

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin canggih memaksa manusia untuk menciptakan sesuatu yang inovatif dan memudahkan pekerjaan manusia. Teknologi memberikan efek baru dan sarana bagi kita dalam bersosialisasi masyarakat. Jaringan internet kini mempermudah para penggunanya untuk berhubungan antara satu dengan yang lain dengan menggunakan teknologi. Kemajuan teknologi ini juga mempengaruhi perkembangan media sosial di masyarakat. Penggunaan media sosial sebagai media interaksi yang disertai fitur-fitur menarik memungkinkan setiap individu untuk berbagi informasi dan menciptakan sebuah peran dalam media sosial (Dewi et al., 2022).

Remaja merupakan generasi yang aktif dalam penggunaan internet, mereka menerima media sosial sebagai sesuatu yang sudah biasa. Remaja terbiasa menggunakan media *digital* untuk berkomunikasi, baik untuk komunikasi interpersonal ataupun kelompok. Aplikasi digital yang banyak digunakan oleh remaja untuk berkomunikasi adalah aplikasi media sosial seperti WhatsApp dan Instagram. Mereka menggunakan media sosial sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan keluarga dan teman terutama bagi seseorang yang mengalami kesulitan untuk berkomunikasi, mencari informasi, berita hiburan atau postingan lucu sehingga mereka terus update dengan hal-hal populer yang sedang terjadi (Rahardjo & Soetjningsih, 2022).

Melihat fenomena di kalangan remaja saat ini mereka senang menikmati media sosial. generasi muda tetap terhubung dengan media sosial dan aktivitas sosial seperti dilihat, mengomentari status dengan berbagi informasi media sosial yang dianggap sangat penting (Juwita et al., 2015). Remaja merupakan masa pencarian identitas diri dan seringkali bermunculan pemikiran yang tidak realistis (Mahdia, 2018). Masa muda juga merupakan waktu untuk menuju kedewasaan di mana kaum muda berada dalam keadaan seperti mengalami kebingungan karena ketidakmampuan untuk menentukan sesuatu kegiatan yang bermanfaat baginya rasa ingin tahu tentang yang tidak diketahui (Aprilia et al., 2020).

Media sosial adalah salah satu sarana komunikasi yang paling banyak digunakan saat ini dan kalangan remaja menjadi pengguna terbesar di Indonesia. Salah satu alasan remaja saat ini menjadi pengguna media sosial yaitu mereka lahir dan berkembang seiring pesatnya perkembangan informasi dan era digital (Sugiharto, 2016). Oleh karena itu, lebih mudah untuk dibandingkan kelompok usia lain (Sugiharto, 2016). Hurlock (2009) menyatakan bahwa masa remaja dibagi menjadi dua bagian, yaitu remaja awal antara usia 13-16 atau 17 tahun dan remaja akhir 16 atau 17-18 tahun. dilihat dari manfaatnya, penggunaan media sosial pada remaja berkaitan dengan tugas perkembangan yaitu pembentukan identitas diri (Hurlock, 2009; Shapiro & Margolin, 2014). Keuntungan lain menggunakan media media sosial bagi remaja yaitu untuk sarana komunikasi antar remaja, mendapatkan dukungan dari remaja lain serta

mendapatkan saran dan informasi terkait dengan tujuan karir (Siddiqui & Singh, 2016).

Media sosial memiliki banyak manfaat positif, tetapi media sosial juga dapat memberikan dampak negatif bagi penggunanya, yaitu seperti penelitian yang dilakukan oleh Cahyono (2016) mengatakan bahwa dampak negatif dari penggunaan media sosial yaitu dapat menurunkan interaksi tatap muka, membuat orang menjadi kecanduan terhadap internet, menyebabkan konflik, masalah privasi, rentan terhadap pengaruh buruk orang lain. Selain itu dampak negatif penggunaan media sosial menurut Elhai (2016) penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menimbulkan munculnya fenomena *fear of missing out*.

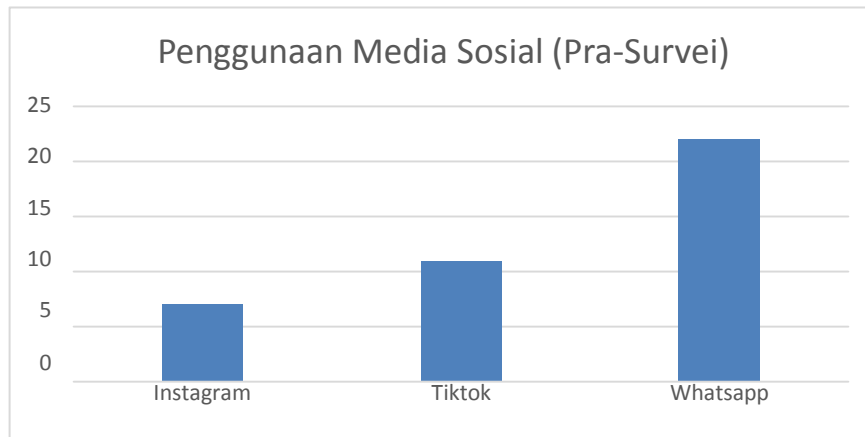
Hal ini membuat anak muda rentan mengalami masalah kecanduan, salah satu penyebab kecanduan media sosial dengan intensitas yang tinggi itu adalah rasa takut kehilangan informasi hingga mengarah pada munculnya perilaku pengguna berlebihan (Fathadhika & Afriani, 2018). Dapat dikatakan bahwa seseorang termasuk pada kategori kecanduan apabila mengakses media sosial dalam rentang waktu 5-6 jam sehari (Syamsuudin et al., 2015).

Salah satu hal yang dapat disebabkan oleh remaja Kecanduan media sosial yang dialami adalah *Fear of Missing Out (FoMO)*. Istilah *FoMO* digunakan pertama kali 2013 dalam kajian ilmiah dipimpin oleh Przybylski, Murayama, DeHaan dan Gladwell (2013). Przybylski, et al., (2013). *FoMO* sebagai perhatian yang dialami individu ketika orang lain memiliki pengalaman yang tak terlupakan dalam ketidakhadirannya. Orang yang berpengalaman *FoMO* adalah keinginan

untuk mengetahui segala sesuatu yang terjadi di lingkungan (Song, Zhang, 2017). Ini memotivasi orang untuk terus maju terus beroperasi di jejaring sosial tanpa Keterbatasan waktu sehingga dapat menyebabkan kecanduan media sosial (Siddiqui & Singh, 2016).

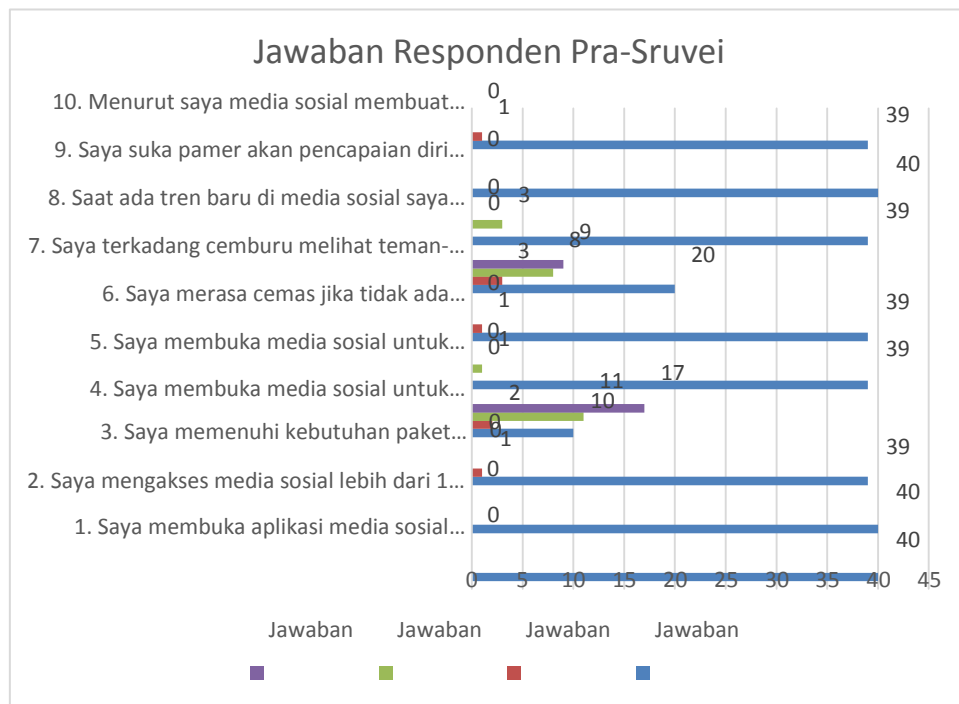
Laporan *We Hial* mengungkapkan bahwa jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia pada Januari 2022 tumbuh sebesar 12,35% dari tahun lalu. Lebih tepatnya jumlah pengguna aktif medsos pada awal 2022 adalah sebanyak 191 juta orang sedangkan pada 2021 sebesar 170 juta orang. Dengan total populasi 273.5 juta lebih hal tersebut berarti hampir dari setengah penduduk Indonesia telah menjadi pengguna aktif media sosial. Dalam laporan tersebut, ditunjukkan juga media sosial yang paling sering digunakan oleh rakyat Indonesia. WhatsApp merupakan media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia di mana persentasenya mencapai 88,7%. Di posisi kedua dan ketiga ada Instagram dan Facebook dengan persentase masing-masing sebesar 84,8% dan 81,3% (Mely, 2022).

Peneliti melakukan pra-survei kepada 40 remaja yang menggunakan media sosial di Kota Medan, dapat dilihat pada tabel berikut.



Berdasarkan hasil pra-survei pada 40 orang remaja di Kota Medan menemukan terdapat 7 orang yang menggunakan aplikasi instagram, terdapat 11 orang yang menggunakan tiktok, dan terdapat 22 orang yang menggunakan whatsapp. Terdapat banyak alasan seseorang menggunakan media sosial yaitu untuk berkenalan, untuk mengeksplor hal-hal yang diminati, menggunakan media sosial karena kerabat dan temannya juga menggunakan, menghabiskan waktu luang dan untuk terus tersambung dengan orang lain itu semua merupakan alasan mendasar menggunakan media sosial. Intensitas penggunaan internet yang tinggi akan menimbulkan berbagai dampak yang terjadi, baik pada diri ta sendiri, lingkungan sosial ataupun keluarga. Terdapat berbagai faktor yang memengaruhi kecanduan media sosial yaitu kecemasan sosial, kesepian, dan *fear of missing out* (Rahardjo & Soetjiningsih, 2022).

Peneliti melakukan pra-survei tentang intensitas penggunaan media sosial dan *Fear Of Missing Out* (FOMO) yang dilakukan pada 40 remaja yang di Kota Medan, dapat dilihat pada diagram tersebut.



Berdasarkan hasil pra-survei pada 40 remaja Kota Medan menemukan bahwa 40 remaja Kota Medan hampir setiap saat membuka media sosial dan mengakses media sosial lebih dari 1 jam setiap harinya, 40 remaja Kota Medan juga memenuhi kebutuhan internet agar dapat membuka aplikasi media sosial, subjek pra survei lebih banyak menggunakan media sosial untuk hiburan dibandingkan untuk kepentingan lainnya (seperti membuat konten atau mencari informasi), subjek pra-survei merasa cemas jika tidak membuka aplikasi media sosial dalam sehari, dan diikuti pernyataan tentang tren, subjek harus selalu mengikuti tren yang ada di media sosial dan juga sebagai ajang pamer, karena hal itu 40 remaja Kota Medan lupa akan sosialisasi pada lingkungan sekitar.

Salah satu fenomena yang muncul pada pengguna media sosial yaitu *fear of missing out*. *Fear of missing out (FoMO)* didefinisikan sebagai kecemasan akan kehilangan momen berharga suatu 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. *FoMO* dapat juga diartikan sebagai fenomena keinginan seseorang untuk terus tersambung dengan orang lain (Tidar, 2020).

Salah satu dari faktor *fear of missing out (FoMO)* yaitu banyaknya stimulus untuk mendapatkan informasi, hal ini yang membuat individu selalu ingin mengetahui perkembangan informasi yang ada setiap saat, stimulus dalam mendapatkan informasi itu salah satunya media sosial, dan ini akan berdampak negatif apabila individu tidak memiliki kontrol diri untuk dapat mengatur waktu serta membatasi informasi yang diperoleh melalui media sosial (Wulandari, 2020).

Selain itu, *FoMO* juga dapat didefinisikan sebagai kecemasan akan kehilangan momen berharga suatu 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 (Przybylskiv, 2013)

Penelitian yang dilakukan oleh Abel (2016) menunjukkan bahwa fenomena *fear of missing out* merupakan gabungan dari perasaan terganggu, cemas, dan perasaan kekurangan akan dirinya sendiri yang kedepannya akan

semakin meningkatkan penggunaan media sosial. *Miller* (2012) mengemukakan bahwa seseorang yang secara konstan mengikuti atau melihat *update* kehidupan orang lain di media sosial seperti *Instagram*, makan malam mewah, karir cemerlang, dll akan merasa tertinggal ketika orang tersebut membandingkan kehidupannya dengan orang lain yang ia lihat melalui media sosial, dan hal ini kemudian akan menimbulkan munculnya rasa ketidakpuasan akan diri, kecemasan, dan perasaan tidak berharga (Abel, 2016).

Penelitian *Marina dan Richard* (2018) mengatakan bahwa internet juga faktor penting yang memicu rasa takut kehilangan (*FOMO*). Ini menunjukkan seseorang yang ada pengendalian diri yang tinggi, ada rasa takut sedikit kurang (*FOMO*) karena dia bisa mengendalikan emosi, pikiran dan perasaan. Ketika terhubung atau tidak terhubung dengan orang lain media sosial sehingga tidak menimbulkan emosi *iri*, takut dan khawatir tertinggal peristiwa atau pengalaman orang lain di jejaring sosial atau ketakutan akan *FOMO*.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap data penelitian *FOMO* tentang mengubah rasa takut ketinggalan rata-rata dalam hal persentase 63,98% atau setara (222 remaja). Itu berjalan beriringan dengan penelitian *Rasyida* (2020) cari tahu seberapa besar anda takut ketinggalan (*FOMO*). Sebanyak 61% remaja termasuk dalam kategori ini. Seharusnya, para remaja dengan keterampilan yang mendalam terhadap pengendalian diri, emosi dan juga mampu mengendalikan diri untuk tidak menggunakan internet sewaktu-waktu dan dapat menyesuaikan waktu

pemakaian ke internet, meskipun mereka masih mudah teralihkan dengan keinginan untuk tetap berhubungan dengan media sosial.

Efek negatif dari rasa takut kehilangan (*FOMO*) menurut Setiad dan Agus (2020), yaitu penggunaan jejaring sosial yang berlebihan dapat menyebabkan depresi dan tingkat percaya diri yang rendah. Lebah (2016) menjelaskan takut kekurangan (*FOMO*) adalah ketidakpuasan dengan hidupnya, keinginan untuk menggunakan perangkat sambil berjalan atau mengemudi, tidak dapat sepenuhnya dinikmati berada bersama di dunia nyata, mengalami interupsi tidur dan mengabaikan kehidupan pribadi. Ketakutan akan *FOMO*, yaitu adanya rasa takut tidak sadar, cemas dan khawatir jika belum memeriksa akun media sosial, obsesi tindakan orang lain dan ketakutan bahwa mereka tidak bisa eksis di media sosial.

Fenomena *FoMO* selalu disertai dengan intensitas pengguna media sosial yang tinggi. Secara umum, dalam durasi penggunaan media sosial dari 10 ribu responden yang disurvei, sebanyak 72,5% responden mengaku menggunakan WhatsApp lebih dari 2 jam/hari. Rinciannya 15,8% responden menggunakan WhatsApp lebih dari 8 jam/hari, 16,3% menggunakan aplikasi tersebut selama 5-8 jam/hari, dan 40,3% lainnya selama 2-5 jam/hari. Hanya 27,5% dari responden yang mengaku menggunakan WhatsApp kurang dari 2 jam/hari. Di sisi lain, mayoritas atau sebanyak 75,5% responden mengaku bahwa mereka menggunakan aplikasi lain kurang dari 2 jam/hari. Sisanya, sebanyak 18,7% responden survei mengaku menggunakan Line 2-5 jam/hari, 3,6% responden menggunakan Line 5-

8 jam/hari, dan hanya 2,2% yang menggunakan aplikasi tersebut lebih dari 8 jam/hari (Mely, 2022).

Penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan perilaku *FoMO* pada remaja. Selain itu, intensitas penggunaan media sosial dan *FoMO* juga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku *cyber bullying*. Semakin tinggi intensitas penggunaan *social media* maka perilaku *FoMO* juga akan tinggi dan sebaliknya jika intensitas penggunaan *social media* rendah maka perilaku *FoMO* juga rendah (Dewi, 2022).

Remaja dengan usia dibawah 21 tahun ditemukan memiliki tingkat *FoMO* lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok usia lainnya. Selain itu juga ditemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan online jejaring sosial sepanjang hari dan penggunaan aktif media social selama tujuh jam, dan *FoMO* (Gezgin et al., 2017). Kebutuhan akan internet, *social media* dan *smartphone* tidak dapat dihindari karena semua aktivitas kehidupan remaja selalu berhubungan dengan hal tersebut mulai dari jejaring sosial, pendidikan ataupun aspek pribadi. Selain kebutuhan untuk mengakses internet dan media sosial yang menghasilkan manfaat, penggunaan internet dan media social yang berlebihan juga memberikan dampak negatif. Dampak yang mungkin ditimbulkan adalah kecanduan media sosial, merupakan gangguan perilaku dalam pemakaian media sosial yang melampaui batas dan mengarah pada kecenderungan untuk selalu menggunakan media sosial (Rahardjo & Soetjiningsih, 2022).

Menurut *JWT Intelligence* 70% masyarakat yang berusia 18-34 tahun berhubungan dengan *FoMO*, usia tersebut termasuk usia remaja akhir sampai dewasa awal, namun usia remaja terutama remaja akhir lebih berhubungan dengan *FoMO* karena pada usia tersebut mereka memiliki lebih sedikit sumber daya dan terlibat dalam deprivasi relatif atau kesenjangan antara apa yang diharapkan dengan kenyataan yang ada, mereka ingin sama dengan apa yang diperlihatkan oleh orang lain di media sosial, baik itu materi, pengalaman, maupun perilaku orang lain. Hal tersebut terjadi karena tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *autonomy*, *competence* dan *relatedness*, dalam diri individu (Se'u & Rahayu, 2022).

Data ini didukung oleh hasil wawancara peneliti saat *prasurvey* pada Tidan SA, remaja yang cukup intens menggunakan sosial media dalam kegiatan penyebaran informasi yang diberikan antar teman, angkatan dan dosen, maupun untuk menunjang *marketing* dalam *online shop*. Berdasarkan hasil wawancara peneliti yang dilakukan pada AM, TI dan SA. AM adalah remaja berjenis kelamin perempuan yang menggunakan media sosial untuk menunjang *marketing* dalam *online shop*. Media sosial juga dapat digunakan sebagai media promosi atas produk yang dijual dan juga lebih cepat dalam penanganan terhadap pelayanan customer. TI merupakan seorang mahasiswa berjenis kelamin laki-laki. Sedangkan SA adalah remaja berjenis kelamin perempuan. Keduanya memiliki aktifitas kuliah saja, berikut pendapat ketiga narasumber:

“Saat bangun tidur hal pertama yang saya cari adalah handphone lalu langsung membuka media social seperti Tiktok dan Instagram. Karena

saya merasa khawatir dan cemas apabila tertinggal informasi media sosial”
(Komunikasi personal dengan AM, 08 Desember,2022).

“Saya sering merasa cemas dan gelisah ketika dalam 30 menit saja saya tidak pegang handphone. Saya takut ketinggalan banyak informasi media sosial saya terutama wa. Bagi saya media sosial sudah menguasai hari-hari saya”

(Komunikasi personal dengan TI, 09 Desember,2022).

“Saya merasa hati dan pikiran saya tidak tenang (cemas) jika handphone saya ketinggalan. Seperti ada rasa yang hilang yang harus segera saya dapatkan kembali tika saya tidak memegang handphone dan membuka sosial media saya, terutama whatsapp dan instagram”.

(Komunikasi personal dengan SA, 10 Desember,2022).

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa AM telah merasa terikat dan candu terhadap handphone. Fenomena ini menjadi salah satu tanda yang menunjukkan bahwa AM telah memiliki perasaan khawatir dan cemas yang merupakan salah satu indikator dari *FOMO*, dimana dia merasa ada yang hilang ketika tidak melihat sosial media dalam waktu beberapa jam. Selain itu, hasil wawancara TI dan SA menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat menimbulkan rasa candu (*FOMO*) terhadap segala aspek kehidupan remaja khususnya mahasiswa. Rasa takut terhadap ketinggalan informasi menimbulkan sesuatu kegelisahan.

Hal ini sesuai yang disampaikan oleh Shodiq, Kosasih, & Maslihah (2020) yang menjelaskan bahwa penggunaan media sosial bagi remaja akan menimbulkan rasa candu bagi penggunaannya. Hal ini akan berdampak pada semakin berkurangnya waktu berinteraksi dengan teman maupun waktu untuk melakukan kegiatan lain yang bersifat *mobility*. Perilaku *FOMO* yang ditunjukkan remaja akibat memakai *social media* dengan intensitas yang tinggi

menimbulkan perasaan tertarik terhadap media sosial dan menimbulkan perasaan ingin mengetahui informasi dari satu ke individu lainnya. Media sosial menjadi media bagi individu mempresentasikan diri, berinteraksi, bekerja sama, serta berkomunikasi dengan individu lainnya.

Hal ini didukung dari hasil survey wawancara yang dilakukan Peneliti kepada 2 (dua) orang remaja yang memiliki kecemasan *FoMO*, yang mengatakan :

“Sebenarnya gak ada kepentingan juga, Cuma hobi aja buka media sosial. Aku kan suka hal-hal yang sedang viral gitu untuk diikuti.... ya... buat seru-seruan aja... Biasanya aku bikin video untuk di upload di akun tiktokku atau gak di akun instagram ku. Terkadang aku juga upload video dance yang aku ciptain sendiri yang memang orang belum pernah buat video dance pakai lagu itu... rasanya menarik gitu... jadi orang juga suka lihat kita di media sosial.”

(Komunikasi personal dengan VM, 13 November,2023).

“kalau aku mau upload video atau foto ke akun media sosial... ya... tergantung tentang konten atau tema nya apa dulu nih... kadangkala alay juga kalau kita asal upload postingan ke akun media sosial sendiri... jadi kalau aku mau upload sesuatu di akun media sosial aku pilih yang menarik kaya fashion korea gitu walau gak semua. Kalau untuk tiktok... karena lihat teman-teman buat suatu video yang lagi viral atau lagi trending... aku pengen ikutan. Banyak juga teman-teman sama orang yang ada di kontak Whatsapp itu membuat status whatsapp nya video quotes yang diambil dari tiktok... aku juga ngelakuin itu.”

(Komunikasi personal dengan KS, 14 November,2023).

Sebuah kegelisahan dapat muncul pada individu yang menunjukkan perilaku *FOMO* yang ditandai dengan selalu memiliki keinginan untuk mengecek akun media sosialnya dan tidak bisa untuk berhenti memantau kegiatan atau aktivitas apa saja yang dilakukan oleh individu lain di media sosial. Keadaan seperti itu merupakan salah satu bentuk dari kecanduan media sosial. *Al-Menayes*

(2016) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat *Fear of Missing Out* seseorang maka akan semakin tinggi ketertarikan mereka dalam menggunakan media sosial. Sehingga dapat disimpulkan fenomena *Fear of Missing Out* memiliki hubungan dengan intensitas penggunaan media sosial dan hubungan tersebut dapat dikatakan berjenis timbal balik, dimana level *Fear of Missing Out* seseorang dapat mengindikasikan tingginya intensitas penggunaan media sosial seseorang, serta level intensitas penggunaan media sosial seseorang dapat meningkatkan level *Fear of Missing Out* mereka.

FOMO merupakan suatu perilaku remaja yang perlu mendapatkan perhatian karena perilaku ini dapat meningkatkan rasa individualis dan juga membatasi realisasi dengan lingkungan sekitar. Selain itu, mereka yang mengalami *FOMO* di media sosial memiliki kecenderungan pemuasan kebutuhan, mood, dan kepuasan hidup yang rendah di dunia nyata. Bahkan perilaku *FOMO* dapat berbahaya jika karena individu dapat menjadi berperilaku irasional untuk mengatasi *FOMO*nya. Misalkan tetap memantau media sosial ketika mengemudikan kendaraan (Akbar. Dkk, 2018).

Penggunaan media sosial juga perlu ditempatkan tepat pada tempatnya serta waktunya sehingga tidak mengganggu interaksi suatu individu dengan lingkungan sekitar dan dapat mengurangi rasa *FOMO* itu sendiri. Penelitian ini dapat menunjukkan besarnya pengaruh antara intensitas penggunaan media sosial dan perilaku *FOMO* yang timbul pada remaja sehingga diharapkan dengan diketahui adanya pengaruh tersebut orang terdekat dan keluarga dapat lebih peduli

terhadap kesehatan mental remaja dengan lebih memperhatikan intensitas penggunaan media sosial anak maupun keluarganya sehingga dapat menjadi dasar untuk memberikan pengertian pada remaja bahwa bersosialisasi di lingkungan dalam dunia nyata akan berbeda manfaatnya dibandingkan dengan dunia maya.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk menganalisis intensitas penggunaan media sosial dan pengaruhnya terhadap perilaku remaja. Sehingga judul penelitian ini adalah “**Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku *Fear of Missing Out (FOMO)* Pada Remaja**”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan yang diambil berdasarkan latar belakang masalah tersebut yaitu: “Apakah Ada Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku *Fear of Missing Out (FOMO)* Pada Remaja”?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilaksanakan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku *Fear of Missing Out (FoMO)* pada remaja

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat terutama dalam ilmu psikologis sosial terkait fenomena yang terjadi pada

usia remaja akibat intensitas penggunaan media sosial dan dapat dijadikan referensi tambahan bagi penelitian selanjutnya

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Masyarakat Umum

Dengan penelitian ini diharapkan para remaja saat ini mempergunakan media sosial dengan sebaik-baiknya untuk mendapatkan informasi yang positif serta membatasi waktu dalam mengakses media sosial dan juga lebih memperbanyak kegiatan diluar dari penggunaan media sosial seperti mengikuti club olahraga, les musik/nyanyi, paduan suara, organisasi,dll untuk dapat mengembangkan skill yang ada dalam diri mereka. Sehingga dapat meminimalisir terjadinya perilaku *fear of missing out* yang tinggi.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dengan penelitian ini dapat dijadikan referensi tambahan dari ~~dan~~ pemikiran mengenai perilaku *FOMO* yang terjadi pada remaja akibat intensitas penggunaan media sosial.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Intensitas Penggunaan Media Sosial

2.1.1 Pengertian Intensitas Penggunaan Media Sosial

Keadaan tingkatan atau ukuran intensitas merupakan definisi intensitas yang berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia. Ajzen (1991) mengartikan intensitas sebagai usaha seseorang untuk melakukan tindakan tertentu, serta bahwa upaya tertentu individu memiliki jumlah perilaku dan pola perilaku yang sama (Frisnawati, 2012). Intensitas berarti besarnya suatu tindakan, serta jumlah energi fisik yang digunakan untuk mengaktifkan pengukuran fisik dari salah satu sensasi atau energi sensorik (Kartono dan Gulo, 2003). Di sisi lain, intensitas dapat disebut frekuensi suatu tindakan atau aktivitas yang dilakukan (Chaplin, 2008). Selanjutnya penggunaan kata ini berasal dari penggunaan kata yang berarti sesuatu untuk digunakan sebagai alat, cara atau tindakan (Depdiknas, 2011). Jadi kita dapat melihat bahwa intensitas penggunaan adalah ukuran tingkat tindakan tertentu untuk penggunaan sesuatu.

Media sosial dideskripsikan seperti kelompok perangkat lunak berbasis Internet dengan bentuk dasar dari ideologis dan teknologi "2.0" serta memberikan izin kepada pengguna agar menghasilkan dan bertukar konten yang telah dibuat (Kaplan & Haenlein, 2014). Ada pula sebutan lain media sosial sebagai platform media berbasis media serta teknologi yang berperan selaku pengubah komunikasi jadi diskusi yang bersifat interaktif (Baruah, 2012).

Prinsip inti media sosial ialah di dalamnya ada keahlian untuk memberikan konten dengan orang lain, dimana konten tersebut bisa berbentuk pembaruan status pendek maupun panjang, berupa foto, serta dokumen video ataupun audio (Osterrieder, 2013).

Berdasarkan pemaparan diatas maka disimpulkan bahwasannya intensitas penggunaan media sosial yaitu suatu bentuk tindakan dari berapa seringnya orang mengakses atau menggunakan fasilitas dari media sosial, serta memperhatikan durasi dan jumlah frekuensi.

2.1.2 Aspek-aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial

Intensitas terbentuk dari empat elemen yaitu perilaku yang dilakukan berulang-ulang, pemahaman terhadap perilaku, batasan terhadap waktu serta adanya subyek. Adapun (Ajzen, 2005) mengutarakan tentang aspek-aspek dari intensitas penggunaan media sosial antara lain:

- 1) Perhatian, ialah ketertarikan orang pada objek tertentu yang menjadikan sasaran perilaku dalam penggunaan media sosial.
- 2) Penghayatan, ialah suatu penyerapan serta uraian terhadap informasi sehingga menjadi pengetahuan yang baru untuk orang yang bersangkutan.
- 3) Durasi, ialah sesuatu yang dibutuhkan orang selama periode waktu tertentu guna melaksanakan perilaku target (periode dalam satuan jam).
- 4) Frekuensi, ialah jumlah pengulangan perilaku yang diinginkan (dalam waktu satu hari).

2.1.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Intensitas

Menurut (Fadli, 2020) Pada dasarnya terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi intensitas, faktor tersebut merupakan faktor internal dan eksternal, faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

1) Faktor Internal

- a. Informasi, keterampilan, serta kemampuan, Individu dengan keinginan kuat dalam melakukan sesuatu seperti mencari informasi, keterampilan serta kemampuan dalam melakukan tingkah laku tertentu.
- b. Emosi serta kompulsi, Minimnya informasi, keterampilan, serta kemampuan yang dimiliki orang bisa tercipta suatu permasalahan dalam mengendalikan perilaku, tetapi permasalahan tersebut masih dapat diatasi, serta ada pula perilaku yang tidak terkendali. Perilaku kompulsif ini lalu dicoba bahkan jika orang tersebut telah menginvestasikan niat dan upaya untuk terlibat dalam tingkah laku yang berlawanan.

2) Faktor Eksternal

- a. Kesempatan ialah faktor terpenting didalam terjadinya tingkah laku yang disengaja. Kurangnya kesempatan akan mengurangi upaya untuk melakukan suatu sikap.
- b. Ketergantungan pada yang lain ialah ketika tingkah laku memberikan kontrol yang tidak sempurna atas perilaku atau tujuan tindakan orang lain.

2.2 *Fear of missing out (FOMO)*

2.2.1 Pengertian *Fear of missing out (FOMO)*

Menurut bahasa Cina, *Fear of missing out* artinya rasa takut kehilangan orang lain. (Hodkinson & Poropat, 2014). JWT intelligence (2012) mengemukakan *Fear of missing out* yaitu ketakutan bahwa orang lain merasakan sesuatu atau sesuatu yang menyenangkan sedang terjadi, tetapi orang itu tidak (Hariadi, 2018).

Seperti *ar of missing out* yang didefinisikan *Przyblyski*, Murayama, *DeHaan & Gladwell* (2013) adalah rasa takut kehilangan momen berharga bagi orang ataupun kelompok lain yang menjadi miliknyanya, dibentuk oleh keinginan untuk tinggal tanpa mampu untuk tinggal di dalam. Ini terkait pada apa yang terjadi serta apa yang dilakukan orang lain di Internet maupun di dunia maya.

Menurut (Timbung, 2017), *FOMO* dapat didefinisikan sebagai ketakutan yang dirasakan orang-orang pada saat ketinggalan update menarik terbaru dari orang lain, hingga mereka mencoba mengejar ketinggalan di media sosial. *FOMO* merupakan jenis baru kecanduan internet, terutama pada generasi muda, karena popularitas *smartphone*.

Bersumber pada hasil riset yang dilakukan Elhai et al dan *Przyblyski* et al, mereka mengatakan bahwa *FOMO* dijelaskan sebagai struktur psikologis yang terkait dengan penyalahgunaan dan penggunaan *smartphone* berlebihan (Zahra, 2015). Orang yang sangat takut ketinggalan sesuatu dapat menyalahgunakan *smartphone* mereka untuk memenuhi kebutuhan komunikasi mereka.

FOMO mengandung emosi negatif, perilaku yang terkait dengan tanggung jawab sosial yang menghubungkan orang ke media sosial (Hetz et al., 2015). Abel dkk (2016) pun menunjukkan adanya kehadiran media sosial berperan penting pada *fear of missing out*. *FOMO Syndrome* adalah jenis kecemasan sosial yang mengarah kepada perkembangan internet, terutama pada media sosial *modern*, dan bertanggung jawab atas meningkatnya sindrom *FOMO* pada individu (JWTI Intelligence, 2011).

Jadi, dapat disimpulkan bahwa *Fear of missing out (FOMO)* yaitu rasa takut kehilangan sesuatu yang menarik dan rasa takut dianggap kurang update saat menggunakan media sosial.

2.2.2 Aspek-Aspek *Fear of missing out (FOMO)*

Fear of missing out (FOMO) yang dijelaskan *Przyblylski*, Murayama, DeHaan & Gladwell (2013) memiliki aspek-aspek sebagai berikut:

- 1) Ketakutan adalah suatu kondisi emosional yang terjadi pada individu ketika dia tidak terlibat dalam suatu peristiwa, percakapan, atau pengalaman berharga yang dimiliki orang lain.
- 2) Kekhawatiran adalah emosi yang muncul ketika orang-orang melalui lingkaran sosial merasa tidak diterima dan mengetahui bahwa orang lain mengalami peristiwa yang menyenangkan tanpa mereka.
- 3) Kecemasan merupakan reaksi individu terhadap perasaan tidak nyaman karena mereka berada dalam keadaan cemas pada saat tidak tahu apa yang

dilakukan orang lain serta ingin tetap berada di media sosial supaya selalu berhubungan bersama orang lain.

2.2.3 Faktor-faktor *Fear of Missing Out (FOMO)*

Przybylski, Murayama, DeHaan & Gladwell (2013) mengemukakan faktor-faktor *fear of missing out* yaitu:

- 1) Otonomi, kebutuhan akan otonomi merupakan pengalaman memilih, mendukung dan dikaitkan dengan inisiasi, pemeliharaan, dan penghentian tindakan. Penelitian menunjukkan bahwa mendukung kebutuhan akan otonomi akan meningkatkan motivasi insensial, menganggap diri penting dan membangun harga diri dari waktu ke waktu.
- 2) Kompetensi, kebutuhan kompetensi merupakan harapan individu agar dapat merasa efektif dalam menghadapi lingkungan. Suatu kebutuhan akan kemampuan memperlihatkan kebutuhan agar dapat melatih keterampilan serta menemukan tugas terbaik. Pemenuhan kebutuhan kompetensi dikaitkan pada kepercayaan seseorang dalam bertindak dengan cara efektif dan efisien. Mereka yang memenuhi kebutuhan keterampilan akan dapat merasa memiliki keterampilan yang cukup untuk melakukan sesuatu serta mencapai tujuan menggunakan keterampilan terbaik yang mereka punya.
- 3) Ketertarikan, kebutuhan akan keterikatan (*relationship*) adalah tendensi seseorang agar terhubung bersama orang lain, serta sebagai bagian dari suatu kelompok, yang dicintai, maupun diperhatikan. Kebutuhan akan keterikatan merujuk di kehangatan serta perhatian yang diterima seseorang melalui

hubungan dengan orang lain dalam konteks tertentu yang mengarah pada rasa memiliki. Mereka butuhkan adalah berada dalam kontak yang aman bersama orang lain di lingkungan mereka serta layak untuk dicintai dan dihargai. Kebutuhan besar akan hubungan telah membuat orang menggunakan media sosial secara agresif dan intens. Melalui is yang tinggi media sosial, intensitas penggunaan media sosial yang tinggi ini bisa menyebabkan orang mengalami ketakutan akan kehilangan sesuatu. Oleh karena itu, mereka yang tidak memenuhi kebutuhan psikologis mereka akan otonomi, kemampuan serta keterikatan, atau yang membuat kesalahan dengan menyalah gunakan media sosial, maka akan cenderung *FOMO*.

2.3 Remaja

2.3.1 Pengertian Remaja

Menurut *Hurlock*, (2002) sebutan remaja dari kata latin yakni *juvencere* yang artinya “bertumbuh” atau “mencapai dewasa”. Sebutan remaja mempunyai lebih luas yang terdiri kematangan secara mental, emosional, sosial serta fisik (*Hurlock*, 2002). Tokoh peneliti *Laquet* berkata bahwa remaja yang secara psikologis merupakan usia di mana seseorang diintegrasikan ke dalam masyarakat dewasa, di mana anak-anak akan merasa usianya berada satu tingkat dengan orang tua mereka. *Papalia* (2014) menegaskan bahwa masa remaja merupakan masa perubahan pada tingkat fisik, emosional, kognitif, dan sosial dari waktu ke waktu.

Santrock, (2007) juga berpendapat remaja adalah masa perubahan dari anak-anak menuju dewasa dan secara alami terjadi perubahan dalam hal biologis, kognitif, serta sosio-emosional. Masa remaja diawali antara usia 10-13 dan sekitar 18-22 (*Santrock*, 2007). Sementara itu, *G Stanley Hall* memandang masa remaja berada pada kelompok usia 14-24 tahun (*Curtis*, 2015). Adapun menurut *Steinberg*, remaja terbagi menjadi tiga kategori, antara lain remaja awal berusia 10-13 tahun, remaja paruh baya berusia 14- 18 tahun, dan remaja akhir berusia antara 19-22 tahun (*Curtis*, 2015). Dari beragam pendapat para tokoh di atas, maka peneliti menyimpulkan bahwa masa remaja yaitu suatu masa perubahan dari anak-anak menuju dewasa yang mana individu mulai makin sering berkomunikasi dengan masyarakat dewasa. Dan pada penelitian ini, yang dipilih oleh peneliti adalah remaja dengan batas usia 14-18 tahun menurut *Steinberg*.

Berdasarkan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa remaja ini merupakan masa atau kategori dimana seseorang berusia 14-18 tahun mengalami perkembangan berupa perkembangan biologis, kognitif, dan perkembangan lainnya, pola komunikasi remaja juga akan lebih aktif dan sering dibandingkan dengan masa perkembangan manusia lainnya.

2.3.2 Karakteristik Remaja

Santrock, (2003) mengatakan bahwa ciri utama seorang remaja meliputi pertumbuhan fisik yang pesat, kesadaran diri yang tinggi, dan selalu tertantang

untuk mencoba sesuatu hal yang baru. Remaja merupakan salah satu tahap utama dalam membentuk kepribadian seseorang. Remaja banyak meluangkan waktunya bersama teman-teman sebaya, karena disana kepribadian mereka mulai terbentuk. Disamping itu, remaja sudah banyak menerima informasi media sosial yang sudah mulai dikenal dan bisa dikatakan sangat dekat dengan mereka. Oleh karena itu, remaja menjadi individu yang terbuka terhadap hal-hal yang baru.

2.5 Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku *Fear of Missing Out (FOMO)* Pada Remaja

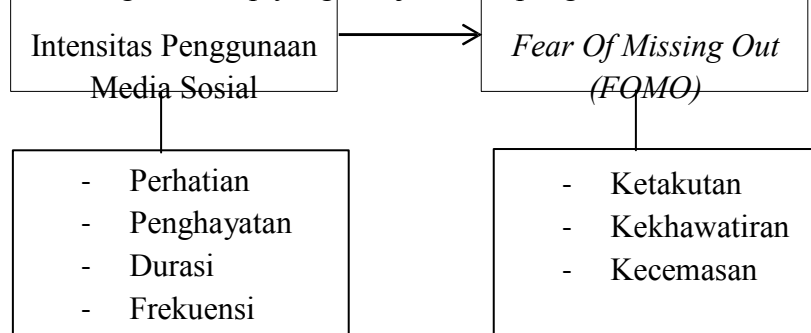
Semakin lama dan sering seseorang menggunakan media sosial, semakin tinggi kemungkinan seseorang berperilaku *FOMO* (Aurelya, 2021). Sebaliknya jika intensitas penggunaan social media rendah maka perilaku *FOMO* juga rendah (Dewi, 2022). Remaja dengan usia dibawah 21 tahun ditemukan memiliki tingkat *FOMO* lebih tinggi bandingkan dengan kelompok usia lainnya. Selain itu juga ditemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan *online* jejaring sosial sepanjang hari dan penggunaan aktif media sosial selama tujuh jam, dan *FOMO* (Gezgin et al., 2017).

Fenomena *Fear of Missing Out* dengan intensitas penggunaan media sosial adalah dua hal yang saling berkaitan. *Fear of Missing Out (FOMO)* mempengaruhi kecanduan media sosial pada *emerging adulthood*. Anteseden negatif seperti *lar of Missing Out (FOMO)* dapat mempengaruhi hal yang bersifat negatif seperti salah satunya kecanduan media sosial (Aurelya, 2022). Lahir di era digital, remaja saat ini dikelilingi oleh komputer, internet, video game, ponsel atau perangkat genggam di rumah, di sekolah, dengan kata lain, dalam setiap aspek kehidupan mereka. Media sosial sangat penting untuk menyebarkan pesan, gambar, dan pengalaman. Dalam memperoleh informasi tentang apa yang terjadi di media sosial, individu mungkin sangat dipengaruhi oleh postingan, dan interaksi dengan orang lain, terutama ketika mereka tidak berpartisipasi dalam aktivitas. Selain itu masalah lain yang muncul terkait penggunaan media sosial adalah media social menyediakan

platform untuk peningkatan diri dan manajemen kesan diri, dimana individu dapat mengkonstruksi atau merekonstruksi tra profilnya berdasarkan nilai-nilai yang diasosiasikan dengan diri dealnya (Yin et al., 2021). Hal ini banyak dilakukan oleh remaja, diamana ia kan berusaha meninggalkan kesan yang baik pada orang lain. Praktik media sosial di kalangan remaja dapat menyebabkan mereka menjadi sasaran efek berbahaya dan berisiko, serta meningkatkan kemungkinan mereka mengembangkan kecanduan (TuncAksan & Akbay, 2019).

2.6 Kerangka Konseptual

Penelitian ini dilihat bagaimana pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku *Fear of Missing Out (FOMO)* pada remaja. Berikut ini merupakan kerangka konsep yang menjabarkan pengaruh kedua variable.



Skema 2.1 Kerangka Konseptual Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku *Fear of Missing Out (FOMO)* Pada Remaja

2.7 Hipotesis

Ha : Ada pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap *Fear Of Missing Out* pada remaja.

Ho : Tidak ada pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap *Fear Of Missing Out* pada Remaja.

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini dilakukan menggunakan penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif adalah penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terstruktur dan terencana dari awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Sedangkan teknik korelasional untuk mengetahui apakah terdapat variasi dalam satu variabel dengan variabel lainnya yang dilihat juga berdasarkan koefisien korelasi (Azwar, 2010).

Bentuk penelitian ini dipilih oleh penulis dengan tujuan apakah ada atau tidaknya Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku *Fear of Missing Out (FoMO)* Pada Remaja. Penelitian ini dilakukan di kota Medan, Penelitian ini dilakukan guna untuk menemukan pemecahan masalah terhadap fenomena yang ditemukan yang kemudian ditetapkan oleh peneliti.

3.1 Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan sesuatu yang telah berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti agar dapat memperoleh petunjuk dan kemudian dapat ditarik kesimpulan (Sugiono, 2013). Mengacu pada variabel ini tentang Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap *Perilaku Fear Of Missing Out (FOMO)* Pada Remaja, sehingga dapat identifikasi variabel antara lain:

1. Variabel terikat Intensitas Penggunaan Media Sosial: (Y)
2. Variabel bebas *fear of missing out*: (X)

3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku *Fear of Missing Out (FOMO)* pada remaja dapat didefinisikan secara operasional sebagai hubungan positif antara tingkat intensitas penggunaan media sosial dan tingkat kecenderungan remaja untuk mengalami perasaan *FOMO*. Operasionalisasi konsep ini dapat dilakukan dengan melakukan pengukuran pada variabel intensitas penggunaan media sosial seperti jumlah waktu yang dihabiskan untuk menggunakan media sosial, frekuensi dan durasi penggunaan media sosial, serta jumlah platform media sosial yang digunakan. Selain itu, perilaku *FOMO* dapat diukur dengan menggunakan skala pengukuran yang valid dan reliabel yang terdiri beberapa indikator, seperti tidaknyamanan ketika tidak menggunakan media sosial, rasa cemas dan khawatir ketika tidak mengetahui informasi terbaru yang ada di media sosial, serta perasaan tidak bisa lepas dari media sosial atau tidak bisa mengontrol diri saat menggunakan media sosial. Dengan demikian, definisi operasional pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku *FOMO* pada remaja melibatkan pengukuran variabel intensitas penggunaan media sosial dan perilaku *FOMO* untuk mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku *FOMO* pada remaja.

3.2.1 Intensitas Penggunaan Media Sosial

Intensitas penggunaan media sosial dapat didefinisikan secara operasional sebagai jumlah waktu yang dihabiskan oleh seseorang untuk menggunakan berbagai jenis media sosial dalam jangka waktu tertentu, seperti hari atau seminggu. Hal ini dapat diukur dengan menggunakan berbagai indikator, seperti jumlah posting, komentar, like atau share yang dilakukan oleh seseorang, durasi waktu yang dihabiskan untuk mengakses media sosial setiap harinya, jumlah teman atau follower yang dimiliki, serta jumlah platform media sosial yang digunakan oleh individu. Indikator-indikator tersebut dapat digunakan untuk menghitung tingkat intensitas penggunaan media sosial oleh seseorang, dan dapat memberikan gambaran tentang seberapa sering dan lama seseorang mengakses dan berinteraksi melalui platform media sosial.

Dalam hal alat ukur yang akan digunakan dalam variabel intensitas penggunaan media sosial terdapat Aspek-aspek yang mempengaruhi intensitas penggunaan media sosial atau alat ukur yang digunakan dalam mengukur pengaruh intensitas media sosial adalah: (Olufadi, 2015)

1. Perhatian atau ketertarikan orang pada objek tertentu yang menjadikan sasaran perilaku dalam penggunaan media sosial.
2. Penghayatan atau suatu penyerapan serta uraian terhadap informasi sehingga menjadi pengetahuan yang baru untuk orang yang bersangkutan.
3. Durasi atau sesuatu yang dibutuhkan orang selama periode waktu tertentu guna melaksanakan perilaku target (periode dalam satuan jam).

4. Frekuensi atau jumlah pengulangan perilaku yang diinginkan (dalam waktu satu hari).

3.2.2 *Fear of Missing Out (FOMO)*

FOMO mengandung emosi negatif, perilaku yang terkait dengan tanggung jawab sosial yang menghubungkan orang ke media sosial (Hetz *et al.*, 2015).

Adanya kehadiran media sosial berperan penting pada *fear of missing out* (Abel *et al.*, 2016). *FOMO Syndrome* adalah jenis kecemasan sosial yang mengarah kepada perkembangan internet, terutama pada media sosial modern, dan bertanggung jawab atas meningkatnya sindrom *FOMO* pada individu (JWTI Intelligence, 2011).

Dalam hal *FOMO* terdapat alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian ini yang terdiri dari aspek-aspek dari *FOMO* atau alat ukur yang digunakan dalam mengukur tingkatan dari *FOMO* adalah: (Abel *et al.*, 2016)

1. Ketakutan
2. Kekhawatiran
3. Kecemasan

3.3 Subjek Penelitian

Santrock (2007) juga berpendapat remaja adalah masa perubahan dari anak-anak menuju dewasa dan secara alami terjadi perubahan dalam hal biologis, kognitif, serta sosio-emosional. Masa remaja diawali antara usia 10-13 dan sekitar 18-22 (Santrock, 2007).