



FENOMENA PERILAKU OVERSHARING SEBAGAI AJANG KEBUTUHAN DUKUNGAN PUBLIK DAN VALIDASI MELALUI MEDIA SOSIAL TIK TOK

**R. Roro Amanda Z.A.¹, Mayang Sari G.², Simon Roger D.M.³, Rhino
Yudha P.⁴ dan Yuki Amalia P.P.⁵**

Program Studi Ilmu Komunikasi, UPN Veteran Jawa Timur, Surabaya¹²³⁴⁵
Email : amndazulvaykhaa@gmail.com

ABSTRAK

Kemajuan teknologi dan kemudahan mengakses internet yang dimanfaatkan dalam penggunaan media sosial di Indonesia memunculkan berbagai fenomena baru. Salah satu fenomena yang dilakukan oleh pengguna media sosial di Indonesia dan cukup ramai baru-baru ini adalah fenomena oversharing. TikTok merupakan salah satu media sosial yang didalamnya terdapat banyak konten sebagai bentuk fenomena oversharing. Dalam suatu konten atau postingan dalam media sosial tersebut, tentu memunculkan dampak atau *feedback*, diantaranya adalah dukungan publik dan kebutuhan validasi. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui ciri-ciri konten oversharing, rata-rata bentuk oversharing yang disampaikan dalam konten, serta dukungan publik atau validasi yang diberikan oleh pengguna lain terhadap pembuat konten. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Fokus utama dari penelitian ini adalah teks, gambar, hingga video di aplikasi TikTok dengan klasifikasi informasi berupa konten tentang oversharing yang digunakan sebagai ajang untuk mendapatkan dukungan dan validasi publik. Hasil yang ditemukan adalah konten yang menceritakan ranah pribadi, bukti screenshot chat pribadi, serta *caption* atau teks panjang pelengkap gambar yang mengandung kebutuhan pembenaran atau validasi dengan penyampaian informasi yang berlebihan memicu para pengguna TikTok yang berperan sebagai penonton untuk memberikan dukungan publik dan validasi. Dukungan publik dan validasi yang didapat oleh pemilik konten dari para pengguna atau penonton TikTok yaitu berupa kalimat yang diketik di kolom komentar, yang mana hal ini dapat menimbulkan persepsi yang sama karena merasa *related* atau memiliki kesamaan dengan apa yang dialami oleh penonton konten.



Kata-kata Kunci: Oversharing; Dukungan Publik; Validasi; TikTok

ABSTRACT

Technological advances and easy internet access, leveraged by social media users in Indonesia, have given rise to various new phenomena. One phenomenon that has become quite popular recently among Indonesian social media users is oversharing. TikTok is a social media platform that features a wealth of content that manifests as oversharing. Content or posts on social media inevitably generate feedback, including public support and the need for validation. The purpose of this study was to determine the characteristics of oversharing content, the average form of oversharing expressed in the content, and the public support or validation provided by other users to the content creator. This study employed a qualitative method with a descriptive approach. The primary focus of this study was text, images, and videos on the TikTok app, with information categorized as content about oversharing used as a means to gain public support and validation. The findings revealed content depicting personal matters, screenshots of private chats, and lengthy captions or text accompanying images containing the need for justification or validation. The excessive information conveyed by TikTok users, acting as viewers, triggers public support and validation. Public support and validation received by content creators from TikTok users or viewers, in the form of comments, can foster shared perceptions due to a sense of connection or similarity to the viewer's experience.

Keywords: *Oversharing; Public Support; Validation; TikTok*

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman saat ini menjadikan dunia semakin berubah, baik perubahan kearah positif ataupun negatif. Salah satu perubahan positif



yang paling terlihat dan dapat dirasakan oleh manusia adalah kemudahan dalam melakukan apapun, yang didukung oleh adanya teknologi. Kemudahan dengan dukungan teknologi yang paling dekat dengan kehidupan sehari-hari adalah penggunaan internet, baik melalui smartphone ataupun perangkat elektronik lainnya yang mendukung untuk mengakses internet.

Lalu berdasarkan hasil survey APJII atau Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, Indonesia sendiri memiliki pengguna internet yang mencapai jumlah 215,63 juta pada periode 2022-2023 (Batik n.d.). Hal ini membuat Indonesia masuk ke dalam jajaran negara pengguna internet tertinggi di dunia dibawah Tiongkok, Amerika Serikat, India, Brazil, dan Jepang (Informatika n.d.). Melihat dari adanya kemudahan akses internet membuat masyarakat Indonesia tidak terlepas dari penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial dilakukan untuk berbagai macam hal, seperti mencari informasi, bersosialisasi, melakukan transaksi jual beli, memberi informasi, dan masih banyak lagi.

Melihat dari kemudahan mengakses internet dan penggunaan sosial media di Indonesia, ada beberapa fenomena yang dapat dikatakan menarik untuk dipelajari lebih lanjut, yaitu fenomena oversharing yang dilakukan oleh pengguna media sosial di Indonesia. Hal-hal yang membuat pengguna Indonesia dikategorikan menjadi pengguna yang mengalami fenomena oversharing menurut beberapa peneliti adalah konten-konten yang dibagikan oleh pengguna Indonesia, seperti membagikan gambar, mengupdate status tentang aktivitas yang sedang dilakukan, perasaan yang sedang dirasakan, update hal yang disukai, rencana perjalanan, ataupun konten-konten berbau hal pribadi yang seharusnya tidak perlu untuk dibagikan ke public (Akhtar 2020).

Didalam sebuah konten atau suatu konteks video tentu terdapat sebuah dampak atau *feedback*, contoh *feedbacknya* adalah dukungan publik dan kebutuhan validasi. Menurut Silverius (Tarran, 2002) salah satu fungsi umpan balik atau *feedback* ialah Fungsi komunikasional, pemberian *feedback* merupakan upaya berkomunikasi dan berinteraksi antara creator dan viewers (Damayanti 2017). *Feedback* berupa dukungan publik ini bisa bersifat lemah dan kuat bergantung pada konteks, *point of view*, dan *experience* publik itu sendiri. semakin publik merasa empati, kesesuaian konten, dan keterlibatan emosional tertentu maka semakin kuat dukungan yang akan diberikan. sisanya dipengaruhi oleh ketidaksesuaian (*relate*), pengalaman dan *point of view* yang membuat dukungan menjadi lemah atau bahkan tidak sampai. Dukungan publik ini bisa berupa komen validasi dan afirmasi positif yang mendukung konteks dari konten yang ditampilkan. Tidak hanya itu membagikan konten di luar platform dengan metode *share link* atau *repost* juga merupakan bentuk dari dukungan publik terhadap suatu video di tiktok.

Dukungan publik juga bisa berupa dengan validasi. Validasi adalah pengakuan dan diterimanya suatu perasaan seseorang di lingkungan social (Halldi and Rizal Bahtiar n.d.). Validasi di dalam sosial media seperti tiktok tidak jarang ditemui, tentunya dengan konten atau konteks yang sesuai. Validasi sebuah konten oleh publik bisa muncul secara alami dan bisa juga menjadi bentuk narsisme seseorang pembuat konten tersebut yang butuh perhatian atau haus akan atensi orang lain. Disatu sisi validasi bisa sangat *powerful* dan bermakna bahkan bisa menegakkan norma sosial, namun disisi lainnya validasi menjadi ajang atau kompetisi yang dibutuhkan seseorang dalam keperluan pengakuan dirinya. Validasi yang cenderung terkonsep, dibuat, dan disiasati merupakan validasi yang buruk. Karena validasi muncul



akibat dari adanya dukungan, empati, keterlibatan emosional, experience atau pengalaman yang nyata bukan hasil dari suatu konsep atau dibuat-buat.

Dukungan dan validasi yang merupakan *feedback* dari lingkungan sosial tidak hanya dalam bentuk konvensional berbicara secara langsung. Karena dukungan dan validasi adalah sebuah tindakan maka tidak ada media atau platform yang bisa membatasinya, salah satunya adalah Tiktok. Tiktok sendiri merupakan *platform* media sosial video yang punya banyak konten dan konteks yang bisa kita saksikan dan berikan *feedback*, dukungan atau bahkan validasi secara langsung (Cahyani 2020). Dengan bentuk umum memberi dukungan melalui komentar pengguna juga bisa melakukan repost dan share link video ke luar platform tiktok itu sendiri. Besarnya pengguna Tiktok saat ini membuat dukungan publik bisa sangat berdampak baik secara positif maupun negatif tergantung pada konteks yang berlangsung. Ajang mencari validasi pun tidak terhindarkan dari platform media sosial satu ini, mengingat efek atau dampak yang didapat juga tidak main-main.

Penelitian ini nantinya akan difokuskan pada konten-konten yang berisikan hal yang dapat dikategorikan sebagai hal oversharing, dimana kategori oversharing yang akan dianalisis pada penelitian ini adalah hal-hal yang menceritakan hal-hal pribadi kepada khalayak luas melalui media social TikTok, seperti membagikan informasi tentang masalah keluarga, baik dengan orang tua ataupun saudara, hubungan dengan teman, pacar, suami, istri, ataupun masalah-masalah lainnya yang dapat dikategorikan atau digolongkan oleh masyarakat sebagai masalah atau hal pribadi atau privasi, yang seharusnya hanya diketahui oleh orang-orang terdekat saja.

Adapun teori yang berhubungan dengan latar belakang masalah yaitu teori interaksi simbolik. Teori interaksi simbolik menjadi salah satu teori yang membahas cara berpikir tentang pikiran, diri, dan masyarakat (Ayun 2015).



Teori interaksi simbolik sebagai teori dasar yang dapat digunakan dalam proses analisis fenomena di masyarakat karena berfokus pada manusia sebagai makhluk yang relasional (M.A. and Corry Wardhani 2010). Dalam versi sederhananya, interaksi simbolik ini dapat diartikan sebagai interaksi antar manusia, baik secara verbal maupun non verbal yang dapat memunculkan suatu makna didalamnya. Aksi dan reaksi atau respon setiap individu saling memberikan makna dalam setiap kata atau tindakan yang ada. Pentingnya konsep diri, makna dalam setiap perilaku manusia, serta hubungan antara setiap individu dan masyarakat menjadi hal yang mendasar di dalam teori ini.

Mead dalam (M.A. and Corry Wardhani 2010) menyebutkan terdapat tiga konsep penting di dalam teori ini yaitu; (1) Masyarakat, dalam pemikiran teori interaksi simbolik, masyarakat terdiri dari adanya perilaku saling bekerja sama dengan antar anggotanya. Mead menyatakan bahwa masyarakat dapat terbentuk dengan adanya simbol-simbol baik verbal maupun nonverbal yang disampaikan oleh antar individunya. Hal tersebut dapat terjadi karena kemampuan manusia untuk menyampaikan simbol dan bertindak, lalu memberi respon terhadap hasil dari kegiatan tersebut, sehingga manusia dapat berempati dengan mengambil perannya masing-masing. (2) Diri, menurut pemikiran teori interaksi simbolik, tiap individu saling berinteraksi sehingga dapat menghasilkan suatu ide mengenai diri. Dalam konsep diri, terdapat 3 dimensi diantaranya; dimensi pertama adalah menunjukkan atau *display* yaitu apakah aspek diri merupakan aspek yang dapat ditunjukkan ke publik atau hanya untuk ranah pribadi, dimensi kedua adalah sumber atau realisasi yaitu tingkatan bagian dari diri yang berasal dari individu itu sendiri (*individually realized*) ataupun pengaruh dari luar (*collectively realized*), dimensi ketiga adalah agen atau tingkatan kekuatan elemen aktif yang dihasilkan oleh diri.



Elemen aktif sendiri merupakan tindakan yang dilakukan oleh seseorang. (3) Pikiran, menurut pemikiran teori simbolik, pikiran merupakan proses interaksi dengan diri sendiri. Perkembangan kemampuan berinteraksi merupakan hal yang penting dalam setiap tindakan yang dilakukan manusia. Dalam penulisan ini, teori interaksi simbolik akan melihat bagaimana seseorang bisa berinteraksi dengan masyarakat untuk menyatakan konsep dirinya dengan menampilkan ranah pribadinya ke ruang publik.

Selanjutnya teori Ekologi Media (*Media Ecology Theory*) yang diperkenalkan oleh Marshall McLuhan (West and Turner 2010) menjadi fokus teori untuk latar belakang masalah pada penelitian ini. McLuhan menyatakan kemunculan teknologi di tengah kehidupan manusia akan memunculkan pula perubahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, terutama dengan teknologi media. McLuhan memaknai media dengan konsep yang sangat luas. Apa saja yang digunakan manusia merupakan media, termasuk gambar, angka, uang, jam tangan, bahkan permainan juga merupakan media (Al Fathan and Aminudin 2021).

Ekologi media dapat dimaknai dengan suatu studi tentang bagaimana proses komunikasi dan media yang digunakannya dapat memberi pengaruh terhadap emosi, perasaan, persepsi manusia, serta adanya nilai teknologi yang berpengaruh terhadap proses komunikasi yang menggunakan teknologi baru (Mulyana and Djamzuri 2022). Prinsip dalam teori ekologi media ini yaitu masyarakat akan mengalami kesulitan untuk melepaskan diri dari pengaruh perkembangan teknologi media yang ada. Selain itu, McLuhan juga menyatakan bahwa ketertiban sosial yang ada ditengah masyarakat akan berdasar pada kemampuan dalam menghadapi teknologi sehingga adanya teknologi media dapat bertindak secara langsung



dalam membentuk dan mengorganisasikan budaya baru (Al Fathan and Aminudin 2021).

Dalam teori ekologi media ini terdapat adanya 3 asumsi yang lebih dikenal dengan istilah *technological determinism* diantaranya; (1) Media mempengaruhi setiap perbuatan atau tindakan dalam masyarakat. Penggunaan media sosial ini dapat memberikan dampak yang positif & negatif terhadap masyarakat, seperti yang kita lihat sekarang ini di media sosial TikTok, yang mana menjadikan media (media sosial) untuk memberikan dukungan, saran dan kritik hingga bisa sampai menanamkan kebencian terhadap orang lain dengan mengunggah kata-kata melalui kolom komentar, (2) Media memperbaiki persepsi dan mengelola pengalaman, (3) Media mengikat dunia bersama-sama.

Adanya pergeseran struktur sosial masyarakat secara tidak langsung mengubah pola komunikasi yang terjadi di dalam masyarakat. Saat ini remaja di Indonesia menjadi tidak segan dalam menyampaikan segala kegiatan pribadinya ke dalam ruang publik. Terjadi pergeseran budaya, mereka hidup dalam sebuah desa global dimana mereka mencoba untuk mengenal dan saling peduli dengan orang lain. Individu- individu di dalam masyarakat Indonesia, sekarang lebih aktif dalam membagi kisah kehidupan mereka melalui sosial media.

Melihat dari latar belakang serta penjelasan yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka penulis menemukan beberapa rumusan masalah pada penelitian yang akan dilakukan, yaitu: (1) jenis konten *oversharing* seperti apa yang memicu para penonton dan pengguna TikTok untuk memberi dukungan dan validasi? (2) bentuk *oversharing* apa yang rata-rata terdapat pada konten yang banyak terdapat pada media sosial TikTok? (3) dukungan



dan validasi dalam bentuk apa yang diberikan oleh pengguna Tik Tok lain kepada pembuat konten?

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui ciri-ciri jenis konten *oversharing* yang dapat memicu reaksi dari pengguna aplikasi TikTok sehingga dapat memunculkan validasi dan dukungan terhadap pembuat konten. Lalu mengetahui bagaimana bentuk *oversharing* yang disajikan dalam suatu konten dalam media sosial TikTok, serta memahami bagaimana bentuk dari dukungan dan validasi yang diberikan oleh pengguna TikTok yang berperan sebagai penonton konten.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi yang mengkaji mengenai fenomena perilaku *oversharing* sebagai ajang kebutuhan dukungan publik dan validasi melalui media sosial TikTok. Untuk memperoleh data terkait penelitian yang dilakukan, maka metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif didefinisikan sebagai metodologi yang menyediakan alat – alat dalam memahami arti secara mendalam yang berkaitan dengan fenomena yang kompleks dan prosesnya dalam praktik kehidupan sosial (Gratia et al. 2022). Tujuan dari metode kualitatif adalah untuk mendeskripsikan hasil penelitian dalam bentuk kata-kata dengan penjelasan yang lebih rinci.

Penelitian Kualitatif pada dasarnya berbeda dengan penelitian kuantitatif yang lebih menekankan fokus penelitian pada angka-angka. Metode kualitatif didefinisikan sebagai metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata- kata dan perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka (Afrizal 2016:13). Dalam mengumpulkan data, metode penelitian kualitatif digunakan untuk menjawab pertanyaan apa fenomena



yang terjadi, mengapa fenomena bisa terjadi, dan bagaimana fenomena terjadi.

Penelitian kualitatif sendiri terdiri dari beberapa pendekatan dan untuk penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif adalah teknik pengumpulan data dengan mendalami fokus penelitian secara terperinci dan mendalam. Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif fokus pada suatu unit tertentu dari berbagai fenomena, sehingga memungkinkan studi ini dapat dilakukan secara mendalam dan kedalaman data yang menjadi pertimbangan dalam penelitian ini (Soraya 2017). Selain itu, pendekatan deskriptif juga dapat digunakan sebagai metode yang melukiskan suatu keadaan objektif atau peristiwa tertentu berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana mestinya yang kemudian diiringi dengan upaya pengambilan kesimpulan umum berdasarkan fakta-fakta historis tersebut (Hasiholan, Pratami, and Wahid 2020).

Dalam proses pengumpulan data menggunakan pendekatan deskriptif, peneliti menjadi peneliti utama dengan melaksanakan proses penelitian secara langsung. Pengumpulan data dan informasi berkaitan dengan judul penelitian yaitu “Fenomena Perilaku Oversharing Sebagai Ajang Kebutuhan Dukungan Publik dan Validasi Melalui Media Sosial TikTok”. Untuk mempermudah pengumpulan data, peneliti menentukan jenis konten yang akan dianalisis yaitu konten-konten yang bersifat *oversharing*. Setiap konten yang dipilih akan dianalisis, mulai dari akun, jumlah pengikut, jumlah komentar hingga bentuk *oversharing* yang terdapat dalam konten.

Fokus utama dari penelitian ini adalah teks, gambar hingga video di aplikasi TikTok dengan klasifikasi informasi berupa konten tentang *oversharing* sebagai ajang untuk mendapatkan dukungan dan validasi publik.

Untuk mengetahui bentuk validasi yang diharapkan oleh pembuat konten, peneliti melakukan analisis dari kolom komentar. Apa yang tertulis di kolom komentar adalah tanggapan dan reaksi para pengguna TikTok terhadap konten. Dengan membaca berbagai komentar netizen dan *caption* yang digunakan pembuat konten akan membantu peneliti dalam menganalisis perilaku oversharing pembuat konten yang digunakan sebagai ajang kebutuhan dukungan publik dan validasi melalui media sosial TikTok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Table 1.
Data Konten yang Menjadi Bahan Analisis

No.	Username	Tanggal Upload	Like dan Comment	Bentuk Oversharing
1.	@salitajuliana	31 Agustus 2022	232 likes 89 Comments	Kehidupan pribadi dari menuju jenjang pernikahan hingga bercerai karena perselingkuhan.
2.	@zxcvbnmiopqw	14 April 2023	15.7k Likes 440 Comments	Screenshot chat pribadi bersama mantan pacar yang berisikan pembahasan 18+ dan masalah dalam hubungan.
3.	@Ochimrviola	23 Desember 2022	43k Likes 78 Comments	Screenshot chat pribadi dengan ayah dalam konteks anak broken home yang butuh validasi dan kasih sayang ayahnya sendiri.



4.	@userrrrrr19392039	18 Maret 2023	464,5k Likes 1544 Comments	Screenshot chat pribadi dengan pacar yang ketahuan selingkuh dengan orang lain.
5.	@ceyynderela	27 April 2023	176,4k Likes 7630 Comments	Screenshot chat pribadi dengan pacar yang sering memberikan word affirmation atau kalimatkalimat kasih sayang.
6.	@ichaichyy	21 Maret 2023	334,3k Likes 3462 Comments	Screenshot chat pribadi dengan sang pacar dan orang tua sang pacar yang mengabarkan bahwa sang pacar sudah meninggal.
7.	@bos_katakkk	20 Mei 2023	256.8k Likes 17.1k Comments	Foto diri dengan mantan kekasih, dan screenshot chat dan video call pribadi dengan mantan kekasih yang ternyata menjadikan pembuat konten sebagai selingkuhan.
8.	@iyungggggs	1 Mei 2023	213.9k Likes 13.9k Comments	Foto diri dengan berbagai editan teks dan screenshot pribadi dengan sang mantan pacar yang sangat cuek atau bahkan tidak peduli.

Dukungan dan validasi yang merupakan feedback dari lingkungan sosial, tidak hanya dalam bentuk konvensional seperti berbicara secara langsung atau tatap muka. Dukungan dan validasi adalah sebuah tindakan atau perilaku, maka dari itu tidak ada media atau platform yang bisa membatasinya, contohnya adalah TikTok. Tiktok sendiri merupakan platform media sosial video yang mempunyai atau menyajikan banyak konten dengan konteks beragam, yang bisa kita saksikan serta berikan feedback, dukungan atau bahkan validasi secara langsung (Cahyani 2020). Dengan bentuk umum memberi dukungan melalui komentar pengguna, melakukan repost dan share video kepada platform TikTok atau platform lain. Banyaknya pengguna TikTok saat ini membuat dukungan publik bisa sangat berdampak, baik secara positif maupun negatif, tergantung pada konteks yang dilihat, disajikan, dan dicari. Ajang mencari validasi pun tidak terhindarkan dari platform media sosial satu ini, mengingat serta melihat efek atau dampak yang didapat juga tidak main-main. Penelitian ini akan mencari serta melihat lingkungan media, mode informasi dan komunikasi, serta gagasan bahwa teknologi dan Teknik komunikasi yang memiliki peran penting pada kehidupan manusia saat ini, pada teori ekologi media menurut McLuhan (West and Turner 2010). Hasil penelitian ini nantinya akan digolongkan pada tiga asumsi yang terdapat pada teori ekologi media oleh McLuhan. Alasan penelitian menggunakan teori ekologi media yang digagaskan oleh McLuhan karena, penelitian ingin mengetahui apakah fenomena oversharing yang terdapat pada media sosial TikTok, dipengaruhi oleh adanya media dan hal-hal yang terdapat atau disajikan oleh media itu sendiri.

Hasil analisis dari beberapa akun di atas menunjukkan konteks oversharing yang berbeda-beda, mulai dari masalah tentang rumah tangga, perselingkuhan, kisah dengan mantan pacar, broken home, kisah harmonis



dengan sang pacar, dan kabar duka tentang sang pacar. Hal tersebut dikatakan dan dikategorikan sebagai konteks oversharing karena konten tersebut merupakan hal pribadi yang sebenarnya tidak perlu untuk dibagikan, serta menjadi konsumsi publik (Akhtar 2020). Sebelumnya konten oversharing seperti ini jarang ditemui pada media sosial TikTok, tetapi akhir-akhir ini sering sekali ditemukan konten oversharing seperti ini. Lalu konten oversharing seperti ini, rata-rata memiliki angka perhatian yang tinggi, mulai dari jumlah like, comment, save, dan share. Melihat tingginya angka perhatian pada konten-konten seperti ini, dapat memicu semakin banyak konten sejenis bertambah, dan mungkin akan mengubah tujuan awal dari yang awalnya konten sejenis dibuat karena ingin mendapat dukungan dan validasi, berubah menjadi ingin mendapatkan perhatian serta ketenaran di media social.

Melihat perubahan dari yang tadinya sedikit menjadi banyaknya konten oversharing di media sosial TikTok, maka hal ini dapat dikategorikan pada asumsi pertama pada teori ekologi media, dimana dikatakan bahwa media mempengaruhi tindakan serta perbuatan yang dilakukan oleh masyarakat. Manusia tidak bisa lepas dari adanya pengaruh media, dan media menjadi berpengaruh sangat banyak dan penting untuk manusia itu sendiri, mulai dari hal kehidupan manusia, sosial, aktivitas, sampai ke hal-hal pribadi manusia itu sendiri. Pengaruh media disini dapat dilihat dari perubahan jumlah konten itu sendiri, seperti konten yang dibuat oleh @salitajuliana dan @Ochimrviola yang dibuat serta diunggah pada tahun 2022, sedangkan enam konten lainnya, yang dibuat oleh @zxcvbnmiopqw, @userrrrr19392039, @ceyynderela, @bos_katakkk, @iyungggggs dan @ichaichyy dibuat serta diunggah pada tahun 2023. Hal ini menekankan bahwa apa yang dilihat pada media mempengaruhi seseorang untuk membuat, meniru, atau bahkan memberi feedback,



dimana pada tahun 2022 konten oversharing bisa dikatakan masih jarang, tetapi konten serupa menjadi mudah ditemukan pada tahun 2023, dan mungkin akan semakin bertambah dari waktu ke waktu.

Pentingnya media disini juga dapat dilihat dari feedback yang diberikan oleh audience kepada pembuat konten, dimana pada setiap konten oversharing pasti mendapat jumlah like, comment, share, dan save yang banyak, yang membuktikan bahwa konten seperti ini sudah menjadi konten yang penting bagi sebagian orang, karena merasa diberikan validasi dan dukungan dari audience yang ada karena adanya feedback itu sendiri. Feedback yang paling memperlihatkan adanya validasi dan dukungan untuk pembuat konten adalah dari comment yang terdapat pada konten tersebut, seperti pada konten yang dibuat oleh @Ochimrviola, konten tersebut memiliki konteks anak dan ayah pada keluarga broken home, dimana pembuat akun membutuhkan validasi serta kasih sayang dari sang ayah, dan dengan membuat serta mengupload konten tersebut secara tanpa sadar pembuat konten mendapatkan validasi dan dukungan dari audience atau penonton ko.

Isi comment yang menunjukkan dukungan dan validasi dari konten tersebut, seperti “kak ko kita sama ya kak, aku jgk gk dibiayainn hd sendiri jadinya aku harus berusaha sendiri hahahah cuma nangis dipojokan mbakkk”, “nngis bgt bacanya smgt yaa”, dan beragam comment dengan konteks memberi semangat kepada pembuat konten. Comment tersebut menjadi penting bagi sang pembuat konten karena pada konten tersebut terdapat teks pada video yang bertuliskan “spill screenshot yang bikin kamu nangis”, hal ini memicu para audience untuk memberikan dukungan serta validasi kepada sang pembuat konten, bahwa beberapa audience juga pernah ada di posisi tersebut, serta memberi semangat. Tidak hanya comment atau feedback yang penting bagi pembuat konten, tetapi konten



yang disajikan oleh pembuat konten juga menjadi penting bagi para audience, karena sebagian audience juga bisa merasakan bahwa ada orang lain yang memiliki atau merasakan kondisi yang sama seperti mereka, karena kesamaan tersebut membuat mereka menjadi merasakan kedekatan, walau bisa dikatakan hanya sesaat dan sementara.

Konten lain yang mendapat comment paling banyak sebagai bentuk perhatian adalah konten dari akun @bos_katakkk, dimana konten tersebut memiliki konteks pembuat konten selama ini dijadikan sebagai seorang selingkuhan, akan tetapi ia tidak tahu. Konten ini menjadi salah satu konten yang paling banyak mendapatkan perhatian karena, pembuat konten adalah seorang laki-laki, dimana laki-laki jarang ditemui sebagai korban perselingkuhan. Oleh karena itu konten ini mendapat perhatian yang banyak. Isi comment yang menunjukkan bentuk dukungan dan validasi dari para audience, seperti “senasib”, “Udag bg, masih banyak kok ikan di laut, dia belum seberapa sih bang, semangat bg”, “bang udag bang, cewenya ga seberapa itu, ayo semangat benahin hidup, nanti kau dapet yg baik”, “persis kisahnya”, dan berbagai macam comment serupa. Konten ini menjadi menarik karena selain pembuat konten dan korban perselingkuhannya adalah laki-laki, akun-akun yang memenuhi isi commentnya juga didominasi oleh laki-laki, hal ini Kembali membuktikan bahwa konten yang disajikan sama pentingnya baik bagi pembuat konten ataupun penikmat konten tersebut, dimana audience akan merasa dekat karena adanya kesamaan dari konten yang disajikan dengan kehidupan audience itu sendiri, yang nantinya akan memicu audience untuk memberi perhatian, baik dari sekedar like, comment, share, atau save semata.

Hal ini menunjukkan bahwa media itu penting dan berpengaruh kepada tindakan dan perbuatan masyarakat, baik dari isi media seperti konten yang ada dan fitur yang disediakan dapat menciptakan kedekatan



yang dapat mempengaruhi pemenuhan validasi dan dukungan bagi seseorang yang mungkin tidak bisa didapatkan dari orang-orang terdekat. Lalu hal ini diterima serta dibudayakan oleh sebagian orang yang nantinya menciptakan fenomena yang diwajarkan oleh orang banyak.

Bentuk oversharing yang dilakukan oleh beberapa akun di atas dalam aplikasi tiktok, setelah dianalisis ternyata memiliki banyak kesamaan di dalam kontennya. Baik dari konteks yang dibahas, Bentuk visualnya, hingga kesamaan validasi atau feedback yang didapat pun cenderung memiliki persamaan dalam konten oversharing seperti ini. Di dalam aplikasi sosial media Tiktok ada yang namanya sebuah trend, dimana trend menjadi salah satu alasan utama kesamaan bentuk konten oversharing yang terjadi. seperti yang ditampilkan pada akun @emptyhadqueen,

@userrrrrr19392039, @ichaichyy yang menggunakan trend template “Final Chapter” dimana artinya adalah berakhirnya suatu fase atau kondisi hubungan seseorang yang tidak akan pernah mungkin kembali. Kesamaan yang terjadi pada trend final chapter ini adalah oversharing dengan konteks yang berbeda-beda, namun memiliki maksud yang sama yaitu kehilangan atau berakhir. Seperti berakhirnya suatu hubungan yang diakibatkan salah satu dari pasangannya meninggal, kandasnya sebuah hubungan akibat perselingkuhan yang terjadi di antara kedua pasangan, bahkan berakhirnya masa kejayaan seseorang di dalam hidupnya pun bisa menjadi konteks di dalam trend ini. Namun pada akun yang sudah diteliti konteks oversharingnya rata-rata tidak jauh dengan putusya suatu hubungan dengan berbagai faktor seperti perselingkuhan dan cerita atau momenmomen sebelum ditinggal orang tersayang meninggal dunia. Dari kesamaan bentuk oversharing yang terjadi ini bisa kita lihat bahwa



masyarakat memang sangat tertarik akan konten berbau oversharing dengan konteks perselingkuhan, putus hubungan, dan meninggal dunia. Hal ini dibuktikan dengan jumlah like, komen dan share yang mencapai ratusan ribu di setiap kontennya.

Selain kesamaan konteks oversharing yang ditampilkan, persamaan selanjutnya datang pada bentuk visualnya. Bentuk visual yang dimaksud adalah media yang digunakan untuk menyampaikan suatu informasi (oversharing) pada konten tersebut. dilihat dari akun @zxcvbnmiopqw, @Ochimrviola, @ichaichyy, @emphatyqueen, @userrrrr19392039, @iyungggggs, dan @bos_katak dalam menampilkan konten oversharingnya semua akun di atas menggunakan screenshot chat pribadi dengan berbagai aplikasi messaging. sisanya berupa cerita dari instagram story atau foto orang, tempat, dan kejadian yang relate atau bisa mendukung konten oversharing yang mereka buat. Bentuk oversharing dengan berupa screenshot chat memang sangat banyak ditemui dalam konten oversharing, hal ini dikarenakan screenshoot sudah menjadi bukti kuat, konkrit dan cukup valid akan kejadian, tindakan, atau bahkan momen yang terjadi pada saat itu.

Dengan bentuk dan konteks yang banyak memiliki persamaan, hal ini juga turut terjadi dengan feedback atau tanggapan audience tiktok dengan berupa komentar yang ditinggalkan pada konten oversharing tersebut. Bentuk feedback yang umum terjadi adalah ucapan berupa “sama banget kaya gue”, “i feel u kak, aku juga pernah di kondisi gini” ucapan pemberian semangat seperti “Semangat ya! kamu pasti kuat.”, “ini emang gamudah, semangat berantas pelakor.” dan masih banyak lagi. Feedback berupa komentar yang diberikan seperti diatas selalu ditemukan hampir di semua konten yang sudah dianalisis tentu dengan bentuk kalimat yang beragam namun bermaksud serupa. Kesamaan feedback seperti ini



semakin memperjelas seberapa cepat dan mudahnya media bereaksi dan memberi validasi terhadap sesuatu.

Sebagai media, tiktok juga menyediakan beberapa fitur yang berguna bagi sang kreator untuk memaksimalkan konten yang mereka hasilkan. sama halnya dengan konten- konten oversharing di atas semua konten menggunakan fitur “slided photo post” atau fitur memposting beberapa foto slide dalam satu postingan. Dengan hal ini memudahkan kreator untuk dapat menceritakan konteks atau lampiran bukti screenshoot yang mengarah pada oversharing dengan berupa postingan hybrid video foto yang bisa langsung otomatis menggeser dengan sendirinya. selain itu menggunakan music viral pada tiktok juga merupakan common way yang akan dilakukan kreator guna memenuhi kebutuhan validasinya agar kontennya bisa memasuki laman For your page atau yang lebih akrab dikenal dengan FYP. Mudahnya mendapatkan validasi dan tipisnya batasan membuat perilaku oversharing semakin meningkat di media sosial tiktok ini.

Perilaku manusia saat ini memang tidak salah jika dikatakan dipengaruhi oleh media. sebagaimana media saat ini sangat turut andil dalam kehidupan manusia sehari-hari, kita tidak bisa hidup tanpa media. sebagai contoh bagaimana konten oversharing ini mempengaruhi pandangan audiensnya dalam menilai suatu perilaku, seseorang, atau bahkan benda. bukan secara tidak langsung melainkan sudah secara langsung tiktok mempengaruhi manusia dalam memandang sesuatu. Dari sebuah konten yang menampilkan kandasnya suatu hubungan, bagi beberapa orang akan beranggapan bahwa memiliki hubungan dengan seseorang akan terlihat seram dan akan berujung tidak bersatu. Padahal tidak semua hubungan bisa dikatakan begitu, hal inilah yang menyebabkan



tiktok mempunyai pengaruh yang kuat dalam mempengaruhi pandangan kita pada dunia.

Terkait dengan perilaku, ketika seseorang belum bisa mendapatkan apa yang ia mau maka orang tersebut akan terus mencari cara demi memenuhi egonya tersebut. dalam hal konten oversharing ini mungkin sang kreator tidak bisa mendapatkan validasi atau respon yang ia ingin dengar atau ketahui di dunia nyata sehingga berlari ke dunia maya seperti tiktok ini. Kemudahan viral dan mudahnya mendapatkan apa yang kita mau pada aplikasi tiktok ini, secara langsung membuat kita berperilaku ketagihan dalam menghadapi situasi tersebut dengan menggunakan cara oversharing di tiktok. bisa dibilang perilaku butuh validasi di tiktok ini juga menjadi coping mechanism seseorang demi memuaskan ego dan amarah yang tidak bisa tersampaikan secara langsung. ketika seseorang merasakan efek media tiktok ini dan terasa memenuhi semua egonya maka disitulah media pada akhirnya berhasil mengontrol perilaku seseorang.

Disisi lain media seperti tiktok ini juga bisa menjadi sarana yang memperbaiki persepsi dan pengelola pengalaman yang unik. melalui konten oversharing dari @bos_kotakkk bisa kita lihat bahwa bagaimana pengalaman hubungannya yang kandas dikarenakan hanya dijadikan sebagai pelarian selama 6 bulan membuat audiens berempati pada dia dan mengelola pengalaman yang unik bagi audiens tentang hubungan yang biasanya saling mencintai dan memiliki beda halnya dengan ini, hubungan yang tidak pernah berarti apa-apa karena hanya sebagai pelampiasan. secara langsung audiens akan tergerak mengelola pengalaman-pengalaman hubungan yang pernah ia jalani sebagai bentuk crosscheck dari pengalaman video yang sudah mereka lihat. Hal ini sudah sangat jelas bahwa tiktok benar-benar memiliki dampak yang kuat terhadap diri kita sendiri, sebagaimana dengan teori ekologi media yang mengasumsikan



bahwa perilaku manusia sangat dipengaruhi kuat oleh media dalam memandang dunia dan seisinya.

Revolusi media di masyarakat membawa perubahan yang cukup besar dalam menjalani aktivitas kesehariannya. Perubahan secara global membawa impact yang luas bagi perkembangan teknologi dan media digital di Indonesia. Sebelum invasi ilmu pengetahuan dan teknologi digital menyebar secara global yakni yang dimana akses audiens akan sebuah informasi masih sangat terbatas. Hal ini dapat dilihat dari awal perkembangan media yaitu yang awalnya masyarakat bergantung pada media konvensional hingga perkembangan tersebut membawa masyarakat beralih ke media digital seperti media massa dan media sosial dengan memanfaatkan keberadaan internet yang sangat mempermudah akses informasi untuk masyarakat saat ini. Perkembangan media massa di era 4.0 sekarang ini adalah suatu kebutuhan yang sangat penting untuk publik dalam lingkup yang sangat luas.

Fenomena yang terjadi di masyarakat saat ini memiliki keterkaitan dengan asumsi dari teori ekologi media dimana media akan mengikat dan menyatukan dunia bersama-sama. Transformasi teknologi informasi salah satunya media, saat ini sudah membawa masyarakat menuju akan suatu pola budaya atau kebiasaan yang baru serta pola pikir perilaku dan sikap masyarakat. Seiring dengan perubahan yang cepat tanpa kita sadari media sekarang ikut mengubah kebiasaan dalam hidup kita serta menghadirkan beberapa kebutuhan. Keberadaan media dalam menyampaikan informasi biasanya lebih cenderung untuk memicu perubahan dan juga membawa banyak dampak dalam penetapan pola hidup masyarakat.

Adanya kebutuhan masyarakat akan informasi menyatukan mereka dalam sebuah sistem yang dimana kebutuhan tersebut dapat dipenuhi oleh media. Kehadiran media yang terus berkembang membuat manusia untuk



memahami lebih jauh tentang dunia dan perkembangannya sehingga pertukaran informasi tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu. Semua orang memiliki kesempatan untuk mencari ragam informasi yang terjadi dalam lingkup global. Fenomena inilah yang disebut sebagai global village dimana tidak ada lagi batasan antara yang satu dengan yang lain.

Apa yang terjadi di TikTok juga sejalan dengan asumsi ini. TikTok merupakan salah satu bentuk media sosial, tempat dimana orang-orang bisa saling berbagi informasi berupa video. Dengan menggunakan TikTok kita bisa mengetahui ragam informasi dan peristiwa yang sedang atau sudah terjadi. Tidak hanya berbagi informasi, namun TikTok juga menyediakan kolom komentar disetiap postingan guna memenuhi pendapat dari setiap penggunaannya. Kolom komentar tersebut bisa mempertemukan seluruh pengguna untuk bertukar pendapat dan ini adalah dampak dari media tersebut. Namun, kehadiran TikTok membuat para penggunanya kesulitan dalam menyeleksi informasi atau konten yang ingin diunggah.

Fenomena oversharing adalah salah satu dampak yang ditimbulkan oleh TikTok bagi penggunanya. Hal-hal yang sifatnya privasi menjadi bahan konsumsi publik melalui TikTok. Adanya keinginan untuk mengenal dan saling peduli mempengaruhi pengguna media sosial termasuk TikTok untuk lebih cenderung membagikan kisah kehidupan mereka, seperti membagikan status chat pribadi dengan pasangan. Apa yang menjadi topik pembahasan dalam chat tersebut adalah hal yang sifatnya privat dan tidak seharusnya diperlihatkan kepada orang lain. Namun tingkat keterkaitan dari konten tersebut pada akhirnya akan mempertemukan para pengguna TikTok yang lain. Mereka akan saling bertukar pendapat dan memberikan dukungan hanya dengan melalui kolom komentar. Tidak hanya melalui kolom komentar, para pengguna juga bisa saling terhubung karena



berbagai fitur yang dihadirkan oleh media TikTok seperti stich video dan fitur live. Dengan berbagai fitur dan kemudahan yang dihadirkan oleh media seperti TikTok, membuat para penggunanya sangat tergantung akan media. Ketergantungan dan berbagai kebutuhan tersebut membuat media dan manusia terikat secara bersamaan.

KESIMPULAN

Dukungan dan validasi yang berupa feedback dari lingkungan sosial juga menimbulkan interaksi terhadap sesama individu. Interaksi yang tidak hanya secara tatap muka langsung tetapi dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat ini sudah membuat banyak hal tersebut terjadi di media sosial seperti halnya media sosial TikTok.

Adanya 3 asumsi dari Teori Ekologi Media yaitu; (1) Media mempengaruhi setiap perbuatan atau tindakan dalam masyarakat. (2) Media memperbaiki persepsi dan mengelola pengalaman, (3) Media mengikat dunia bersama-sama. Dengan hal tersebut terdapat pergeseran struktur sosial masyarakat secara tidak langsung. Sehingga mengubah pola komunikasi yang terjadi di dalam masyarakat. Konten dengan adanya dukungan serta Validasi sering dijumpai saat ini, maka dari itu jenis konten yang memicu para penonton dan pengguna TikTok untuk memberi dukungan serta validasi yaitu konten yang menceritakan hal-hal pribadi kepada khalayak luas melalui media social TikTok, seperti membagikan informasi tentang masalah keluarga, hubungan dengan teman, pacar, suami, istri, ataupun masalah-masalah lainnya yang dapat dikategorikan atau digolongkan oleh masyarakat sebagai masalah atau hal pribadi atau privasi, yang seharusnya hanya diketahui oleh orang- orang terdekat saja. Lalu bentuk dari konten oversharing ini berupa screenshot chat pribadi, serta caption atau teks panjang pelengkap gambar yang mengandung

kebutuhan pembenaran atau validasi dengan penyampaian informasi yang berlebihan. Dari adanya konten tersebut dukungan publik dan validasi yang didapat oleh pemilik konten dari para pengguna atau penonton TikTok yaitu berupa kalimat yang diketik di kolom komentar, yang mana hal ini dapat menimbulkan persepsi yang sama karena merasa *related* (berhubungan) dengan apa yang dialami oleh penonton konten tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Akhtar, Hanif. 2020. "Perilaku Oversharing Di Media Sosial: Ancaman Atau Peluang?" *Psikologika : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi* 25(2):257–70. doi: 10.20885/psikologika.vol25.iss2.art7.
- Ayun, Primada Qurrota. 2015. "Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial Dalam Membentuk Identitas." *CHANNEL Jurnal Komunikasi* 3(2):1–16. doi: 10.12928/channel.v3i2.3270.
- Batik, Indonesia. n.d. "Pengguna Internet Di Indonesia Makin Tinggi | Indonesia Baik." Retrieved April 1, 2023 (<https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi>).
- Cahyani, Dini Dwi. 2020. "Dampak Penggunaan Aplikasi Tik Tok Dalam Interaksi Sosial (Study Kasus Di SMA Negeri 11 Teluk Betung Timur Bandar Lampung)." *Skripsi*.
- Damayanti, Mesra. 2017. "Pengaruh Pemberian Tugas Terstruktur Dengan Umpan Balik Individual Terhadap Hasil Belajar Siswa." *Saintifik* 2(1):46–53. doi: 10.31605/saintifik.v2i1.95.
- Al Fathan, Rizzy Andika, and Amin Aminudin. 2021. "Strategi Tim Visual Indozone.Id Dalam Perancangan Infografik Di Media Sosial Instagram." *Jurnal Kajian Media* 5(1):60–75. doi: 10.25139/jkm.v5i1.3625.
- Gratia, Gabriela Prima, Elisabet Larasati Kartika Merah, Meilisa Dewi Triyanti, Tarisius Paringa, and Clara Hetty Primasari. 2022.

- “Fenomena Racun Tik-Tok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa Di Masa Pandemi COVID-19.” *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi* 2(1). doi: 10.24002/konstelasi.v2i1.5272.
- Halldi, Risna, and Aflaha Rizal Bahtiar. n.d. “Mengapa Seseorang Butuh Validasi?” Retrieved May 4, 2023 (<https://www.suara.com/lifestyle/2022/01/11/105132/mengapaseorang-butuh-validasi>).
- Hasiholan, Togi Prima, Rezki Pratami, and Umaimah Wahid. 2020. “Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19.” *Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi* 5(2):70–80. doi: 10.36341/cm.v5i2.1278.
- Informatika, Kementerian Komunikasi dan. n.d. “Kementerian Komunikasi Dan Informatika.” Retrieved April 1, 2023 (https://www.kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internetindonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media).
- M.A., Morrisian, and Andy Corry Wardhani. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. edited by F. Hamid. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, Agung Putra, and Muhammad Irfan Djamzuri. 2022. “Teknologi Tokopedia Play Live Shooping Dalam Perspektif Ekologi Media Konvergensi.” *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)* 6(3):10566–71. doi: 10.36312/jisip.v6i3.3487.
- Soraya, Iin. 2017. “Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta).” *Jurnal Komunikasi* 8(2):30–38.
- West, Richard, and Lynn H. Turner. 2010. *Introducing Communication Theory*.