

Keseimbangan Berbagi Informasi dan Memahami Batasan dalam Mencegah Terjadinya Oversharing

Nurkhofifah Awini¹, Ahmad Ridfah²

^{1,2} Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Makassar, Jl. A. P. Pettarani, Makassar, Indonesia
nurkhofifahawini@email.com

Abstract

Oversharing behavior, namely the tendency to share personal information excessively on social media, is becoming an increasingly widespread phenomenon and causing various psychological impacts, such as decreased self-confidence, violation of privacy, and emotional stress. The lack of individual awareness of the limits of sharing information indicates the need for educational interventions that can improve understanding and digital literacy. This study aims to convey psychoeducational messages about the dangers of oversharing through digital poster media. The poster was distributed online and has been viewed by 70 people, with 40 of them willing to fill out a questionnaire via Google Form to assess understanding of the contents of the poster. This activity was carried out for 14 days in March 2025. The response results showed 95% positive acceptance of the psychoeducational material and 80% increased awareness of respondents regarding the importance of managing personal information. These findings indicate that simple psychoeducational media can be a strategic alternative in fostering wiser information sharing behavior in the digital age.

Keywords: Information, Social Media, Oversharing

Abstrak

Perilaku *oversharing* yaitu kecenderungan membagikan informasi pribadi secara berlebihan di media sosial, menjadi fenomena yang semakin marak dan menimbulkan berbagai dampak psikologis, seperti penurunan kepercayaan diri, pelanggaran privasi, hingga stres emosional. Minimnya kesadaran individu terhadap batasan dalam berbagi informasi menunjukkan perlunya intervensi edukatif yang dapat meningkatkan pemahaman dan literasi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menyampaikan pesan psikoedukatif mengenai bahaya *oversharing* melalui media poster digital. Poster disebarluaskan secara daring dan telah dilihat oleh 70 orang, dengan 40 orang di antaranya bersedia mengisi kuesioner melalui Google Form untuk menilai pemahaman terhadap isi poster. Kegiatan ini dilakukan selama 14 hari pada Maret 2025. Hasil tanggapan menunjukkan 95% adanya penerimaan positif terhadap materi psikoedukasi serta 80% meningkatnya kesadaran responden mengenai pentingnya pengelolaan informasi pribadi. Temuan ini mengindikasikan bahwa media psikoedukatif sederhana dapat menjadi alternatif strategis dalam menumbuhkan perilaku berbagi informasi yang lebih bijak di era digital.

Kata kunci: Informasi, Media Sosial, *Oversharing*.

Copyright (c) 2025 Nurkhofifah Awini, Ahmad Ridfah

✉ Corresponding author: Nurkhofifah Awini

Email Address: nurkhofifahawini@gmail.com (Jl. A. P. Pettarani, Makassar, Indonesia)

Received 11 May 2025, Accepted 17 May 2025, Published 23 May 2025

PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk sosial yang terlibat dalam berbagai aktivitas, termasuk berinteraksi dengan masyarakat baik dalam kelompok maupun dalam komunitas. Interaksi ini memungkinkan individu agar dapat menemukan teman yang sesuai dan membangun hubungan yang baik antara satu sama lain. Hubungan ini dapat menciptakan kedekatan dan keakraban sehingga membangun kepercayaan baik dalam interaksi sehari-hari maupun dalam pertukaran informasi (Komalasari & Asbari, 2023). Di era modern ini, informasi dapat di akses dari berbagai sumber seperti orang-orang yang berbagi informasi, situs web, buku, jurnal, dan media sosial (Akhtar, 2020).

Komunikasi langsung merupakan salah satu cara yang paling efektif dalam memperoleh informasi dengan orang lain dan juga melalui platform media sosial. Saat ini media sosial telah menjadi

bagian integral dari kehidupan masyarakat (Bunga dkk, 2022). Meskipun demikian, penggunaan media sosial juga dapat berfungsi sebagai sarana untuk mengekspresikan perasaan atau pengalaman yang terkadang dilakukan dengan cara kurang tepat. Beberapa individu mungkin membagikan informasi tanpa mempertimbangkan relevansinya, terutama yang berkaitan dengan aspek-aspek pribadi mereka. Dampak dari tindakan ini dapat bervariasi tergantung pada jenis informasi yang disampaikan. Hal ini dapat dibedakan menjadi dua kategori yaitu dampak positif dan dampak negatif.

Individu cenderung membagikan informasi secara berlebihan tanpa memperhatikan konteks sosial disebut sebagai perilaku *Oversharing*. *Oversharing* adalah perilaku di mana seseorang membagikan informasi secara berlebihan kepada publik, keluarga, teman, atau bahkan orang asing (Vidianti dkk, 2023). Banyak individu percaya bahwa dengan berbagi informasi baik secara umum maupun pribadi, mereka dapat menjalin kedekatan dengan orang lain dan mendapatkan penerimaan sosial.

Berbagi informasi bukan hanya mampu memberikan dampak yang positif, tetapi juga dapat menimbulkan dampak negatif bagi individu dan orang-orang di sekitarnya. Beberapa orang mungkin tidak menyadari pentingnya menetapkan batasan yang sehat dalam berbagi informasi di media sosial atau kepada orang lain dan akan berisiko kurangnya privasi terhadap diri (Prastiyo dkk, 2024). Hal ini juga disebabkan oleh kurangnya pemahaman tentang dampak dari tindakan tersebut. Tindakan ini dapat mengakibatkan risiko seperti pencurian identitas, pelanggaran privasi dan dampak negatif terhadap kesehatan mental.

Nurhikma dkk. (2025) menjelaskan bahwa penting untuk memberikan pemahaman mengenai batasan dalam berbagi informasi kepada orang lain. Pemahaman ini sangat krusial karena dapat membantu individu mengembangkan strategi yang efektif untuk mengelola informasi pribadi dengan lebih bijak (Yosida, 2025). Dengan memiliki pemahaman yang jelas tentang batasan ini, individu dapat lebih selektif dalam memilih informasi yang akan dibagikan serta memahami konteks dan audiensi yang tepat untuk setiap jenis informasi.

METODE

Preferensi yang dilakukan dalam bentuk psikoedukasi dengan menyebarkan satu poster yang sama berisi tujuh bagian poster yang diposting pada dua jenis media sosial yaitu *Instagram* dan *WhatsApp*. Berikut ini poster yang telah disebarluaskan:



Gambar 1. Poster Psikoedukasi 1



Gambar 2. Poster Psikoedukasi 2



Gambar 3. Poster Psikoedukasi 3



Gambar 4. Poster Psikoedukasi 4



Gambar 5. Poster Psikoedukasi 5



Gambar 6. Poster Psikoedukasi 6



Gambar 7. Poster Psikoedukasi 7

Pelaksanaan psikoedukasi dilakukan melalui media sosial yang terdiri dari dua jenis, yaitu Instagram dan WhatsApp. Penyebaran poster ini dievaluasi berdasarkan jumlah orang yang menyukai postingan dan mengisi *google form* yang disediakan untuk mengetahui hal-hal yang telah diperoleh pembaca setelah membaca poster psikoedukasi tersebut. Target subjek dalam penyebaran poster psikoedukasi ini adalah pengguna media sosial Instagram dan *WhatsApp*. Dalam *google form* yang disebar, terdiri dari beberapa pertanyaan yaitu sebagai berikut:

1. Pada bagian biodata (melengkapi nama/inisial, usia, jenis kelamin dan suku).
2. Apa Apakah anda memahami isi poster?
3. Bagaimana tanggapan terkait tampilan dan isi dari poster?
4. Apa manfaat yang telah di dapatkan dari poster tersebut?
5. Pada pilihan jawaban terdiri dari ya dan tidak, serta pertanyaan yang meminta tanggapan subjek sesuai dengan pertanyaan yang telah diberikan.

HASIL DAN DISKUSI

Penyebaran poster psikoedukasi dilakukan pada tanggal 27 Februari 2025 dengan menggunakan *platform* instagram dan mendapatkan total 46 orang yang menyukai postingan pada instagran. Kemudian pada tanggal 2 Mei dilakukan penyebaran poster melalui media WhatsApp dengan memperoleh total yang melihat poster tersebut sebanyak 34 orang. Dari 70 orang yang diberikan dan melihat poster tersebut, hanya 40 orang yang bersedia mengisi *google form* yang telah diberikan. Partisipan *google form* tersebut terdiri dari:

1. Partisipan berdasarkan jenis kelamin terdiri dari 27 orang perempuan dan 13 orang laki-laki.

2. Partisipan berdasarkan umur terdiri dari 12=1 orang, 14 = 1 orang, 17 = 1 orang, 19 = 4 orang, 20 = 5 Orang. Sedangkan umur 21-28 terdiri dari 21 = 4 orang, 22 = 10 orang, 23 = 3 orang, 24 = 6 orang, 25 = 1 orang, 26 = 1 orang, 27 = 1 orang, dan umur 28 = 1 orang.
3. Partisipan berdasarkan suku terdiri dari 26 orang suku makasar, 5 orang suku bugis, 2 orang suku mandar, 5 orang suku buton, dan 2 orang suku jawa.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengisian *google form* bahwa partisipan sangat memahami isi dari poster yang diberikan. Terdapat 95 % orang memahami isi poster psikoedukasi yang terdiri dari 38 orang, sedangkan 5% orang mengatakan bahwa tidak memahami isi dari poster psikoedukasi yang diberikan atau sekitar 2 orang.



Gambar 8. Diagram Pemahaman Isi Poster

Sekitar 80% partisipan memberikan tanggapan positif dan mengerti terhadap isi dari poster psikoedukasi yang diberikan. Berdasarkan dari hasil analisis tematik yang dilakukan terhadap tanggapan responden mengenai tampilan dan isi poster, ditemukan beberapa temuan utama. Pertama, banyak responden menyatakan bahwa tampilan visual poster sangat menarik. Warna, desain, dan ilustrasi dinilai efektif dalam menarik perhatian dan memudahkan pemahaman pesan yang ingin disampaikan. Kedua, isi poster dianggap informatif dan mudah dipahami. Responden merasa bahwa pesan yang disampaikan relevan dengan fenomena yang sering terjadi, khususnya di kalangan generasi muda yang aktif di media sosial. Ketiga, sebagian responden menunjukkan refleksi diri, di mana mereka mengaku pernah melakukan *oversharing* dan merasa diingatkan oleh isi poster untuk lebih berhati-hati dalam berbagi informasi pribadi secara *daring*. Terakhir, poster dinilai inspiratif dan memberikan dampak positif, karena mampu menyadarkan *audiens* tentang pentingnya menjaga privasi serta mendorong perubahan sikap yang lebih bijak dalam bermedia sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan edukatif berbasis visual dapat menjadi strategi yang efektif dalam membangun kesadaran digital di kalangan remaja.

Setelah partisipan membaca poster tersebut, tidak sedikit dari mereka yang mendapatkan manfaat dari poster psikoedukasi yang diberikan. Dari hasil analisis tematik yang dilakukan terhadap pertanyaan "Apa manfaat yang telah didapatkan dari poster tersebut?" menunjukkan bahwa poster tersebut memberikan berbagai manfaat signifikan bagi responden. Pertama, banyak responden melaporkan peningkatan kesadaran mengenai isu yang diangkat, seperti pentingnya menjaga privasi di media sosial. Selain itu, poster tersebut juga berfungsi sebagai sumber edukasi yang memberikan informasi berguna

tentang dampak *oversharing* dan cara menghindarinya. Banyak responden merasa termotivasi untuk mengubah perilaku mereka setelah melihat poster, menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan dapat mendorong tindakan positif. Poster ini juga berhasil memicu diskusi di antara teman-teman dan keluarga, membuka ruang untuk berbagi perspektif baru mengenai topik tersebut. Terakhir, desain dan visual yang menarik dari poster dianggap efektif dalam menyampaikan pesan, sehingga memudahkan pemahaman bagi para pembaca. Secara keseluruhan, poster tersebut tidak hanya mendidik, tetapi juga berkontribusi pada interaksi sosial yang konstruktif dan peningkatan kesadaran di kalangan masyarakat.

Melalui informasi yang diberikan dapat memberikan pemahaman bahwa *oversharing* merupakan praktik membagikan informasi pribadi secara berlebihan. *Oversharing* dapat memiliki dampak negatif bagi individu yang melakukannya maupun bagi orang-orang di sekitarnya. *Oversharing* juga dapat mempengaruhi reputasi seseorang terutama di era digital. Informasi dapat dengan mudah disebarluaskan dan diakses oleh banyak orang. Sehingga sangat penting untuk mempertimbangkan batasan dalam berbagi informasi pribadi dan memahami konteks serta *audiens* sebelum memutuskan untuk menyampaikan ke orang lain.

Mengacu pada teori perilaku *oversharing* (Wildan & Kusuma, 2023) mengungkapkan bahwa ketika kurangnya pemahaman tentang batasan privasi di media sosial yang dapat menyebabkan *oversharing* terutama dalam penggunaan fitur aplikasi dan *instanstory*. Seperti halnya yang diungkapkan oleh Chu, dkk (2023) yang mengungkapkan bahwa pengungkapan diri yang berlebihan di media sosial dapat berdampak negatif pada kesejahteraan psikologis, terutama ketika informasi yang dibagikan terlalu pribadi atau tidak sesuai konteks.

Seseorang dapat menjaga privasi dengan baik dan mampu membangun hubungan yang lebih sehat serta saling menghormati satu sama lain sesuai dengan pemahaman yang ingin ditekankan di dalam poster. Dalam penyebaran poster yang dilakukan, penulis hanya menjangkau *followers* dari *instagram* pribadi dan melalui pesan *whatsapp* dengan menyebarkan satu-persatu kepada mereka untuk mengisi *google form* yang telah dibuat. Hal ini menjadikan populasi yang digunakan tidak menjangkau lebih luas.

Penulisan ini, kemungkinan bias sosial dapat muncul ketika responden memiliki hubungan pribadi dengan penyebar konten, yang dapat memengaruhi kejujuran dan objektivitas jawaban mereka. Menurut penelitian oleh Krosnick dan Presser (2010), bias sosial sering kali terjadi ketika individu merasa tertekan untuk memberikan jawaban yang dianggap lebih diterima secara sosial, terutama dalam konteks survei atau wawancara. Hal ini dapat mengakibatkan data yang tidak akurat dan mengurangi validitas temuan.

Selain itu, ketidakadaan *pre-test* dalam penulisan ini dapat menyebabkan temuan yang bersifat perseptual, bukan perubahan objektif. *Pre-test* berfungsi untuk mengukur kondisi awal responden sebelum intervensi, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi perubahan yang terjadi secara lebih akurat. Tanpa *pre-test*, sulit untuk menentukan apakah perubahan yang dilaporkan oleh responden benar-benar disebabkan oleh konten yang disebar atau hanya merupakan hasil dari

persepsi subjektif mereka (Harrison dkk, 2021). Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan kedua faktor ini dalam merancang penelitian untuk memastikan keandalan dan validitas hasil yang diperoleh. Guna menjangkau audiens yang lebih luas serta memberikan dampak yang lebih mendalam terhadap perilaku berbagai informasi di era digital.

KESIMPULAN

Edukasi tentang *oversharing* telah meningkatkan kesadaran peserta mengenai pentingnya menjaga privasi dan membatasi informasi yang dibagikan di media sosial serta kepada orang di sekitar. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang konsekuensi *oversharing*, individu menjadi lebih selektif dalam memilih informasi yang dibagikan. Melalui poster yang disebar di *Instagram* dan *WhatsApp*, kegiatan psikoedukasi ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta tentang pentingnya menjaga privasi. Dari 70 orang yang mengakses konten, 40 orang yang mengisi evaluasi, dan 95% dari mereka menyatakan isi poster mudah dipahami, sementara 80% menilai tampilan menarik dan informatif. Namun, perlu dicatat bahwa potensi bias sosial dapat muncul karena responden mungkin mengenal penyebar konten, yang dapat memengaruhi kejujuran jawaban mereka. Selain itu, tanpa *pre-test*, hasil yang diperoleh bersifat perseptual dan tidak mencerminkan perubahan objektif. Keterbatasan jumlah responden dan partisipasi sukarela juga perlu dipertimbangkan dalam evaluasi program. Oleh karena itu, kegiatan ini disarankan untuk terus dikembangkan melalui kampanye digital berkelanjutan, penyusunan modul interaktif, atau integrasi ke dalam layanan konseling di sekolah dan komunitas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dan membantu penulis. Terima kasih kepada kak Ahmad Ridfah sebagai pembimbing, terima kasih kepada pihak dari pusat layanan psikologi, ibu Afni, kak Eta, kak Fini, kak, dan kak Hendra yang telah memberikan dukungan, kritik konstruktif, dan saran yang berharga selama proses penulisan ini dapat terlaksana.

REFERENSI

- Akhtar, H. (2020). Perilaku oversharing di media sosial: ancaman atau peluang?. *Psikologika*, 25(2), 257-270. DOI: <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol25.iss2.art7>
- Bunga, D., Dewi, C. I., Dewi, K. A. (2022). Literasi digital untuk menanggulangi perilaku oversharing di media sosial. *Jurnal pengabdian kepada masyarakat*, 1(1), 1-12.
- Chu, X., Li, Y., Wang, Y., Zang, J. (2023). Self-disclosure in social media and psychological well-being: A meta-analysis. *Journal of social and personal relationships*, 40(6), 1743-1763. DOI: <https://doi.org/10.1177/02654075221119429>.
- Harrison, K., McGowan, J., & Smith, R. (2021). The impact of social desirability bias on survey responses: A review of the literature. *Journal of Social Research*, 45(2), 123-145. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.socres.2021.01.005>
- Komalasari, S., & Asbari, M. (2023). Fenomena pengadilan netizen: dampak negatif oversharing?.

Literaksi: jurnal manajemen pendidikan, 1(1), 67-71.

- Krosnick, J. A., & Presser, S. (2010). *Question and questionnaire design*. In P. V. Marsden & J. D. Wright (Eds.), *Handbook of survey research* (pp. 263-314). Emerald Group Publishing Limited. DOI: [https://doi.org/10.1108/S0277-6391\(2010\)0000040013](https://doi.org/10.1108/S0277-6391(2010)0000040013)
- Nurhikma, Alfarizi, I., & Kurniati. (2025). Batasan dalam hukum islam: analisis fenomena oversharing di media sosial. *JIH: Jurnal Ilmu Hukum, 1(2), 56-65.* DOI: <https://doi.org/10.58540/jih.v1i2.745>
- Prastiyo, E. B., Rianto, Arfa, D., Husni, A., & Bafaqis, M. H. (2024). Fenomena oversharing di media sosial instagram pada SMKN 1 tanjungpinang (suatu tinjauan dramaturgi di media sosial). *Equilibrium: Jurnal Pendidikan, 1, 45-60.* DOI: <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/equilibrium/index>
- Vidianti, Y. R., Halizah, N., Naibaho, A. V., Adibah, I. F., & Pratama, A. (2023). *Etika penggunaan media sosial: memahami perilaku oversharing pada aplikasi instagram*. Prosiding seminar nasional teknologi dan sistem informasi (SITASI).
- Wildan, W., & Kusuma, A. (2023). Gen Z's Oversharing on Instagram Stories. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, 6(10)*. DOI: <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i10.3037>
- Yosida, E. (2025). Persepsi gen z mengenai perilaku oversharing di media sosial. *Ikraith-humaniora, 9(1), 1-9*. DOI: <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora>