari keinginan, ekspektasi sosial, bahkan perlawanan terhadap realitas personal.

Perlu juga dicatat bahwa dalam masyarakat digital, identitas tidak lagi bersifat tunggal atau tetap. Individu bisa membentuk berbagai versi dirinya tergantung pada audiens yang dihadapi atau platform yang digunakan. Fenomena ini dikenal sebagai fragmentasi identitas. Dalam situasi seperti ini, oversharing bisa menjadi upaya untuk menyatukan berbagai versi identitas digital ke dalam satu narasi yang tampak koheren, meskipun sering kali menyesatkan.

Dari semua paparan tersebut, jelas bahwa pendekatan sosiologi memberi pemahaman yang lebih komprehensif mengenai oversharing. Fenomena ini bukan hanya soal kebebasan berekspresi, tetapi juga terkait dengan dinamika kekuasaan simbolik, perubahan norma sosial, kecemasan kolektif, dan pembentukan identitas yang sangat dipengaruhi oleh konteks sosial dan teknologi. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk meningkatkan literasi digital yang tidak hanya mencakup keterampilan teknis, tetapi juga kesadaran sosial tentang bagaimana informasi pribadi diproduksi, dikonsumsi, dan dinilai dalam ruang publik digital.

D. KESIMPULAN

Fenomena oversharing di media sosial mencerminkan dinamika sosial yang kompleks dalam masyarakat modern, di mana batas antara ruang privat dan publik semakin kabur. Berdasarkan perspektif sosiologi, oversharing bukan sekadar perilaku individual, melainkan bagian dari konstruksi sosial yang dipengaruhi oleh kebutuhan validasi sosial, pembentukan identitas digital, dan tekanan budaya digital seperti Fear of Missing Out (FOMO). Generasi muda, terutama generasi Z, menjadi kelompok yang paling rentan terhadap perilaku ini karena keterikatan mereka yang kuat terhadap media sosial sebagai sarana ekspresi diri dan interaksi sosial. Fenomena ini menegaskan pentingnya literasi digital dan kesadaran akan privasi di tengah derasnya arus informasi dan eksistensi di ruang maya. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan edukatif yang berkelanjutan untuk membangun kesadaran kritis dalam penggunaan media sosial agar tidak terjebak dalam praktik oversharing yang berisiko bagi keselamatan dan citra diri individu.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Febriana, H. (2023). Perilaku oversharing di Media Sosial (Studi Kasus Mahasiswa FISIP Universitas Hasanuddin)= OVERSHARING BEHAVIOR IN SOCIAL MEDIA (Case Study of FISIP Hasanuddin University Students) (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- [2] Sigalingging, N. F., Elsera, M., & Syafitri, R. (2023). Fenomena Oversharing di Instagram pada Generasi Muda di Kota Tanjung Pinang. *Jurnal Empirika*, 8(2), 84-92.
- [3] Bunga, D., Dewi, C. I. D. L., & Dewi, K. A. P. (2022). Literasi Digital Untuk Menanggulangi Perilaku Oversharing di Media Sosial. *Sevanam: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1- 12.
- [4] Akhtar, H. (2020). Perilaku Oversharing di Media Sosial: Ancaman atau Peluang?. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 25(2), 257-270.
- [5] Vidiанти, Y. R., Halizah, N., Naibaho, A. V. A., Adibah, I. F., & Pratama, A. (2023, November). ETIKA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL: MEMAHAMI PERILAKU
- [6] OVERSHARING PADA APLIKASI INSTAGRAM. In *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi* (Vol. 3, No. 1, pp. 535-541).
- [7] Vidiанти, Y. R., Halizah, N., Naibaho, A. V. A., Adibah, I. F., & Pratama, A. (2023, November). ETIKA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL: MEMAHAMI PERILAKU
- [8] OVERSHARING PADA APLIKASI INSTAGRAM. In *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi* (Vol. 3, No. 1, pp. 535-541).
- [9] Natasya, J., & Yulianita, N. (2023, January). Oversharing Behaviour di Media Sosial Instagram.
- [10] In *Bandung Conference Series: Public Relations* (Vol. 3, No. 1, pp. 96-103).
- [11] Muliana, N. (2023). Dramaturgi sosial media (Fenomena Oversharing di Sosial Media pada mahasiswa Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin Dan Studi Agama) (Doctoral dissertation, UIN Mataram).
- [12] Prastiyo, E. B., Rianto, R., Arfa, D., Husni, A., & Bafaqis, M. H. (2024). Fenomena Oversharing Di Media Sosial Instagram Pada SMKN 1 Tanjungpinang (Suatu Tinjauan Dramaturgi di Media Sosial). *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 12(1), 45-60.

- [13] Rusli, R. P., Hadiapurwa, A., & Nugraha, H. (2022). Analisis Potensi Perpustakaan Pada Fenomena Oversharing Di Masyarakat. *Publication Library and Information Science*, 6(1), 28-43.
- [14] Noval, S. M. R. (2021). Oversharing and its Impact for Children: A Comparative Legal Protection. *Varia Justicia*, 17(2), 184-198.
- [15] Alpia, S., Asbari, M., Saputri, I. A., & Adilya, N. R. (2024). Oversharing: Urgensi Privasi di Era Digital. *Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 3(1), 42-47.
- [16] Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA
- [17] PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3 (1).
- [18] Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 18-29.
- [19] Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai media penyajian konten edukasi atau pembelajaran digital. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 5(4), 1006-1013.
- [20] Pujiono, A. (2021). Media sosial sebagai media pembelajaran bagi generasi Z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1), 1-19.
- [21] Alpia, S., Asbari, M., Saputri, I. A., & Adilya, N. R. (2024). Oversharing: Urgensi Privasi di Era Digital. *Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 3(1), 42–47.
- [22] Natasya, J., & Yulianita, N. (2023). Oversharing Behaviour di Media Sosial Instagram. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 3(1), 96–103.
- [23] Prastiyo, E. B., Rianto, R., Arfa, D., Husni, A., & Bafaqis, M. H. (2024). Fenomena Oversharing Di Media Sosial Instagram Pada SMKN 1 Tanjungpinang. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 12(1), 45–60.
- [24] Sigalingging, N. F., Elsera, M., & Syafitri, R. (2023). Fenomena Oversharing di Instagram pada Generasi Muda di Kota Tanjung Pinang. *Jurnal Empirika*, 8(2), 84–92.