

Fenomena *Oversharing* di Instagram pada Generasi Muda di Kota Tanjung Pinang

Novrianti Frederika Sigalingging¹, Marisa Elsera², Rahma Syafitri³

^{1,2,3}Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji

²Corresponding authors: rikagalingging43167@gmail.com, rahma.syafitri@umrah.ac.id,
marisaelsera@umrah.ac.id

Received : January 2023; Accepted: March 2023 ; Published : November 2023

Abstract

The majority of the younger generation uses social media, and they are in the stage of adjusting to society's life. Social media users can freely interact without being hindered by time and place when using smartphones and connected to the internet. This causes oversharing in the younger generation, namely individual behaviour that is excessive in sharing something on their social media accounts; with this oversharing, the young generation in Tanjungpinang City has a pattern of uploading photos or videos on Instagram accounts. Researchers used a qualitative research method to determine the informant, namely the purposive sampling technique. Researchers took as many as 6 informants with data collection techniques using observation, interviews, and documentation and data analysis techniques in this study using concepts related to symbols, existence and taste. The results of this study show that there are young people in Tanjungpinang City who upload photos or videos through symbols and display activities that show the existence and tastes of the account owner.

Keywords: Oversharing Behavior, Young Generation

Abstrak

Generasi muda mayoritas menggunakan media sosial dan berada pada tahap penyesuaian diri dengan kehidupan masyarakat. Pengguna media sosial dapat leluasa berinteraksi tanpa terhalang waktu dan tempat ketika menggunakan *smartphone* dan terkoneksi dengan internet. Hal ini menyebabkan terjadinya *oversharing* pada generasi muda, yaitu perilaku individu yang berlebihan dalam membagikan sesuatu pada akun media sosialnya. Generasi muda di Kota Tanjungpinang memiliki pola mengunggah foto atau video di akun Instagram. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Informan ditentukan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Peneliti mengambil informan sebanyak 6 orang dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan konsep-konsep yang berkaitan dengan simbol, keberadaan dan rasa. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat generasi muda di Kota Tanjungpinang yang mengunggah foto atau video melalui simbol dan aktivitas tampilan yang menunjukkan keberadaan dan selera pemilik akun.

Kata Kunci : Perilaku *Oversharing*, Generasi Muda

PENDAHULUAN

Masyarakat modern saat ini tidak akan sanggup untuk menolak penggunaan media, media dengan segala isi kontennya yang mengikuti perkembangan zaman menghadirkan media semakin beragam yang menghipnotis individu untuk tertarik menggunakannya, sehingga masyarakat saat ini menjadikan media pelengkap bagi kehidupannya. Kemunculan media awalnya hanya menjadikan masyarakat atau individu menjadi penikmat konten yang disajikan dari media itu sendiri, tetapi dengan berjalannya waktu ke waktu media senantiasa mengalami pembaharuan, sehingga saat ini penikmat tidak hanya menikmati konten saja tetapi dapat ikut serta dalam mengisi konten untuk dinikmati para penikmat lainnya (Balya, 2020).

Media sosial memiliki beragam jenis aplikasi yang dapat digunakan secara bebas, hampir semua kalangan dari berbagai usia masyarakat memiliki dan menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana guna memperoleh dan menyampaikan informasi ke publik. Media sosial dapat disebut sebagai media *online* yang sering digunakan masyarakat atau individu di era modernisasi ini untuk memudahkan masyarakat atau individu tersebut berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, tanpa memperlumahkan jarak dan waktu, mempermudah individu lebih mengekspresikan diri, mudah memperoleh dan menyebarkan informasi secara cepat dengan biaya yang murah (Istiani & Islamy, 2020).

Generasi diartikan sebagai kelompok sosial yang memiliki usia dan hisoris pengalaman yang serupa, kelompok ini muncul berdasarkan sumber daya manusia yang mempunyai karakteristik dari masing-masing individu yang serasi dengan kemajuan zaman (Moch Zaenudiin, Dessy Hasanah Siti Asiah, Meilanny Budiarti Santoso, 2021). Menurut *Beresfod Research*, dalam kehidupan manusia memiliki berbagai generasi yang dapat menjadi istilah bagi kelompok generasi yang lahir pada rentang usia yang sama. Salah satu generasi yang menjadi pembahasan dalam penelitian ini adalah generasi Z, generasi ini adalah generasi yang lahir tahun 1995-2010. Generasi Z disebut penduduk yang memiliki kemampuan luas tentang digital, hal ini disebabkan sejak awal generasi ini lahir sudah bertautan dengan ponsel (Zis et al., 2021).

Instagram ialah aplikasi yang menjadi kecintaan untuk para anak muda termasuk di dalamnya generasi milenial, aplikasi yang identik foto dan video ini menjadi idola karena interaksi pada aplikasi ini yang menggunakan foto dan video serta *caption*, *hashtag* dan dapat menandai sesama pengguna didalam foto atau video yang akan diunggah. Aplikasi ini juga mendukung para pemilik akun untuk melakukan pembuatan galeri pada akun pribadi. *Instagram* juga dapat menjadi wadah para pengguna untuk membentuk kesan pribadinya kepada pengguna *Instagram* lain sehingga pengguna lain menilai kepribadiannya hanya dari postingan yang ditayangkan tanpa melihat secara langsung kehidupan aslinya (Pebriani, 2021, dalam (Amanda, 2019). Berdasarkan kenyataan ini, maka penelitian ini mengkaji tentang bagaimana fenomena *oversharing* di *Instagram* pada generasi muda di Kota Tanjungpinang?

TINJAUAN PUSTAKA

Literasi digital merupakan kemampuan individu untuk menggunakan, memahami, dan mengevaluasi informasi secara efektif melalui berbagai media digital (Yoram Eshet-Alkalai, 2004). Dalam era yang didominasi teknologi informasi dan komunikasi, literasi digital menjadi keterampilan kunci yang diperlukan untuk berpartisipasi secara aktif dalam masyarakat yang semakin terhubung dan berbasis digital (Eric M. Meyers, Ingrid Erickson, 2013).

Seiring dengan kemajuan teknologi, literasi digital telah menjadi fokus penelitian yang signifikan. Penelitian ini mencakup berbagai aspek, mulai dari definisi dan dimensi literasi digital, hingga strategi pengajaran dan dampak literasi digital pada individu dan masyarakat (Dilek Cetindamar Kozanoglu, 2021). Dimensi literasi digital mencakup pemahaman terhadap informasi digital, keterampilan dalam menggunakan alat dan platform digital, kemampuan mengevaluasi keaslian dan keberterimaan informasi, serta kepekaan terhadap isu etika dan privasi dalam lingkungan digital (Eshet-Alkali, 2004). Beberapa penelitian menekankan bahwa literasi digital tidak hanya terbatas pada kemampuan teknis semata, tetapi juga mencakup kemampuan kritis untuk menyaring informasi, memahami konteks digital, dan berpartisipasi secara aktif dalam proses komunikasi online (Vieru, 2015).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Kualitatif merupakan data berupa kata-kata, gambar dan bukan angka (Moleong, 2011). Penelitian ini akan menggambarkan fenomena *oversharing* di *Instagram* pada generasi muda di kota Tanjungpinang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara. Analisis data yang digunakan untuk menganalisis data yang didapat dari penelitian ini adalah analisis kualitatif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2006). Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena, tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya pelaku, persepsi motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik. Adapun langkah-langkah analisis data yang dilakukan adalah sebagai berikut.

Reduksi data. Data dikumpulkan di lokasi penelitian, yaitu dengan cara turun langsung menemui generasi muda Kota Tanjungpinang yang melakukan *oversharing* di *Instagram*. Data dan laporan lapangan kemudian direduksi, dirangkum, dan kemudian dipilah-pilah hal yang pokok, difokuskan untuk mencari bagaimana fenomena *oversharing* di *Instagram* pada generasi muda di Kota Tanjungpinang. Proses reduksi data ini dilakukan terus menerus selama proses penelitian berlangsung. Pada tahapan setelah data dipilah dengan wawancara bersama generasi muda kota Tanjungpinang yang melakukan *oversharing* di *Instagram* kemudian disederhanakan dengan cara mensortir data yang tidak diperlukan agar memberi kemudahan dalam penampilan, penyajian, serta untuk menarik kesimpulan semestara berkaitan dengan *oversharing* di *Instagram*. Penyajian Data. Penyajian data merupakan analisis dalam bentuk matrik, *network*, cart, atau grafis. Dalam penelitian ini penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, tabel, bagan dan hubungan antar kategori, sehingga data dapat terorganisasikan dan tersusun sehingga mudah dipahami. Data yang didapatkan di lapangan berkaitan dengan fenomena *oversharing* di *Instagram* pada generasi muda di kota Tanjungpinang tersebut kemudian dipilah-pilah dan disisikan untuk disortir menurut kelompok dan disusun sesuai dengan kategori yang sejenis untuk ditampilkan agar selaras dengan

permasalahan yang dihadapi, termasuk kesimpulan-kesimpulan sementara diperoleh pada waktu data direduksi.

Penarikan Kesimpulan atau Vertifikasi. Proses ini dilakukan setelah kegiatan analisis data yang berlangsung maupun setelah selesai di lapangan. Selain itu penarikan kesimpulan ini harus berdasarkan analisis data yang berasal dari catatan lapangan, observasi, dan dokumentasi yang didapat dari hasil penelitian di lapangan. Selanjutnya dituangkan dalam bentuk kesimpulan untuk menjawab fenomena *oversharing* di *Instagram* pada generasi muda di kota Tanjung pinang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Masyarakat kota Tanjungpinang khususnya generasi muda menggunakan sosial media *Instagram* menjadi wadah para pengguna untuk membentuk kesan pribadinya kepada pengguna *Instagram* lain, sehingga pengguna lain menilai kepribadiannya hanya dari unggahan yang ditayangkan tanpa melihat langsung kehidupan nyatanya. Adapun unggahan generasi muda kota Tanjungpinang yang menggunakan *Instagram* untuk membentuk kesan terhadap pengguna lain yaitu berdasarkan konsep-konsep sebagai berikut :

1. Simbol

Simbol adalah sesuatu yang biasanya merupakan tanda yang terlihat untuk menggantikan sebuah gagasan atau objek. Simbol diartikan secara terbatas sebagai tanda konvensional, sesuatu yang dibangun oleh masyarakat atau individu dengan arti tertentu yang kurang lebih sesuai standar yang disepakati atau dipakai masyarakat itu sendiri. Dalam peristilahan modern sering kali setiap unsur dari suatu sistem tanda-tanda disebut simbol, maka dengan begitu masyarakat atau individu tentang logika simbolik. Simbol dapat disamakan dengan citra (*image*) dan menunjuk pada suatu tanda indrawi dan realitas supraindrawi.

Dalam menjalani kehidupannya manusia sering kali menggunakan simbol-simbol saat berinteraksi, sehingga simbol memiliki peran penting dalam bentuk komunikasi antar manusia. *Instagram* menjadi salah satu sosial media yang digunakan generasi muda, melalui media *Instagram* generasi muda

menunjukkan simbol-simbol yaitu dengan mengunggah foto atau video saat generasi muda menggunakan barang-barang seperti *smartphone*, kendaraan, atribut, pakaian, dan lainnya. Menurut Baudrillard konsumsi masyarakat masa kini menjadi nilai tanda atau nilai simbolis dari komoditas yang mampu memberi citra dan kesan terhadap penggunanya.

2. Eksistensi

Generasi muda kota Tanjungpinang menjadikan sosial media sesuatu yang wajib diakses karena melalui sosial media generasi muda dapat menampilkan kehidupan pribadinya dengan tujuan mendapatkan pengakuan dari orang lain, keinginan untuk diakui teman-teman atau lingkungan membuat generasi muda menjadi pribadi yang suka pamer. *Instagram* menjadi salah satu sosial media yang digunakan anak muda yang ingin eksis di dunia *virtual* melalui *Instagram* generasi muda menunjukkan ekstensinya dengan mengunggah foto atau video kegiatan yang sedang mereka lakukan dan mengunggahnya.

3. Selera

Dalam media *Instagram* menampilkan hal yang berbentuk kemewahan bukan menjadi sesuatu yang langka, seperti mengunjungi tempat yang mewah. Dalam hal ini termasuk juga dalam konsep selera yang dikemukakan oleh Bourdieu, Bourdieu mengatakan selera dibentuk secara sosial di luar kontrol individu atau bergerak dibawah level kesadaran dan bahasa melalui relasi antara habitus.

Nongkrong merupakan kegiatan duduk-duduk saja tanpa melakukan pekerjaan apapun, kebiasaan *nongkrong* di *café* belakangan ini menjadi *trend* gaya hidup generasi muda di Kota Tanjungpinang. *Café* menjadi tempat sasaran generasi muda Kota Tanjungpinang pada saat usai jam pelajaran atau setelah jam pulang kantor dan juga saat *weekend*. Selain itu konsep selera yang dimiliki generasi muda di kota Tanjungpinang juga mengunjungi restoran yang dibuktikan dengan setiap unggahan pada akun *Instagram* pribadinya, restoran merupakan tempat yang dikunjungi individu atau masyarakat untuk mencari berbagai macam makanan dan minuman. Umumnya restoran juga menyuguhkan keunikan tersendiri sebagai daya tariknya, baik melalui menu masakan, hiburan maupun tampilan fisik bangunan.

Generasi muda Kota Tanjungpinang melakukan *oversharing* pada unggahan *Instagram* dilakukan berdasarkan konsep simbol, konsep eksistensi dan konsep selera. Setiap unggahan pengguna akun *Instagram* melakukan *oversharing* dengan mengunggah barang-barang mewah sebagai suatu simbol. Gambaran tersebut menunjukkan bahwa simbol sebagai sarana atau makna yang mengandung informasi yang tidak langsung. Penggunaan barang mewah tersebut menjadi simbol tertentu bagi diri pemilik akun.

Demikian juga dengan mengunggah aktivitas pemilik aku ketika sedang di *café*, *mall*, atau restoran. Aktivitas-aktivitas tersebut menunjukkan selera yang ditunjukkan pemilik akun. Selera ini dibentuk secara sosial di luar kontrol individu atau bergerak di bawah level kesadaran dan bahasa melalui relasi antara habitus. Konsep selera pemilik akun *Instagram* ini mengandung makna bahwa dalam kehidupan sosial generasi muda di Kota Tanjungpinang harus disesuaikan dengan selera yang dimiliki dan diterima oleh budaya yang telah dianut dalam kehidupannya.

Unggahan tentang kehidupan keseharian ini menunjukkan makna eksistensi, yang cenderung memandang manusia sebagai objek hidup yang memiliki taraf yang tinggi dan keberadaan manusia ditentukan dengan dirinya sendiri, bukan melalui rekan atau kerabatnya. Generasi muda di kota Tanjungpinang juga dikenal kreatif, sehingga generasi muda ini berupaya untuk menimbulkan sesuatu yang baru dalam segala aspek.

KESIMPULAN

Aspek simbol dan selera merupakan aspek yang paling menonjol muncul pada generasi muda di Kota Tanjungpinang yang ditunjukkan melalui media *Instagram*. Generasi muda Kota Tanjungpinang melakukan *oversharing* di sosial medianya melalui simbol-simbol yang diunggah masing-masing akun *Instagram*. Simbol ini berfungsi menyempurnakan manusia dalam memahami suatu lingkungannya. Dalam kegiatan konsumsi terjadi perubahan dari yang bertujuan mendapatkan manfaat dan harga menjadi nilai tanda dan nilai simbol yang berbentuk status, prestise, gaya hidup, ekspresi, kemewahan, dan kehormatan. Nilai tanda dan nilai simbol melekat pada produk yang menjadi fungsi konsumen dalam konsumsi.

Konsep selera terdapat pada kebiasaan generasi muda saat hendak mengunjungi suatu tempat yang akan mempengaruhi unggahan pada *Instagram*. Generasi muda akan merasa puas ketika dapat menunjukkan selera pada konsumsi produk atau jasa tertentu yang ditunjukkan melalui *Instagram*. Dalam pemenuhan selera ini faktor budaya sangat berpengaruh besar terhadap penentu keinginan dan perilaku dalam setiap selera yang ditunjukkan melalui *Instagram*.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, D. (2019). *Penggunaan Media Sosial Pada Ibu Rumah Tangga* [universitas airlangga]. <https://repository.unair.ac.id/87337/>
- Balya, T. (2020). Penggunaan Whatsapp Grup Dan Email Dalam Media Pembelajaran. *International Conference Communication Adn Sosial Science (ICCOMSOS)*, 1(1), 76–80.
- Dilek Cetindamar Kozanoglu, B. A. (2021). Understanding the role of employees in digital transformation: conceptualization of digital literacy of employees as a multi-dimensional organizational affordance. *Journal of Enterprise Information Management*, 34(5). <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JEIM-01-2020-0010>
- Eric M. Meyers, Ingrid Erickson, R. V. S. (2013). Digital literacy and informal learning environments: an introduction. Learning, media and technology. *Learning, Media and Technology*, 38(4), 13. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/17439884.2013.783597>
- Eshet-Alkali, Y. (2004). Digital Literacy: A Conceptual Framework for Survival Skills in the Digital Era. *Reseach Gate*, 13(1), 15. https://www.researchgate.net/publication/250721430_Digital_Literacy_A_Conceptual_Framework_for_Survival_Skills_in_the_Digital_Era
- Istiani, N., & Islamy, A. (2020). Fikih Media Sosial Di Indonesia. *Asy Syar'Iyyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan Perbankan Islam*, 5(2), 202–225. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Moch Zaenudiin, Dessy Hasanah Siti Asiah, Meilanny Budiarti Santoso, A. A. R. (2021). Perubahan Perilaku Masyarakat Jawa Barat Dalam Melaksanakan Adaptasi Kebiasaan Baru di Masa Pandemi Covid-19. *Unpad*, 11(1), 12. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/share.v11i1.31681>
- Moleong, j, L. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya Offset.
- Moleong, j, L. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Rosdakarya.
- Vieru, D. (2015). Towards a multi-dimensional model of digital competence in small-and medium-sized enterprises. *Igi Global*. <https://doi.org/DOI:>

10.4018/978-1-4666-5888-2.ch660

- Yoram Eshet-Alkalai, Y. A.-H. (2004). Experiments in Digital Literacy. *Research Gate*, 7(4), 10. <https://doi.org/10.1089/cpb.2004.7.421>
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>