

PERILAKU OVERSHARING DI MEDIA SOSIAL
(STUDI KASUS MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS HASANUDDIN)

OVERSHARING BEHAVIOR IN SOCIAL MEDIA
(Case Study of FISIP Hasanuddin University Students)

HADRIAN FEBRIANA

E031191023



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023

PERILAKU OVERSHARING DI MEDIA SOSIAL
(STUDI KASUS MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS HASANUDDIN)

OVERSHARING BEHAVIOR IN SOCIAL MEDIA
(Case Study of FISIP Hasanuddin University Students)

HADRIAN FEBRIANA

E031191023



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL : Perilaku *Oversharing* di Media Sosial
(Studi Kasus Mahasiswa FISIP Universitas Hasanuddin)
NAMA : Hadrian Febriana
NIM : E031191023

Telah diperiksa dan disetujui oleh Pembimbing I dan Pembimbing II untuk diajukan
pada panitia ujian seminar hasil skripsi

Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Makassar, 3 Maret2023

Menyetujui,

Pembimbing I,



Prof. Dr. Suparman Abdullah M.Si

NIP. 196807151994031004

Pembimbing II,



Ridwan Svam S.Sos. M.Si

NIP. 198506122020121004

Mengetahui,

Kepala Departemen Sosiologi FISIP UNHAS



Prof. Hasli Marissangan, P.hD.

NIP. 196308271991031003

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Skripsi ini telah diajukan dan dipertahankan di depan Tim Evaluasi Skripsi pada
Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin

Oleh:

NAMA : HADRIAN FEBRIANA
NIM : E031191023
JUDUL : PERILAKU *OVERSHARING* DI MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS HASANUDDIN)

Pada:

Hari / Tanggal: Senin, 13 Maret 2023
Tempat: Ruang Ujian Departemen Sosiologi

TIM EVALUASI SKRIPSI

KETUA	: Prof. Dr. Suparman Abdullah, M.Si	()
SEKRETARIS	: Ridwan Syam, S.Sos, M.Si	(.....)
ANGGOTA	: Dr. Mansyur Radjab, M.Si	()
	Dr. Muh. Iqbal Latief, M.Si	()

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : HADRIAN FEBRIANA

NIM : E031191023

PROGRAM STUDI : SOSIOLOGI

JENJANG : SI

JUDUL : PERILAKU OVERSHARING DI MEDIA SOSIAL

(STUDI KASUS MAHASISWA FISIP UNIVESITAS

HASANUDDIN)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 13 Maret 2023

Yang Menyatakan



HALAMAN PERSEMBAHAN

“Setiap proses dan langkahnya mungkin tidak mudah, tapi akhir dari mencapai tujuan membuat lisan tidak berhenti mengucapkan Alhamdulillah”

“ Skripsi ini saya persembahkan untuk orang tua tercinta, saudara, keluarga, sahabat, teman, kampus, dan semua pihak yang telah berkontribusi dalam proses penulisan skripsi ini. Tugas akhir ini menjadi bukti usaha dan doa beserta dukungan dari berbagai pihak sehingga dapat terselesaikan di waktu yang tepat”.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim..

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Karena atas berkat dan rahmat-nya serta kemudan dan kekuatan sehingga penulis mampu menyelesaikan perkuliahan dan skripsi sebagai tugas akhir untuk menggapai gelar sarjana dengan judul skripsi “Perilaku *Oversharing* di Media Sosial (Studi Kasus Mahasiswa FISIP Universitas Hasanuddin)”.

Dalam penyusunan skripsi ini tentu tidak selalu berjalan sesuai yang diharapkan, terdapat proses yang panjang dan kendala-kendala yang dihadapi , tetapi penulis bersyukur karena mendapat banyak sumbangsih dari berbagai pihak yang telah membantu mengarahkan, menguatkan, dan memudahkan urusan dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat diajukan sebagai tugas akhir. Oleh karena itu, penulis hendak mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak;

1. Kepada keluarga besar penulis yang tak henti-hentinya memberikan dukungan dan banyak medoakan penulis untuk setiap langkahnya. Kedua orang tua **Syafri** dan **Hadirah**, yang banyak memberi kasih sayang, meguatkan, mengingatkan, dan memberi arahan-arahan untuk setiap tindakan, serta memberikan dukungan materil sehingga penulis dapat

menyelsaikan studi hingga akhir perkuliahan. Kepada bapak sambung penulis **Drs. Nuhung Lasra**, terima kasih telah menjadi teman diskusi dan supportif, serta memberi dukungan moril dan materil. Saudara penulis **Fathur Ridha**, terima kasih menjadi adik yang menyenangkan dan menanyakan kabar kapan pulang.

2. Almarhumah **Najirah** berseta keluarganya,. Terima kasih menjadi sosok ibu yang penyayang, mendoakan dan tidak membedakan-bedakan serta meberikan dukungan moril dan materil. Kepada sepupu penulis **Udriansyah, Fadly, dan Fiman**, terima kasih menjadi saudara yang selalu kurepotkan dan membantu kesulitan yang penulis hadapi. Terima kasih telah menjadi rumah kedua selama menjalani masa perkuliahan
3. Pembimbing Akademik penulis, **Prof. Dr. Suparman Abdullah M,si** dan **Ridwan Syam S.Sos, M.Si** yang telah membimbing dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih telah meluangkan waktu selama penulisan tugas akhir untuk menjadi teman berdiskusi, mengarahkan, memberi saran-saran, dan dukungan semangat sehingga tugas akhir skripsi dapat diselesaikan.
4. **Dr. Mansyur Radjab, M.Si dan Dr. Iqbal Latief, M.Si** selaku penguji skripsi penulis. Terima kasih telah bersedia meluangkan waktu berdiskusi untuk memperbaiki segala kekurangan penulis dengan memberi saran-saran dan arahan untuk memperbaiki kekurangan penulisan tugas akhir ini.

5. **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.sc**, selaku rektor Universitas Hasanuddin.
6. **Dr. Phill Sukri, M.Si**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
7. **Prof. Hasbi, M.Si, Ph.D**, selaku Ketua Departemen Sosiologi.
8. **Bapak dan Ibu Dosen**, terima kasih ilmu dan didikan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
9. **Semua Staf karyawan FISIP Unhas dan Departemen Sosiologi**, terima kasih telah memberikan banyak selama menjadi mahasiswa. Terutama **Rosnaini, SE dan Hidayat, S.IP., M.Si** yang banyak membantu dan memberi kemudahan dalam pengurusan berbagai berkas selama masa perkuliahan. Dan **Pak Khalik**, terima kasih telah mengizinkan untuk menempati ruangnya dan meminjam buku selama pengerjaan tugas akhir skripsi.
10. Ukhti-ukhti ku, **Rahmatia dan St. Radiah**, terima kasih menjadi sahabat yang menyenangkan, mengingatkan, menguatkan, memberikan kemudahan, dan bantuan, seta menjadi rumah persinggahan selama masa perkuliahan.
11. **Sosiologi 2019**, terima kasih menjadi teman-teman yang menyenangkan, teman diskusi, pengalaman dan membantu kesulitan selama pendidikan di departemen sosiologi.

12. Besyet-besyet ku, **Vivi Uiviani dan Nur Fadilah**, terima kasih menjadi teman semasa kecil hingga sekarang, yang selalu menyempatkan untuk betemu dan memberi dukungan selama masa studi di dunia perkuliahan.
13. **Calon miliarder**, terima kasih menjadi teman yang ditemui secara singkat tapi memberikan banyak cerita dan berbagi pengalaman yang menyenangkan, serta bantuan selama masa perkuliahan.
14. **Informan**, terima kasih telah meluangkan waktu untuk menjadi narasumber dan koperatif untuk menyelesaikan serta bantuan yang diberikan selama pengerjaan penulisan tugas akhir.
15. **Untuk semua pihak**, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas kemudahan dan bantuan selama menjadi mahasiswa di Universitas Hasanuddin, semoga kalian diberi kemudahan dan kesehatan setiap langkahnya.

Penulis paham bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, maka memerlukan saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk perjalanan akademis selanjutnya bagi penulis. Saran dan kritik dapat di sampaikan dialamat email: hadrianfebriana77@gmail.com.

Terima kasih!

Hadrian Febriana

ABSTRAK

Hadrian Febriana (E031191023). PERILAKU *OVERSHARING* DI MEDIA SOSIAL (Studi Kasus Mahasiswa FISIP di Universitas Hasanuddin). Dibimbing oleh Prof. Dr. Suparman Abdullah M.Si dan Ridwan Syam S.Sos. M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif perilaku *oversharing* di media sosial dan untuk mengetahui bentuk perilaku *oversharing* dalam interaksi sosial yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP) Universitas Hasanuddin di media sosial. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif, dan dalam bentuk studi kasus. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil data dari delapan mahasiswa di lingkungan FISIP Universitas Hasanuddin pada setiap departemen, penentuan informan dengan *purposive sampling* yang memenuhi minimal enam karakteristik perilaku *oversharing* di media sosial.

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa mahasiswa FISIP Universitas Hasanuddin memiliki tiga motif tindakan melakukan perilaku *oversharing* di media sosial yaitu; motif sosial, motif ekonomi, dan motif keagamaan. Motif sosial yang dilakukan untuk mendapatkan umpan balik (*feedback*) dari orang lain, menambah pengikut (*Followers*), dan membentuk citra diri (*personal branding*) di media sosial. Motif ekonomi bertujuan untuk meningkatkan pendapatan, memperkenalkan produk dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki sehingga dapat memperoleh keuntungan dan pendapatan. Kemudian pada motif keagamaan bertujuan untuk berbagi informasi keagamaan dan edukasi publik melalui media sosial sehingga dapat bermanfaat sebagai pembelajaran, sebagai contoh, dan informasi terbaru tentang lokasi tertentu sehingga orang lain memiliki gambaran awal tanpa perlu mendatangi tempat tersebut secara langsung. Selanjutnya pada bentuk perilaku *oversharing* dalam interaksi sosial mahasiswa FISIP Universitas Hasanuddin di media sosial yaitu; postingan aktivitas keseharian, postingan kehidupan asmara atau keluarga, penandaan lokasi terbaru (*geotag*), dan postingan informasi keagamaan dan edukasi. Interaksi sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bentuk interaksi yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari kemudian diabadikan melalui media sosial, dan tindakan tersebut bertujuan untuk menguatkan hubungan yang sudah ada, membangun relasi baru dengan pihak lain dan membentuk interaksi yang lebih intens.

Kata kunci; Motif Tindakan, Perilaku Oversharing, Media sosial

ABSTRACT

Hadrian Febriana (E031191023). OVERSHARING BEHAVIOR IN SOCIAL MEDIA (Case Study of FISIP Students at Hasanuddin University). Supervised by Prof. Dr. Suparman Abdullah M.Si and Ridwan Syam S.Sos. M.Si.

This study aims to determine the motives for oversharing behavior on social media and to determine the form of oversharing behavior in social interactions carried out by students of the Faculty of Social and Political Sciences (FISIP) Hasanuddin University on social media. This research uses qualitative research methods with descriptive research types, and in the form of case studies. This research was conducted by taking data from eight students at FISIP Universitas Hasanuddin in each department, determining informants with purposive sampling who met at least six characteristics of oversharing behavior on social media.

The results of this study found that FISIP Hasanuddin University students have three motives for oversharing behavior on social media, namely; social motives, economic motives, and religious motives. Social motives are carried out to get feedback from others, increase followers, and form a self-image (personal branding) on social media. Economic motives aim to increase income, introduce products and utilize the resources owned so as to obtain profits and income. Then the religious motive aims to share religious information and public education through social media so that it can be useful as learning, as an example, and the latest information about certain locations so that others have an initial picture without the need to visit the place directly. Furthermore, the forms of oversharing behavior in the social interactions of FISIP Hasanuddin University students on social media are; posting daily activities, posting romantic or family life, tagging the latest location (geotag), and posting religious and educational information. The social interaction referred to in this research is a form of interaction carried out in everyday life and then immortalized through social media, and the action aims to strengthen existing relationships, build new relationships with other parties and form more intense interactions.

Keywords; Action Motives, Oversharing Behavior, Social Media

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	17
DAFTAR TABEL.....	17
BAB I	19
PENDAHULUAN	19
1.1. Latar Belakang	19
1.2. Rumusan Masalah.....	30
1.3. Tujuan Penelitian	30
1.4. Manfaat Penelitian	30
BAB II.....	30
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEPTUAL	31
2.1. Perilaku Sosial	31
2.2. Penggunaan Media Sosial dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa.....	32
2.3. Media Sosial.....	33
2.4. Perilaku <i>Oversharing</i>	36
2.5. Teori Pilihan Rasional.....	41

2.6.	Penelitian Terdahulu	44
2.7.	Kerangka Pikir	47
2.8.	Definisi Konseptual	50
BAB III		51
METODE PENELITIAN.....		51
3.1.	Pendekatan, Tipe, dan Strategi Penelitian.....	51
3.2.	Waktu dan Lokasi Penelitian	52
3.3.	Teknik Penentuan Informan.....	54
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.4.1.	Observasi atau pengamatan.....	55
3.4.2.	Wawancara.....	56
3.5	Teknik Analisis Data.....	56
3.5.1.	Reduksi Data.....	57
3.5.2 .	Tahap Penyajian Data (Display)	58
3.5.3 .	Tahap Penarikan Kesimpulan (Verifikasi).....	58
3.6.	Pengujian Keabsahan Data.....	59
BAB IV		61
GAMBARAN UMUM LOKASI.....		61
4.1.	Sejarah Universitas Hasanuddin	61
4.2.	Sejarah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.....	64
BAB V.....		69
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		70
A.	HASIL PENELITIAN.....	70
5.1.	Profil Informan.....	70

5.2. Motif Mahasiswa FISIP Universitas Hasanuddin Melakukan Perilaku Oversharing di Media Sosial.....	72
5.1.1. Motif Sosial.....	73
1) Umpan Balik (<i>feedback</i>)	75
2) Menambah pengikut (<i>Followers</i>).....	77
3) Membentuk citra diri (<i>personal branding</i>)	79
a) Memanfaatkan sumber daya	86
5.1.2. Motif Ekonomi	83
b) Memperoleh Pendapatan.....	84
5.1.3. Motif keagamaan.....	89
a) Menjadi Contoh Bagi Orang Lain.....	90
b) Edukasi publik	92
5.3. Bentuk Perilaku <i>Oversharing</i> dalam Interaksi Sosial Mahasiswa FISIP Universitas Hasanuddin melalui Media Sosial.....	95
5.3.1. Posting Berlebihan Aktivitas Keseharian.....	96
5.3.2. Posting Pamer Hubungan (pasangan, keluarga, dan pertemanan)	99
5.3.3. Menandai Lokasi (<i>geotag</i>)	101
5.3.4. Posting Informasi Keagamaan dan Edukasi.....	103
B. PEMBAHASAN PENELITIAN.....	109
BAB VI	114
PENUTUP.....	114
A. Kesimpulan	114
B. Saran	116
DAFTAR PUSTAKA	117
Lampiran 1. Pedoman Observasi	122

Lampiran 2. Pedoman Wawancara	123
Lampiran 3. Dokumentasi Gambar	127

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Kerangka Pikir	49
Gambar 4.1: Peta Universitas Hasanuddin.....	64
Gambar 4.2. Peta Lokasi FISIP UNHAS	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian terdahulu.....	44
Tabel 3.1 : Rentang waktu penelitian.....	53
Tabel 5.2: Matriks Motif Sosial	82
Tabel 5.3: Matriks Motif Ekonomi	89
Tabel 5.4: Matriks Motif Keagamaan dan Edukasi Publik.....	94
Tabel 7.1: Pedoman Wawancara.....	123

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sebagian besar telah mengubah cara orang berinteraksi satu sama lain hampir di seluruh dunia. Munculnya internet sebagai ruang digital baru yang menciptakan ruang kultural dengan berbagai kemudahan yang ditampilkan melalui media sosial, berbagai informasi dan media hiburan dari seluruh dunia dapat diakses melalui internet. Selain itu, internet telah memperluas ruang, waktu, dan jarak dalam mengakses media sosial yang tersedia kepada siapa saja, dan di mana saja.

Kebutuhan akan komunikasi telah meningkat pada periode globalisasi saat ini. Akibatnya, penggunaan media teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah sifat masyarakat dari masyarakat lokal menjadi masyarakat global. Perkembangan teknologi informasi tidak saja mampu mengembangkan ruang gerak kehidupan baru tapi kemudahan akses yang tersedia bagi masyarakat. Sehingga tanpa disadari masyarakat saat ini telah hidup dalam dua dunia yaitu kehidupan masyarakat nyata dan kehidupan masyarakat maya (*cybercommunity*) (S. dan S. B. Soekanto, 2017).

Hadirnya internet telah mengubah pola interaksi masyarakat di berbagai tempat. Pola interaksi saat ini dilakukan tanpa harus dalam satu ruang dan waktu bersamaan, internet telah menghapus batasan dalam berinteraksi secara sosial, hal ini

tentu akibat terjadinya modernitas. Maka dari itu, saat ini dapat dilihat bahwa manusia menciptakan cara interaksi baru tanpa harus bertemu secara fisik akan tetapi dengan perantara media sosial (Zaki, 2008).

Partisipasi masyarakat dalam penggunaan media secara keseluruhan saat ini berubah secara signifikan. Jika pada awalnya hanya media konvensional, seperti majalah, surat kabar, dan publikasi bertema serupa lainnya, yang digunakan, media konvensional sekarang akan memberi jalan kepada publikasi yang tidak konvensional (internet). Fenomena ini sering terjadi dalam penggunaan perantara. Mengingat hal ini, jika khayalayang sebelumnya hanya menggunakan media pasif, maka penggunaan internet saat ini cukup aktif di berbagai situs web. Variasi dalam cara konten digunakan sekarang lebih mungkin terjadi di berbagai demografi sebagai akibat dari konteks budaya yang berlaku (Watie, 2016).

Menurut Yasraf Amir Piliang (2004), pencapaian besar dalam modernitas adalah dalam realisasi dan komersialisasi seluruh aspek dunia, ia mengubah apapun menjadi komoditi, menjadi tontonan, menjadi informasi, dan menjadi produk. Sebuah organisme hidup yang berfungsi layaknya mesin; produksi, reproduksi, dan terus menerus mengomsumsi. Yasraf menyebut era ini sebagai era “melampaui” atau *hyper modernitas*. Era di mana semua tercapai, era kegemukan informasi, kemubaziran, dan perkembangan tanpa batas seperti kanker, tumbuh, berkembang tanpa terkendali. Kasar mata, masyarakat modern tampak tidak punya masalah (Lpmarena et al., 2019).

Menurut (S. Soekanto, 2003) sosiologi komunikasi merupakan kekhususan sosiologi dalam mempelajari interaksi sosial yaitu suatu hubungan dan komunikasi yang menimbulkan pengaruh saling memengaruhi antar individu, kelompok, dan antar kelompok. Secara komprehensif sosiologi komunikasi mempelajari tentang interaksi sosial dengan segala aspek yang berhubungan dengan interaksi tersebut seperti bagaimana interaksi (komunikasi) itu dilakukan dengan menggunakan media, bagaimana efek media, berkembang dan konsekuensi sosial macam apa yang ditanggung masyarakat sebagai akibat dari perubahan yang didorong oleh media massa itu.

Berdasarkan laporan *We Are Social*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah itu telah meningkat 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 170 juta orang. Melihat trennya, jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Walau demikian, pertumbuhannya mengalami fluktuasi sejak 2014-2022. Kenaikan jumlah pengguna media sosial tertinggi mencapai 34,2% pada 2017. Angkanya baru meningkat lagi pada tahun ini. Adapun, Whatsapp menjadi media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia. Penggunaan whatsapp persentasenya tercatat mencapai 88,7%. Setelahnya ada Instagram dan Facebook dengan persentase masing-masing sebesar 84,8% dan 81,3%. Sementara, proporsi pengguna TikTok dan Telegram berturut-turut sebesar 63,1% dan 62,8% (Dataindonesia.id).

Peningkatan penggunaan media sosial tentu tidak lepas dari berbagai manfaat dan kemudahan yang didapatkan dalam menggunakannya. Perkembangan bermedia sosial sebagai media yang terbuka dan bebas untuk diakses oleh siapa saja memunculkan beragam perilaku dalam penggunaannya. Dalam mengakses media tentu sosial perlu menerapkan etika komunikasi selayaknya di dunia nyata, terdapat hal yang menjadi batasan dalam bermedia sosial agar interaksi dan proses informasi sesuai dengan etika komunikasi.

Perkembangan teknologi komunikasi dan pola interaksi sosial baru melalui media juga disebutkan oleh Castells yang menurutnya "The Network society (masyarakat jaringan) merupakan bentuk khusus dari struktur sosial yang terjadi pada era informasi dan komunikasi saat ini, teknologi informasi dan logika jaringan memungkinkan fleksibilitas komunikasi yang jauh lebih besar. Dari penjelasan Dari pernyataan tersebut, Castells ingin menyatakan bahwa munculnya teknologi informasi adalah kondisi pendorong utama bagi lahirnya masyarakat jaringan, meskipun bukan faktor satu- satunya. Teknologi informasi telah mendorong lahirnya jaringan informasi. Ini yang menjadikan kita berada dalam jaman informasi. Yang dimaksud Castells dengan jaman informasi adalah "Jaringan informasi pada gilirannya telah mengubah persepsi manusia terhadap ruang dan waktu (Castells, 2000). Terjadi redefinisi terhadap dua konsep itu. Waktu kini dibuat menjadi tidak terbatas. Di satu sisi, waktu ditekan untuk menghasilkan sesuatu secara serba instan.

Menurut (Andriani & Sulistyorini, 2022) dalam penelitiannya dijelaskan bahwa menurut APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2019) bahwa salah satu pengguna aktif media sosial adalah mahasiswa, yang mencapai penetrasi sosial sebesar 92,6%. Tingginya penggunaan media sosial dikalangan mahasiswa bukan tanpa alasan, hal tersebut dikarenakan mahasiswa selalu dituntut untuk mengetahui informasi terbaru khususnya terkait perkembangan isu ditengah masyarakat saat ini, selain itu sebagai media interaksi antar individu. Peningkatan penggunaan media sosial dikalangan mahasiswa mengalami peningkatan cukup drastis setelah terjadinya pandemi Covid-19 yang telah mengubah pola interaksi hampir disegala sektor sehingga mengharuskan memanfaatkan media sosial.

Berkembangnya media digital sangat memengaruhi perilaku dan keseharian mahasiswa, mulai dari bangun tidur hingga tidur lagi, kebanyakan mahasiswa selalu memperbaharui media sosialnya, mulai dari twitter, instagram, facebook, whatsapp, dan lainnya. Bahkan, tidak jarang mengakibatkan kecanduan atau berlebihan menggunakan media sosial yang akhirnya tugas utamanya justru terabaikan sebagai mahasiswa. Selain itu, karena sikap berlebihan yang muncul dalam penggunaan media sosial pengguna menjadi tidak sadar ketika membagikan konten sehingga melupakan batasan antara hal yang bersifat pribadi dan publik (Januarti et al., 2018).

Gaya hidup (*life style*) berbeda dengan cara hidup (*way life*). Cara hidup ditampilkan dengan ciri normal, ritual, pola-pola tatanan sosial. Sementara gaya hidup diekspresikan melalui apa yang dikenakan seseorang, apa yang ia konsumsi,

dan bagaimana ia bersikap atau berperilaku kepada orang lain. Keduanya merupakan hal yang dekat dengan kehidupan masyarakat, yang berawal dari pola interaksi untuk saling terhubung dengan orang lain sehingga muncul gaya hidup. Apa yang ditampilkan akan membentuk citra diri dalam masyarakat, masyarakat akan mengelompokkan diri mereka berdasarkan status sosial mereka (Bungin, 2009).

Perilaku penyebaran informasi berlebihan juga sering dilakukan oleh mahasiswa mengenai gaya hidupnya tentang apa yang dipakai dan dikomsusmsi dengan mengikuti trend perkembangan yang terjadi saat ini, tak sedikit juga yang membagikan permasalahan pribadi dan keluarga melalui media sosial serta pembuatan status atau mengomentari menggunakan kata-kata kasar atau kebencian melalui media sosial. Tindakan tersebut menyebabkan mahasiswa melupakan batasan dan etika dalam berkomunikasi yang salah satunya tidak semua hal yang dialami dan dirasakan dapat dibagikan melalui media sosial. Istilah dari tindakan tersebut saat ini dikenal sebagai oversharing (berbagi berlebihan).

Orang yang biasanya cenderung terlalu banyak berbagi informasi ketika berkomunikasi secara elektronik adalah mereka yang sering menggunakan teknologi. Sehingga *Oversharing* berarti mengungkapkan lebih banyak perasaan, pendapat, dan seksualitas batin mereka dari pada yang mereka lakukan secara langsung. Pesan teks, facebook, twitter, whatsapp, instagram, blogging, kengan online, dan pornografi internet adalah sarana berbagi yang berlebihan, yang mengaburkan batas antara kehidupan publik dan pribadi. *Oversharing* dapat diartikan sebagai tindakan terlalu

banyak informasi “pengeposan dan penyebaran informasi yang sangat pribadi, seperti status hubungan seseorang (Agger, 2015).

Oversharing dibahas dalam penelitian yang dilakukan (Mawarningsih et al., 2022), bahwa menurut Illinoisworknet.com "Oversharing adalah ketika seseorang mengungkapkan terlalu banyak informasi pribadi kepada orang asing atau masyarakat umum. Itu bisa terjadi secara online dan offline." Oversharing terjadi ketika seseorang mengungkapkan informasi pribadi dalam jumlah berlebihan kepada masyarakat umum atau orang asing. Beberapa contoh oversharing disediakan lebih jauh ke bawah. Ini termasuk memposting informasi pribadi tentang hubungan, perseteruan, konflik dengan teman, atau drama pribadi; menggunakan media sosial sebagai mekanisme koping atau pelampiasan emosi; memposting foto atau video situasi memalukan yang melibatkan diri sendiri atau orang lain, atau memposting informasi duniawi seperti di mana seseorang makan atau check-in ke mana pun mereka berada

Perilaku *oversharing* dimedia sosial jika ditinjau secara sosiologi, dapat dilihat dari interaksi sosial yang dilakukan melalui platform sosial yang terkoneksi dengan internet. Dalam (Bungin, 2009), sejak semula sosiologi telah menaruh perhatian pada masalah-masalah yang ada hubungannya dengan interaksi sosial antara seseorang dan orang lainnya. Sebagaimana yang disebutkan oleh Comte dengan “*social dynamic*”. Kesadaran kolektif oleh Durkheim. Interaksi sosial oleh Marx dan “tindakan komunikatif” serta” teori komunikasi” oleh hebermas adalah awal

mula lahirnya perspektif sosiologi komunikasi. Dalam (Bungin, 2009), disebutkan oleh Narwako dan Suyanto (2004) bahwa kajian tentang interaksi sosial disyaratkan adanya fungsi-fungsi komunikasi yang lebih dalam, seperti adanya kontak sosial dan komunikasi.

Berdasarkan studi literature yang membahas mengenai perilaku *oversharing* dimedia sosial menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia memiliki kecenderungan yang tinggi dalam memanfaatkan internet untuk berbagi mengenai kegiatan yang dilakukannya. Data diatas sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Akhtar, 2020) bahwa Indonesia ialah salah satu negara yang sangat aktif bermedia sosial. Yang dilakukan dalam sosial media mereka adalah berbagi kegiatan. Kegiatan yang dibagikan di media sosial apabila dilakukan secara wajar tidak akan menimbulkan masalah. Tapi jika telah melanggar etika komunikasi dan melanggar UU ITE tentu kan mengarah pada ranah hukum.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya tentang perilaku *oversharing* yaitu oleh; (Agger, 2015a), (Ampong et al., 2018), (Brammer et al., 2022) menurutnya perilaku tersebut lebih banyak dilakukan melalui media sosial karena variasi perilaku yang lebih beragam dibandingkan secara langsung. Platform media sosial telah menjadi tempat utama bagi setiap pengguna untuk terus mengikuti berita dan informasi, bertukar dukungan sosial, terhubung dengan orang lain dari berbagai kalangan, berkolaborasi, dan mendapatkan rekomendasi atau dukungan untuk berbagai keputusan dalam dalam kehidupan sosioal misalnya, memilih jurusan

kuliah, tujuan perjalanan selanjutnya, ataupun rekomendasi film untuk ditonton (Gao & Chen, 2021).

Penggunaan media sosial di masyarakat perkotaan dinilai memiliki tingkat yang tinggi, karena hampir semua masyarakat bergantung pada kemampuan teknologi baik dalam bekerja ataupun berinteraksi. Berdasarkan data Badan Statistik Provinsi Sulawesi Selatan bahwasahnya Makassar menjadi salah satu Kota dengan tingkat pengguna internet yang tinggi. Hal ini bukan tanpa alasan, karena Makassar merupakan wilayah metropolitan dan termasuk pusat pendidikan dengan berbagai tingkatan pendidikan yang unggul dibagian Indonesia Timur. Makassar menjadi kota metropolitan keempat terbesar di kawasan Indonesia Timur dan menjadi Ibu Kota Provinsi Sulawsi Selatan tentu memunculkan berbagai gaya hidup dalam kesehariannya yang dapat ditampilkan ditampilkan melalui media sosial.

Menurut kemendikbud dan Webometrics Universitas Hasanuddin menjadi Universitas negeri terbaik di Sulawesi Selatan, yang berhasil menduduki rangking keenam terbaik se-Indonesia. Menjadi salah satu perguruan tinggi terbaik tentu memunculkan berbagai gaya hidup beragam yang ditampilkan oleh mahasiswanya melalui media sosial, sebagai salah satu teknologi yang paling dekat dengan mahasiswa. Melalui pengamatan dan observasi awal peneliti melaui pertemanan media sosial khususnya di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik dari berbagai jurusan yang ada, terdapat mahasiswa yang memiliki karakteristik *oversharing*, hal ini didasarkan dari postingan yang dibagikan kebanyakan mahasiswa membagikan tentang apa yang

mereka miliki, informasi terbaru, penyebaran berita keagamaan, bisnis yang dijalankan, apa yang dikonsumsi, update lokasi, masalah tugas perkuliahan, pertemanan, hubungan asmara, foto selfie diri, dan aktivitas keseharian.

Ada banyak penelitian yang membahas mengenai perilaku oversharing khususnya di media sosial. Dalam penelitian-penelitian ini dapat dibagi menjadi dua kecenderungan utama. *Petama*, penelitian yang menganalisis bagaimana bentuk perilaku oversharing yang dilakukan di media sosial (Kennedy, n.d. 2018; Noval,2021; Mawarningsih,2022). *Kedua*, penelitian yang memandang perilaku *oversharing* sebagai ancaman dan peluang, berbagi berlebihan di media sosial merupakan masalah yang cukup besar di era digital, dan berpotensi memicu permaluan online, penindasan maya, pencurian identitas, dan risiko keamanan lainnya,. Namun tidak sedikit juga memanfaatkan sebagai peluang peningkatan ekonomi (Agger,2015; Akhtar,2020; Brammer et al., 2022).

Dalam melakukan suatu tindakan terdapat pendorong yang menjadi alasan sehingga tergerak untuk melakukannya, hal tersebut biasa disebut dengan motif. Menurut (Giddens 1991:64) Motif didefinisikan sebagai dorongan atau kekuatan pendorong, yang mengilhami tindakan manusia sepanjang lintasan kognitif atau perilaku untuk memenuhi kebutuhan. Giddens, motif tidak harus secara sadar dirasakan. Motif lebih seperti keadaan perasaan". Sehingga dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif tindakan perilaku oversharing mahasiswa FISIP

Universitas Hasanuddin dan bentuk perilaku oversharing yang dilakukan melalui media sosial.

Dari penelitian sebelumnya tentang perilaku *oversharing* banyak mengkaji terkait bagaimana perilaku *oversharing* yang dilakukan oleh remaja dalam bermedia sosial. Kemudian, masih sedikit yang membahas kajian perilaku *oversharing* pada mahasiswa, maka berangkat dari hal tersebut yang melatar belakangi penelitian ini adalah mencoba melihat bagaimana variasi bentuk perilaku *oversharing* yang dilakukan oleh mahasiswa, sebab semua orang berpotensi menyalahgunakan media sosial termasuk mahasiswa. Maka dari kondisi tersebut peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan perilaku *oversharing* oleh mahasiswa, karena mahasiswa telah dianggap sebagai pribadi dewasa dan berpendidikan sehingga mampu menentukan tindakan yang dilakukan di media sosial. Saat ini hampir semua orang telah menggunakan media sosial namun tidak semua orang mau berbagi informasi berlebihan di media sosial. Penelitian ini khususnya melihat perilaku mahasiswa di lingkungan FISIP Universitas Hasanuddin yang memiliki kecenderungan *oversharing* di media sosial.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana motif sosial Mahasiswa FISIP Universitas Hasanuddin melakukan perilaku *oversharing* di media sosial?
2. Bagaimana bentuk perilaku *oversharing* dalam interaksi sosial Mahasiswa FISIP Universitas Hasanuddin melalui media sosial?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan motif sosial Mahasiswa Fisip Universitas Hasanuddin dalam melakukan perilaku *oversharing* di media sosial.
2. Untuk mengetahui bentuk perilaku *oversharing* dalam interaksi sosial Mahasiswa FISIP Universitas Hasanuddin melalui media sosial.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Manfaat Akademis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan studi kajian sosiologi khususnya tentang masyarakat media dan pengembangan teori terkait pilihan rasional dalam tindakan penggunaan media sosial.
2. Manfaat Praktis penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan dalam penentuan kebijakan bagi masyarakat luas terhadap penggunaan media sosial dari berbagai kalangan agar memperhatikan batasan dan bijak dalam bermedia sosial

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEPTUAL

2.1. Perilaku Sosial

Pakar yang mengkaji perilaku sosial adalah Burrhus Frederic ("B.F") Skinner (20 Maret 1904 - 18 Agustus 1990). Objek Sosiologi adalah perilaku manusia yang tampak serta kemungkinan perulangannya (hubungan antar individu & lingkungannya). Perilaku sosial adalah mekanisme stimulus dan respon. Beberapa konsep penting perilaku sosial adalah "*reinforcement*," "*reward and punishment*", "*take and give*". Perilaku sosial menempatkan aktor hanya sekedar memproduksi kelakuan. Perilaku sosial, menurut Homans didorong oleh proses pertukaran sosial (M Jacky, 2015).

Asumsi dasar perilaku sosial adalah perilaku manusia selain didorong oleh dorongan fisik (internal berupa hormon dan eksternal berupa lingkungan) juga didorong oleh makna (tujuan) dan orang lain. Makna dan tujuan menurut penganut perilaku sosial ini dirumuskan oleh kolektifitas yang sebut fakta sosial. Dibandingkan dengan tindakan atau perilaku, perilaku sosial (*social behavior*) jauh lebih kompleks. Disebut perilaku sosial karena perilaku itu ditujukan ke orang lain. Perilaku sosial terdiri dari perilaku refleks (perilaku kausal), tindakan yang bertujuan (disengaja) dan perbuatan tersebut ditujukan ke orang lain (M Jacky, 2015).

Ciri khas perilaku sosial, manusia ("aktor") berperilaku karena dorongan, pertama, aktor aktif terlibat dalam menciptakan kehidupan sosial. Kedua, aktor berperilaku secara tanpa disadari, karena hanya berorientasi hadiah dan menghindari hukuman (biaya). Aktor memilih cara yang paling efisien untuk mencapai tujuan secara otomatis. Perilaku sosial juga disebut praktik sosial karena perilaku tersebut dilandasi oleh alasan. Perilaku sosial didorong oleh tiga faktor. Pertama, *physical movement*. Perilaku sosial didorong oleh stimulus (perilaku yang mendatangkan respon). Kedua, *meaning*. Aktor berorientasi pada mengharapkan imbalan dan menghindari hukuman (biaya). Aktor bertindak serasional mungkin. Ketiga, (dikenakan ke orang lain) *directed towards others* (M Jacky, 2015).

2.2. Penggunaan Media Sosial dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa

Hadirnya media sosial sebagai salah satu perkembangan teknologi yang memiliki andil besar dalam memberikan kemudahan bagi manusia untuk saling berkomunikasi dan bersosialisasi dari berbagai kalangan tanpa batasan waktu, ruang, dan jarak. Media sosial dapat memicu meningkatnya sosialisasi, hal ini sesuai dengan tujuan awal media sosial dibuat yaitu agar memungkinkan seseorang dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain dari berbagai tempat untuk mencari informasi, teman baru, pekerjaan, dan sebagai media bisnis (Alyulsi dyah, 2019).

Media sosial merupakan media yang telah didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif yang berbasis teknologi dengan bantuan

internet kemudian dapat mengubah pola penyebaran informasi dari sebelumnya bersifat satu arah menjadi kerberbagai arah yang sering dikenal sebagai khayalak umum. Banyaknya manfaat yang didapatkan melalui media sosial menyebabkan peningkatan dalam penggunaannya, karena didasarkan pada kebutuhan media sosial menjadi salah satu produk teknologi yang paling sering digunakan dalam keseharian mahasiswa (Nainggolan et al., 2018).

Tingginya tingkat penggunaan media sosial bagi mahasiswa bukan tanpa alasan. Hal ini karena, mahasiswa senantiasa dituntut untuk mengetahui perkembangan informasi baik yang saat ini terjadi di masyarakat ataupun yang telah terjadi sebelumnya, sebagai media interaksi sosial, dan untuk menunjang kemudahan sebagai media pembelajaran jarak jauh. Media sosial juga banyak digunakan mahasiswa untuk menunjang kebutuhan akademik agar lebih mampu berprestasi dan memperoleh keuntungan finansial (Zaki, 2008).

2.3. Media Sosial

Semua informasi baik dalam bentuk teks, gambar, maupun video telah digitilisasi dan membuat informasi tersebut dapat dibagi dan disebar luaskan dengan mudah melalui media sosial. Bagi sebagian masyarakat Indonesia, media sosial seakan telah menjadi candu . tiada hari tanpa membuka media sosial, bahkan hampir 24 jam mereka tidak lepas dari Smartphone. Media sosial yang paling sering digunakan oleh semua kalangan antara lain, Facebook, Twitter, Path, Youtube, Instagram, WhatsApp, dan Tik Tok yang masing-masing mempunyai keunggulan khusus dala

menarik perhatian para penggunanya sehingga membuat mereka betah berlama-lama berselancar di media sosial (Setiadi, 2020).

Media sosial sendiri dianggap sebagai teknologi komunikasi yang berbasis internet, sehingga pertumbuhan internet pada 1970-an menjadi awal mula dari media sosial. Pada tahun 1978 menjadi awal pertama terciptanya media sosial, bentuk pertamanya adalah Bulletin Board System (BBS), platform ini mengumumkan pertemuan dan berbagai informasi dengan mengunggahnya di BBS. Ini menjadi tonggak komunitas virtual pertama dalam sejarah (Halim, Fitria :2020)

Yang perlu disadari dari industri 4.0 ini selain pada perkembangan dunia industrinya adalah perpindahan ruang publik dari yang sempit menjadi semakin terbukanya ruang publik dalam berkomunikasi antar manusia, seperti yang dijelaskan pada Industri 3.0 dengan adanya mobile phone yang membuat komunikasi antara dua arah semakin dekat meski terpisah oleh jarak yang sangat jauh. Pada industri 4.0 ini teknologi informasi yang berupa mobile phone berubah menjadi smart phone di mana komunikasi tidak hanya berlangsung antara dua arah saja menjadi komunikasi dari berbagai arah dengan adanya ada komunitas/group dalam satu genggamannya seperti grup WhatsApp, grup Facebook, grup BBM, grup Telegram atau yang kita sering menyebutnya dengan nama Sosial Media (Syarif, 2020)

Sebutan media baru (*new media*) merupakan pengistilahan untuk menggambarkan karakteristik media yang berbeda dengan sebelumnya yang telah ada

selama ini. Media yang dimaksud sebelumnya berupa televisi, radio, majalah, dan Koran digolongkan menjadi media lama dan media internet mengandung indikatif sehingga digolongkan sebagai media baru. Karakteristik media sosial tidak jauh berbeda dengan media siber (cyber) dikarenakan media sosial merupakan salah satu platform dari media siber.

Dalam penggunaan media sosial semua bentuk konten pribadi yang diunggah dapat menjadi milik publik. Oleh karena itu, harus digunakan secara bijak untuk menghindari hal-hal yang diingikan, peningkatan kesadaran dalam bermedia sosial penting untuk dilakukan karena apapun yang diunggah ke media sosial selain dapat memengaruhi cira diri juga dapat memengaruhi hubungan sosial dengan pihak lain. Kebebasan berekspresi harus tetap berpegang pada etika komunikasi dan pengendalian diri yang baik (Anwar, 2017).

Dalam (Mauludi, 2018) bahwa menurut Castells (2014), "Masyarakat Jaringan" (*network society*) kita saat ini adalah produk revolusi digital dan beberapa perubahan sosiokultural utama. Salah satunya adalah bangkitnya masyarakat "*Me-centered*," berpusat pada aku, yang ditandai oleh peningkatan fokus pada pertumbuhan individu dan mudahnya masyarakat yang dipahami dari segi ruang, pekerjaan, keluarga, dan lainnya. "Masyarakat Aku" berarti setiap individu memiliki kebebasan untuk mengekspresikan diri. Setiap individu bebas untuk mengungkapkan pendapat pribadinya, menyampaikan kritik dan masukan. Setiap individu bebas membagikan informasi yang dimilikinya tidak peduli benar atau salah. Risikonya,

setiap orang pun dapat menyampaikan segala jenis emosi yang dirasa kannya- meliputi kesedihan, kemarahan, dan kegembiraan sebagaimana adanya kepada publik atau warganet.

2.4. Perilaku *Oversharing*

Istilah *oversharing* adalah sebutan yang diberikan terkait TMI (*too much information*) atau dalam bahasa Indonesia berarti mengungkapkan sesuatu informasi terlalu banyak atau secara berlebihan. Pengungkapan informasi ini dapat dipaparkan secara sukarela ataupun tidak. Lebih lanjut *Oversharing* juga dipahami kepada pengungkapan informasi secara berlebihan atau tidak sesuai dengan konteks tertentu, tindakan tersebut dapat melalui media sosial. Media sosial menjadi salah satu teknologi yang menyenangkan karena mampu berinteraksi dengan orang lain tanpa harus terhalang jarak dan waktu baik untuk saling mengirim pesan, foto, video, dan status harian (Library & Science, 2022).

Perilaku *oversharing* adalah jenis tindakan sosial yang melibatkan satu atau lebih orang, pengamatan ini berdasarkan mengenai bahwa bukan teknologi yang berbagi secara berlebihan, tapi manusia itu sendiri. Karena meskipun teknologi seperti komputer atau handphone yang memberikan informasi tapi manusia itu sendirilah yang melakukannya, karena jika pencarian Google menunjukkan sesuatu informasi yang tidak pantas hal itu muncul karena manusia itu sendiri yang mencarinya. Dalam pengertian tersebut, *oversharing* merupakan peristiwa manusia

yang dapat dianggap unik karena hanya mungkin dilakukan dalam komunikasi manusia ke manusia (Library & Science, 2022).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Akhtar, 2020) dijelaskan berbagai definisi oversharing yaitu; menurut *Webster's New World College Dictionary* (2008) mengartikan oversharing sebagai kegiatan mengekspos terlalu banyak informasi, baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Disisi lain, Hoffman (2009) mengatakan bahwa *oversharing* merupakan bentuk pengungkapan informasi secara berlebihan dan tidak sesuai dengan konteks tertentu. Perilaku ini juga dapat memicu timbulnya ketakutan akan kehilangan informasi dari media sosial atau internet (*fear of missing out*).

Menurut *Pew Research Center Study*, AS, motivasi utama orang untuk berbagi konten di media sosial adalah untuk mendapatkan perhatian, pujian, dan komentar dari pengguna lain untuk meningkatkan popularitas. Langkah selanjutnya adalah menampilkan self-talk atau kekuatan batin yang positif dan percaya bahwa orang lain akan memperlakukan dengan hormat. Pada titik tertentu di masa depan, situasi berbahaya ini akan menyebabkan orang mengalami kecemasan dan terlibat dalam wacana media sosial. Penulis kontemporer menyebut fenomena ini sebagai "oversharing," *Pew Research Center Study*, AS, menemukan bahwa alasan individu suka berbagi (sharing) di media sosial ialah untuk mendapatkan perhatian, pujian, dan komentar dari setiap postingan atau informasi yang dibagikan sehingga akan membuat individu merasa populer. Alasan berikutnya untuk menunjukkan citra atau kesan diri yang positif dan berharap orang lain akan memandang dirinya seperti yang

diharapkan. Hingga akhirnya, perilaku ini akan membuat individu mengalami kecanduan dan terjebak dalam lingkaran media sosial. Para ahli kontemporer menyebut fenomena ini sebagai perilaku *oversharing* (Mawarningsih et al., 2022).

Perilaku *oversharing* menjadi kata yang populer di akhir tahun 1990-an ketika remaja menggunakan istilah itu untuk menggambarkan pengungkapan informasi pribadi oleh mereka sendiri. Pada akhir tahun 2000-an, istilah *oversharing* lebih sering digunakan untuk menampilkan aktivitas sehari-hari di media sosial. *Oversharing* berkaitan dengan “*proud parent syndrome*”, yang sering terjadi ketika seorang anak mendapat penghargaan atau melewati moment spesial, seperti pertama memasuki hari pertama sekolah, mendapat penghargaan disekolah ataupun ketika mengikuti berbagai kegiatan yang dapat dibanggakan oleh orang tua. Membagikan informasi berupa gambar anak, nama anak, nama sekolah, lokasi sekolah, dan informasi lain yang dapat mengidentifikasi anak. Seringkali informasi tersebut dinilai tidak berguna akan tetapi rentan disalah gunakan oleh penculik atau penjahat (Noval, 2021).

Perilaku *oversharing* sebagai salah satu bentuk dampak dari kecanduan media sosial, awalnya hanya sebagai media untuk menghibur diri dan mencari informasi, tetapi karna banyaknya postingan yang beredar maka sebagai pengguna juga merasa tertarik dan harus mengikuti perkembangan yang terjadi sehingga tidak dianggap ketinggalan zaman. Karena perasaan senang ketika membagikan ceritanya

ke media sosial dan awalnya mendapatkan respon positif sehingga orang tersebut akan berpikir bahwa hal ini perilaku adalah hal yang wajar.

Dilansir *Thrive Global*, Dr. Kristin Bianchi, psikolog *Center for Anxiety & Behavioral Change di Rockville, Md*, mengatakan bahwa *oversharing* di media sosial terlihat semakin sering terjadi sejak pandemi COVID-19 merebak. Wabah tersebut menjadi hal yang baru bagi masyarakat dan memiliki tingkat penyebaran yang sangat cepat sehingga masyarakat membutuhkan informasi yang update, interaksi langsung yang terbatas sehingga memanfaatkan media sosial, sarana menhibur diri dari kebosanan karena aktivitas diluar rumah yang harus dibatasi dan masih banyak lagi yang menyebabkan peningkatan *oversharing* di era pandemi Covid-19 (Andriani & Sulistyorini, 2022).

Dalam tulisan (Pemita, Desika (2021), Amy Morin seorang psikolog yang mempelajari fenomena ini, menyebut orang yang sering berbagi aktivitas secara berlebihan di media sosial ini sebagai *oversharing*. Melansir Forbes, *oversharing* merupakan istilah untuk menyebut seseorang yang menjadikan media sosial seperti buku diary. Menurut Amy Morin, menggambarkan perilaku *oversharing* diantaranya:

1. *Posting* detail intim hubungan, persahabatan, urusan keluarga, atau drama pribadi.
2. Menggunakan media sosial sebagai wadah melampiaskan emosi.
3. *Posting* foto atau video hal-hal yang seharusnya jadi privasimu.

4. *Posting* foto atau video memalukan tentang diri sendiri atau orang lain.
5. Rutin *posting* tentang makanan. Bahkan, saat di restoran, kamu memesan makanan yang akan terlihat cantik di Instagram.
6. Ke manapun pergi, kamu selalu menandai lokasi kamu berada alias *check-in*.
7. *Posting* apapun yang kamu sedang lakukan, beberapa kali sehari.
8. Berbagi info dan foto anak terlalu banyak. Tanda *oversharing* di media sosial dalam hal ini adalah orang asing tiba-tiba menghampiri anakmu dan menyebut namanya.
9. *Likes*, *retweets* atau *reposts*, *comments*, dan *followers* menjadi tolok ukur seberapa berpengaruh dan pentingnya dirimu.
10. Kamu *live tweet* atau *live* IG setiap acara yang kamu tonton atau kegiatan yang kamu ikuti walau penontonmu sendiri.
11. Jika tidak *posting selfie* atau OOTD sehari saja, rasanya jadi gelisah.

Dalam Afrilia (2017) menambahkan bahwa kategori *oversharing* adalah mengunggah foto lebih dari empat kali setiap hari. Pada saat ini batasan antara kehidupan pribadi dan kehidupan di ranah publik menjadi semakin memudar, sosial media hadir untuk menjangkau dan menghubungkan antar individu dan masyarakat yang lebih luas (Hal-hal yang dulu kamu anggap personal kini menjadi makanan sehari-hari di media sosial. Saat membuat konten, seseorang tak membatasi dirinya terkait informasi apa yang perlu dibagikan di media sosial.

Menurut (Noval, 2021) Ancaman dalam melakukan oversharing di media sosial adalah mengarah pada berbagai pelanggaran privasi seperti *cyberbullying*, *hate speech*, ancaman pedofilia, pencurian identitas, *deepfake*, menarik komentar negatif tentang diri, merusak reputasi diri, mengurangi produktivitas diri karena sibuk memikirkan bentuk konten apa yang akan dibagikan, rentan terkena *cyber crime*, pencurian data pribadi.

2.5. Teori Pilihan Rasional

Teori pilihan rasional dalam sosiologi mulai berkembang di dekade 1960-an. Salah satu tokoh utamanya adalah James Coleman yang mengajukan konsep tentang "kerangka tindakan bertujuan (*purposive action framework*). Coleman menggunakan model penjelasan tentang tindakan kolektif yang diperluas ke dalam analisisnya tentang norma sosial. perkawinan, sistem status, dan pendidikan. dalam pengembangan struktur umum model teori pilihan rasional, terdapat di dalamnya beberapa terma teoretis, yakni (1) setiap aktor berfungsi sebagai pemain dalam sistem; (2) alternatif-alternatif pilihan tersedia bagi setiap aktor; (3) sejumlah dampak mungkin terjadi di dalam sistem dari setiap tindakan aktor; (4) preferensi setiap aktor jumlahnya lebih dari dampak yang mungkin terjadi; (5) ekspektasi aktor berdasarkan parameter sistem (Upe, 2010).

Teori pilihan rasional Coleman memiliki dua unsur utama, yakni aktor dan sumber daya. Sumber daya adalah sesuatu yang menarik perhatian dan yang dapat kendalikan oleh aktor. Pemusatan perhatian pada tindakan rasional individu

dilanjutkannya dengan memusatkan perhatian pada masalah hubungan mikro-makro atau bagaimana cara gabungan tindakan individu menimbulkan perilaku sistem sosial. Sumber daya tersebut dapat berupa sumber daya alam, yaitu sumber daya yang telah disediakan atau potensi alam yang dimiliki dan juga sumber daya manusia, yaitu potensi yang ada dalam diri seseorang. Sedangkan aktor ialah seseorang yang melakukan sebuah tindakan. (Stoker, 2021).

Dalam melakukan tindakannya, aktor terlebih dahulu melakukan seleksi terhadap pilihan yang tersedia (atau yang memungkinkan) dengan memerhatikan segala aspek seperti tujuan apa yang menjadi prioritasnya, sumber daya yang dimiliki dan juga kemungkinan keberhasilan dari tindakan yang dilakukannya. Seorang aktor dapat saja dapat saja memilih untuk tidak mengejar tujuan yang paling bernilai oleh karena mungkin sumber daya yang dimilikinya tidak mencukupi, kemungkinan keberhasilannya kecil, atau mungkin justru akan membahayakan tujuan-tujuan lain yang diinginkannya. Dengan demikian, aktor dipandang selalu berusaha memaksimalkan keuntungan mereka (Jones Pip, Liz Bradbury, 2016).

Teori pilihan rasional menurut sosiolog, menyatakan bahwa setiap orang, ketika memiliki tindakan yang telah dipengaruhi oleh norma-norma rasial, memaksimalkan penggunaan sumber daya mereka dan sepenuhnya memenuhi kebutuhan mereka. Dalam teori pilihan rasional, pilihan, keyakinan, dan tindakan semuanya memiliki satu hubungan penghubung lainnya. Jika tindakan memiliki

hubungan dengan rencana dan ide batu kunci, itu akan dicirikan sebagai rasional (Rifai, 2015).

Pilihan rasional mengasumsikan bahwa individu mempunyai semua kapasitas rasional, waktu, dan keterikatan emosi yang penting untuk memilih arah tindakan terbaik, tak peduli betapa kompleksnya pilihan tersebut. Masalah paling sederhana secara konseptual adalah pembuatan-keputusan parametrik dalam kepastian ketika setiap tindakan mempunyai hasil yang diketahui (sehingga tak ada risiko atau ketakpastian) dan hubungan antara aksi dan akibat tak dipengaruhi oleh tindakan individu lain (sehingga mereka bisa diperlakukan sebagai 'parameter yang tetap'). Individu diasumsikan mampu menilai hasil, ataupun aksi (Upe, 2010).

Prinsip utama dari perspektif rasional bahwa, tergantung pada keadaan, tindakan dapat mengarah pada berbagai hasil sementara orang tidak menyadari konsekuensi potensial. Terungkap bahwa setelah memiliki asumsi tertentu, orang mulai percaya bahwa semua orang memiliki asumsi yang sama dan bekerja untuk memaksimalkan manfaat mereka dengan menyeimbangkan semua kemungkinan hasil dari tindakan mereka dengan kemungkinan bahwa mereka benar-benar akan terjadi. Manfaat yang dibutuhkan untuk mewakili pembuatan keputusan di sini dapat diperoleh, setidaknya secara prinsip, dari pengalaman di mana individu memilih di antara pilihan hasil dan dapat ditafsirkan yang mengandung informasi tentang sikap individu terhadap pilihan rasional (Rifai, 2015).

Pada kehidupan nyata, Coleman mengakui bahwa individu tidak selalu bertindak atau berperilaku rasional. Tetapi dalam hal ini akan sama saja apakah seorang aktor dapat bertindak dengan tepat menurut rasionalitas seperti yang biasa dibayangkan ataupun menyimpang dari cara-cara yang diamati. Tindakan rasional individu dilanjutkan dengan memusatkan perhatian pada hubungan mikro-makro, ataupun bagaimana cara hubungan tindakan individual menimbulkan perilaku sistem sosial (Upe, 2010).

2.6. Penelitian Terdahulu

Berikut adalah riset-riset ilmiah mengenai literasi yang sudah pernah dilakukan sebelumnya. Riset terdahulu ini penting untuk melihat perubahan-perubahan perilaku mahasiswa dalam menggunakan dan memanfaatkan media sosial, utamanya dalam membagikan informasi berlebihan (*oversharing*). Berikut disajikan penelitian terdahulu yang relevan untuk menunjang penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 2.1. Penelitian terdahulu

No.	Nama Peneliti	Tahun	Judul Penelitian	Hasil
1.	Hanif Akhtar	2020	Perilaku Oversharing di media sosial: Ancaman atau peluang?	Indonesia telah menduduki peringkat kedua sebagai Negara yang paling banyak melakukan perilaku berbagi semua hal di media sosial.

				Dalam penelitian ini dijelaskan bentuk peluang dan ancaman dalam bermedia sosial. peluang yang dimaksud menambah relasi sosial, melakukan presentasi diri, media mencari hiburan, belajar, dan menambah informasi.
2.	Sayid Muhammad Rifqi Noval	2021	Berbagi Berlebihan dan Dampaknya bagi Anak: Perbandingan Payung hukum	Ancaman akibat <i>overshare</i> mengarah pada berbagai pelanggaran privasi seperti <i>cyberbullying</i> , <i>hate speech</i> ancaman pedofilia, pencurian identitas, identitas, <i>deepfake</i> , dan berstalking. Di Indonesia, hukum perlindungan terhadap anak korban kejahatan siber tidak diatur secara khusus. Sementara belajar dari beberapa negara seperti

				Amerika Serikat, Kanada, Prancis, dan Inggris telah menetapkan ketentuan perlindungan anak khususnya di dunia maya,
3.	Afnin Dita Arianti Mawarniningsih, Madiun Rischa Pramudia Trisnani, Asroful Kadafi	2022	Fenomenologi perilaku oversharing remaja	Dalam penelitian ini dijelaskan aktivitas <i>oversharing</i> yang sering dilakukan di media sosial adalah membagikan gambar, menyampaikan opini, memperbarui status tentang aktifitas saat ini, membagikan kekayaanperasaan emosilanya, membagikan, pamer hubungan pertemanan,dan keluarga, tautan ke artikel, menyukai sesuatu dan mengubah statusnya.

Berdasarkan ketiga penelitian diatas memiliki fokus yang sama dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu perilaku *oversharing* di media sosial. Penelitian pertama yang dilakukan oleh akhtar (2020) berfokus bagaimana peluang dan

ancaman berperilaku *oversharing* di medi sosial dengan metode studi literatur. Penelitian kedua yang dilakukan oleh Afnin Dita Arianti Mawarniningsih, Madiun Rischa Pramudia Trisnani, Asroful Kadafi (2022) yang berfokus pada perilaku yang dilakukan oleh remaja dengan metode kualitatif dan review literatur. Penelitian ketiga oleh Sayid Muhammad Rifqi Noval 2021 untuk mengidentifikasi potensi ancaman bagi anak akibat *overshare* data pribadi yang intens di dunia maya dan mengkaji hukum. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan pendekatan kasus, komparatif dan konseptual.

Berdasarkan ketiga hasil penelitian yang dikemukakan diatas dapat disimpulkan bahwa dari hasil penelitian tersebut keseluruhan berbeda baik dari segi fokus objek yaitu pada mahasiswa, penggunaan teori, dan variasi bentuk informasi tindakan, dan lokasi penelitian. Perbedaan dari penelitian sebelumnya adalah penelitian ini lebih fokus mengapa mahasiswa melakukan *oversharing*, bagaimana bentuk konten yang dibagikan, dan bagaimana tanggapan mahasiswa terhadap *oversharing*, khususnya pada mahasiswa di lingkungan FISIP Universitas Hasanuddin

2.7. Kerangka Pikir

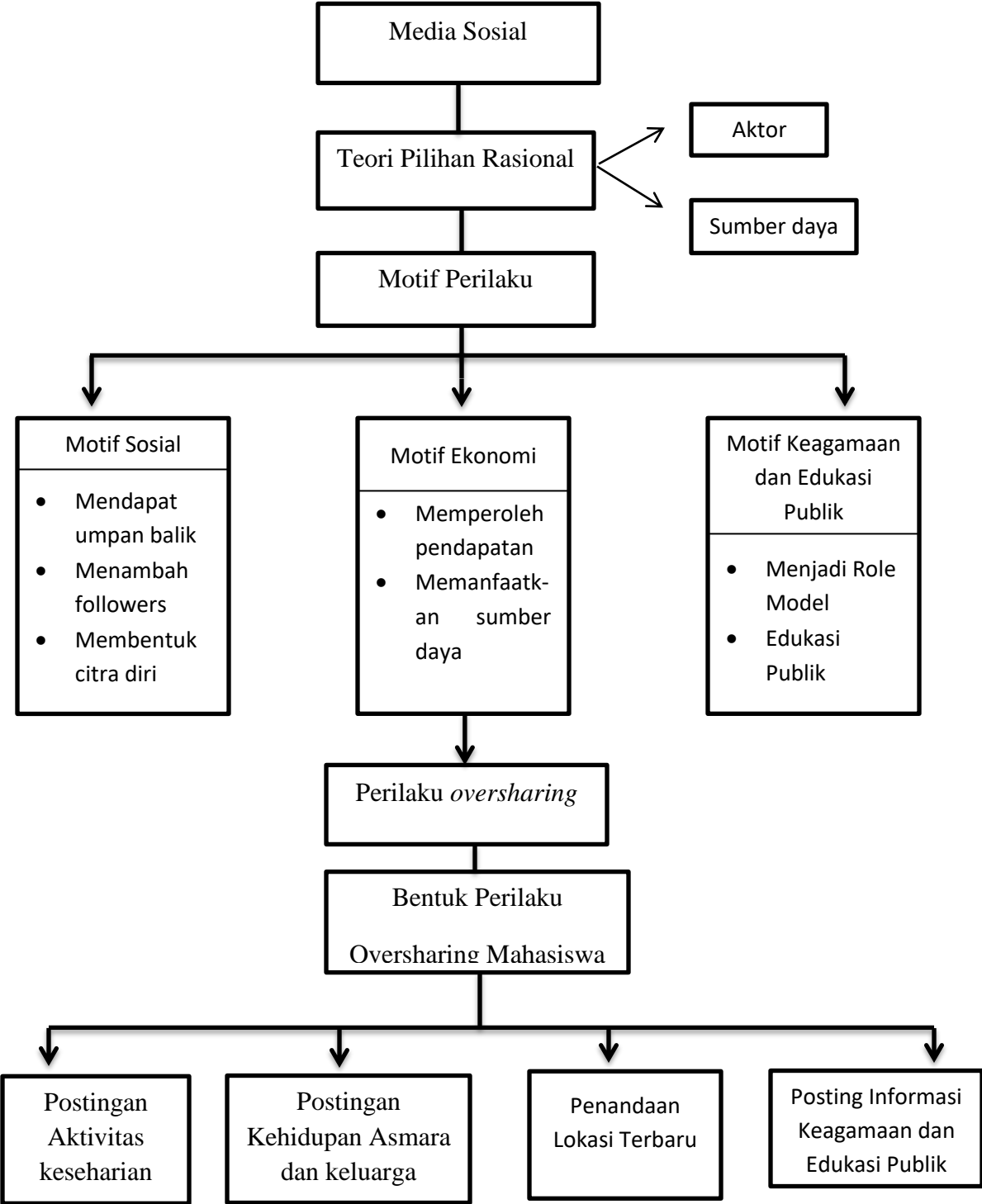
Hadirnya media sosial telah membentuk perilaku beragam dalam memanfaatkan media sosial. Perilaku tersebut dikenal dengan istilah perilaku *oversharing* bukan lagi hal yang baru bagi masyarakat pengguna media sosial, pelabelan ini diidentikan dengan orang-orang yang sering membagikan konten-konten melalui media sosial dari yang bersifat publik hingga pribadi. Media sosial

memiliki sifat terbuka sehingga siapa saja bisa mengaksesnya, salah satunya mahasiswa. Sebagai pengguna aktif media sosial baik untuk kepentingan pendidikan ataupun media informasi mahasiswa pun akan menggunakannya untuk membagikan berbagai informasi baik dirinya maupun orang lain.

Tujuan mengunggah di media sosial tentu terdapat makna yang akan disampaikan termasuk berbagi informasi tentang orang lain atau diri sendiri, himbauan ajakan, kesadaran diri, mencari perhatian, mengangkat masalah emosional, atau menyoroti poin-poin penting dari tindakan tersebut telah dipertimbangkan sebelumnya, maka dari itu peneliti mencoba menelaah lebih dalam dan mempertanyakan mengapa seseorang memilih untuk melakukan perilaku berbagi informasi berlebih di media sosial karena hampir semua orang memiliki media sosial akan tetapi tidak semua orang melakukan berbagi informasi berlebih (*oversharing*).

Studi ini menggunakan teori pilihan rasional James Coolman, yang memiliki preferensi bahwa orang harus menyadari tujuan mereka setiap saat. Menurut teori ini, setelah individu menerima berbagai tawaran, aktor akan menyajikan penawaran yang kemungkinan akan terbayar dengan cara yang bermakna. Oleh karena itu, tujuan dari teori ini adalah untuk menjelaskan perilaku yang dilakukan mahasiswa. Karena hampir semua orang menggunakan media sosial saat ini, tidak semua orang nyaman berbagi aktivitas atau informasinya dengan media sosial. Berikut beberapa konsep konseptual seni dari penelitian ini.

Gambar 2.1: Kerangka Pikir



2.8. Definisi Konseptual

a. Media sosial

Media sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jenis aplikasi yang paling sering digunakan oleh mahasiswa FISIP Universitas Hasanuddin dalam berinteraksi, bertukar informasi dan membagikan aktivitas kesehariannya serta fitur yang menarik dari aplikasi tersebut sehingga membuat pengguna ingin menggunakannya.

b. Motif perilaku berbagi informasi berlebihan (*oversharing*)

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan motif perilaku dalam berbagi informasi adalah dapat dilihat dari berbagai motif yaitu; motif sosial, motif ekonomi, keagamaan, dan motif pendidikan. Motif dalam hal ini dapat diartikan sebagai tujuan dari perilaku yang dimulculkan di media sosial yang dianggap menguntungkan penggunanya.

c. Perilaku *oversharing*

Merupakan tindakan membagikan informasi atau konten di media sosial yang baik disadari atau pun tidak secara berlebihan tanpa memperhatikan batasan antara kehidupan publik dan pribadi berupa aktivitas keseharian, lokasi terbaru, perasaan-perasaan emosional, foto diri, status dengan kata kasar, pamer kekayaan, dan keluarga yang biasa saja dalam bentuk spam yang tentunya dapat mengancam keamanan penggunanya.