

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu *platform* industri digital di internet yang secara perlahan berkembang sangat signifikan menjadi alat komunikasi utama di dunia pada era ini adalah media sosial (Kircaburun, 2016). Kaplan dan Haenlein dalam Wolf (2018) mengartikan *platform* media sosial sebagai jenis aplikasi dengan basis internet yang diciptakan dengan landasan Web 2.0, yang mempermudah pengguna dalam menciptakan dan membagikan konten. Terdapat beragam jenis *platform* media sosial seperti *Instagram, Youtube, WhatsApp, Twitter, Snapchat dan Facebook*. Dari *platform-platform* media sosial yang telah disebutkan, salah satu *platform* yang sering digunakan di Indonesia adalah Instagram. Menurut laporan *We Are Social* yang dirilis pada Januari 2023, peringkat keempat di dunia dalam hal jumlah pengguna Instagram diduduki oleh Indonesia (wearesocial.com).

Instagram adalah sebuah aplikasi berbasis foto yang banyak digunakan oleh individu untuk mempublikasikan berbagai jenis konten seperti produk, tempat, atau kegiatan dalam bentuk gambar (Mahendra, 2017). Dari data yang diambil dari survei *We Are Social* pada bulan Januari 2023, Indonesia memiliki total 167 juta pengguna media sosial, dan dari jumlah tersebut, terdapat sekitar 89,15 juta pengguna Instagram (wearesocial.com). Sedangkan, berdasarkan data dari survei *Napoleon Cat* yang dilakukan pada Februari 2023, tercatat sekitar 106.721.600 orang di Indonesia menggunakan media sosial Instagram. Rentang usia 18-24 tahun

adalah rentang usia mayoritas pengguna Instagram di Indonesia yaitu sekitar 40.300.000 orang di Indonesia dari total pengguna di Indonesia (napoleoncat.com).

Rentang usia tersebut menunjukkan pengguna instagram sebagian besar adalah remaja akhir. Masa remaja, seperti yang dijelaskan oleh Santrock (2011), adalah periode di mana individu mengalami tahap perkembangan perubahan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Perubahan dalam aspek biologis, kognitif, dan sosio emosional terjadi dalam masa remaja. Secara lebih rinci, Hurlock (2003) mengelompokkan masa remaja menjadi tiga tahap perkembangan, yaitu remaja awal (usia 12-15 tahun), remaja pertengahan (usia 15-18 tahun), dan remaja akhir (usia 18-21 tahun).

William Kay dalam Yudrik Jahja (2011) mengungkapkan bahwa remaja menghadapi beberapa tugas perkembangan, antara lain: a). Menerima perubahan fisik yang terjadi pada tubuhnya, b). Mencapai kemandirian emosional, yang melibatkan upaya untuk melepaskan ketergantungan pada orangtua atau figur-figur berotoritas, c). Mengembangkan kemampuan dalam berkomunikasi dan berinteraksi sosial, d). Mencari panutan atau model manusia yang dijadikan sebagai identitas pribadi, e). Menerima diri sendiri dengan segala keunikan dan memiliki keyakinan pada kemampuan diri sendiri, f). Menguatkan kemampuan untuk mengendalikan diri dan g). Mampu meninggalkan pola perilaku atau reaksi kekanak-kanakan.

Dalam menjalankan sejumlah tugas perkembangannya, seperti mengembangkan kemampuan komunikasi *interpersonal* dan berinteraksi sosial, remaja menggunakan media sosial termasuk Instagram, sebagai sarana tugas

perkembangan tersebut (Rachmawati, 2018). Media sosial seperti Instagram juga digunakan sebagai alat untuk mencari *role model* yang dapat dijadikan sebagai identitas pribadi oleh remaja, penelitian yang dilakukan oleh Ulfa (2019) menunjukkan bahwa remaja seringkali menganggap *selebgram* sebagai panutan dan *role model*. Sementara itu, menurut Kirik (2015), ketakutan akan tidak diterima dalam lingkaran sosial, dorongan emosional yang perlu diungkapkan, keinginan untuk membentuk kelompok dan membuktikan diri, usaha untuk membentuk identitas, serta hasrat untuk bersenang-senang, mendorong remaja untuk menghabiskan banyak waktu dalam lingkungan virtual. Remaja juga menggunakan media sosial seperti Instagram untuk memperluas jaringan pertemanannya.

Sayangnya, dalam penggunaan media sosial, termasuk Instagram, sebagai sarana dengan tujuan terpenuhinya beberapa tugas perkembangan, remaja masih kurang mampu dalam mengidentifikasi penting atau tidaknya aktivitas yang dijalani di media sosial dan minim akan pertimbangan tentang dampak yang terjadi, baik dampak positif maupun negatif. Kurangnya pertimbangan tersebut dapat menjadikan peningkatan resiko remaja terkena dampak negatif dari media sosial (Qomariyah dalam Chandra, 2021). Beberapa efek yang memberikan unsur negatif media sosial menurut Chandra (2021) adalah terabaikannya aktivitas penting di dunia nyata, timbulnya konflik sosial karena norma masyarakat menjadi berkurang, masalah privasi, kemungkinan terpengaruh oleh perilaku negatif orang lain, dan bahkan kecanduan terhadap media sosial.

Salah satu dampak negatif yang dijadikan urgensi mengenai efek dari media sosial, termasuk Instagram, adalah masalah kecanduan media sosial, seperti yang

telah disoroti oleh Andreassen dan Pallesen (2014). Penggunaan media sosial dengan intensitas yang tinggi secara signifikan mempengaruhi terhadap terjadinya kecanduan media sosial pada remaja (Kirik, 2015). Masa remaja merupakan periode pencarian identitas diri yang seringkali memerlukan bantuan dan pengarahan dari orang-orang di sekitarnya. Rasa kebingungan dalam memilih aktivitas yang bermanfaat, serta rasa ingin tahu terhadap hal-hal baru, dapat membuat remaja menjadi rentan terhadap risiko kecanduan media sosial (Aprilia, Sriati, dan Hendrawati, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Aprillia (2019) pada media sosial Instagram menunjukkan bahwa fitur-fitur yang memungkinkan remaja untuk berinteraksi sosial dan mendapatkan informasi terbaru, seperti *Instagram story*, *feeds*, dan fitur lainnya, membuat remaja sulit untuk melepaskan diri dari Instagram. Remaja seringkali melakukan pemeriksaan berulang-ulang *platform* Instagram. Hal tersebut dapat meningkatkan risiko terjadinya kecanduan media sosial.

Kecanduan media sosial seperti yang didefinisikan oleh Sahin (2018) adalah perilaku yang terjadi ketika seseorang mengutamakan penggunaan media sosial dengan intensitas tinggi sebagai alat komunikasi dan pencarian informasi secara virtual, hingga mengesampingkan aspek-aspek penting dalam kehidupan nyata.

Menurut Sahin (2018), ada empat aspek atau komponen inti dalam kecanduan pada media sosial, yaitu a). Toleransi virtual (*virtual tolerance*) aspek ini terkait dengan peningkatan intensitas waktu yang dihabiskan dalam akses ke media sosial untuk memperoleh kepuasan. b). Komunikasi virtual (*virtual communication*) merujuk pada kecenderungan individu untuk berkomunikasi secara virtual melalui

platform media sosial, bukan dalam kehidupan nyata, c). Permasalahan virtual (*virtual problem*) terkait dengan pengabaian terhadap aspek-aspek kehidupan yang lain demi penggunaan yang berlebihan dari media sosial, dan d). Informasi virtual (*virtual information*) merujuk pada kecenderungan individu untuk mencari informasi melalui media sosial, yang dapat mengganggu keseimbangan dalam aktivitas nyata sehari-hari.

Remaja yang mengalami kecanduan karena media sosial cenderung sangat tergantung pada *platform* tersebut, bahkan remaja bersedia mengorbankan banyak waktu hanya untuk mendapatkan kepuasan dari media sosial (Fauziawati, 2015). Efek yang merugikan dapat dialami remaja ketika memiliki kecanduan media sosial. Kurang pedulinya akan tanggung jawab remaja terhadap statusnya sebagai pelajar dapat diakibatkan oleh kecanduan media sosial yang dimiliki, hal ini berakibat terhambatnya penyelesaian tugas di sekolah, waktu belajar yang dihabiskan hanya untuk bersenang-senang di media sosial, dan turunnya motivasi dan prestasi remaja di sekolah (Mim, Islam, & Paul, 2018).

Berdasarkan data survei *Royal Society for Public Health* (RSPH, 2017) pada partisipan 1.500 remaja dan dewasa muda, ditemukan bahwa kecanduan pada aplikasi seperti Instagram, dengan fitur utama berbagi foto untuk mendapatkan apresiasi dan mengekspresikan diri, berkaitan dengan tingkat kecemasan, depresi, perundungan (*bullying*), dan masalah kesehatan mental lainnya, terutama ketika digunakan oleh remaja. Dalam penelitian tersebut, Instagram disebut sebagai jejaring media sosial yang memiliki dampak terburuk terhadap kesehatan mental (rsph.org.uk).

Penelitian yang dilakukan oleh Universitas Swansea di Wales menemukan bahwa gejala penarikan ditunjukkan beberapa orang ketika dihentikannya aktivitas penggunaan media sosial (Rashid & Kenner, 2019). Remaja yang memiliki ciri-ciri penggunaan media sosial yang kompulsif cenderung terpaku pada *platform* tersebut, selalu berusaha untuk menggunakan media sosial dan melakukan interaksi dengan media sosial berkomunikasi secara *online* daripada berinteraksi langsung di dunia nyata (Coralia, Qodariah & Yanuvianti, 2017).

Selanjutnya, dalam penelitian Longstreet & Brooks (2017) menunjukkan hasil bahwa remaja yang tidak mengalami kecanduan media sosial terindikasi mengalami penurunan resiko terhadap stress, kepuasan hidup yang lebih memuaskan dan kebahagiaan dengan tingkat yang lebih baik dibandingkan remaja yang memiliki kecanduan media sosial. Sejalan dengan Longstreet & Brooks (2017), penelitian oleh Hawi & Samaha (2016) juga menemukan bahwa penurunan adiksi media sosial relevan dengan peningkatan kualitas, harga diri dan kepuasan hidup yang semakin baik. Hal tersebut menggambarkan bahwa penting untuk berharap bahwa remaja dapat menjalani kehidupan tanpa terjebak dalam kecanduan media sosial dan menggunakan *platform* tersebut dengan bijak untuk mendapatkan manfaat positif, serta mencapai tingkat kebahagiaan dan kesehatan mental yang lebih baik.

Data di lapangan menunjukkan bahwa menurut laporan statistik *True List* pada Januari 2023, diperkirakan bahwa kecanduan media sosial diderita oleh sekitar 210 juta individu di dunia, dengan mayoritas berusia 18-29 tahun (truelist.com). Di Indonesia, penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2020) mengungkapkan bahwa dari 250 partisipan remaja yang menjadi subjek penelitian, sebanyak 81,2%

mengalami tingkat kecanduan media sosial dari sedang hingga tinggi. Selanjutnya, Aprilia (2020) memberikan hasil bahwa 48,6% remaja terindikasi memiliki kecanduan media sosial tingkat tinggi dari 72 remaja yang menjadi sampel penelitian. Data-data tersebut mengindikasikan bahwa kecanduan media sosial adalah masalah yang masih banyak terjadi pada remaja.

Data tersebut sesuai dengan hasil wawancara peneliti yang dilakukan pada tanggal 1 Agustus 2023 dengan 10 partisipan remaja akhir pengguna media sosial Instagram berusia 18-21 tahun. Pertanyaan wawancara disusun berdasarkan aspek kecanduan media sosial dari Sahin (2018) yaitu: a). Toleransi virtual (*virtual tolerance*) b. Komunikasi virtual (*virtual communication*) c). Masalah virtual (*virtual problem*) dan d. Informasi virtual (*virtual information*).

Berdasarkan hasil wawancara pada aspek toleransi virtual (*virtual tolerance*) delapan dari 10 subjek, menyatakan menggunakan banyak waktu untuk memperoleh kesenangan dari media sosial. Sedangkan pada aspek komunikasi virtual (*virtual communication*), tujuh dari 10 subjek memilih berkomunikasi secara virtual daripada berkomunikasi langsung. Pada aspek masalah virtual (*virtual problem*), tujuh dari 10 subjek kerap mengabaikan aktivitas yang penting karena menggunakan media sosial dan pada aspek informasi virtual (*virtual information*) sepuluh subjek cenderung mencari informasi dari media sosial. Berdasarkan wawancara tersebut, didapatkan kesimpulan yakni sebagian besar partisipan mengalami kecanduan media sosial pada keseluruhan aspek kecanduan sosial yang disusun oleh Sahin (2018). Keseluruhan subjek juga mengakses media sosial dengan durasi tinggi, berkisar dari lima sampai dengan 10 jam dalam satu hari.

Menurut Young & Abreu (2011), kecanduan media sosial dipicu oleh sejumlah faktor, yaitu a). *Gender*, dalam masalah adiksi media sosial, gender memiliki pengaruh dalam pemilihan jenis aplikasi, b). Keadaan psikologis, berbagai masalah emosional sering menjadi penyebab kemunculan kecanduan media sosial. Individu yang mengalami masalah emosional tertentu cenderung menggunakan media sosial sebagai sarana distraksi dari *stressor* dan kondisi yang tidak nyaman, c). Tujuan dan waktu penggunaan, tujuan penggunaan dalam bermedia sosial dapat memengaruhi sejauh mana seseorang mengalami kecanduan.

Faktor lain yang berperan dalam kecanduan media sosial adalah *Fear of Missing Out*, *Fear of Missing Out* terkait perasaan tidak nyaman apabila orang lain sedang mengalami pengalaman positif atau kesenangan yang tidak menjadi bagian dari pengalaman individu (Przybilsky, 2013). Salah satu prediktor utama dari perilaku kecanduan media sosial ialah *Fear of Missing Out* atau yang disingkat dengan istilah FoMO (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016). Pernyataan tersebut diperkuat oleh Przybyski et al. (2013) ketika seseorang mengalami *Fear of Missing Out* seseorang akan gelisah setelah melihat ataupun mengecek sosial media yang dimiliki dan melihat keseruan-keseruan yang sedang dilakukan oleh rekan-rekannya di luar sana dan adanya keinginan yang besar untuk tetap terus terhubung dengan apa yang sedang dilakukan oleh orang lain di media sosial. Hal ini ini pun dicirikan dengan adanya keinginan untuk tetap terus terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain (Przybyski et al., 2013), dan munculnya perasaan tidak nyaman berupa adanya keyakinan bahwa orang lain mengalami sesuatu yang tidak dialaminya (Abel et al., 2016). Sehingga agar dapat tetap terus terhubung dengan

yang lain, remaja cenderung mengecek media sosial secara terus menerus dan dapat menyebabkan kecenderungan adiksi media sosial. Penelitian ini memilih faktor *Fear of Missing Out* karena dipercaya bahwa faktor ini menjadi penentu utama dalam kasus kecanduan media sosial, karena kecanduan media sosial seringkali berakar pada rasa takut individu untuk melewatkan pengalaman yang dialami orang lain (*Fear of Missing Out*) (Dhir dkk., 2018). Sejalan dengan itu, Alt dalam Seabrooks (2020) juga mengidentifikasi *Fear of Missing Out* secara signifikan memiliki kontribusi signifikan dalam perkembangan kecanduan media sosial.

Definisi Przybylski dkk. (2013) menjelaskan *Fear of Missing Out* adalah dorongan untuk terus terkoneksi, kekhawatiran tentang melewatkan momen berharga yang dialami oleh individu lainnya, yang tidak dapat disaksikan secara langsung oleh orang yang mengalami *Fear of Missing Out*. Individu dengan *Fear of Missing Out* memiliki ciri untuk selalu merasa ingin terkait dengan apa yang sedang dilakukan oleh orang lain melalui internet atau dunia maya. Przybylski dkk (2013) juga menjelaskan konsep *Fear of Missing Out* adalah sebagai perasaan takut, khawatir dan cemas yang dialami individu ketika tidak bisa terkoneksi atau terlibat dalam aktivitas dan percakapan di lingkungan sosialnya. Seseorang yang memiliki tingkat *Fear of Missing Out* tinggi merasakan kecemasan dan kekhawatiran yang tidak wajar dengan anggapan orang lain melakukan aktivitas yang lebih menyenangkan daripada dirinya.

Adapun aspek dari *Fear of Missing Out* adalah a). Tidak terpenuhinya kebutuhan akan *self* yaitu kebutuhan psikologis akan diri sendiri, yang mencakup kebutuhan kompetensi (*competence*) dan otonomi (*autonomy*). Kompetensi

(*competence*) dikaitkan akan kebutuhan untuk melakukan interaksi dengan lingkungan sosial sedangkan Otonomi (*Autonomy*) terkait dengan kebutuhan mengekspresikan diri dan b). Keterkoneksian (*Relatedness*), terkait kebutuhan untuk selalu terkoneksi dengan lingkungan sosial (Przbylski dkk., 2013).

Aspek-aspek *Fear of Missing Out* yang disusun oleh Przbylski (2013) memiliki korelasi dengan kecanduan media sosial. Aspek pertama mengenai kebutuhan akan *self*, yang mencakup kebutuhan kompetensi (*competence*) dan otonomi (*autonomy*), dalam kebutuhan kompetensi (*competence*), jika seseorang tidak terpenuhi akan kebutuhan berinteraksi secara efektif dan memiliki tidak puas akan kebutuhan kompetensi (*competence*) akan membuat individu merasa frustrasi dan putus asa dan mencari terpenuhinya kebutuhan tersebut di media sosial atau internet (Nafisa, 2021).

Sedangkan ketidakpuasan akan otonomi (*autonomy*) yakni kebutuhan psikologis individu terkait dengan identitas, pengakuan, atau hubungan sosial dalam kehidupan nyata, remaja mencari pengakuan dan validasi melalui media sosial. Tindakan ini dapat memicu kecanduan media sosial sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan psikologis individu (Nafisa, 2021).

Pada aspek *relatedness*, menunjukkan bahwa kecanduan media sosial seseorang dipengaruhi oleh aspek *relatedness* atau kebutuhan untuk tetap terkoneksi dengan individu lain. Keinginan ini membuat seseorang tidak bisa berhenti menggunakan media sosial agar merasa terkoneksi dengan orang lain, kondisi ini bisa menjadi pemicu dari kecanduan media sosial (Satriani, 2014).

Beberapa studi telah menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* dan kecanduan media sosial memiliki keterkaitan. Putri (2019) menemukan rasa takut ketinggalan dengan tingkat kecanduan media sosial pada mahasiswa yang menggunakan Instagram di Universitas Bandung menunjukkan hasil korelasi yang positif. Dengan kata lain, peningkatan *Fear of Missing Out* yang dimiliki seseorang, berbanding lurus dengan meningkatnya kecanduan media sosial yang dimiliki.

Hasil tersebut konsisten dengan penelitian Fathadika (2018), bahwa terdapat korelasi positif antara *Fear of Missing Out* dan tingkat kecanduan media sosial. Kebutuhan dan dorongan agar terpenuhinya informasi melalui media sosial dimana media sosial memungkinkan individu untuk mengetahui segala informasi dan peristiwa yang terjadi sepanjang waktu menyebabkan individu dengan *Fear of Missing Out* akan mengarah ke kecanduan media sosial (Abel dkk., 2016).

Dari pemaparan yang sudah disampaikan, peneliti tertarik untuk mengkaji hubungan atau korelasi antar variabel dalam penelitian ini. Rumusan masalah yang diajukan adalah apakah terdapat hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan tingkat kecanduan media sosial pada remaja pengguna media sosial instagram?

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan kecanduan media sosial pada remaja pengguna media sosial instagram.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini sebagai kontribusi penelitian dalam pengembangan teori dan pengetahuan bidang ilmu psikologi. Hasil penelitian dapat membantu dalam memperkaya khasanah kajian ilmiah di bidang psikologi.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah hasil penelitian dapat dijadikan sebagai sumber referensi yang berguna bagi peneliti selanjutnya dan masyarakat umum untuk lebih memahami bagaimana ketakutan ketinggalan informasi (*Fear of Missing Out*) secara nyata memengaruhi kecanduan media sosial pada remaja .