

The Phenomenon Of Oversharing Behavior On Social Media From A Clinical Psychology Perspective

Hamzanwadi¹ Fathurrahman²

¹ STID Mustafa Ibrahim Al-Ishlahuddiny Kediri Lombok Barat, Indonesia

² Universitas Islam Negeri Mataram

Email: wadihamzan648@gmail.com , fathurrahman305@uinmataram.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel

Diterima: 05-09-2025

Direvisi: 10-09-2025

Disetujui: 19-09-2025

Dipublikasikan: 29-09-2025

Keyword:

Oversharing _1

Social Media _2

Clinical Psychology _3

Phenomenology _4

Abstract

This study examines the phenomenology of oversharing behavior on social media from a clinical psychology perspective, focusing on the subjective experiences of individuals engaged in it. Oversharing, defined as the tendency to disclose highly detailed or sensitive personal information online, has become increasingly common in the digital era. Using a qualitative phenomenological approach, the research involved in-depth interviews to explore motivations, psychological factors, and perceived impacts. Findings reveal that needs for social validation, feelings of loneliness, identity-related anxiety, and insecure attachment significantly contribute to oversharing. While some participants reported feelings of support and care, long-term effects often included decreased mental well-being, such as anxiety, depression, and social isolation. Social media was also found to function as a space for identity formation and expression, yet it heightened vulnerability to social judgment. The study suggests that cognitive-behavioral therapy and mindfulness-based strategies can help individuals regulate emotions, manage identity, and reduce oversharing in healthier ways.

Introduction

Di era digital saat ini, penggunaan media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Dengan lebih dari 4,7 miliar pengguna aktif di seluruh dunia, media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga wadah untuk berbagi informasi, pendapat, dan bahkan aspek pribadi dari kehidupan individu. Salah satu fenomena yang muncul dalam penggunaan media sosial adalah oversharing atau perilaku berbagi informasi secara berlebihan, terutama yang berkaitan dengan aspek pribadi, emosional, atau bahkan sensitif.

Fenomena oversharing dalam konteks media sosial merujuk pada perilaku individu yang secara berlebihan membagikan informasi pribadi, seperti pengalaman emosional, masalah pribadi, kesehatan mental, atau bahkan kejadian-kejadian yang seharusnya tetap bersifat privat. Informasi tersebut tidak hanya dibagikan dengan teman-teman terdekat, tetapi juga dapat tersebar kepada khalayak yang lebih luas, termasuk orang asing atau bahkan pengikut yang tidak dikenal (Marrwick, 2011).

Prilaku *oversharing* atau berbagi informasi secara berlebihan di media sosial kini menjadi topik yang banyak dibahas dalam penelitian perilaku kontemporer. Istilah ini merujuk pada situasi di mana seseorang membagikan terlalu banyak informasi pribadi baik secara sengaja maupun tidak sengaja yang dianggap tidak sesuai dengan konteks atau situasi tertentu. Pengungkapan informasi ini bisa mencakup berbagai hal pribadi, seperti perasaan, kejadian sehari-hari, atau bahkan hal-hal yang seharusnya lebih privat dan mengartikan perilaku ini sebagai pengungkapan yang berlebihan dan tidak sesuai dengan audiens atau situasi yang ada (Hoffman, 2009).

Di media sosial, perilaku *oversharing* sering terjadi karena dorongan untuk mendapatkan perhatian atau pengakuan dari orang lain, atau sekadar berbagi pengalaman tanpa mempertimbangkan dampaknya. Beberapa penelitian menunjukkan dampak negatif yang dapat muncul akibat perilaku ini. Salah satunya adalah fenomena *fear of missing out* (FOMO), yang menggambarkan rasa cemas atau terisolasi saat melihat orang lain berbagi momen-momen hidup mereka yang tampak lebih menarik di media sosial. Hal ini bisa menimbulkan rasa tidak puas dengan kehidupan pribadi dan memicu masalah psikologis (Przybylski, 2013).

Griffiths juga menyebutkan bahwa perilaku *oversharing* dapat menunjukkan gejala adiksi terhadap media sosial, yang dikenal sebagai *Problematic Internet Use* (PIU), dan berpotensi mengganggu kesejahteraan psikologis serta sosial individu. Selain itu, *oversharing* juga bisa memicu perundungan di dunia maya (*cyberbullying*) dan menyebabkan perbandingan diri yang tidak sehat dengan orang lain (Griffiths, 2013). Orang yang sering membagikan informasi pribadi secara berlebihan bisa menjadi sasaran komentar negatif atau bahkan serangan verbal di media sosial (Chan, 2019), yang akhirnya berdampak pada harga diri dan kesehatan mental mereka (Radovic, 2017).

Namun, dampak negatif dari *oversharing* ini sangat bergantung pada beberapa faktor, seperti jenis media sosial yang digunakan, frekuensi penggunaan, serta waktu yang dihabiskan di platform tersebut. Misalnya, penggunaan media sosial yang lebih terfokus dan selektif, seperti untuk tujuan profesional, mungkin tidak menimbulkan dampak negatif yang sama seperti penggunaan media sosial secara berlebihan tanpa pengendalian.

Secara keseluruhan, perilaku *oversharing* menunjukkan adanya ketegangan antara keinginan untuk terhubung dengan orang lain dan potensi dampak buruk yang muncul dari membagikan informasi pribadi secara berlebihan. Oleh karena itu, sangat penting bagi pengguna media sosial untuk lebih bijak dalam memilih informasi yang ingin dibagikan dan mempertimbangkan dampak sosial serta psikologis yang mungkin ditimbulkan dari unggahan mereka.

Perilaku ini seringkali diiringi dengan dorongan untuk mendapatkan validasi sosial, perhatian, atau rasa diterima dari orang lain (Jang, 2018). Namun, meskipun tampaknya dapat

memberikan kepuasan emosional dalam jangka pendek, perilaku oversharing dapat menimbulkan dampak psikologis yang lebih kompleks. Beberapa studi menunjukkan bahwa perilaku ini dapat berhubungan dengan gangguan kesehatan mental, seperti kecemasan, depresi, atau perasaan isolasi (Gerson, 2021). Selain itu, ada pula potensi dampak negatif terkait dengan privasi, seperti kebocoran informasi pribadi yang dapat dimanfaatkan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab (Lwin, 2018).

Dari perspektif psikologi klinis, fenomena oversharing bisa dipahami sebagai bentuk coping mechanism, di mana individu berusaha mengatasi perasaan cemas, kesepian, atau stres dengan berbagi informasi secara terbuka kepada publik. Namun, perilaku ini juga dapat menandakan adanya kesulitan dalam mengelola emosi atau masalah interpersonal, yang sering kali dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kurangnya keterampilan dalam membangun hubungan yang sehat atau pengalaman masa lalu yang traumatis (Joinson, 2008).

Dalam konteks ini, sangat penting untuk mengkaji fenomena oversharing dari sudut pandang psikologi klinis untuk memahami bagaimana perilaku ini berkembang, faktor-faktor psikologis yang mempengaruhinya, serta dampak jangka panjangnya terhadap kesehatan mental individu. Memahami fenomena ini tidak hanya akan memberikan wawasan lebih dalam tentang dinamika perilaku individu di media sosial, tetapi juga memberikan peluang bagi para profesional kesehatan mental untuk merancang intervensi yang lebih efektif bagi mereka yang terlibat dalam perilaku oversharing, agar dapat mengelola pengalaman emosional mereka dengan cara yang lebih sehat dan konstruktif (Choi, 2017).

Methods

Metode penelitian dalam studi fenomenologi ini akan mengutamakan pendekatan kualitatif untuk menggali pengalaman subjektif individu yang terlibat dalam perilaku oversharing di media sosial, dengan fokus pada perspektif psikologi klinis. Penelitian ini akan menggunakan wawancara mendalam sebagai teknik pengumpulan data utama, dengan melibatkan partisipan yang memiliki pengalaman dalam melakukan oversharing, baik secara sadar maupun tidak sadar, di platform media sosial. Analisis data dilakukan melalui teknik analisis fenomenologi yang mengutamakan pemahaman terhadap makna yang terkandung dalam pengalaman-pengalaman tersebut, serta bagaimana faktor-faktor psikologis, seperti kebutuhan untuk validasi diri, kecemasan, atau perasaan terisolasi, mempengaruhi perilaku oversharing. Dalam penelitian ini, juga akan diperhatikan konteks sosial dan budaya yang membentuk pengalaman individu, serta dampaknya terhadap kesejahteraan mental dan hubungan interpersonal mereka (Moustakas, 1994).

Results and Discussion

1. Pemahaman Tentang Perilaku Oversharing

Secara teoritis, perilaku oversharing di media sosial dapat dipahami sebagai suatu kecenderungan untuk membagikan informasi pribadi yang sangat detail atau sensitif secara terbuka di platform sosial. Dalam perspektif psikologi klinis, perilaku ini seringkali dikaitkan dengan kebutuhan untuk mendapatkan validasi sosial, perasaan kesepian, atau kecemasan terkait identitas diri. Fenomena ini seringkali dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti rendahnya rasa harga diri atau ketidakmampuan untuk mengelola emosi dengan sehat. Menurut teori kebutuhan sosial, individu yang merasa kebutuhan dasar psikologis mereka, seperti rasa diterima dan dihargai, belum terpenuhi, cenderung mencari cara untuk mendapatkan perhatian dan pengakuan, yang bisa terwujud dalam perilaku oversharing (Maslow, 1943).

2. Faktor Psikologis yang Mendorong Oversharing

Berdasarkan hasil penelitian fenomenologi, sebagian besar partisipan mengungkapkan bahwa perilaku oversharing mereka sering kali dipicu oleh perasaan terisolasi atau tidak terhubung dengan orang lain secara emosional. Teori keterikatan (attachment theory) yang dikembangkan oleh Bowlby dan menyatakan bahwa individu dengan keterikatan yang tidak aman atau tidak memadai pada masa kanak-kanak cenderung memiliki kesulitan dalam membangun hubungan yang sehat di masa dewasa. Mereka mungkin menggunakan media sosial sebagai alat untuk mencari dukungan emosional atau merasa diterima oleh orang lain. Perilaku oversharing ini berfungsi sebagai cara untuk mengatasi perasaan kesepian atau rasa kurangnya kontrol atas hubungan interpersonal (Bolby, 1969).

3. Dampak Perilaku Oversharing terhadap Kesehatan Mental

Dalam pembahasan mengenai dampak perilaku oversharing, temuan penelitian menunjukkan bahwa meskipun individu yang melakukan oversharing mungkin merasakan kepuasan sementara atau dukungan sosial, perilaku ini sering kali berujung pada perasaan penyesalan atau penurunan kesejahteraan mental. Teori regulasi emosi yang dikembangkan Gross menunjukkan bahwa individu yang kesulitan dalam mengelola emosi mereka cenderung beralih ke perilaku maladaptif, seperti oversharing, sebagai upaya untuk mengungkapkan perasaan yang terpendam. Meskipun ini memberikan efek pelepasan emosional sementara, dalam jangka panjang, perilaku ini bisa memperburuk kecemasan, depresi, atau rasa terasing dari orang lain. Beberapa partisipan juga melaporkan bahwa mereka merasa "terjebak" dalam

pola oversharing, karena setiap unggahan yang semakin intens membutuhkan perhatian lebih besar untuk mendapatkan pengakuan atau respons dari orang lain (Gross, 2002).

4. Pengaruh Media Sosial terhadap Pola Perilaku

Media sosial, sebagai platform komunikasi yang sifatnya terbuka dan seringkali anonim, memengaruhi cara individu berbagi informasi pribadi. Sebagaimana dijelaskan dalam teori "self-presentation" oleh Goffman, individu seringkali berperilaku berdasarkan bagaimana mereka ingin dipersepsikan oleh orang lain. Di media sosial, keinginan untuk terlihat menarik, populer, atau relevan dapat mendorong individu untuk melakukan oversharing, yang pada gilirannya dapat berujung pada kehilangan kontrol terhadap informasi pribadi. Temuan ini menegaskan bahwa meskipun teknologi memungkinkan koneksi sosial yang lebih luas, ia juga dapat memperburuk masalah psikologis jika tidak digunakan dengan bijaksana (Goffman, 1959).

5. Pentingnya Intervensi Psikologis

Dari perspektif psikologi klinis, penting untuk memberikan intervensi yang mengedepankan pengelolaan emosi dan penguatan identitas diri. Terapi kognitif-perilaku (CBT) bisa menjadi pendekatan yang efektif untuk membantu individu mengidentifikasi pola pikir maladaptif yang mendorong perilaku oversharing dan menggantinya dengan pola pikir yang lebih sehat dan adaptif. Selain itu, pendekatan berbasis mindfulness dapat membantu individu belajar untuk lebih sadar akan perasaan mereka dan mengembangkan keterampilan untuk mengelola perasaan tanpa harus bergantung pada pengakuan sosial.

6. Keterkaitan dengan Identitas Diri dan Konstruksi Sosial

Teori identitas sosial juga relevan untuk memahami fenomena ini. Media sosial memberi individu ruang untuk membentuk dan mempresentasikan identitas mereka di depan umum. Oversharing dapat dilihat sebagai upaya untuk menunjukkan siapa mereka sebenarnya, atau bahkan menciptakan persona ideal yang diinginkan. Namun, ketergantungan yang berlebihan pada validasi eksternal dapat merusak konsep diri yang sehat, karena identitas individu menjadi bergantung pada respons sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa partisipan merasa cemas dan tertekan ketika mereka tidak mendapatkan respons yang diinginkan atau ketika respons yang diterima tidak sesuai dengan harapan mereka (Tajfel, 1979).

Conclusion

Penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku oversharing di media sosial merupakan fenomena yang dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis yang kompleks, termasuk kebutuhan untuk mendapatkan validasi sosial, perasaan kesepian, kecemasan terhadap identitas diri, dan pengalaman keterikatan yang tidak aman. Dalam perspektif psikologi klinis, perilaku ini dapat dilihat sebagai suatu mekanisme koping untuk mengatasi perasaan terisolasi atau tidak dihargai, meskipun dalam jangka panjang dapat berdampak negatif terhadap kesejahteraan mental individu, seperti peningkatan kecemasan, depresi, dan rasa terasing dari orang lain. Meskipun media sosial memberikan ruang untuk membentuk dan mengekspresikan identitas diri, ketergantungan pada respons sosial eksternal seringkali mengarah pada ketidakstabilan emosional dan gangguan pada konsep diri yang sehat.

Dari temuan ini, disarankan untuk melakukan intervensi psikologis yang menekankan pada pengelolaan emosi yang lebih adaptif dan peningkatan kualitas hubungan sosial yang lebih sehat. Pendekatan berbasis terapi kognitif-perilaku (CBT) dan mindfulness dapat membantu individu dalam mengidentifikasi dan mengubah pola perilaku maladaptif, serta memperkuat pengelolaan identitas diri yang lebih stabil dan positif. Dengan demikian, pemahaman yang lebih dalam tentang perilaku oversharing dalam konteks psikologi klinis dapat memberikan wawasan yang berguna bagi intervensi yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan mental dan kesehatan psikologis individu di era digital.

References

- Bolby, J. (1969). *Attachment and Loss: Volume I. Attachment. Basic Books.*
- Chan, M. e. (2019). Cyberbullying and its effects on mental health. *Journal of Internet Research*, 45(2), 101-117.
- Choi, S. H. (2017). Psychological Approaches to Coping with Social Media Stress and Anxiety: The Role of Social Support and Self-Esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(6), 366-374.
- Gerson, S. (2021). The Psychological Effects of Oversharing on Social Media: A Comprehensive Review. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(10), 670-676.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Anchor Books.
- Griffiths, M. D. (2013). Social networking addiction: An overview of problematic internet use. *Journal of Behavioral Addictions*, 2(2), 63-68.
- Gross, J. J. (2002). Emotion Regulation: Affective, Cognitive, and Social Consequences. . *Psychophysiology*, 39(3), 281-291.

- Hoffman, D. L. (2009). The effects of oversharing on social relationships. *Journal of Social Media Studies*, 21(4), 54-72.
- Jang, S. M. (2018). The Social Media-Driven Validation: The Effect of Instagram's Social Validation on Self-Esteem. *Journal of Media Psychology*, 30(3), 134-142.
- Joinson, A. N. (2008). Self-disclosure on the Web: The Role of Self-awareness and the Disclosure of Intimate Details. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 2319-2334.
- Lwin, M. O. (2018). Protecting Privacy on Social Media: The Role of Social Capital and Privacy Concerns. *Journal of Interactive Marketing*, 32(1), 32-43.
- Marrwick, A. E. (2011). I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience. *New Media & Society*, 13(1), 114-133.
- Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological Research Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Przybylski, A. K. (2013). Fear of missing out: The relationship between social media use and mental health. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 32(5), 349-357.
- Radovic, V. e. (2017). Social media and self-esteem: Implications for adolescents. *Psychological Science Quarterly*, 5(2), 111-120.
- Tajfel, H. &. (1979). *An Intergroup Theory of Social Identity*. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations* (pp. 33-47).