

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang berkembang sangat pesat memberikan kemudahan bagi seseorang dalam beraktivitas dan berkomunikasi menggunakan *smartphone*. *Smartphone* merupakan sebuah media komunikasi yang memiliki aplikasi internet dan fasilitas canggih lainnya yang dapat digunakan untuk melakukan kegiatan sehari-hari (Islamy, 2021). Adanya internet yang dapat diakses melalui *smartphone* dapat memudahkan pengguna untuk melakukan kegiatan untuk terhubung dengan oranglain. Dilansir dari data riset *We Are Social*, (2022) menunjukkan bahwa penggunaan internet di Indonesia mencapai 204,7 juta pengguna, penggunaan internet tersebut mengalami kenaikan pada tahun 2021 yakni mencapai 29,3 juta. Dari hasil riset tersebut, penggunaan internet tertinggi di Indonesia yaitu pada pengguna *smartphone* dengan presentase 96,0% dan memiliki kenaikan sebanyak 1,0% atau sekitar 2,1 juta jiwa daripada tahun 2021. Peningkatan penggunaan internet paling banyak digunakan untuk membuka media sosial yaitu sebanyak 191,4 juta pengguna dan memiliki kenaikan pada tahun 2021 sebanyak 21 juta jiwa. Dari banyaknya media sosial yang paling sering dibuka oleh pengguna internet di Indonesia yaitu *whatsapp*, *instagram*, *tiktok*, *twitter*, *telegram* (We Are Social, 2022)

Media sosial merupakan sebuah *platform digital* yang dapat digunakan penggunanya untuk melakukan interaksi, mempresentasikan hidup, bekerja sama, berbagi dan melakukan komunikasi dengan oranglain, sehingga membentuk ikatan sosial secara *online* (Nasrullah, 2015). Saat ini media sosial menjadi kebutuhan utama bagi mahasiswa untuk membantu mempermudah aktifitas yang sedang dilakukan, karena dengan adanya media sosial mahasiswa dapat mengakses informasi yang berkaitan dengan hal

akademik seperti mendukung kegiatan pembelajaran, berinteraksi dengan teman maupun dosen melalui jarak jauh, melakukan kegiatan produktif seperti mengirim *file* dengan sesama teman dengan cara yang mudah maupun hanya untuk mencari hiburan dengan menonton film atau melihat video *streaming*. Kemudahan yang diberikan oleh media sosial ini memberikan dampak negatif seperti meningkatnya penggunaan media sosial sehingga penggunaanya terlalu banyak meluangkan waktu untuk membuka media sosial tanpa batasan waktu.

Menurut riset We Are Social (2022) jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia yaitu sebanyak 191 juta jiwa, sehingga mengalami peningkatan sebesar 12,35% dibandingkan pada tahun 2021 yaitu sebanyak 170 juta jiwa. Riset We Are Social (2022) menambahkan bahwa rata-rata penggunaan media sosial di Indonesia mencapai 3 jam 26 menit perhari, penggunaan media sosial tersebut merupakan penggunaan diatas rata-rata global yang mencatat waktu penggunaan 2 jam 24 menit perhari. Hal ini juga didukung dari hasil wawancara pra-penelitian pada mahasiswa menunjukkan bahwa rata-rata penggunaan media sosial dalam sehari yaitu lebih dari 3 jam perhari yang digunakan untuk kegiatan akademik, berkomunikasi dan berinteraksi maupun hanya sebagai sarana hiburan, namun yang terjadi adalah mahasiswa menjadi malas untuk melakukan aktifitas yang lebih produktif akibat perasaan nyaman dalam menggunakan media sosial. Semakin meningkatnya penggunaan media sosial pada pengguna *smartphone*, membuat seseorang ingin merasa terus terhubung dengan dunia maya.

Peningkatan penggunaan media sosial pada mahasiswa tidak hanya digunakan untuk menghabiskan terlalu banyak waktu di media sosial untuk melihat-lihat hal-hal yang menarik dan mereka butuhkan saja, namun tanpa disadari mereka mengikuti kehidupan dan kegiatan oranglain dengan memantau status terbaru di media sosial (Putri et al., 2019). Adapun fenomena ini juga terlihat pada mahasiswa di Jember. Hasil wawancara pra penelitian pada bulan Februari 2022 menyatakan bahwa aktifitas yang selalu dilakukan

mahasiswa pengguna media sosial rata-rata yaitu untuk *update story*, melihat dan mengikuti *story* teman-teman dan artis/*selebgram* yang mereka sukai dan berkomunikasi dengan oranglain, aktifitas tersebut selalu mereka lakukan saat membuka media sosial. Akibat dari perasaan ingin tahu terhadap informasi orang lain di media sosial tersebut menjadikan seseorang terindikasi mengalami FOMO.

Menurut Przybylski et al., (2013) FOMO digambarkan sebagai keinginan untuk tetap terus terhubung dengan apa yang dilakukan oleh orang lain di dunia maya. FOMO membuat seseorang memiliki perasaan tidak nyaman dan cenderung terlalu menghabiskan banyak waktu untuk memantau kegiatan yang dilakukan oleh suatu individu, atau individu tersebut mempunyai hal-hal yang jauh lebih baik daripada kita dan FOMO merupakan kecemasan sosial yang semakin berdampak buruk akibat adanya *smartphone* yang selalu kita bawa dan lewat fitur-fitur canggih nya (Jwtintelligence, 2012).

FOMO merupakan sebuah istilah yang diciptakan pertama kali oleh Mc Ginnis pada tahun 2004 dengan memperkenalkan istilah tersebut melalui sebuah artikel yang terbit di koran *The Harbus USA*. Istilah FOMO populer saat JWT Intelligence membuat sebuah artikel mengenai FOMO. FOMO menyangkut pada perasaan ketakutan atau kecemasan yang di rasakan oleh suatu individu bahwa seseorang sedang melaksanakan sebuah kegiatan yang lebih menyenangkan tanpa dia dan perasaan ini berasal dari *update story* orang lain di media sosial (Przybylski et al., 2013). Media sosial memudahkan seseorang untuk mendapatkan kesempatan memberi dan menerima segala informasi termasuk informasi mengenai aktivitas orang lain dalam kehidupan sehari-hari (Abel et al., 2016). Akibatnya seseorang berkesempatan mendapatkan informasi yang lebih banyak termasuk mengetahui informasi yang seharusnya mereka tidak ketahui. Ini menyebabkan media sosial menjadi peran kemunculannya FOMO. Seseorang yang mengalami FOMO akan

memiliki keinginan untuk selalu ingin mengetahui sesuatu dan tetap *up to date* dengan kegiatan oranglain disekitarnya (Song et al., 2017).

Menurut JWT *Intelligence* (2012) FOMO memiliki enam faktor yang mempengaruhi, antara lain yang pertama keterbukaan terhadap informasi di *social media*, dimana *social media*, *gadget* dan fitur *online* lainnya yang semakin terbuka, sehingga memudahkan pengguna untuk mengupdate dirinya melalui gambar atau video diwaktu yang sama. Hal ini membuat kehidupan pribadi seseorang menjadi lebih terbuka. Kedua adalah usia, pada usia 13 sampai 33 tahun adalah orang-orang yang termasuk dalam kelompok *digital natives*, yaitu orang yang menguasai teknologi internet dan mengintegrasikan internet ke dalam kehidupan sehari-hari. Ketiga, *social one-up manship*, yaitu perilaku seseorang yang berusaha bertindak, atau perkataannya dalam menemukan sesuatu yang lain untuk membuktikan pada dirinya sendiri bahwa mereka lebih baik dari oranglain atau bahwa mereka merasa ingin lebih baik dari oranglain. Keempat, penyebaran topik melalui *hashtags*, sebuah fitur yang memungkinkan pengguna media sosial menemukan momen-momen yang sedang terjadi saat itu dan yang paling banyak dibicarakan atau banyak diperbincangkan. Kelima, *state of relative deprivation*, keadaan yang menggambarkan perasaan ketidakpuasan seseorang ketika membandingkan kondisinya sendiri dengan orang lain. Keenam, munculnya stimulus untuk memperoleh informasi, munculnya berbagai stimulus menimbulkan rasa ingin tahu yang besar untuk terus mencari perkembangan yang terkini. Selain itu, pada era serba digital saat ini, pengguna lebih mudah menemukan topik terkini yang ingin diketahui lebih lanjut oleh pengguna.

Terdapat dua aspek FOMO yang dipaparkan oleh Przybylski et al., (2013) yang didapatkannya dari hasil penelitian *mix method*. Aspek yang pertama yaitu kebutuhan psikologis *relatedness* yang tidak terpenuhi, hal ini mengacu pada kondisi seseorang dan kebutuhan atau kedekatan untuk

selalu merasa ingin terhubung dengan orang lain. Oleh karena itu individu merasa ingin mencari tahu kegiatan apa dan ada kejadian apa yang dimiliki oleh orang lain. Aspek kedua yaitu kebutuhan psikologi *self* (diri sendiri) yang tidak terpenuhi, terdapat dua kaitan pada kebutuhan ini, yaitu *competence* dan *autonomy*. *Competence* yang berkaitan dengan rasa keingintahuan seseorang untuk melakukan interaksi dengan lingkungannya untuk memperoleh tujuan. Selanjutnya untuk *autonomy*, seseorang akan bebas melakukan melakukan apapun yang diinginkannya tanpa ada dorongan dari orang lain. Hal ini menyebabkan terjadinya seseorang melampiaskan *social media* ketika kebutuhan psikologi *self* ini tidak terpenuhi.

Hasil wawancara pra penelitian yang peneliti lakukan kepada mahasiswa di Jember berdasarkan aspek FOMO yaitu ditemukan bahwa alasan mahasiswa membuka media sosialnya yaitu karena ingin melihat *update*-an dan informasi terbaru terkait dengan aktivitas oranglain maupun teman-temannya. Mahasiswa merasa tidak ingin ketinggalan dengan informasi tersebut sehingga merasa ingin terus membuka media sosial untuk terus memantau agar tidak merasa ketinggalan. Mahasiswa juga merasa iri dengan kegiatan, pencapaian, kebahagiaan yang diunggah oleh teman serta *influencer*/artis di *social media*-nya, adanya perasaan gelisah apabila ketinggalan dan tidak update dengan informasi baru yang ada di *social media*. Ditemukan juga bahwa mahasiswa seringkali memantau aktivitas temannya dari beberapa media sosial yang dipunya untuk memantau aktifitas yang sedang dilakukan tanpa dirinya.

Perilaku FOMO untuk tetap terus terhubung dengan orang lain didasari oleh sebuah kebutuhan dan didahului oleh motivasi tertentu (Siddik et al., 2020). Salah satu teori yang dapat menjelaskan fenomena FOMO adalah *Self Determination Theory* atau (SDT) oleh Deci & Ryan, (2000) dimana kesehatan psikologis seseorang didasari atas tiga kebutuhan psikologis dasar

meliputi *competence*, *autonomi* dan *relatedness*. FOMO dipahami sebagai dampak dari tidak terpenuhinya ketiga kebutuhan psikologis dasar. FOMO dipahami sebagai kurangnya seseorang dalam melakukan regulasi diri sebagai akibat dari tidak terpenuhinya tiga kebutuhan psikologis dasar (Przybylski et al., 2013).

Menurut Przybylski et al., (2013) menambahkan bahwa seseorang yang mengalami FOMO diakibatkan karena kurangnya pemuasan kebutuhan, suasana hati dan kepuasan hidup yang rendah didalam kehidupan *real life*. Seseorang merasa tidak ingin di pisahkan dari *smartphone* dan *social media* karena merasa gelisah ketika ketinggalan dengan berita baru dan takut dikatakan tidak *up to date* oleh temannya. Akibat buruk dari FOMO bagi mahasiswa yaitu masalah identitas diri, kesepian, citra diri negatif, perasaan tidak mampu, pengucilan dan iri hati (Setiawan Akbar, 2018)

Berdasarkan data-data yang sudah dipaparkan diatas idealnya mahasiswa dalam menggunakan media sosial tidak dengan cara berlebihan hingga sampai merasa ingin terus membuka media sosial secara terus menerus. Namun dari hasil wawancara yang dilakukan pada mahasiswa, ditemukan bahwa mahasiswa dalam menggunakan *smartphone* ingin membuka media sosial terus menerus untuk memantau aktifitas oranglain maupun temannya di media sosial, hal tersebut dilakukan karena tidak ingin merasa ketinggalan dengan aktifitas dan pencapaian yang sedang dilakukan oleh oranglain di dunia maya. Menurut data riset *We Are Social*, (2022) penggunaan internet dan media sosial di Indonesia menunjukkan bahwa semakin tahun mengalami peningkatan. Alasan seseorang membuka *smartphone* dan menggunakan internet adalah untuk membuka media sosial yang digunakan untuk mencari informasi, namun seseorang menggunakannya secara berlebihan hingga lebih dari 3 jam perhari.

Berdasarkan penjelasan diatas, disimpulkan bahwa intensitas pemakaian media sosial didominasi pada rentang usia 18-25 tahun, dimana

usia ini rentan terhadap kecanduan yang dapat mempengaruhi masalah pada aktivitas sosialnya (Przybylski dkk., 2013). Menurut Hurlock (2009) pada usia dewasa awal seseorang memasuki masa penyesuaian diri dalam kehidupan pribadi dan mampu membina hubungan sosial yang baru. Namun dari hasil wawancara di lapangan menunjukkan bahwa mahasiswa yang memasuki usia dewasa awal kurang mampu menjalin hubungan sosial, kurangnya interaksi di lingkungan secara langsung, memiliki sedikit teman dan kurangnya rasa penerimaan dari lingkungannya. Akibatnya mahasiswa merasakan cemas jika takut ketinggalan aktifitas oranglain yang sedang terjadi, dan tidak tau informasi terbaru atau *up to date* yang berdampak adanya perasaan pengucilan dan penolakan dari lingkungannya sehingga memunculkan FOMO.

Berdasarkan pada penelitian sebelumnya mengenai FOMO pada pengguna media sosial menunjukkan hasil yang bervariasi. Pada penelitian Maharay, (2022) menunjukkan tingkat FOMO yang tinggi pada pengguna media sosial instagram, sementara Abdulloh, (2021) menunjukkan tingkat *fear of missing out* yang sedang pada remaja pengguna media sosial, sedangkan penelitian Sitompul (2017) menunjukkan tingkat *fear of missing out* yang rendah pada pengguna *social media instagram*. Berdasarkan penelitian sebelumnya memperlihatkan terdapat *fear of missing out* pada remaja. Sementara penelitian ini akan meneliti terkait dengan *fear of missing out* yang ditinjau pada mahasiswa pengguna media sosial di Jember yang memasuki usia dewasa awal, sehingga penelitian ini diharapkan dapat melengkapi penelitian terkait *fear of missing out*.

Urgensi pada penelitian ini yaitu media sosial menjadi faktor pendorong seseorang mengalami FOMO. Hal ini diperkuat dari hasil pernyataan (Dossey, 2014) FOMO merupakan suatu kekuatan pendorong di balik penggunaan media sosial, khususnya tingkat FOMO tertinggi dialami pada remaja dan dewasa awal. Individu yang mengalami FOMO, disebabkan karena adanya perilaku individu yang menggunakan media sosial secara

berlebihan sehingga menimbulkan gejala kecanduan atau *addict*. Seseorang dapat menyalurkan perasaan dan emosi negatif melalui media sosial karena iri terhadap postingan dan kehidupan yang dilakukan oleh oranglain. Keterikatan mahasiswa lewat media sosial hingga mengalami FOMO menjadi sangat riskan, akibatnya mahasiswa dapat berperilaku irasional untuk menanggulangi FOMO yang dideritanya seperti melakukan pemantauan yang sangat *obsesif* terhadap media sosialnya saat mengemudi kendaraan. Studi *Psychology Today* menemukan bahwa dampak negatif dari FOMO meliputi masalah identitas diri, kesepian, citra diri negatif, perasaan tidak mampu, dan iri. Penelitian ini perlu dilakukannya untuk mengetahui gambaran (FOMO) terhadap mahasiswa pengguna media sosial, dalam tingkat aspek mana yang paling menonjol. Selain itu dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah pembelajaran bagi mahasiswa agar dapat mengetahui dampak yang diakibatkan oleh penggunaan media sosial berlebih hingga sering memantau aktifitas orang lain melalui media sosial. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk meneliti dan mengetahui gambaran *fear of missing out* (FOMO) pada mahasiswa pengguna media sosial di Jember.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil penjelasan latar belakang yang telah peneliti jabarkan di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana gambaran *fear of missing out* (FOMO) pada mahasiswa pengguna media sosial di Jember?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui gambaran *fear of missing out* (FOMO) pada mahasiswa pengguna media sosial di Jember

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Peneliti mengharapkan dapat menguraikan pemahaman baru mengenai gambaran *fear of missing out* pada mahasiswa pengguna media sosial di Jember sehingga dapat memberikan sumbangan keilmuan dibidang psikologi.

2. Manfaat Praktis

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada seluruh mahasiswa di Jember sehingga dapat memahami bagaimana dampak psikologis dan faktor yang menyebabkan *fear of missing out* bagi kalangan mahasiswa.

E. Keaslian Penelitian

Beberapa penelitian mengenai *fear of missing out* sebelumnya sudah banyak dikaji oleh peneliti lain. Berikut ini merupakan beberapa studi yang peneliti jadikan sebagai acuan mengenai topik *fear of missing out* (FOMO). Penelitian sebelumnya yaitu :

1. Penelitian pertama yang dilakukan oleh (Adriansyah et al., 2017) mengenai pendekatan transpersonal sebagai tindakan preventif “*Domino Effect*” dari gejala FOMO pada remaja milenial. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui fektivitas dari pendekatan transpersonal terhadap gejala FoMO pada remaja milenial di Samarinda. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif eksperimen, desain penelitian yang digunakan adalah *Pretest-Posttest Only Group Design*. Jumlah sampel penelitian adalah 7 orang remaja yang terindikasi gejala FOMO. Hasil penelitian menunjukkan ada penurunan tingkat FoMo pada subjek setelah diberikan pelatihan pendekatan transpersonal dengan terlihat bahwa t hitung yang didapatkan adalah 3.555 dengan $p = 0.012$ ($p < 0,05$).

2. Penelitian kedua yang dilakukan oleh (Pratiwi et al., 2022) mengenai *fear of missing out* pada remaja dimasa pandemi *Covid-19*. Tujuan penelitian ini yaitu untuk melihat gambaran fomo pada remaja dimasa pandemic *Covid-19*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologis dan pengumpulan data menggunakan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan yaitu metode pengkodean deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimasa pandemic *Covid-19*, kondisi FOMO yang dirasakan pada kedua subjek menyebabkan mereka mengalami keterlibatan yang tinggi dengan media sosial.
3. Penelitian ketiga yang dilakukan oleh (Mudrikah, 2019) mengenai sindrom *fear of missing out* dan kecenderungan *nomophobia* yakni penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan subjek berjumlah 127 siswa SMA Avisena yang berusia 14-18 tahun. Sampel di ambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisa pada penelitian ini menggunakan teknik analisis *product moment*. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan antara *sindrom fear of missing out* terhadap kecenderungan *nomophobia* pada remaja. Koefisien korelasi sebesar 0,717 yang bertanda positif dan taraf signifikan 0.000 yang artinya semakin tinggi tingkat sindrom *fomo* pada remaja maka semakin tinnggi pula tingkat kecenderungan *nomophobia* pada remaja.
4. Penelitian keempat dilakukan oleh (Siddik et al., 2020) mengenai peran harga diri terhadap *fear of missing out* pada remaja pengguna situs jejaring sosial yakni tujuan penelitian ini adalah untuk menguji peran harga diri terhadap FOMO pada remaja yang menggunakan situs jejaring sosial. Teknik sampling pada penelitian ini yaitu menggunakan *nonprobability sampling* dengan sampel sebanyak 349 remaja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga diri berperan signifikan terhadap kondisi FOMO pada subjek penelitian.

5. Penelitian kelima dilakukan oleh (Franchina et al., 2018) mengenai *Fear of Missing Out as a Predictor of Problematic Social Media Use and Phubbing Behavior among Flemish Adolescents*. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengeksplorasi hubungan antara FOMO, penggunaan media sosial, penggunaan media sosial bermasalah (PSMU) dan perilaku phubbing. Sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan 11 sekolah menengah di Flanders, Belgia dengan menggunakan teknik sampling kuota dan didapatkan 2,663 sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa FOMO merupakan predictor positif tentang seberapa sering subjek menggunakan media sosial secara aktif. FOMO memprediksi perilaku phubbing baik secara langsung maupun tidak langsung melalui hubungannya dengan PSMU

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu peneliti menggunakan subjek mahasiswa yang termasuk dalam usia dewasa awal dengan rentang usia 18-25 tahun dan menggunakan subjek mahasiswa dari berbagai Universitas. Kemudian pada penelitian ini menggunakan teori *self determination* dalam menjelaskan fenomena FOMO, dimana banyak penelitian mengenai FOMO tidak menjelaskan penerapan teori self determination dalam mengkaji fenomena FOMO. Oleh karena itu penelitian ini yang dilakukan oleh peneliti terdapat perbedaan dengan penelitian-penelitian sebelumnya, sehingga keaslian peneliti dapat dipertanggungjawabkan.