

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan internet di Indonesia semakin meningkat dan meluas. Internet menjadi sarana mencari dan membagikan informasi, dan terhubung dengan orang lain, salah satunya adalah media sosial. Salah satu perkembangan menimbulkan *Oversharing*, atau informasi pribadi yang dibagikan berlebihan. *Oversharing* berasal dari kecanduan media sosial, stres, kecemasan dan perasaan validasi sosial untuk mencari kepuasan atau perhatian (Alpiah dkk., 2024). Pelaku utama yang melakukan *oversharing* adalah remaja dengan penggunaan sosial medianya secara intens (Yosida, 2025). Sebelumnya, terdapat penelitian bahwa *oversharing* menyebabkan pencurian identitas dan sanksi di sekolah (Mawarningsih dkk., 2022). Remaja melakukan *oversharing* dengan mengungkapkan informasi pribadi seperti umur, tanggal lahir dan pembelian sebuah barang maupun berupa kehidupan pribadi, keluarga, pasangan dan pencapaian (Alpiah dkk., 2024). Hingga informasi seperti lokasi *real time*, dan kebiasaan sehari – harinya (Febrianto dkk., 2024). Informasi yang disebarkan di media sosial bisa terlalu privat atau pribadi (Pertiwi & Pratomo, 2021).

Oversharing juga berarti lebih banyak pendapat atau perasaan dalam artian berlebihan melalui interaksi telepon, teks (*chatting*), *facebook*, *tweet*, *blogging* hingga *online dating* (Alpiah dkk., 2024). Masalah *Oversharing* yang menjadi fokus penelitian berupa jenis informasi lokasi, informasi pribadi dan emosi. Kasus pertama yang diangkat berfokus pada masalah informasi lokasi dan pribadi dari *oversharing* hingga menyebabkan bahaya penculikan dan pemerkosaan. Kasus penculikan terjadi korban remaja putri berusia 16 tahun yang diculik dan diperkosa secara bergilir setelah bertemu dengan pelaku dan temannya dari *facebook* selama *online dating* di Cihuni, Pagedangan, Tangerang hingga meninggal (Ernes, 2020).

Kasus kedua berfokus pada masalah informasi pribadi dari *oversharing* pada tiktok live pengumuman SNBP 2025. Peserta SNBP 2025 yang berasal dari sekolah swasta dan negeri di Jabodetabek memberikan data pribadi yaitu nomor peserta dan tanggal lahir ke akun penyelenggara *Tiktok Live* untuk dibuka pengumuman di *live* tersebut. Hal ini berbahaya karena menampilkan nama, tanggal lahir, asal kota, sekolah, universitas dan Nomor Pokok Sekolah Nasional (NPSN) yang beresiko untuk pencurian identitas (Puspapertiwi & Pratiwi, 2025). Pada kasus ketiga, penulis berfokus pada masalah informasi emosi yaitu percintaan dan masalah pribadi remaja di Tangerang. Terdapat mahasiswa di Tangerang berinisial “S”, yang merasa tidak nyaman dengan citra-nya menjadi buruk karena rahasianya bocor setelah *oversharing*. Maupun, mahasiswa lain di Tangerang “N” yang sering curhat tentang masalah percintaannya hingga dicap *sad girl* oleh teman-temannya melalui media sosial *chat* atau *voice note* (Ramadhan, 2024).

Sayangnya, banyak pelaku yang tahu tentang *oversharing* tapi tidak memikirkan konsekuensi yang berakibat fatal dengan penyalahgunaan informasi yang disebar (Sinulingga, 2021). Bahayanya, informasi dapat disalahgunakan oleh pihak tertentu yaitu keamanan seperti penculikan, pelanggaran privasi, dan pencurian identitas (Yudanti & Anata, 2023). Konflik sosial menjadi akibat *oversharing* yaitu hubungan antar teman dan keluarga (Febrianto dkk., 2024, h.475).

Minimnya kampanye atau gerakan persuasif terkait *oversharing*. Terdapat komik digital persuasif yang membahas tentang *oversharing*, namun kurang membahas kesadaran batasan informasi di media sosial terkait resiko yaitu keamanan dan konflik sosial. Maka, kampanye tentang *oversharing* masih diperlukan. Penulis memilih media kampanye dalam bentuk media sosial yaitu instagram. Menurut databoks, pengguna instagram umur 13-17 tahun sebanyak 12,2 persen sebagai usia ketiga tertinggi, dan 18-24 usia tertinggi sebanyak 37.3% pada tahun 2021 (Raya, 2024). Gen z lebih menikmati konten visual yaitu instagram (Kasih, 2021). Sehingga, media kampanye mengenai *oversharing* di media sosial dalam bentuk instagram dibutuhkan pada remaja. Agar remaja terdorong untuk mengurangi *oversharing* dan berhati-hati dalam membagikan informasi mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, terdapat masalah yang ditemukan penulis yaitu :

1. Banyak remaja pelaku *oversharing* tidak memikirkan konsekuensi yang bisa berakibat fatal dengan penyalahgunaan informasi yang berlebihan. Informasi yang disebar di media sosial terlalu banyak dan pribadi.
2. Kurangnya media persuasif atau kampanye tentang kesadaran batasan informasi di media sosial terkait resiko *oversharing* yaitu keamanan dan kesehatan mental, serta cara mengatasi dengan pelampiasan emosi.

Berdasarkan rangkuman masalah diatas, maka penulis mengajukan pertanyaan sebagai berikut :

Bagaimana perancangan kampanye mengenai *oversharing* di media sosial pada remaja?

1.3 Batasan Masalah

Dalam perancangan tugas akhir, penulis telah menetapkan batasan masalah agar perancangan lebih spesifik dan terarah. Perancangan ditujukan untuk remaja, 14-17 tahun sebagai target primer dan 18-22 tahun sebagai target sekunder, SES B-C, berdomisili di Jabodetabek, aktif atau kecanduan media sosial. Ruang lingkup perancangan akan berfokus pada desain media persuasif dengan ilustrasi yang bersifat mengajak untuk mengurangi *oversharing* akan kesadaran batasan informasi dan bahaya *oversharing*.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun sebelumnya, maka tujuan dari penulisan ini adalah membuat perancangan kampanye mengenai *oversharing* di media sosial pada remaja.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari perancangan tugas akhir berdampak secara teoretis dan praktis untuk penulis, masyarakat dan universitas. Penguraian manfaat disusun sebagai berikut :

1. Manfaat Teoretis:

Perancangan tugas akhir ini memberi kontribusi yang bermanfaat dalam ilmu pengetahuan media kampanye atau persuasi media sosial dan *oversharing*. Selain itu, penelitian bisa menambah sumber literatur tentang pengembangan media kampanye atau persusasi dalam bentuk *social media*.

2. Manfaat Praktis:

Perancangan tugas akhir dapat memberi manfaat kepada penulis, masyarakat dan universitas. Untuk penulis, tugas akhir dapat memberi pemahaman tentang *oversharing* sekaligus memberi pengalaman dalam merancang media sosial. Untuk masyarakat, tugas akhir menjadi tambahan sumber literatur tentang topik *oversharing*. Untuk Universitas Multimedia Nusantara, tugas akhir bisa menjadi sumber referensi terkait media kampanye atau persuasi dalam bentuk media sosial mengenai *oversharing* kepada mahasiswa.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA