

BAB II

MEMAHAMI PERILAKU OVERSHARING DI MEDIA SOSIAL OLEH GENERASI Z

2.1 Presentasi diri di Media Sosial

Apa yang disebut orang sebagai “presentasi diri” atau “manajemen kesan” sebenarnya hanyalah upaya mereka untuk memproyeksikan gambaran diri mereka yang mereka ingin orang lain lihat. Menurut Boyer dkk. (2006), presentasi diri dapat dilakukan oleh individu, kelompok, tim, atau bahkan organisasi.

Salah satu motivasi berbagi di media sosial adalah presentasi diri. Presentasi diri merupakan motivasi yang didorong oleh keinginan untuk meninggalkan kesan mendalam atau citra diri ideal di mata orang lain (Herring & Kapidzic, 2015). Presentasi visual adalah faktor terpenting saat menampilkan diri Anda di media sosial. Inilah sebabnya mengapa masyarakat sangat gemar mengunggah foto dengan kualitas terbaik di media sosial (Ellison et al., 2006). Hal ini didukung oleh temuan Ipsos sebelumnya yang menemukan bahwa konten yang paling banyak dibagikan di media sosial adalah gambar (58%). Oleh karena itu tidak heran jika media sosial yang dikhususkan untuk mengunggah gambar saat ini banyak digemari masyarakat, terutama untuk branding produk (misalnya Instagram). Presentasi diri bukan hanya soal penglihatan, tapi juga tentang menciptakan gambaran agar orang lain melihat kita sebagaimana kita ingin dilihat. Anasari dan Handoyo (2015) melakukan penelitian untuk mengamati pola presentasi diri siswa di akun Twitter.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia melaporkan bahwa 92,6% mahasiswa menggunakan media sosial, jauh lebih tinggi daripada rata-rata nasional (Andriani dan Sulistyorini, 2022; APJII, 2019). Maraknya penggunaan media sosial

tentunya telah memunculkan berbagai perilaku penggunaan media sosial, baik positif maupun negatif, sehingga kini muncul istilah “perilaku oversharing”. Istilah ini mengacu pada pengungkapan informasi yang berlebihan, baik disengaja maupun tidak, dan motivasi utama orang-orang berbagi konten di media sosial adalah untuk mendapatkan perhatian, pujian, dan komentar dari pengguna lain untuk meningkatkan visibilitas mereka.

Banyak penelitian yang membahas tentang topik perilaku *oversharing*, khususnya di media sosial. Dua tren utama dapat dibagi dalam studi ini. Pertama, penelitian menganalisis bentuk-bentuk perilaku oversharing di media sosial (Kennedy, n.d. 2018; Noval, 2021; Mawarningsih, 2022). Kedua, penelitian meyakini bahwa berbagi secara berlebihan di media sosial merupakan ancaman sekaligus peluang, dan merupakan masalah besar di era digital, yang berpotensi menyebabkan tindakan memperlakukan *online*, penindasan maya, pencurian identitas, dan risiko keamanan lainnya. Namun, banyak juga yang melihatnya sebagai peluang perbaikan ekonomi (Agger, 2015; Akhtar, 2020; Brammer et al., 2022).

2.2 Perilaku Oversharing di Media Sosial

2.2.1 Contoh Kasus Oversharing

1. Kasus Mario Dandy Satriyo, pelaku penganiayaan Cristalino David Ozora yang telah menjadi sorotan publik dalam sebulan terakhir, menggambarkan bagaimana oversharing bisa menjadi pedang bermata dua. Di satu sisi, tindakan pamer dan keinginan untuk menunjukkan status sosial dapat terpenuhi. Namun, di sisi lain, hal tersebut bisa menyebabkan masalah serius, seperti pengusutan harta kekayaan, karena Mario Dandy memamerkan mobil dan motor mewah milik orang tuanya,

Rafael Alun Trisambodo, yang merupakan mantan pejabat Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Psikolog Klinis Liza Marielly Djaprie menjelaskan bahwa *oversharing* biasanya berakar dari emosi pribadi. Pertama, emosi memotivasi seseorang untuk membagikan informasi. Kedua, upaya untuk menunjukkan citra diri tertentu kepada publik juga berperan.

2. Seorang selebgram wanita bernama So Mei-yan dan bayi laki-laknya disekap oleh tiga perampok bersenjata pisau saat merampok rumahnya di sebuah apartemen di Hong Kong. So Mei-yan dikenal sering memamerkan kekayaan melalui foto-fotonya di media sosial, menampilkan pakaian mahal, aksesoris mewah, dan uang tunai. Menurut keterangan polisi, para perampok berhasil mengambil 10 tas tangan, 7 jam tangan, sebuah laptop, dan dua ponsel, dengan total kerugian mencapai 400.000 dolar AS, atau sekitar Rp 5,6 miliar (Iswara, A.J., 2020).
3. Seorang pengusaha menjadi korban perampokan oleh karyawan sendiri. Pengusaha tersebut baru mengetahui bahwa pelaku adalah karyawannya setelah pelaku ditangkap polisi. Para pelaku meminta uang sambil mengancam korban dengan pisau, dan mengancam akan menyembelohnya jika berteriak. Pelaku dengan leluasa mengambil uang sebesar Rp31 juta yang disimpan di lemari baju di dalam kamar dan melarikan diri melalui pintu depan. Penyelidikan mengungkapkan bahwa keenam pelaku melancarkan aksinya setelah mengetahui dari media sosial bahwa korban baru saja menerima sejumlah uang yang cukup besar. Mereka memperoleh informasi tersebut melalui postingan di akun Facebook korban, yang memicu niat mereka untuk merampok (Permana, M., 2021).

2.2.2 Motivasi di balik perilaku Oversharing

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri tanpa bantuan orang lain. Kebutuhan fisik seperti pakaian, pangan, dan tempat tinggal; kebutuhan sosial seperti sosialisasi, pengakuan, pendidikan, dan pekerjaan; serta kebutuhan psikologis seperti rasa ingin tahu, rasa aman, dan kasih sayang tidak dapat dipenuhi tanpa dukungan orang lain. Saat menghadapi masalah, baik yang ringan maupun berat, seseorang akan mencari dukungan sosial dari orang-orang di sekitarnya untuk merasa dihargai, diperhatikan, dan dicintai. Dukungan sosial mencakup informasi, nasihat, bantuan nyata, atau perilaku yang diberikan secara verbal atau nonverbal oleh orang-orang di lingkungan sosialnya. Ini juga bisa melibatkan makhluk dan benda yang memberikan manfaat atau dampak emosional bagi penerimanya. Dengan adanya dukungan sosial, seseorang akan merasa lebih rileks secara emosional karena merasa diperhatikan, diberi nasihat, atau mendapatkan kesan positif (Sosiawan, E.A., 2020: 63)

Tabel 1.1 Alasan Orang Melakukan Sharing di Media Sosial

Alasan melakukan perilaku berbagi	%	
	Global	Indonesia
Membagi hal yang menarik	61	76
Membagi hal yang penting	43	58
Membagi hal yang lucu	43	36
Membuat orang tahu keyakinan dan siapa saya	37	40
Merekomendasikan sesuatu	30	40
Mengutarakan dukungan saya terhadap sesuatu	29	14
Membagi sesuatu yang unik	26	47
Membuat orang tahu apa yang sedang saya lakukan	22	29
Menambah jaringan atau percakapan	20	10
Menunjukkan bahwa saya tahu	11	9
Alasan lain	10	6

Catatan. Sumber = <http://www.ipsos-na.com/news-polls/pressrelease.aspx?id=6239>.

Sarason (1990) mengemukakan bahwa dukungan sosial terdiri dari dua aspek

utama: (a)Jumlah sumber dukungan sosial — Ini adalah persepsi individu terhadap banyaknya orang yang dapat diandalkan saat membutuhkan bantuan, yang berfokus pada aspek kuantitas. (b)Kepuasan terhadap dukungan sosial— Ini berkaitan dengan sejauh mana individu merasa kebutuhannya terpenuhi melalui dukungan yang diterima, yang berfokus pada aspek kualitas. Bagi individu yang ingin memberikan dukungan sosial, penting untuk memahami kedua aspek ini. Ketersediaan dan kecukupan dukungan sosial yang dirasakan seseorang mempengaruhi seberapa efektif dukungan tersebut dalam memenuhi kebutuhannya.

Dukungan sosial bukan hanya tentang memberi bantuan, tetapi lebih pada bagaimana penerima memandang makna bantuan tersebut. Yang terpenting adalah seberapa tepat dukungan yang diberikan, sehingga penerima benar-benar merasakan manfaat dan kepuasan dari bantuan tersebut. Dukungan sosial harus dirasakan sebagai sesuatu yang nyata dan berguna bagi penerimanya. Dukungan sosial membuat penerima merasa diperhatikan, dihargai, dan dicintai. Penerima dukungan sosial akan memahami makna dari dukungan yang diberikan dan bagaimana hal itu memengaruhi kesejahteraan emosional mereka (Sosiawan, E.A., 2020: 64).

Karena kebutuhan psikologis manusia akan perhatian, dan dukungan sosial, *Oversharing* di media sosial dapat berisiko merugikan kehidupan pribadi seseorang. Isabelle Drury menghubungkan oversharing dengan masalah kesehatan mental dan risikonya, sebagai berikut: Banyak alasan yang mendorong orang untuk melakukan oversharing, hal yang paling umum adalah keinginan untuk terhubung dengan orang lain, terutama saat merasa kesepian. Oversharing juga bisa berasal dari latar belakang

keluarga di mana berbagi berlebihan merupakan kebiasaan sehari-hari. Oversharing mungkin disebabkan oleh narsisme atau kebutuhan untuk membuktikan diri. Seringkali, orang yang berbagi terlalu banyak tidak menyadari hal itu sampai setelah kejadian, atau mereka mungkin tidak menganggapnya sebagai masalah (Drury, 2022).

2.3 Dampak dari Oversharing

2.3.1 Dampak Negatif dan Positif dari Oversharing

Berbagi informasi secara berlebihan di media sosial semakin dianggap sebagai ancaman. Pandangan ini didukung oleh temuan yang menyoroti dampak negatif dari perilaku tersebut. Griffiths (2013) menunjukkan *oversharing* di media sosial dapat sama adiktifnya dengan perilaku lainnya, sehingga memerlukan pendekatan pengobatan yang mencakup strategi biologis, psikologis, dan sosial. Perilaku ini sering kali memicu masalah seperti takut ketinggalan (*Fear Of Missing Out*) (Przybylski et al., 2013) dan adiksi internet (*Problematic Internet Use/PIU*) (Kuss & Lopez-Fernandez, 2016). Selain itu, cyberbullying adalah konsekuensi dari orang yang mengekspos terlalu banyak informasi pribadi secara online (Chan et al., 2019), dan perbandingan sosial yang dapat menurunkan harga diri (Radovic et al., 2017). Ketika memikirkan kemungkinan dampak psikologis yang merugikan dari media sosial, penting untuk mengevaluasi sejumlah elemen, seperti jenis media yang digunakan, frekuensi penggunaan, dan durasi penggunaan (Cotten et al., 2011).

Hanif Akhtar, seorang peneliti dalam Jurnal Psikologika, mengemukakan bahwa fenomena *oversharing* tidak hanya memiliki dampak negatif tetapi juga positif. Menurut Akhtar, oversharing dapat digunakan sebagai alat untuk menilai kepribadian seseorang,

terutama dalam konteks media sosial. "Perilaku berbagi individu, khususnya di Indonesia, dapat menjadi salah satu indikator untuk memahami kepribadian asli seseorang," klaim Akhtar dalam jurnal tersebut. Selain itu, oversharing kehidupan pribadi kini bisa menjadi cara umum untuk mendapatkan perhatian publik yang dapat membawa keuntungan. Banyak tokoh publik di seluruh dunia menggunakan metode ini, seperti yang terlihat dalam acara *Keeping Up With The Kardashians*. Acara tersebut menampilkan kehidupan sehari-hari anggota keluarga Kardashian, mencakup aspek-aspek dari kehidupan keluarga, pekerjaan, hingga kehidupan pribadi mereka. Acara ini bisa dibilang sukses dan memberikan keuntungan bagi para pesertanya.

2.3.2 Dampak terhadap Privasi dan Keamanan Data Pribadi

Privasi akan dikaitkan dengan pengumpulan data pribadi di media sosial. Privasi berarti hal-hal yang lebih luas, seperti hak untuk tidak terganggu, memiliki akses terbatas, atau mengontrol informasi pribadi seseorang (Makarim, E., 2005: 163). Menurut Warren (2001), ada banyak alasan mengapa privasi harus dilindungi. Beberapa di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Dalam membina hubungan dengan orang lain, seseorang harus dapat menyembunyikan beberapa aspek kehidupan pribadinya sehingga dia dapat mempertahankan posisinya pada tingkat tertentu.
2. Memiliki waktu yang cukup untuk diri sendiri sangat penting bagi seseorang untuk menghargai privasi.
3. Hak privasi adalah hak independen yang tidak bergantung pada hak lain. Namun, jika seseorang mempublikasikan hal-hal pribadi kepada publik, hak ini akan hilang.

4. Selain itu, privasi mencakup hak seseorang untuk menjalin hubungan rumah tangga, yang mencakup memungkinkan seseorang untuk membentuk keluarga dan tidak memungkinkan orang lain mengetahui hubungan tersebut.
5. Pelanggaran privasi melibatkan kerugian yang diderita dan sulit untuk dinilai. Karena telah mengganggu kehidupan pribadinya, kerugian yang dirasakan jauh lebih besar daripada kerugian fisik. Oleh karena itu, korban berhak mendapatkan kompensasi jika mereka mengalami kerugian (Dewi, S., 2009: 11).

Perlindungan privasi bukan hanya merupakan konsep yang berkaitan dengan keputusan pribadi atau keputusan orang lain saja, tetapi juga mendapat perhatian dari negara. Pengaturan mengenai perlindungan data pribadi masih tersebar dalam berbagai peraturan perundang-undangan, seperti Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia, Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2013 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2006 tentang Administrasi Kependudukan, dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Ketentuan teknis mengenai perlindungan data pribadi diatur dalam Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik. Pasal 1 angka 1 peraturan tersebut mendefinisikan data pribadi sebagai data individu tertentu yang disimpan, dipelihara, dan dilindungi kebenaran serta

kerahasiaannya. Pemilik data pribadi adalah individu yang memiliki data tersebut. Menurut Jerry Kang, data pribadi merupakan informasi yang berkaitan erat dengan seseorang yang dapat membedakan karakteristik setiap individu. Data dapat dikatakan sebagai data pribadi apabila informasi tersebut dapat digunakan untuk mengenali atau mengidentifikasi seseorang (Nugraha, R.A., 2012: 31).