

FENOMENA OVERSHARING DALAM KOMUNIKASI GEN Z DI MEDIA SOSIAL

Dini Wulan Dary¹, Sepriadi Saputra², M. Arif Setiawan³

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
e-mail: ¹dwulandari209@gmail.com, ²sepriadisaputra_uin@radenfatah.ac.id

ABSTRAK

Fenomena oversharing, yakni perilaku membagikan informasi pribadi secara berlebihan di media sosial, menjadi pola komunikasi yang lazim di kalangan Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola perilaku oversharing dan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap lima informan terpilih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa oversharing dilakukan sebagai sarana ekspresi diri, pencarian validasi sosial, serta pelampiasan emosi. Beberapa faktor yang mendorong perilaku ini meliputi tekanan sosial dari lingkungan sekitar, pengaruh algoritma media sosial, rendahnya tingkat literasi digital, dan budaya populer yang cenderung menormalisasi praktik oversharing. Media sosial diposisikan sebagai ruang aman untuk mencurahkan isi hati tanpa mempertimbangkan batas privasi yang sehat. Temuan ini menegaskan perlunya peningkatan kesadaran akan pentingnya menjaga privasi serta penguatan literasi digital di kalangan pengguna muda. Penelitian ini merekomendasikan perlunya edukasi berkelanjutan mengenai etika bermedia sosial untuk mendorong perilaku komunikasi yang lebih bijak dan bertanggung jawab di ranah digital.

Kata kunci: *Oversharing, Generasi Z, Komunikasi Digital, Media Sosial*

ABSTRACT

The phenomenon of oversharing, the behavior of excessively sharing personal information on social media, has become a common communication pattern among Generation Z. This study aims to analyze oversharing behavior patterns and identify the factors that influence it among students of the Communication Studies Program at UIN Raden Fatah Palembang. Using a qualitative approach with a phenomenological method, data were collected through in-depth interviews with five selected informants. The results show that oversharing is carried out as a means of self-expression, seeking social validation, and venting emotions. Several factors that encourage this behavior include social pressure from the surrounding environment, the influence of social media algorithms, low levels of digital literacy, and popular culture that tends to normalize the practice of oversharing. Social media is positioned as a safe space to express one's feelings without considering healthy privacy boundaries. These findings emphasize the

need to increase awareness of the importance of maintaining privacy and strengthening digital literacy among young users. This study recommends the need for ongoing education on social media ethics to encourage wiser and more responsible communication behavior in the digital realm.

Keywords: *Oversharing, Generation Z, Digital Communication, Social Media*

PENDAHULUAN

Generasi Z merupakan kelompok usia yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital yang sangat pesat. Mereka menjadikan media sosial sebagai bagian dari gaya hidup dan sarana utama dalam berkomunikasi. Perubahan perilaku komunikasi ini juga berdampak pada cara individu membagikan informasi pribadi di ruang publik daring. Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang konstruksi identitas digital yang aktif. Hal ini sejalan dengan pandangan (Akhtar, 2020) yang menyebut bahwa Gen Z memiliki kecenderungan kuat untuk membentuk citra diri melalui aktivitas digital mereka.

Fenomena oversharing atau membagikan informasi pribadi secara berlebihan menjadi isu penting dalam ranah komunikasi digital. Oversharing dapat terjadi karena berbagai faktor, baik internal seperti kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan, maupun eksternal seperti dorongan lingkungan dan ekspektasi sosial di media sosial. Menurut (Nurudin, 2007), perkembangan teknologi komunikasi telah mengaburkan batas antara ruang publik dan ruang privat, sehingga individu sering kali tidak sadar ketika membuka informasi yang semestinya bersifat personal.

Literasi digital menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi perilaku oversharing. Mahasiswa sebagai bagian dari Gen Z sering kali mengabaikan aspek keamanan data pribadi saat menggunakan media sosial. Seperti dijelaskan oleh (Komalasari, 2024), rendahnya literasi digital menyebabkan mahasiswa tidak memahami dampak jangka panjang dari keterbukaan informasi pribadi di platform digital.

Dalam pengelolaan informasi digital, aspek perencanaan dan pengendalian konten juga menjadi pertimbangan penting. Pendekatan ini sejalan dengan pemanfaatan teknologi dalam manajemen informasi sebagaimana dijelaskan oleh (Pratasik & Rianto, 2020) bahwa penggunaan sistem digital memerlukan kesadaran akan pengelolaan data agar tidak menjadi bumerang bagi penggunaannya.

Dengan landasan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memahami pola komunikasi oversharing yang terjadi pada mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang, serta untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang melatarbelakangi tindakan tersebut.

KAJIAN TEORI

Oversharing

Oversharing merujuk pada perilaku membagikan informasi pribadi secara berlebihan di ruang publik, termasuk media sosial. Keterbukaan diri (self-disclosure)

idealnya memperhatikan konteks, relevansi, dan kedalaman informasi yang dibagikan. Namun, oversharing melanggar batas-batas tersebut dengan mengungkapkan informasi yang terlalu pribadi, tidak sesuai konteks, atau tidak mempertimbangkan dampak sosialnya (Andalibi, 2018).

Alasan di balik oversharing dapat beragam, antara lain kebutuhan untuk validasi sosial, tekanan sosial, atau dorongan emosional sesaat. Dalam konteks digital, fenomena ini diperkuat oleh sifat media sosial yang instan dan memberikan umpan balik langsung (likes, komentar). Menurut Muike dkk (2009), pengguna media sosial sering kali memiliki persepsi risiko yang rendah terhadap konsekuensi membagikan informasi pribadi, yang menyebabkan mereka cenderung oversharing.

Komunikasi Interpersonal di Media Sosial

Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi antara dua individu atau lebih yang memiliki hubungan sosial. Dalam konteks media sosial, komunikasi interpersonal berubah karena dimediasi oleh teknologi. Menurut Karman (2014), media baru telah menciptakan saluran komunikasi yang lebih terbuka, cepat, dan dapat diakses kapan saja. Namun, media sosial juga menimbulkan dilema privasi dan hilangnya kontrol terhadap distribusi informasi. Melalui teori dramaturginya menjelaskan bahwa individu menyusun identitas mereka secara strategis di “panggung depan” dan “panggung belakang.” Di media sosial, batas antara keduanya menjadi kabur, sehingga meningkatkan risiko oversharing (Hildhasari dkk, 2025). Media sosial juga mendorong pengguna untuk membangun “personal branding,” yang sering kali mengarah pada pengungkapan diri yang selektif atau bahkan berlebihan untuk menarik perhatian dan keterlibatan audiens.

Karakteristik Generasi Z (Gen Z)

Gen Z adalah generasi yang lahir sekitar tahun 1997–2012. Mereka merupakan generasi digital native yang tumbuh dengan internet, media sosial, dan teknologi mobile. Gen Z memiliki kecenderungan untuk terbuka, autentik, dan terhubung secara konstan melalui platform digital. Namun, kedekatan mereka dengan teknologi juga membuat batas antara ranah pribadi dan publik menjadi kabur. Gen Z cenderung menganggap media sosial sebagai ruang aman untuk mengekspresikan perasaan, pengalaman, bahkan kerentanan. Hal ini menjadikan mereka kelompok yang rentan terhadap praktik oversharing, baik secara sadar maupun tidak (Laka dkk, 2024).

Teori Relevan

- a. Teori Self-Disclosure: Teori ini menjelaskan bahwa hubungan interpersonal berkembang melalui proses saling membuka diri secara bertahap. Dalam konteks media sosial, proses ini sering kali tidak terjadi secara bertahap, melainkan instan, yang meningkatkan risiko oversharing (Taylor & Altman, 1975).
- b. Teori Uses and Gratifications: Teori ini menyatakan bahwa pengguna media aktif memilih media berdasarkan kebutuhan dan motif tertentu, seperti hiburan, identitas diri, atau interaksi sosial. Gen Z mungkin menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan eksistensi dan koneksi sosial yang mendorong perilaku oversharing (Katz dkk, 1973).

- c. Teori Impression Management: Teori ini melihat bagaimana individu berusaha mengontrol kesan yang ditampilkan di hadapan orang lain. Di media sosial, pengelolaan kesan dapat mendorong individu untuk mengunggah konten pribadi berlebihan guna menciptakan citra tertentu (Tseelon, 1992).

Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications* (U&G) yang dikembangkan oleh Katz dkk (1973). Teori ini berasumsi bahwa individu secara aktif memilih media dan kontennya untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seperti hiburan, identitas personal, integrasi sosial, dan pelepasan ketegangan. Dalam konteks oversharing, teori ini digunakan untuk memahami mengapa mahasiswa Gen Z merasa terdorong membagikan informasi pribadi secara berlebihan di media sosial, yakni untuk mendapatkan validasi sosial, perhatian, atau dukungan emosional.

Beberapa penelitian terdahulu mendukung relevansi teori ini. Studi oleh (Yosida, 2025) menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung melakukan oversharing karena ingin mendapat respons sosial yang positif. Sementara itu, (Gultom, 2024) menemukan bahwa perilaku oversharing erat kaitannya dengan pencitraan diri dan dorongan untuk mendapat simpati. Penelitian oleh (Komalasari, 2024) menekankan pentingnya manajemen privasi digital dan menyarankan agar individu meningkatkan kesadaran akan dampak dari keterbukaan informasi yang berlebihan. Pandangan serupa juga dikemukakan oleh (Sugiyono, 2016) yang menekankan pentingnya metodologi komunikasi sebagai pendekatan untuk memahami perilaku digital secara menyeluruh.

Dengan mengacu pada teori dan studi sebelumnya, penelitian ini menegaskan bahwa perilaku oversharing bukanlah sesuatu yang spontan dan tanpa dasar, melainkan merupakan hasil dari interaksi antara motivasi pribadi dan pengaruh sosial dalam konteks budaya digital. Kajian ini menjadi landasan konseptual dalam menganalisis data lapangan dan memahami perilaku komunikasi Gen Z di media sosial.

METODE PENELITIAN

Alat dan Bahan

Penelitian ini menggunakan alat bantu yang sederhana sesuai kebutuhan penelitian kualitatif. Instrumen utama adalah panduan wawancara semi-terstruktur, perekam suara untuk mendokumentasikan hasil wawancara, dan buku catatan lapangan untuk mencatat respons non-verbal. Selain itu, digunakan laptop untuk proses transkripsi dan pengolahan data.

Jalannya Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan metode fenomenologi, yang bertujuan menggambarkan dan memahami makna dari pengalaman subyektif informan terkait perilaku oversharing di media sosial. Penelitian ini dilakukan di Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang selama bulan Mei hingga Juli 2025. Informan dalam penelitian ini berjumlah lima orang mahasiswa aktif yang tergolong dalam Generasi Z dan aktif menggunakan media sosial seperti Instagram dan TikTok. Pemilihan informan dilakukan secara purposive dengan kriteria: (1) aktif menggunakan media sosial, (2) pernah membagikan informasi pribadi secara eksplisit, dan (3) bersedia

diwawancara secara mendalam. Wawancara dilakukan secara tatap muka dengan durasi antara 45 hingga 60 menit untuk tiap informan. Proses wawancara direkam dan ditranskripsi secara verbatim. Peneliti juga melakukan observasi digital terhadap aktivitas media sosial para informan untuk mendukung data yang diperoleh.

Analisis Data

Data yang telah diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis interaktif Miles dan Huberman, yang mencakup tiga tahap utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan menyaring informasi penting yang relevan dengan fokus penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi tematik untuk mengidentifikasi pola dan kategori perilaku oversharing. Verifikasi data dilakukan secara berkelanjutan untuk memastikan validitas dan konsistensi hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu bentuk pengelolaan interaksi di media sosial juga dapat ditemukan dalam konteks komunikasi organisasi atau lembaga publik, seperti yang dijelaskan oleh (Azzahra & Santoso, 2025) yang menyoroti strategi pengelolaan media sosial dalam membangun interaksi publik yang efektif. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi digital, termasuk oversharing, tidak terlepas dari dinamika pengelolaan platform dan tujuan komunikasi tertentu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa oversharing di media sosial oleh mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang dilakukan dalam berbagai bentuk, mulai dari unggahan curahan hati, status bernada emosional, hingga pengungkapan detail kehidupan pribadi seperti konflik keluarga atau hubungan asmara. Kelima informan yang diwawancarai menunjukkan kecenderungan untuk menggunakan media sosial sebagai sarana pelampiasan emosi dan mencari dukungan dari lingkungan sosial daring (Ningsih & Surawan, 2025).

Dari deskripsi data, ditemukan bahwa faktor pendorong utama perilaku oversharing adalah kebutuhan untuk mendapatkan validasi sosial dan dukungan emosional. Informan merasa lebih "lega" setelah membagikan isi hati di media sosial, meskipun mereka juga menyadari bahwa informasi tersebut bisa diakses oleh publik. Beberapa informan juga mengungkapkan bahwa algoritma media sosial seperti Instagram dan TikTok yang menampilkan banyak unggahan pribadi dari orang lain membuat mereka terdorong untuk melakukan hal serupa.

Interpretasi hasil menunjukkan bahwa oversharing merupakan bentuk komunikasi interpersonal berbasis digital yang dipengaruhi oleh konteks sosial dan psikologis. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang aktualisasi diri. Informan merasa lebih nyaman membagikan perasaan secara daring dibandingkan secara langsung kepada orang terdekat, karena mereka menganggap media sosial memberi ruang yang lebih terbuka tanpa tekanan respon langsung. Hal ini juga selaras dengan temuan Hadi dkk (2024) yang menyatakan bahwa media sosial menjadi tempat

yang aman bagi remaja untuk menyampaikan emosi tanpa tekanan langsung dari lingkungan sekitar.

Secara umum, hasil penelitian ini mendukung teori Uses and Gratifications, di mana individu secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam konteks ini, kebutuhan yang terpenuhi melalui oversharing adalah ekspresi diri, pelepasan emosi, dan pencarian dukungan sosial. Hal ini juga diperkuat oleh (Fadli & Hidayatullah, 2021) yang menyatakan bahwa eksistensi digital dan validasi sosial merupakan kebutuhan utama generasi Z dalam bermedia sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian Yosida (2023) yang menemukan bahwa Generasi Z cenderung menjadikan media sosial sebagai wadah utama untuk menunjukkan eksistensi diri dan mencari perhatian.

Namun demikian, terdapat juga kesadaran dari para informan akan risiko yang ditimbulkan dari perilaku tersebut. Dua dari lima informan menyatakan bahwa mereka pernah merasa menyesal karena unggahan mereka mendapat tanggapan negatif. Oversharing yang berlebihan dapat menimbulkan penyesalan akibat reaksi negatif dari audiens daring. Hal ini menunjukkan adanya ambivalensi dalam praktik oversharing: di satu sisi memberikan kepuasan emosional, namun di sisi lain membuka potensi kerentanan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya menggambarkan perilaku oversharing sebagai ekspresi bebas di media sosial, tetapi juga sebagai cerminan kebutuhan akan hubungan sosial yang aman dan responsif di era digital. Diskusi ini memperkuat pentingnya edukasi literasi digital agar pengguna, khususnya mahasiswa, lebih bijak dalam membagikan informasi pribadi di ruang publik digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa oversharing di media sosial merupakan fenomena komunikasi digital yang umum terjadi di kalangan mahasiswa Generasi Z, khususnya mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang. Perilaku ini muncul sebagai respons terhadap kebutuhan emosional dan sosial, seperti pencarian validasi, dukungan, dan aktualisasi diri. Media sosial menjadi ruang utama bagi mahasiswa untuk mengekspresikan perasaan dan pengalaman pribadi mereka.

Meskipun oversharing memberikan manfaat emosional, namun juga mengandung risiko terhadap privasi dan kesehatan mental. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk memiliki kesadaran kritis terhadap informasi yang dibagikan dan memahami dampaknya. Diperlukan penguatan literasi digital agar generasi muda dapat menggunakan media sosial secara bijak, bertanggung jawab, dan tetap menjaga batasan informasi pribadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhtar, H. (2020). Perilaku Oversharing di Media Sosial: Ancaman atau Peluang?. *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 25(2), 257-270.
- Andalibi, N. (2018). *Self-Disclosure and Response Behaviors in Socially Stigmatized*

- Contexts on Social Media*. Drexel University.
- Azzahra, S. N., & Santoso, H. (2025). Strategi Pengelolaan Media Sosial Berbasis Nolimit di Fraksi Partai Demokrat DPR RI dalam Meningkatkan Interaksi Publik. *Edutik: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 5(3), 253-264.
- Fadli, H. F., & Hidayatullah, A. F. (2021). Identifikasi cyberbullying pada media sosial twitter menggunakan metode lstm dan bilstm. *Automata*, 2(1).
- Gultom, Z. K. (2024). Hubungan Self-Disclosure dengan Fenomena Oversharing di Media Sosial pada Mahasiswa di Desa Wek IV Batang Toru.
- Hadi, A., Mia, P., Susilowati, D., Suryati, M., Anastasya, C., Nabila, A. S., ... & Matsuani, M. (2024). Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap Proses Mengutarakan Emosi di Media Sosial Instagram.
- Hildhasari, G. C., & Dharma, F. A. (2025). Self-Disclosure pada Individu Introvert di Media Sosial dalam Perspektif Dramaturgi Erving Goffman. *Indonesian Journal of Cultural and Community Development*, 16(1).
- Karman, K. (2014). Media Sosial: Antara kebebasan dan eksploitasi. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 18(1), 75-88.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The public opinion quarterly*, 37(4), 509-523.
- Komalasari, E. F. *PENGARUH TINGKAT KOMPETENSI LITERASI DIGITAL TERHADAP PENCEGAHAN PERILAKU OVERSHARING PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI KPI UIN JAKARTA ANGKATAN 2021 DI INSTAGRAM* (Bachelor's thesis, Falkutas Dakwah Dan Komunikasi).
- Laka, L., Darmansyah, R., Judijanto, L., Lase, J. F. E., Haluti, F., Kuswanti, F., & Kalip, K. (2024). *Pendidikan karakter Gen Z di era digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Muise, A., Christofides, E., & Desmarais, S. (2009). More Information than you ever wanted: Does Facebook bring out the green-eyed monster of jealousy? *CyberPsychology and Behavior*, 12(4), 441-444.
- Ningsih, S. H., & Surawan, S. (2025). Makna Emotional Catharsis dalam Konten Instagram sebagai bentuk Pelampiasan Emosi pada Mahasiswa di Era Digital. *JIMU: Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, 3(02), 1192-1203.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. RajaGrafindo Persada.
- Pratasik, S., & Rianto, I. (2020). Pengembangan Aplikasi E-DUK Dalam Pengelolaan SDM Menggunakan Metode Agile Development. *CogITo Smart Journal*, 6(2), 204-216.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Alfabeta.
- Taylor, D. A., & Altman, I. (1975). Self-disclosure as a function of reward-cost outcomes. *Sociometry*, 18-31.
- Tseñlon, E. (1992). Is the presented self sincere? Goffman, impression management and the postmodern self. *Theory, culture & society*, 9(2), 115-128.
- Yosida, E. (2025). Persepsi gen z mengenai perilaku oversharing di media sosial. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 9(1), 1-9.