

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin majunya perkembangan zaman, teknologi komunikasi dan informasi (TIK) pun semakin berkembang dengan pesatnya. Pesatnya perkembangan TIK membuat internet sebagai alat komunikasi utama yang sangat digemari oleh masyarakat. Hal tersebut pun diperkuat oleh hasil data dari Hootsuite & WeAreSocial pada tahun 2020 yang menyatakan bahwa pengguna internet di dunia mencapai 4,54 miliar pengguna dari total populasi 7,75 milyar penduduk. Rata-rata orang menghabiskan waktu 6 jam 43 menit setiap harinya untuk *online* (Hootsuite & WeAreSocial, 2020). Namun, menurut hasil survey dari Hootsuite & WeAreSocial (2020) jumlah waktu yang dihabiskan orang untuk *online* beragam dari satu negara ke negara lain, seperti pengguna internet di Filipina menghabiskan rata-rata 9 jam 45 menit per hari untuk *online*, sedangkan pengguna internet di Jepang menghabiskan waktu *online* hanya 4 jam 22 menit per hari.

Di Indonesia sendiri mencapai 175,4 juta orang atau 64% dari total penduduk Indonesia pada tahun 2020 dan mengalami peningkatan sekitar 25 juta pengguna antara tahun 2019 dan 2020 (Hootsuite & WeAreSocial, 2020). Dalam penelitian serupa yang dipimpin oleh Hootsuite dan WeAreSocial (2020) juga memperoleh informasi bahwa penduduk Indonesia berusia 16 hingga 64 tahun menjelajahi internet (di semua perangkat) rata-rata 7 jam 59 menit setiap hari. Ini menunjukkan bahwa masyarakat di Indonesia telah menggunakan sebagian besar waktu sadar mereka (16 jam per hari) untuk mengakses internet.

Berdasarkan survei penggunaan media sosial dari Hootsuite & WeAreSocial (2020), sekitar 98% pengguna internet di Indonesia menggunakan ponselnya untuk mengakses internet, artinya sebanyak 171 juta pengguna internet dengan durasi yang dimilikinya, yaitu rata-rata 4 jam 46 menit telah mengakses internet setiap harinya melalui ponsel pintar. Dari durasi penggunaan internet di ponsel tersebut, sekitar 3 jam 46 menit digunakan untuk sosial media yang artinya sekitar 80% dari pengguna internet

digunakan untuk media sosial. Survei ini juga menunjukkan bahwa dari berbagai platform media sosial, *YouTube* dan *Whatsapp* menjadi media sosial terpopuler dengan persentase masing-masing sebesar 88% dan 84% kemudian diikuti oleh *Facebook* dan *Instagram* pada peringkat ketiga dan keempat (Hootsuite & WeAreSocial, 2020). Faktanya, jejaring sosial merupakan konten media sosial yang paling banyak diminati dan paling banyak dihabisi waktu untuk konten ini.

Media sosial merupakan perantara di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya hingga menyampaikan aktivitas mereka kepada orang lain dan melihat apa yang dilakukan orang lain secara *real-time*, akibatnya platform ini meningkatkan kemungkinan terjadinya gangguan bagi beberapa individu. Gangguan ini dapat berbentuk ketakutan akan ketinggalan atau *fear of missing out*.

Fear of missing out (FoMO) dikonseptualisasikan sebagai “keinginan untuk terus terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain” dan muncul rasa khawatir yang ada dalam diri individu jika orang lain akan bersenang-senang tanpa mereka (Przybylski, et al 2013). Secara sederhana *fear of missing out* (FoMO) dapat didefinisikan sebagai ketakutan akan ketinggalan informasi yang sedang terjadi. Rasa takut tersebut dapat menyebabkan seseorang dapat memunculkan perasaan kehilangan, stres, dan merasa jauh jika tidak mengetahui peristiwa penting orang lain. Kemudian dapat menimbulkan perasaan-perasaan tidak nyaman, cemas, ataupun gelisah ketika tidak dapat menggunakan internet karena takut tertinggal informasi dan merasa kurang *up to date*.

Ketakutan tertinggal informasi merupakan salah satu atribut dari *fear of missing out* (FoMO). Oleh karena itu, dari rasa takut ditinggalkan atau merasa kurang *up to date* menyebabkan individu meningkatkan intensitas waktu dalam penggunaan internet agar tidak merasa ketinggalan informasi. Sebagaimana diketahui, pemanfaatan media berbasis internet kini telah merambah ke seluruh penjuru kehidupan manusia, bahkan hingga ranah yang paling dekat seperti rumah, sehingga orang yang mengalami ketakutan melewatkan kesempatan besar (FoMO) cenderung mengalami kecanduan internet karena penggunaan internet.

Dalam Akbar, dkk (2018), pada tahun 2004, istilah FoMO pertama kali diciptakan, ketika penulis Patrick J. McGinnis menerbitkan sebuah *op-ed* di *The Harbus*, sebuah majalah *Harvard Business School* yang berjudul McGinnis 'Two FO's: *Social Theory*, dimana ia merujuk pada FoMO dan kondisi terkait lainnya. “FoMO menjadi fenomena baru yang lahir di tengah dominasi kaum milenial dan terbukti meningkatkan penggunaan media sosial pada anak muda” (Vaidya, Jaiganesh & Krishnan, 2016). Efek perkembangan teknologi dan internet, FoMO telah membawa manusia pada posisi determinasi terhadap kebutuhan akan telekomunikasi.

FoMO sering dipahami sebagai fenomena baru yang muncul sebagai akibat dari meningkatnya populasi media sosial (Reer & Quandt, 2019). Ia dianggap sebagai prediktor penggunaan media sosial yang berlebihan. Cara penggunaan media sosial menyebabkan munculnya FoMO juga didukung oleh hasil penelitian yang menemukan bahwa orang yang mengalami FoMO adalah orang-orang yang menggunakan media sosial secara berlebihan, misalnya saat bangun tidur, saat makan, bahkan saat mengemudi (Przybylski dkk, 2013). Untuk orang seperti ini, merasa tidak terpisahkan dari ponsel dan media sosial mereka, dan merasa sedih jika mereka tidak mengetahui berita terbaru atau sebaliknya, jika seorang teman bertanya tentang hal itu mengapa mereka tidak memiliki informasi tentang berita terbaru.

Dari berbagai kasus FoMO yang timbul di berbagai belahan negara terindikasi ada kaitannya dengan perbedaan faktor demografi. Menurut Kotler dan Armstrong (2001), faktor demografi merupakan karakteristik sosial suatu populasi yang memiliki perbedaan masyarakat berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, agama, suku bangsa, pendapatan, jenis keluarga, status pernikahan, lokasi geografi, dan kelas sosial.

Hasil studi yang dilakukan pada Februari-Mei 2017 oleh RSPH (*Royal Society of Public Health*), yang merupakan lembaga independen kesehatan masyarakat di Inggris menyatakan bahwa terdapat 40% pengguna medsos (media sosial) mengalami FoMO. Pada tahun 2013, *Computers in Human Behaviour* melakukan riset tentang FoMO secara mendalam dan dipublikasikan di jurnalnya, dari hasilnya menunjukkan bahwa sampel objek di bawah usia 30 tahun memiliki kecenderungan tertinggi

mengalami FoMO. Selain itu, perempuan dikatakan lebih banyak mengalami FoMO daripada laki-laki (Akbar, Aulya, Apsari, & Sofia, 2018).

Keberadaan media sosial dan kebutuhan perkembangan untuk terhubung dengan orang lain berada dimana-mana. FoMO mungkin lebih khas dari pengalaman remaja dan dewasa awal saat ini dibandingkan dengan orang dewasa yang lebih tua. Hal ini sesuai penelitian yang dilakukan oleh *Australian Psychological Society* pada tahun 2015 di Australia, yang menyatakan bahwa sekitar 56% remaja termasuk pengguna media sosial berat dan sebanyak 54% remaja dengan tingkat FoMO yang tidak dapat disangkal bahwa mereka merasa khawatir jika teman mereka memperoleh pengalaman yang lebih berharga, 60% khawatir ketika mereka mendapati teman bersenang-senang tanpa mereka, dan 63% kesal ketika mereka melewatkan pertemuan yang telah mereka atur bersama. Penelitian ini juga menemukan bahwa remaja pada dasarnya lebih besar cenderung mengalami fenomena FoMO daripada orang dewasa.

Selain itu, sebuah survei yang telah dilakukan terhadap 900 partisipan di Singapura dan Amerika dengan kisaran umur 19-26 tahun untuk mengetahui perspektif mereka terhadap pemanfaatan media sosial. Hasilnya 684 orang menyatakan merasa tertinggal ketika tidak mengecek media sosial. Artinya, 72% orang mengalami FoMO karena memanfaatkan media berbasis *web* tersebut dan remaja adalah kelompok usia yang paling banyak mengalami FoMO yakni mencapai 65% (JWT Intelligent, 2012). Hal ini sesuai dengan pernyataan yang menyatakan bahwa FoMO ditemukan untuk meningkatkan penggunaan media sosial di kalangan anak muda (Vaidya, Jaiganesh, & Krishnan, 2016). FoMO juga terkait dengan suasana hati dengan keterlibatan sosial media yang mendorong kehidupan individu.

Penelitian dari Gokler, Aydin, Unal, dan Metintas (2016) terhadap 354 responden dari berbagai kalangan seperti karyawan, pensiunan, dan siswa juga menemukan hubungan positif antara peningkatan frekuensi akun jejaring sosial dengan FoMO. Dari hasil penelitian tersebut juga ditemukan bahwa tingkat FoMO tertinggi didominasi oleh siswa dibandingkan dengan karyawan maupun pensiunan. Temuan ini penting dalam permasalahan penggunaan media sosial dengan FoMO. Ponsel pintarlah yang membuat jejaring sosial lebih mudah diakses sehingga dianggap memiliki

kecenderungan kecanduan. Hasil penelitian yang sama juga ditemukan oleh Bestari dan Widayat (2018) yang menyatakan bahwa adanya hubungan yang positif dan signifikan pada hubungan antara FoMO dengan intensitas penggunaan jejaring media sosial pada mahasiswa yang dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat FoMO yang dimiliki oleh seseorang maka tingkat intensitas penggunaan jejaring sosialnya akan cenderung tinggi juga.

Masalah penting lainnya saat berbicara tentang FoMO adalah efeknya pada kesehatan emosional dan kesejahteraan mental (Przybylski dkk, 2013). Pemeriksaan mengarah untuk memeriksa apakah ada hubungan antara FoMO dan kepuasan hidup individu mengungkapkan bahwa, ada hubungan negatif antara keduanya, di mana subjek dengan tingkat FoMO yang tidak dapat disangkal memiliki kepuasan yang lebih rendah dan sebaliknya. Selain itu, ditemukan juga bahwa orang-orang yang kebutuhan mentalnya tidak terpenuhi, untuk situasi ini persyaratan keterampilan, pengaturan diri, dan keterhubungan, memiliki skor FoMO yang tinggi. Dalam penelitian Alabi (2013) juga menjelaskan bahwa media berbasis *web* dapat mendorong seseorang untuk berperilaku adiktif, dimana perilaku adiktif pada media sosial secara tegas diidentikkan dengan FoMO yang tinggi (Oberst, dkk, 2016). Garzberg dan Lieberman (dalam Jood, 2017) juga mengusulkan bahwa FoMO membuat orang pada umumnya akan melihat diri mereka sendiri secara negatif karena rasa penolakan dan perasaan tidak dilibatkan melakukan aktivitas sosial. Selain itu, FoMO juga telah terbukti secara pasti terkait dengan penderitaan dan tingkat perhatian individu yang rendah (Baker, Heather & Angie, 2016).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Burke, Marlow, dan Lento (2010) keterlibatan media sosial juga menunjukkan untuk menghindari keadaan emosional negatif seperti kesepian. Pada penelitian oleh Lampe, Ellison, dan Steinfield (2007), sosial media ditunjukkan untuk menghindari kebosanan sehingga memaksa penggunaan *Facebook*. Hal sama dilakukan pada penelitiannya yang menyatakan bahwa ketidakpuasan dengan keadaan hubungan seseorang saat ini telah diidentifikasi sebagai motif dasar penggunaan media sosial. Perspektif ini menunjukkan bahwa media sosial memberikan jalan keluar untuk frustrasi dan emosional, sekaligus

keterlibatan FoMO berperan penting dalam menghubungkan variabilitas individu dalam faktor-faktor seperti kepuasan psikologis, suasana hati secara keseluruhan, dan kepuasan hidup secara umum dengan keterlibatannya pada sosial media.

Fear of missing out juga dapat berimplikasi pada gangguan tidur. Sebagian remaja memiliki akses ke perangkat elektronik di kamar tidur mereka (Cain & Gradisar, 2010) dan penggunaan perangkat elektronik berlebihan sebelum tidur, termasuk penggunaan media sosial yang secara khusus dikaitkan dengan kesulitan tidur (Woods & Scott, 2016). Remaja dan dewasa awal tampaknya menunjukkan gangguan tidur sebagai fungsi dari FoMO, sehingga FoMO dapat mempengaruhi penggunaan media sosial hingga larut malam (Milyavskaya et al, 2018), sehingga lebih sulit untuk mencapai tidur yang cukup dan konsisten. Kurang tidur yang terus menerus dapat memperburuk FoMO, dan jika remaja khawatir akan ketinggalan kegiatan sosial, mereka mungkin masih memantau media sosial lebih sering, termasuk pada malam hari sebagai pengganti tidur mereka, sehingga proses ini selanjutnya melibatkan FoMO itu sendiri.

Dari kasus-kasus yang dijabarkan, FoMO cenderung memiliki dampak besar bagi remaja dan dewasa awal. Faktanya, bukan usialah yang menyebabkan FoMO terhadap media sosial melainkan aspek-aspek persepsi diri seperti kesepian, rendahnya *self-esteem*, dan rendahnya *self compassion* (Barry & Wong, 2020). Dilansir dari ScienceDaily, Barry menyebutkan bahwa "*FoMO is not an adolescent or young adult problem, necessarily. It's really about individual differences, irrespective of age*". Hal tersebut ia sampaikan sesuai penelitian yang ia lakukan dengan *partnernya*, Megan Wong terhadap lebih dari 400 orang di seluruh Amerika Serikat dari kelompok yang berbeda mulai dari usia 14 hingga 47 tahun dengan menanyakan berbagai pertanyaan yang berkaitan dengan persepsi diri, kepuasan hidup, dan penggunaan media sosial. Para peneliti menemukan bahwa penggunaan media sosial bukan prediktor yang baik untuk FoMO. Misalnya, dua orang dengan keterlibatan media sosial yang sama dapat terpengaruh secara berbeda. Satu orang mungkin memiliki sedikit perasaan negatif tentang melihat teman-temannya sementara yang lain mungkin merasa kesal. Dari penelitian yang dilakukan oleh Barry & Wong (2020), meskipun FoMO dapat

berdampak negatif, hal tersebut tampaknya tidak terkait dengan kepuasan hidup. Barry menunjukkan bahwa FoMO bukanlah kecemasan sosial yang berlebihan.

Selain itu, ternyata FoMO juga tidak ada perbedaan dari segi jenis kelamin. Artinya, semua kalangan baik laki-laki maupun perempuan dapat mengalami gangguan FoMO. Hal tersebut didasari penelitian yang dilakukan oleh Abel, Buff, dan Burr (2016) terhadap 202 responden dengan rentang usia dari umur 18-24 tahun ke atas yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan terkait FoMO pada perempuan maupun laki-laki. Hasil yang sama juga didapatkan dari penelitian yang dilakukan oleh Rozgunjuk, dkk (2020) yang melakukan penelitian terhadap 3370 responden dari berbagai kalangan usia bahwa tidak ada perbedaan *gender* terhadap FoMO.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang dijabarkan di atas, maka penting untuk diteliti mengenai perbedaan *fear of missing out* (FoMO) ditinjau dari faktor demografi pengguna media sosial.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Apakah penggunaan media sosial dapat menyebabkan munculnya *fear of missing out* (FoMO)?
2. Apakah *fear of missing out* (FoMO) pada pengguna media sosial lebih banyak berdampak pada usia remaja dan dewasa awal?
3. Apakah perempuan lebih banyak mengalami FoMO dibandingkan laki-laki?
4. Apakah terdapat perbedaan *fear of missing out* (FoMO) yang ditinjau dari faktor demografi?

1.3 Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang telah disampaikan maka masalah dibatasi pada poin 4 tentang perbedaan *fear of missing out* (FoMO) ditinjau dari faktor demografi pengguna media sosial

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah pada subbab, maka perumusan masalah yang diajukan pada penelitian ini adalah Apakah terdapat perbedaan *fear of missing out* (FoMO) yang ditinjau dari faktor demografi?, yang kemudian dirincikan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat perbedaan *fear of missing out* (FoMO) ditinjau dari usia?
2. Apakah terdapat perbedaan *fear of missing out* (FoMO) ditinjau dari jenis kelamin?
3. Apakah terdapat perbedaan *fear of missing out* (FoMO) ditinjau dari pekerjaan?
4. Apakah terdapat perbedaan *fear of missing out* (FoMO) ditinjau dari pendidikan?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk mendapatkan data empirik tentang perbedaan *fear of missing out* (FoMO) ditinjau dari faktor demografi pengguna media sosial dalam hal ini usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendidikan.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam ilmu pengetahuan khususnya ilmu psikologi dan dijadikan salah satu bentuk dari pengembangan teori mengenai *fear of missing out* (FoMO) dan fenomenanya. Selain itu, dapat digunakan sebagai tambahan aset penelitian kasus khususnya di bidang psikologi klinis sekaligus dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan bahan pembanding bagi penulisan selanjutnya dengan topik yang sama sehingga kekurangan yang ada dalam penulisan ini dapat diperbaiki.

1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pembaca untuk mengurangi adanya FoMO pada dirinya dan dapat membantu memahami potret dirinya sendiri terkait penggunaan media sosial.