

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini media sosial telah menjadi seperti bagian yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas para masyarakat. Individu yang tidak berkeutatan dalam media sosial bahkan seringkali dianggap sebagai individu yang kurang *update* informasi terhadap perkembangan zaman atau ketinggalan zaman. Dari total populasi Indonesia sebanyak 274,9 juta jiwa, terdapat 170 juta di antaranya merupakan pengguna aktif media sosial. Artinya, jumlah pengguna media sosial di Indonesia setara dengan 61,8% dari total populasi pada Januari 2021. Mayoritas pengguna media sosial merupakan generasi milenial dengan rentang usia 18-34 tahun (Stephanie, 2021). Usia ini dapat dikategorikan sebagai usia produktif atau dewasa awal (*young adulthood*) menurut Hurlock (1996) yang berkisar antara 18-40 tahun. Generasi milenial dengan media sosial merupakan sesuatu yang sangat terikat, karena generasi ini dilahirkan pada saat memasuki era puncak perkembangan teknologi *internet* saat ini yang banyak digunakan, oleh karena itu mereka disebut sebagai *digital natives*. Menurut Marc Prensky (2001) *digital natives* terlahir dalam lingkungan yang memiliki keakraban yang kuat dengan teknologi digital seperti komputer, *internet*, *video game*, ponsel, tablet, dan juga media sosial. Hal ini membuat karakteristik mereka sangat interaktif terhadap teknologi terutama dalam media sosial sebagai wadah komunikasi dan bersosialisasi utama mereka. Namun, Penggunaan media sosial menjadi dua mata pisau bagi generasi milenial yang paham terhadap teknologi. Berkembangnya media sosial ini membawa keuntungan bagi generasi milenial salah satunya adalah keterbukaan informasi sehingga dapat memberikan akses berbagai informasi apa saja yang dibutuhkan baik tentang pekerjaan, hiburan, maupun gaya hidup. Tidak hanya itu, media sosial memiliki manfaat dalam menaikkan kepercayaan diri

seseorang, dukungan sosial yang dirasakan, peningkatan modal sosial, eksperimen identitas yang aman, dan peningkatan kesempatan untuk mengungkapkan diri. Hal ini disebabkan karena media sosial dapat memudahkan individu bersosialisasi dengan publik dan mengekspresikan diri hanya dengan satu klik (Best et al., 2014; O’Keeffe et al., 2011). Namun, bukan berarti media sosial selalu memiliki dampak baik. Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa individu dapat menjadi sangat cemas ketika melewatkan informasi terkini di media sosial (Adams et al., 2017; Baker et al., 2016; Blackwell et al., 2017; Roberts & David, 2020).

Selanjutnya, pada hasil temuan lapangan yang dilakukan oleh salah satu penggiat media sosial, yaitu Damar Juniarto yang menjelaskan bahwa sebanyak 68% generasi milenial terjangkit gangguan kecemasan ketika melewatkan informasi terbaru yang ada di media sosial (Kurniawan, 2019). Selain itu, berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Cherenson (2017) dimana ditemukan 333 pelajar dan mahasiswa generasi milenial dapat menghabiskan waktu hingga 11 jam menggunakan media sosial bahkan 5 aplikasi media sosial dalam satu waktu agar tetap terkoneksi dengan aktivitas teman-temannya. Mereka akan merasa tersingkirkan dan cemas ketika tidak melihat aktivitas teman-temannya karena tidak menggunakan media sosial. Fenomena individu yang merasa cemas karena melewatkan informasi ini semakin mengerucut konteksnya tidak hanya terbatas pada informasi secara umum. Namun, hal tersebut juga mengenai perasaan mereka yang menjadi cemas akibat melewatkan momen kebahagiaan orang lain yang dibagikan di media sosial. Kemudian, fenomena ini disebut sebagai *fear of missing out* (FOMO) (Reer et al., 2019).

Survei mengenai FOMO yang dilakukan oleh *The Stress and Wellbeing di Australia*, terdapat satu dari dua remaja di Australia mengalami gangguan kecemasan akibat penggunaan media sosial. Temuan lebih lanjut mengatakan bahwa terdapat 54 persen remaja yang cemas ketika temannya mendapatkan momen kebahagiaan lebih baik dalam hidupnya daripada mereka yang dibagikan di media sosial, lalu terdapat pula 63% remaja yang merasa gelisah karena takut tertinggal informasi mengenai momen-momen aktivitas teman-temannya (Marsela, 2015). Kemudian, hal ini juga didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hunt, et al. (2018) yaitu 143 mahasiswa di University of Pennsylvania

mengalami perasaan cemas yang sangat kuat apabila melewatkan momen kebahagiaan teman-temannya di Facebook, Instagram, dan Snapchat setiap harinya. Selain itu, temuan FOMO yang terjadi di media sosial selain memberikan informasi mengenai perasaan cemas yang ditimbulkan juga sering dikaitkan dengan potensi menimbulkan depresi, kebutuhan akan popularitas yang kuat, adiksi, kecemasan, distraksi, dan aktivitas yang tidak produktif (Adams et al., 2017; Elhai et al., 2016; Oberst et al., 2017; Wang et al., 2019; Yin et al., 2019). Seperti contoh, pada kasus remaja 14 tahun bernama Molly Russel yang melakukan bunuh diri akibat selalu mengikuti informasi tentang depresi dan bunuh diri yang terdapat di media sosial Instagram dan terinspirasi menirunya (Hinde, 2019). Selain itu, juga terdapat kasus di Kebon jeruk pada tahun 2019 dimana seorang suami bernama Sopiandi (31) tega membunuh istrinya akibat cemburu dan kesal terhadap unggahan-unggahan istrinya di media sosial (Aulia, 2019). Kasus-kasus tersebut menggambarkan bahwa FOMO merupakan isu dengan skala global dan dapat terjadi pada siapapun, terutama generasi milenial sebagai kalangan pengguna media sosial tertinggi (Milyavskaya et al., 2018). Seiring fenomena ini mulai semakin populer, masih belum banyak cara yang pasti untuk menilai atau mendiagnosis individu yang memiliki perasaan cemas melewatkan momen kebahagiaan orang lain yang ada di media sosial. Lebih lanjut, hal ini sejalan dengan pembahasan Sette, et al. (2019) mengenai perasaan cemas individu terhadap momen kebahagiaan orang lain yang terlewatkan atau disebut FOMO, saat ini belum banyak tersedia penilaian yang mengukur FOMO dengan menekankan pada konteks yang terjadi di media sosial. Untuk dapat mengukur bahwa individu yang mengalami FOMO maka dibutuhkanlah sebuah instrumen.

Instrumen yang biasa digunakan untuk mengukur FOMO berasal dari instrumen *Fear of Missing Out Scale* (FOMOS) yang dibuat oleh Przybylski, et al. (2013). FOMOS dibuat karena sangat sedikitnya pembahasan mendalam mengenai bagaimana FOMO dapat terjadi pada individu dilihat dari kaitannya dengan dorongan, perilaku, dan kesejahteraannya. Instrumen ini juga berfokus pada mengukur motif yang mendasari penggunaan media sosial yang dapat menyebabkan FOMO apabila dikaitkan dengan suasana hati yang buruk dan kepuasan hidup yang mendorong keterlibatan menggunakan media sosial. FOMOS

ini dikembangkan menggunakan kuesioner *self-report* untuk merefleksikan rasa ketakutan dan kekhawatiran individu tentang kehilangan momen pengalaman pada lingkungan sosial mereka. Alat ukur FOMOS ini juga telah banyak digunakan. Hal ini terbukti setelah dilakukan pencarian melalui *google scholar* dari beberapa jurnal terindeks SCOPUS, jurnal terindeks SINTA, dan juga skripsi bahwa sejak tahun 2018 sampai dengan 2021 ditemukan 31 publikasi penelitian yaitu, 15 jurnal dan 16 skripsi dengan variabel FOMO. Hal ini disebabkan menurut pembuat alat ukur ini, FOMOS terbukti secara empiris dapat digunakan sebagai jembatan antara gangguan psikologis dengan konsekuensi negatif dari aktivitas yang berkaitan dengan penggunaan perangkat seluler. Namun, instrumen FOMOS mengukur konsep FOMO hanya pada konteks umum dan luas tanpa adanya penekanan pada aktivitas di media sosial (Sette et al., 2019). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wegmann, et al. (2017) bahwa biasanya FOMO secara teoritis dikaitkan dengan konteks daring, tetapi baik secara definisi maupun butir instrumen FOMOS (kecuali satu) tidak mengacu pada perilaku daring melainkan hanya sebagai ketakutan ketinggalan akan sesuatu secara umum saja. Hal ini tidak lagi relevan dengan fenomena FOMO dalam beberapa tahun terakhir yang selalu berkaitan dengan media sosial. Selanjutnya, fakta ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Zhang, et al. (2020) bahwa instrumen FOMOS beberapa dari butirnya yang mengukur dimensi ketakutan lebih kepada reaksi fisiologis individu dibandingkan kondisi psikologisnya. Maka, hal ini tidak mengukur dimensi FOMO yang seharusnya. Oleh sebab itu, diperlukan instrumen yang dapat merepresentasikan pengukuran FOMO pada konteks media sosial.

Terdapat sebuah instrumen FOMO terbaru yang menekankan konsep FOMO pada penggunaan media sosial yaitu *The Online Fear of Missing Out Inventory* (ON-FOMO) yang dikembangkan oleh Sette, et al. (2019). Instrumen ini dikatakan menawarkan dimensi pengukuran yang lebih baik yaitu dengan 4 dimensi (*need to belong, need for popularity, anxiety, addiction*). Keempat dimensi tersebut merepresentasikan pengalaman FOMO secara daring yang terjadi di media sosial dimana populasi individu lebih memungkinkan mengalami FOMO atas penggunaan media sosialnya. ON-FOMO memiliki reliabilitas yang sangat tinggi dan informatif serta berkorelasi positif dengan FOMOS. Estimasi konsistensi

internal cukup tinggi dengan empat dimensi secara spesifik dan juga skor skala total. Selain itu, kurva informasi tes menunjukkan cakupan yang luas dari sifat laten, menunjukkan tingginya reliabilitas untuk skor yang berkisar antara kurang dari satu deviasi standar di atas rata-rata populasi. Ini berarti ON-FOMO menargetkan dengan baik pada berbagai kelompok populasi, khususnya pada individu dengan gangguan psikologis, seperti yang ditekankan dengan gejala kecanduan, kecemasan, kehilangan kendali, dan menarik diri. Selain itu, hasil ini juga mendukung adanya validitas konvergen dari skala ON FOMO sekaligus menjelaskan bahwa alat ukur ON FOMO dapat menangkap varian relevan unik yang tidak sepenuhnya terkandung dalam skor dari FOMOS.

Pada kenyataannya, ON-FOMO merupakan sebuah instrumen psikologis yang dibangun dari proses standardisasi instrumen agar menjadi instrumen yang berkualitas dan layak digunakan. Salah satu pondasi dari sebuah alat ukur agar layak digunakan adalah perlunya menemukan kualitas properti psikometrinya, yaitu apakah instrumen tersebut valid (validitas) dan reliabel (reliabilitas). Instrumen penelitian harus memiliki validitas yang terpenuhi karena dapat memberikan gambaran sejauh mana bukti empiris dan alasan teoritis mendukung kecukupan dan kesesuaian interpretasi pada substansi yang diukur. Sementara itu, reliabilitas instrumen penelitian harus terpenuhi karena mengacu pada kepercayaan, presisi, konsistensi atau pengulangan dari pengukuran tersebut (Ariffin et al., 2010; Bruton, 2000; Hammersley, 1987; Matondang, 2009; Urbina, 2014).

Dari perspektif metodologis, dalam mengembangkan ON FOMO, Sette, et al. (2019) menggunakan *exploratory factor analysis* (EFA) untuk memvalidasi konstruk tersebut. Sampai saat ini, selain EFA, ada pemodelan sifat laten yang modern seperti *Item Response Theory* (IRT) dan *Rasch Measurement Theory* (RMT) atau pemodelan Rasch (Crocker & Algina, 2008; Hambleton & Jones, 1993; Jabrayilov et al., 2016)). Tidak seperti metode berbasis analisis faktor, model Rasch memiliki fitur unik yang tidak dimiliki pendekatan lainnya dalam mengestimasi properti psikometri instrumen, yaitu kemampuannya yang dapat membandingkan estimasi kemampuan peserta tes dan kesulitan butir pada skala *log* linear yang sama (Snyder & Sheehan, 1992; Wright, 1996). Fitur ini berarti menjelaskan bahwa tingkat sifat individu (misalnya, FOMO) dan parameter butir dapat dipisahkan.

Selain itu, pemodelan Rasch juga memiliki beberapa keunggulan lain, karena sifatnya yang objektif, sehingga dapat menjawab keterbatasan pendekatan lainnya. Pemodelan Rasch dapat mengubah skor tes yang ordinal menjadi skala linear probabilistik atau disebut nilai *logit* yang berfungsi agar dapat menjabarkan secara lengkap dari skor tes dengan kemampuan peserta. Pemodelan Rasch juga dapat memprediksi data yang hilang, mendeteksi adanya ketidaktepatan model, sekaligus dapat menghasilkan pengukuran yang mudah direplikasi (Bichi et al., 2010; Fischer & Molenaar, 1995; Lah & Tasir, 2018; Snyder & Sheehan, 1992; Sumintono & Widiarso, 2014). Sedangkan kelemahan utama yang dimiliki oleh pemodelan Rasch adalah bahwa model ini membutuhkan pengetahuan dan pemahaman yang baik dengan matematika. Selain itu, model Rasch juga memerlukan tingkat pemahaman yang tinggi dalam menggunakan *software* analisis. Kedua, model Rasch membutuhkan banyak observasi atau replikasi yang diperlukan untuk mengestimasi parameter model. Ketiga, pemodelan Rasch memiliki asumsi yang kuat yang tidak mudah dipenuhi oleh observasi. Masalah berikutnya dengan pemodelan Rasch adalah tidak ada parameter tebakan (*guessing*). Pemodelan Rasch agar dapat menghasilkan hasil interval yang sebenarnya, asumsi yang mendasarinya harus terpenuhi dengan sempurna. Asumsi terakhir, namun tidak kalah pentingnya, dengan pemodelan Rasch adalah bahwa hanya terdapat satu dimensi laten yang mendasari butir (Ghaemi, 2011).

Pemodelan Rasch yang ditemukan oleh George Rasch pada tahun 1960 ini merupakan salah satu pendekatan yang dapat melengkapi kekurangan teori tes klasik. Secara garis besar, pemodelan Rasch dicirikan sebagai *mathematical model* dimana butir tes mengikuti model yang telah dirancang oleh peneliti. Apabila data tidak sesuai dengan ekspektasi atau juga buruk maka pertimbangan utamanya adalah mengeliminasi butir-butir yang tidak sesuai dengan model tersebut. Implikasinya adalah untuk mempertajam akurasi tes, yaitu untuk memaksimalkan properti psikometri dalam hal ini reliabilitas dan validitas dengan butir berfungsi sesuai dengan maksud asli dari variabel (Schumaker & Smith, 2007). Hal inilah yang menjadi dorongan utama untuk memenuhi kebutuhan dalam menghasilkan instrumen yang andal dan memiliki properti psikometri yang berkualitas. Sedangkan pada pendekatan teori klasik kualitas untuk mendapatkan reliabilitas

hasil pengukuran sangat tergantung pada karakteristik, distribusi nilai eror berlaku untuk semua peserta tes, sehingga tidak dapat menggambarkan kualitas tiap butir dan abilitas masing-masing peserta, karakteristik tes tidak fleksibel, yaitu asumsi tes paralel yang sulit diperoleh apabila tes yang sama diberikan pada siswa yang berbeda tingkat kemampuan peserta tes tidak dapat dibandingkan berdasarkan skor total yang diperoleh, interpretasi kemampuan peserta tes sangat tergantung dari tesnya, keterbatasan rentang skor serta keseimbangan antara korelasi negatif dan positif. (Aminah et al., 2016; Aziz, 2015; Bechger, 2003; DeVellis, 2006; Miller, 2009; Wibisono, 2016).

Dalam konteks instrumen ON FOMO yang dianalisis menggunakan pendekatan CTT yaitu *exploratory factor analysis* (EFA) ditemukan bahwa penulisan butir untuk ON-FOMO dilakukan dengan upaya meminimalkan konten evaluatif (*socially desirable / undesirable*). Namun demikian, tidak ada bukti yang diberikan saat ini untuk memastikan bahwa instrumen ON-FOMO tidak rentan terhadap adanya bias butir seperti memunculkan adanya *social desirability* dibandingkan dengan FOMOS. Hal ini menyimpulkan bahwa penggunaan pendekatan analisis CTT pada instrumen ON-FOMO menjadi kurang cocok. Maka dari itu, pemodelan Rasch dibutuhkan karena Rasch dapat mendeteksi adanya ketidaktepatan model pada ON-FOMO sekaligus juga dapat mendeteksi adanya bias butir yang terdapat di dalamnya (Seol, 2007). Beranjak dari hal tersebut, maka hal yang perlu dilakukan adalah mengadaptasi alat ukur dan menguji kualitas properti psikometri instrumen ON-FOMO pada masyarakat Indonesia berdasarkan pemodelan Rasch. Hal tersebut bermanfaat agar dapat menghasilkan instrumen yang secara efektif mengukur FOMO pada populasi pengguna media sosial dengan properti psikometri yang berkualitas.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka identifikasi masalah penelitian adalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimanakah properti psikometri lengkap pada instrumen *The Online Fear of Missing Out Inventory* (ON-FOMO) dengan menggunakan teori tes klasik (*classical test theory*)?

- 1.2.2 Apakah seluruh butir soal dalam skala pengukuran *fear of missing out* (FOMO) mengukur satu faktor saja (unidimensionalitas) dan signifikan?
- 1.2.3 Bagaimanakah proses adaptasi pada instrumen *The Online Fear of Missing Out Inventory* (ON-FOMO) dengan menggunakan pemodelan Rasch?

1.3 Batasan dan Rumusan Masalah

1.3.1 Batasan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka diperlukan adanya pembatasan masalah. Hal ini bertujuan agar mengerucutkan dan lebih memfokuskan pada masalah yang ingin diteliti. Pada penelitian ini, objek yang menjadi sorotan pada pembahasannya adalah proses adaptasi lengkap pada instrumen *The Online Fear of Missing Out Inventory* (ON-FOMO) dengan menggunakan pemodelan Rasch.

1.3.2 Rumusan masalah

Permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini berdasarkan uraian di atas adalah sebagai berikut: “Bagaimanakah proses adaptasi pada instrumen *The Online Fear of Missing Out Inventory* (ON-FOMO) dengan menggunakan pemodelan RASCH?”

1.4 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh instrumen *The Online Fear of Missing Out Inventory* (ON-FOMO) yang telah teradaptasi dan mengetahui properti psikometrinya dengan menggunakan pemodelan Rasch.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

1.4.2.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan mengenai properti psikometri instrumen *The Online Fear of Missing Out Inventory* (ON-FOMO) dengan menggunakan pemodelan Rasch. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa salah satu referensi atau sumbangan teori bagi para peneliti lain yang mengembangkan penelitian mengenai pengukuran dan proses terjadinya *Fear of Missing Out*.

1.4.2.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menggambarkan mengenai properti psikometri instrumen *The Online Fear of Missing Out Inventory* (ON-FOMO) dengan menggunakan pemodelan Rasch. Kemudian, penelitian ini dapat memberikan kebaruan instrumen yang mengukur *fear of missing out* untuk kultur Indonesia dengan penggunaan pemodelan Rasch.

