

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan media sosial yang sangat pesat telah memberikan banyak peluang untuk membuat dan berbagi konten dalam skala yang tidak terbatas. Besarnya partisipasi dalam jejaring sosial ini tercermin dalam jumlah opini, berita dan ulasan produk yang terus-menerus di-*posting* dan dibahas di situs sosial yang tidak dapat terhitung lagi jumlahnya (Romero, Asur, Galuba, dan Huberman, 2011). Media sosial memudahkan akses informasi secara *real-time* tentang kegiatan, acara, dan percakapan yang terjadi (Przybylski, Murayama, DeHaan, dan Gladwell, 2013).

Media Sosial merupakan wadah dimana pengguna dapat membuat profil individu, berinteraksi dengan teman-temannya, dan bertemu dengan orang-orang baru (Kuss dan Griffiths, 2011). Meskipun saat ini Facebook masih menyandang predikat situs jejaring sosial paling populer di kalangan remaja, situs jejaring sosial lainnya, yaitu Instagram mengalami pertumbuhan yang sangat pesat (Lenhart dkk, 2015). Saat ini Instagram memiliki lebih dari 400 juta akun aktif setiap bulan. Pengguna membagikan lebih dari 40 miliar gambar, dengan rata-rata harian 3,5 miliar suka untuk lebih dari 80 juta foto yang dibagikan setiap hari di Instagram (Alhabash dan Ma, 2017). Situs jejaring sosial ini memiliki layanan yang lebih banyak daripada komunikasi daring lainnya sehingga saat ini penggunaannya semakin meningkat. Di dalamnya terdapat fitur yang baru dan unik yang digunakan oleh remaja untuk menaikkan derajat sosial dan menerima tanggapan dari teman sebayanya (Blomfield dan Barber, 2014). Fungsinya antara lain pesan singkat, mengunggah foto dan teks, kolom komentar pada foto, menerima tanggapan (*like*

and comment), interaksi dengan temannya, melatih kemampuan bersosialisasi, dan mengamati pengguna lainnya (Boyd dan Ellison, 2007).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan perusahaan media massa, *We Are Social*, rata-rata orang Indonesia menghabiskan tiga jam 23 menit sehari untuk mengakses media sosial. Pengguna aktif media sosialnya mencapai 130 juta dengan penetrasi 49 persen dan Instagram merupakan platform media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak ke empat di Indonesia yang mencapai 38 persen (Kemp, 2018). Forum komunikasi virtual ini semakin populer dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, dan meskipun penggunaannya tidak terbatas pada kalangan tertentu, forum komunikasi virtual ini sangat populer di kalangan remaja dan dewasa muda (Brand, Stodt, Oberst, Chamarro, dan Wegmann, 2016). Usia remaja merupakan pengguna paling banyak media sosial Instagram (Perrin dan Duggan, 2015).

Masa remaja merupakan masa transisi dari masa anak-anak menuju masa dewasa. Masa remaja berada dalam rentang usia 13 sampai 21 tahun. Dimana masa remaja awal bermula dari umur 13 tahun sampai 16 atau 17 tahun dan masa remaja akhir berawal dari 17 tahun sampai 18 tahun hingga 21 tahun (Hurlock, 2002). Pada masa ini, remaja berada pada tahap krisis identitas, remaja mempunyai rasa ingin tahu yang tinggi, selalu ingin mencoba hal-hal baru, dan perilakunya ditentukan oleh lingkungan sekitarnya khususnya teman sebayanya (Santrock, 2007).

Pada masa remaja, membangun sebuah pertemanan merupakan sesuatu yang penting dan berfungsi sebagai dukungan sosial (Bokhorst, Sumter, dan Westenberg, 2010). Meningkatkan jumlah pertemanan sangat berarti bagi remaja (Scholte, Lieshout, M, Aken, dan G, 2001). Remaja merupakan pengguna berat

sosial media, mereka menggunakannya untuk berkomunikasi dengan temannya (Ophus dan Abbitt, 2009). Oleh karena itu, banyak remaja yang menghabiskan waktunya untuk menggunakan situs jejaring sosial (Blomfield dan Barber, 2014).

Media sosial memungkinkan individu untuk menjadi diri mereka sendiri secara positif (meningkatkan keadaan suasana hati) karena diartikan sebagai *pleasure* (Kuss dan Griffiths, 2011). Lebih lanjut Burke, Marlow, dan Lento, (2010) menyatakan bahwa penggunaan media sosial (komunikasi langsung dengan individu lainnya) dapat meningkatkan *social capital* namun dengan catatan orang tersebut memiliki pengaruh yang besar di media sosial. Penggunaan aktif jejaring sosial juga dapat meningkatkan hubungan interpersonal dengan orang lain, yang kemudian dapat menjadi *social support* (Frison dan Eggermont, 2017). Cohen dan Wills (dalam Frison dan Eggermont, 2017) menyatakan bahwa *online social support* pada masa remaja dapat meningkatkan *well-being*. Meskipun ada banyak literatur yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan kesejahteraan sosial (Verduyn dkk, 2015), terdapat pula bukti yang semakin banyak mengenai masalah yang muncul akibat penggunaan media sosial (Ryan, Reece, Chester, dan Xenos, 2016).

Sosial media merupakan faktor risiko baru yang potensial untuk meningkatkan gejala depresi (Verduyn dkk, 2013). Pantic, Damjanovic, Todorovic, dan Topalovic, (2014) melakukan penelitian terhadap remaja mengenai depresi akibat tingginya tingkat FoMO. Dalam penelitiannya menunjukkan durasi rata-rata subjek menggunakan Instagram yaitu tiga jam per hari yang dikorelasikan dengan variabel depresi. Berdasarkan hasil penelitiannya, terdapat 46 subjek mengalami depresi tingkat *mild*, dan 10 subjek mengalami depresi tingkat *moderate*.

Burke, Marlow, dan Lento (2010) menyatakan bahwa semakin banyak informasi (berupa foto dan video kegiatan orang lain) yang diperoleh dari media sosial, maka akan timbul perasaan kesepian. Lebih lanjut, Qiu, Lin, Leung, dan Tov (2012) mengungkapkan bahwa setelah aktif di media sosial, seseorang dengan narsisme yang rendah akan menganggap kehidupan teman mereka lebih baik dibandingkan dengan kehidupannya, yang selanjutnya akan berdampak pada menurunnya kesejahteraan psikologi mereka. Selain itu media sosial juga bisa dapat menyebabkan adiktif (Alabi, 2013), atau gejala gangguan kejiwaan, seperti sensitivitas, depresi dan kecemasan (Alavi, Maracy, dan Jannatifard, 2009). Tanda dari depresi adalah suasana hati yang tertekan atau *depressed mood*, yang ditandai adanya perasaan sedih dan tidak bahagia (misalnya, perasaan murung atau putus asa) (Petersen, dkk dalam Santrock, 2007).

Depressed mood merupakan suatu keadaan emosi negatif (*low mood*) sebagai akibat dari peristiwa yang tidak diharapkan (Rosenbaum dan Kienke, 2000). *Mood* sendiri adalah bentuk/ekspresi emosional internal yang melekat pada seseorang pada saat itu (Kaplan, Sadock, dan Grebb, 2015). Suasana hati (*mood*) sering digambarkan sebagai pernyataan afektif yang tersebar dan berlangsung beberapa saat (jam hingga hari), dan memungkinkan individu pada waktu tertentu mengalami kecenderungan mood yang positif atau negatif (Morris dalam Gendolla, 2000).

Ingrid, Pal, dan Joar (2000) melakukan penelitian mengenai *depressed mood* pada remaja dengan jumlah subjek 538 remaja pada usia 13, 15, 18 dan 19 tahun di Norwegia. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa remaja dengan rentang usia 15-19 tahun rentan mengalami *depressed mood*. Lebih lanjut, remaja perempuan lebih mungkin terkena *depressed mood* daripada remaja laki-laki.

Lebih lanjut Karl Peltzer, peneliti dari University of Limpopo, Afrika Selatan, dan Supa Pengpid, peneliti dari Mahidol University, Thailand, melakukan penelitian mengenai prevalensi depresi di Indonesia yang berskala nasional. Dari penelitian tersebut diperoleh data 21,8% orang yang disurvei mengalami *depressed mood* hingga mengalami depresi. Dari prevalensi tersebut, perempuan memiliki tingkat *depressed mood* yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki, meskipun perbedaan ini tidak signifikan. Sebanyak 21,4% laki-laki dan 22,3% perempuan mengalami *depressed mood* hingga depresi (Sugianto, 2018).

Sebagaimana hasil wawancara yang diperoleh peneliti sebelum melakukan penelitian pada dua subjek pada 10 April 2019 menunjukkan bahwa mereka mengalami *depressed mood*. Subjek pertama, berinisial Y mengatakan bahwa akhir-akhir ini dirinya mengalami keadaan emosi yang buruk (murung). Subjek mengaku bahwa beberapa hari terakhir ini dirinya tidak bersemangat untuk melakukan aktivitas sehari-hari seperti belajar, berkumpul dengan teman-temannya, dan berolahraga. Subjek juga mengaku dirinya menggunakan banyak waktunya untuk mengakses media sosial seperti Facebook dan Instagram. Subjek mengaku ingin selalu *up-to date* mengenai informasi di sekitarnya. Subjek kedua, berinisial D juga mengalami kondisi yang serupa. Subjek mengaku akhir-akhir ini mengalami perasaan yang murung. Subjek juga mengaku akhir-akhir ini dirinya mengalami kehilangan nafsu makan yang cukup parah. Subjek mengatakan bahwa dirinya tak bisa lepas dari media sosial Instagram. Subjek juga mengaku ingin memiliki aktivitas seperti yang ditunjukkan oleh teman media sosialnya karena menganggapnya lebih menyenangkan.

Dari kedua subjek tersebut menunjukkan bahwa *depressed mood* merupakan isu yang penting untuk diteliti karena *depressed mood* merupakan

sinyal awal dari permasalahan yang lebih lanjut. *Depressed mood* pada masa remaja merupakan tanda dan gejala awal dari permasalahan yang akan berdampak serius pada kesehatan, perkembangan psikososial, dan kepribadian seseorang (Meringas dan Angst dalam Ingrid Holsen dkk, 2000). Depresi pada masa remaja memiliki resiko terbesar dalam upaya untuk bunuh diri (Vander, McCauley, Flynn, dan Stone, 2010). Depresi pada remaja juga dapat menimbulkan masalah lainnya, seperti menurunnya nilai akademik (Kaltiala-Heino dkk, 2007) dan penggunaan obat-obat terlarang (Chaiton, Cohen, O'Loughlin, dan Rehm, 2009).

Kaplan dkk (2015) mengungkapkan terdapat beberapa faktor yang dapat mengakibatkan terjadinya *depressed mood*. Pertama, faktor biologi yang berkaitan pada kondisi biologis individu. Kedua, faktor genetik dimana kerentanan terhadap depresi dapat diturunkan pada keluarganya. Individu yang memiliki riwayat depresi diperkirakan 2 sampai 3 kali lebih sering mengalami *depressed mood* dibandingkan dengan populasi pada umumnya. Ketiga, faktor psikososial yang dapat memicu depresi yaitu : peristiwa kehidupan dan pengaruh lingkungan (seperti kehilangan orang yang dicintai, masalah keuangan, masalah hubungan interpersonal dan ancaman keamanan), kepribadian (individu dengan kepribadian dependen, anankastik, atau histrionik, berpotensi tinggi untuk mengalami depresi), psikodinamika (kehilangan objek yang disayangi), kegagalan (ketidakmampuan dalam menghadapi kegagalan), kognitif (adanya interpretasi yang keliru terhadap sesuatu sehingga menyebabkan distorsi pikiran tentang pengalaman hidup, sehingga dapat muncul penilaian diri negatif, pesimisme dan keputusasaan), dan lemahnya dukungan sosial.

Terdapat beberapa penelitian yang mengaitkan *depressed mood* dengan berbagai variabel seperti suasana lingkungan kerja (Wellens dan Smith, 2006), penggunaan obat-obat terlarang (Jacob, Hayreh, dan McClintock, 2001), dukungan sosial (Frison dan Eggermont, 2015), dan informasi (foto, video dan pesan singkat) dari teman sebaya pada situs jejaring sosial (Krasnova, Wenninger, Widjaja, dan Buxmann, 2013). Terdapat fenomena lainnya yang berhubungan dengan *depressed mood*, yaitu *Fear of Missing Out* (Przybylski dkk, 2013).

Media sosial Instagram memungkinkan individu memiliki kemampuan untuk melihat bagaimana kehidupan yang dilakukan oleh individu lainnya. Hal ini yang menyebabkan individu untuk terus terhubung dengan media sosial yang akan membuat individu mengalami kecemasan dan perasaan tidak puas (Miller dkk, 2016). Kondisi demikian dikenal dengan *Fear of missing out* (FoMO). Przybylski dkk (2013) menyebutkan bahwa FoMO adalah suatu ketakutan yang dialami seseorang saat kehilangan sesuatu yang berharga dan tidak dapat mengikuti apa yang dilakukan oleh orang lain di media sosial. Oleh karena itu, individu ingin selalu terhubung dengan media sosial.

FoMO dapat menyebabkan munculnya emosi negatif yang mempengaruhi perilaku, yang berdampak pada hubungan sosial remaja (Hetz, Dawson, dan Cullen, 2015). Seseorang yang mengalami FoMO rentan dengan kecemburuan sosial dan pengucilan sosial dimana individu yang hanya memandangi emosional positif yang dialami individu lainnya seperti bagaimana individu tersebut bahagia, lebih sukses daripada dirinya sendiri yang berakibat individu mengalami *depressed mood* (Przybylski dkk, 2013). Sagioglou dan Greitemeyer (2014) mengungkapkan bahwa keterikatan pada media sosial, membuat suasana hatinya akan menjadi lebih buruk.

Remaja dengan masalah psikopatologis (terutama kecemasan dan depresi) berpotensi mengalami FoMO yang lebih tinggi karena rendahnya interaksi sosial (nyata) yang mereka alami (Brand dkk, 2016). Lebih lanjut Przybylski dkk (2013) mengungkapkan bahwa seseorang yang memiliki tingkat FoMO tinggi akan merasa khawatir berlebihan dan menganggap bahwa orang lain sedang melakukan kegiatan yang lebih menyenangkan. Blomfield dan Barber (2014) menjelaskan bahwa keterikatan terhadap penggunaan media sosial atau FoMO dapat menyebabkan remaja tidak dapat membedakan realitas “riwayat sosial” teman mereka di media sosial dan kehidupan sehari-hari. Remaja menggunakan perbandingan yang tidak realistis dan berlebihan ketika mengevaluasi diri mereka sendiri.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Przybylski dkk (2013) menunjukkan bahwa individu yang tidak dapat memenuhi kebutuhan dasar psikologis seperti kemampuan *efficacy*, otonomi (keputusan), dan keterkaitan (hubungan dengan orang lain) memiliki tingkat FoMO yang lebih tinggi. Lebih lanjut hasil penelitian Przybylski dkk, (2013) menunjukkan bahwa FoMO berhubungan negatif dengan suasana hati (*mood*) pada pengguna Facebook. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pengguna media sosial yang mengalami FoMO memiliki peningkatan emosi negatif seperti kebosanan dan kesepian (Burke dkk, 2010).

Meskipun situs jejaring sosial Instagram semakin populer terutama di kalangan remaja, sampai sekarang masih sangat sedikit literatur mengenai pengaruh penggunaan Instagram terhadap remaja. Penelitian Przybylski dkk, (2013) mengangkat permasalahan yang muncul dari media sosial Facebook dan ia juga menyarankan penelitian lebih lanjut mengenai hubungan FoMO dengan

depressed mood pada jejaring media sosial yang lainnya. Oleh sebab itu, peneliti semakin terdorong untuk mengetahui hubungan antara FoMO dengan *depressed mood* pengguna Instagram pada remaja.

1.2. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara FoMO dengan *depressed mood* pengguna Instagram pada remaja.

1.3. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan dan informasi dalam bidang ilmu Psikologi Sosial tentang korelasi FoMO dengan *depressed mood* pengguna Instagram pada remaja dan menjadi salah satu referensi bagi penelitian lebih lanjut dengan topik yang sama.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan bagi masyarakat luas khususnya pengguna Instagram untuk memperhatikan FoMO dan *depressed mood*. Jika hipotesis yang diajukan terbukti, penelitian ini dapat dijadikan acuan pemerintah dan perusahaan media sosial untuk mempromosikan penggunaan media sosial secara sehat.