

PENDAHULUAN

Teknologi merupakan salah satu hal yang tak terpisahkan dalam kehidupan manusia. Dewasa ini kecanggihan teknologi makin pesat ditandai dengan peningkatan pengguna media sosial. Pengguna media sosial dunia bertambah dalam rentang 12 bulan terakhir, dengan 215 juta pengguna baru media sosial sejak tahun lalu (Kemp, 2023). Pengguna media sosial di Indonesia sebanyak 167,0 juta orang terhitung pada Januari 2023 dan pada hampir seluruh negara, penggunaan media sosial sama-sama meningkat (Kemp, 2023). Media sosial dapat berpengaruh bagi kehidupan penggunanya.

Kemunculan media sosial dalam bentuk aplikasi dilengkapi dengan berbagai fitur. Fitur tersebut ditambahkan untuk melengkapi fasilitas pada media sosial yang dapat mempengaruhi kebiasaan bermedia sosial. Fitur-fitur unik yang dimiliki pada media sosial zaman sekarang mengendalikan dan mempengaruhi penggunaan media sosial (Sooknanan & Seemungal, 2023). Perkembangan media sosial awalnya dibuat untuk memudahkan manusia dalam melakukan kegiatannya. Namun, pengaruh media sosial tidak hanya memudahkan manusia dalam berkegiatan, tetapi juga berdampak secara negatif.

Informasi yang disediakan oleh media sosial memberikan wawasan yang luas bagi penggunanya. Penggunaan internet atau media sosial sering kali dijadikan sebagai sarana untuk memudahkan akses informasi bahkan materi untuk perkuliahan. Mahasiswa menggunakan media sosial membuat proses pembelajaran lebih fleksibel, membantu berinovasi, dan sebagai fasilitas pembelajaran komunal untuk berkolaborasi (Andriani & Sulistyorini, 2022). Kemudahan tersebut seiring waktu disalahgunakan oleh penggunanya. Ketertarikan atau kesenangan individu terhadap media sosial semakin meningkat. Interaksi di media sosial membuat penggunanya merasakan keterlibatan dalam kehidupan orang lain. Keterlibatan yang timbul dari dorongan membentuk sebuah kebiasaan dari perilaku tersebut agar sesuai dengan norma sosial.

Niat dalam bermedia sosial bermula dari kesenangan berselancar dalam *platform* media sosial. Kesenangan ini dapat memunculkan efek negatif dari informasi dan kegiatan orang lain secara bebas yang dapat mempengaruhi

individu tersebut. Penggunaan media sosial yang berlebih dapat menimbulkan efek negatif, seperti kecemasan yang dikenal sebagai *fear of missing out (fomo)*. Fomo muncul ketika individu merasa takut ketinggalan informasi atau kegiatan yang dilakukan orang lain. Mahasiswa, yang seharusnya dapat fokus pada tujuan mereka dan memiliki kestabilan emosi, sering kali merasakan kecemasan ini. Ketakutan akan tertinggal, yang diperkuat oleh media sosial, dapat mengalihkan perhatian mereka dari dunia nyata dan menyebabkan ketidakpuasan terhadap kehidupan mereka sendiri. Oleh karena itu, masalah tersebut penting untuk diteliti dalam penelitian ini. Munculnya *fomo* tanpa disadari dirasakan oleh mahasiswa yang sebagian besar merupakan pengguna media sosial atau internet. Rentang usia munculnya fenomena *fomo* lebih sering terjadi pada umur 18–34 tahun (Isneniah dkk., 2024).

Survey awal yang peneliti lakukan dengan responden sebanyak 4 orang mendapatkan informasi bahwa mahasiswa tersebut cenderung menyukai akun media sosial yang sama. Media sosial dalam penggunaannya menurut responden juga dapat menimbulkan perasaan *insecure* ketika memandang orang lain. Berdasarkan rata-rata durasi penggunaan media sosial yang dihabiskan $\pm 1 - 3$ jam. Perasaan takut akan ketinggalan muncul ketika melihat sebuah peristiwa yang berkaitan dengan orang lain dan juga hobi atau bisa disebut *Fomo (fear of missing out)*.

Fomo muncul khususnya pada pengguna media sosial. Munculnya sebuah kecemasan yang pada media sosial ketika tidak mengetahui aktivitas atau informasi terbaru yang dilakukan oleh teman dikenal dengan *Fear of Missing Out (FoMO)* (Sianipar & Kaloeti, 2019). *Fear of missing out (FoMO)* terjadi di sebagian remaja muslim di Pekanbaru (67,1%) (Masyitah & Libbie Annatagia, 2022). Pada penelitian lain menyebutkan remaja lebih banyak memiliki *Fear of missing out* tinggi (56%) (Hura dkk., 2021). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *fomo* terjadi pada pengguna media sosial tinggi dan menyatakan ada masalah mengenai *fomo*.

FoMO adalah rasa ketidaknyamanan dan menyita waktu yang memunculkan perasaan ketinggalan terhadap teman sebaya yang sedang melakukan, mengetahui,

atau memiliki lebih banyak hal yang lebih baik daripada diri kita (Przybylski dkk., 2013). *Fomo (Fear of missing out)* adalah kecemasan atau ketakutan akan ketinggalan keterlibatan aktivitas dengan orang lain. *Fomo* merupakan usaha yang memiliki keinginan untuk terus terhubung dengan yang dilakukan oleh individu lainnya melalui dunia maya yang mengakibatkan munculnya kegelisahan dan menimbulkan ketakutan, yaitu ketakutan untuk tertinggal (Maysitoh dkk., 2020). Kecemasan terhadap kehilangan momen penting pada seseorang atau kelompok di mana seseorang tidak dapat hadir terlibat dan dicirikan dengan keinginan agar tetap terhubung dengan yang orang lain lakukan melalui media sosial (Przybylski dkk., 2013). Pada ciri yang lainnya seseorang yang mengalami *fomo* akan merasakan ciri melakukan pengecekan media sosial, selalu berpartisipasi kegiatan orang lain, membentuk ruang tersendiri dalam media sosial serta merasa ingin lebih untuk dirinya terhadap orang lain (Susanti & Dianto, 2023). Hal tersebut terjadi ketika seseorang akan mengikuti sebagian besar orang lain yang berperilaku.

Menurut (Przybylski dkk., 2013) terdapat aspek pada *fomo* yaitu kebutuhan *relatedness* tidak terpenuhi yang merupakan rasa akan kebutuhan bergantung pada orang lain dan kebutuhan pada *self* yang tidak terpenuhi yang memiliki kaitan dengan *competence* (keinginan melatih interaksi dengan lingkungan dan *autonomy* (bentuk partisipasi mendapatkan dukungan). Selanjutnya menurut (Przybylski dkk., 2013) faktor faktor yang mempengaruhi *fomo* yaitu usia, jenis kelamin, kesejahteraan psikologis, dan menurut (Dewi dkk., 2022) intensitas penggunaan media sosial. *Fomo* dapat berdampak pada mahasiswa dengan menyebabkan masalah sosial, seperti kesulitan dalam hubungan, perasaan kesepian, penurunan performa akademik, dan keterampilan komunikasi, terutama saat melihat media sosial (Salsabila dkk., 2023). Pada penelitian Aurelya mendapatkan hasil bahwa ada pengaruh signifikan antara intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku *fomo* (Aurelya, 2021). Selanjutnya pada penelitian Handayani dkk memberikan hasil terdapat hubungan korelasi *FOMO* dan *self esteem* yang dimiliki individu (Handayani dkk., 2022).

Intensitas penggunaan media sosial merupakan kapasitas seseorang dalam menggunakan internet dilihat dari penggunaan kuantitas perhatian dan kecenderungan pada sebuah aktifitas yang dilakukan seseorang ketika menggunakan media sosial ditinjau dari kedalaman atau ketahanan dalam penggunaan media sosial (Kusumaisna & Satwika, 2023). Intensitas penggunaan media sosial yaitu kuantitas perhatian dan kecenderungan pada sebuah aktifitas yang dilakukan seseorang ketika menggunakan media sosial ditinjau dari kedalaman atau ketahanan dalam penggunaan media sosial (Al Aziz, 2020). Penggunaan media sosial yang berlebih dapat memicu munculnya *Fomo* (*Fear of Missing Out*). Disebutkan bahwa interaksi aktif juga dapat menduga *FoMO* yang lebih tinggi (Mao & Zhang, 2023). Hal tersebut juga didukung oleh penelitian terdahulu yang menyebutkan penggunaan media sosial berpengaruh pada *Fomo* (Komariah, K., Tayo, Y., & Utamidewi, 2022).

Intensitas penggunaan media sosial dapat dikatakan tinggi jika penggunaannya lebih dari 3 jam. Penggunaan dapat dikatakan tinggi bila digunakan selama 4-7 jam (Fitriana dkk., 2021). Penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari akan menimbulkan kepuasan. Disebutkan bahwa terdapat faktor yang mempengaruhi yaitu merasakan kepuasan, kesenangan setelah memposting sesuatu ke media sosial (Dalila dkk., 2021). Intensitas penggunaan media sosial digunakan bermula dari penjelasan tentang tindakan beralasan yang didasari oleh niat sehingga menentukan perilaku seseorang (Ajzen, 2005). Perilaku muncul dari niat dan perilaku yang berasal dari sikap terhadap perilaku serta norma sosial subjektif. Hal tersebut juga dipengaruhi kontrol seseorang terhadap perilaku yang direncanakan (Ajzen, 2005).

Aspek yang digunakan pada intensitas penggunaan media sosial ini berasal dari keinginan seseorang ketika menggunakan media sosial sehingga memunculkan motivasi yang mempengaruhi perilaku (Kusumaisna & Satwika, 2023). Penelitian tersebut disimpulkan aspek intensitas penggunaan media sosial terdiri dari aspek perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi. Sehingga aspek intensitas penggunaan media sosial yang digunakan memiliki aspek perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi (Kusumaisna & Satwika, 2023). Sedangkan pada penelitian

yang lain aspek intensitas penggunaan media sosial yang digunakan yaitu durasi dan frekuensi (Middleton, 2010). Aspek yang digunakan Middleton merupakan bagian dari aspek dalam penelitian ini. Jadi aspek intensitas penggunaan media sosial yaitu perhatian, penghayatan, durasi dan frekuensi.

Sedangkan *self esteem* merupakan tingkat penilaian atas diri sendiri. *Self esteem* yaitu sikap memandang dan memahami diri baik positif maupun negatif (Rosenberg dkk., 1995). Kecenderungan penilaian diri akan muncul saat menggunakan media sosial. Individu yang menggunakan media sosial dalam dua jam atau lebih, memiliki resiko yang tinggi pada kecemasan ketika membandingkan diri dengan obyek lain yang lebih ideal (Christina dkk., 2019). Pada aspeknya *self esteem* terdiri dari *self competence* dan *self liking* ((Rosenberg, 1965) & Rosenberg 1965 dalam (Hasna Farida dkk., 2021)). *Self-esteem* adalah penilaian diri atau catatan tentang kemampuan dan menilai diri (Martanatasha & Primadini, 2019). Faktor yang mendukung *self esteem* yaitu berasal dari eksternal. Faktor-faktor yang mempengaruhi *self esteem* dukungan orang tua, dukungan teman sebaya (Hasan dkk., 2021). Dimana *self esteem* ini berpengaruh ketika seseorang menggunakan media sosial untuk terhindar dari *fomo*. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang negatif sangat signifikan antara sosial *self-esteem* dengan *FoMO* (Mandas & Silfiyah, 2022). Didukung juga dengan penelitian yang menyebutkan korelasi negatif pada harga diri dan *Fomo* (Yong & Wijaya, 2023).

Saat ini media sosial didominasi oleh generasi generasi Z. Generasi tersebut berada direntang usia kelahiran 1997-2012 yang merupakan usia mahasiswa. Rentang usia munculnya fenomena *fomo* lebih sering terjadi pada umur 18–34 tahun (Isnengah dkk., 2024). Mahasiswa menggunakan media sosial membuat proses pembelajaran lebih fleksibel, membantu berinovasi, dan sebagai fasilitas pembelajaran komunal untuk berkolaborasi (Andriani & Sulistyorini, 2022). *FOMO* memacu mahasiswa untuk mendapatkan pemahaman ataupun pengetahuan mengenai informasi yang bervariasi dari berbagai sumber yang tersebar dan dapat diakses dengan mudah pada masa kini (Rakhmah, 2021).

Bertambahnya kebutuhan akan media sosial dipengaruhi peningkatan kebutuhan akan informasi yang digunakan pada dunia pendidikan.

Pada *survey* Mc Kinsey memberikan hasil 58% responden pada generasi Z mengakses media sosial lebih dari 1 jam (Pratiwi, 2023). Pada rentang usia mahasiswa sepatutnya mulai memiliki keseimbangan namun mahasiswa juga memiliki ketidak stabilan pada kehidupannya. Pada usia 18-25 adalah usia mahasiswa yang memiliki ciri khas seperti kurang kesetabilan pada kehidupannya (Maulany Yusra & Napitupulu, 2022). Pada variabel yang digunakan penelitian ini, saling berkaitan yaitu intensitas penggunaan media sosial, *self esteem* dan *fomo*. Penggunaan media sosial dengan intensitas tertentu akan mendorong harga diri dalam diri untuk bisa terhubung atau sejalan dengan kehidupan sosial. Kegiatan menggulir medsos yang dilakukan dengan berulang akan mempengaruhi gaya hidup penggunanya tergantung dengan apa yang dilihatnya sebab seseorang akan cenderung mengikuti hal yang dominan dimasyarakat. Cara seseorang memandang diri menyesuaikan dengan standar yang dikehendakinya. Ketika suatu kegiatan atau pencapaian yang lebih pada orang lain akan mendorong individu ingin terlibat dengan hal tersebut, dengan begitu mendorong rasa takut akan ketertinggalan (*Fomo*) dalam diri.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang ada sebelumnya yaitu menggunakan 3 variabel yang terdiri dari intensitas penggunaan media sosial, *self esteem* dan *fomo*. Penelitian yang dilakukan sebelumnya menggunakan 2 variabel pada penelitian Kusumanisa dan Satwika (2023) menggunakan variabel intensitas penggunaan media sosial dengan *fomo* dan pada penelitian Handayani dkk(2022) menggunakan variabel *self esteem* dengan *fomo*.

Pada penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu apakah terdapat hubungan intensitas penggunaan media sosial dan *self esteem* dengan *fomo*?. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui adanya hubungan intensitas penggunaan media sosial dan *self esteem* dengan *fomo*, mengetahui adanya hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan *fomo* serta untuk mengetahui adanya hubungan *self esteem* dengan *fomo*. Hipotesis pada penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu hipotesis mayor dan hipotesis minor. Hipotesis

mayor penelitian ini yaitu adanya hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan *self esteem* dengan *fomo*. Sedangkan hipotesis minor yaitu adanya hubungan positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan *fomo* dan adanya hubungan negatif *self esteem* dengan *fomo*.

Pada penelitian ini manfaat dibagi menjadi dua bagian yaitu yang pertama secara teoritis dapat memberikan kontribusi dalam dunia keilmuan dibidang psikologi serta menambah khasanah penelitian yang sudah ada sebelumnya terkait intensitas penggunaan media sosial, *self esteem* serta *fomo*. Manfaat kedua yaitu manfaat praktis sebagai rujukan pandangan dalam penggunaan media sosial secara luas agar dapat menyeimbangkan dalam penggunaannya untuk mengurangi atau terhindar dari *fomo* pada mahasiswa