

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masa remaja adalah masa transisi yang dimana remaja merasakan keraguan dalam peran yang dilakukan. Status remaja saat ini yang bersifat tidak jelas menguntungkan bagi remaja itu sendiri, karena status tersebut memberi waktu kepada remaja untuk mencoba melakukan perlakuan yang tidak seharusnya atau kekerasan di gaya hidup yang berbeda dan menentukan pola perilaku, nilai, dan sifat yang sesuai bagi diri remaja. Remaja merupakan bagian dari pemuda yang sedang dalam proses mengembangkan dirinya sendiri maupun lingkungan yang akan mempengaruhi cita-citanya, keagamaannya, dan juga akan mempengaruhi masa depannya (Santrock, 2012). Masa remaja sering dianggap sebagai masa yang sulit, bermasalah dan rentan terhadap masalah identitas ego (Santrock, 2012). Ditambah lagi, masa remaja saat ini berada pada tahap masa pencarian identitas diri, sangat membutuhkan peran teman sebaya, berada dalam kondisi kebingungan karena belum mampu menentukan aktivitas yang bermanfaat serta memiliki keingintahuan yang tinggi terhadap berbagai hal yang belum diketahuinya (Sarwono, 2011).

Penelitian dari Juwita, Budimansyah dan Nurbayani (2015) menjelaskan bahwa fenomena di kalangan remaja saat ini sangat gemar bermedia sosial dengan gawai yang dimiliki dengan tujuan agar para remaja dapat terhubung terus dengan media sosialnya dengan aktivitas memperbaharui, melihat dan mengomentari status dan berbagi informasi pada media sosial yang dimiliki seolah-olah sangat penting. Hal ini dibuktikan dengan hasil survei dilakukan oleh Irawan, Yusufianto, Agustina dan Dean (2019) menyatakan

bahwa jumlah pengguna media sosial atau internet di Indonesia mencapai 196,71 juta jiwa. Pengguna internet atau media sosial didominasi usia 15-19 tahun dan menggunakan rata-rata waktu untuk mengakses media sosial sekitar 4-5 jam perharinya. Riset juga dilakukan oleh Smith dan Koray (2018) menunjukkan bahwa usia pengguna media sosial rata-rata 15-24 tahun dan menghabiskan waktu untuk mengakses media sosial 6 jam 46 menit per hari. Berdasarkan laporan *We Are Social* (Mahdi, 2022) jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah itu telah meningkat 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 170 juta orang. Melihat trennya, jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya (Mahdi, 2022).

Beberapa aplikasi di media sosial menyediakan informasi bagi setiap orang dari setiap belahan dunia berupa informasi, berita, foto, atau video peristiwa aktifitas seseorang. Sehingga media sosial menjadi alternatif untuk membangun dan menjalin koneksi setiap (Young & Abreu, 2015). Teknologi informasi dengan fasilitas seperti *facebook*, *instagram*, *whatsapp* dan aplikasi lainnya sebagai alat multifungsi menyebabkan remaja menggunakan teknologi secara positif maupun negatif (Sari, Ilyas & Ifdil, 2017). Media sosial saat ini dapat digunakan sebagai media informasi tercepat dan termurah yang berguna bagi semua orang dari berbagai belahan dunia manapun untuk berinteraksi dengan mudah, namun disisi lain media sosial memiliki dampak negatif seperti berkurangnya interaksi sosial interpersonal secara langsung dengan bertatap muka, hal ini memungkinkan timbulnya kecanduan yang berlebihan terhadap media sosial (Sari, Ilyas & Ifdil, 2017).

Media sosial yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari saat ini menjadi suatu kebiasaan atau kebutuhan yang semakin lumrah dan tanpa disadari membawa efek negatif

di kehidupan seperti ketergantungan (Andreassen & Pallesen, 2014). Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada siswa di Amerika dengan usia 13 sampai 17 tahun, 90% diantaranya adalah pengguna media sosial, dan 35% diantaranya menggunakan media sosial secara berulang-ulang setiap harinya yang memungkinkan remaja mengalami ketergantungan dalam bermain media sosial dikarenakan adanya suatu kebiasaan (Kiracaburun, 2016).

Seorang remaja yang sering bermain media sosial akan menjadi suatu kebiasaan dan memunculkan rasa ketergantungan atau kecenderungan. Hal ini dikarenakan bahwa di usia remaja, kecenderungan dalam menggunakan media sosial bertujuan untuk memenuhi keingintahuan terhadap berbagai hal yang terdapat di media sosial dan juga remaja menggunakan media sosial karena media sosial sedang menjadi trend di kalangan teman sebayanya (Aprilia, Sriati dan Hendrawati, 2020). Fauziawati (2015) menjelaskan bahwa remaja yang sering bermain media sosial akan mengalami suatu kecenderungan yang dapat memunculkan suatu kecanduan yang menjadi sangat tergantung terhadap media sosial, sehingga rela menghabiskan waktu yang lama hanya untuk mencapai kepuasan. Fathadhika dan Afriani (2018) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa salah satu penyebab seseorang yang sering bermain media sosial adalah rasa khawatir akan ketinggalan informasi sehingga terarah pada munculnya perilaku penggunaan yang berlebihan. Seseorang remaja dapat berada pada kategori kecanduan apabila mengakses media sosial berkisar 5-6 jam sehari (Syamsuedin, Bidjuni dan Wowiling, 2015)

Longstreet dan Brook (2017) menyatakan bahwa kecanduan media sosial adalah suatu kondisi di saat individu menggunakan media sosial untuk menambah teman, serta membagikan atau mendapatkan informasi secara terus menerus dan akan timbul rasa tidak

nyaman apabila dilakukan sebuah upaya untuk mengurangi waktu penggunaan dari media sosial tersebut. Menurut Griffiths (2013) kecanduan media sosial memiliki beberapa aspek antara lain : (1) *salience*, kondisi disaat media sosial telah menjadi sebuah kebutuhan yang penting dalam kehidupan individu. (2) *Mood modification*, aktivitas bermain media sosial digunakan sebagai sarana pelarian dari masalah yang dihadapi. (3) *Tolerance*, kondisi disaat penggunaan media sosial mengalami peningkatan jumlah waktu. (4) *Withdrawal symptoms*, individu mengalami perasaan tidak menyenangkan saat penggunaan media sosial dikurangi. (5) *Conflict*, kondisi disaat penggunaan media sosial yang berlebihan menimbulkan konflik dalam diri individu maupun luar diri individu. (6) *Relapse*, individu kembali menggunakan media sosial secara berlebihan walaupun awalnya sudah dilakukan upaya kontrol.

Media sosial dapat diakses oleh berbagai kalangan masyarakat, salah satunya adalah remaja yang merupakan pengguna tertinggi media sosial yaitu dengan persentase 80% (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2021). Riset juga dilakukan oleh Smith dan Koray (2018) menunjukkan bahwa usia pengguna media sosial rata-rata 15-24 tahun dan menghabiskan waktu untuk mengakses media sosial 6 jam 46 menit per hari. Hasil penelitian dari Irawan, Yusufianto, Agustina dan Dean (2019) ditemukan data bahwa sebanyak 36,5 juta pengguna internet berusia 10-24 tahun dan 11,2 juta diantaranya adalah pelajar sekolah. Pelajar atau peserta didik yang berusia 15-17 tahun yang duduk di bangku sekolah menengah atas telah mengikuti proses pendidikan dan pembelajaran untuk meningkatkan pengetahuan dan pengembangan diri baik secara sosial emosional, moral maupun intelektual. Remaja pada masa ini ingin selalu menjadi pusat perhatian, menonjolkan diri dan memantapkan identitas dirinya.

Peneliti melakukan wawancara pada Awal November 2022 kepada 8 subjek yang termasuk kategori remaja dengan rentang usia 18 – 21 tahun dengan menggunakan media *whatsapp*. Dilihat berdasarkan aspek-aspek kecanduan media sosial maka diperoleh hasil bahwa pada aspek *salience*, subjek mengungkapkan bahwa media sosial telah menjadi bagian yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Subjek mengungkapkan bahwa tetap mengakses media sosial walau sedang melakukan aktivitas yang penting seperti makan, belajar, atau bekerja. Pada aspek *mood modification*, subjek mengungkapkan bahwa aktivitas mengakses media sosial instagram sebagai suatu upaya untuk menghilangkan perasaan yang tidak menyenangkan seperti saat subjek merasa bosan, sedih, marah, atau bahkan saat subjek merasa kesepian. Pada aspek *tolerance*, subjek mengungkapkan bahwa dalam kurun waktu sehari bisa mengakses media sosial selama 2 sampai 8 jam.

Pada aspek *withdrawal symptoms*, subjek mengungkapkan bahwa ketika tidak bisa mengakses media sosial maka subjek akan merasa kesal dan sedih. Kemudian pada aspek *conflict*, subjek mengatakan bahwa aktivitas dalam mengakses media sosial terkadang membuat subjek menjadi lupa dengan tanggung jawab dan tugas – tugas seperti tugas akademik atau pekerjaan. Selanjutnya pada aspek *relapse*, subjek mengungkapkan bahwa sebelumnya sudah mencoba melakukan sebuah upaya untuk mengontrol penggunaan media sosial instagram namun upaya yang telah dilakukan tidak sepenuhnya berhasil. Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa 7 dari 8 remaja mengalami kecanduan media sosial

Siddiqui dan Singh (2016) penelitian menjelaskan bahwa seharusnya media sosial dapat digunakan sebagai sarana komunikasi yang baik antar remaja, mendapatkan dukungan dari remaja lainnya, serta mendapatkan saran dan informasi terkait dengan

tujuan karir (Siddiqui dan Singh, 2016). Ditambah lagi dari penelitian dari Pata, Aspin dan Pambudhi (2021) menjelaskan bahwa penggunaan media sosial setiap individu seharusnya dapat mengontrol dirinya agar menggunakannya dengan bijaksana dan tidak menggunakannya secara berlebihan. Penelitian Pata, Aspin dan Pambudhi (2021) menjelaskan bahwa kemampuan mengontrol diri sangat diperlukan di kalangan remaja saat ini, dikarenakan dalam masa ini akan begitu banyak dorongan-dorongan keinginan untuk mengakses media sosial yang bergejolak.

Dalam hal ini, kecanduan media sosial penting untuk diteliti karena kecanduan media sosial dapat membawa dampak baik dan juga dampak buruk bagi seorang remaja. Hal ini sesuai dengan penelitian dari Siddiqui dan Singh (2016) yang menjelaskan bahwa penggunaan media sosial bagi siswa memiliki manfaat yang positif yaitu siswa dengan mudah dapat berinteraksi dan berbagi informasi tentang tugas-tugas sekolah, kegiatan usaha kelas, dukungan dari teman-teman dan pekerjaan rumah secara cepat melalui media sosial masing masing dan juga disamping itu memiliki manfaat negatif yakni siswa dapat mengabaikan tugas sekolah, mengakses media sosial pada saat jam pelajaran dan juga memposting hal-hal yang bersifat privasi di media sosialnya. Tetapi, Al-menayes (2015) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa remaja yang mengakses media sosial secara berlebihan dapat berdampak negatif terhadap psikologisnya seperti kurang tidur dan mengabaikan tugas akademiknya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kecanduan media sosial berdasarkan hasil penelitian Casale, Rugai dan Fioravanti, (2018) yaitu faktor sosial, faktor psikologis dan faktor biologis. Salah satu faktor yang mempengaruhi kecanduan media sosial adalah faktor psikologis. Hal ini dikarenakan bahwa dalam penelitian Casale, Rugai dan

Fioravanti, (2018) menyebutkan bahwa media sosial sebagai pelarian individu yang bertujuan untuk memperoleh kesenangan. Individu menggunakan media sosial sebagai bentuk pelampiasan. Individu untuk melarikan diri dari kenyataan, menerima hiburan atau rasa senang dari internet. Hal ini akan menyebabkan individu terdorong untuk lebih sering menggunakan internet sebagai pelampiasan dan akan membuat kecanduan. Bagi individu, media sosial tidak hanya menghabiskan waktu di media sosial untuk mencari tahu berita yang remaja butuhkan, namun tanpa sadar remaja menggunakannya untuk mengikuti kehidupan dan kegiatan orang lain. Keadaan seperti ini disebut sebagai *fear of missing out* yang dicirikan oleh adanya keinginan yang besar untuk tetap terus terhubung dengan apa yang sedang dilakukan oleh orang lain melalui dunia maya (Przyblyski, Murayama, DeHaan, dan Gladwell, 2013).

Menurut Przyblyski, Murayama, DeHaan dan Gladwell (2013) *fear of missing out* (FoMO) merupakan ketakutan akan kehilangan momen berharga individu atau kelompok lain di mana individu tersebut tidak dapat hadir didalamnya dan ditandai dengan keinginan untuk tetap terus terhubung dengan apa yang orang lain lakukan melalui internet atau dunia maya. Aspek-aspek dari *fear of missing out* (FoMO) menurut Przyblyski, Murayama, DeHaan dan Gladwell (2013) yaitu tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *relatedness* (kedekatan dengan individu lain) dan tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *self*.

Media sosial yang awalnya sangat bermanfaat bagi penggunaanya dengan berbagai kemudahan yang bisa didapatkan, bila telah mengalami kecanduan tentu akan berdampak negatif bagi pengguna media sosial tersebut. Yang mana, pengguna tersebut akan sering mengecek notifikasi sosial medianya yang mengacu pada perilaku kompulsif. Meskipun

terkadang tidak ada notifikasi yang muncul, pengguna tetap akan melihat layar *smartphone* kemudian melakukan *refresh* pada beranda sosial medianya. Hal ini didorong oleh adanya keinginan untuk terus *update* informasi tentang aktivitas, kegiatan individu atau kelompok lain serta berbagai pembicaraan hangat yang sedang terjadi (Alyusi, 2016). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dossey (2014) yang menjelaskan bahwa disaat bangun tidur, sebelum tidur, makan dan bahkan ketika berkendara menggunakan motor maupun mobil, individu tetap menggunakan ponselnya untuk menjelajahi internet agar tidak merasa tertinggal informasi.

Hariadi (2018) menyatakan bahwa apabila tingkat FoMO yang tinggi maka tinggi pula kecanduan media sosial, dengan korelasi 0,345 yang bersifat positif antara FoMO dengan kecanduan media sosial pada remaja siswa MAN Surabaya. Peristiwa ini sejalan dengan juga penelitian Halimah (2019) mengenai hubungan FoMO dengan adiktif media sosial pada mahasiswa pengguna Instagram di Universitas Islam Bandung dengan korelasi spearman 0,425 apabila tingginya fomo pada mahasiswa maka tinggi pula kecenderungan untuk mengalami adiksi pada 10 media sosial. Azmi (2019) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara FoMO dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa dengan korelasi 0,314 dengan sumbangsih FoMO pada kecanduan media sosial sebesar 9.84% sisanya dipengaruhi variabel lain. Penelitian yang dilakukan oleh (Ayu dkk, 2020) menemukan bahwa *Fear of Missing Out* secara relevan antara FoMO dengan kecanduan media sosial pada remaja pengguna media sosial di SMA Negeri 14 kabupaten Tangerang tahun 2019.

Kaitan FoMO dengan kecanduan media sosial dapat dilihat dari peran media sosial terhadap individu yang mengalami *fear of missing out*. Kebutuhan dan dorongan yang muncul akibat *fear of missing out* dalam mempertahankan komunikasi dapat terpenuhi

melalui media sosial. Tersedianya informasi dari media sosial memungkinkan individu untuk mengetahui peristiwa apa saja yang dilakukan orang lain sepanjang waktu. Hal tersebut menyebabkan individu yang mengalami *fear of missing out* dapat mengarah kepada kecanduan media sosial (Abel, 2016).

Di Indonesia, penelitian ini jarang diteliti oleh peneliti terkhusus dengan subjek penelitian remaja. Baru dua penelitian yang peneliti temukan mengenai hubungan *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial yaitu penelitian yang dilakukan Rahardjo dan Soetjningsih (2022) dan Pratiwi dan Fazriani (2020). Penelitian ini perlu diteliti kembali untuk mengetahui lebih lanjut mengenai seberapa besar hubungan *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial terkhususnya pada remaja yang ada di Indonesia. Hasil penelitian sebelumnya belum menunjukkan bahwa *fear of missing* tidak memperoleh persentase yang besar dalam mempengaruhi kecanduan media sosial. Maka, hasil penelitian ini nantinya merupakan suatu hal yang penting untuk dilakukan karena penelitian ini nanti nya bisa dijadikan sebagai sumber acuan untuk menemukan hubungan antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial khususnya pada remaja yang ada di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti ingin mengetahui apakah ada hubungan *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada remaja?.

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan tersebut maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada remaja

2. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini di diharapkan dapat menjadi sumbangan ilmiah, dan diharapkan dapat dipergunakan untuk memperluas wawasan ilmiah psikologi dan keilmuan lainnya khususnya dalam bidang psikologi klinis untuk menjelaskan fenomena psikologis yaitu mengenai hubungan *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada remaja.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam mengetahui dan memahami adanya hubungan *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial sehingga dapat menjadi sumber informasi yang dapat diterapkan untuk anak remaja.