

BAB 1 PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Dalam beberapa tahun terakhir, teknologi informasi (TIK) mengalami perkembangan yang sangat cepat. Internet telah menjadi media komunikasi utama yang diminati masyarakat karena pesatnya perkembangan TIK. Hal ini melatarbelakangi terjadinya pergeseran teknologi komunikasi dari tradisional ke kontemporer, serba digital. Tiga hal yang saat ini sering digunakan yaitu internet, perangkat seluler (*handphone*), dan aplikasi (Rizal & Widianoro, 2022). Penggunaan internet sebagai media komunikasi berkembang semakin pesat setelah akses internet tidak lagi terbatas pada komputer, melainkan dapat dijangkau melalui telepon seluler. Kehadiran telepon pintar (*smartphone*) kemudian semakin mendorong peningkatan intensitas komunikasi berbasis internet dalam kehidupan sehari-hari. Sejak ponsel pintar menjadi populer, semakin banyak alat komunikasi yang tersedia, termasuk SMS, MMS, *chatting*, email, media sosial, dan browsing. (Akbar dkk., 2019).

Menurut laporan APJII tahun 2024, terdapat 221.563.479 pengguna internet di Indonesia dari total 278.696.200 penduduk. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa tingkat presentasi internet nasional telah mencapai 79,5%, meningkat sekitar 1,4% dibanding periode sebelumnya. (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024). Survei lanjutan yang dilakukan oleh *We are Social* pada tahun 2024 menunjukkan bahwa orang Indonesia rata-rata menghabiskan 7 jam 38 menit menggunakan perangkat pintar, termasuk 3 jam 11 menit yang dihabiskan untuk aktivitas di media sosial (We Are Social, 2024). Semakin luasnya akses internet, jumlah pengguna media sosial di Indonesia meningkat hingga mencapai 191,4 juta orang pada tahun 2024 (Statistics, T. G, 2024).

Data statistik mengenai penggunaan media sosial di Indonesia memperlihatkan bahwa Instagram tetap menjadi *platform* yang paling banyak digunakan, dengan perkiraan jumlah pengguna mencapai 173,59 juta pada tahun 2024. Angka tersebut menunjukkan bahwa lebih dari separuh populasi di Indonesia menggunakan Instagram (Statistics, T. G, 2024). Berikut ini adalah data pengguna *platform* media sosial di Indonesia pada tahun 2024:

Tabel 1.1 Data Penggunaan Media Sosial

Top Social Network Platforms In Indonesia	Precentage	Active User (In Million)
Instagram	84.80%	173.59
Facebook	81.30%	166.42
Tik Tok	63.10%	129.17
Twitter	58.30%	119.34
Pinterest	36.70%	75.12
Kuaishou	35.70%	73.08
LinkedIn	29.40%	60.16
Discord	17.60%	36.03
Like	14.20%	29.07

Berdasarkan statistik, jumlah pengguna aktif media sosial mengalami kenaikan sebesar 12,6% pada tahun sebelumnya, dengan penambahan hampir 21 juta pengguna baru. Kondisi ini menunjukkan bahwa tren pengguna media sosial di Indonesia diperkirakan akan terus berkembang di masa mendatang.

Media sosial merupakan platform daring yang memungkinkan penggunanya berinteraksi, berkerja sama, berbagi informasi, dan berkomunikasi dengan orang lain, baik untuk membangun hubungan sosial maupun mengkespresikan diri mereka sendiri (Przybylski dkk., 2013). Meskipun media sosial menawarkan berbagai kemudahan, penggunaan yang berlebihan juga berpotensi menimbulkan efek negatif bagi penggunanya. Hal ini terutama dialami oleh remaja yang masih kesulitan dalam mengendalikan perilakunya saat berinteraksi dengan media sosial (Widowati & Syafiq, 2022). Meningkatnya jumlah pemakaian media sosial di Indonesia tidak hanya menciptakan ruang public baru dan memberi dampak terhadap perkembangan politik maupun hukum. Menariknya, kelompok remaja menjadi pengguna terbesar dari maraknya media sosial saat ini (Yunita, 2023).

Meningkatnya intensitas penggunaan media sosial membawa beragam dampak, baik positif maupun negatif. Dampak tersebut mencakup aspek intraksi sosial hingga munculnya berbagai tindak kejahatan, seperti kekerasan, pelecehan, penipuan, pemerasan, hingga pemerkosaan, yang marak terjadi di kalangan remaja (Ainiyah, 2018). Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Cahyono (2020), mengungkapkan sejumlah dampak negatif dari penggunaan media sosial, diantaranya berkurangnya intensitas komunikasi langsung,

munculnya kecanduan internet, masalah terkait privasi, mudah terpengaruh oleh orang lain, serta adanya kemungkinan menjauhkan hubungan yang dekat atau justru mendekatkan hubungan yang jauh.

Penelitian lainnya oleh Dhir dkk (2018) pemakaian media sosial secara terus-menerus dapat menimbulkan dampak negatif, salah satunya munculnya rasa jenuh atau kelelahan yang dikenal dengan istilah *social media fatigue*. Selanjutnya penelitian Ravindran dkk.,(2014) mendefinisikan kelelahan media sosial (SMF) sebagai suatu kondisi yang ditandai dengan munculnya perasaan lelah, jengkol, marah, kecewa, cemas, hilangnya minat maupun menurunnya motivasi yang berhubungan dengan berbagai aspek penggunaan serta interaksi di *platform* media sosial. Informasi berlebihan yang tidak terkontrol dapat memicu dampak negatif dari penggunaan media sosial, salah satunya *social media fatigue*. Pada kondisi ini, pengguna merasa kewalahan dan kehilangan kendali atas situasi yang dihadapi, sehingga menjadi faktor utama timbulnya kelelahan media sosial (Lee dkk., 2016).

Social media fatigue merupakan kelelahan media sosial yaitu suatu kondisi ketika individu menghabiskan banyak waktu di media sosial karena merasa terbebani dengan teman, kontak, dan konten yang mengakibatkan munculnya rasa jenuh bagi para pengguna media sosial. Sumber kelelahan media sosial adalah banyaknya informasi yang diterima pengguna di media sosial, yang pada akhirnya membuat mereka kewalahan (S. Zhang dkk., 2021). Penelitian lain oleh Xiao dkk (2019) fenomena *social media fatigue* (SMF) muncul sebagai hasil dari interaksi antara faktor sosial dengan faktor teknologi.

Menurut Bright dkk (2015) penyebab *Social media fatigue* yaitu individu yang terlalu banyak menghabiskan waktu dan aktivitas mengakses media sosial serta banyaknya konten yang dikonsumsi di dalamnya dapat memicu timbulnya rasa lelah pada para penggunanya. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Dai dkk (2020) menjelaskan keputusan pengguna untuk menghindari informasi di media sosial akan dipengaruhi oleh terlalu banyaknya informasi karena merasa frustrasi dan lelah. Dampak *social media fatigue* terlihat dari kecenderungan individu menggunakan media sosial secara berlebihan, sehingga mereka menjadi tergantung pada berbagai *platform* untuk berinteraksi maupun mendapatkan informasi sehari-hari (Anderson & Vogels, 2020).

Penelitian Malik dkk., (2020) menunjukkan bahwa kelelahan adalah dampak negatif dari penggunaan media sosial. Tandon dkk., (2021) pada penelitiannya terdapat fenomena dimana munculnya emosi negatif pada pengguna media sosial, seperti kecemasan, depresi dan kecemburuan. Kemudian menurut *American Psychiatrists Association*, orang sering mengeluh sakit fisik dan kelelahan saat mereka mengalami kekhawatiran. Kelelahan fisik yang

disebabkan oleh *overload* (kelebihan informasi) ini mempengaruhi orang untuk berhenti menggunakan media sosial baik secara keseluruhan maupun sesekali.

Faktor yang mempengaruhi *social media fatigue* diantaranya menurut Dhir dkk., (2018) penggunaan media sosial secara kompulsif atau tidak terkendali sehingga membuat seseorang merasa perlu terus menggunakan media sosial meskipun sudah menyadari adanya dampak negatif, dan rasa khawatir tidak ikut serta dalam pengalaman, mendapatkan informasi, atau berinteraksi dengan orang lain, yang disebut *fear of missing out*. Hal ini mendorong perilaku penggunaan media sosial yang intens atau terus menerus (Putri dkk., 2019).

Fear of missing out (FoMO) adalah perasaan cemas yang muncul ketika individu merasa tertinggal dari momen penting yang dialami orang lain tanpa keikutsertaannya (Przybylski dkk., 2013). Penelitian lain yang dilakukan Putri dkk., (2019) FoMO di klasifikasikan sebagai bentuk gangguan psikologis, yang salah satu faktor pemicunya adalah penggunaan internet secara berlebihan. FoMO merupakan kondisi psikologis ketika individu mengalami kecemasan terkait kemungkinan tertinggal informasi atau aktivitas penting di lingkungannya. Mereka yang merasakan FoMO biasanya terus-menerus aktif di media sosial, meskipun hal tersebut berpotensi menimbulkan kelelahan emosional dan *social media fatigue* (Dhir dkk., 2018; Malik dkk., 2020).

Penggunaan *platform* media sosial secara berlebihan dapat meningkatkan kemungkinan individu mengalami FoMO. Aksesibilitas terhadap media sosial juga tidak jarang menimbulkan emosi serta perasaan negatif, akibat melihat unggahan orang lain yang dianggap lebih menarik dibandingkan kehidupannya sendiri dapat memicu tumbuhnya rasa iri (Khuluqiyah, 2024). Fenomena FoMO dapat menimbulkan rasa cemas serta khawatir yang berlebih pada individu ketika belum mengetahui segala sesuatu yang sedang terjadi. Kondisi ini membuat seseorang dengan FoMO terus merasa takut tertinggal dari berbagai peristiwa penting maupun berharga yang dialami orang lain tanpa keterlibatannya (Kusumaisna & Satwika, 2023). Menurut Przybylski dkk (2013) individu yang mengalami FoMO cenderung memiliki kebiasaan untuk segera memeriksa *smartphone* setelah bangun tidur, bahkan dalam situasi yang kurang tepat seperti saat berkendara.

Menurut Przybylski dkk (2013), faktor utama yang memengaruhi *fear of missing out* adalah pemenuhan kebutuhan (need satisfaction), yang mencakup aspek kompetensi (*competence*), otonomi (*autonomy*), dan keterikatan (*relatedness*). Faktor kedua adalah suasana hati (*general mood*) seperti kesepian dan bosan dapat membuat seseorang terdorong menggunakan media sosial. Faktor ketiga yaitu kepuasan hidup (*life satisfaction*). Penelitian lainnya yaitu menurut Putri dkk., (2019) *self-control* menjadi salah satu faktor yang

mempengaruhi munculnya FoMO. Dengan *self-control*, individu dapat mengelola aktivitas bermedia sosial agar tidak berlebihan dan terhindar dari kecenderungan FoMO.

Dampak dari FoMO (*Fear of Missing out*) pada remaja menurut penelitian Adams dkk (2017) FoMO menyebabkan remaja sulit dan takut tidur lebih awal, mereka takut tidur lebih awal karena mengira sesuatu yang penting dan menarik akan terjadi. Sesuai yang dikemukakan Abel dkk., (2016) perasaan tidak puas terhadap kehidupan sendiri, kebiasaan menggunakan *gadget* saat berjalan maupun mengemudi, serta kurangnya kemampuan untuk sepenuhnya menikmati momen bersama orang lain di dunia nyata, kesulitan tidur, dan mengabaikan kehidupan pribadi adalah beberapa pengaruh atau dampak negatifnya.

Selain itu, ternyata kecanduan *platform* media sosial juga berdampak negatif bagi kesejahteraan psikologis individu. Orang dengan tingkat FoMO yang tinggi mengalami lebih banyak kecemasan, stres, dan ketidakpuasan hidup (Milyavskaya dkk., 2018). Terdapat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Risdyanti dkk., (2019) Remaja menjadi terikat secara emosional dengan akun media sosial mereka karena media sosial sangat mudah diakses. Perilaku tersebut berdampak negatif bagi remaja baik secara internal maupun eksternal, seperti rusaknya hubungan sosial mereka.

Hal ini juga sejalan dengan hasil studi awal yang peneliti lakukan tepatnya pada tanggal 02 September 2024, Berdasarkan hasil studi yang peneliti lakukan kepada 31 responden 2 Laki-laki dan 29 perempuan yang berusia 16-18 tahun. Sebanyak 19 responden atau 61% mendefinisikan FoMO sebagai perilaku ikut-ikutan. 7 responden atau 22% mendefinisikan FoMO sebagai rasa takut tertinggal trend. Sementara 5 responden lainnya atau 16% mendefinisikan FoMO sebagai kecemasan terhadap suatu trend. Study awal pun memperoleh 12 responden yang merasa FoMO, 10 responden tidak merasa FoMO, dan 9 responden kadang-kadang merasa FoMO. Media sosial yang digunakan diantaranya yaitu, *WhatsApp, Instagram, Tiktok, YouTube, Facebook* dan *X (Twitter)*. Terdapat 18 responden yang menggunakan 2-4 media sosial dan 13 responden yang menggunakan 5-6 media sosial dengan durasi penggunaan media sosial 8 jam/hari.

Dari 31 responden terdapat faktor *internal* dan *eksternal* yang mempengaruhi terjadinya FoMO. Faktor *internal* yang responden duga menjadi penyebab FoMO yaitu kecemasan dan khawatir jika tertinggal moment atau trend serta kepuasan. Untuk faktor *eksternal* yaitu pengaruh lingkungan (teman) dan ketergantungan terhadap ponsel.

Kemudian terdapat dampak positif dan negatif dari responden yang merasakan FoMO. Untuk dampak positifnya mereka lebih percaya diri, banyak memahami hal-hal baru, mendapatkan motivasi dan menjadi lebih semangat. Sedangkan dampak negatifnya mereka

cepat Lelah, merasa cemas, mempengaruhi finansial karena boros untuk memenuhi ke FoMOan tersebut selain itu mereka menjadi sering membandingkan diri mereka dengan orang lain.

Selanjutnya dari 31 responden sebanyak 29 responden atau 93% mereka merasa lelah menggunakan media sosial. 2 responden atau 6,4% mereka tidak merasa lelah menggunakan media sosial. Untuk mengurangi kelelahan media sosial mereka beristirahat sejenak dan membatasi penggunaan media sosial, melakukan aktivitas lain yang lebih bermanfaat.

Kemudian terdapat dampak negatif dan positif dari pengguna media sosial yaitu untuk dampak positifnya mereka mudah berkomunikasi dan mendapatkan informasi terbaru atau bisa lebih *update* serta sebagai hiburan dikala waktu luang. Sedangkan dampak negatifnya mereka cepat lelah dan kurang tidur, malas belajar, serta munculnya kecemburuan sosial karna membandingkan diri dengan orang lain, mendapatkan berita hoax.

Penelitian Putri dkk., (2019) mengatakan apabila ketakutan akan ketertinggalan informasi (FoMO) ini dibiarkan, seseorang akan merasa tidak puas dengan kehidupannya sendiri dan menjadi lebih tertarik pada dunia maya daripada dunia nyata. Mereka juga ingin terus melihat kiriman orang lain. Oleh karena itu, untuk mengatur perilaku supaya sesuai dengan norma-norma sosial yang ada diperlukan *self-control*.

Self-control merupakan kemampuan seseorang dalam memantau, mengatur, dan mengarahkan perilakunya, sekaligus menahan dorongan yang bertentangan dengan norma yang berlaku di masyarakat (Puspitadesi dkk., 2013). Menurut Rosenbaum (1980), kontrol diri adalah keterampilan yang sangat penting bagi setiap individu untuk bebas dari kecanduan dan dapat sangat berguna bagi jiwa manusia. Ini terkait dengan menjalani hidup yang bahagia dan sehat. Menetapkan dan mencapai tujuan, menghindari perilaku impulsif, dan mengelola perasaan, pikiran, dan perilaku sendiri saat berhadapan dengan sesuatu adalah contoh melatih *self-control*. Hal ini meliputi kebiasaan individu dalam mengatur perilakunya dengan cara mengendalikan dorongan sesuai kehendak pribadi (Wahyunindya & Silaen, 2021). Penelitian Maza & Aprianty, (2022) menunjukkan bahwa *self-control* memiliki keterkaitan dengan munculnya FoMO. Hasil penelitiannya memperlihatkan adanya korelasi negatif antara *self-control* dengan FoMO pada remaja, dimana individu dengan kontrol diri yang tinggi lebih mampu mengatur perilaku dalam penggunaan media sosial sehingga tingkat FoMO cenderung menurun. Hal ini terjadi karena mereka tidak mudah terpengaruh oleh rasa takut tertinggal informasi yang dibagikan orang lain.

Faktor yang mempengaruhi *self-control* menurut Sarafino & Smith (2011), yang pertama adalah faktor lingkungan yaitu kemampuan individu dalam mengendalikan diri dapat

terbentuk melalui pengamatan terhadap perilaku orang di sekitarnya. Yang kedua adalah faktor usia yaitu pengaruh terhadap tingkat kontrol diri seseorang, dimana individu yang lebih dewasa umumnya menunjukkan kemampuan pengendalian diri yang lebih baik. Kemudian menurut peneliti lainnya menurut Nur Ghufroon & Rini Risnawita (2017), menyatakan bahwa usia, kematangan psikologis, serta kondisi keluarga menjadi faktor yang mempengaruhi tingkat kontrol diri individu.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan hubungan FoMO dengan *social media fatigue*. Penelitian Zhu dkk., (2023) menuliskan *fear of missing out* dapat meningkatkan *social media fatigue*. Dharejo dkk., (2024) hasil penelitian menegaskan bahwa media sosial semakin mempercepat FoMO di kalangan anak muda dan akibatnya menyebabkan lebih banyak kelelahan. Kemudian penelitian Zhang dkk., (2022) FoMO secara tidak langsung memengaruhi niat kelelahan media sosial melalui penggunaan kompulsif. Świątek dkk (2023) menjelaskan hasil penelitian mengindikasikan adanya hubungan yang signifikan antara ketiga variabel yang diteliti. *Self-control* dapat memoderasi antara pengguna *smartphone* yang bermasalah dan *social media fatigue*.

Penelitian ini juga memiliki aspek baru yang membedakan dari penelitian-penelitian sebelumnya, kebaharuan pada penelitian ini yaitu partisipan yang dipakai yaitu remaja pengguna media sosial. Peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam dan melakukan penelitian berdasarkan uraian di atas mengenai “Pengaruh *Fear of Missing Out* terhadap *Social Media Fatigue* dengan *Self Control* sebagai Moderator pada Remaja Pengguna Media Sosial”.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah *Fear of Missing Out* berpengaruh terhadap *Social Media Fatigue*?
2. Apakah *Self Control* berpengaruh terhadap *Social Media Fatigue*?
3. Apakah *Self Control* dapat memoderatori pengaruh *Fear of Missing Out* terhadap *Social Media Fatigue*?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui apakah *Fear of Missing Out* berpengaruh terhadap *Social Media Fatigue*
2. Untuk mengetahui apakah *Self Control* dapat berpengaruh terhadap *Social Media Fatigue*

3. Untuk mengetahui *Self Control* dapat memoderatori antara *Fear of Missing Out* terhadap *Social Media Fatigue*

Kegunaan penelitian

Kegunaan Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu psikologi, khususnya di bidang psikologi klinis dan psikologi sosial *digital*. Serta menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya yang membahas perilaku bermedia sosial dari perspektif psikologis.

Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat mendorong remaja untuk lebih sadar akan dampak *fear of missing out* serta pentingnya *self-control* pada penggunaan media sosial. Dengan kemampuan mengendalikan diri, remaja tidak hanya dapat mengurangi kelelahan *digital* tetapi juga menjaga kualitas interaksi sosial dan kesehatan psikologis, sehingga penggunaan media sosial menjadi lebih sehat dan bermanfaat pada kehidupan sehari-hari.

