

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Latar belakang masalah adalah penjabaran permasalahan yang ditemukan pada suatu objek maupun subjek, yang akan dikembangkan menjadi sebuah penelitian guna menemukan jawaban atas permasalahan tersebut. Latar belakang masalah memuat hal-hal yang mendasari sesuatu dapat dikatakan sebagai sebuah permasalahan yang membutuhkan pemecahan masalah. Pada bagian ini, peneliti memaparkan secara jelas dan detail terkait permasalahan yang ditemukan. Dalam penelitian kali ini, permasalahannya adalah perilaku *oversharing* yang terjadi di media sosial. Seperti yang kita ketahui, saat ini penyebaran informasi sangat cepat seiring dengan perkembangan dunia *digital* khususnya media sosial. Hal ini didukung dengan berbagai macam kondisi yang terjadi di masyarakat, salah satu yang terbaru adalah pandemi *covid-19*. Berdasarkan katanya, *oversharing* didefinisikan sebagai "terlalu banyak informasi", dan secara harfiah berarti penyebaran informasi yang sangat pribadi, seperti status hubungan seseorang (Malloy, 2021).

Kondisi dimana seseorang tidak mampu mengendalikan dirinya dan tidak memiliki batasan dalam membagikan informasi pribadi kepada khalayak merupakan pengertian dari *oversharing*. (Sosialita, December 26, 2022) Sosialita juga mengatakan bahwa perilaku ini membutuhkan perhatian khusus karena dampak yang dapat ditimbulkan, dan tidak boleh diabaikan meski setiap orang memiliki latar belakang masing-masing mengapa mereka kemudian memiliki perilaku tersebut. Perilaku *Oversharing* ramai terlihat di media sosial khususnya sejak periode pandemi *covid-19* yang menyebabkan media sosial mengalami lonjakan pengguna, hal ini disebabkan oleh kebijakan *work from home*. Kebijakan ini menyebabkan orang-orang kian aktif di media sosial untuk sekedar mencari hiburan atau bahkan sebagai media baru dalam pengumpulan tugas--seperti yang banyak diterapkan di sekolah maupun universitas. Karena tidak ada jaminan bahwa pandemi akan berakhir dalam waktu singkat atau lambat, yang dapat dilakukan hanya memikirkan solusi terbaik untuk menghadapinya secara langsung, baik mengakrabkan diri dengan teknologi, atau mengalihkan sistem menjadi serba online agar tetap dapat menjangkau banyak orang bahkan dari tempat yang berbeda tanpa ada keterbatasan jarak.

Segala sektor mulai dari ekonomi, pendidikan, hingga kesehatan mendapat dampak yang serius dari periode ini, dan seluruh sektor ini mau tidak mau harus beranjak dari sistem konvensional ke *digital* seperti media sosial. Sebelum periode pandemi melanda, media sosial sudah memiliki banyak pengguna baik aktif maupun pasif khususnya di Indonesia, berikut adalah datanya.

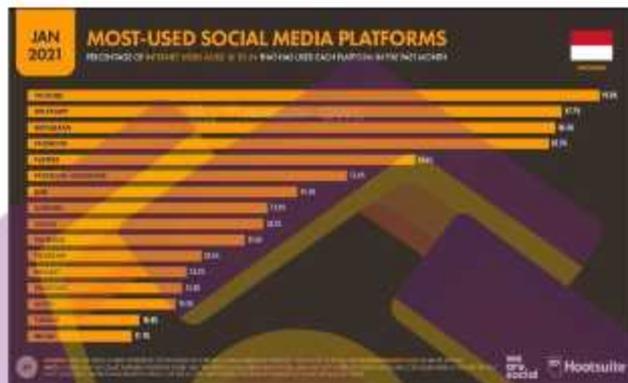


Gambar 1. Sumber: imers.com

Youtube menempati posisi pertama dengan jumlah pengguna 47% dan mengalahkan aplikasi lainnya. Disusul Facebook dengan posisi kedua dan penggunanya berjumlah 41%, hanya berbeda 6% dari aplikasi di posisi teratas. Kemudian yang ketiga, ada aplikasi bertukar pesan yaitu *Whatsapp* dengan angka pengguna 40% di Indonesia. Dalam gambar di atas, bar berwarna orans merupakan aplikasi media sosial sementara yang berwarna merah adalah aplikasi *messenger* atau pengirim pesan. Terdapat enam aplikasi media sosial dan enam aplikasi *messenger*, namun dapat dilihat bahwa persentase jumlah pengguna media sosial lebih tinggi daripada pengguna aplikasi *messenger*. Data tersebut dilansir dari penelitian yang dilakukan oleh perusahaan media asal Inggris bernama *We Are Social*, yang terbit pada 2018 lalu, tepatnya 30 Januari.

Dari data yang dikumpulkan pada Januari 2018 di atas, dapat dilihat bahwa masyarakat Indonesia lebih aktif dalam menggunakan aplikasi yang menyajikan konten baik hiburan maupun edukasi, daripada menggunakan media sosial untuk berkirim pesan. Ini menunjukkan bahwa minat menonton masyarakat lebih besar, bahkan sebelum corona mewabah ke Indonesia. Periode pandemi menambah banyak masyarakat yang menikmati tayangan-tayangan elektronik yang diupload di media sosial. Hal ini dipengaruhi oleh kebijakan pembatasan wilayah maupun larangan untuk melakukan kegiatan di luar rumah apabila tidak memiliki kepentingan. Kebijakan ini pernah diterapkan pada periode awal pandemi lalu.

Kebijakan-kebijakan tersebut kemudian berubah menjadi tekanan yang menghambat berbagai kegiatan masyarakat, sehingga menghasilkan stres. Sementara faktor lain yang menyebabkan stres khususnya pada periode pandemi ini, akan dibahas lebih dalam pada bab pembahasan. Mayoritas masyarakat memilih mencari hiburan di berbagai platform untuk mengurangi tingkat depresi yang dialami, berikut merupakan data pengguna media sosial pada pertengahan periode pandemi.



Gambar 2: Sumber: *imers.com*

Pada data di atas, dapat dilihat bahwa youtube mengalami lonjakan pengguna dari 43% pada awal 2018 menjadi 93,8% pada awal 2021. Kenaikan ini sangat pesat, dan disusul oleh aplikasi *Whatsapp* yang naik pada peringkat kedua di 2021, dan berada di peringkat ketiga pada 2018, tepatnya di bawah aplikasi *Facebook*. *Instagram* juga mengalami lonjakan pengguna yang membuatnya naik peringkat menjadi nomor tiga di awal 2021, dari peringkat ke empat pada awal 2018. Sementara *Facebook* mengalami penurunan peringkat dari kedua menjadi keempat, namun jumlah penggunanya tetap mengalami peningkatan dari 41% menjadi 85.5% pada Januari 2021. Dalam periode tersebut, masyarakat tidak hanya mengonsumsi konten-konten *digital* saja, namun juga mulai memproduksi konten mereka sendiri dengan berbagai macam *genre*. Salah satu aplikasi yang mengalami lonjakan pengguna pada periode pandemi di seluruh dunia, yakni Tik Tok, menarik minat masyarakat untuk mencoba berbagai macam trend dan mengunggahnya di akun masing-masing. Dari aplikasi inilah kemudian lahir banyak *content creator* baru dari berbagai tempat dan dengan ciri khas masing-masing. Aplikasi *Tiktok* sendiri merupakan aplikasi besutan China yang mengakuisisi aplikasi *Musically*. Aplikasi ini memungkinkan penggunanya untuk memproduksi dan menikmati konten orang lain dalam format *video* pendek.

Tiktok saat ini digemari berbagai kalangan baik tua maupun muda, meski pada awal kemunculannya tidak berjalan mulus dan mengundang berbagai macam kontroversi yang menyebabkan aplikasi ini dicekal di beberapa negara. Kontroversi-kontroversi tersebut sebenarnya mengacu pada pengguna atau user dari aplikasi tersebut yang pada masa itu didominasi oleh anak di bawah umur yang memproduksi konten-konten kurang pantas. Seperti hubungan percintaan antar sesama remaja yang dipertontonkan dengan gaya pacaran orang dewasa, dan masih banyak lainnya lagi. Selain itu, konten yang diproduksi juga cukup terbatas, hanya meliputi gerakan-gerakan tarian yang dilengkapi oleh musik-musik *remix*. Sehingga pada awal-awal kemunculannya, banyak orang berstigma negatif pada aplikasi dan penggunaannya. Kebanyakan orang juga menghindari mengunduh aplikasi ini karena tidak mau dianggap sebagai bagian dari generasi pengguna *Tik Tok*.

Seiring berjalannya waktu, para pengguna yang terdiri dari berbagai macam latar belakang, mulai menggunakan *Tiktok* dengan kreativitas yang lebih beragam, seperti membagikan informasi, edukasi, atau bahkan hiburan. *Tiktok* tidak hanya sebagai ajang menari ala remaja lagi, namun sudah banyak yang memanfaatkan *platform* ini untuk berbagai hal positif. Karena pergeseran *trend* dalam memproduksi konten ini pula, *Tiktok* sempat digadang-gadang sebagai media baru dalam berbagai wacana, tidak sedikit pihak akademisi yang ikut mengkaji hal ini. Namun, masyarakat tidak hanya menyebarkan kontennya di *Tiktok* saja, terlihat dalam data di atas bahwa *Youtube* masih menempati peringkat teratas dari semua aplikasi yang paling banyak digunakan. Hal ini karena *Youtube* memiliki fitur-fitur yang tidak dimiliki oleh *Tiktok*, seperti kelebihan durasi. Namun, *Tiktok* terus meng-*upgrade* aplikasi mereka hingga saat ini sudah sangat banyak fitur beragam yang sering digunakan seperti melakukan *live streaming* dan dapat menerima *gift* dari penonton.

Sejak melonjaknya angka pengguna aplikasi *Tiktok*, masyarakat semakin akrab dengan dunia konten *creator*, karena siapa saja dapat memulai karir *digital* mereka hanya dengan konsistensi. Hal ini pula yang menyebabkan generasi penerus kebanyakan yang bercita-cita menjadi konten *creator*, tidak seperti generasi pendahulunya yang ketika ditanya cita-cita akan menyebutkan beberapa profesi yang berhubungan dengan masyarakat seperti dokter, polisi, PNS, dan sebagainya. Generasi saat ini hidup dengan mengonsumsi konten, apapun yang dilakukan harus dibarengi dengan tayangan *digital*. Contohnya, saat sedang makan, mereka akan menonton konten yang dapat meningkatkan selera makan. Tidak hanya itu saja, saat waktunya tidur, mereka menonton konten dengan topik tertentu yang akan membantu mereka

tertidur, dan kegiatan lain yang dibarengi dengan mengkonsumsi konten *digital*. Keterikatan masyarakat dengan konten-konten *digital* sangat erat, hingga sulit untuk dipisahkan.

Youtube sebagai aplikasi yang menempati posisi pertama memiliki skema yang berbeda dengan *Tiktok*. Aplikasi ini memungkinkan penggunaanya untuk mengunggah *video* dalam durasi yang lebih lama, hingga berjam-jam. Namun, saat ini *Youtube* juga mengikuti perkembangan trend dengan memberikan fitur *Youtube short*, yakni fitur untuk *upload* *video* dengan durasi yang lebih pendek, karena masyarakat terlihat lebih tertarik dengan konsep *video* singkat daripada dengan durasi panjang. Eksistensi *Youtube* sebagai media sosial yang berperan memberikan hiburan bagi masyarakat masih sangat besar dibandingkan dengan aplikasi-aplikasi serupa lainnya. Para *content creator* yang mengisi aplikasi ini juga sangat beragam dan terdiri dari berbagai profesi maupun kalangan. *Youtube* memungkinkan penggunaanya menikmati *video* dalam tampilan yang lebih lengkap dan *detail*, karena durasi yang lebih lama dari aplikasi lainnya. Ada banyak konten yang trending mulai dari *podcast*, komedi, musik, hingga berbagai *video tutorial*.

Selain *Youtube*, aplikasi media sosial lain yang banyak digunakan adalah *Instagram*. *Instagram* merupakan media sosial yang memiliki berbagai fitur menarik. Mulanya, aplikasi ini hanya memungkinkan penggunaanya membagikan foto dan mengikuti akun orang lain yang mereka sukai atau mereka kenal secara personal. Seiring perkembangan media sosial, *Instagram* juga melakukan berbagai peningkatan fitur, kini aplikasi ini sudah dapat membagikan *story* yang bertahan selama 24 jam, dan dapat diarsipkan di *highlight* apabila ingin bertahan lebih lama. Berbagai fitur baru yang ada di *Instagram*, dimanfaatkan dengan berbagai cara oleh masyarakat. Ada yang sekedar membagikan pengalaman tentang makanan enak dengan membuat *highlight* khusus makanan, ada yang membagikan lagu *favorite*-nya, dan lain sebagainya. Namun, tidak semua orang memanfaatkan fitur-fitur di media sosial dalam hal yang positif. Ada saja orang yang menggunakan media sosial dalam hal negatif, seperti melakukan modus penipuan dan tindak kejahatan lainnya.

Karena aplikasi media sosial saat ini sangat tidak terbatas penggunaannya, sehingga setiap individu dapat memanfaatkan berbagai fitur dalam sudut pandang masing-masing. Ada yang kerap membagikan pengalaman pribadi, pencapaian atau karir, keluarga maupun hubungan antar sesama manusia lain. Kegiatan-kegiatan lain juga kerap dibagikan secara gamlang dan *detail* tanpa mempertimbangkan batasan privasi yang harus dimiliki oleh setiap orang. Kegiatan membagikan informasi secara berlebihan tanpa mempertimbangkan keamanan diri sendiri dan

orang lain inilah yang disebut dengan perilaku *oversharing*. Perilaku ini dapat dimiliki oleh siapa saja, tanpa terkecuali. Sehingga, penting untuk mengetahui apa yang melatarbelakangi terbentuknya perilaku *oversharing*, serta bagaimana membedakan antara informasi yang perlu dan tidak perlu dibagikan kepada masyarakat luas.

Perilaku ini tidak hanya terlihat pada orang dewasa saja, namun para remaja dan anak-anak dapat tanpa sadar menunjukkan perilaku *oversharing* tanpa pemahaman teoritis terkait apa yang mereka lakukan. Hal ini jelas membahayakan karena dapat disalahgunakan oleh sebagian orang yang memiliki niat buruk, perilaku *oversharing* dapat memperlancar niat pelaku kejahatan dengan cara yang tidak diduga-duga mayoritas pengguna media sosial sebelumnya. Terutama bagi para remaja yang masih mengalami pergulatan batin dalam mengontrol emosinya, sangat penting untuk membentengi mereka dari perilaku ini agar dapat tumbuh menjadi orang dewasa yang memiliki kesadaran akan diri sendiri dan lingkungan sekitarnya. Para remaja sangat rentan terhadap berbagai masalah kesehatan mental, karena mereka baru memasuki fase perubahan usia dan fisik yang membuat mereka kesulitan mengenali diri sendiri.

1.2. Rumusan Penelitian

Rumusan masalah merupakan pertanyaan dasar dari sebuah penelitian, yang membuat suatu isu atau topik memiliki urgensi untuk diteliti lebih lanjut. Dalam penelitian kali ini yang menjadi rumusan masalah adalah latar belakang seseorang dapat memiliki perilaku *oversharing*.

1.3. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan garis besar yang menjadi perhatian khusus dalam sebuah penelitian, agar penelitian dapat diselesaikan sesuai dengan rencana penelitian. Dalam penelitian ini, fokusnya adalah menjabarkan terkait perilaku *oversharing*, mulai dari pengertian, contoh kasus, faktor-faktor yang melatarbelakangi, hingga saran untuk mencegah terbentuknya perilaku ini. Penelitian ini berfokus pada penemuan terkait perilaku manusia dalam menggunakan sosial media secara berlebihan. Peneliti juga tidak mencantumkan salah satu media yang digunakan sebagai studi kasus, karena aplikasi media sosial apapun yang digunakan pada dasarnya sama, hanya sebagai preferensi berbeda bagi beberapa pengguna, serta semua media sosial memiliki peran dan fungsi yang sama dalam menyikapi perilaku *oversharing* ini. Sehingga pada penelitian kali ini, peneliti lebih berfokus melakukan pengumpulan data dari para ekspert di bidang psikologi manusia dan juga para ekspert di

bidang komunikasi melalui berbagai sumber seperti media cetak dan internet, untuk melihat kaitannya sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian kali ini, yaitu Psikologi Komunikasi. Serta melakukan wawancara dengan para pelaku *oversharing*, untuk melihat dari sudut pandang mereka dalam menganalisis perilaku ini.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah hal-hal yang ingin dicapai peneliti dalam sebuah penelitian. Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat diketahui apakah yang melatarbelakangi orang-orang pada akhirnya memiliki perilaku *oversharing*.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan hal-hal baik yang dapat diambil dari sebuah penelitian, berujung pada kontribusi peneliti dan penelitiannya bagi orang lain. Berdasarkan kacamata Nazir, manfaat penelitian merupakan jalan untuk melihat realitas, latar belakang, dan imbas dari sebuah kondisi tertentu. Penelitian dilakukan untuk menambah luas jarak pandang kita terhadap suatu hal. Mengamini Nazir, penelitian kali ini memiliki beberapa manfaat, diantaranya adalah:

1.5.1. Manfaat Akademis

- a. Dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya yang membahas perilaku *oversharing*, sehingga perkembangan ilmu pengetahuan terus berlanjut dan tidak berhenti pada penelitian kali ini saja.
- b. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai acuan pembelajaran dalam rangka memperluas pemahaman dalam perilaku *oversharing*.
- c. Para akademisi juga dapat menjadikan penelitian ini sebagai sumber informasi dalam mengerjakan tugas terkait perilaku *oversharing* di kemudian hari.

1.5.2. Manfaat Praktis

- A. Membagikan pemikiran lebih lanjut terkait perilaku *oversharing* kepada pihak-pihak yang berwenang dalam memperbaharui sistem untuk dapat membentengi masyarakat dari perilaku *oversharing* di media sosial dengan mempertimbangkan dampak yang dapat ditimbulkan baik kepada pelaku maupun orang lain yang menonton.
- B. Menambah pengetahuan baru bagi setiap individu dalam mengidentifikasi perilakunya yang masih dalam batas wajar dengan yang disebut *oversharing*, agar dapat menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.

- C. Bagi para orang tua, agar lebih memperhatikan pertumbuhan anaknya yang aktif menggunakan media sosial, karena mereka rentan menyerap dan meniru segala hal yang terjadi di media sosial sebab belum dapat secara sempurna membedakan mana yang tepat dan tidak untuk dirinya sendiri dan orang lain.
- D. Memberi edukasi terkait perilaku *oversharing* bagi lingkungan terdekat, agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan.

