

BAB I Pendahuluan

Latar belakang masalah

Manusia sejatinya merupakan makhluk yang berkembang. Berkembangnya manusia juga memberikan peradaban bagi kehidupan manusia pada umumnya. Istilah koeksistensi dan koevolusi perkembangan manusia dijelaskan oleh Roger Fidler (1977, seperti yang dikutip dari Riyanto, 2016) bahwa manusia tidak akan lepas dari yang namanya perkembangan teknologi. Kehidupan manusia yang tidak lepas dari teknologi menjadikan teknologi sebagai kebutuhan utama yakni kebutuhan primer manusia. Teknologi sendiri diyakini tidak mungkin dapat ditolak kehadirannya. Diterimanya teknologi sebagai bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia berangkat dari sejarah peradaban manusia yang dimulai dengan kehidupan sederhana. Pada tahun 1980, Toffler (dalam Riyanto, 2016) menyatakan ada tiga gelombang peradaban manusia. Pada awalnya teknologi yang digunakan adalah teknologi pertanian kemudian beralih ke gelombang kedua pada zaman revolusi industri dan berlanjut ke gelombang ketiga yaitu saat berada pada zaman informasi yang saat ini dikenal sebagai era digital.

Pentingnya teknologi membawa peradaban manusia memasuki era digital. Era digital telah membuat manusia memasuki gaya hidup baru yang tidak bisa dilepaskan dari perangkat yang serba elektronik. Era digital ditandai dengan munculnya jaringan internet. Internet merupakan kumpulan jaringan yang terhubung secara internasional. Internet memiliki banyak dampak positif terhadap kehidupan manusia seperti mempermudah tugas, pekerjaan dan komunikasi. Hadirnya internet sebagai media untuk terhubung dengan orang lain tentunya memiliki dampak positif. Dampak positif hadirnya internet antara lain sebagai media pertukaran data, media mencari informasi dan media komunikasi. Internet sebagai media memberikan kemudahan bagi penggunaannya. Bersamaan dengan dampak positif, internet juga

memberikan dampak negatif. Dampak negatif tersebut di antaranya pornografi, pelanggaran-*violence*, penipuan, juga adanya kecanduan terhadap penggunaan internet.

Indonesia sendiri merupakan pengguna internet terbesar ke-5 di dunia. Perkembangan, inovasi, dan kecepatan internet di Indonesia rata-rata berada pada peringkat 30-an di dunia. Menurut data yang diambil dari *Internet World Stat*, data pada tanggal 31 Desember 2017 menyatakan pengguna internet penduduk Indonesia sebanyak 143 juta orang. Hal ini berarti sebagian besar penduduk Indonesia sudah melek internet. Pengguna internet di Indonesia didominasi dengan penggunaan media sosial. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mengungkapkan bahwa pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 132 juta orang. Dari angka tersebut, 73.30 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial (Kemenkominfo, 2016). Media sosial memberikan banyak kemudahan dan kesenangan pribadi. Kemudahan yang didapatkan dengan menggunakan media sosial ini tidak hanya memberikan dampak positif, hal ini justru menjadi boomerang dengan timbulnya permasalahan baru yaitu fenomena *Fear of Missing Out* atau yang dikenal sebagai FoMO.

Pada tahun 2012, J. Walter Thompson Intelligence (seperti dikutip dari Anggraini, 2014) menjelaskan bahwa FoMO merupakan perasaan gelisah dan takut yang ditandai dengan anggapan bahwa seseorang tertinggal apabila teman-temannya sedang melakukan atau merasakan sesuatu yang lebih baik dan lebih menyenangkan dibandingkan dengan yang sedang ia lakukan atau ia miliki saat ini. Perasaan seseorang yang merasa begitu khawatir jika melewatkan trend yang sedang terjadi dalam kehidupan sosialnya bermacam-macam, seperti adanya perasaan gelisah dan takut tertinggal dengan teman dan orang lain. Perasaan ini jika disertai dengan perilaku terus mengecek kegiatan orang lain di media sosial dapat menjadi indikator individu yang mengalami FoMO. Dalam pandangan Przybylski, Murayama, DeHaan, dan Gladwell pada tahun 2013, FoMO didefinisikan sebagai pemahaman mengenai orang lain yang mungkin saja memiliki pengalaman yang berharga

sedangkan seseorang ini tidak hadir. FoMO ini ditandai dengan keinginan untuk tetap terhubung secara terus menerus dengan yang dilakukan oleh orang lain.

Fenomena FoMO yang terjadi saat ini karena kemajuan teknologi informasi yang meningkat, khususnya dengan hadirnya media sosial. Media sosial berperan penting dalam hadirnya FoMO. Kehadiran media sosial dalam kehidupan kita telah memperkuat kebutuhan dan keinginan untuk mengetahui apa yang dilakukan dan dikatakan orang lain setiap saat karena informasi lebih mudah tersedia yang bahkan dapat diakses lewat *smartphone*. Media sosial berfungsi sebagai tempat untuk berkomunikasi secara aktif dan mengakses berbagai macam informasi yang baru. J. Walter Thompson Intelligence (2011,2012 seperti yang dikutip dari Baker, Krieger, dan LeRoy, 2016) memberikan pendapat bahwa pada saat ini FoMO berhubungan dengan pengguna media sosial. Media sosial dapat menjadi tempat bersosialisasi dan mendapatkan teman baru, selain itu media sosial juga dapat menjadi hiburan dikala waktu senggang. Przyblyski, dkk (2013) berpendapat bahwa media sosial memberikan kemudahan dalam mengakses informasi secara *real time* mengenai berbagai macam aktivitas, kegiatan orang lain dan topik hangat yang sedang terjadi. Pada tahun 2012, Parker menyatakan dalam wawancaranya dengan JWT Intelligence bahwa FoMO merupakan fenomena teknologi dengan media sosial yang menjalankannya. Melalui media sosial, individu akan mudah mengetahui apa yang orang lain lakukan sehingga pada akhirnya terus menerus memeriksa apa yang dilakukan orang lain dan membandingkan dengan apa yang individu itu sendiri lakukan.

JWT Intelligence (2012, seperti yang dikutip dari Anggraini,2014) juga mengemukakan perasaan yang dirasakan individu yang mengalami FoMO antara lain: merasa takut kehilangan informasi-informasi terbaru yang ada, gelisah atau gugup ketika tidak menggunakan media sosial sedangkan orang lain sedang menggunakannya, dan merasa tidak aman terkait dengan media sosial karena merasa sangat mudah tertinggal informasi yang

tersebar. Dampak dari FoMO sebenarnya besar, pada tahun yang sama Parker berpendapat bahwa FoMO juga menjadikan seseorang lupa dengan jati dirinya sebab dia merasa tidak bersama orang lain pada saat berkumpul dengan teman atau orang terdekat. Individu yang mengalami FoMO masih mengecek media sosial mereka, melihat kegiatan yang orang lain kerjakan saat mereka juga memiliki kegiatan yang dijalankan. Sciendaily (2013) memaparkan seseorang yang memiliki tingkat FoMO yang tinggi merasa tidak bahagia karena terlibat dalam kegiatan membandingkan kegiatan orang lain yang tidak mereka kerjakan dan mereka tidak menikmati apa yang mereka kerjakan. Seseorang dengan level yang tinggi pada FoMO seringkali mentext dan mengecek sms dan email. Fenomena tersebut, sekarang ini mungkin terjadi pada aplikasi *chatting* seperti *whatsapp*, *line* dan sebagainya. Mengecek media sosial tidak lagi pada waktu senggang tetapi pada saat mengemudi dan pembelajaran atau perkuliahan berlangsung bisa terjadi. (Przybylski, dkk, 2013). Hal ini berarti apabila seseorang memiliki tingkatan FoMO yang tinggi akan mempengaruhi diri dan kegiatan yang dilakukannya sehari-hari.

Beberapa penelitian dan survey mendapatkan rentang usia individu yang kemungkinan mengalami FoMO. Hasil survey JWT Intelligence pada tahun 2011 mendapatkan rentang umur 19-26 tahun memiliki rasa iri dan tertekan saat menggunakan media sosial dengan persentase lebih dari setengahnya. JWT Intelligence juga melakukan survey pada millennial dewasa dan persentase yang didapatkan dari indikasi FoMO mencapai rata-rata 70 persen. Penelitian Przybylski, dkk (2013) juga mendapatkan orang dengan usia di bawah 30 tahun kemungkinan besar mengalami FoMO. Hasil survey APJII pada tahun 2017 menyatakan bahwa komposisi pengguna internet dengan persentase terbesar ada pada rentang usia 19-34 tahun dan pengguna baru pengguna internet ada pada rentang usia 13-18 tahun. Tingkatan terbanyak dalam menggunakan internet adalah *chatting* dan media sosial. Karena sebagian besar pengguna media sosial di Indonesia ada pada rentang usia dari 13-34 tahun, fenomena

FoMO ini tentu tidak dapat dianggap sepele, mengingat individu yang merasakannya ada pada tahapan perkembangan peralihan remaja menuju dewasa. Peralihan remaja menuju dewasa ini dikenal sebagai masa perkembangan *emerging adulthood*. Pada masa ini seseorang mengalami dinamika psikologis, salah satunya adalah kecenderungan menjalin hubungan interpersonal yang lebih dalam dengan orang lain (Azka, 2018). Kesulitan pada masa ini dapat menjadikan mereka rentan memiliki ketergantungan media sosial.

Ketergantungan terhadap media sosial dapat menjadi salah satu tanda seseorang mengalami FoMO.

Penelitian lain mengenai FoMO banyak berbicara mengenai dampak FoMO terhadap *well being* dan kesehatan mental seseorang. Penelitian Baker, Krieger, dan LeRoy pada tahun 2016 mendapatkan terdapat hubungan antara FoMO dengan simptom depresi, atensi penuh, dan gejala fisik pada saat menggunakan dan tidak menggunakan media sosial. FoMO dapat menjadi faktor penting dalam menentukan hasil kesehatan individu yang berhubungan dengan penggunaan media sosial. McLaughlin (2016) berpendapat FoMO sangat merusak seseorang karena mengurangi kurangnya kepercayaan diri dan penghindaran sosial. Przybylski juga meneliti mengenai hubungan FoMO dengan motivasi, emosi dan tingkah laku. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa FoMO memiliki hubungan yang penting terhadap kesehatan mental dan *well being*. FoMO dikatakan dapat merusak *self esteem* seseorang. Hal ini juga ditambahkan oleh Buglass, Binder, Betts dan Underwood (2017) FoMO memiliki dampak kerentanan *online* dan kesejahteraan psikologis seperti *sense of support*, *sense of connectivity*, dan *self-esteem*.

FoMO memang nyata hadir dalam kehidupan kita. Berdasarkan hasil data awal peneliti dengan memberikan kuesioner pada rentang usia berbeda yaitu SMP, SMA dan mahasiswa dengan masing-masing 15 subyek pada tiap kelompok, hasil menunjukkan pada rentang mahasiswa yang lebih banyak terindikasi mengalami FoMO. Berdasarkan hasil dari

wawancara dan observasi, terdapat 9 orang mahasiswa terindikasi FoMO dari jumlah total 15 orang mahasiswa. Mereka menghabiskan waktu menggunakan internet lebih dari 6 jam dan mengecek media sosial mereka lebih dari 10 kali dalam sehari. Mereka merasa cemas ketika melihat pengalaman orang lain dan teman lebih menyenangkan dibanding dirinya. Dua orang menyatakan gemetar karena merasakan emosi yang terlalu dalam seperti gelisah, sedih, iri dan lain sebagainya saat mereka menggunakan media sosial. Semuanya merasakan hal yang sama yaitu adanya perasaan campur aduk ketika mereka menggunakan media sosial. Perasaan campur aduk ini dinyatakan bahwa mereka memiliki beberapa perasaan yang dirasakan saat menggunakan media sosial seperti perasaan gelisah, sedih, takut dan lain sebagainya.

McLaughlin (2016) mengatakan banyak dari kasus FoMO yang sangat buruk dengan individu tidak menyadarinya. Dari beberapa pertanyaan yang diajukan, beberapa responden mengaku tidak merasa penting dalam *update* sehari-hari, namun faktanya saat diobservasi mereka melakukan *update* snapgram atau story di whatsapp mereka setiap waktu, lebih dari 3 kali setiap harinya yang berarti mereka memiliki kebutuhan untuk tetap terus update setiap harinya.

FoMO dapat terjadi karena dua faktor, yang pertama kurangnya kebutuhan *relatedness*. Kekurangan kebutuhan ini menjadikan individu menjadi merasa cemas ketika orang lain mendapat pengalaman yang lebih baik dan merasa cemas ketika tidak ikut dalam kegiatan yang dilakukan oleh orang lain. Yang kedua kebutuhan atas *self* atau diri, mencakup kebutuhan kompetensi dan autonomi. Kekurangan kebutuhan ini menjadikan individu menghabiskan waktu untuk mencari informasi atau berita yang update dan tetap update dari kegiatan yang dilakukan sehari-hari.

Penelitian Poropat (2009), seperti yang dikutip dari Przybylski, dkk 2013) menunjukkan faktor yang lebih luas dalam mempengaruhi FoMO merupakan konstruksi kepribadian. Dimensi mendasar dari kepribadian dikenal sebagai *traits*. *Traits* didefinisikan sebagai

kecenderungan emosional, kognitif dan tingkah laku (Westen, 1959 dalam Feist & Feist, 2010). Penelitian yang terkenal mengenai *traits* adalah *big five personality*. Penelitian Tresnawati (2016) melihat *big five personality* secara keseluruhan tidak memiliki hubungan dengan FoMO. Menurut Tresnawati (2016) dari lima *traits* yang ada, terdapat dua *traits* dalam *big five personality* yang memiliki hubungan positif dengan FoMO yaitu, *agreeableness* dan *extraversion*. Diantara dua *traits* yang lebih berpengaruh secara signifikan adalah *traits agreeableness* yang dapat memprediksi FoMO sebesar 2.3%. Dibandingkan *extraversion*, *agreeableness* memiliki taraf prediktif terhadap FoMO yang lebih besar. Dari data awal yang didapat peneliti didapatkan 4 dari 9 orang yang terindikasi FoMO memiliki tipe kepribadian *agreeableness*, 3 orang memiliki tipe kepribadian *extraversion*, dan yang lainnya memiliki tipe kepribadian *neuroticism*. dari data awal ini menunjukkan orang yang terindikasi memiliki FoMO lebih banyak yang memiliki tipe kepribadian *agreeableness*.

Agreeableness merupakan sifat kepribadian seseorang yang cenderung ramah, mudah percaya, kooperatif, hangat, murah hati, pengalah, mudah menerima, dan memiliki perilaku yang baik. Seseorang dengan *agreeableness* rendah cenderung dingin, konfrontatif, kejam, penuh curiga, pelit, tidak ramah, mudah kesal, dan penuh kritik terhadap orang lain (Friedman & Schustack, 2006; McCrae dan Costa, dalam Feist & Feist, 2010). *Agreeableness* bersama dengan *extraversion* disebutkan dapat menjelaskan hubungan interpersonal (Weisberg, dkk, 2011). *Agreeableness* melibatkan kecenderungan kerjasama, pemeliharaan hubungan sosial dan *altruism*, sehingga erat kaitannya dengan faktor FoMO yaitu kebutuhan *relatedness*. Seseorang dengan *agreeableness* tinggi memiliki kebutuhan untuk menjaga kebutuhan sosialnya. Salah satu pemenuhannya bisa melalui media sosial. Kemudahan media sosial dalam komunikasi dan memberikan informasi memberi kesempatan untuk seseorang yang memiliki *agreeableness* tinggi untuk merasakan ketakutan untuk tertinggal. Dalam pandangan Seidman (2013, seperti yang dikutip dari Tresnawati, 2016) trait

agreeableness berkaitan dengan *update* di media sosial seperti *facebook* untuk berkomunikasi dan berhubungan dengan orang lain yang berkaitan dengan kegiatan sosial agar dapat menginspirasi orang lain. Traits *agreeableness* ini dapat menimbulkan takut untuk tertinggal dalam mengetahui informasi dan kegiatan yang *up to date* karena kecepatan media sosial dalam menampilkan hal tersebut secara *real time*. Tresnawati menyatakan *big five personality traits* mempengaruhi FoMO pada pengguna media sosial secara signifikan sebesar 6,1%, sedangkan 93,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Self esteem dinyatakan dapat mempengaruhi tingkat FOMO yang dialami seseorang (Abel, Buff, dan Burr, 2016). Studi eksperimental yang dilakukan oleh Hunt, Marx, Lipson dan Young pada tahun 2018 memperlihatkan hasil bahwa individu dengan *self esteem* yang rendah atau *self image* yang lebih buruk lebih rentan untuk terlibat dalam perbandingan sosial dengan menghabiskan waktu di situs media sosial. Abel, dkk (2016) menyatakan keadaan psikologis yang hadir ketika seseorang menggunakan media sosial adalah dasar yang membantu untuk memahami konsep FoMO. *Self esteem* mewakili komponen konsep diri yang evaluatif yang menandakan bagaimana perasaan orang tentang diri mereka sendiri. *Self esteem* secara umum disebutkan sebagai perbedaan antara nilai dasar dan nilai instrumental (Tafarodi dan Swann, 2001). Nilai dalam *self esteem* berhubungan dengan apa yang baik dan apa yang harus dilakukan, *self esteem* pada dasarnya anggapan bahwa diri ini baik atau tidak, pantas atau tidaknya. Seseorang dengan *self esteem* yang tinggi tentu akan mengetahui kompetensi dan merasa dirinya berharga. Dua hal inilah yang menjadi dimensi global dari *self esteem* itu sendiri yaitu *self competence* dan *self liking*. Przybylski, dkk (2016) berpendapat bahwa dasar dari FoMO sebenarnya adalah kecemasan sosial. *Self esteem* yang rendah merupakan faktor risiko kecemasan sosial dan depresi (Sowislo & Orth, 2012, dalam Abel, dkk, 2016). Beberapa literatur menunjukkan adanya korelasi positif antara *self esteem* yang rendah dan tingkat kecemasan yang tinggi (De Jong, Sportel, de Hullu & Nauta, 2012;

Hulme, Hirsch, & Stopa, 2012; Schriber, Bohn, Aderka, Stangier, & Steil, 2012, dalam Abel, 2016). McLaughn (2013) juga berpendapat bahwa FoMO berasal dari sikap melihat keluar, sehingga adanya kegiatan membandingkan diri dengan orang lain yang itu berarti tidak adanya penerimaan pada diri sendiri. Seseorang yang memiliki sikap seperti itu tentunya memiliki harga diri yang kurang. Tafarodi dan Swann (2001) mengemukakan seseorang dengan harga diri yang tinggi memiliki penghargaan dalam dirinya sehingga dia menerima dirinya. Triani (2017) menambahkan bahwa *self esteem* dapat menjadi prediktor FoMO.

Tresnawati menyatakan bahwa kepribadian *agreeableness* memiliki hubungan positif dengan FoMO. Seseorang yang memiliki skor *agreeableness* yang tinggi dinyatakan memiliki tipe kepribadian *agreeableness*. Seseorang yang memiliki *agreeableness* yang tinggi kemungkinan besar FoMOnya juga akan tinggi jika merujuk pada penelitian Tresnawati (2016). Mengingat taraf signifikansi yang masih kecil yaitu 2.3%, *self esteem* bisa saja menjadi penguat dalam hubungan antara *agreeableness* dengan FoMO jika dikaitkan dengan penelitian Tresnawati bahwa penelitian selanjutnya bisa saja membahas aspek kepribadian yang lainnya. Melihat hal tersebut menjadikan peneliti ingin melihat lebih jauh hubungan antara tipe kepribadian *agreeableness* dan FoMO dengan *self esteem* sebagai variabel moderator pada mahasiswa di Bandung.

Rumusan masalah

Seperti yang dijelaskan dalam latar belakang masalah terdapat beberapa prediktor yang mempengaruhi FoMO sehingga perlu dikaji lebih lanjut dalam penelitian ini. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah tipe kepribadian *agreeableness* memiliki hubungan dengan FoMO dengan *self esteem* sebagai variabel moderator ?
2. Apakah tipe kepribadian *agreeableness* bersama dengan *self esteem* memiliki pengaruh terhadap *Fear of Missing Out* ?

3. Apakah *self esteem* dapat memoderasi hubungan antara tipe kepribadian *agreeableness* dengan *Fear of Missing Out* ?

Tujuan penelitian

Dalam menjawab rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui hubungan tipe kepribadian *agreeableness* dan FoMO dengan *self esteem* sebagai variabel moderator
2. Untuk mengetahui pengaruh tipe kepribadian *agreeableness* dan *self esteem* terhadap *Fear of Missing Out*.
3. Untuk mengetahui peran *self esteem* dalam memoderasi hubungan tipe kepribadian *agreeableness* dan *Fear of Missing Out*.

Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis ingin menggambarkan beberapa manfaat penelitian baik dari segi teoritis maupun segi praktis dengan harapan dapat memiliki manfaat yang dapat diambil oleh banyak pihak, antara lain:

1. Manfaat teoritis
 - Dapat berkontribusi mengembangkan keilmuan mengenai prediktor FoMO
 - Dapat berkontribusi untuk mengembangkan keilmuan khususnya pada hubungan antara tipe kepribadian *agreeableness* dan *fear of missing out* dengan *self esteem* sebagai variabel moderator pada mahasiswa di Bandung.
2. Manfaat praktis
 - Dapat dijadikan sumber referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian serupa

- Diharapkan dapat memberi dan memperdalam wawasan kepada pembaca mengenai hubungan antara tipe kepribadian *agreeableness* dan *fear of missing out* dengan *self esteem* sebagai variabel moderator pada mahasiswa di Bandung.
- Dapat menjadi dasar usaha preventif pada kegiatan pemanfaatan media sosial pada mahasiswa.

