

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi yang cepat sangat berdampak bagi masyarakat Indonesia. Individu bisa mendapatkan informasi yang dibutuhkan secara cepat dan tepat berkat adanya kemajuan teknologi informasi (Leonita & Jalinus, 2018). Menurut Watie (2011) dengan adanya internet ini membuat segala bentuk komunikasi dipermudah karena tiap individu yang memiliki perangkat dapat terhubung dengan orang lain tanpa batasan. Media sosial memberikan kemudahan untuk akses *real-time* terhadap informasi tentang kegiatan, acara hingga percakapan yang berlangsung di jejaring sosial.

Menurut We Are Social (2022) jenis media sosial yang digemari oleh masyarakat di Indonesia sangat bervariasi terdiri dari Youtube, Facebook, Instagram dan Whatsapp. Berdasarkan Rizaty (2022), Indonesia menempati peringkat keempat dengan pengguna aktif instagram terbanyak di dunia. Sedangkan rata-rata waktu penggunaan media sosial oleh masyarakat Indonesia tercatat 8 jam 36 menit (We Are Social, 2022). Saat ini persentase pengguna instagram terbanyak berusia 18-24 tahun sebesar 30,1%. Hal ini menunjukkan bahwa ternyata remaja hingga dewasa awal memiliki peranan besar dalam penggunaan instagram.

Frison dan Eggermon (2017) menyatakan bahwa instagram adalah suatu aplikasi visual yang dapat digunakan untuk membagikan, menyunting dan memberikan filter atau efek pada foto dan video. Fitur dan tampilan yang dimiliki

instagram menarik bagi remaja karena aplikasi ini tidak hanya untuk membuat foto atau video , namun juga berfungsi untuk menerima dukungan. Dukungan ini tertuju pada fitur like dan komentar positif yang dilontarkan oleh pengikut di media sosial instagram tersebut (Frison & Eggermont, 2017). Pada saat menggunakan instagram, remaja juga bisa memberikan reaksi serta menerima respon dari pengguna lain terhadap foto atau video yang dibagikan dengan fitur reaction. Fungsi lain yang dapat dirasakan oleh remaja terhadap instagram adalah mampu menemui berbagai informasi yang sedang menjadi bahan perbincangan. Hal inilah yang membuat remaja juga selalu 'update' dengan keadaan sekitar (Azizah & Baharuddin, 2021). Menurut survey yang dilakukan Putri dan Halimah (2019) didapatkan bahwa fitur yang paling sering diakses di instagram adalah *instastory*. Dengan adanya fitur ini menjadikan responden menghabiskan banyak waktu untuk menggunakan instagram.

Menurut Zanah dan Rahardjo (2020) seseorang yang mengakses media sosial dengan rentang waktu lebih dari tiga jam dapat mengarahkan seseorang pada kecanduan media sosial. Hal ini sejalan dengan Schou Andreassen dan Pallesen (2014) yang menyatakan seseorang yang mengakses media sosial instagram lebih dari tiga jam dapat mengarahkan pada perilaku kecanduan media sosial. Sedangkan Chou dan Hsiao (2000) menyatakan bahwa individu yang menggunakan media sosial dengan waktu 20-25 jam tiap minggu dapat tergolong pada kelompok yang terindikasi mengalami kecanduan media sosial.

Peneliti juga melakukan wawancara tanggal 30 Desember 2022 pada dua orang mahasiswa dengan inisial V dan H. Hal ini bertujuan untuk melihat sekilas terkait waktu dan tujuan penggunaan media sosial instagram. Dari hasil wawancara, didapatkan V menyatakan dirinya menggunakan instagram lebih dari

lima jam sehari. Hal ini dilakukannya karena sudah menjadi kebiasaan untuk mengisi waktu luangnya. Sedangkan H menyatakan dirinya membuka instagram lebih dari tiga jam sehari. Hal yang dilakukan ketika membuka instagram adalah untuk melihat kehidupan orang lain seperti teman-temannya melalui *story* atau *feeds* instagram.

Berdasarkan wawancara diatas, individu menggunakan instagram untuk melihat *update* orang lain dan mengisi waktu luang. Waktu penggunaannya bervariasi ada yang lebih dari tiga jam hingga lima jam dalam sehari. Hal ini sejalan dengan pernyataan dari beberapa tokoh sebelumnya terkait waktu penggunaan media sosia. Menurut Fathadhika dan Afriani (2018) perilaku kecanduan media sosial dapat diindikasikan dengan jumlah waktu dalam menggunakan media sosial yang berlebihan.

Berdasarkan penelitian Putri dan Halimah (2019) sebanyak 35,84% mahasiswa sangat mudah untuk terdistraksi dalam berkegiatan sehari-hari karena ada kemauan untuk membuka media sosial instagram dan 43,39% mahasiswa tidak nyaman ketika tidak dapat membuka instagram. Adapun sebanyak 67,92% mahasiswa melakukan pencarian pada hal yang sedang diperbincangkan oleh temannya melalui Instagram. Bahkan dalam penelitian Putri dan Halimah dinyatakan juga mahasiswa ini mengakses Instagram dengan durasi tiga hingga tujuh jam sehari. Hal ini menunjukkan bahwa ternyata mahasiswa memiliki kecenderungan untuk sulit terlepas dari media sosial instagram. Perilaku semacam ini bisa mengarah pada perilaku kecanduan media sosial.

Menurut Griffiths, Kuss, dan Demetrovics (2014) kecanduan media sosial adalah kondisi ketika individu memiliki dorongan untuk melakukan penggunaan media sosial secara berlebihan. Adapun aspek dari kecanduan media sosial terdiri

dari *salience*, *tolerance*, *withdrawal*, *mood modification*, *relapse*, dan *conflict*. Menurut Van den Eijnden, Lemmens, dan Valkenburg (2016) kecanduan penggunaan media sosial instagram merupakan perilaku kompulsif saat individu sangat tertarik melakukan aktivitas daring yang ada di media sosial instagram.

Menurut Azizah dan Baharuddin (2021) penggunaan instagram yang berlebihan dapat memberikan pengaruh pada individu dalam kehidupan sosialnya. Individu akan cenderung lebih suka menggunakan media sosial instagram, mengabaikan teman sekitarnya, hingga memiliki perhatian yang berlebihan pada media sosial instagram dan mengabaikan tugas lainnya. Pada proses penggunaan instagram yang berlebihan akan mengarah pada kecanduan instagram yang dapat disebabkan karena kurangnya regulasi diri. Jika hal ini dibiarkan terus-menerus maka akan memberikan dampak buruk di masa depan.

Menurut Agianto, Setiawati, dan Firmansyah (2020) dengan adanya penggunaan instagram yang berlebihan ini, dapat memunculkan dampak-dampak negatif bagi remaja. Mulai dari kehilangan kepercayaan diri karena selalu membanding-bandingkan diri dengan orang lain, terjadi persaingan kehidupan yang tidak sehat, dan mengalami kecemasan. Hasil penelitian Yurdagul, Kircaburun, Emirtekin, Wang, dan Griffiths (2021) menjelaskan bahwa dengan intensitas penggunaan instagram yang berlebihan berkaitan erat dengan mudah timbulnya suasana hati negatif, gejala depresi, kesepian, kecemasan, dan rendahnya harga diri.

Rahimaniar dan Nuryono (2021) menyatakan faktor penyebab yang dapat memicu terjadinya kecanduan media sosial, terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Pertama, jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang relevan pada kecanduan media sosial. Kedua, secara faktor psikologis, individu menggunakan

media sosial sebagai sarana hiburan dan menghilangkan perasaan negatif seperti sedih dan stres. Selain itu, penggunaan media sosial juga dipicu karena adanya kecemasan yang dialami oleh individu ketika tidak mau kehilangan suatu pengalaman pada media sosial. Ketiga, pada faktor sosial, individu yang memiliki keterbatasan pada lingkungan sosial seperti kemampuan komunikasi interpersonal yang kurang akan memicu individu lebih senang untuk berelasi dengan orang lain melalui media sosial. Keempat, secara biologis, fungsi otak untuk melakukan kontrol diri dikaitkan dengan kecanduan media sosial.

Faktor lain yang menjadi penyebab kecanduan media sosial instagram adalah rasa keinginan tahu yang tinggi untuk mengetahui hal baru juga memicu terjadinya kecanduan media sosial. Dengan rasa ingin tahu ini, menjadikan seseorang berusaha menelusuri lebih lanjut tentang media sosial (Rahimaniar & Nuryono, 2021). Sedangkan menurut Siswandari, Gayatri, dan Rachmawati (2021) menyatakan bahwa faktor kecanduan media sosial instagram terdiri dari *Neuroticism*, *Fear of Missing Out*, dan *Excessive Reassurance Seeking*.

Adapun penelitian sebelumnya terkait kecanduan media sosial yang dilakukan Mulyani, Mikarsa, dan Puspitawati (2020) mengenai pengaruh harga diri terhadap kecanduan instagram yang dimoderasi jenis kelamin menunjukkan hasil bahwa pengaruh dari harga diri dan jenis kelamin signifikan terhadap kecanduan instagram. Pada penelitian ini, hasil kecanduan instagram pada perempuan lebih tinggi daripada laki-laki. Hal ini disebabkan karena perempuan lebih memiliki pengalaman menyenangkan saat menggunakan instagram dibanding laki-laki.

Menurut penelitian Fathadhika dan Afriani (2018) yang menghubungkan *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan kecanduan media sosial dengan *social engagement* sebagai mediator, ditemukan sebesar 28,6% individu mengalami

kecanduan media sosial. Dari individu yang mengalami kecanduan media sosial terdapat 10,5% individu mengalami FoMO dengan tingkat yang tinggi. Dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya kecemasan pada individu ketika kehilangan kejadian atau pengalaman melalui media sosial yang menjadikan tingginya intensitas penggunaan media sosial yang mengarahkan perilaku kecanduan media sosial.

Penelitian yang dilakukan Rahardjo, Qomariyah, Mulyani, dan Andriani (2021) mengenai tipe kepribadian D, harga diri dan *fear of missing out* terhadap kecanduan instagram menunjukkan hasil tipe kepribadian D, harga diri dan FoMO ini memiliki pengaruh 56.9% terhadap kecanduan instagram. Sedangkan 43,1% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti. Pada penelitian ini ditemukan bahwa individu dengan kepribadian tipe D memiliki pengaruh yang kuat pada kecanduan instagram karena emosi yang sulit untuk diekspresikan dan kurangnya kehangatan pada hubungan sosial serta memiliki kecemasan sosial. Sehingga individu kepribadian tipe D lebih menyukai berkomunikasi melalui dunia maya. Individu dengan harga diri yang rendah lebih sulit untuk mendapatkan kritikan dan cenderung menyukai berelasi secara virtual karena sudah bisa mendapatkan teman dan merasa dihargai di media sosial. Kecanduan media sosial juga dipengaruhi oleh FoMO karena individu cenderung takut kehilangan informasi mengenai pertemanannya pada instagram.

Pada penelitian ini, peneliti memilih *Fear of Missing Out* sebagai variabel bebas. Fenomena yang terjadi seperti *Fear of Missing Out* ini bisa dipahami karena tidak terpenuhinya kebutuhan psikologi yang bisa ditimbulkan oleh keadaan. Media sosial dianggap sebagai perantara yang dapat menghubungkan diri individu dengan orang lain serta dapat berperan sebagai media untuk mengembangkan

kemampuan sosial dan kesempatan untuk meraih lingkaran pertemanan (Przybylski, Murayama, DeHaan, & Gladwell, 2013).

Menurut Przybylski, Murayama, DeHaan, dan Gladwell (2013), *Fear of Missing Out* (FoMO) adalah keadaan individu merasakan takut, khawatir dan cemas saat individu tersebut tidak hadir pada suatu keadaan, pengalaman, hingga perbincangan yang sedang dilakukan di lingkungan luar. FoMO ini timbul karena adanya keinginan dalam diri individu untuk terus terhubung dengan yang terjadi pada individu lain. Didukung juga dengan media sosial yang memaparkan segala informasi dan kejadian yang terus diperbaharui dan dianggap dapat memenuhi apa yang dibutuhkan individu. Hal inilah yang kemudian memicu individu untuk terdorong membuka media sosial.

Hasil penelitian sebelumnya membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan kecanduan media sosial instagram. Kebanyakan penelitian sebelumnya meneliti kecanduan media sosial dengan variabel lainnya seperti jenis kelamin, tipe kepribadian, dan *self-esteem*. Peneliti lebih tertarik dengan variabel *Fear of Missing Out* karena dalam beberapa tahun terakhir ini, istilah FoMO sangat banyak digunakan pada generasi sekarang sebagai istilah yang dipakai dalam bahasa sehari-hari. Padahal kalau ditelusuri lebih lanjut, FoMO merupakan suatu istilah yang dapat dikategorikan pada bagian dari kecemasan sosial. Tingkat pengguna aktif media sosial instagram dilansir dari Rizaty (2022) menunjukkan untuk rentang usia 18-24 tahun sebesar 30,1%. Dengan rentang usia tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di kalangan mahasiswa.

Topik terkait kecanduan media sosial instagram menarik dan mendesak untuk diteliti. Hal ini disebabkan karena seseorang yang mengalami kecanduan

media sosial instagram memiliki pandangan yang lebih tidak realistis dan selalu membandingkan diri dengan orang lain (Yurdagul dkk., 2021). Didukung dengan individu yang dihadapkan dengan tampilan citra diri yang baik dan ideal dari orang lain pada instagram. Perasaan dan pandangan yang tidak menyenangkan inilah yang bisa mengarahkan seseorang pada masalah psikologis. Masalah psikologis yang dapat dialami dapat berupa kecemasan, stres, depresi hingga kesejahteraan hidup yang menurun.

Dengan keadaan yang serba digital ini juga mendukung terjadinya penggunaan media sosial sebagai sarana seseorang terhubung dengan orang lain. Individu tidak dapat mengabaikan perkembangan digital yang ada sehingga harus diiringi dengan kesadaran bertanggung jawab dalam menggunakan media sosial instagram. Hal inilah yang menjadi sebuah urgensi dilakukan penelitian ini untuk meningkatkan kesadaran terhadap penggunaan media sosial agar tidak menimbulkan akibat buruk di atas.

Berdasarkan pemaparan di atas, kecanduan media sosial instagram banyak dialami oleh individu dengan rentang usia 18-24 tahun dan salah satu faktor yang mempengaruhi adalah *Fear of Missing Out* (FoMO). Adanya urgensi dari topik ini membuat peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai adanya hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan kecanduan media sosial instagram pada mahasiswa.

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *fear of missing out* (FoMO) dengan kecanduan penggunaan media sosial (instagram) pada mahasiswa.

1.3 Manfaat Penelitian

1.3.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk bidang psikologi yang berkaitan dengan topik *fear of missing out* (FoMO) dan perilaku kecanduan penggunaan instagram pada mahasiswa.

1.3.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada mahasiswa, orang tua, dosen dan psikolog mengenai hubungan *fear of missing out* dan perilaku kecanduan media sosial instagram.

