

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini menyebabkan internet menjadi inisiatif baru dalam fasilitas pertukaran informasi antar individu maupun antar kelompok. Hal tersebut membuat masyarakat lebih sering menggunakan internet sebagai fasilitas atau akses mendapatkan informasi dari belahan dunia dan sebagai penunjang aktivitas sehari-hari. Penggunaan internet mengalami peningkatan secara signifikan karena internet banyak digunakan oleh masyarakat baik pekerja maupun pelajar untuk beragam kegiatan seperti bekerja, belajar ataupun kegiatan sosial. Data yang diperoleh dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun (APJII) 2017 menunjukkan beberapa fakta bahwa 147,26 juta penduduk Indonesia menggunakan internet. Perolehan tersebut mendapati 54.68% berdasarkan populasi masyarakat Indonesia berjumlah 262 juta. Hal tersebut membuktikan bahwa masyarakat Indonesia lebih dari setengahnya menggunakan internet dalam kesehariannya.

Pengguna *smartphone* rata-rata mengecek atau membuka media sosial setidaknya setiap 15 menit sekali. Menurut Agus Tri Haryanto (2018) masyarakat Indonesia menghabiskan waktu mereka 3-4 jam setiap hari untuk mengakses internet. Terbukti pada Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia yang mensurvei “Beberapa Alasan Mengapa Seseorang Memanfaatkan Internet” bahwa media sosial menduduki peringkat persentase tertinggi 51,5%. Menurut data “Digital 2019” yang dilaporkan oleh *We Are Social & Hootsuite* diantaranya Whatsapp 84%, Facebook 82%, Youtube 88%, dan Instagram 79%. Dalam laporan Digital 2019 memaparkan beberapa platform media sosial yang paling aktif dimanfaatkan. Youtube dan Facebook menduduki peringkat pertama dan ketiga, serta Whatsapp sebagai *social network platform* menduduki peringkat kedua, kemudian disusul dengan Instagram.

Menurut data yang diterbitkan Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, setidaknya 85,55% masyarakat menggunakan internet. Jumlah tersebut didominasi oleh laki-laki dengan persentase 88,31% dan perempuan 82,82%. Data yang diterbitkan oleh *NapoleonCat* tahun 2022 mencatat *emerging adulthood* terdapat 82 juta pengguna media sosial Instagram di Indonesia pada usia 18-25 tahun. Pada Januari 2021 berdasarkan data yang diterbitkan oleh Statista pengguna Instagram di Indonesia meningkat secara signifikan dan menduduki peringkat ke empat teratas setelah Amerika, India, dan Brazil.

Pada tahun 2022 pengguna media sosial Instagram mengalami lonjakan sebagai salah satu platform yang memiliki banyak fitur untuk menunjang kegiatan sehari-hari. Menurut Data Indonesia (2022), jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 97,38 juta. Hal ini disebabkan karena Instagram menjadi platform media sosial yang menekankan pada aspek visual daripada teks. Instagram banyak digunakan karena sebagai salah satu platform yang memiliki banyak fitur untuk menunjang kegiatan sehari-hari. Menurut Bambang (2011) dalam bukunya "*Instagram Handbook*" menyatakan indikator dari Instagram adalah hashtag, geotag, follow, share, like, komentar, dan mention. Instagram menjadi platform media sosial yang menyediakan layanan berbagi video dan foto serta dapat menerapkan filter digital dan membagikannya ke jejaring media sosial yang lain (Fujiawati, 2021). Instagram menjadi menarik karena didalamnya dapat dijadikan sebagai sarana kepentingan belajar. Aktivitas belajar menjadi lebih menyenangkan dan tujuan pembelajaran dapat tercapai (Fujiawati, 2021). Pemanfaatan media sosial Instagram mulai dimanfaatkan untuk sarana publikasi dan media pembelajaran (Fujiawati, 2021).

Menurut Kumar & Priyadarshini (2018) juga mengemukakan bahwa intensitas penggunaan Instagram dapat dimaknai sebagai seberapa sering seseorang memanfaatkan waktu dan kesempatan untuk tersambung ke media sosial secara berkesinambungan. Berbagai motif ditemukan ketika individu membuka Instagram antara lain melihat *explore*, kegiatan pada postingan teman-teman di beranda, mendapatkan informasi, melakukan *live streaming* (siaran langsung). Instagram memiliki dampak positif yang mewadahi individu untuk membangun relasi, mengembangkan kreativitas, berwirausaha dengan munculnya *online shop*.

Instagram sangat diminati oleh kalangan remaja maupun *emerging adulthood* karena dianggap sebagai media sosial yang menarik. Hal ini dikarenakan Instagram berfokus pada foto dan video durasi pendek, peningkatan citra serta hubungan reciprocal dibandingkan dengan media sosial lain yang berfokus pada kicauan (Bulan Cahyani, 2018). Dengan Instagram, pengguna dapat berbagi cerita, pengalaman, tanpa dibatasi jarak dan waktu dengan *followers*-nya (Bulan Cahyani, 2018). Tidak ada batasan dan privasi dalam Instagram, karena apapun yang kita bagikan dan orang lain bagikan dapat kita lihat (Bulan Cahyani, 2018). Kendati demikian, kemunculan Instagram dapat disalahgunakan sebagai fasilitas untuk ajang memamerkan diri yang memiliki dampak negatif bagi mereka yang menggunakannya.

Menurut Putri, dkk, (2016) penggunaan media sosial khususnya Instagram secara tepat tentunya akan berdampak positif dan dapat menunjang kegiatan serta sebagai fasilitas yang mencukupi untuk individu, namun sebaliknya jika penggunaan media sosial secara berlebih dapat mengganggu kehidupan secara nyata, penipuan, terganggunya komunikasi secara langsung, kejahatan, serta terganggunya kegiatan belajar. Hal ini selaras dengan penelitian yang dikemukakan oleh Muklason Aljawi (2019) bahwa intensitas penggunaan media sosial yang cenderung tinggi dapat mengakibatkan penurunan pada produktivitas seseorang (Canady, 2019). Menurut Adityaputry (2017) gangguan kesehatan mental yang diciptakan oleh media sosial khususnya Instagram yakni gangguan pola makan, rendahnya kepercayaan diri, gangguan kecemasan, gangguan terhadap citra diri, dan perasaan takut akan tertinggal.

Deskripsi dari banyaknya konten Instagram dapat membahayakan pengguna Instagram ketika mereka dilibatkan dalam perbandingan sosial yang negatif (Sherlock & Wagstaff, 2018). Kemunculan kasus membandingkan diri pada media sosial dapat menciptakan FoMO yang disebabkan oleh perasaan bahwa orang lain terlihat dan terlibat pada pengalaman yang lebih menyenangkan (Reer dkk, 2019). Semakin tinggi individu memiliki perasaan cemas, takut, gelisah bila tidak terlibat dalam kegiatan sosial dengan orang di sekitarnya, individu cenderung memiliki keterikatan dengan media sosialnya hingga menimbulkan konsekuensi negatif untuk dirinya sendiri (Risdayanti dkk, 2019). Dampak yang ditimbulkan ke

dalam sebuah perilaku akibat dari tingginya kecenderungan FoMO adalah tingkat agresivitas yang tinggi hingga kecenderungan untuk bunuh diri karena efek dari depresi (Kacker & Saurav, 2020)

Beragam dampak yang dirasakan pengguna media sosial akan membuat media sosial menjadi suatu kebutuhan (Solekhan & Winarso, 2014). Kebutuhan tersebut yakni seperti membagikan peristiwa yang terjadi, mendapatkan sekaligus membagikan informasi ke khalayak umum (Blachnio & Przerpiorka, 2018). Menurut Blackwell et al., (2017) menuturkan dampak negatif penggunaan media sosial yang berlebihan akan mengakibatkan *Fear of Missing Out* (FoMO). FoMO didefinisikan oleh Przybylski, Murayama, Dehaan dan Gladwell (2013) yang mengungkapkan sebagai kekhawatiran ketika orang lain mempunyai pengalaman atau momen yang lebih memuaskan serta dicirikan dengan adanya dorongan untuk selalu terhubung dengan orang lain. Menurut Przybylski et al (2013) mengungkapkan bahwa seseorang dengan FoMO akan mencari sesuatu hal yang dilakukan orang lain dan ingin selalu terhubung dengan orang lain di dunia nyata atau dunia maya, dimana saja dan kapan saja. Hal ini disebabkan karena ketidakpuasan individu akan kebutuhan psikologis dasar seperti otonomi, kompetensi, dan keterkaitan dengan orang lain (Przybylski et al., 2013)

Hasil penelitian-penelitian terdahulu menggambarkan *fear of missing out* sebagai konstruk psikologis yang lekat dengan kekeliruan penggunaan smartphone dan media sosial secara berlebih (Elhai, Levine, Dvorak, & Hall, 2016; Przybylski dkk, 2013; White. 2013). Hal ini selaras dengan dengan ungkapan Abel et al. (2016); bahwa individu dengan tingkat *fear of missing out* yang tinggi akan terus menerus mengecek media sosialnya dan tanpa disadari individu tersebut telah menghabiskan banyak waktu, kesempatan, dan energi yang terbuang begitu saja (JWT, 2012). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dikemukakan oleh (Kacker & Saurav, 2020) dimana *fear of missing out* memiliki korelasi positif secara signifikan kecanduan media sosial, agresivitas, kecemasan, hingga depresi. Penelitian lainnya dari Akbar, dkk (2018) menambahkan beberapa ciri *fear of missing out* yakni individu tidak terlepas dari *smartphone*-nya, selalu mengecek dan membagikan hal apapun seperti kegiatan sehari-hari, perasaan yang dirasakan, dan momen berharga yang dialami.



Menurut JWT Intelligence (2012) *fear of missing* dipengaruhi oleh beberapa faktor pendorong diantaranya usia, unggahan yang disebar melalui hashtag, keterbukaan akan informasi di media sosial, *social one-upmanship*, serta beragamnya stimulus untuk mendapatkan informasi. Dari faktor usia, remaja dan dewasa awal adalah usia yang rentan terjadinya *fear of missing*. Faktor yang menjadi pengaruh *fear of missing* yakni pola asuh *overprotective*, penolakan dan pengabaian yang dirasakan (Ritcher, 2018) serta tidak terpenuhinya kebutuhan akan *self* dan *relatedness* (Przybylski et al., 2013)

Terdapat konsep psikologi yang dapat memaparkan mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi hal tersebut. Salah satu yang akan diimplementasikan pada penelitian ini adalah *strive to avoid inferiority feeling*. *Strive to avoid inferiority feeling* merupakan upaya untuk menghindari perasaan inferioritas (Paul Gilbert, et al., 2007). *Strive to avoid inferiority feeling* yang tinggi seringkali terjadi karena terhambatnya atau kegagalan dalam mengembangkan sikap positif dalam dirinya. Namun perjuangan tidak selalu membawa manusia pada keberhasilan, sehingga individu perlu berjuang untuk bersaing (Paul Gilbert, et al., 2007). Munculnya kegagalan maupun kurangnya dukungan eksternal dapat menciptakan perasaan inferior yang lebih tinggi. Namun hal tersebut merupakan gejala umum yang dialami setiap manusia dan bukan sebagai tanda kelemahan atau tanda abnormal (Schultz, 1986).

Hal ini sering dialami oleh seseorang terutama para remaja dan dewasa awal karena pada masa ini terjadi perubahan besar dalam perkembangan kognitif, fisik, dan sosial-emosional individu. Pada fase ini individu memiliki ketidakstabilan emosi, tahap menemukan jati diri, orientasi pada masa tersebut dapat membantu tercapainya harapan dan tujuan individu di masa dewasanya. Hal-hal tersebut menjadi rentan dalam perkembangan sosial-emosional nya yang merujuk pada individu dengan kelompok usia *emerging adulthood*.

Berdasarkan pemaparan di atas banyak dampak yang ditimbulkan oleh penggunaan media sosial khususnya pada platform Instagram yang menjadi potensi memunculkan *fear of missing* bagi penggunanya, khususnya pada *emerging adulthood*. *Emerging adulthood* memiliki lima karakteristik utama, yaitu

ketidakstabilan (*instability*) adalah fase dimana individu mengeksplorasi zona nyaman dalam hidupnya sehingga menciptakan ketidakstabilan, eksplorasi diri (*identity exploration*) adalah fase dimana individu mengalami perubahan penting yang menyangkut identitas dirinya, berfokus pada diri sendiri (*self focused*) merupakan fase dimana individu fokus dengan dirinya sehingga kurang melibatkan diri dalam kewajiban sosial, ambiguitas (*feeling in between*) adalah fase individu tidak menganggap dirinya sebagai remaja ataupun sepenuhnya sudah dewasa, dan kemungkinan untuk mengeksplorasi dan bereksperimen (*the age of possibilities*). Berdasarkan penjelasan karakteristik di atas, dapat disimpulkan bahwa *emerging adulthood* menekankan pada dirinya untuk belajar mandiri serta sepenuhnya percaya dirinya sendiri, dan mengekspresikan dirinya (Arnett, 2013). Penggunaan media sosial juga berkaitan dengan salah satu dari karakteristik *emerging adulthood* yakni eksplorasi diri.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aryanti & Halimah (2021) mengungkapkan beberapa kasus bahwa perempuan pada usia *emerging adulthood* di Bandung mengalami *fear of missing*, 98 dari 284 orang ada pada perguruan tinggi. Penggunaan media sosial yang sering digunakan oleh *emerging adulthood* menjadi salah satu alasan mengapa mereka memiliki kecenderungan *fear of missing out*. Hal ini dibuktikan dari hasil penelitian yang dilakukan Fuster, Chamarro, & Oberst (2017) bahwa penggunaan media sosial pada smartphone akan menciptakan kecanduan dan terkait dengan *fear of missing out*. Dengan demikian, jika individu memiliki perasaan inferioritas pada rentang usia *emerging adulthood* cenderung akan mengalami *fear of missing out*

Berdasarkan kasus yang telah dipaparkan, hal ini menjadi menarik karena individu dengan rentang usia *emerging adulthood* yang memiliki perasaan rendah diri cenderung akan mengalami *fear of missing out*. Hal ini sejalan dengan penelitian Sholihat dan Suvianti (2019) menuturkan bahwa sebagian besar mahasiswa dengan usia *emerging adulthood* di Kota Bandung mengalami *fear of missing out* dengan tingkat tinggi. Tidak sedikit individu atau masyarakat yang menyadari hal tersebut, dan tidak sedikit pula individu yang mulai meningkatkan kewaspadaan terhadap *fear of missing out*.

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian yang menggali mengenai *fear of missing out* hendaknya perlu dikaji dan diteliti lebih lanjut, karena faktanya masih banyak masyarakat yang kurang menyadari bahwa dirinya mengalami *fear of missing out*. Berangkat dari pemaparan diatas, belum ada keterbaruan dari penelitian atau kajian riset sebelumnya. Penelitian terdahulu belum ada yang secara khusus meneliti dan mengkaji hubungan antara *strive to avoid inferiority feeling* dengan *fear of missing out*. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai hubungan *strive to avoid inferiority feeling* dengan *fear of missing out*. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data empiris mengenai Hubungan antara *Strive to Avoid Inferiority Feeling* dengan *Fear of Missing Out* pada *Emerging Adulthood* di Jabodetabek. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan dapat mendeskripsikan bagaimana pengaruh *striving to avoid inferiority feeling* terhadap *fear of missing out* pada *emerging adulthood* serta menjadi alternatif penanganan perasaan rendah diri terhadap ketakutan akan ketertinggalan atau *fear of missing out*. Pada akhirnya, hasil penelitian ini dapat membuka jendela baru dan memberikan kontribusi positif pada ilmu pengetahuan terkait topik yang diteliti.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.2.1 Beragam masalah yang ditimbulkan dalam penggunaan sosial media secara berlebihan

1.2.2 *Strive to avoid inferiority feeling* menjadi salah satu prediktor penyebab individu mengalami *fear of missing out*

1.2.3 Usia *emerging adulthood* merupakan kelompok usia yang rentan mengalami *fear of missing out*

1.2.4 Tidak sedikit orang yang belum menyadari bahwa dirinya mengalami *fear of missing out*