

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Kehidupan sosial seseorang digambarkan sebagai panggung sandiwara. Layaknya di panggung, sebuah drama memiliki aktor, audiens, dan kisah (Arisandi, 2015). Dalam mempertahankan gambaran diri yang stabil, manusia akan cenderung melakonkan peran peran sebagaimana halnya seorang aktor atau aktris memainkan perannya diatas panggung pertunjukkan. Goffman mempunyai asumsi bahwa ketika individu berinteraksi atau memainkan lakon lakon, dalam panggung sandiwawara, maka mereka ingin supaya diri (*self*) mereka diterima Goffman(1956). Dramaturgi, dalam pendekatan analitis digunakan untuk memahami struktur dan elemen-elemen yang membentuk sebuah pertunjukan. Dalam konteks panggung teater, ini mencakup segala sesuatu mulai dari skenario hingga pengaturan panggung, pencahayaan, kostum, dan interaksi antar aktor (Mahon, 2015).

Ketika diterapkan pada dunia media sosial, terutama platform seperti Instagram, dramaturgi “menyajikan” pandangan yang dalam tentang bagaimana individu memilih untuk menyajikan diri mereka kepada dunia. Penelitian dramaturgi mengenai motif fenomena *oversharing* di media sosial Instagram menjadi penting karena dalam hal ini telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, mempengaruhi bagaimana individu mengekspresikan diri dan berinteraksi dengan orang lain. Dengan menggunakan perspektif dramaturgi, yang melihat kehidupan sosial sebagai serangkaian penampilan di atas panggung, penelitian ini dapat mengungkap bagaimana pengguna instagram mengelola identitas mereka dan alasan di balik keinginan mereka untuk membagikan detail tentang kepribadian mereka. Studi ini sangat penting untuk memahami dinamika sosial, terutama di era digital di mana batas antara ruang pribadi dan publik semakin kabur.

Media sosial sebagai alat digital yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan bertukar informasi, ide, serta berbagai bentuk konten seperti foto dan video. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok telah merevolusi cara orang berkomunikasi dan berinteraksi, menjembatani jarak fisik dan waktu. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk berkomunikasi tetapi banyak juga orang

menggunakan media sosial untuk pamer dan *oversharing*. Keunggulan media sosial terletak pada kemampuannya untuk menyebarkan informasi secara cepat dan luas, serta menciptakan komunitas virtual yang didasarkan pada minat dan tujuan yang sama. Representasi dan presentasi diri yang dibangun dalam media sosial seringkali ditemui. Menurut (Rettberg, 2017) representasi diri merupakan sebuah tanda atau makna yang terlihat dan dibangun dengan berbagai cara, sedangkan presentasi diri adalah cara seseorang bertindak menampilkan diri.

Oversharing merupakan pengungkapan informasi yang berlebihan atau tidak sesuai dengan konteks tertentu (Hoffman, 2009). Sebagai sebuah fenomena terkini, banyak tanggapan yang muncul dan berbagai interaksi yang muncul dalam perilaku ini. *Oversharing* berarti mengungkapkan lebih banyak perasaan, pendapat, dan seksualitas batin mereka daripada merekalakukan secara langsung. Bisa diartikan bahwa *oversharing* melibatkan kedalam hal drama, berputar atau bermain.

Oversharing (terlalu banyak memberi informasi) pengepost-an atau penyebaran informasi yang sangat pribadi, seperti status hubungan seseorang (Mawarningsih et al, 2022). *Oversharing* bisa dilakukan oleh semua orang yang menggunakan media sosial, bisa diartikan bahwa perilaku *oversharing* dilakukan oleh pengguna media social secara luas. Luas diartikan bias dijumpai disemua media sosial yang disebabkan beberapa fitur yang membagikan cerita keseharian pengguna. Sehingga luas tidak dalam satu media sosial tentunya segala bentuk *oversharing* bias ditemukan. Fenomena ini menuai anggapan yang negatif, dikarenakan banyak sekali dampak merugikan dari perilaku overhsaring ini.

Batasan oversharing dalam konteks duta sosiologi menjadi penting untuk diperhatikan, terutama ketika individu yang menyandang status sebagai duta turut membawa identitas institusional, seperti program studi sosiologi, ke dalam ruang media sosial pribadinya. Oversharing tidak hanya berkaitan dengan seberapa banyak informasi pribadi yang dibagikan, tetapi juga terletak pada ketidaksesuaian antara konten yang dipublikasikan dengan peran sosial yang diemban. Ketika seorang duta menyematkan tag identitas seperti “@dutasosiologi” atau menyebutkan nama program studi dalam bio Instagram-nya, maka setiap unggahan memiliki potensi untuk dibaca sebagai representasi dari institusi, bukan semata ekspresi personal. Dalam kondisi ini, batas oversharing tercapai ketika unggahan

berisi curahan hati, opini kontroversial, atau konten emosional yang tidak berhubungan dengan fungsi kelembagaan, namun tetap diasosiasikan dengan prodi karena adanya simbol representatif di akun tersebut. Hal ini menimbulkan ambiguitas peran, di mana identitas personal dan kelembagaan tercampur, dan berisiko menimbulkan kesalahpahaman publik terhadap citra program studi sosiologi itu sendiri. Oleh karena itu, penting untuk memahami bahwa dalam konteks duta, ruang privat di media sosial tidak sepenuhnya terpisah dari ranah publik dan institusional, terutama ketika simbol-simbol representatif seperti tag atau bio yang menyebutkan “duta sosiologi” secara eksplisit ditampilkan.

Dalam konteks digital saat ini, *oversharing* sering kali melibatkan pengungkapan detail yang biasanya tidak dibagikan dalam percakapan tatap muka sehari-hari. *Oversharing* dikatakan sebagai pengungkapan informasi yang berlebihan ataupun tidak sesuai dengan konteks tertentu (Akhtar, 2020). Alasan di balik perilaku ini bervariasi, mulai dari keinginan untuk mendapatkan perhatian dan validasi hingga kesalahpahaman tentang privasi di platform digital. Meskipun berbagi informasi dapat menciptakan kedekatan dan solidaritas di antara pengguna, *oversharing* justru bisa menimbulkan masalah privasi dan keamanan, serta dampak negatif pada citra diri seseorang.

Banyak informasi yang dibagikan melalui media sosial pada kalangan muda. Seringkali menjumpai memposting kegiatan yang sedang dilakukan di media sosial seperti kegiatan kuliah, liburan, dan lain sebagainya. Ketika membagikan sebuah informasi, secara tidak langsung orang akan melihat dan mengetahui hal tersebut. Selain itu, media sosial sering kali menjadi wadah bagi penyebaran informasi palsu atau hoaks, yang dapat memicu kebingungan dan ketidakpercayaan dalam masyarakat. Privasi pengguna juga menjadi isu utama, dengan banyaknya data pribadi yang dikumpulkan dan disalahgunakan oleh pihak ketiga untuk tujuan komersial. Meskipun demikian, dengan penggunaan yang bijak dan kesadaran akan risiko yang ada, media sosial dapat menjadi alat yang sangat bermanfaat untuk komunikasi dan pengembangan diri.

Erving Goffman membagi kehidupan sosial menjadi 2 bagian yaitu panggung depan (front stage) dan panggung belakang (back stage). Hal itu dijelaskan dalam karya Goffman yang berjudul: “*Presentation of Self in Everyday Life*”,

“ There is the popular view that the individual offers his performance and puts on his show 'for the benefit of other people.’ ” (Goffman, 1956)

(“Terdapat pandangan umum bahwa individu mempersembahkan penampilannya dan menampilkan pertunjukannya untuk keuntungan orang lain”)

Karya tersebut mempunyai asumsi jika individu akan memainkan lakon agar diri mereka diterima, sehingga dalam hal ini tercipta batasan antara panggung depan dan panggung belakang. Panggung depan sebagai tempat pertunjukan segala sesuatu diatas panggung. Dalam pendekatan ini ada perbandingan kehidupan sosial sebagai pertunjukan atau drama (Arisandi, 2015). Didalamnya panggung yang berarti tempat kehidupan sosial berlangsung sedangkan aktor adalah status tertentu di masyarakat. Dalam gambaran Goffman yang dijelaskan para aktor berharap penonton atau orang disekitar bisa memiliki gambaran positif tentang diri mereka atau gambaran yang diharapkan aktor tersebut.

Di dalam panggung Instagram, individu sering kali berusaha untuk menciptakan “merek” yang diinginkan atau diharapkan oleh audiens. “Merek” adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa penjual atau kelompok penjual dan untuk mendiferensiasikannya dari barang atau jasa pesaing (Kotler & Keller, 2012). Perbedaan sebuah nama dan atau simbol (logo, trademark, atau kemasan) yang dimaksudkan untuk mengidentifikasikan barang atau jasa dari satu produsen atau satu kelompok produsen dan untuk membedakan dari yang lain yang digunakan sebagai perbandingan.

Mereka memilih apa yang akan dipamerkan di depan layar dan apa yang akan disembunyikan di balik layar. Dramaturgi membantu kita menyadari bahwa setiap unggahan di Instagram adalah bagian dari representasi diri yang dipilih dengan cermat, dengan setiap elemen yang disusun untuk membangun karakter yang diinginkan oleh individu tersebut. Namun, seperti di panggung teater konvensional, apa yang ditampilkan di panggung digital Instagram tidak selalu mencerminkan realitas sepenuhnya (Suneki & Haryono, 2012). Ada kesenjangan antara apa yang dipresentasikan kepada dunia secara publik dan apa yang tersembunyi di balik layar. Dramaturgi memungkinkan kita untuk menelusuri kesenjangan ini dan melihat bahwa apa yang kita lihat di Instagram hanyalah sebagian kecil dari kenyataan yang lebih kompleks di balik layar.

Panggung belakang di Instagram tempat di mana individu menyimpan aspek-aspek kehidupan yang tidak selalu terlihat di unggahan publik mereka. Ini mencakup berbagai hal, mulai dari proses kreatif dalam menciptakan konten hingga tantangan pribadi yang mereka hadapi di kehidupan sehari-hari. Misalnya, seorang seniman mungkin menyimpan foto-foto draft, sketsa, atau proses pembuatan karya seni mereka di belakang layar sebelum membagikannya ke publik. Panggung belakang juga menjadi tempat untuk menyimpan momen-momen intim yang tidak cocok untuk dibagikan secara luas, seperti momen kesedihan, kegagalan, atau pertimbangan pribadi. Proses kreatif sering kali menjadi bagian penting dari panggung belakang di Instagram. Meskipun unggahan publik sering kali menampilkan hasil akhir dari sebuah karya atau pencapaian, di belakang layar terdapat usaha, waktu, dan dedikasi yang diperlukan untuk mencapai itu. Misalnya, seorang fotografer mungkin menyimpan banyak percobaan dan kesalahan sebelum mencapai gambar yang sempurna yang mereka bagikan ke publik. Ini mencerminkan kerja keras dan komitmen yang terjadi di balik layar.

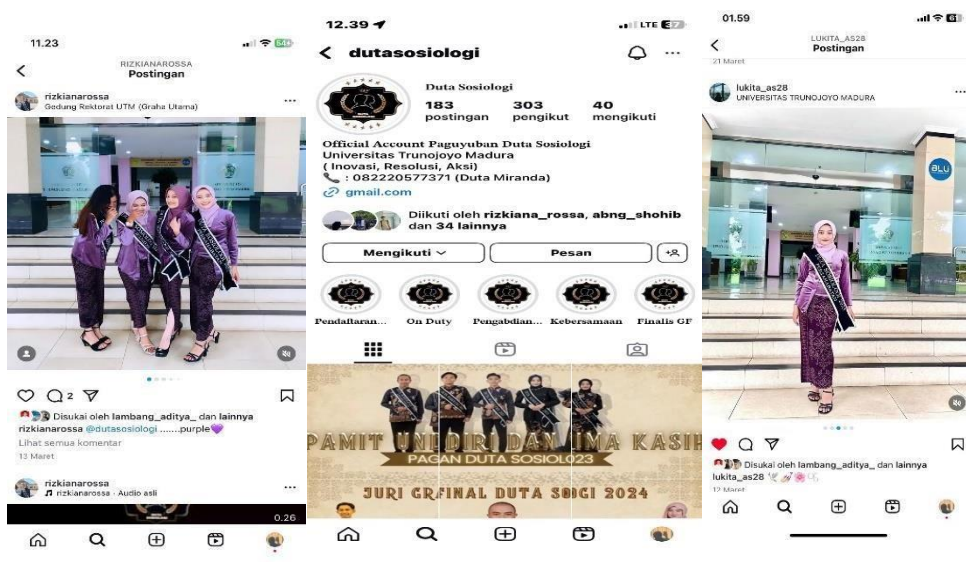
Panggung depan di Instagram secara selektif memilih dan menyusun konten untuk dipresentasikan kepada publik. Ini adalah representasi dari citra yang diinginkan atau diharapkan oleh individu, yang dirancang untuk menarik perhatian, mendapatkan pujian, atau memengaruhi persepsi orang lain tentang diri mereka. Di sini, setiap detail, mulai dari gambar-gambar yang diunggah hingga cerita-cerita yang diceritakan, dipilih dengan cermat untuk menciptakan narasi yang kohesif dan memikat. Gambar-gambar yang diposting di panggung depan sering kali diatur dengan cermat untuk menampilkan kehidupan yang diinginkan atau ideal. Ini mungkin mencakup gambar-gambar dari liburan mewah, momen-momen bahagia dengan teman-teman atau keluarga, atau pencapaian profesional yang membanggakan. Setiap foto dipilih dengan hati-hati untuk mencerminkan citra yang diinginkan oleh individu tersebut, yang mungkin berbeda dari realitas sehari-hari mereka.

Dalam era digital saat ini, penggunaan media sosial oleh institusi pendidikan untuk mempromosikan program studi telah menjadi hal umum. Salah satu strategi yang efektif adalah penunjukan Duta Program Studi, yang biasanya adalah mahasiswa yang dipilih untuk mewakili dan mempromosikan program mereka kepada calon mahasiswa dan publik. Para duta ini berperan penting dalam menciptakan citra positif dan menarik bagi program studi mereka, menggunakan berbagai media sosial untuk berbagi pengalaman,

pencapaian, dan aktivitas akademik. Melalui peran ini, mereka tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga membangun hubungan emosional dengan audiens mereka.

Pendekatan dramaturgi, yang diperkenalkan oleh Erving Goffman, memberikan kerangka kerja yang kuat untuk memahami bagaimana para duta program studi mengelola identitas dan citra mereka di media sosial. Dalam perspektif dramaturgi, kehidupan sosial dilihat sebagai serangkaian "penampilan" yang dipentaskan di "panggung" depan dan belakang. Para duta program studi berada di "panggung depan" ketika mereka berinteraksi di media sosial, berusaha menampilkan citra yang ideal dan menarik dari diri mereka dan program studi yang mereka wakili. Mereka memanfaatkan berbagai alat seperti foto, video, dan cerita untuk mengkonstruksi narasi yang diinginkan, dengan tujuan mempengaruhi persepsi audiens

gambar 1.1 1 Foto Akun I nstagram Duta Sosiol ogi



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dari penjelasan tersebut individu akan membangun tanda atau citra diri sesuai dengan harapannya. Ketika individu sedang menunjukkan representasi dirinya, maka jarang mengatakan kebenaran tentang diri sendiri. Penelitian (Putri,2016) bahwa berbagai citra yang dibangun untuk mempresentasikan diri individu sesuai yang diinginkan adalah bagian dari masyarakat yang ingin melihatkan sesuatu yang tampak saja. Panggung depan mereka ditandai dengan penyajian fashion yang menarik, makeup yang sempurna, dan konten yang telah diedit dengan cermat, menciptakan citra ideal yang ingin mereka

tunjukkan kepada publik. Dalam hal ini, setiap postingan dirancang untuk mempertahankan citra positif sebagai duta sosiologi, di mana estetika dan kesan glamor menjadi prioritas utama. Ini menciptakan ilusi bahwa kehidupan mereka selalu menampilkan yang terbaik. Sebaliknya, panggung belakang mereka mengungkapkan kenyataan sehari-hari yang lebih kompleks. Misalnya, meskipun mereka memposting foto-foto menarik, di balik layar mereka mengalami tekanan dari tugas kuliah, masalah pribadi, atau momen-momen santai yang tidak diungkapkan, seperti berkumpul dengan teman-teman di kafe sambil mengerjakan tugas. Kehidupan mereka tidak selalu sesuai dengan citra yang ditampilkan, menciptakan jarak antara realitas dan personal yang dibangun di media sosial. Dengan demikian, interaksi antara panggung depan dan panggung belakang ini memperlihatkan bagaimana individu membentuk narasi dan identitas mereka di era digital, sering kali berusaha menyeimbangkan antara harapan publik dan realitas pribadi.

Pemilihan duta sosiologi sebagai objek penelitian dilandasi oleh realitas bahwa peran dan eksistensinya masih kurang mendapat perhatian, baik secara institusional maupun dalam kajian akademik. Duta prodi pada dasarnya dihadirkan sebagai representasi simbolik dan komunikatif dari sebuah program studi. Namun, dalam konteks duta sosiologi, posisi ini sering kali tidak dimaksimalkan sesuai potensi representatifnya. Mereka jarang dilibatkan dalam kegiatan resmi kelembagaan atau strategi promosi akademik, dan kehadirannya lebih banyak muncul di ruang media sosial secara mandiri.

Minimnya pelibatan duta dalam fungsi-fungsi representatif ini menjadi gejala sosial yang menarik untuk dikaji dari perspektif sosiologi. Hal ini menunjukkan adanya diskoneksi antara peran simbolik yang dilekatkan dengan realisasi peran yang dijalankan dalam praktik. Dalam banyak kasus, duta justru lebih aktif membentuk identitas dan menampilkan diri melalui media sosial dengan cara yang personal, yang sering kali tidak terikat oleh batasan formal peran institusional.

Fenomena ini menjadi relevan untuk diteliti karena menyimpan dinamika sosial mengenai pengelolaan citra diri, representasi kelembagaan, hingga batas antara identitas personal dan peran publik. Dengan kata lain, duta sosiologi menjadi cerminan bagaimana aktor sosial di era digital menegosiasikan peran sosial yang ambigu, di tengah harapan institusional yang tidak sepenuhnya hadir.

Selain itu, objek ini relatif jarang dijadikan bahan kajian ilmiah, padahal menyimpan potensi besar untuk dianalisis melalui pendekatan sosiologis, seperti teori dramaturgi Erving Goffman, interaksionisme simbolik, atau konsep kuasa dan representasi dalam wacana sosial. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi untuk memahami bagaimana peran sosial dibentuk, dijalankan, dan dinegosiasikan dalam ruang publik digital oleh figur yang membawa identitas institusional namun tanpa arahan kelembagaan yang kuat.

Konsep "3B" pada Duta Sosiologi (*Brain, Behavior, dan Beauty*) digunakan sebagai kerangka analisis. Setiap elemen "3B" ini berkontribusi dalam membangun citra mereka secara menyeluruh di Instagram (Mustafa, 2019):

1. *Brain* mencerminkan intelektualitas dan kapasitas akademik mereka sebagai mahasiswa sosiologi. Di Instagram, aspek ini mungkin muncul melalui unggahan yang terkait dengan kegiatan perkuliahan, seminar, atau prestasi akademik. Namun, ada jarak antara pencitraan kecerdasan yang mereka tampilkan di media sosial dengan tantangan akademik sebenarnya yang dihadapi, yang jarang diungkapkan.
2. *Behavior* menunjukkan bagaimana mereka berperilaku dan berinteraksi, yang sering kali berusaha mencerminkan citra sopan, ramah, dan ideal sebagai mahasiswa yang menjadi panutan. Di sisi lain, perilaku sehari-hari mereka mungkin tidak selalu ideal atau sesuai dengan citra yang mereka tampilkan di media sosial.
3. *Beauty* mengacu pada aspek estetis dan penampilan fisik, di mana para duta berupaya menampilkan citra menarik dan glamor. Sisi visual ini sering kali menjadi daya tarik utama di media sosial, tetapi di balik itu, ada upaya dan tekanan tersendiri untuk memenuhi standar kecantikan yang diharapkan.

"3B" yang mereka tampilkan dan kenyataan di balik layar ini menimbulkan "Gap" yang signifikan. Gap ini menunjukkan bagaimana mereka menggunakan media sosial sebagai panggung depan untuk menampilkan citra ideal yang memenuhi harapan publik, sedangkan panggung belakang kehidupan sehari-hari dan kenyataan pribadi mereka sering kali berbeda. Hal ini relevan dengan konsep dramaturgi, di mana ada dualitas antara

kehidupan di depan panggung yang dipoles dan realitas panggung belakang yang lebih kompleks dan sering kali penuh tekanan.

Pada akun Instagram para Duta Sosiologi, tindakan *oversharing* ini terlihat dalam kebiasaan mereka membagikan unggahan tentang makanan, menandai lokasi dalam setiap postingan, serta menunjukkan ketergantungan pada jumlah likes, retweet, repost, komentar, dan jumlah followers sebagai tolok ukur popularitas. Kegiatan seperti live Instagram yang dilakukan secara berkala menunjukkan upaya mereka untuk tetap terhubung dengan audiens secara real-time, serta membentuk narasi diri yang autentik di mata pengikut mereka. Akun Instagram Duta Sosiologi, melakukan *oversharing* dengan memposting secara rutin tentang kegiatan mereka sebagai duta sosiologi serta kegiatan pribadi lainnya.

Secara berkala memposting kegiatan duta sosiologi dan aktivitas sehari-hari, serta rutin melakukan live Instagram minimal satu kali dalam seminggu. Sementara itu, akun duta yang lain melakukan *oversharing* dengan memposting rutin di cerita Instagram, biasanya satu kali sehari, tentang apa yang sedang dilakukan serta postingan terkait tugasnya sebagai duta sosiologi. Begitu juga yang terus-menerus memposting foto dan video kegiatan setiap hari, minimal satu kali sehari, termasuk informasi tentang keberadaannya serta aktivitas sebagai duta sosiologi, dan juga melakukan live secara berkala. Semua akun tersebut cenderung membagikan banyak informasi pribadi dan profesional dalam waktu yang sangat sering. Namun, dalam konteks peran mereka sebagai Duta Sosiologi, *oversharing* ini memunculkan dualitas citra: di satu sisi, mereka ingin menampilkan diri sebagai figur publik yang transparan dan dapat dijangkau, sementara di sisi lain, tindakan tersebut membentuk ilusi bahwa popularitas di media sosial adalah indikator utama pentingnya kehadiran mereka.

Selain itu, kecenderungan untuk selalu menandai lokasi dan mengumbar aktivitas pribadi, seperti yang terlihat pada ketiga akun tersebut, dapat menimbulkan risiko terhadap privasi mereka. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana media sosial digunakan tidak hanya sebagai sarana ekspresi diri, tetapi juga sebagai alat untuk membangun dan memelihara hubungan sosial berbasis keterhubungan konstan. Tindakan *oversharing* ini sering kali didorong oleh keinginan untuk mendapatkan validasi sosial melalui interaksi di media sosial, di mana likes, komentar, dan repost dianggap sebagai bentuk pengakuan

yang memperkuat citra diri mereka di ruang publik. *Oversharing* ini menciptakan jarak antara realitas pribadi dan identitas digital yang mereka konstruksi, yang pada akhirnya menuntut mereka untuk selalu tampil sesuai dengan ekspektasi publik yang terbentuk di media sosial. Peneliti tertarik untuk melihat bagaimana *oversharing* di *front stage* (panggung depan) berbeda dengan *back stage* (panggung belakang) yang ditampilkan oleh akun Duta Sosiologi Universitas Trunojoyo Madura dalam menampilkan citra mereka didepan panggung instagram dan dibelakang layar atau kehidupan sosial mereka sehari-hari dengan menggunakan konsep Erving Goffman Dramaturgi. Dari uraian yang telah dijelaskan penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai **“OVERSHARING MEDIA SOSIAL (Studi Dramaturgi Akun Instagram Duta Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura)**

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana akun Instagram Duta Sosiologi melakukan *oversharing* dalam teori Dramaturgi Erving Goffman di media sosial?
2. Bagaimana interaksi dengan pengikut dan pengelolaan postingan di Instagram Duta Sosiologi?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis cara Duta Sosiologi membedakan antara front stage (tampilan publik) dan back stage (kehidupan pribadi) di media sosial, serta bagaimana perbedaan ini mempengaruhi cara mereka membagikan konten di Instagram.
2. Meneliti interaksi dengan pengikut terhadap tingkat *oversharing* yang dilakukan oleh Duta Sosiologi, serta bagaimana feedback dari pengikut mempengaruhi konten yang mereka bagikan.
3. Mengidentifikasi cara Duta Sosiologi mengelola kesalahan atau blunder yang muncul akibat *oversharing*, dan menganalisis perbedaan strategi dramaturgi yang digunakan dalam menangani kritik atau backlash yang timbul dari publik.

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 yaitu :

1. Secara Teoritis:

- 1.1 Pengembangan konsep dramaturgi: Penelitian ini dapat memperkaya teori dramaturgi Erving Goffman dengan memberikan wawasan baru tentang bagaimana konsep front stage dan back stage diterapkan dalam konteks media sosial, khususnya Instagram.
- 1.2 Pemahaman konsep: Memperdalam pemahaman tentang fenomena *oversharing* dalam media sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, serta bagaimana interaksi dengan audiens berperan dalam hal ini.
- 1.3 Kritik Terhadap Media Sosial: Menyediakan kerangka teori untuk mengevaluasi dampak dari praktik *oversharing* dalam konteks akademik, terutama dalam hubungan dengan citra publik dan manajemen kesalahan.

2. Secara Praktis:

- 2.1 Panduan untuk Duta Sosial Media: Menyediakan panduan bagi duta sosial media atau influencer tentang bagaimana membedakan antara konten yang seharusnya dibagikan di publik dan yang harus dijaga secara pribadi, serta bagaimana mengelola kesalahan atau kritik yang mungkin timbul.
- 2.2 Strategi Manajemen Krisis: Memberikan strategi praktis untuk mengelola backlash dan kritik akibat *oversharing*, membantu Duta Sosiologi atau profesional media sosial lainnya dalam merespons dan mengelola situasi sulit secara efektif.
- 2.3 Kebijakan Media Sosial: Menyediakan masukan bagi institusi pendidikan atau organisasi lain tentang kebijakan dan praktik media sosial yang dapat diterapkan untuk menghindari *oversharing* dan mengelola citra online.