

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak kehadiran industri 4.0, terjadi perubahan yang sangat signifikan pada berbagai aspek kehidupan masyarakat, khususnya pada aspek kehidupan sosial masyarakat. Transisi kehidupan masyarakat di era 4.0 dan 5.0 saat ini menuntut kita untuk terus relevan dengan berbagai perkembangan yang terjadi khususnya pada perkembangan teknologi. Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi mendorong lahirnya transformasi digital. Era baru yang sering disebut sebagai era digitalisasi ini memunculkan generasi digital serta tuntutan relevansi dalam masyarakat. Fenomena ini menghadirkan tantangan yang akan dihadapi masyarakat akibat revolusi industri 4.0 dan 5.0 berupa terjadinya pergeseran pada sistem-sistem sosial di masyarakat yang meliputi nilai, sikap, dan pola perilaku masyarakat yang berdampak pada berubahnya struktur sosial masyarakat tersebut.¹

Perkembangan teknologi di era industri 4.0 menuju 5.0 saat ini memungkinkan masyarakat dunia untuk semakin mudah terhubung satu sama lain. Hal ini karena lahirnya media sosial yang merupakan produk dari industri 4.0. Kehadiran media sosial yang beragam seperti *Twitter*, *Instagram*, *TikTok*, dan *Facebook* dengan beragam fiturnya yang memudahkan penggunaannya untuk mengetahui aktivitas orang lain maupun untuk mengakses informasi terkini membuatnya menjadi platform yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari individu saat ini. Salah satu media sosial yang cukup populer adalah Instagram. Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling populer di dunia, terutama di kalangan remaja dan orang dewasa. Hingga kuartal I-2021, tercatat jika jumlah pengguna aktif Instagram di seluruh dunia mencapai 1,07 miliar dan 354 juta

¹ Taswiyah, T. "Mengantisipasi Gejala *Fear of Missing Out (fomo)* Terhadap Dampak Sosial Global 4.0 dan 5.0 Melalui *Subjective Well-Being* dan *Joy of Missing Out (JoMO)*." *Jurnal Pendidikan Karakter JAWARA* (Jujur, Adil, Wibawa, Amanah, Religius, Akuntabel), Vol. 8 No. 1, 2022, hal. 107.

penggunanya berusia 25 hingga 34 tahun². Kemudian dilansir dari *Hootsuite (We Are Social)*, jika per tahun 2021 sebanyak 61,8% dari jumlah populasi di Indonesia merupakan pengguna aktif media sosial, dengan platform Instagram sebagai media sosial ketiga setelah *YouTube* dan *Whatsapp* yang paling banyak digunakan (Datareportal,11/02/2021). Masih di tahun 2021, tercatat jika pengguna media sosial Instagram sebanyak 86,6% dari jumlah populasi penduduk Indonesia.³

Tabel 1.1 Platform Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Tahun 2022

Table 1 Platform Media Sosial Paling Banyak digunakan di Indonesia Tahun 2022

Media Sosial	Jumlah Pengguna
Whatsapp	88,7%
Instagram	84,8%
Facebook	81,3%
Tiktok	63,1%
Telegram	62,8%

(Sumber: Website *Hootsuite (We are Social)*, 2022)

Aspek keterhubungan akibat penggunaan Instagram kini memunculkan berbagai tren baru pada mahasiswa. Mahasiswa sebagai kelompok masyarakat yang di era digitalisasi ini tidak dapat dipisahkan dari media sosial, seolah dituntut untuk terus mengikuti perkembangan tren terkini yang ada di masyarakat. Tuntutan untuk selalu relevan dengan apa yang tengah menjadi tren di media sosial ini mulai menjadi suatu budaya yang berkembang di masyarakat, khususnya di kalangan remaja dan para mahasiswa. Hal ini karena jika mereka selalu *up to date* dengan tren terkini di media sosial, maka mereka akan merasa mendapatkan penerimaan sosial atas

² Monavia Ayu Rizaty, "Inilah Negara Pengguna Instagram Terbanyak, Indonesia Urutan Berapa?," diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>. Pada tanggal 20 Juni 2022, pukul 23.30.

³ Simon Kemp, "*Digital 2021: Indonesia*," diakses dari, <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>. Pada tanggal 20 Juni 2022, pukul 23.40.

wawasan atau pengetahuan yang mereka miliki dalam lingkungan pergaulannya. Sehingga mereka akan selalu terdorong untuk dianggap ‘*gaul*’ dan “kekinian”. Selain itu dengan semakin dinamis dan berkembangnya kehidupan kampus saat ini memunculkan gaya hidup fleksibel pada para mahasiswa, mendorong mereka untuk selalu aktif terlibat pada berbagai kegiatan yang bernilai positif. Terlebih lagi dengan semakin banyaknya program kegiatan eksternal yang diadakan oleh pihak kampus serta instansi pemerintah hingga swasta, semakin memperluas akses bagi keterlibatan mahasiswa pada berbagai kegiatan tersebut. Tingginya peran literasi digital dari media sosial Instagram dalam menyebarkan berbagai informasi terkait kegiatan-kegiatan serta nilai positif dari berorganisasi pada mahasiswa, membentuk persepsi sosial serta kebiasaan yang secara tidak langsung dijadikan sebagai standar bagi kehidupan kampus yang dianggap ideal oleh kalangan mahasiswa. Secara tidak langsung hal tersebut mendorong para mahasiswa untuk berkonformitas karena adanya tekanan untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok ataupun kebiasaan yang sudah dianggap sebagai tradisi dari mayoritas lingkungan sosial mereka. Akibatnya para mahasiswa menjadi saling berlomba-lomba untuk menyesuaikan diri dengan standar kehidupan dari lingkungan sosial mereka dalam terlibat pada sebanyak-banyaknya kegiatan positif di dalam maupun di luar lingkungan kampus, serta aktif menunjukkannya melalui unggahan Instagram mereka.

Tren yang muncul di Instagram ini secara tidak langsung membuat penggunaannya menjadi selalu ingin merasa terhubung dengan mengakses media sosial tersebut secara berkala agar mereka tidak tertinggal informasi yang tengah viral serta tren apa saja yang sedang berkembang di media sosial. Perasaan untuk selalu terhubung dengan apa yang sedang menjadi viral di media sosial tersebut akhirnya menjadi suatu perasaan cemas jika mereka tertinggal informasi, dan berakibat pada hadirnya perasaan takut akan ketertinggalan atau yang pada saat ini sering disebut sebagai fenomena perilaku FOMO. Fenomena FOMO saat ini, mulai sering menjadi perbincangan, khususnya di kalangan mahasiswa. FOMO yang merupakan singkatan

dari *Fear of Missing Out* dicirikan oleh keinginan untuk terus terhubung dengan apa yang tengah dilakukan orang lain, terutama terkait dengan teknologi media sosial yang memberikan kesempatan untuk selalu membandingkan keadaan diri sendiri dengan status seseorang.⁴ FOMO menurut Przybylski dijelaskan sebagai perasaan takut dan cemas yang dirasakan individu karena tidak terlibat dalam pengalaman menyenangkan bersama orang terdekat di sekitarnya sehingga membuat individu menjadi khawatir akan diabaikan oleh mereka karena ia tidak terlibat dalam pengalaman tersebut.⁵ Fenomena FOMO dapat dikatakan sebagai gangguan kecemasan terus-menerus yang dirasakan oleh seseorang berupa perasaan takut tertinggal akan pengalaman maupun pencapaian positif yang tengah dirasakan dan didapatkan oleh orang lain.

Ketika perasaan FOMO hadir, individu yang mengalaminya biasanya merasakan perpaduan emosi antara perasaan terisolasi karena ketertinggalan, khawatir akan dikucilkan secara sosial, dan iri hati karena tidak dapat merasakan atau terlibat di dalamnya. Fenomena FOMO sering dikaitkan dengan penggunaan media sosial yang berlebihan. Ini karena kehidupan di era digitalisasi saat ini tidak terlepas dari berbagai platform media sosial yang hadir dengan beragam fiturnya yang memudahkan individu dalam membagikan foto maupun kisah kehidupannya kepada orang lain. Kehadiran media sosial yang begitu masif kini seolah menjadi wadah yang meleburkan privasi seseorang dengan ruang publik. Sehingga dapat diasumsikan bahwa orang dengan FOMO yang tinggi akan cenderung lebih banyak memeriksa

⁴ Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. "Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out". *Computers in Human Behavior*. Vol. 29 No. 4, 2013, hal 1841–1848.

⁵ Angesti, R., & Oriza, I. D. I. "Peran *Fear of Missing Out (FoMO)* sebagai mediator antara kepribadian dan penggunaan internet bermasalah". *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, Vol. 2 No. 2, 2018, hal. 792.

feeds media sosial teman dan keluarga mereka untuk tidak melewatkan apa yang terjadi dalam hidup mereka.⁶

Dampak dari media sosial yang paling banyak dirasakan adalah bagaimana media sosial kini memungkinkan penggunanya untuk merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, serta berkomunikasi dengan sesama pengguna lain sehingga membentuk ikatan sosial secara virtual. Selain itu, dampak lainnya dari penggunaan media sosial yang berimplikasi pada hadirnya perasaan FOMO adalah munculnya perasaan tidak nyaman saat seseorang tidak dapat terhubung dengan media sosial untuk melihat aktivitas yang dibagikan orang lain di media sosial. Sehingga demi menghilangkan perasaan yang tidak nyaman tersebut, seseorang bisa meninggalkan apa yang sedang ia lakukan dan menghabiskan waktu lebih lama di media sosial demi mendapatkan perasaan “bergabung.”⁷

FOMO yang dirasakan akibat intensitas penggunaan Instagram yang berlebihan ini berpotensi paling banyak dialami oleh golongan mahasiswa. Ini karena mahasiswa didominasi oleh kelompok usia 18-24 tahun. Sementara berdasarkan laporan yang dilansir oleh *Napoleon Cat*, pada November 2021 tercatat jika mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah dari kelompok usia 18-24 tahun, yakni sebanyak 33,90 juta.⁸ Sebagai kelompok yang merupakan mayoritas pengguna media sosial Instagram, mahasiswa menjadi rentan mengalami ketergantungan terhadap penggunaan Instagram dibanding kelompok masyarakat lainnya. Sehingga dampak yang diakibatkan dari perilaku FOMO dapat berpengaruh pada kehidupan sosial mahasiswa yang mengidap FOMO tersebut.

⁶Sebastian Ocklenburg, “*FOMO and Social Media. Psychology Today*,” diakses dari <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/the-asymmetric-brain/202106/fomo-and-social-media> pada tanggal 13 Juni 2021, pukul 23.20.

⁷ Marissa Anita, “*On Marissa's Mind: FOMO*,” diakses dari Greatmind.id: <https://greatmind.id/article/on-marissa-s-mind-fomo>. Pada tanggal 20 Juni 2022, pukul 23.25.

⁸Cindy Annur, “*Pengguna Instagram di Indonesia*”. diakses dari: Databoks.id <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-diindonesiamayoritasusiaberapa#:~:text=Tercatat%2C%20mayoritas%20pengguna%20Instagram%20di,Instagram%20kedua%20i%20Tanah%20Air>. Pada tanggal 20 Juni 2022, pukul 23.35

Tabel 1.2 Pengguna Instagram Berdasarkan Kelompok Usia & Jenis Kelamin (Oktober 2021)

Usia	perempuan	laki-laki
13-17 tahun	7%	5,2%
18-24 tahun	19,8%	17,5%
23-34 tahun	16,9%	15,3%
35-44 tahun	6%	5,5%
45-54 tahun	2,2%	2,1%
55-64 tahun	0,6%	0,6%
65 tahun ke atas	0,5%	0,8%

(Sumber: Website Katadata.id, 2021)

Platform ini memainkan peran kunci dalam menjaga mahasiswa agar tetap terhubung dengan keluarga dan teman-teman sebayanya untuk mendapatkan dukungan sosial. Ketersediaan informasi yang luas dari media sosial Instagram memungkinkan mahasiswa untuk selalu merasa terhubung dengan kehidupan dan peristiwa orang lain yang dianggap sayang jika dilewatkan. Di samping sebagai platform yang berperan dalam menghubungkan penggunanya, Instagram juga dapat menjadi wadah dalam menunjukkan eksistensi dan juga sebagai sarana aktualisasi seseorang. Bagi para mahasiswa yang bersosialisasi dalam kelompok pertemanannya, selain sebagai upaya identitas diri tetapi juga sebagai usaha aktualisasi diri.⁹

Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti fenomena perilaku FOMO dengan menggunakan kacamata sosiologis melalui konsep konformitas dari Solomon Asch. Solomon Asch adalah seorang psikolog sosial yang terkenal dengan eksperimen mengenai tekanan kelompok. Salah satu eksperimen Asch yang terkenal berfokus

⁹ Renata, S., & Parmitasari, L. N. "Perilaku prososial pada mahasiswa ditinjau dari jenis kelamin dan tipe kepribadian". PSIKODIMENSIA, Vol. 15 No.1, 2016, hal. 24-39.

pada konformitas sosial. Menurut Solomon Asch, konformitas merujuk pada tindakan individu untuk menyesuaikan pendapat atau perilakunya dengan pendapat atau perilaku mayoritas dalam kelompok, meskipun itu dapat bertentangan dengan keyakinan atau pengamatan pribadi mereka.¹⁰ Sehingga berdasarkan penjelasan konsep tersebut, penelitian ini akan membahas tentang bagaimana perilaku FOMO yang dialami mahasiswa yang berfokus pada mahasiswa Pendidikan Masyarakat UNJ dengan memanfaatkan konsep konformitas sosial yang digagas oleh Solomon Asch.

Banyaknya penelitian yang menunjukkan jika perilaku FOMO cenderung berdampak negatif pada keadaan psikologis seseorang, membuat penelitian ini ingin mengkaji fenomena perilaku FOMO tersebut secara sosiologis. Saat ini fenomena perilaku FOMO dapat dikatakan sebagai masalah sosial karena menyebabkan seseorang selalu ingin terhubung dengan media sosialnya sehingga berpotensi membuatnya tidak fokus pada realitas sosial dalam kehidupan sehari-harinya. Terlebih fenomena FOMO sangat rentan dialami oleh para mahasiswa yang dalam beberapa tahun ke depan akan mengambil peran dalam perkembangan dunia industri global. Selain itu mahasiswa merupakan kelompok Generasi Z yang sedang berada pada fase di mana mereka tengah disibukkan dengan berbagai kegiatan akademik maupun non-akademik, sehingga jika mereka mengalami perilaku FOMO dikhawatirkan dapat mengganggu kegiatan perkuliahan mereka. Sebagai kelompok Generasi Z yang dalam kehidupan sehari-harinya tidak dapat terlepas dari penggunaan teknologi digital, para mahasiswa diharapkan dapat memahami dampak dari FOMO akibat penggunaan media sosial Instagram, sehingga mereka dapat menggunakan media sosial mereka untuk hal-hal yang lebih berorientasi pada kebermanfaatan sosial.

Salah satu alasan peneliti untuk meneliti pembentukan perilaku FOMO pada mahasiswa Pendidikan Masyarakat UNJ adalah karena berdasarkan pengamatan dari

¹⁰ Asch, S. E. "Studies of independence and conformity: A minority of one against a unanimous majority". *Psychological Monographs*, Vol. 70, No. 9, 1956, hal. 1-70. doi:10.1037/h0093718.

peneliti yang menemukan bahwa prodi Pendmas merupakan salah satu prodi di Fakultas Ilmu Pendidikan yang memiliki beberapa akun Instagram khusus yang aktif, baik itu akun Instagram resmi prodi, akun Instagram mahasiswa per-angkatan, hingga akun Instagram beberapa projek sosial yang dilakukan oleh para mahasiswa Prodi Pendidikan Masyarakat. Selain itu, berdasarkan pengakuan salah satu mahasiswa Pendidikan Masyarakat yang mengatakan jika Prodi Pendidikan Masyarakat merupakan salah satu prodi yang hampir setiap tahunnya menjadi penyumbang terbanyak mahasiswa baik itu sebagai partisipan dari Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) UNJ. Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) sendiri merupakan salah satu program pemerintah yang dinaungi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang bertujuan memberikan bekal berupa pengetahuan, serta menumbuhkan keterampilan dan jiwa usaha (*entrepreneurship*) yang berbasis IPTEK pada para mahasiswa agar mereka memilistandar hidiki pola pikir sebagai pencipta lapangan pekerjaan dan siap menjadi calon pengusaha yang siap dengan persaingan global.¹¹ Banyaknya mahasiswa Pendidikan Masyarakat yang hampir selalu menjadi partisipan pada acara PMW tersebut, menunjukkan jika terdapat suatu tradisi yang terbentuk di kalangan mahasiswa Pendidikan Masyarakat, bahwa setiap tahunnya mereka melihat jika teman-teman maupun kakak tingkat dan senior alumni mereka yang selalu berpartisipasi pada acara tersebut, sehingga jika mereka tidak ambil bagian pada kegiatan tersebut, mereka akan merasa tertinggal. Dapat terlihat jika adanya budaya atau tradisi di lingkungan sosial para mahasiswa dan peran dari media sosial Instagram menjadi salah satu aspek pendorong munculnya perilaku FOMO yang dirasakan para mahasiswa untuk aktif berkegiatan di kampus karena mereka melihat banyak mahasiswa lainnya yang juga mengikuti suatu kegiatan sehingga mereka tidak ingin tertinggal dengan teman-temannya, dan bukan karena mereka betul-betul tertarik dengan kegiatan tersebut.

¹¹ **Latar Belakang** *Program Mahasiswa Wirausaha*. <http://wr3.unj.ac.id/pmw/?fbclid=PAAabkG-YuNPq8k4y1hOQWwKDFoHcXNdMX3swG7vxp1x1-VvZ7x0UUWXLtu>. Diakses pada 27 Januari 2023, pukul 22.50.

1.2. Rumusan Permasalahan Penelitian

Dewasa ini, teknologi memainkan peranan penting dalam membantu kita untuk merasa terhubung dengan orang lain tanpa terbatas jarak dan waktu. Media sosial hadir sebagai produk dari kemajuan teknologi informasi. Beberapa media sosial yang populer diantaranya yaitu *Twitter*, *Instagram*, *TikTok*, dan *Facebook*, serta masih banyak lagi. Instagram menjadi salah satu media sosial yang populer dan cukup banyak digunakan oleh masyarakat dari berbagai kalangan dan kelompok usia. Kemudahan dalam mengaksesnya serta beragam fitur yang ditawarkan Instagram membuat platform tersebut menjadi media sosial yang digemari oleh masyarakat, khususnya bagi para mahasiswa. Hal ini karena mahasiswa yang saat ini masuk ke dalam golongan Generasi Z, sejak kecil sudah terbiasa dengan penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari mereka. Selain itu, platform jejaring sosial tersebut juga seringkali dimanfaatkan sebagai sarana aktualisasi diri oleh para mahasiswa.

Sebagai salah satu kelompok dengan jumlah pengguna media sosial Instagram terbanyak, mahasiswa menjadi rentan akan potensi timbulnya keadaan psikologis yang terganggu akibat ketidakmampuan dalam mengelola penggunaan media sosialnya dengan baik. Hal ini karena mahasiswa dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan tren dari segala aspek kehidupan sosialnya, baik itu dalam segi pergaulannya di lingkungan kampus maupun di luar kehidupan kampusnya. Predikat sebagai seorang 'Mahasiswa' yang identik dengan berbagai kesibukan pada kegiatan internal dan eksternal kampus, seringkali membuat mahasiswa dituntut untuk memiliki pergaulan sosial yang luas. Sehingga terkadang para mahasiswa menjadi mudah untuk terbawa dengan arus pergaulan yang ada pada media sosial mereka. Adanya dorongan untuk selalu *up to date* pada media sosial agar tidak terkucilkan oleh teman-temannya dapat berdampak pada munculnya perilaku FOMO.

Kondisi tersebut dapat berpotensi menimbulkan perubahan pada praktik sosial mahasiswa jika dibiarkan secara terus-menerus. Hal ini karena perilaku FOMO yang merupakan salah satu gangguan psikologis dapat membuat penderitanya menjadi lupa

akan kehidupan realitas sosialnya. Perasaan cemas dan khawatir berlebihan yang dialami para mahasiswa pengidap FOMO ini yang dikhawatirkan jika dibiarkan dapat memunculkan krisis identitas akibat terlalu memfokuskan kehidupan mereka pada media sosial, yang kemudian memiliki implikasi pada perubahan pola perilaku sosial para mahasiswa. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengajukan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor pembentuk perilaku FOMO pada para mahasiswa?
2. Bagaimana konformitas menjelaskan fenomena FOMO di kalangan mahasiswa?
3. Bagaimana dampak dari perilaku FOMO pada kehidupan sosial mahasiswa?

1.3 Tujuan Penelitian

Melalui pertanyaan penelitian yang telah diuraikan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjabarkan faktor-faktor pembentuk perilaku FOMO pada para mahasiswa.
2. Untuk mengkaji bagaimana konformitas dalam menjelaskan fenomena FOMO di kalangan mahasiswa.
3. Untuk mendeskripsikan bagaimana dampak dari perilaku FOMO pada kehidupan sosial mahasiswa.

1.4. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis membagi manfaat penelitian ke dalam dua kategori yaitu:

1.4.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat, khususnya bagi para mahasiswa untuk lebih memahami dampak dari penggunaan media sosial instagram agar terhindar dari dampak negatif dari perilaku FOMO bagi keadaan psikologis maupun bagi pola interaksi sosial para mahasiswa.

1.4.2 Manfaat Teoritis

1. Bagi Lembaga Pendidikan: penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan menjadi referensi baru mengenai bagaimana fenomena perilaku FOMO dapat dialami pada para mahasiswa akibat adanya tekanan sosial di masyarakat.
2. Bagi Referensi Peneliti Selanjutnya: penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi bagi penelitian sejenis yang juga memiliki fokus kajian sosiologi budaya yang berguna untuk mengkaji FOMO sebagai fenomena sosial yang relevan dalam analisis bagaimana media sosial mempengaruhi cara berinteraksi, berkomunikasi, dan berkonformitas dengan norma sosial yang ada di masyarakat.

1.5. Tinjauan Studi Sejenis

Tinjauan penelitian sejenis sangat penting untuk memberikan gambaran tentang berbagai penelitian sejenis yang ada terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti akan memaparkan persamaan dan perbedaan penelitian sebagai acuan bagi peneliti untuk menyusun dan memposisikan penelitian yang dilakukan. Tinjauan penelitian sejenis yang terdahulu sangat diperlukan dalam membantu proses penelitian. Penelitian terdahulu juga sebagai upaya untuk mencari perbandingan serta menemukan inspirasi baru untuk melakukan penelitian selanjutnya. Dengan melihat penelitian terdahulu juga membantu peneliti dalam melihat kekurangan yang ada pada penelitian terdahulu sehingga peneliti dapat melengkapi kekurangan tersebut dalam penelitian selanjutnya. Berikut ini beberapa tinjauan penelitian sejenis yang peneliti ambil yang terkait dengan tema yang sedang penulis kaji.

Pada penelitian pertama yang berjudul “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z”, yang ditulis oleh Riki Khrishananto dan Muhammad Ali Adriansyah pada tahun 2021 bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan Instagram dan konformitas perilaku konsumtif di kalangan generasi Z. Konsep yang

digunakan pada penelitian ini adalah penggunaan media sosial Instagram dan konformitas sebagai variabel yang turut berpengaruh di dalam perilaku konsumtif seorang remaja. Hasil penelitian ini menjelaskan jika terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial Instagram dan konformitas terhadap adanya perilaku konsumtif yang dialami kalangan Gen-Z di kota Samarinda.

Penelitian kedua, yang dilakukan oleh Gaiska Meindieta Muharam dkk, yang berjudul “Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) dan Konformitas Teman Sebaya terhadap *Impulsive Buying* Pada Mahasiswa Kota Semarang (Studi Pada Konsumen TikTok Shop)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh *Fear Missing Out* (FOMO) terhadap *impulsive buying* di TikTok Shop, kemudian mengetahui bagaimana konformitas teman sebaya terhadap *Impulsive Buying* di TikTok Shop, dan *Fear of Missing Out* serta konformitas teman sebaya terhadap *Impulsive Buying* di TikTok Shop. Penelitian ini memanfaatkan teknik *accidental* dan pengumpulan data menggunakan kuesioner skala pernyataan. Penelitian ini secara ringkas menjelaskan jika *Fear of Missing Out* berpengaruh terhadap *Impulsive Buying* ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Begitu pula dengan hasil analisis konformitas teman sebaya menunjukkan pengaruh terhadap *Impulsive Buying* menghasilkan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini adalah bahwa FOMO dan konformitas teman sebaya sangat berpengaruh terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa Kota Semarang ditunjukkan dengan nilai pengaruh sebesar 52%.

Penelitian ketiga, oleh Aisafitri, L., & Yusriyah, K. pada tahun 2021 yang membahas “Kecanduan Media Sosial (FOMO) Pada Generasi Milenial”, menjelaskan jika generasi milenial yang berstatus mahasiswa di Kota Depok termasuk ke dalam generasi yang ‘melek’ akan teknologi, dan dapat diasumsikan hal tersebut sudah masuk ke dalam kategori FoMO. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Teori determinasi diri digunakan dalam penelitian ini guna melihat dampak akibat kecanduan menggunakan media sosial (FoMO) yang

dialami oleh generasi milenial. Hasil penelitian menemukan bahwa Milenial yang mengalami kecanduan media sosial (FoMO) memiliki dampak positif dan negatif dalam menjalani kehidupan sehari-hari mereka, di mana dengan kecanduan media sosial menjadikan diri mereka selalu *ter-upgrade* dengan informasi-informasi terbaru yang secara tidak langsung membuat diri mereka memiliki motivasi untuk melakukan suatu hal.

Keempat, penelitian dari Alt, D pada tahun 2015 yang berjudul "*College students academic motivation, media engagement and fear of missing out*" berusaha menjelaskan mengenai kekhawatiran tentang konsekuensi masalah mental terkait penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa di era ini, sehingga meningkatkan kesadaran tentang fenomena baru yang disebut *Fear of Missing Out* (FoMO). Penelitian ini menggunakan metodologi triangulasi dengan beberapa skala yang digunakan meliputi *Sosial Media Engagement* (SME), *Fear of Missing Out* (FoMOs) dan motivasi akademik. Teori modal sosial digunakan untuk mengkaji bagaimana para mahasiswa menggunakan media sosial sebagai alat untuk selalu terkoneksi dengan jaringan sosial yang lebih luas. Sementara teori SDT berperan dalam menjelaskan potensial dari keterlibatan media sosial, khususnya aspek-aspek defisit dalam kepuasan kebutuhan psikologis. Hasil Penelitian ini mengkonfirmasi asumsi bahwa siswa yang termotivasi secara ekstrinsik akan cenderung lebih sering menggunakan alat media sosial yang tersedia di kelas.

Kelima, penelitian dari Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. pada tahun 2013 yang berjudul "*Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. Computers in Human Behavior*" menjelaskan jika utilitas media sosial telah mempermudah kita untuk mengetahui berbagai aktivitas sosial *online* atau *offline* yang dapat dilakukan seseorang. Pada sisi positifnya, sumber daya sosial ini memberikan banyak kesempatan untuk berinteraksi; pada sisi negatifnya, mereka sering menyiarkan lebih banyak pilihan daripada yang bisa dilakukan, mengingat batasan praktis dan waktu yang terbatas.

Sifat ganda media sosial ini yang kemudian berimplikasi pada munculnya minat populer berupa konsep ‘takut kehilangan’ yang populer disebut sebagai FOMO. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode campuran. Teori penentuan nasib sendiri digunakan untuk membongkar pemahaman FOMO berbasis empiris. Temuan pada penelitian ini menunjukkan mereka yang memiliki tingkat kepuasan rendah terhadap kebutuhan dasar akan kompetensi, otonomi, dan keterkaitan cenderung ke tingkat ketakutan kehilangan yang lebih tinggi seperti halnya mereka yang memiliki tingkat suasana hati umum yang lebih rendah dan kepuasan hidup secara keseluruhan. FoMO dikaitkan dengan tingkat keterlibatan perilaku yang lebih tinggi dengan media sosial, yang mungkin merugikan.

Keenam, penelitian yang dilakukan Putri Lisya, Dadang Hikmah Purnama, dan Abdullah Idi yang berjudul "Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna Media Sosial di Kota Palembang (Studi Pada Mahasiswa FoMO di Universitas Sriwijaya dan Universitas Muhammadiyah Palembang)," melihat jika *Fear of Missing Out* (FoMO) merupakan penyakit sosial yang hadir di era digital ini dan paling banyak dialami oleh kelompok mahasiswa. Penelitian sosiologi ini membahas gaya hidup mahasiswa FoMO melalui aktivitas, minat, dan opini citra diri mahasiswa FOMO terpapar melalui gaya hidup, dan ruang sosialnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara secara mendalam, dan dokumentasi. Kerangka teori yang digunakan pada penelitian ini menggunakan konsep gaya hidup. Selain itu penelitian ini juga menggunakan konsep citra diri. Hasilnya didapatkan jika gaya hidup mahasiswa FOMO dapat tergambar melalui karakteristik, citra diri, dan ruang sosial yang identik pada mahasiswa FOMO.

Ketujuh, penelitian oleh Rizki Setiawan Akbar dkk, yang berjudul “Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FOMO) Pada Remaja Kota Samarinda.” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana ketakutan akan kehilangan momen (FOMO) dapat terjadi pada remaja awal di Kota Samarinda. Penelitian ini

memanfaatkan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan juga wawancara dengan menggunakan skala FOMO. Hasil penelitian yang didapatkan yaitu bahwa ketakutan akan kehilangan momen (FOMO) yang dialami oleh para mahasiswa akibat tidak terpenuhinya aspek psikologis berupa relevansi atau *relatedness* apabila seseorang tidak memiliki kedekatan hubungan dengan orang lain di lingkungannya, dan apabila individu tidak mampu memenuhi keinginan dirinya sendiri.

Kedelapan, penelitian sejenis lainnya yang dilakukan oleh Patricia R. Hetz, Christi L. Dawson & Theresa A. Cullen dengan judul “*Social Media Use and the Fear of Missing Out (FoMO) While Studying Abroad*” bertujuan untuk mempertanyakan bagaimana media sosial memengaruhi pengalaman belajar di luar negeri. Juga, apakah mahasiswa yang belajar di luar negeri mengalami Fear of Missing Out (FOMO). Penggunaan media sosial dan perasaan FoMO digunakan sebagai kerangka konseptual dan instrumen penelitian. Metode yang digunakan adalah metode gabungan antara kuantitatif dan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan jika peserta menggunakan media sosial terutama untuk melakukan komunikasi di antara mereka sendiri, selain untuk menghubungkan mereka dengan keluarga dan kerabat di lingkungan kampung halaman mereka.

Kesembilan, ada penelitian dari Lilik Kurniawati Uswah yang berjudul “Konformitas: Adaptasi Pustakawan di Era Masyarakat Ekonomi Asean. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana para pustakawan melakukan konformitas dalam rangka menghadapi tuntutan untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan di bidang kepustakawaannya. Penelitian ini menggunakan studi kepustakaan sebagai metode penelitian. Konsep konformitas digunakan sebagai kerangka teori dalam meneliti fenomena adaptasi para pustakawan. Hasil penelitian menunjukkan jika para pustakawan melakukan adaptasi konformitas dalam memasuki era persaingan yang ketat di MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN). Adanya tekanan untuk melakukan konformitas berasal dari fakta bahwa terdapat aturan secara

eksplisit maupun implisit yang mengindikasikan mengenai langkah dan inovasi yang harus dilakukan para pustakawan di era MEA.

Kesepuluh, terdapat penelitian sejenis berjudul “*The young and the restless: Socializing trumps sleep, fear of missing out, and technological distractions in first-year college students*”, yang ditulis oleh Sue K. Adams, Desireé N. Williford, Annemarie Vaccaro, & et.al ini meneliti pengaruh tentang gangguan tidur mahasiswa selama semester pertama kuliah dengan keterlibatan teknologi, bersosialisasi dan perilaku FOMO. Penelitian ini menggunakan metode studi kualitatif eksplorasi tentang pengalaman siswa tahun pertama yang mengalami kesulitan tidur. Model biopsikososial digunakan sebagai kerangka teoritis dan konseptual dalam melakukan penelitian. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa mahasiswa di tahun pertama kuliah mengalami gangguan tidur karena berbagai faktor. Tiga faktor terkait yang muncul: bersosialisasi mengalahkan tidur; FOMO; dan gangguan teknologi.

Tabel 1.3
Perbandingan Penelitian Sejenis

Tabel 3 Perbandingan Penelitian Sejenis

	Penulis/ Judul/Tahun	Teori/Konsep	Metodologi	Persamaan	Perbedaan
1	Aisafitri, L., & Yusriyah, K/ Kecanduan Media Sosial (FoMO) Pada Generasi Milenial. (2021)	Teori determinasi diri	Kualitatif dengan pendekatan fenomenologi	Persamaan terletak pada fenomena yang diangkat, yaitu FOMO dan penggunaan media sosial	Penelitian ini menggunakan teori determinasi diri. Sedangkan peneliti memanfaatkan konsep konformitas sebagai kerangka

	Penulis/ Judul/Tahun	Teori/Konsep	Metodologi	Persamaan	Perbedaan
					teori.
2	Alt, D/ “ <i>College students academic motivation, media engagement and fear of missing out</i> ” (2015).	Teori modal sosial dan teori determinasi diri.	Triangulasi dengan beberapa skala yang digunakan meliputi <i>Sosial Media Engagement</i> (SME), <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO) dan motivasi akademik.	Persamaan terletak pada fenomena yang diangkat yaitu FOMO pada media sosial, dan mahasiswa sebagai subjek penelitiannya.	Penelitian ini fokus pada konsekuensi masalah mental terkait penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa. Sedangkan peneliti berfokus pada pembentukan fenomena FOMO akibat adanya konformitas.
3	Riki Khrihananto dan Muhammad Ali Adriansyah/Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan	Penggunaan media sosial dan konformitas	Kuantitatif	Persamaan terletak pada fenomena yang diteliti yaitu penggunaan media sosial dan juga kaitannya dengan konformitas.	Penelitian ini berfokus pada pengaruh intensitas penggunaan instagram dan konformitas perilaku konsumtif di

	Penulis/ Judul/Tahun	Teori/Konsep	Metodologi	Persamaan	Perbedaan
	Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z. (2021).				kalangan generasi Z. sementara skripsi ini fokus pada terbentuknya FOMO sebagai dampak dari konformitas.
4	Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V/ “ <i>Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out.</i> ” (2013)	Teori penentuan nasib	<i>Mix Method</i>	Persamaan terletak pada fenomena FOMO dan penggunaan media sosial fokus kajian peneliti	Penelitian ini difokuskan dalam melihat sifat ganda media sosial yang berimplikasi pada munculnya minat populer berupa gaya hidup FOMO. Sedangkan peneliti ingin mengkaji bagaimana fenomena FOMO muncul sebagai dampak dari konformitas.
5	Putri, L. S.,	Konsep gaya	Pendekatan	Persamaan terletak	Penelitian ini

	Penulis/ Judul/Tahun	Teori/Konsep	Metodologi	Persamaan	Perbedaan
	Purnama, D. H., & Idi, A/ Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna Media Sosial di Kota Palembang (Studi Pada Mahasiswa FoMO di Universitas Sriwijaya dan Universitas Muhammadiyah Palembang) (2019).	hidup dan konsep citra diri.	fenomenologi	pada fenomena yang diangkat yaitu FOMO, dan bagaimana penelitian mengkaji fenomena tersebut secara sosiologis.	difokuskan dalam melihat karakteristik gaya hidup mahasiswa yang mengidap FoMO. Sedangkan peneliti berusaha menguraikan fenomena FOMO saat ini sebagai akibat dari adanya konformitas.
6.	Rizki Setiawan Akbar, 2) Audry Aulya, 3) Adra Apsari, 4) Lisda Sofia. Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FOMO) Pada	Konsep FOMO	Pendekatan kualitatif dan studi kasus	Persamaan terletak pada fenomena yang diangkat, yaitu fenomena FOMO	Perbedaan terletak pada penelitian ini hanya fokus akan gejala dan dampak dari FOMO yang dialami.

	Penulis/ Judul/Tahun	Teori/Konsep	Metodologi	Persamaan	Perbedaan
	Remaja Kota Samarinda.				
7.	Gaiska Meindieta Muharam dkk/ Pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) dan Konformitas Teman Sebaya terhadap Impulsive Buying Pada Mahasiswa Kota Semarang (Studi Pada Konsumen TikTok Shop). (2023).	Konformitas	Kuantitatif	Persamaan terletak pada konsep yang digunakan, yakni konsep konformitas dan FOMO.	Penelitian ini fokus pada pengaruh konformitas teman sebaya dan FOMO pada perilaku <i>impulsive buying</i> , sementara peneliti ingin mengkaji peran dari konformitas pada terbentuknya FOMO.
8.	Patricia R. Hetz, Christi L. Dawson & Theresa A. Cullen/ <i>Social Media Use and the Fear of</i>	Penggunaan media sosial dan perasaan FOMO	Metode campuran antara kuantitatif dan kualitatif	Persamaan terletak pada fenomena yang dijadikan fokus penelitian yaitu FOMO pada mahasiswa yang menggunakan media	Penelitian ini menggunakan metode campuran melalui data kuantitatif dari survei dan data kualitatif dari

	Penulis/ Judul/Tahun	Teori/Konsep	Metodologi	Persamaan	Perbedaan
	<i>Missing Out (FoMO) While Studying Abroad</i>			sosial.	wawancara kelompok. Sementara pada skripsi ini hanya menggunakan metode kualitatif.
9.	Lilik Kurniawati Uswah/ Konformitas: Adaptasi Pustakawan di Era Masyarakat Ekonomi Asean. (2016).	Konsep konformitas	Pendekatan studi literatur	Persamaan terletak pada fenomena dan konsep yang digunakan yaitu konformitas yang dijadikan kerangka konsep acuan	Penelitian ini menjadikan konformitas sebagai strategi adaptasi para pustakawan. Sedangkan penelitian pada skripsi ini menjadikan konformitas sebagai konsep untuk melihat dampak yang ditimbulkan akibat konformitas yang dilakukan para mahasiswa dengan

	Penulis/ Judul/Tahun	Teori/Konsep	Metodologi	Persamaan	Perbedaan
					lingkungan dan penggunaan media sosialnya.
10.	Sue K. Adams, Desiree N. Williford, Annemarie Vaccaro, & et.al/ <i>The young and the restless: Socializing trumps sleep, fear of missing out, and technological distractions in first-year college students</i>	Model biopsikososial	Studi kualitatif eksplorasi	Persamaan terletak pada fenomena penelitian yang mengangkat fenomena FOMO pada mahasiswa di kehidupan kampus	Studi eksplorasi ini meneliti pengaruh tentang gangguan tidur mahasiswa selama semester pertama kuliah dengan keterlibatan teknologi, bersosialisasi dan FoMO. Sementara penelitian pada skripsi ini berfokus pada bagaimana fenomena FOMO yang muncul sebagai akibat dari adanya konformitas.

(Sumber: Analisis Peneliti, 2022)

1.6. Kerangka Konseptual

1.6.1 FOMO (Fear of Missing Out)

Istilah FOMO yang merupakan akronim dari *Fear of Missing Out* kini mulai menjadi istilah baru yang tampaknya menjadi pengalaman umum di masyarakat kontemporer. Didukung oleh perkembangan situs media sosial yang menjadi salah satu faktor pendorong terbesar munculnya fenomena FOMO yang menjadi gaya hidup baru di masyarakat. Salah satu fakta mengenai FOMO adalah FOMO merupakan kekuatan pendorong dibalik penggunaan internet dan media sosial khususnya dengan tingkat FOMO tertinggi dialami oleh remaja dan dewasa awal (*emerging adulthood*).¹² Secara lebih luas FOMO dapat didefinisikan sebagai pengalaman afektif dan kognitif berdasarkan perbedaan pengalaman yang dialami dan dirasakan seseorang saat ini serta antara pengalaman mereka dengan yang dimiliki lingkungan sosial mereka secara langsung.¹³

Istilah FOMO sendiri pertama kali dicetuskan oleh Patrick J. McGinnis pada tahun 2004 saat dirinya sedang menempuh studi magister pada *Harvard Business School* (HBS). Ia memperkenalkan akronim tersebut dalam sebuah artikel yang berjudul “*Social Theory at HBS: McGinnis’ Two FOs*” yang diterbitkan oleh *The Harbus* yang merupakan koran mahasiswa HBS.¹⁴ Kemudian setelah istilah FOMO menjadi sangat populer, di tahun 2020 Patrick J. McGinnis mencetak sebuah buku yang menceritakan bagaimana latar belakang serta asal-usul dari istilah FOMO muncul dan digunakan hingga saat ini pada buku yang ditulisnya sendiri yang berjudul “*Fear of Missing Out: Practical Decision-Making in a World of Overwhelming Choice.*” Buku yang juga telah diterbitkan ke dalam versi bahasa

¹² Aisafitri, L., & Yusriyah, K. “*Kecanduan Media Sosial (FoMO) Pada Generasi Milenial*”. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 4 No. 1, 2021, hal. 86-106.

¹³ Neumann, D. “*Fear of missing out*”. *The International Encyclopedia of Media Psychology*, 2020, hal. 1-9.

¹⁴ Patrick McGinnis, *Fear of Missing Out: Bijak Mengambil Keputusan di Dunia yang Menyajikan Terlalu Banyak Pilihan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama: 2020), hal. Xii.

Indonesia dengan judul “FOMO—*Fear of Missing Out: Bijak Mengambil Keputusan di Dunia yang Menyajikan Terlalu Banyak Pilihan*” ini berisi pemikiran Patrick sebagai pencipta istilah FOMO yang selama tujuh belas tahun telah memikirkannya, hingga ia menemukan bahwa solusi dari fenomena ini adalah pengambilan keputusan.¹⁵

Pada buku tersebut, Patrick menceritakan awal mula dirinya mengidentifikasi suatu perasaan yang dialami oleh dirinya serta teman-teman kuliahnya di HBS saat itu. Patrick menggambarkan mengenai apa yang dirasakan oleh dirinya dan para mahasiswa HBS saat itu ialah, bahwa di mana pun ia berada, dan apa pun yang dilakukannya, ia akan selalu merasa ada hal lebih baik lagi yang juga sedang terjadi pada tempat lain. Menurutny, perasaan tersebut hadir dan terbentuk melalui lingkungan. Pada bab satu buku tersebut, Patrick menggambarkan suasana kehidupan HBS saat itu diibaratkan olehnya seperti “hidup dalam jejaring sosial.” Meskipun pada saat itu belum terdapat platform media sosial, namun Patrick menceritakan bahwa kehidupan para mahasiswa HBS saat itu dipenuhi oleh berbagai percakapan yang diselingi kepongahan tentang pengalaman positif para mahasiswa serta berita-berita mengenai pencapaian antar mahasiswa yang beredar dengan begitu cepat bagaikan beranda atau *feeds* media sosial di era saat ini. Lingkungan tersebut kemudian menebarkan ketakutan, berupa takut ketinggalan pada berbagai kegiatan yang sedang berlangsung di sekitar kita, terutama jika kegiatan tersebut berpotensi lebih positif, lebih baik, dan lebih menggugah dibanding kegiatan yang sedang kita lakukan.¹⁶ Hal tersebut membuat para mahasiswa HBS saat itu menghabiskan waktu dan energi mereka untuk hal-hal yang sebetulnya bukan prioritas. Patrick menjelaskan yang terjadi kemudian adalah para mahasiswa saat itu melakukan

¹⁵

“FOMO—*Fear of Missing Out: Bijak Mengambil Keputusan di Dunia yang Menyajikan Terlalu Banyak Pilihan*”
https://books.google.co.id/books/about/FOMO_Fear_of_Missing_Out_Bijak_Mengambil.html?id=R6wGEAAQBAJ&redir_esc=y. Diakses pada 02 Januari 2022, pukul 22.22.

¹⁶ Patrick McGinnis, *Fear of Missing Out: Bijak Mengambil Keputusan di Dunia yang Menyajikan Terlalu Banyak Pilihan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama: 2020), hal. 4.

sesuatu bukan karena mereka sungguh-sungguh menginginkannya, namun hanya karena mereka melihat bahwa banyak orang lain yang juga melakukannya.

Patrick kemudian menyadari bahwa konsep mengenai perasaan takut tersebut layak diberikan nama. Dirinya kemudian menyingkat *fear of missing out* menjadi FOMO dan sering menggunakannya sebagai percakapan sehari-hari dengan teman-teman kuliahnya. Hingga pada bulan Mei 2004, ia menerbitkannya pada artikel di koran kampus yang berisi tentang kritiknya terhadap budaya kampus saat itu yang menurutnya didorong oleh FOMO dan FOBO (*Fear of Better Opinion*). Istilah FOMO awalnya menjadi populer di kalangan mahasiswa MBA Amerika Serikat, karena mereka merasakan hal yang serupa sehingga mudah dalam memahami konsep FOMO dan dengan cepat menjadikannya sebagai istilah sehari-hari antar mahasiswa bahkan antar kampus. Popularitas FOMO terus meningkat seiring dengan semakin seringnya istilah tersebut muncul dan dibahas pada artikel-artikel di Amerika Serikat. Pertumbuhan media sosial dan *digital marketing* turut memperkenalkan konsep FOMO kepada para konsumen umum budaya pop.¹⁷

Istilah FOMO yang digunakan sebagai penelitian ilmiah pertama kali muncul pada tahun 2013 pada sebuah penelitian yang dilakukan oleh Przybylski, Murayama, DeHaan, dan Gladwell.¹⁸ Pada penelitiannya tersebut, Przybylski mendefinisikan FOMO sebagai kekhawatiran yang dialami oleh individu di saat orang lain mengalami pengalaman yang lebih berkesan dibanding apa yang tengah dialami oleh dirinya.¹⁹ Przybylski mengklasifikasikan FOMO sebagai suatu sindrom kecemasan sosial yang ditandai oleh keinginan untuk dapat terus terhubung dengan apa yang

¹⁷ Patrick McGinnis, *Fear of Missing Out: Bijak Mengambil Keputusan di Dunia yang Menyajikan Terlalu Banyak Pilihan*, Terj. Annisa C. Putri (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2020), hal. 9.

¹⁸ Sarentya Fathadhika dan Afriani, "Social Media Engagement Sebagai Mediator Antara Fear of Missing Out Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Remaja". JPSP: Jurnal Psikologi Sains dan Profesi, 2018, hlm. 209.

¹⁹ *Ibid.*

sedang dilakukan oleh orang lain.²⁰ Oleh karena itu, di era pesatnya perkembangan media sosial pada masyarakat modern saat ini, menghadirkan interkoneksi ekstrem yang memungkinkan kita untuk dengan mudah membandingkan diri dengan orang lain. Konsekuensinya adalah muncul perbandingan sosial yang memaksa individu untuk terus mengikuti kegiatan positif apa yang sedang dilakukan oleh orang-orang lain di lingkungan sekitarnya. Sehingga ketika seseorang tidak dapat mengendalikan rasa cemasnya untuk dapat terus mengikuti berbagai informasi ataupun momen terbaru, baik di kehidupan nyata maupun yang ada di media sosial, dapat dikatakan bahwa individu tersebut mengalami perilaku FOMO.

1.6.2 Teori Konformitas

Penelitian ini akan memanfaatkan teori konformitas yang digagas oleh Solomon Asch. Konformitas merujuk pada penyesuaian sikap dan perilaku agar sesuai dengan norma sosial yang berlaku.²¹ Konsep utama dalam teori ini adalah adanya tekanan untuk menyesuaikan diri dengan norma sosial atau norma yang ada di kelompok yang tidak didasarkan oleh keinginan langsung individu yang bersangkutan. Dasar pemikiran dari teori konformitas yang digagas oleh Solomon Asch adalah konformitas hadir dari situasi yang ambigu, yaitu saat seseorang merasa tidak yakin tentang apa saja standar perilaku yang tepat atau benar.²² Menurut Asch konformitas hanya akan muncul atau bahkan tidak muncul sama sekali jika ada situasi rangsang yang jelas.

Asch dikenal dengan metode eksperimennya yang melibatkan satu subjek sebenarnya dan beberapa aktor yang telah disetujui sebelumnya.²³ Mereka duduk

²⁰ Rizki Setiawan Akbar, Audry Aulya, Adra Apsari, Lisda Sofia. “Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FOMO) Pada Remaja Kota Samarinda”. Psikostudia: Jurnal Psikologi, 2018, hlm. 39.

²¹ Agung, I. M. “Dinamika Kelompok Perspektif Psikologi Sosial (Group Dynamics of Social Psychological Perspective)”. Oleh Mirra, dkk, 2013, hal. 1-35.

²² David O. Sears, Jonathan L. Freedom, L. Anne Peplau, *Psikologi Sosial*. Terj. Michael Adryanto. (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1985). Hal. 79.

²³ Asch, S. E. (1951). “Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgments”. In H. Guetzkow (Ed.), *Groups, leadership, and men*. Carnegie Press, hal. 177-190.

bersama di meja dan harus mengidentifikasi garis yang sama panjangnya dengan garis referensi yang ditampilkan. Aktor sengaja memberikan jawaban yang salah pada beberapa kesempatan untuk menguji apakah subjek akan mengikuti mayoritas yang salah atau tetap setia pada pandangan mereka sendiri. Hasil dari eksperimen Asch menunjukkan bahwa sekitar dua pertiga dari peserta subjek (sekitar 75% kasus) mematuhi mayoritas kelompok dan memberikan jawaban yang salah, mengabaikan pandangan mereka sendiri yang sebenarnya benar. Beberapa subjek merasa mendorong untuk mengikuti norma mayoritas, meskipun mereka tahu itu salah, mungkin karena takut ditolak atau ragu tentang pandangan mereka sendiri. Eksperimen tersebut menyoroti pentingnya tekanan sosial dan konformitas kelompok dalam membentuk perilaku serta pandangan individu. Dari hasil eksperimen Asch tersebut ditemukan kesimpulan bahwa banyak orang menjadi cenderung menyerah pada tekanan sosial yang diberikan oleh kelompok.

Teori konformitas bertujuan untuk menjelaskan bagaimana proses atau situasi tertentu dapat mempengaruhi perubahan perilaku seseorang sehingga sejalan dengan harapan atau norma kelompok.²⁴ Konformitas secara umum berperan secara signifikan pada adanya keteraturan serta keseragaman di dalam suatu kelompok. Konformitas dalam konteks sosial dapat dilihat sebagai salah satu bentuk dari pengaruh sosial (*social influence*) yang mempengaruhi bagaimana individu berperilaku. Sehingga dapat disimpulkan bahwa teori konformitas merupakan teori yang menggambarkan bagaimana individu cenderung menyesuaikan perilaku atau pendapat mereka dengan mayoritas kelompok sosialnya, meskipun pendapat atau keinginan mereka sendiri tidak selalu sesuai dengan pendapat maupun keinginan dari mayoritas tersebut.

²⁴ Hanurawan, F. “Kajian psikologi lintas budaya terhadap perilaku konformitas”. Jurnal Sains Psikologi, Vol. 3, No. 1. 2014.

Konsep lainnya yang dijelaskan oleh Asch ialah bahwa terdapat tekanan sosial (*social pressure*) yang mendasari terjadinya konformitas.²⁵ Hal tersebut didasarkan pada hasil eksperimennya yang menunjukkan jika para peserta dalam eksperimen Asch merasa terdorong untuk berkonformitas dengan mayoritas kelompok agar tidak menonjol atau dianggap berbeda. Menurut Asch terdapat beberapa faktor mengapa orang berkonformitas. Faktor-faktor tersebut meliputi kurangnya informasi, kepercayaan terhadap kelompok, kurangnya kepercayaan terhadap penilaian sendiri, dan rasa takut terhadap penyimpangan.²⁶ Dampak yang saling berkaitan antara kurangnya keyakinan pada pendapat diri sendiri dan adanya rasa takut menjadi orang yang menyimpang, membuat orang kemudian melakukan penyesuaian diri. Dalam konsepnya Asch menjelaskan jika konformitas juga dipengaruhi oleh adanya aspek berupa kekompakan kelompok, yaitu eratnya hubungan antara individu dengan kelompoknya. Kekompakan digunakan untuk menyatakan seberapa besar kekuatan yang menyebabkan seseorang tertarik dengan kelompok mereka sehingga mendorong mereka ingin tetap menjadi bagian dari kelompok tersebut.

1.6.3 Media Sosial Instagram

Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial berbasis foto dan video yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah foto, video, menggunakan filter digital dan membagikannya kepada sesama pengguna media sosial lainnya. Platform jejaring sosial ini didirikan oleh dua orang sahabat yaitu Kevin Systrom dan Mike Krieger pada tahun 2010.²⁷ Dalam perkembangannya, aplikasi yang berasal dari gabungan kata “instan” dan “telegram” ini pada hari pertama peluncurannya hanya memiliki 25.000 pengguna, dan sepuluh tahun kemudian telah memiliki lebih dari 1

²⁵ Asch, S. E. (1951). “*Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgments*”. In H. Guetzkow (Ed.), *Groups, leadership, and men*. Carnegie Press, hal. 177-190.

²⁶ David O. Sears, Jonathan L. Freedman, L. Anne Peplau, *Psikologi Sosial*. Terj. Michael Adryanto. (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1985). Hal. 80-82.

²⁷ Anugerah Ayu Sendari. “Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya.” Diakses dari: <https://www.liputan6.com/tekno/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>. pada 20 Oktober 2022, pukul 22.20.

miliar pengguna.²⁸ Sesuai dengan arti dari kata gabungan “instan”, Instagram memiliki keunggulan berupa fitur untuk mengambil dan menampilkan foto-foto secara instan. Sementara untuk kata “gram” yang berasal dari kata “telegram” merujuk pada cara kerja Instagram yang dapat membagikan informasi kepada pengguna lainnya secara cepat. Platform yang menjadi terobosan baru dalam membagikan foto dan video itu kemudian diambil alih oleh Facebook pada tanggal 9 April 2012 dengan nilai hampir 1\$.²⁹

Platform tersebut terus mengalami perkembangan yang pesat dan menjadi salah satu aplikasi paling populer di dunia. Berdasarkan data yang dilansir oleh *Business of Apps*, secara global jumlah pengguna media sosial Instagram pada kuartal I 2022 sudah mencapai 1,96 miliar pengguna dan jumlah tersebut terus meningkat dibanding tahun sebelumnya dengan peningkatan sebesar 4,42% dalam satu tahun. Peningkatan tersebut tidak mengherankan mengingat Instagram sendiri terus memperbarui fitur-fitur aplikasi yang mereka miliki dalam beberapa tahun terakhir. Beberapa fitur seperti *Instagram Music, Gif, questions, quiz, poll*, hingga fitur *avatar* yang dapat dimanfaatkan oleh para penggunanya semakin menjadi nilai tambah yang membedakan Instagram dengan platform media sosial sejenis lainnya.

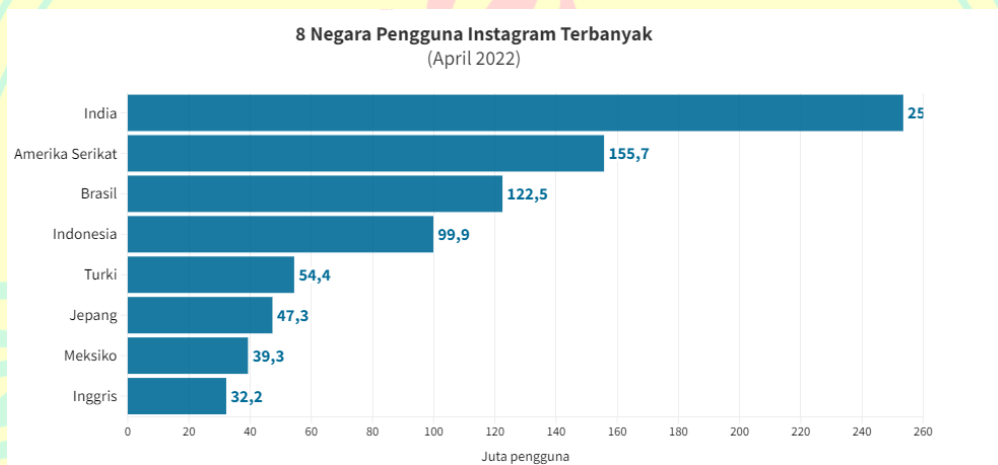
Di Indonesia sendiri, Instagram juga menjadi salah satu platform media sosial dengan jumlah pengguna yang cukup besar. Berdasarkan data yang dipublikasikan pada situs periklanan Meta menunjukkan jika Indonesia memiliki jumlah pengguna Instagram sebesar 99,15 juta pada awal tahun 2022. Masih dilansir dari sumber yang sama, jika pada awal tahun 2022 pengguna Instagram di Indonesia yang merupakan audiens iklan Instagram didominasi oleh perempuan dengan jumlah 52,3%, sementara audiens laki-laki sebesar 47,7%. Dan diperkirakan jumlah tersebut dapat terus

²⁸ Nur Fitriatus Salihah. “Sejarah Awal Instagram dan Peluncurannya.” Diakses dari: <https://www.kompas.com/tren/read/2021/10/06/100500365/sejarah-instagram-dan-cerita-awal-peluncurannya?page=all>. Pada 20 Oktober 2022, pukul 20.20.

²⁹ Anugerah Ayu Sendari. “Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya.” Diakses dari: <https://www.liputan6.com/tekno/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>. pada 20 Oktober 2022, pukul 20.50.

mengalami peningkatan setiap tahunnya, seiring dengan gencarnya pemerataan digitalisasi yang digaungkan oleh pemerintah. Sementara negara dengan jumlah pengguna Instagram terbesar di dunia saat ini masih dipegang oleh India dengan total 253,5 juta pengguna, dan Indonesia berada di posisi ke-4 dengan jumlah pengguna sebesar 99,9 juta pengguna aktif pada periode April 2022.

Gambar 1.1 Negara Pengguna Instagram Terbanyak

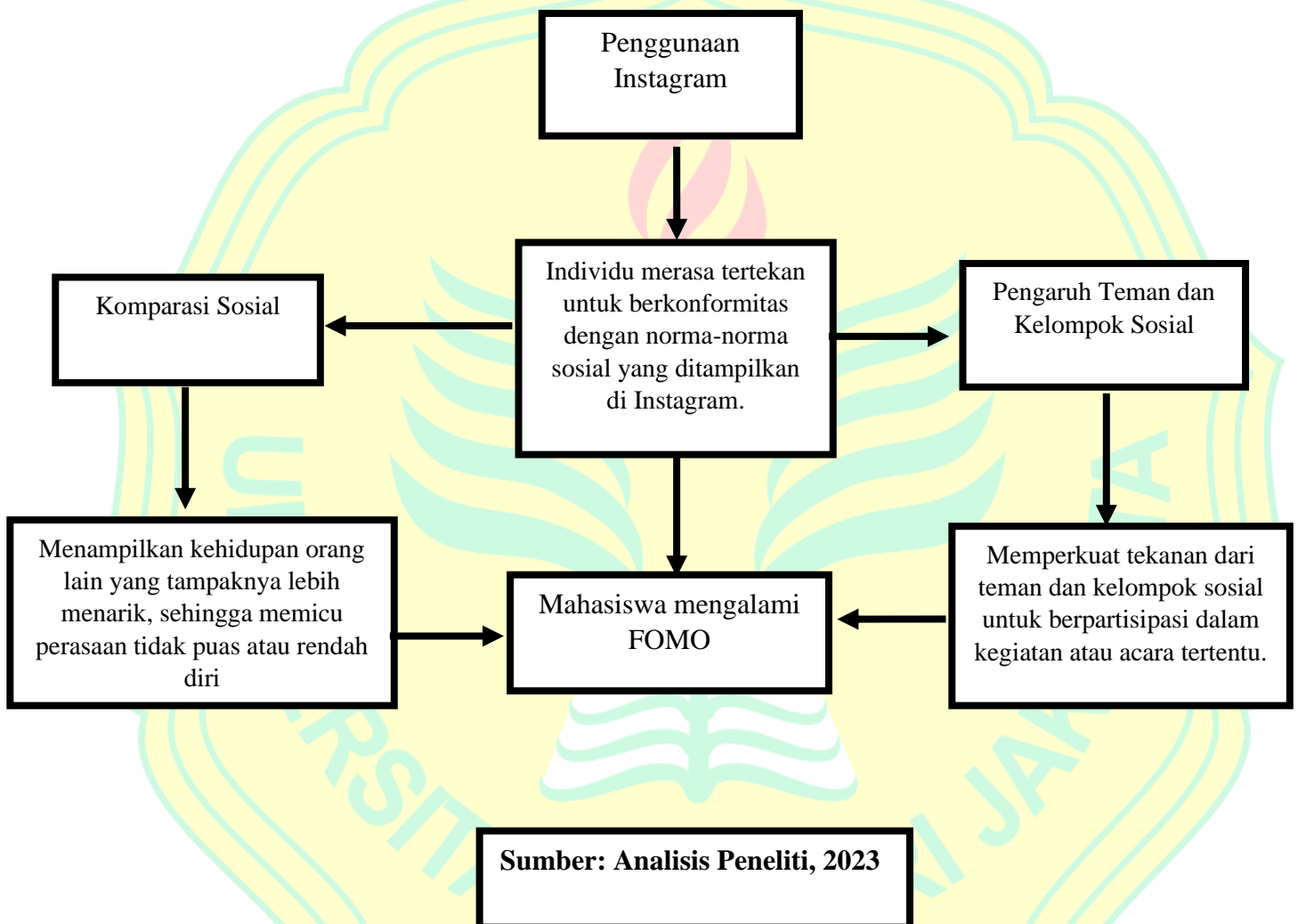


(Sumber: Website [DataIndonesia.id](https://dataindonesia.id), 2022.)

1.6.4 Hubungan Antar Konsep

Skema 1.1

Hubungan Antar Konsep



1.7. Metodologi Penelitian

1.7.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Tulisan pada penelitian ini disusun dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dirancang untuk mempelajari

dan memahami makna pada individu atau sekelompok orang tentang masalah sosial.³⁰ Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yang memiliki tiga kunci utama yaitu mengambil fakta berdasarkan atas pemahaman subjek (*verstehen*), hasil pengamatan secara rinci dan mendalam (*thick description*) dan berupaya menemukan hasil teoritis baru yang jauh dari teori yang telah ada.³¹ Metode kualitatif juga berperan dalam menafsirkan makna dari suatu kejadian yang melibatkan perilaku manusia dalam situasi tertentu menurut pandangan peneliti. Oleh karena itu, metode ini digunakan untuk meneliti suatu fenomena yang berkaitan langsung dengan kehidupan manusia sebagai individu.

Penelitian kualitatif ini menggunakan jenis studi kasus dalam menjelaskan fenomena yang diteliti. Jenis studi kasus yang akan digunakan adalah studi kasus deskriptif. Kasus yang diangkat pada penelitian ini adalah mengenai konformitas yang dialami mahasiswa sehingga melatarbelakangi munculnya fenomena FOMO, dan bagaimana budaya pada masyarakat mendorong mahasiswa untuk melakukan konformitas sehingga para mahasiswa mengalami FOMO. Studi kasus ini akan berusaha untuk mendeskripsikan kategorisasi dalam suatu fenomena yang diangkat. Penyajian data dilakukan dengan cara menganalisis hasil data deskriptif analitis berupa teks tertulis, lisan, dan pengamatan tingkah laku pada objek penelitian, untuk kemudian dipelajari dan dideskripsikan secara utuh.

1.7.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan objek penelitian yang berperan sebagai informan dalam memberikan sumber data yang dibutuhkan oleh peneliti untuk mengetahui permasalahan yang dibahas dalam penelitian. Subjek penelitian dapat disebut sebagai narasumber atau informan yang dikenal sebagai orang yang mengetahui serta

³⁰ John W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th ed. Terj. Achmad Fawaid dan Rianayati Kusmini Pancasari, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), hal. 4-5.

³¹ Kholifah, S., & Suyadnya, I. W. *Metodologi Penelitian Kualitatif; Berbagi Pengalaman dari Lapangan*. (Depok : PT Rajagrafindo Persada, 2018).

bersedia memberikan informasi tentang data yang ingin didapat oleh peneliti terkait dengan permasalahan penelitian yang dilakukan.³²

Pada penelitian ini peneliti menentukan informan atau narasumber yang terdiri dari enam informan kunci yang merupakan mahasiswa program studi Pendidikan Masyarakat UNJ yang sudah memasuki semester lima sebagai informan penelitian, yang terindikasi mengalami FOMO akibat penggunaan media sosial instagram dalam kehidupan sehari-hari mereka. Sebagai mahasiswa yang sudah memasuki semester lima, para mahasiswa ini bisa dibilang sedang memasuki masa-masa perkuliahan yang sibuk dan padat. Baik itu dari segi akademik maupun non-akademik, mereka sudah mulai disibukkan dengan mata kuliah yang mengharuskan mereka untuk turun lapangan, menyusun laporan, serta berbagai kesibukan dalam organisasi yang sedang mereka ikuti. Dan semua tanggung jawab tersebut berlangsung secara bersamaan dalam satu semester. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui bagaimana perilaku FOMO dapat terbentuk pada para subjek, serta apa saja dampak yang ditimbulkan sehingga mempengaruhi kehidupan sosial mereka sebagai mahasiswa yang sedang dipenuhi oleh kesibukan dan tanggung jawab yang padat.

Selain itu alasan peneliti dalam memilih mahasiswa program studi Pendidikan Masyarakat UNJ untuk dijadikan subjek penelitian adalah karena nantinya mereka dipersiapkan untuk menjadi lulusan yang dapat berkontribusi dalam bidang pengembangan dan pemberdayaan di masyarakat. Di samping itu, para mahasiswa prodi Pendidikan Masyarakat ini juga diharapkan dapat menjadi tenaga pendidik sektor non-formal yang mampu mengembangkan pembelajaran yang berkelanjutan di berbagai bidang maupun jenjang pendidikan pada masyarakat. Selain itu karena para mahasiswa Pendidikan Masyarakat juga mempelajari mengenai konsep dan cara kerja masyarakat. Maka sudah seharusnya mereka mampu memahami konsekuensi yang dapat terjadi sebagai dampak negatif dari perilaku FOMO bagi diri mereka sendiri

³² M. Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, (Yogyakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009), hlm. 91.

serta bagi lingkungan sosial di sekitar mereka. Sehingga jika perilaku FOMO tersebut dialami para mahasiswa Pendidikan Masyarakat maka dikhawatirkan dapat berpengaruh pada profesionalitas mereka sebagai calon tenaga pendidik yang memiliki tanggung jawab dalam memberdayakan masyarakat di kemudian hari.

Tabel 1.4 Subjek Penelitian

Tabel 4 subjek penelitian

No	Nama	Kriteria	Posisi
1	HF	<ul style="list-style-type: none"> • Pengguna platform Instagram • Berusia 21-22 tahun • Mahasiswa aktif Pendidikan Masyarakat UNJ Angkatan 2020 • Aktif mengikuti kegiatan organisasi di kampus 	Informan Kunci
2	MADA		
3	IAM		
4	NA		
5.	SAP		
6.	NY		
7.	SA	<ul style="list-style-type: none"> • Mahasiswi aktif Pendidikan Masyarakat UNJ angkatan 2019 • Aktif mengikuti kegiatan organisasi di kampus 	Informan Tambahan
8.	Novita Damanik M. Si	<ul style="list-style-type: none"> • Dosen Pendidikan Psikologi UNJ 	Informan Ahli

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

1.7.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merujuk kepada tempat dimana kegiatan penelitian akan dilakukan. Penentuan lokasi penelitian ini dimaksudkan untuk mempermudah dan memperjelas lokasi yang menjadi sasaran dalam penelitian. Pada penelitian ini, peneliti memilih menggunakan pengamatan secara virtual melalui pendekatan etnografi digital. Etnografi digital digunakan karena memiliki peran dalam menggabungkan konsep antara observasi secara daring, yang pada penelitian ini memanfaatkan aplikasi Instagram sebagai ruang pengamatan dan teknik wawancara mendalam untuk mengetahui dan menganalisis dinamika perilaku mahasiswa pada dunia maya. Pendekatan etnografi digital digunakan untuk mengetahui bagaimana individu mengkonstruksikan norma-norma sosial yang ada di lingkup pertemanannya sebagai mahasiswa yang aktif dalam berbagai kegiatan akademik maupun non-akademik serta bagaimana kehidupan sosialnya yang direpresentasikan melalui akun media sosial instagramnya. Untuk waktu penelitian dilakukan sejak bulan Agustus 2022 sampai dengan Oktober 2022.

1.7.4 Peran Peneliti

Dalam penelitian kualitatif peran dari peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpul data utama.³³ Sehingga peran peneliti dalam penelitian kualitatif ini sebagai perencana, pengumpul data, penganalisis, serta sebagai pencetus penelitian. Oleh sebab itu, peneliti merupakan aktor kunci dalam melakukan penelitian. Sebagai dukungan untuk mengumpulkan data di lapangan, penulis menggunakan aplikasi bantuan berupa *notes* pada *smarthphone* dan perekam suara sebagai alat penghimpun data.

³³ Moleong, L. J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007).

1.7.5 Teknik Pengumpulan data

Pada penelitian ini, proses pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data menjadi langkah yang penting dalam penelitian karena bertujuan untuk mendapatkan data yang mampu menunjang keabsahan hasil penelitian. Pengumpulan data pendukung dan dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk melengkapi penelitian agar dapat memaksimalkan hasil penelitian.

1. Observasi

Pada penelitian ini, peneliti melakukan observasi partisipatif dengan menerapkan metode etnografi digital guna mengamati perilaku subjek penelitian dalam platform tersebut. Etnografi digital digunakan karena memiliki kemampuan dalam melakukan eksplorasi dalam hubungan digital. Observasi penelitian ini memanfaatkan platform instagram sebagai sarana untuk mengamati serta memahami bagaimana fitur-fitur pada platform instagram berdampak pada praktik sosial dan pola komunikasi penggunanya. Peneliti yang memiliki akun instagram akan menggunakannya untuk mengamati perilaku dan aktivitas di dunia maya para subyek penelitian melalui platform instagram. Langkah observasi pertama yang dilakukan oleh peneliti yaitu menentukan subjek dan juga mencari informasi mengenai subjek penelitian ini yang merupakan mahasiswa aktif Pendidikan Masyarakat UNJ. Setelah itu peneliti mengikuti (*follow*) akun-akun media sosial instagram mereka untuk mengamati aktivitas mereka pada media sosial instagram seperti jenis konten apa saja yang dibagikan, dan akun-akun apa saja yang mereka *follow* untuk kemudian dianalisis sebagai sumber data penelitian.

2. Wawancara

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan. Wawancara dilakukan kepada tujuh mahasiswa Pendidikan Masyarakat UNJ selaku informan penelitian, yang aktif

menggunakan media sosial instagram dalam kehidupan sehari-hari mereka. Wawancara dilakukan dengan mengacu pada pedoman wawancara yang telah disiapkan sebelumnya. Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman pribadi informan dalam kehidupan sosial serta aktivitas dalam kehidupan digital informan. Selain itu wawancara dalam penelitian ini penting untuk melihat sejarah personal informan seperti latar belakang umumnya yang meliputi suku, ras, serta latar belakang pendidikan dan organisasi para informan dalam membantu memahami latar belakang konstruksi sosial dari para mahasiswa.

3. Dokumentasi

Penelitian ini juga akan melampirkan data sekunder berbentuk dokumentasi yang berupa kumpulan tangkapan layar (*screenshot*) profil akun-akun Instagram subjek yang sebelumnya sudah melalui persetujuan terlebih dahulu dengan para subjek, serta rangkaian aktivitas di dunia maya berupa pemanfaatan fitur seperti *like*, *share*, dan postingan *Instastory* yang memiliki andil dalam menunjukkan eksistensi dan pola interaksi sosial penggunaannya pada platform tersebut sebagai data-data yang akan menunjang hasil penelitian.

1.7.6 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, teknik analisis data akan diawali dengan proses pengumpulan data penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan informan, observasi, maupun melalui pengumpulan dokumen-dokumen yang diperlukan sebagai referensi dalam penelitian yang akan peneliti lakukan. Setelah semua data penelitian berhasil terkumpul, selanjutnya peneliti akan melakukan reduksi atau menganalisis data menggunakan teori dan kerangka konseptual yang peneliti gunakan dalam penelitian ini. Pada tahap terakhir peneliti lebih lanjut membuat kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan.

1.7.7 Triangulasi Data

Pada penelitian ini, penulis menguji validitas data dengan menggunakan teknik triangulasi data. Triangulasi data adalah suatu metode untuk memverifikasi dan memastikan keabsahan data dengan cara menganalisisnya dari berbagai perspektif. Dalam triangulasi data, peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber dan menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda untuk menguji kredibilitas data. Pada penelitian ini, metode triangulasi digunakan untuk membandingkan dan menguji data hasil penelitian. Triangulasi data pada penelitian ini akan menggunakan pendapat dari informan ahli untuk menguji keabsahan hasil penelitian yang didapatkan. Penelitian ini menggunakan pendapat ahli dari Novita Damanik M. Si sebagai salah satu dosen pada Program Studi Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Jakarta.

1.8. Sistematika Penulisan

Penulisan hasil penelitian dibagi ke dalam tiga kategori sederhana, yaitu diantaranya ialah bagian pendahuluan, isi dan penutup. Ketiga kategori tersebut akan diuraikan ke dalam lima bab yang terbagi satu bab pendahuluan, tiga bab isi, serta satu bab penutup atau kesimpulan. Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam membaca dan memahami hasil penelitian.

Bab I Pada bab ini terdiri dari delapan sub bab. Kedelapan sub bab itu terdiri dari latar belakang, permasalahan penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian yang dibagi ke dalam manfaat teoritis dan manfaat praktis. Pada bab ini juga terdiri dari sub bab tinjauan studi sejenis yang berisi mengenai penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Selanjutnya sub bab kerangka konseptual menjelaskan mengenai teori dan konsep yang peneliti gunakan untuk menganalisis dan menjawab permasalahan penelitian. Dalam bab ini juga terdapat sub bab metodologi penelitian yang menjelaskan mengenai jenis dan metode penelitian yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian. Pada bagian terakhir bab ini terdapat sub bab sistematika penulisan yang memetakan penulisan dalam menyusun penelitian ini.

Bab II berisi gambaran umum dan karakteristik dari mahasiswa yang mengalami FOMO dalam menggunakan media sosial Instagram yang terbagi ke dalam tujuh sub bab. Pada bab ini akan dijelaskan sub bab tentang perkembangan fenomena FOMO dan FOMO yang terjadi akibat penggunaan Instagram. Selain itu pada bab ini peneliti juga akan mendeskripsikan profil umum informan seperti latar belakang sosial dan latar belakang pendidikannya, serta karakteristik penggunaan Instagram yang meliputi frekuensi, durasi, jenis konten yang dikonsumsi dan motif penggunaan Instagram pada informan.

Bab III berisi hasil temuan lapangan mengenai bentuk-bentuk perilaku FOMO apa saja yang dialami oleh informan, serta bagaimana pembentukan perilaku FOMO mahasiswa dalam menggunakan media sosial Instagram.

BAB IV berisi penjabaran dan hasil analisis mengenai bagaimana peran dari penggunaan media sosial Instagram pada pembentukan perilaku FOMO yang dialami para mahasiswa melalui teori konformitas yang digagas oleh Solomon Asch. Bab ini juga akan menjabarkan apa saja dampak dari perilaku FOMO pada mahasiswa bagi kehidupan sosial mereka.

BAB V Bab ini merupakan bab terakhir penelitian yang berisikan kesimpulan yang didapatkan dari semua proses penelitian. Kesimpulan yang dipaparkan ialah jawaban dari keseluruhan penelitian namun dalam bentuk yang lebih sederhana. Pada bab ini juga peneliti memberikan beberapa masukan untuk beberapa pihak dan saran untuk penelitian selanjutnya.