



Fenomena Oversharing di Media Sosial: Studi pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syahada Padangsidimpuan

¹Wahyuni Fadhilah, ²Fadhil Saputra Utama, ³Aulia Ihsan, ⁴Gita Roma Ito, ⁵Mayani Ritonga

¹Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Indonesia

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Indonesia

Corresponding Author: fadhilahwahyuni5@gmail.com, fadhilsaputra972@gmail.com, siregarihsan18@gmail.com, gitaromaitosagalasagala@gmail.com, mayaniritonga14@gmail.com

Article Info

Keyword:

Penggunaan media sosial, oversharing, mahasiswa Kpi

Abstract

This study investigates the influence of social media usage on the tendency of oversharing among students majoring in Communication and Islamic Broadcasting (KPI). In the current digital era, social media has become an inseparable part of the daily lives of university students, yet its intensive use raises concerns regarding privacy boundaries and self-disclosure behaviours. This research employs a quantitative approach using a survey method to gather data from KPI students. The variables measured include the intensity, duration, and platforms of social media usage (as the independent variable) and the level of oversharing tendency, defined as the inappropriate or excessive revelation of personal information (as the dependent variable). The results revealed that the majority of students (70-80% on average) demonstrate low to moderate self-disclosure levels on social media. Specific findings show that 92.9% of respondents do not share sensitive experiences, 78.6% do not post emotional conditions, and 78.6% are not motivated by the need for attention or social recognition. Interestingly, 85.7% of respondents have experienced regret after posting personal information, indicating learning from negative experiences. This research contributes to understanding the dynamics of self-disclosure in the digital space and serves as a critical reflection for students regarding responsible and ethical social media utilization.

Penelitian ini meneliti pengaruh penggunaan media sosial terhadap kecenderungan oversharing di kalangan mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI). Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari mahasiswa, namun penggunaannya yang intensif menimbulkan kekhawatiran mengenai batasan privasi dan perilaku pengungkapan diri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data dari mahasiswa KPI. Variabel yang diukur meliputi intensitas, durasi, dan platform penggunaan media sosial (sebagai variabel independen) dan tingkat kecenderungan berbagi berlebihan, yang didefinisikan sebagai pengungkapan informasi pribadi yang tidak pantas atau berlebihan (sebagai variabel dependen). Hasil penelitian mengungkapkan bahwa mayoritas siswa (rata-rata 70-80%) menunjukkan tingkat pengungkapan diri yang rendah hingga sedang di media sosial. Temuan spesifik menunjukkan bahwa 92,9% responden tidak berbagi pengalaman sensitif, 78,6% tidak memposting kondisi emosional, dan 78,6% tidak termotivasi oleh kebutuhan akan perhatian atau pengakuan sosial. Menariknya, 85,7% responden mengalami penyesalan setelah memposting informasi pribadi, yang menunjukkan belajar dari pengalaman negatif. Penelitian ini berkontribusi dalam memahami dinamika pengungkapan diri di ruang digital dan berfungsi sebagai refleksi kritis bagi mahasiswa mengenai pemanfaatan media sosial yang bertanggung jawab dan etis.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah mengubah cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi. Media sosial, sebagai salah satu produk dari revolusi digital, telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat modern, khususnya generasi muda. Platform media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, *Facebook*, *Twitter (X)*, dan *WhatsApp* tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang untuk mengekspresikan diri, membangun identitas, hingga membentuk relasi sosial. Kemudahan akses dan fitur-fitur interaktif yang ditawarkan membuat media sosial semakin menarik dan sulit dipisahkan dari aktivitas sehari-hari mahasiswa.

Di Indonesia, penetrasi pengguna media sosial terus mengalami peningkatan signifikan. Data dari *We Are Social* dan *Hootsuite* (2024) menunjukkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia mencapai 139 juta orang atau sekitar 70% dari total populasi

(*We Are Social & Hootsuite* (2024)). Dari jumlah tersebut, kelompok usia 18-24 tahun, yang mayoritas adalah mahasiswa, menjadi pengguna paling aktif dengan rata-rata waktu penggunaan mencapai 3-4 jam per hari. Tingginya intensitas penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa ini menimbulkan berbagai fenomena komunikasi baru, salah satunya adalah perilaku oversharing.

Oversharing atau berbagi informasi secara berlebihan merupakan fenomena di mana seseorang membagikan informasi pribadi yang terlalu detail, intim, atau sensitif di media sosial tanpa mempertimbangkan dampak privasi dan konsekuensi jangka panjangnya. Perilaku ini mencakup berbagai bentuk, mulai dari membagikan lokasi secara real-time, mengunggah foto-foto pribadi yang sangat detail, menceritakan masalah keluarga atau hubungan personal, hingga mengungkapkan kondisi emosional secara terbuka. Meskipun tampak sepele, *oversharing* dapat menimbulkan berbagai risiko seperti pencurian identitas, *cyberbullying*, *stalking* digital, hingga dampak negatif pada reputasi dan kesehatan mental (Christofides, E., Muise, A., & Desmarais, S. 2012)

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) menjadi subjek yang menarik untuk dikaji dalam konteks fenomena *oversharing* ini. Sebagai mahasiswa yang mempelajari ilmu komunikasi dan dakwah, mereka diharapkan memiliki pemahaman yang baik tentang etika komunikasi, termasuk dalam ranah digital. Namun, di sisi lain, sebagai digital natives yang tumbuh bersama perkembangan teknologi, mahasiswa KPI juga rentan terhadap perilaku *oversharing*, terutama ketika media sosial dijadikan sebagai medium dakwah, ekspresi diri, atau bahkan sebagai ruang untuk mendapatkan validasi sosial.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara penggunaan media sosial dan perilaku oversharing. Penelitian Bazarova dan Choi (2014) menemukan bahwa intensitas penggunaan media sosial memiliki korelasi positif dengan tingkat *self-disclosure* pengguna. Semakin sering seseorang mengakses dan berinteraksi di media

sosial, semakin besar kecenderungan untuk membagikan informasi pribadi. Studi lain oleh Krasnova et al. (2010) menunjukkan bahwa kebutuhan akan pengakuan sosial (*need for approval*) dan FOMO (*Fear of Missing Out*) menjadi faktor pendorong utama perilaku oversharing.

Di sisi lain, penelitian Chen (2013) mengungkapkan bahwa tidak semua pengguna media sosial memiliki kecenderungan *oversharing* yang sama. Faktor-faktor seperti literasi digital, kesadaran privasi, dan pengalaman negatif di masa lalu dapat membentuk perilaku yang lebih selektif dalam membagikan informasi. Temuan ini menunjukkan bahwa hubungan antara penggunaan media sosial dan *oversharing* bersifat kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai variabel moderator.

Dalam konteks mahasiswa muslim, khususnya mahasiswa KPI, terdapat dimensi tambahan yang perlu dipertimbangkan, yaitu aspek etika komunikasi Islami. Islam mengajarkan prinsip kehati-hatian dalam berbicara dan menjaga aib (privasi), sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Hujurat ayat 12 yang menekankan pentingnya menjaga kehormatan dan tidak mencari-cari kesalahan orang lain. Prinsip ini juga berlaku dalam komunikasi digital, di mana umat Islam dianjurkan untuk berhati-hati dalam membagikan informasi, memastikan bahwa apa yang dibagikan membawa kebaikan (masalah) dan tidak menimbulkan mudarat.

Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa tidak sedikit mahasiswa, termasuk mahasiswa KPI, yang terjebak dalam perilaku *oversharing*. Observasi awal yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa beberapa mahasiswa KPI cukup aktif membagikan aktivitas pribadi, kondisi emosional, bahkan permasalahan personal di media sosial. Fenomena ini menarik untuk dikaji lebih dalam, mengingat adanya potensi kontradiksi antara pemahaman teoritis tentang etika komunikasi yang mereka pelajari dengan praktik komunikasi digital yang mereka lakukan sehari-hari.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk beberapa alasan. Pertama, untuk mengetahui sejauh mana intensitas penggunaan media sosial berpengaruh terhadap kecenderungan *oversharing* pada mahasiswa KPI. Kedua, untuk memberikan gambaran empiris tentang perilaku komunikasi digital mahasiswa KPI sebagai calon komunikator dan da'i. Ketiga, untuk memberikan masukan bagi pengembangan kurikulum dan program literasi digital yang lebih efektif di lingkungan akademik. Keempat, untuk menambah khazanah penelitian tentang perilaku komunikasi digital, khususnya dalam perspektif komunikasi Islam.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian komunikasi digital dan *self-disclosure*, sekaligus memberikan manfaat praktis bagi mahasiswa, akademisi, dan pemangku kebijakan dalam upaya mendorong penggunaan media sosial yang lebih bijak, etis, dan bertanggung jawab. Dengan demikian, pertanyaan penelitian yang diajukan adalah: "Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial terhadap kecenderungan *oversharing* mahasiswa/i KPI?"

KERANGKA TEORI

1. Penggunaan Media Sosial

Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna membuat, membagikan, serta berinteraksi dengan konten secara cepat dan luas. Dalam konteks mahasiswa KPI, media sosial menjadi ruang dakwah, komunikasi, sekaligus wadah ekspresi diri. Intensitas penggunaan media sosial mencakup frekuensi, durasi, jenis aktivitas, dan tujuan penggunaan. Semakin sering seseorang menggunakan media sosial, semakin tinggi kemungkinan terpapar budaya keterbukaan informasi, gaya interaksi publik serta dinamika komunikasi digital yang memengaruhi perilaku komunikasi pribadi.

Penggunaan media sosial dapat dianalisis melalui beberapa elemen utama. Frekuensi penggunaan menunjukkan seberapa sering seseorang mengakses media sosial dalam periode tertentu, misalnya harian atau mingguan, yang mencerminkan tingkat ketergantungan dan kebiasaan pengguna. Durasi penggunaan berkaitan dengan lamanya waktu yang dihabiskan saat mengakses media sosial, baik dalam sekali akses maupun secara akumulatif dalam satu hari. Selain itu, aktivitas pengguna mencakup berbagai bentuk interaksi seperti membuat unggahan (posting), memberikan komentar, menyukai, hingga membagikan (share) konten, yang menunjukkan tingkat partisipasi dan keterlibatan pengguna. Elemen lainnya adalah platform yang digunakan, seperti Instagram, Facebook, X, TikTok, atau WhatsApp, yang masing-masing memiliki karakteristik, fitur, dan fungsi berbeda sehingga memengaruhi pola penggunaan serta jenis interaksi yang dilakukan oleh pengguna.

Penggunaan yang tinggi dapat mempengaruhi cara individu memandang privasi, norma komunikasi, dan batasan personal. Menurut teori Uses and Gratifications, individu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu seperti hiburan, identitas, interaksi sosial, dan pelarian (Katz, E., Blumler, 1973)

2. Oversharing

Oversharing adalah tindakan membagikan informasi pribadi secara berlebihan di media sosial, termasuk perasaan, rahasia, konflik, atau detail kehidupan pribadi. Oversharing sering terjadi karena dorongan validasi sosial, kebutuhan diterima, atau kurangnya kesadaran batasan privasi.

Oversharing di media sosial dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Salah satu penyebab utamanya adalah kebutuhan akan pengakuan sosial (*need for approval*), di mana individu terdorong untuk membagikan informasi pribadi demi memperoleh perhatian, validasi, atau respons positif dari orang lain. Selain itu, kurangnya literasi digital membuat pengguna tidak sepenuhnya memahami batasan

privasi, risiko penyebaran data pribadi, serta dampak jangka panjang dari konten yang dibagikan. Faktor lain yang berperan adalah FOMO (*Fear of Missing Out*), yaitu rasa takut tertinggal dari tren atau percakapan populer, sehingga seseorang merasa perlu terus membagikan aktivitas atau pemikirannya agar tetap dianggap relevan. Oversharing juga dipengaruhi oleh kontrol impuls yang rendah, di mana individu cenderung bertindak spontan tanpa mempertimbangkan konsekuensi dari informasi yang diunggah. Di samping itu, tekanan lingkungan digital, seperti budaya pamer, tuntutan untuk selalu aktif, serta pengaruh dari teman sebaya dan algoritma media sosial, turut mendorong pengguna untuk membagikan lebih banyak informasi daripada yang seharusnya. Mahasiswa KPI, sebagai pengguna aktif media sosial, rentan melakukan oversharing terutama ketika menjadikan media sosial sebagai ruang curhat atau pencitraan. Menurut teori Impression Management Goffman, individu cenderung mengontrol informasi diri untuk mengatur kesan yang ingin ditampilkan kepada publik (Goffman, Erving, 2000).

3. Hubungan Penggunaan Media Sosial dan Oversharing

Penggunaan media sosial yang intensif berpotensi meningkatkan kecenderungan perilaku *oversharing*, karena tingginya frekuensi interaksi digital mendorong individu untuk membagikan aspek kehidupan personal secara lebih terbuka (Kircaburun et al., 2020; Boursier et al., 2020). Aktivitas seperti *scrolling*, unggahan konten, dan *engagement* secara tidak langsung menormalkan budaya keterbukaan, sehingga batas antara ruang privat dan ruang publik menjadi semakin kabur (Masur & Scharkow, 2020). Hubungan antara penggunaan media sosial dan perilaku *oversharing* dapat dijelaskan melalui **Teori Stimulus–Organism–Response (SOR)**, di mana media sosial berperan sebagai stimulus yang memengaruhi kondisi psikologis individu, seperti kebutuhan akan validasi sosial dan afiliasi, yang kemudian memunculkan respons perilaku berupa keterbukaan diri berlebihan (Mehrabian & Russell, dalam Li et al., 2021; Chen & Lin,

2019). Selain itu, **Teori Self-Disclosure** menjelaskan bahwa keterbukaan diri dipengaruhi oleh persepsi keamanan dan kenyamanan dalam lingkungan komunikasi, meskipun ruang tersebut bersifat publik seperti media sosial (Krasnova et al., 2020; Trepte, 2021). Dalam konteks mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), perilaku *oversharing* menjadi fenomena yang penting diperhatikan karena berimplikasi pada pembentukan citra diri, reputasi digital, serta etika komunikasi Islami. Penelitian menunjukkan bahwa rendahnya kesadaran privasi digital dapat meningkatkan risiko penyalahgunaan data dan konflik etika dalam komunikasi daring (Taddicken & Bleier, 2020; Utami & Rahmawati, 2022). Oleh karena itu, penguatan literasi digital dan nilai-nilai etika Islam diperlukan agar mahasiswa mampu menggunakan media sosial secara bijak, bertanggung jawab, dan sesuai dengan prinsip menjaga kehormatan serta privasi diri.

METODE PENELITIAN

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui beberapa tahapan sistematis. Pertama, peneliti menyusun angket berdasarkan landasan teori dan indikator pada masing-masing variabel, yaitu penggunaan media sosial dan kecenderungan oversharing. Setelah instrumen selesai dirumuskan, angket disebarakan kepada mahasiswa/i KPI melalui tautan *Google Form* sehingga dapat diakses dengan mudah oleh responden. Pengisian angket dilakukan secara sukarela tanpa paksaan, sehingga data yang diperoleh mencerminkan kondisi sebenarnya dari para partisipan. Selanjutnya, peneliti melakukan pemeriksaan kelengkapan dan kelayakan data untuk memastikan tidak ada jawaban yang kurang lengkap atau tidak valid sebelum masuk pada tahap analisis. Pemilihan angket sebagai instrumen dianggap tepat karena mampu mengukur persepsi, kebiasaan, serta kecenderungan perilaku mahasiswa secara terstandar dan efisien.

Analisis data dilakukan secara kuantitatif dengan beberapa langkah yang berurutan. Pertama, peneliti menghitung tingkat penggunaan media sosial mahasiswa berdasarkan frekuensi, durasi, serta aktivitas yang dilakukan pada berbagai platform digital. Kedua, peneliti mengukur tingkat kecenderungan oversharing dengan melihat pola perilaku responden dalam membagikan informasi pribadi di media sosial. Hasil dari kedua variabel tersebut kemudian diinterpretasikan untuk mengetahui apakah penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan oversharing mahasiswa/i KPI. Analisis ini memberikan gambaran empiris mengenai hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan perilaku keterbukaan informasi secara berlebihan pada mahasiswa.

Penelitian ini dilaksanakan di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Adapun waktu pelaksanaan penelitian berada pada semester ganjil tahun akademik 2024/2025, dimulai dari tahap penyusunan instrumen penelitian, penyebaran angket, pengumpulan data, hingga proses analisis dan penyajian hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Responden

Penelitian ini melibatkan 18 responden dari berbagai program studi di lingkungan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Distribusi responden berdasarkan Program studi adalah sebagai berikut: Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) sebanyak 10 Responden (55,6%), Ekonomi Syariah sebanyak 3 responden (16,7%), Bimbingan Konseling Islam sebanyak 2 responden (11,1%), dan program studi lainnya (PGMI, Manajemen Dakwah, PMM, DKV, MIK) sebanyak 3 responden (16,6%)

Pengumpulan data dilakukan pada tanggal 3-4 Desember 2024 melalui kuesioner *Online* menggunakan *Google Form*. Dari 18 responden yang berpartisipasi, hanya 14 Responden yang memberikan jawaban lengkap dengan skala Likert yang dapat dianalisis secara statistik. Empat responden lainnya tidak melengkapi seluruh item pertanyaan Sehingga data mereka tidak diikutsertakan dalam analisis untuk menjaga validitas hasil penelitian. Mayoritas responden yang memberikan jawaban lengkap berasal dari program Studi KPI, yang memang menjadi fokus utama penelitian ini. Hal ini sesuai dengan tujuan Penelitian untuk mengkaji perilaku komunikasi digital mahasiswa yang secara akademik Mempelajari ilmu komunikasi dan dakwah. Responden dari program studi lain yang juga berpartisipasi memberikan perspektif tambahan yang memperkaya data penelitian.

2. Analisis Kecenderungan Oversharing

Berdasarkan analisis terhadap 14 responden yang memberikan jawaban lengkap, diperoleh gambaran komprehensif tentang kecenderungan oversharing mahasiswa di media Sosial. Data menunjukkan pola yang konsisten di mana mayoritas mahasiswa menunjukkan perilaku yang hati-hati dalam membagikan informasi pribadi.

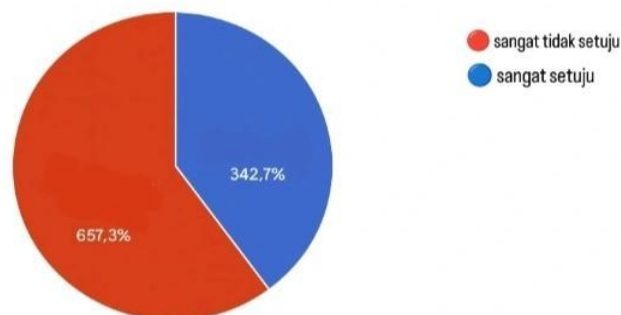
Tabel 1. Rangkuman Hasil Analisis Perilaku Oversharing Mahasiswa (N=14)

No	Indikator Perilaku	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Tidak	Interpretasi
1	Mengunggah cerita/aktivitas pribadi secara detail	42,9% (6)	57,1% (8)		Mayoritas mahasiswa berhati-hati dalam membagikan detail pribadi
2	Membagikan foto/video kehidupan pribadi	35,7% (5)	64,3% (9)		Kesadaran tinggi akan privasi visual
3	Memposting tanpa berpikir panjang	35,7% (5)	64,3% (9)		Perilaku digital yang reflektif
4	Mengungkapkan perasaan/masalah pribadi	35,7% (5)	64,3% (9)		Batasan jelas dalam berbagi emosi
5	Mengunggah status/story kondisi emosional	21,4% (3)	78,6% (11)		Preferensi menjaga privasi emosional ³

6	Berbagi pengalaman pribadi sensitif	7,1% (1)	92,9% (13)	Kesadaran privasi sangat tinggi
7	Merasa lega setelah memposting hal pribadi	35,7% (5)	64,3%	Media sosial bukan sarana katarsis utama
8	Membagikan agar orang lain tahu kondisi	21,4% (3)	78,6% (11)	Motivasi pengakuan sosial rendah
9	Mendapat perhatian dari konten pribadi	21,4% (3)	78,6% (11)	Tidak didorong kebutuhan perhatian
10	Pernah menyesal setelah mengunggah	85,7% (12)	14,3% (2)	Pengalaman negatif membentuk perilaku

Rata-rata Kecenderungan Oversharing: Item 1-9 menunjukkan 70-80% responden tidak melakukan oversharing, namun 85,7% pernah mengalami penyesalan dari pengalaman masa lalu.

Persentase dari observasi penelitian pengaruh penggunaan media sosial terhadap kecenderungan oversharing mahasiswa/i kpi



Rata-rata Kecenderungan Oversharing: Item 1-9 menunjukkan 70-80% responden tidak melakukan oversharing, namun 85,7% pernah mengalami penyesalan dari pengalaman masa lalu.

3. Tingkat Self-Disclosure Mahasiswa di Media Sosial

Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas mahasiswa menunjukkan tingkat *self disclosure* yang rendah hingga sedang di media sosial. Hal ini terlihat dari persentase tinggi responden yang memilih “Sangat Tidak Setuju” pada sebagian besar item pertanyaan (rata rata 70-80%). Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa sebagai digital natives memiliki kesadaran yang cukup baik tentang pentingnya privasi digital dan risiko oversharing di media sosial.

Self-disclosure di media sosial didefinisikan sebagai proses mengungkapkan informasi pribadi secara sukarela kepada orang lain melalui platform digital, yang dapat mencakup pemikiran, perasaan, pengalaman, dan aspek kehidupan pribadi lainnya. Dalam konteks penelitian ini, self-disclosure diukur melalui sepuluh indikator yang mencakup berbagai dimensi keterbukaan diri, mulai dari berbagi aktivitas harian hingga mengungkapkan masalah pribadi yang sensitif.

Temuan bahwa mayoritas mahasiswa memiliki tingkat oversharing yang rendah sejalan dengan penelitian Joinson et al. (2010) yang menemukan bahwa kesadaran privasi dan pengalaman negatif dapat membentuk perilaku self-disclosure yang lebih selektif. Namun, temuan ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa generasi muda cenderung lebih terbuka dalam membagikan informasi pribadi di media sosial.

4. Pola Perilaku Self-Disclosure

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku *self-disclosure* mahasiswa membentuk pola yang dipengaruhi oleh kesadaran privasi, pengalaman masa lalu, motivasi penggunaan media sosial, kemampuan reflektif, serta pengelolaan emosi. Pola-pola ini tidak hanya menggambarkan kondisi empiris responden, tetapi juga dapat dipahami secara lebih mendalam dengan mengaitkannya pada temuan penelitian

terdahulu dan kerangka teoretis yang relevan. Kehati-hatian dalam Berbagi Konten Sensitif

a. Kehati-hatian dalam Berbagi Konten Sensitif

Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas responden tidak membagikan pengalaman pribadi yang bersifat sensitif, sebagaimana terlihat pada item 6 (92,9%), item 5 (78,6%), serta item 8 dan 9 (masing-masing 78,6%). Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai batasan antara informasi privat dan publik dalam penggunaan media sosial. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa individu cenderung lebih selektif dalam mengungkapkan informasi sensitif karena meningkatnya kesadaran terhadap risiko privasi dan keamanan data di ruang digital (Masur, 2020; Trepte, 2021). Dalam perspektif *privacy calculus*, individu akan mempertimbangkan manfaat sosial dari pengungkapan diri dengan potensi risiko yang mungkin muncul, seperti penyalahgunaan data dan kerusakan reputasi digital (Dienlin & Metzger, 2020; Baruh, Secinti, & Cemalcilar, 2021). Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat temuan terdahulu bahwa literasi privasi digital berperan penting dalam membentuk perilaku *self-disclosure* yang lebih berhati-hati.

b. Disparitas antara Perilaku dan Konsekuensi

Meskipun responden saat ini menunjukkan kehati-hatian dalam berbagi informasi, item 10 menunjukkan bahwa 85,7% responden pernah merasa menyesal setelah mengunggah informasi pribadi di media sosial. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan antara pengalaman masa lalu dan perilaku saat ini. Fenomena ini dikenal sebagai *post-sharing regret*, yaitu kondisi ketika individu menyadari bahwa informasi yang dibagikan menimbulkan konsekuensi negatif terhadap privasi, relasi sosial, atau reputasi digital (Zhang & Fu, 2020; Lee, 2022). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengalaman negatif akibat *oversharing* berfungsi sebagai mekanisme

pembelajaran yang membentuk perilaku digital yang lebih selektif di masa mendatang (Koohikamali & Sidorova, 2021). Oleh karena itu, temuan ini sejalan dengan teori pembelajaran sosial yang menekankan bahwa pengalaman negatif dapat menjadi *reinforcement* untuk perubahan perilaku ke arah yang lebih adaptif (Bandura dalam konteks digital, lihat Chen & Shi, 2021).

c. Motivasi dalam Melakukan Posting

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak termotivasi oleh kebutuhan akan perhatian (78,6%) maupun pengakuan sosial (78,6%). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak dipandang sebagai sarana utama untuk memperoleh validasi sosial. Temuan ini berbeda dengan sejumlah penelitian sebelumnya yang menegaskan bahwa pencarian perhatian dan validasi sosial merupakan motivasi utama *self-disclosure*, terutama di kalangan generasi muda (Boursier et al., 2020; Sheldon & Bryant, 2021). Perbedaan ini mengindikasikan adanya pergeseran budaya digital, di mana pengguna semakin menyadari dampak negatif dari ketergantungan pada validasi sosial daring, seperti kecemasan sosial dan penurunan kesejahteraan psikologis (Verduyn et al., 2021). Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi empiris yang menunjukkan bahwa mahasiswa mulai memandang media sosial sebagai alat komunikasi yang lebih fungsional dan terkontrol.

d. Perilaku Reflektif dalam Posting

Sebanyak 64,3% responden menyatakan tidak memposting hal-hal pribadi tanpa melalui pertimbangan terlebih dahulu. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kontrol diri dan kesadaran reflektif yang cukup baik dalam penggunaan media sosial. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa kesadaran terhadap keamanan informasi dan kontrol atas data pribadi berpengaruh signifikan terhadap perilaku berbagi di media sosial (Kokolakis, 2020; Park, Kim, & Lee, 2021). Konsep *mindful posting* menekankan pentingnya kesadaran penuh sebelum mengunggah

konten dengan mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap diri sendiri dan orang lain (Throuvala et al., 2021). Dengan demikian, temuan penelitian ini memperkuat pandangan bahwa literasi digital dan kesadaran etis merupakan faktor kunci dalam membentuk perilaku *self-disclosure* yang bertanggung jawab.

e. Pengelolaan Emosi di Media Sosial

Item yang berkaitan dengan ekspresi emosi menunjukkan bahwa mayoritas responden (64,3%–78,6%) tidak menggunakan media sosial sebagai sarana utama untuk meluapkan perasaan. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki mekanisme pengelolaan emosi yang relatif adaptif. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengungkapan emosi negatif di media sosial tidak selalu menghasilkan dukungan sosial yang diharapkan, bahkan dapat memperburuk kondisi emosional dan meningkatkan stres psikologis (Burke & Kraut, 2021; Frison & Eggermont, 2020). Oleh karena itu, temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya batasan emosional dalam penggunaan media sosial. Dalam konteks mahasiswa KPI, perilaku ini juga dapat dipahami melalui nilai-nilai religius yang mendorong pengendalian diri, kesabaran, dan kehati-hatian dalam berkomunikasi, baik di dunia nyata maupun ruang digital (Hidayat & Fauzi, 2022).

5. Konteks Mahasiswa KPI dan Etika Komunikasi Islam

Dalam konteks mahasiswa KPI, temuan penelitian ini memiliki relevansi khusus dengan nilai-nilai komunikasi Islam. Islam mengajarkan prinsip-prinsip komunikasi yang santun, jujur, dan bertanggung jawab, termasuk dalam ranah digital. Konsep *hifdz al-lisan* (menjaga lisan), *hifdz al-'aurat* (menjaga aurat/privasi), dan menghindari *ghibah* (membicarakan keburukan orang lain) adalah nilai-nilai yang juga relevan dalam komunikasi digital.

Mahasiswa KPI yang menunjukkan perilaku hati-hati dalam oversharing dapat dipandang sebagai implementasi dari nilai-nilai tersebut. Mereka memahami bahwa

media sosial adalah ruang publik yang membutuhkan adab dan etika khusus. Namun, masih ada ruang untuk perbaikan, terutama mengingat tingginya angka penyesalan yang menunjukkan bahwa pembelajaran tentang etika digital masih perlu diperkuat sejak dini. Dalam perspektif dakwah, mahasiswa KPI juga perlu memahami bahwa media sosial adalah medium yang powerful untuk menyebarkan kebaikan. Namun, efektivitas dakwah digital juga bergantung pada kredibilitas dan konsistensi antara apa yang disampaikan dengan apa yang dipraktikkan. Oleh karena itu, menjaga privasi dan menghindari oversharing adalah bagian dari menjaga kredibilitas sebagai da'i digital.

6. Kontribusi dan Keterbatasan Penelitian

Temuan penelitian ini memberikan beberapa implikasi teoretis yang penting. Pertama, hasil penelitian menunjukkan bahwa teori Uses and Gratifications perlu diperluas dalam konteks media sosial kontemporer. Mahasiswa tidak hanya menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti hiburan dan interaksi sosial, tetapi juga telah mengembangkan strategi penggunaan yang lebih matang dengan mempertimbangkan aspek privasi dan reputasi digital.

Kedua, temuan tentang tingginya angka penyesalan (85,7%) namun rendahnya perilaku oversharing saat ini (70-80% tidak melakukan oversharing) mendukung teori pembelajaran sosial. Pengalaman negatif di masa lalu menjadi pembelajaran yang efektif dalam membentuk perilaku digital yang lebih bijak. Hal ini menunjukkan bahwa edukasi literasi digital tidak selalu harus formal, tetapi juga dapat terjadi melalui pengalaman personal.

Ketiga, penelitian ini juga memperkuat teori Privacy Calculus yang menyatakan bahwa individu melakukan kalkulasi untung-rugi sebelum membagikan informasi pribadi. Mahasiswa yang memiliki kesadaran tinggi akan risiko oversharing cenderung lebih selektif dalam self-disclosure mereka.

Dari sisi praktis, temuan penelitian ini memiliki beberapa implikasi penting. Pertama, institusi pendidikan, khususnya program studi yang berkaitan dengan komunikasi, perlu mengintegrasikan pendidikan literasi digital yang tidak hanya bersifat teknis tetapi juga etis. Kurikulum dapat dirancang untuk mencakup diskusi tentang etika komunikasi digital, manajemen privasi, dan konsekuensi oversharing.

Kedua, pengalaman penyesalan yang dialami oleh 85,7% responden dapat dijadikan bahan pembelajaran bagi mahasiswa lain. Program peer education atau sharing session tentang pengalaman negatif di media sosial dapat menjadi metode yang efektif untuk meningkatkan kesadaran. Mahasiswa cenderung lebih mudah belajar dari pengalaman teman sebaya dibandingkan dengan instruksi formal.

Ketiga, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar pengembangan program intervensi literasi digital yang lebih targeted. Program dapat difokuskan pada kelompok mahasiswa yang masih menunjukkan kecenderungan oversharing (30-40% yang menjawab sangat setuju pada item 1-9) untuk membantu mereka mengembangkan perilaku digital yang lebih bijak.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui. Pertama, jumlah sampel yang relatif kecil (14 responden dengan data lengkap) membuat generalisasi hasil perlu dilakukan dengan hati-hati. Penelitian selanjutnya perlu melibatkan sampel yang lebih besar dan representatif.

Kedua, penelitian ini menggunakan self-report melalui kuesioner yang memungkinkan adanya bias dalam jawaban responden. Beberapa responden mungkin memberikan jawaban yang secara sosial lebih diterima (social desirability bias) dibandingkan mencerminkan perilaku aktual mereka. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode observasi digital atau analisis konten akun media sosial untuk mendapatkan data yang lebih objektif.

Ketiga, penelitian ini bersifat cross-sectional yang hanya mengambil data pada satu titik waktu. Untuk memahami dinamika perubahan perilaku oversharing dari waktu ke waktu, diperlukan penelitian longitudinal. Penelitian longitudinal dapat menangkap bagaimana pengalaman dan pembelajaran mempengaruhi perubahan perilaku dalam jangka panjang.

Keempat, penelitian ini tidak mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi perilaku oversharing seperti kepribadian, dukungan sosial, atau karakteristik demografi yang lebih spesifik. Penelitian selanjutnya dapat memasukkan variabel-variabel moderator atau mediator untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian terhadap 14 mahasiswa, dapat disimpulkan bahwa tingkat oversharing mahasiswa tergolong rendah dan kesadaran privasi relatif tinggi. Mayoritas responden menunjukkan sikap hati-hati dalam membagikan informasi pribadi, terutama yang bersifat sensitif dan emosional, menandakan literasi digital yang cukup baik. Meskipun demikian, sebagian besar mahasiswa pernah mengalami penyesalan setelah membagikan informasi pribadi. Pengalaman ini menjadi faktor penting yang membentuk perilaku digital mereka saat ini, sehingga penggunaan media sosial menjadi lebih reflektif, selektif, dan fungsional, bukan untuk mencari validasi sosial.

Mahasiswa KPI, sebagai calon komunikator dan da'i, telah menunjukkan pemahaman awal yang baik terhadap etika komunikasi digital. Namun, tingginya pengalaman penyesalan mengindikasikan perlunya penguatan literasi digital dan etika komunikasi Islam secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini

merekomendasikan integrasi pendidikan literasi digital yang lebih sistematis, pengembangan program edukasi sebaya, serta penyusunan pedoman etika bermedia sosial. Penelitian lanjutan dengan cakupan responden yang lebih luas juga diperlukan untuk memperkuat temuan ini.

Temuan ini mengonfirmasi bahwa meskipun mahasiswa adalah pengguna aktif media sosial, mereka memiliki kesadaran yang baik tentang batasan privasi dan dampak oversharing. Pengalaman negatif di masa lalu terbukti menjadi pembelajaran efektif yang membentuk perilaku digital yang lebih bijak. Namun, pendidikan literasi digital yang berkelanjutan tetap diperlukan untuk mengoptimalkan manfaat dan meminimalkan risiko penggunaan media sosial, terutama bagi mahasiswa KPI sebagai calon komunikator dan penyiar yang harus memahami etika berbagi informasi secara profesional dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

REFERENCES

- Appel, M., Marker, C., & Gnambs, T. (2022). Are social media ruining our lives? A review of meta-analytic evidence. *Review of General Psychology*, 26(3).
- Azra, A. (2020). *Pendidikan Islam: Tradisi dan modernisasi di tengah tantangan milenium III*. Jakarta: Kencana.
- Baruh, L., Secinti, E., & Cemalcilar, Z. (2021). Online privacy concerns and privacy management: A meta-analytical review. *Journal of Communication*, 71(1).
- Boursier, V., Gioia, F., & Griffiths, M. D. (2020). Self-disclosure on social media: The role of narcissism, social anxiety, and intensity of use. *Current Psychology*, 39(3).
- Boyd, D. (2020). *Social media: A critical introduction* (2nd ed.). London: Sage Publications.
- Chen, H., & Kim, Y. (2021). Privacy concerns and self-disclosure in social networking sites: A meta-analysis. *Telematics and Informatics*, 58, 101521.
- Dhir, A., Yossatorn, Y., Kaur, P., & Chen, S. (2021). Online social media fatigue and psychological wellbeing: A study of compulsive use, fear of missing out, fatigue,

- anxiety and depression. *International Journal of Information Management*, 56, 102255.
- Dienlin, T., & Metzger, M. J. (2020). An extended privacy calculus model for SNSs. *Communication Theory*, 30(3).
- Fuchs, C. (2021). *Social media: A critical introduction* (3rd ed.). London: Sage Publications.
- Frison, E., & Eggermont, S. (2020). Toward an integrated and differential approach to the relationships between loneliness, different types of Facebook use, and adolescents' depressed mood. *Communication Research*, 47(5).
- Hidayat, R., & Fauzi, A. (2022). Etika komunikasi digital dalam perspektif Islam. *Jurnal Komunikasi Islam*, 12(2).
- Huda, M. (2023). *Etika komunikasi dan media digital dalam Islam*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kircaburun, K., Alhabash, S., Tosuntas, Ş. B., & Griffiths, M. D. (2020). Uses and gratifications of problematic social media use. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18.
- Kokolakis, S. (2020). Privacy attitudes and privacy behaviour: A review of current research. *Information & Computer Security*, 28(2).
- Lee, S. Y. (2022). Self-disclosure regret on social media: Antecedents and consequences. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 25(4).
- Livingstone, S. (2021). Youth, privacy and the digital environment. *Media and Communication*, 9(2).
- Lutz, C., & Hoffmann, C. (2022). Digital privacy literacy: Conceptualization and measurement. *New Media & Society*, 24(6).
- Masur, P. K. (2020). Situational privacy and self-disclosure. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(3).
- Nasution, H. (2021). *Psikologi Islam dan pengelolaan emosi*. Medan: Perdana Publishing.
- Papacharissi, Z. (2020). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Park, H., Kim, Y., & Lee, D. (2021). Privacy fatigue and digital self-disclosure. *Computers in Human Behavior*, 123, 106878.
- Rosen, L. D., Lim, A. F., Smith, J., & Barak, A. (2021). The distracted student: Mindful social media use. *Psychology of Popular Media*, 10(3).

- Sheldon, P., & Bryant, K. (2021). Instagram: Motives for use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior Reports*, 3, 100049.
- Sun, Y., Liu, D., Chen, X., Wu, M., & Tian, Y. (2022). Mindfulness and self-control in social media use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 25(5).
- Taddicken, M., & Bleier, A. (2020). Privacy and disclosure on social network sites. *Social Media + Society*, 6(2).
- Trepte, S. (2021). The social media privacy model. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 65(1).
- Verduyn, P., Gugushvili, N., & Kross, E. (2021). Social media use and well-being. *Current Opinion in Psychology*.
- Verduyn, P., et al. (2022). Passive and active social media use. *Journal of Social Issues*, 78(2).
- Zhang, R., Fu, S., & Xu, J. (2020). Post-sharing regret on social networking sites. *Computers in Human Behavior*, 110, 106387.