

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut Boyd & Ellison (2007), hadirnya media sosial nampaknya dapat meringankan kepenuhan atas kebutuhan afiliasi pada masa kini. Media sosial diterangkan sebagai perangkat berbasis web yang memperkenalkan para penggunanya membuat akun berprofil publik maupun semi publik sehingga penggunanya dapat terhubung satu sama lain, berbagi pandangan, dan terkoneksi dalam suatu sistem. Menurut hasil penelitian *We Are Social* pada tahun 2019, ditemukan bahwasanya sebanyak 45% dari total populasi penduduk di dunia adalah pengguna media sosial. Menurut pengamatan *We Are Social* rata-rata masyarakat pemakai media sosial menghabiskan 6,5 jam sehari untuk menggunakan media sosialnya. Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau biasa dikenal sebagai APJII pada tahun 2022, memperlihatkan bahwa 210 juta penduduk Indonesia terhubung dengan internet. Presentase tingkat penetrasi internet Indonesia pada 2022 menyentuh angka 77,02%, di mana pengguna tertingginya berada di kisaran umur 13-18 tahun dengan tingkat penetrasi 99,16%. Lalu diikuti oleh usia 19-34 tahun sebanyak 87,3%.

Dalam sepuluh tahun terakhir, telah terjadi peningkatan drastis dalam penggunaan media sosial. Menurut laporan Datareportal (Kemp, 2022), terdapat 4,623 miliar pengguna aktif media sosial pada awal tahun 2022, jumlah ini meningkat empat kali lipat lebih banyak dari laporan tahun

2012. Data serupa juga diamati untuk pengguna media sosial Indonesia, di mana diklaim bahwa tingkat penetrasi media sosial di Indonesia naik sebesar 12% dari laporan tahun 2021 menjadi 191,4 juta pengguna pada tahun 2022 (Kepios, dalam Kemp, 2022). Sebanyak 30% pengguna media sosial tersebut berusia pada tahapan usia dewasa awal. (Nurhayati-Wolff, 2021). Erikson (dalam Monks, 2001), menerangkan bahwasanya fase usia dewasa awal ialah 20 - 30 tahun.

Kenyamanan bermedia sosial, banyaknya informasi sosial yang tersedia, dan aktivitas-aktivitas orang lain yang terus *ter-update* jika dilihat terlalu sering akan memperburuk FoMO karena membuat orang menjadi lebih sadar akan apa yang mereka lewatkan (Wortham, 2011). Menurut studi analisis oleh Przybylski, et al (2013), FoMO dikenal sebagai keresahan dan kekhawatiran apabila orang lain memiliki pengalaman yang lebih berharga saat mereka tidak hadir dalam suatu momen dan ditandai dengan keinginan untuk terhubung sepanjang waktu terhadap orang lain melewati internet ataupun dunia maya. 56% masyarakat Amerika Serikat dan Inggris yang berusia pada usia awal dewasa yaitu 18 hingga 30 tahun sering kali mengalami fenomena ini.

Menurut Przybylski, Murayama, DeHaan, & Gladwell (2013), siapa saja yang pernah mengalami FoMO dapat terbelenggu pada media sosial. Ciri seseorang yang mengidap FoMO ialah memiliki keinginan untuk menggunakan media sosial secara terus-menerus. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh *Australian Psychological Society*, seorang remaja

mengalami FoMO ketika dia menghabiskan waktu rata-rata 2,7 jam sehari untuk berselancar di media sosial. Studi tersebut juga menunjukkan bahwa 50% remaja secara signifikan lebih mungkin mengidap FoMO daripada orang dewasa yang kemungkinannya sekitar 25%. Menurut *Australian Psychological Society* hal ini disebabkan karena faktor penggunaan media sosial remaja yang cenderung lebih masif dari pada orang dewasa.

Fenomena FoMO sangat dipengaruhi oleh layanan yang disediakan media sosial. Dengan alasan merasa sentimen pada aktivitas dalam postingan orang lain di platform media sosial, seseorang mengalami sensasi dan emosi yang tidak diinginkan. Orang-orang sekarang dapat menyaksikan aktivitas terbaru yang dilakukan orang lain tanpa melihat dan menanyakan secara langsung tetapi secara lebih mudah melalui media sosial.

Seseorang memenuhi kebutuhan eksistensi diri pada lingkungan sosialnya melalui mengunggah foto atau video yang berkaitan dengan kegiatan sehari-hari atas apa yang mereka terima di media sosial. Fitur *like* dan kolom komentar menyebabkan para individu mengetahui tentang seberapa baik keberadaan mereka diakui oleh teman dan pengikutnya di dunia maya. Lebih lanjut, kebebasan untuk melihat unggahan individu lain, mengomentarnya, dan saling mengirim pesan pada individu lain tersebut memfasilitasi kebutuhan remaja untuk menjalin relasi dan interaksi. Adanya komunitas virtual juga memudahkan sekelompok orang menyalurkan ide dan hobinya untuk menemui teman dengan kegemaran yang sama (Rachman, 2019).

Hal ini menunjukkan betapa pentingnya media sosial bagi seseorang, khususnya sebagai sarana berinteraksi sosial dan menunjukkan keberadaan diri. Akan tetapi, tak semua pemakaian media sosial senantiasa berefek baik. Karena media sosial tak luput dari efek negatif, maka dari itu penggunaannya perlu diperhatikan. Salah satu hal negatif yang perlu diketahui adalah seseorang dapat terlena dengan tren media sosial. Seseorang yang memiliki banyak waktu untuk dihabiskan pada media sosial memiliki kecenderungan bergantung pada tren yang ada. Keadaan seperti ini dapat memicu timbulnya perasaan FoMO (*Fear of Missing Out*). Saat ini, perasaan takut kehilangan/*fear of missing out* banyak diidap oleh para pengguna media sosial.

Sebuah studi yang dilakukan oleh Putri (2019), menunjukkan hasil hubungan positif antara FoMO dengan kecanduan media sosial pada kalangan mahasiswa yang menggunakan Instagram di Universitas Islam Bandung. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat FoMO yang dirasakan seorang mahasiswa, semakin besar pula kemungkinan mahasiswa tersebut mengalami kecanduan media sosial. Hal ini juga sesuai dengan temuan studi oleh Fatadhika (2018) yang menunjukkan adanya hubungan langsung di antara FoMO dengan adiksi media sosial. Kemudian, hasil riset Pratiwi (2020), tentang korelasi antara FoMO dan kecanduan media sosial pada remaja pengguna media sosial. Hasil riset tersebut membuktikan bahwa sebanyak 119 dari 168 remaja berumur 16 tahun atau jika dipresentasikan sebanyak 70% remaja berusia 16 tahun di SMA Negeri 14 Tangerang

mengidap FoMO sebab terlalu sering menghabiskan waktu di media sosial. Wegmann (2017), juga mengungkapkan sesungguhnya keinginan untuk terus menggunakan media sosial karena FoMO, mengakibatkan penggunaan media sosial secara intensif di mana dapat memicu kecanduan media sosial pada diri seseorang. Hal ini sejalan dengan studi analisis yang dilakukan Baker (2016), di mana studi tersebut membuktikan terdapat hubungan positif di antara FoMO dengan jumlah waktu yang dipergunakan seseorang dalam berseluncur pada media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana fenomena FoMO di kalangan mahasiswa pengguna media sosial Instagram. Untuk menemukan subjek penelitian atau informan yang diharapkan, maka penelitian ini dimulai dengan melakukan pra penelitian. Pra penelitian peneliti lakukan melalui penyebaran angket kepada mahasiswa Program Studi Pendidikan IPS menggunakan *google form*. Angket sudah dilengkapi dengan beberapa pilihan jawaban sehingga responden dapat dengan cepat mengisi pertanyaan yang disediakan. Penyebaran angket disebar pada mahasiswa Prodi Pendidikan IPS angkatan 2019-2021 di mana terdapat 76 orang mahasiswa yang mengisi angket tersebut. Berdasarkan hasil pra penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti berkenaan dengan fenomena FoMO didapatkan data bahwa media sosial yang paling sering digunakan oleh mahasiswa Prodi Pendidikan IPS FIS UNJ ialah Instagram dengan presentase 59,2%. Alasan mahasiswa Prodi Pendidikan IPS menggunakan media sosial Instagram sangat beragam mulai dari menikmati Instagram

sebagai media hiburan, mengetahui informasi terkini, media bersosialisasi, hingga media untuk menciptakan *personal branding*. Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan sebanyak 28,9% atau 22 orang mahasiswa Prodi Pendidikan IPS mengakui bahwa mereka merasa takut atau gelisah jika tertinggal akan suatu informasi, tren, *event*, atau momen tertentu di media sosial Instagram. Kemudian peneliti mengerucutkan responden hingga tersisa 7 orang yang memenuhi kriteria penelitian.

Merujuk pada kenyataan di lapangan bahwasanya dijumpai mahasiswa-mahasiswa yang selalu menyempatkan bermain gawai untuk menikmati media sosial di lingkungan kampus baik saat menanti dosen, di dalam kelas, di warung makan, maupun kala sedang berjalan di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta. Para mahasiswa membuka media sosial untuk mencari tahu informasi, mendapatkan hiburan, melihat aktivitas orang lain, bahkan untuk mengisi waktu luang mereka. Hal tersebut membuktikan bahwa mahasiswa memanfaatkan gawai untuk dapat tetap terhubung pada dunia maya melalui media sosialnya. Berdasarkan paparan deskripsi yang telah dituliskan, maka dari itu peneliti ingin meneliti fenomena sosial yaitu Fenomena FoMO di Kalangan Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram.

B. Pembatasan Masalah

Ditinjau dari latar belakang, peneliti membatasi permasalahan penelitian hanya pada topik yang akan dikaji agar penelitian yang dilakukan tetap terarah dan terfokus. Maka dari itu, peneliti mempertimbangkan untuk membatasi masalah pada fenomena FoMO (*Fear of Missing Out*) di kalangan mahasiswa pengguna media sosial Instagram.

C. Perumusan Masalah

Dengan mengacu pada pembatasan masalah, kemudian ditemukan masalah-masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana fenomena FoMO (*Fear of Missing Out*) di kalangan mahasiswa Program Studi Pendidikan IPS FIS UNJ pengguna media sosial Instagram?
2. Mengapa fenomena FoMO (*Fear of Missing Out*) di kalangan mahasiswa Program Studi Pendidikan IPS FIS UNJ pengguna media sosial Instagram dapat terjadi?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Sebagai sumbangan dalam memperluas kajian ilmu sosial menyangkut fenomena *fear of missing out*.
 - b. Memberikan khazanah ilmu pengetahuan dan wawasan baru di bidang ilmu-ilmu sosial bagi para pembaca yang tertarik dengan fenomena sosial yang sedang terjadi di masyarakat.

2. Manfaat Praktis

a. Untuk Peneliti

Menjadi sarana bagi peneliti untuk lebih memperdalam kajian ilmu sosial, khususnya tentang fenomena sosial yang sedang terjadi di masyarakat seperti FoMo (*Fear of Missing Out*).

b. Untuk Peneliti Lain

Menjadi sarana atau acuan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengkaji fenomena sosial FoMo (*Fear of Missing Out*). Melalui hasil penelitian ini, peneliti selanjutnya dapat melengkapi segala kekurangan yang ada pada penelitian ini.

c. Untuk Masyarakat Umum

Menjadi fasilitas untuk mengetahui dan memahami tentang FoMo sebagai fenomena sosial di kalangan mahasiswa pengguna media sosial. Melalui penelitian ini masyarakat umum dapat menyadari bahwa FoMo (*Fear of Missing Out*) berdampak buruk bagi emosi sosial sehingga implikasinya ialah masyarakat dapat menyikapi bagaimana seharusnya mereka bersikap terhadap fenomena sosial FoMo (*Fear of Missing Out*) agar bebas dari timbulnya efek negatif fenomena sosial tersebut.