

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi digital saat ini telah berkembang begitu pesat, tidak hanya penemuan-penemuan *hardware* baru, namun juga perkembangan *software* yang dibuat untuk membantu aktivitas kerja hingga hiburan bagi manusia. Salah satu perangkat lunak yang saat ini banyak dikembangkan adalah aplikasi berbasis gawai. Gawai atau aplikasi yang menggunakan jaringan internet sebagai basis utamanya ini dimanfaatkan oleh berbagai pihak dengan rentang usia yang beragam. Media sosial sebagai salah satu contoh pemanfaatan gawai yang berfungsi sebagai komunikasi dan membangun jaringan (Dianelia, 2017).

Internet dan media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat umum. Jumlah pengguna internet diseluruh dunia mencapai sebanyak 3,9 miliar melebihi setengah populasi dunia. Peringkat teratas dari penggunaan internet di dunia diperoleh Tiongkok dengan jumlah pengguna internet sebanyak 829 juta. Keberadaan internet menjadi sangat signifikan pada masyarakat di era informasi, tak terkecuali Indonesia. Pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan data yang diperoleh dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019-2020 telah mencapai 196,71 juta dari total penduduk 266,91 juta jiwa. Pengguna media sosial di Indonesia sebanyak 175,4 juta dan 160 juta diantaranya merupakan pengguna media sosial aktif. Tingkat penggunaan media sosial yang cukup tinggi sebesar 64% sehingga dapat disimpulkan bahwa keberadaan media sosial di tengah masyarakat Indonesia pun menjadi semakin meningkat (APJII, 2020; Rustam, 2017; We Are Social, 2020).

Pengguna lebih sering mengakses konten media sosial, komunikasi pesan, *game* dan belanja daring. Daerah dengan tingkat pengguna internet tertinggi masih berada pada pulau Jawa, yaitu sebesar 56,4%, Sumatera 22,1%, Sulawesi 7%, Kalimantan 6,3%, Bali-Nusa Tenggara 5,2% dan Maluku- Papua 3%. Pengguna

internet aktif di Sumatera Utara juga mengalami peningkatan dari tahun 2018 sebesar 10,9 juta menjadi 11,7 juta pada tahun 2019 (APJII, 2020).

Penggunaan internet dan telepon genggam sangat memudahkan untuk mengakses berbagai informasi dimanapun dan kapanpun, baik melalui *website* maupun berbagai macam aplikasi yang disediakan, mengakibatkan banyak orang khususnya remaja tahan berlama-lama mengakses internet, sehingga menimbulkan kecanduan internet khususnya penggunaan media sosial (Tomczyk & Selmanagic-Lizde, 2018).

Permasalahan akibat penggunaan media sosial *Fear of Missing Out* (FoMO). FoMO sebagai bentuk kekhawatiran apabila ada orang lain memiliki suatu pengalaman yang lebih berharga saat dirinya tidak hadir, yang ditandai dengan keinginan untuk tetap terhubung atau selalu ingin mengetahui apa yang orang lain lakukan. FoMO ditandai dari rasa cemas akan ketinggalan dari yang lain, seperti tidak ikut serta dalam suatu kegiatan, tertinggal akan suatu hal yang seru, atau juga merasa kurang dibandingkan orang lain. Mereka yang mengalami FoMO akan lebih tertarik untuk berpartisipasi di media sosial, karena media sosial menyediakan informasi kepada mereka yang ingin selalu terhubung atau mengetahui tentang peristiwa yang terjadi, sehingga terdapat keterkaitan yang kuat antara FoMO dengan penggunaan media sosial (Przybylski et al., 2013).

Studi pada 120 remaja di Surabaya, terdapat hubungan yang positif antara FoMO dengan kecanduan media sosial. Penelitian tersebut mengungkapkan kecanduan media sosial disebabkan karena remaja merasa cemas dan takut akan ketinggalan informasi baru, sehingga cenderung lebih sering mengakses media sosial (Hariadi, 2018).

Perilaku kecanduan media sosial merupakan salah satu risiko yang terjadi di remaja yang mengalami Fomo, hal ini ditandai dengan adanya kekhawatiran yang besar akan kehilangan momen dalam media sosial sehingga mendorongnya untuk selalu beraktifitas di media sosial (Fathadhika & Afriani, 2018).

Penggunaan media sosial secara signifikan berasosiasi dengan FoMO, yang mana semakin meningkatnya intensitas penggunaan *Facebook* yang terhubung dengan media sosial lain, maka dapat mengindikasikan meningkatnya level FoMO (Buglass et al., 2017).

Durasi penggunaan media sosial berkaitan dengan FoMO, dimana semakin lama waktu yang dihabiskan dalam media sosial maka akan semakin tinggi juga FoMO yang dimiliki seseorang, karena adanya perasaan cemas ketinggalan informasi terbaru saat mereka tidak terhubung dengan media sosial. Perasaan kehilangan atau FoMO ini timbul karena unggahan-unggahan yang dilihat di media sosial (Baker et al., 2016; Dossey, 2014).

Fear of Missing Out dapat memberikan dampak yang kurang baik dalam kehidupan sehari-hari, seseorang yang mengalami FoMO akan sulit untuk berkonsentrasi dengan kegiatan yang sedang ia lakukan di dunia nyata, contohnya seperti saat kegiatan belajar atau juga saat sedang mengemudi seseorang dengan FoMO akan lebih tertarik untuk memperhatikan telepon genggam dan berinteraksi dengan media sosial mereka, tanpa memperdulikan lingkungan sekitar walaupun mereka sedang berada di situasi tertentu. Hal ini dapat menimbulkan stres, merasa kehilangan, sulit berkonsentrasi, serta merasa jauh apabila tidak mengetahui peristiwa-peristiwa penting yang dialami orang lain (Nikmah & Theresia, 2022; Przybylski et al., 2013).

Salah satu media sosial yang paling banyak diminati adalah *Instagram*. *Instagram* menunjukkan peningkatan popularitas dalam beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan *Instagram* tergolong sangat cepat dan menjadi salah satu media sosial paling populer di Amerika Serikat dan dunia. *Instagram* berada di urutan keenam sebagai *platform* media sosial yang paling sering digunakan, setelah *Facebook messenger* dan *wechat*. Di Indonesia sendiri *Instagram* berada dalam urutan ketiga sebagai *platform* media sosial yang paling sering digunakan, dengan presentase 82% setelah *Youtube* 88% dan *Whatsapp* 84%. Fitur yang dimiliki membuat pengguna senang berlama-lama dan sulit meninggalkan aplikasi tersebut (We Are Social, 2020).

Instagram pada dasarnya mirip dengan media sosial lainnya, tetapi *Instagram* mempunyai beberapa fitur penting yang membuat *Instagram* banyak diminati. Interaksi sosial secara daring melalui penggunaan foto dan video difasilitasi oleh *Instagram*, memungkinkan para pengguna untuk mengikuti orang-orang di *Instagram* yang bukan kenalan pengguna di kehidupan nyata. *Instagram* menawarkan filter tambahan yang memungkinkan pengguna untuk mempercantik gambar sebelum di posting. Fitur unik lainnya seperti *Instagram stories* yang memungkinkan pengguna untuk membagikan foto atau video berdurasi 15 detik (Moore & Craciun, 2021).

Fitur pada *Instagram* yang memiliki visual digital berupa foto, gambar, stiker animasi, teks bahkan video dalam satu fitur kesatuan yaitu fitur *Instagram stories* yang lebih dikenal dengan nama *insta story*. Fitur ini memungkinkan para pengguna, menambahkan berbagai filters, teks hingga sticker yang bisa menjadi pelengkap setiap konten yang akan diunggah ke dalam *Instagram*. Unggahan foto atau video dalam fitur *insta story* bersifat sementara, karena akan menghilang setelah 24 jam terpublikasi. *Insta story* sangat menarik dilihat, mengingat *insta story* terlihat seperti deretan lingkaran yang berwarna gradasi merah-kuning atau hijau. Hanya mengklik lingkaran tersebut, pengguna bisa langsung melihat *stories* dari *following* nya. Fitur ini dapat menyebabkan fenomena *mindless scrolling* sehingga membuat pengguna senang berlama-lama mengakses *Instagram* (Maulana et al., 2021; Taqwa, 2018).

Penggunaan *Instagram* berlebihan diindikasikan sebagai salah satu media yang menyebabkan FoMO. Pengguna *Instagram* memiliki tingkat ketakutan akan ketertinggalan yang lebih tinggi (FoMO) yang mana merupakan rasa takut akan orang lain memiliki pengalaman yang lebih menyenangkan dibandingkan dirinya (Moore & Craciun, 2021; Przybylski et al., 2013).

Studi dari 100 mahasiswa di Salatiga, terdapat hubungan positif dan signifikan antara *Fear of Missing Out* dengan intensitas penggunaan *Instagram* (Antonius, 2017).

Studi lain menyebutkan bahwa dari 150 mahasiswa Fakultas Psikologi, di Jawa Timur, menjelaskan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan *Instagram* terhadap *Fear of Missing Out* (Wibowo & Nurwindasari, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Wegmann dan Brand, (2019) menunjukkan bahwa FOMO mediasi hubungan antara kecanduan internet dengan gejala gangguan psikologis seperti depresi dan kecemasan. Mereka menemukan bahwa FOMO memainkan peran penting dalam menghubungkan kecanduan internet dengan dampak negatif pada kesejahteraan mental.

Studi lain yang dilakukan oleh Przybylski *et al.*, (2013) menemukan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan terkait dengan tingkat FOMO yang lebih tinggi. Mereka juga menemukan bahwa tingkat FOMO yang lebih tinggi berkorelasi dengan penurunan kesejahteraan subjektif dan peningkatan gejala depresi.

Penulis ingin melakukan penelitian terkait hubungan antara intensitas penggunaan *Instagram* dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) khususnya pada mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Islam Sumatera Utara.

1.2 Rumusan Masalah

Apakah terdapat hubungan intensitas penggunaan *Instagram* dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Islam Sumatera Utara Stambuk 2019?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Mengetahui hubungan intensitas penggunaan *Instagram* dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa di Fakultas Kedokteran Universitas Islam Sumatera Utara.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Memperoleh gambaran karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.
2. Memperoleh gambaran intensitas penggunaan *Instagram* pada mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Islam Sumatera Utara.
3. Memperoleh gambaran *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Islam Sumatera Utara.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan informasi baru, wawasan dan pengetahuan yang dapat memperbanyak perkembangan ilmu kedokteran, khususnya mengenai fenomena *Fear of Missing Out* serta perubahan perilaku dan kepribadian sebagai implikasi dari perkembangan teknologi yang sangat pesat.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan dan pengalaman dalam penulisan karya ilmiah.

2. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan mengukur hubungan Intensitas penggunaan *Instagram* dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Islam Sumatera Utara.

3. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber atau referensi bagi masyarakat yang ingin menambah wawasan serta bisa menjadikan bahan pertimbangan dalam mengakses media sosial, khususnya *Instagram*, dengan bijaksana, sehingga tidak dapat menimbulkan dampak

buruk bagi kesehatan mental.

4. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi orang lain dan menjadi sumber rujukan bagi peneliti lain.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Intensitas Penggunaan *Instagram*

2.1.1 Definisi *Instagram*

Instagram merupakan sebuah aplikasi untuk berbagi foto yang memungkinkan para penggunanya untuk mengambil foto, menerapkan filter-filter digital yang tersedia, dan membagikannya ke orang lain baik melalui layanan jejaring sosial lainnya, atau ke aplikasi milik *Instagram* sendiri (Mahendra, 2017). Aplikasi *Instagram* masuk dalam media atau jaringan sosial berbagi foto atau video yang sama seperti aplikasi-aplikasi lainnya yang serupa, namun tentunya ada yang membedakan *Instagram* dengan yang lainnya yaitu tampilan foto dalam *Instagram* yang berbentuk persegi. Dalam *Instagram*, pengguna dapat mempresentasikan diri mereka secara visual serta juga dengan melalui teks, tetapi tampilan visual lebih dominan karena pengguna tidak dapat mengunduh tanpa adanya foto (Salim et al., 2017).

Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang muncul pada tahun 2010, aplikasi ini sangat menekankan pada tampilan visual, yaitu untuk membagikan suatu pesan harus disertai foto atau video. *Instagram* memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. Tujuan umum dari *Instagram* salah satunya sebagai sarana kegemaran dari masing-masing individu yang ingin mempublikasikan kegiatan, barang, tempat atau pun dirinya sendiri kedalam bentuk foto ataupun video, dan fungsi *Instagram* terus berkembang seiring berjalannya waktu (Mahendra, 2017).

Dalam *Instagram* kita tidak hanya dapat melihat unggahan dari orang yang kita ikuti, dengan adanya fitur “*explore*” kita dapat melihat unggahan dari berbagai akun yang tidak kita ikuti, selain itu kita juga dapat mengetahui unggahan yang disukai oleh orang yang kita ikuti dalam fitur “*activity*”. *Instagram* juga memiliki fitur “*Instastory*” dimana kita dapat mengunggah foto atau video yang hanya akan dapat dilihat selama 24 jam (Valiant, 2020).

Aplikasi *Instagram* ini diciptakan oleh Kevin Systrom serta rekannya Mike Krieger dan diluncurkan pada Oktober 2010, yang kemudian diakuisisi oleh *Facebook* pada tahun 2012 karena melihat perkembangan *Instagram* yang sangat pesat. Kata *Instagram* sendiri merupakan gabungan dari kata “*instant camera*” dan “*telegram*”. Kata “*insta*” yang mewakili kata “*instan*” menggambarkan *Instagram* dapat menampilkan foto-foto dengan instan seperti kamera polaroid yang pada masanya dikenal dengan sebutan “foto instan”. Kata “*telegram*” diwakili dengan kata “*gram*”, dimana *telegram* digunakan untuk mengirim informasi kepada orang lain dengan cepat, begitu juga dengan cara kerja *Instagram* yang dapat mengunggah foto ataupun video dengan menggunakan internet, sehingga informasi (foto atau video) yang diunggah dapat dengan cepat tersebar kepada orang lain (Mahendra, 2017).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan *Instagram* adalah sebuah aplikasi yang termasuk dalam media sosial yang memiliki fungsi untuk berbagi foto dan video, yaitu penggunaannya dapat mengambil foto secara instan dan menyebarkannya secara cepat melalui jaringan internet.

2.1.2 Fitur-Fitur dalam *Instagram*

Instagram memiliki berbagai macam fitur yang dapat digunakan oleh penggunaannya, dan fitur-fitur ini terus berkembang seiring berjalannya waktu. Beberapa fitur yang dimiliki *Instagram* adalah pengguna dapat mengunggah kegiatan sehari-hari dalam bentuk foto atau video, kegiatan tersebut juga dapat diunggah menggunakan fitur *Instastory* dan juga *Instagram Live*, ada juga fitur untuk menambahkan lokasi, mencari teman dan memberikan label nama mereka pada foto atau video yang diunggah. Para pengguna *Instagram* juga dapat memberikan komentar pada unggahan orang lain, mereka juga dapat melakukan obrolan secara pribadi dengan adanya fitur “*direct message*”. *Instagram* juga memiliki fitur “*private account*”, yang berarti tidak semua orang bisa melihat unggahan dari penggunaannya, hanya orang-orang yang sudah disetujui saja yang dapat melihat unggahan dari pengguna tersebut (Salim et al., 2017).

Beberapa fitur lain yang dimiliki *Instagram*, yaitu adanya fitur *Hashtags* (#) yang berfungsi sebagai label atau “kata kunci” yang dapat memudahkan

penggunanya menemukan foto yang mereka cari. Sebagai tanda pertemanan, *Instagram* menggunakan sistem mengikuti (*Following*) dan pengikut (*Follower*), *Instagram* juga menyediakan berbagai macam efek foto yang dapat langsung digunakan oleh penggunanya untuk mengedit foto mereka. Para pengguna juga dapat mengikutkan pengguna lain dalam judul unggahan ataupun dalam kolom komentar dengan memberikan tanda *arroba* (@) dan memasukkan nama akun *Instagram* penggunanya. *Instagram* juga memiliki fitur tanda suka yang ditandai dengan lambang “hati” (♥) yang berfungsi sebagai tanda bahwa pengguna lain menyukai foto yang diunggah, kemudian ada halaman *explore* atau dapat disebut halaman populer, dimana dalam halaman tersebut berisi unggahan-unggahan populer atau yang banyak disukai dari seluruh dunia. Akan tetapi, *Instagram* juga memiliki peraturan sendiri dengan tidak mengizinkan adanya foto-foto tertentu, seperti foto yang berbau pornografi, ancaman, atau mencuri dan menggunakan foto orang lain tanpa sepengetahuan yang bersangkutan, apabila didapati ada unggahan yang melanggar peraturan tersebut, maka pengguna lain dapat melaporkannya ke pihak *Instagram* dengan fitur *report* (Mahendra, 2017).

2.1.3 Dampak Instagram

Menurut data dari (Royal Society For Public Health, 2017) *Instagram* merupakan media sosial yang mengutamakan tampilan visual, tentunya keberadaan *Instagram* ini memiliki berbagai dampak, baik positif maupun negatif. Berikut beberapa dampak yang dapat dirasakan dari adanya media sosial termasuk *Instagram*.

1. Dampak Negatif

a. Kecemasan dan depresi

Dalam *Instagram* foto-foto yang diunggah kebanyakan adalah foto yang dapat menarik perhatian orang lain, seperti foto jalan-jalan, lalu para pengguna akan meng-*edit* fotonya sedemikian rupa sebelum diunggah, hal ini akan membuat pengguna lain yang melihat akan membandingkan dengan dirinya atau kehidupannya. Pengguna yang memiliki harga diri yang rendah akan timbul perasaan cemas dan

depresi, karena mereka merasa tertinggal dari orang lain, mereka merasa kehidupannya tidak sebaik orang lain.

b. Kurangnya waktu tidur

Terlalu sering mengakses media sosial dapat mengurangi kualitas tidur, terutama apabila diakses sebelum tidur karena cahaya dari telepon genggam atau perangkat lain yang digunakan menghasilkan cahaya *LED* yang dapat membuat berkurangnya rasa mengantuk, sehingga individu akan lebih sulit untuk tertidur.

c. Memiliki nilai citra tubuh yang rendah

Dalam *Instagram* tampilan visual sangat diutamakan, orang akan berusaha menampilkan bentuk dirinya yang terbaik, sehingga terbentuk pandangan masyarakat tentang bentuk tubuh yang ideal. *Instagram* dapat membuat banyak orang khususnya perempuan merasa tidak puas dengan bentuk tubuh yang dimilikinya.

d. Terjadi *cyberbullying*

Instagram memiliki kolom komentar yang memperbolehkan para pengguna lain untuk memberikan komentar pada unggahan yang ada, tentunya komentar yang diberikan berbagai macam, bisa berisi pujian atau hal baik, tetapi bisa juga berisi hal yang tidak baik, karena dalam media sosial pengunggah dan orang yang berkomentar tidak bertemu secara tatap muka membuat orang cenderung tidak takut untuk memberikan komentar yang tidak baik.

e. *Fear of Missing Out* (FoMO)

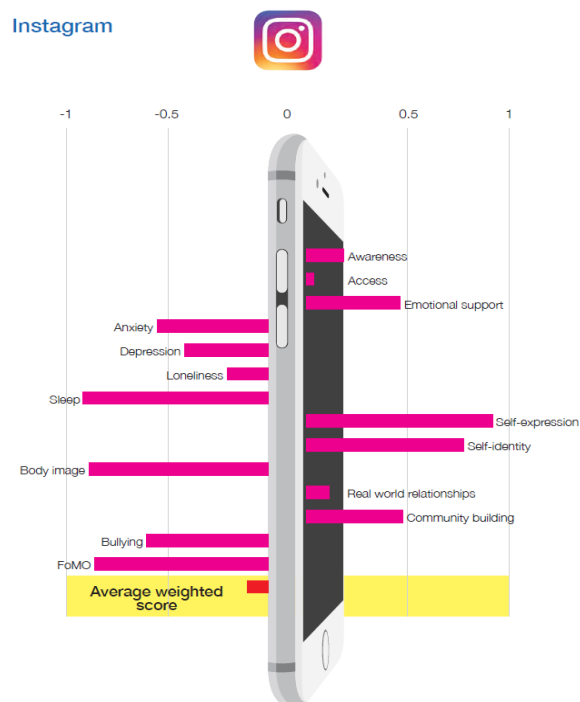
FoMO ditandai dengan keinginan yang kuat untuk terus terhubung dengan apa yang orang lain sedang lakukan agar tidak ketinggalan, dimana FoMO sangat berkaitan dengan keterikatan pada media sosial. Di *Instagram* orang-orang tidak ada habisnya membagikan kegiatan atau pengalaman-pengalaman yang mereka alami baik dalam bentuk foto maupun video yang berpotensi mendorong munculnya perasaan ketinggalan terutama bagi orang-orang yang memiliki tingkat kepuasan hidup yang rendah.

2. Dampak Positif

- a. Adanya akses untuk mengetahui informasi tentang Kesehatan
Tidak hanya dampak negatif, media sosial juga tentunya memiliki dampak positif, salah satunya adalah adanya akses untuk memperoleh berbagai informasi termasuk kesehatan, dimana anak-anak muda jadi dapat mengetahui dan memahami mengenai pengalaman kesehatan yang dialami orang lain dan mengaitkan dengan diri mereka, hal ini dapat membantu mereka untuk membuat pilihan kesehatan yang lebih baik.
- b. Adanya dukungan emosi dan terbentuknya komunitas
Media sosial dapat menjadi tempat untuk berbagi permasalahan dengan teman tanpa harus bertemu secara langsung. Hampir 7 dari 10 remaja mengatakan mereka mendapat dukungan dari media sosial pada masa-masa sulitnya. Melalui media sosial juga kita dapat merasa menjadi bagian dari suatu komunitas atau kelompok. Dalam *Instagram* banyak komunitas yang membuat akun dan membagikan kegiatan-kegiatan mereka, hal ini dapat mempermudah bagi mereka yang juga memiliki ketertarikan yang sama untuk dapat bergabung dengan komunitas tersebut.
- c. Tempat untuk mengekspresikan diri dan mengetahui identitas diri
Pada masa remaja dapat mengekspresikan diri dan mengetahui identitas diri adalah hal yang sangat penting. Melalui media sosial *Instagram* mereka bebas untuk mengekspresikan diri mereka, mereka dapat mengunggah apapun yang mereka ingin bagikan kepada orang lain, mereka juga dapat mencari tahu siapa diri mereka, apa yang mereka sukai (yang menarik bagi mereka) dan apa yang tidak mereka sukai, hal ini dapat dilihat dari konten seperti apa yang mereka “like” dan “follow”.
- d. Sarana untuk membangun hubungan
Media sosial termasuk *Instagram* dapat menjadi sarana bagi anak muda untuk membuat hubungan baru ataupun mempertahankan suatu

hubungan yang sudah ada, karena dengan adanya media sosial kita dapat terhubung tidak hanya dengan teman dan keluarga, tetapi juga dengan orang lain dari seluruh dunia. *Instagram* menyediakan kolom komentar sehingga pengguna lain dapat memberikan tanggapan yang dapat menjadi awal dari terbentuknya suatu hubungan, selain itu juga ada tempat untuk berbagi secara personal melalui “*direct message*” sehingga dapat membicarakan hal-hal yang bersifat pribadi.

Dari penjabaran di atas diketahui media sosial memiliki berbagai macam dampak bagi kehidupan seseorang, akan tetapi berdasarkan survei yang dilakukan pada sejumlah remaja di Inggris didapatkan hasil bahwa media sosial *Instagram* memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk memberikan dampak negatif (Royal Society For Public Health, 2017).



Gambar 2. 1 Dampak *Instagram*

Dikutip dari (Royal Society For Public Health, 2017)

2.1.4 Intensitas Penggunaan *Instagram*

Intensitas dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti keadaan tingkatan atau ukuran intensnya. Sedangkan intens sendiri diartikan hebat atau sangat kuat (tentang kekuatan, efek, dan sebagainya); tinggi (tentang mutu); bergelora, penuh

semangat, berapi-api, berkobar-kobar (tentang perasaan); dan sangat emosional (tentang orang). Intensitas berarti kekuatan suatu tingkah laku atau suatu pengalaman, seperti intensitas suatu reaksi emosional, kekuatan yang mendukung suatu pendapat atau sikap. Terlepas dari frekuensi dan durasi seseorang dalam menggunakan situs jejaring sosial, intensitas didefinisikan mengacu pada hubungan emosional antara pengguna dan situs jejaring sosial yang digunakannya dan integrasi situs jejaring sosial tersebut dengan kehidupan sehari-hari individu (Ellison et al., 2007; J.P Chaplin, 2006; KBBI, 2016).

Salah satu aspek yang membentuk intensitas dan kaitannya dengan media sosial dalam hal ini *Instagram* adalah durasi. Durasi yaitu lamanya selang waktu, rentang waktu atau lamanya sesuatu berlangsung. Sering kali ketika menggunakan media sosial dalam hal ini *Instagram* seseorang menjadi tidak sadar waktu karena terlalu menikmati dalam menggunakannya (Taqwa, 2018).

Intensitas penggunaan media sosial yang terhubung dengan *instagram* yaitu lama durasi yang terintegrasi pada suatu perilaku sosial dengan kehidupan dalam penggunaannya, sehingga jauhnya dalam penghayatan emosional yang terjalin pada penggunaannya. Dan intensitas penggunaan media sosial dalam hal ini *instagram* dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok (Ekasari & Dharmawan, 2012).

1. *Light users* atau pengguna dengan waktu pemakaian rendah (kurang dari 20 menit per hari / 10 jam per bulan)
2. *Medium users* atau pengguna dengan waktu pemakaian sedang (20 menit - 80 menit per hari / 10 – 40 jam per bulan)
3. *Heavy users* atau pengguna dengan waktu pemakaian tinggi (lebih dari 80 menit perhari / lebih dari 40 jam per bulan)

Dari penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan *Instagram* berarti seberapa kuat hubungan emosional antara pengguna dan *Instagram* serta seberapa besar *Instagram* terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari penggunaannya yang juga dapat dilihat dari durasi penggunaannya.

2.2 *Fear of Missing Out* (FoMO)

2.2.1 Definisi *Fear of Missing Out* (FoMO)

Fear of Missing Out (FoMO) adalah respons emosional akan kehilangan pengalaman yang berhubungan dengan pribadi atau publik. FoMO juga didefinisikan sebagai rasa takut kehilangan pengalaman yang dapat membantu mempertahankan individu atau meningkatkan diri pribadi dan/atau sosialnya. FoMO melibatkan suatu pribadi merasa bahwa kehilangan sesuatu akan membuat seseorang tertinggal, secara pribadi dan/atau sosial (Zhang et al., 2020).

Secara dimensi *Fear of Missing Out* (FoMO) terdiri dari dua dimensi FoMO personal dan FoMO sosial. FoMO personal terkait dengan diri pribadi sedangkan sosial FoMO terkait dengan diri publik. FoMO personal merepresentasikan derajat FoMO pada pengalaman yang berhubungan dengan diri pribadi. FoMO sosial melibatkan tingkat FoMO pada pengalaman yang dinikmati orang lain (Zhang et al., 2020).

Fear of Missing Out (FoMO) adalah rasa takut atau khawatir akan kehilangan momen berharga bersama teman, dimana individu tidak dapat hadir secara fisik pada kegiatan atau aktivitas yang dilakukan temannya dan ditandai dengan keinginan untuk tetap terhubung dengan orang lain. FoMO juga diartikan sebagai kecemasan yang bersifat konstan secara berlebihan dalam merasa kehilangan sesuatu yang dianggap penting. Individu yang merasakan FoMO mungkin tidak tahu mengenai hal spesifik apa yang dilewatkan namun tetap memiliki ketakutan bahwa orang lain memiliki waktu yang lebih baik dibandingkan dirinya. FoMO adalah sebuah kekhawatiran yang pervasif ketika individu lain mempunyai aktivitas yang lebih memuaskan daripada seseorang yang tidak hadir dan bercirikan pada munculnya dorongan agar tetap berhubungan dengan aktivitas orang lain. FoMO dapat menyebabkan munculnya stres, rasa kehilangan serta merasa tersisihkan apabila tidak mengetahui peristiwa dan informasi penting mengenai orang lain dan kelompok (Przybylski et al., 2013; Sutanto et al., 2020).

Secara konseptual *Fear of Missing Out* (FoMO) dibahas pertama kali oleh (Przybylski et al., 2013) dalam jurnal *Computers in Human Behavior* dengan mengacu pada *Self-Determination Theory* (SDT) dari (Ryan dan Deci dalam

Gunawan, 2019). Ryan dan Deci mendefinisikan *self-determination* sebagai kapasitas seseorang untuk memilih dan memiliki beberapa pilihan dalam menentukan suatu tindakan, tekad, atau ketetapan hati pada suatu tujuan yang hendak dicapai dengan berlandaskan pada kebutuhan otonomi, kompetensi, dan hubungan sosial, sehingga dapat berfungsi secara optimal. Kemudian mendefinisikan FoMO sebagai perasaan cemas ketika orang lain mungkin memiliki pengalaman berharga saat individu tersebut tidak hadir, dimana FoMO ini ditandai dengan keinginan untuk selalu terhubung dengan apa yang sedang orang lain lakukan terutama melalui dunia maya (Gunawan, 2019; Przybylski et al., 2013).

Fear of Missing Out (FoMO) juga melibatkan kecemasan dan keinginan untuk terus menggunakan internet, terutama media sosial. Berhubungan dengan keinginan untuk selalu daring dan secara aktif maupun pasif berpartisipasi dalam segala bentuk informasi yang ada di media sosial, jika hal tersebut tidak terpenuhi maka dapat menimbulkan perasaan negatif. FoMO berkaitan dengan segala sesuatu yang baru, yaitu dengan menerima informasi baru dapat menjadi sumber kesenangan bagi individu tersebut, dan melalui media sosial keinginan untuk selalu memperoleh informasi baru dapat terpenuhi. Kehidupan sehari-hari juga berdampak negatif karena *Fear of Missing Out* (FoMO), dimana seseorang yang mengalami FoMO akan sulit berkonsentrasi dengan kegiatan yang dia lakukan di dunia nyata. Orang yang memiliki FoMO cenderung memperhatikan telepon genggam dan berinteraksi dengan media sosial mereka (Przybylski et al., 2013).

Fear of Missing Out (FoMO) adalah kekuatan seseorang dalam menggunakan internet khususnya media sosial, tingkat tertinggi FoMO lebih rentan dialami remaja dan dewasa awal (*emerging adulthood*), ketika individu memiliki kepuasan diri yang rendah maka akan mendorong tingginya FoMO. Tingginya FoMO disebabkan oleh kebiasaan individu mengakses media sosial pada saat sedang beraktivitas yang memerlukan konsentrasi penuh contohnya belajar, mengemudi, dan saat kegiatan pelajaran berlangsung (Przybylski et al., 2013).

2.2.2 Komponen *Fear of Missing Out* (FoMO)

Teori *Self Determination Theory* (SDT), merupakan konsep dasar dalam menyusun aspek-aspek FoMO. Kompetensi, otonomi dan keterhubungan, merupakan tiga kebutuhan dasar psikologis yang tidak terpenuhi saat FoMO terjadi (Przybylski et al., 2013). Hal ini diungkapkan (Przybylski et al., 2013) sebagai tidak terpenuhinya kebutuhan dasar psikologis, yaitu :

1. *Self*, kebutuhan psikologis ini berkaitan dengan kompetensi dan otonomi. Kompetensi merupakan keyakinan individu untuk melakukan tindakan secara efektif dan efisien, sedangkan otonomi bermakna sebagai kemampuan individu dalam menentukan sebuah keputusan. Apabila kebutuhan psikologis akan *self* tidak terpenuhi, maka individu cenderung menyalurkan melalui internet untuk mendapatkan berbagai macam informasi dan berhubungan dengan orang lain.
2. *Relatedness*, merupakan kebutuhan pada seseorang agar selalu merasa terhubung, tergabung, pada kebersamaan dengan individu lain. Ketika kebutuhan *relatedness* tidak dapat dipenuhi, seseorang akan merasakan perasaan khawatir dan mencoba mencari tahu pengalaman dan aktivitas yang dilakukan oleh orang lain seperti halnya melalui internet.

Definisi FoMO dikembangkan oleh Reagle, (2015) dari Przybylski et al., (2013) d menjadi empat komponen, sebagai berikut :

1. *Comparison with friends*, adalah munculnya perasaan negatif karena melakukan perbandingan dengan teman maupun orang lain.
2. *Being left out*, munculnya perasaan negatif karena tidak dilibatkan dalam suatu kegiatan atau perbincangan.
3. *Missed experiences*, munculnya perasaan negatif karena tidak dapat terlibat dalam suatu aktivitas.
4. *Compulsion*, perilaku mengecek secara berulang aktivitas yang dilakukan oleh orang lain yang bertujuan untuk menghindari perasaan tertinggal berita terkini.

2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Fear of Missing Out* (FoMO)

Fear of Missing Out (FoMO) berhubungan dengan rendahnya kebutuhan dasar psikologis dan kesejahteraan psikologis individu, dimana kedua hal tersebut berhubungan dengan keterikatan pada media sosial yang berkaitan dengan terbentuknya FoMO. Berdasarkan hal tersebut, maka faktor yang mempengaruhi terbentuknya FoMO menurut (Przybylski et al., 2013) adalah:

1. Kebutuhan dasar psikologis yang tidak terpenuhi

Kebutuhan dasar psikologis memiliki tiga komponen, yaitu:

- a. Kebutuhan otonomi (*autonomy*), diartikan sebagai pengalaman merasakan adanya dukungan, pilihan, dan kemauan yang berkaitan dengan memulai, memelihara, dan mengakhiri keterlibatan perilaku, yang berarti bahwa individu merupakan inisiator dan sumber dari perilakunya (Niemic & Ryan, 2009).
- b. Kebutuhan kompetensi (*competence*), diartikan sebagai keinginan yang melekat pada individu untuk merasa efektif dalam berinteraksi dengan lingkungan, mencerminkan kebutuhan untuk melatih kemampuan, dan mencari tantangan yang optimal (Reeve & Sickenius, 1994).
- c. Kebutuhan keterkaitan (*relatedness*), merupakan kecenderungan yang melekat pada individu untuk merasa terhubung dengan orang lain, yaitu untuk menjadi anggota kelompok, untuk dicintai, dipedulikan, dan diperhatikan (Baumeister & Leary, 1995).

Tidak terpenuhinya kebutuhan dasar psikologis ini di dunia nyata membuat individu menyalurkannya melalui dunia maya untuk dapat merasakan adanya dukungan, berhubungan dengan lingkungan, serta untuk dapat merasa terhubung dengan orang lain. Individu akan terus mengakses internet khususnya media sosial untuk mengetahui apa yang sedang orang lain lakukan.

2. Kesejahteraan psikologis yang tidak terpenuhi

Kesejahteraan psikologis adalah kemampuan individu untuk menerima dirinya apa adanya, membentuk hubungan yang hangat dengan orang lain,

memiliki kemandirian dalam menghadapi tekanan sosial, mengontrol lingkungan eksternal, memiliki tujuan dalam hidupnya, serta mampu merealisasikan potensi dirinya secara kontinu. Kesejahteraan psikologis ini termasuk di dalamnya adalah *mood* dan kepuasan hidup individu. Individu yang memiliki *mood* negatif dan kepuasan hidup yang rendah akan memiliki hubungan sosial dan emosi yang negatif seperti mudah merasa bosan dan kesepian, yang mana hal tersebut berkaitan dengan tingkat penggunaan media sosial yang juga berhubungan dengan FoMO (Przybylski et al., 2013; Ryff, 1989).

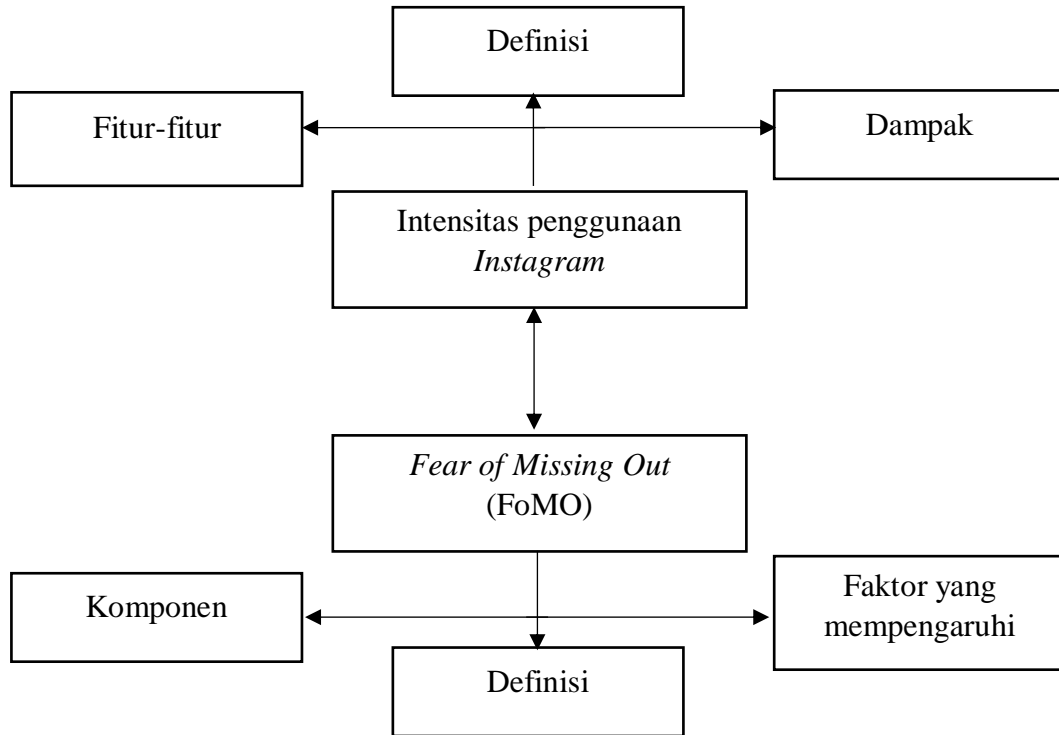
2.3 Hubungan Intensitas Penggunaan *Instagram* Dengan *Fear of Missing Out* (FoMO)

Instagram merupakan media sosial berbagi foto yang terhitung baru namun cukup populer saat ini, khususnya di Indonesia, yang termasuk dalam salah satu negara dengan jumlah pengguna *Instagram* terbanyak dan mayoritas penggunanya adalah anak muda atau remaja. Hal ini karena *Instagram* menyediakan apa yang dibutuhkan remaja, remaja memiliki keinginan yang kuat untuk terus terhubung dengan teman-temannya dan merasa diterima atau diakui keberadaannya oleh masyarakat. Selain itu, remaja juga memiliki kebutuhan untuk menentukan identitas diri dan mengekspresikan diri. Kebutuhan- kebutuhan tersebut bersumber dari kebutuhan dasar psikologis manusia untuk dapat berfungsi secara optimal, yaitu kebutuhan otonomi, kompetensi, dan hubungan sosial yang merupakan aspek dari *self determination theory* (Desmita, 2006; Ryan & Deci, 1985).

Semua hal yang dibutuhkan remaja dapat terpenuhi dengan adanya *Instagram* dan individu yang tidak dapat memenuhi kebutuhan tersebut di dunia nyata akan lebih terlibat dalam *Instagram*. Namun, apabila media sosial *Instagram* digunakan sebagai media utama dalam pemenuhan kebutuhan tersebut, maka dapat membuat tingginya intensitas penggunaan *Instagram* dan penggunaan *Instagram* yang berlebihan dapat memberikan dampak yang kurang baik bagi individu, seperti timbulnya perasaan tertinggal dari yang lain, membandingkan dirinya dengan orang lain, hingga timbulnya perasaan cemas saat tidak terhubung dengan *Instagram*

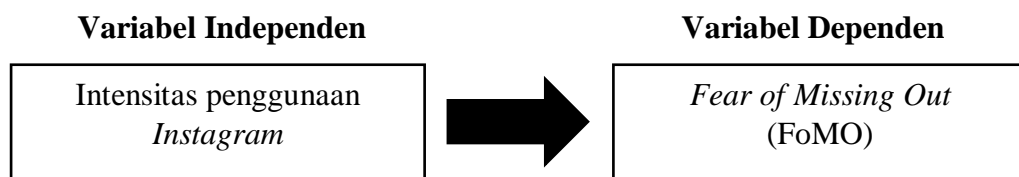
karena tidak mengetahui apa yang sedang terjadi atau dialami oleh orang lain, dimana perasaan ini dikenal dengan istilah *Fear of Missing Out* (FoMO). Cepatnya pembaharuan informasi yang terjadi di *Instagram* dapat membuat individu yang sudah memiliki FoMO semakin meningkatkan intensitasnya dalam menggunakan *Instagram*, karena ia tidak ingin kehilangan atau ketinggalan momen yang dialami orang lain dan ingin terus terhubung dengan orang lain (Bestari & Widayat, 2018).

2.4 Kerangka Teori



Gambar 2. 2 Kerangka Teori

2.5 Kerangka Konsep



Gambar 2. 3 Kerangka Konsep

2.6 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H1: Terdapat hubungan positif yang signifikan antara intensitas penggunaan *Instagram* dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa FK UISU stambuk 2019.

H0: Tidak terdapat hubungan positif yang signifikan antara intensitas penggunaan *Instagram* dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa FK UISU stambuk 2019.