

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada kemajuan zaman di era globalisasi membuat perubahan dan perkembangan teknologi informasi terjadi dengan pesat. Melalui kemajuan teknologi pola komunikasi yang awalnya berjalan searah berkembang menjadi interaktif. Penikmat media tidak hanya menikmati konten yang disajikan melainkan mampu mengisi konten di media melalui koneksi internet yang tersedia (Watie, 2011). Revolusi media yang luar biasa dampaknya ini telah mempengaruhi kehidupan dan perilaku manusia, sehingga manusia menjadi ter''*digitized*'' atau terdigitalisasi (Soeparno & Sandra, 2011).

Beragam karakteristik media teknologi seperti *participation*, *openness*, *conversation*, *community*, dan *connectedness* (Mayfield, 2007), mampu memberi kebebasan bagi ''*user*'' atau biasa disebut sebagai pengguna melakukan berbagai kegiatan dengan jarak pembatas tidak sejauh saat perkembangan teknologi belum sepesat saat ini. Menurut penelitian oleh Pew Research Center pada tahun 2017 menemukan lima urutan teratas media sosial yang digunakan oleh pengguna internet diantaranya, Facebook, Instagram, Pinterest, LinkedIn, dan Twitter (dalam Bjornsen, 2018).

Kemudahan dalam memperoleh informasi dan ketersediaan hiburan variatif menyebabkan peningkatan koneksi virtual dalam penggunaannya (Abel, Buff, & Burr,

2016). Variasi hiburan seperti *game online*, media teknologi informasi interaktif, *e-commerce*, dan forum diskusi *online* tidak menuntut penggunanya untuk berpindah tempat dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Sifatnya yang berbasis *real time*, terjadi secara serempak tidak membedakannya dengan komunikasi interaktif secara nyata, sehingga ketersediaan media teknologi informasi yang telah berkembang menyebabkan kehidupan menjadi lebih mudah, efisien serta menjadi bagian dalam kehidupan modern saat ini (Audie, dalam *kompas.com*).

Di Indonesia pengguna internet terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Menurut data yang dihimpun oleh Kemenkominfo dalam Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pertumbuhan penetrasi internet di Indonesia disepanjang tahun 2017 naik sebanyak 54,86 persen. Hasil survei tersebut tumbuh hampir 8 persen menjadi 143,26 dari total populasi 262 juta orang dengan jumlah sebelumnya sebesar 132,7 juta jiwa. Oleh lembaga survei ini juga menghimpun pengguna dengan rentang usia 19-34 tahun yang menjadi kontributor utama dalam pengguna internet di Indonesia.

Rentang usia ini dapat digolongkan sebagai remaja akhir dan dewasa awal, yaitu usia 18-21 tahun dan 22-24 tahun (Monks, Knoers, Haditono, 2006). Arnett (dalam Santrock, 2011) rentang usia 18-25 tahun dijelaskan sebagai periode transisi dari masa remaja ke dewasa atau beranjak dewasa (*emerging adulthood*) dengan lima ciri perkembangan yaitu, eksplorasi identitas, ketidakstabilan, *self-focused*, *feeling in-between* dan usia dengan berbagai kemungkinan. Pada tingkat perkembangan ini umumnya berada pada tingkat pendidikan perguruan tinggi atau sebagai mahasiswa.

Pada sumber yang sama, oleh APJII (2017) ditemukan perilaku variatif masyarakat dalam penggunaan internet menempatkan akses media sosial menempati urutan tertinggi yakni sebesar 64 persen saat *online* diantara aktivitas lainnya seperti melihat video, mengunduh gambar, artikel, beli barang maupun mengakses *e-mail*. Hal ini menunjukkan media sosial merupakan aktivitas yang paling banyak dilakukan oleh pengguna internet. Survei global yang dilakukan oleh lembaga survei Tata Communication, menunjukkan bahwa 64% warga global mengalami kecemasan saat tidak terhubung dengan akses internet, sehingga mengalami pengalaman emosi negatif (*Tatacommunication.com*, 2014).

Peningkatan penggunaan yang signifikan mengindikasikan adanya keingintahuan pengguna yang ingin terus diperbarui yang ditandai oleh penggunaan waktu berlebih dalam mengaksesnya. Hal ini ditemukan saat penggalan data melalui wawancara terhadap subjek. Tidak hanya sebagai media pencari informasi, media teknologi menyediakan alternatif sarana berekspresi dengan beragam pilihan, sehingga kebutuhan berekspresi dapat terpenuhi. Namun, di sisi lain apabila keingintahuan yang tinggi tersebut tidak disertai kontrol lama kelamaan dalam penggunaannya akan menimbulkan permasalahan yang disebut *fear of missing out* (FoMO) atau kecemasan saat akses terhadap informasi terhambat (Fuster, Chamarro & Oberst, 2017).

Seorang dengan FoMO tidak merasa dirinya mengalami FoMO karena mengalami kecemasan saat tidak mengetahui perkembangan informasi, bahkan menganggapnya merupakan suatu keadaan yang biasa dalam mengikuti perkembangan terkini. Menurut Przybylski, Murayama, Dehaan & Gladwell (2013)

FoMO adalah sebuah ketakutan ketika individu tidak dapat mengetahui pengalaman atau kegiatan berharga orang lain serta keinginan untuk selalu terhubung dengan apa yang dilakukan oleh orang lain. Abel, dkk. (2016) mendefinisikan FoMO sebagai perasaan tidak nyaman dan terkadang semua yang di rasakan ialah perasaan tertinggal saat rekan kita melakukan sesuatu, mengetahui sesuatu atau memiliki sesuatu lebih banyak atau lebih baik tanpa kehadiran kita. Berdasarkan pengertian dari para ahli, maka peneliti menyimpulkan bahwa FoMO merupakan suatu tingkah laku saat individu mengalami kecemasan saat mengalami ketertinggalan informasi terkait aktivitas atau kegiatan berharga yang orang lain lakukan.

FoMO pada individu ditunjukkan melalui aspek-aspek tertentu. Aspek-aspek FoMO menurut Przybylski, dkk. (2013) berdasarkan perspektif *self-determination theory* (STD) diantaranya yaitu, *relatedness*, *competence*, dan *autonomy*. Individu dengan FoMO akan mengalami gejala seperti kecemasan, perasaan tidak mampu pada kemampuan yang dimiliki, perasaan ketidakcakapan yang meningkat serta memandang sebagai bentuk ketidakmampuan atau kompeten serta perasaan malu (Wortham; Wortham (dalam Abel, dkk. 2016).

Dampak yang muncul akibat FoMO yaitu berhubungan dengan ketidakbahagiaan, sebagai sumber suasana hati negatif atau perasaan tertekan, Wortham (dalam Przybylski, dkk 2013), serta rendahnya kepuasan hidup (Przybylski, dkk, 2013).

Hasil penelitian awal yang dilakukan peneliti dengan melakukan wawancara pada tanggal 12 Maret 2018 pada 10 subjek berusia 18-25 tahun di Universitas Mercu Buana Yogyakarta menunjukkan bahwa 80% mahasiswa menggunakan sebagian

besar waktunya mengakses media sosial melalui jaringan internet. Hal ini berbeda dengan data populasi global, yaitu umumnya 57 persen pengguna terkoneksi internet dengan rerataan online perharinya mencapai 6,5 jam (Novianty & Rahmat, dalam *suara.com*) Jumlah tersebut menunjukkan intensitas yang tinggi jika dibandingkan dengan yang seharusnya. Dengan besarnya intensitas penggunaan tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar subjek menggunakan koneksi internet untuk mengakses media sosial sebanyak 8-12 jam setiap harinya. Dari sebagian besar subjek yang diwawancara jumlah rata-rata media sosial yang digunakan berjumlah empat, yaitu *instagram*, *facebook*, *whatsapp* dan *twitter*.

Hasil survei awal yang dilakukan oleh peneliti juga menunjukkan fakta bahwa kegiatan terhubung melalui akses informasi secara terus-menerus mengubah hidup penggunanya. Sebagian besar subjek menyebutkan keterhubungan ini memudahkan subjek untuk terhubung dengan individu lainnya yang terpisah oleh jarak dan bisa berkomunikasi secara cepat (*real time*) sehingga menjadi kebutuhan sehari-hari. Akan tetapi hal ini menjadi mengganggu apabila dilakukan dalam intensitas tinggi dan diikuti oleh perasaan cemas dan khawatir apabila tidak terhubung. Tidak hanya itu, terkadang subjek mengaksesnya pada waktu yang tidak relevan, seperti saat sedang melakukan kegiatan belajar di kelas. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa efek dari kecemasan individu terhadap peristiwa menarik atau kegiatan berharga orang lain telah mempengaruhi hidup subjek diikuti terganggunya jadwal yang telah ditetapkan, penundaan dan penggunaan waktu yang tidak efektif.

Dari hasil survei awal, menunjukkan beragam aktivitas yang dilakukan melalui aktivitas bermedia sosial, diantaranya *update* status, membagikan momen-momen yang dianggap bagus sehingga mampu menarik ‘*like*’ oleh pengguna lainnya, memperbarui informasi terbaru serta mengikuti atau mengecek *update* dari postingan figur-figur menarik seperti *public figure*, selebgram atau orang yang populer di instagram.

Berdasarkan hasil survei, disimpulkan mayoritas subjek melakukan aktivitas berinternet dengan akses media sosial secara berlebih yaitu 8-12 jam tiap harinya. Subjek merasa terganggu oleh akses yang dilakukan secara terus-menerus lalu timbulnya rasa malas, penundaan terhadap aktivitas-aktivitas terjadwal, serta kekhawatiran individu apabila tidak mengetahui peristiwa menarik yang dilakukan oleh orang lain. Beragam karakteristik tersebut beberapa diantaranya ialah karakteristik dari FoMO (Rodriguez, 2017).

Oleh karena itu, berdasarkan data survei akan lebih baik apabila individu mampu memanfaatkan waktu secara efektif dan mengontrol dorongan untuk selalu terhubung dengan kegiatan atau aktivitas orang lain sehingga media penghubung seperti media sosial dapat berguna sesuai fungsinya yaitu sebagai media komunikasi dan aktualisasi diri yang positif. Hal ini akan menghindari individu dari kecenderungan mengalami FoMO.

Fenomena FoMO ini penting untuk diteliti karena pada individu *emerging adulthood* atau yang umumnya berada pada tingkat perguruan tinggi sebagai mahasiswa, hal ini akan mengganggu tugas perkembangan yang seharusnya dilewati

yaitu memanfaatkan waktu lebih banyak dari sebelumnya dengan teman sebaya, mengeksplorasi berbagai gaya hidup serta nilai-nilai yang berbeda (Santrock, 2011), sehingga dapat mengembangkan kompetensi sosialnya. Namun, akibat sulit melepaskan diri dari aktivitas akses media sosial menyebabkan individu berpeluang mengalami kepuasan atas hidup dan perilaku yang rendah (Abel, dkk. 2016). Situasi dengan kepuasan hidup dasar yang rendah ini akan memandang media sosial sebagai platform penghubung utama dan satu-satunya bagi individu dengan dunia luar. Karena melalui keterhubungan tersebut individu merasa dapat mengembangkan kompetensi sosialnya dan memperdalam hubungan sosial yang dimiliki (Przybylski, dkk. 2013). Sejalan dengan ini, dalam penelitian lainnya menyebutkan FoMO berhubungan negatif dengan suasana hati (*mood*) secara umum (Przybylski, dkk. 2013). Oleh karena itu dalam penelitian ini penting diteliti dengan mahasiswa sebagai subjek penelitian.

Beberapa faktor yang mempengaruhi FoMO diantaranya *anxiety*, *self-esteem* (Abel, dkk. 2016), *motivational* dan *well-being* (Przybylski, dkk. 2013). Peneliti memilih *self-esteem* sebagai faktor yang mempengaruhi terjadinya FoMO. Hal ini karena menurut pendapat Khalek & Abdel (2016) dalam teori model sosiometernya, *self-esteem* pada individu secara subjektif berfungsi sebagai "pengukur atau indikator psikologis" yang memantau reaksi orang lain terhadap individu. Dalam implikasinya, individu dengan *self-esteem* rendah apabila terhubung dengan orang lain melalui media sosial akan memantau secara terus menerus respon orang lain, yang diikuti perasaan khawatir terhadap respon tersebut serta akan menghapusnya apabila respon

tersebut merupakan respon yang negatif (Dewi & Prawesti, 2016). Hal ini terjadi karena, individu dengan *self-esteem* rendah hanya mencari pengagum terhadap dirinya sebagai bentuk usaha untuk peningkatan *self-esteem* yang dimilikinya (Brandon, 1992). Fenomena ini disebut sebagai teori perbandingan sosial oleh Festinger (dalam Abel, dkk. 2016) yang menentukan nilai pribadi melalui proses membandingkan diri atas orang lain. Respon individu tersebut dilakukan untuk membangun citra personal di media sosial. Citra personal merupakan gambaran ideal yang diharapkan individu dalam konsep diri yang berfokus pada perasaan diri serta sikap-sikap tubuhnya (Ramadhani & Putrianti, 2014). Oleh karena itu tanpa disadari, fokus pembentukan citra personal di dunia maya membuat individu mengabaikan lingkungan sekitarnya dan interaksi di dalamnya. Karena pada dasarnya *self-esteem* merupakan kebutuhan vital manusia yang perlu untuk ditingkatkan ataupun dipertahankan dalam kehidupan sehari-hari Weiten (dalam Mehdizadeh, 2010). Selain itu, *self-esteem* pada individu juga menentukan keberhasilan seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya (Pratiti & Widodo, 2013), sehingga apabila individu telah berhasil dalam membangun hubungan sosialnya maka tidak diperlukan lagi bagi individu untuk membangun citra diri atau gambaran ideal melalui media sosial.

Mehdizadeh (2010) dalam penelitiannya menyebutkan akses terhadap media sosial ditemukan memiliki hubungan negatif terhadap *self-esteem*, sehingga secara implisit tingkat *self-esteem* seseorang mempengaruhi penggunaan media sosialnya

yang diikuti oleh perasaan bahwa orang lain memiliki atau menjalani kehidupan lebih baik dari pengguna yang dapat didefinisikan sebagai FoMO (Abel, dkk. 2016).

Self-esteem menurut literatur terdiri atas dua aspek yaitu *self-acceptance* dan *self-respect* (Rosenberg, dalam Albo, Nunez, Navarro, & Grijalvo (2007). Bentuk evaluasi individu atas kemampuan yang dimiliki merupakan bagian dari pembentukan *self-esteem* (Brown, 2014). Hal itu akan mengukur kelayakan individu dalam interaksinya dengan lingkungan melalui nilai yang dipegang terhadap dirinya (Coopersmith, 1967). Dari sikap hingga perbuatan yang ditunjukkan dalam lingkungan sosial berasal dari hasil evaluasi individu terhadap nilai-nilai yang pernah diterima sepanjang hidupnya.

Pada sebagian besar penelitian yang menguji efek *self-esteem* terhadap hasil kehidupan, pola umum menunjukkan bahwa *self-esteem* yang tinggi merupakan prediktor dari kesuksesan hidup, mencakup berbagai hal termasuk hubungan dekat, ukuran jaringan sosial, dukungan sosial, kesehatan mental dan fisik serta kepuasan kerja (Robins & Orth, 2014). Sebaliknya, individu dengan *self-esteem* rendah ditemukan cenderung diikuti oleh perasaan ketidakmampuan yang tinggi, mudah cemas dan tersinggung (Abel, dkk. 2016). Perbedaan signifikan kedua tingkat *self-esteem* ini tertuang dalam bentuk ungghahan dan perilaku individu terhadap respon yang diterima oleh pengguna lainnya. Didukung oleh Dewi & Prawesti (2016) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa, individu dengan *self-esteem* rendah cenderung lebih sering mengungkapkan hal-hal negatif seperti ketakutan, rasa kurang bahagia, keluhan, kesedihan serta kemarahan dalam status yang di unggah di media

sosial dan selanjutnya apabila reaksi yang diterimanya tidak sesuai yang diharapkan maka individu akan menghapusnya apabila unggahan tersebut.

Brandon (1992) dalam bukunya "*The Power of Self-Esteem*" menyebutkan bahwa, individu dengan *self-esteem* rendah ditemukan tidak mudah untuk mengekspresikan diri. Keadaan ini dipermudah oleh fitur media teknologi yaitu *anonymity* atau tanpa nama (Chawki, 2006) yang memberikan fasilitas berekspresi tanpa menjangkau identitas asli, sehingga membuat penggunaanya merasa nyaman menyampaikan apapun tanpa khawatir penilaian atas kebenaran pendapat yang disampaikan. Penggunaan teknologi sebagai media interaksi interpersonal ini memberi peluang bagi individu untuk melindungi diri dari respon balik negatif oleh orang lain terhadap dirinya (Dewi & Prawesi, 2016). Keadaan ini disebut sebagai *social exclusion* atau usaha untuk menghindari penolakan dari orang lain (Abel, dkk. 2016). Usaha atas *social exclusion* tersebut individu dilakukan sebagai cara untuk mempertahankan atau meningkatkan *self-esteem* yang merupakan kebutuhan vital manusia dalam kehidupan sehari-hari Weiten (dalam Mehdizadeh, 2010). Hal ini tanpa disadari telah mengubah media sosial dari yang fungsi seharusnya yaitu menghubungkan komunikasi dari jarak jauh, menjadi media utama penghubung baik interaksi sosial dari jarak jauh maupun dekat, sehingga terjadi peningkatan penggunaannya dengan pengabaian terhadap lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat dirumuskan masalah adakah hubungan antara *self-esteem* dengan FoMO pada mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *self-esteem* dengan FoMO pada mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan baru mengenai FoMO dan hal-hal yang mempengaruhinya serta memperluas bidang penelitian FoMO pada psikologi sosial-klinis, terutama yang berhubungan dengan penelitian *self-esteem* pada mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

2. Manfaat Praktis

Manfaat secara praktis, apabila hasil penelitian ini terbukti diharapkan dapat memberikan manfaat berupa informasi secara empiris mengenai peran harga diri terhadap FoMO. Informasi tersebut diharapkan dapat berguna sebagai bahan acuan dalam penerapan langkah-langkah preventif guna menghindari dan mencegah munculnya FoMO secara efektif dan efisien pada mahasiswa.