

BAB I

PENGANTAR

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi diciptakan untuk mempermudah aktivitas manusia dengan memberikan kenyamanan bagi penggunanya. Perkembangan teknologi berkembang dengan pesat di era digital. Dalam kehidupan manusia khususnya pada teknologi komunikasi hadir teknologi canggih. Teknologi komunikasi membuat manusia untuk saling terhubung tanpa dibatasi oleh jarak, ruang dan waktu (Daeng et al., 2017). Alat komunikasi yang tercipta dengan berbagai fungsi dinamakan sebutan *smartphone*. *Smartphone* adalah suatu alat komunikasi yang canggih atau biasa dikenal dengan telepon seluler dan tentunya memiliki kemampuan komputasi sistem operasi mobile yang baik, resolusi, dan berbagai fitur yang ada di dalamnya (Daeng et al., 2017).

Berdasarkan data yang dimuat oleh artikel databooks Pusparisa (2021), menyatakan bahwa pengguna *smartphone* di Indonesia sebesar 58,6%. *Smartphone* menyediakan berbagai fitur aplikasi yang digunakan untuk sosial media yang dapat digunakan sebagai media komunikasi, informasi, hiburan, dan bersosialisasi (Mudrikah, 2019). Pengguna *smartphone* tentunya tidak dapat lepas dengan pengguna media sosial. Media sosial ditujukan untuk individu memiliki wadah dalam menginterpretasikan dirinya. . Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang sangat populer dan banyak di gemari pada saat ini. Instagram digunakan sebagai suatu aplikasi dalam berbagi foto dengan memiliki fitur pengguna dapat mengambil foto, menggunakan fitur digital

dan membagikan ke jejaring sosial (Prihatiningsih, 2017). Berdasarkan data yang dimuat dalam *techno.okezone.com*, Instagram diluncurkan pada tahun 2010 dengan jumlah kurang lebih 400 juta pengguna aktif. Negara yang memiliki pengguna instagram terbanyak adalah Indonesia dengan persentase 89%, dan merupakan platform media sosial yang populer di kalangan usia 18-29 tahun (Webster, 2016). Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Hootsuite We Are Social (2019), penggunaan media sosial di Indonesia didominasi oleh masyarakat dengan rentang usia 18-24 tahun sebesar 16,5%. Usia tersebut merupakan usia dimana seseorang ada pada masa peralihan remaja ke dewasa (*emerging adulthood*) (Arnet, 2013).

Usia *emerging adulthood* merupakan usia dimana seseorang akan memiliki relasi yang tinggi dengan orang lain melalui komunikasi. Komunikasi yang dilakukan seseorang pada perkembangan digital saat ini dengan melalui media sosial. Berdasarkan kategorisasi dari The Center For Generational Kinetics (2016), usia *emerging adulthood* termasuk generasi Z (iGen). Pada usia ini, individu sering lupa waktu dalam menggunakan media sosial dan menjalani hidup secara online dan melalui smartphone. Individu dengan usia *emerging adulthood* cenderung kurang dalam memiliki hubungan interpersonal dengan seseorang dan lebih memilih menggunakan media sosial dalam berkomunikasi. Media sosial yang populer seperti instagram tentunya menjadi suatu acuan oleh individu yang berusia *emerging adulthood* dalam bersosialisasi dan berinteraksi. Peneliti menggunakan individu yang berada pada fase *emerging adulthood*

dikarenakan individu pada masa ini memiliki dorongan yang kuat untuk berinteraksi melalui media sosial khususnya instagram.

Pengguna instagram didominasi oleh individu berusia *emerging adulthood* yang dimana individu lagi mengalami fase suka berbagi kegiatannya dan usia tersebut merupakan usia produktif. Banyak hal baru yang diciptakan oleh individu di usia *emerging adulthood*. *Trend* yang muncul pada saat ini berasal dari kalangan individu berusia *emerging adulthood*. Aktivitas orang lain yang dibagikan di instagram akan menimbulkan kegelisahan dan ketakutan. Individu melihat berbagai aktifitas membahagiakan yang sedang dilakukan oleh individu lain, tentunya menyebabkan individu tersebut tidak dapat berhenti memantau aktivitas orang lain. Rasa ingin tahu yang tinggi membuat individu akan lebih aktif dalam penggunaan media sosial secara terus menerus dan individu mengalami kecenderungan *Nomophobia*.

Nomophobia dianggap sebagai suatu gangguan yang baru terjadi di kalangan masyarakat. *Nomophobia* digambarkan dengan ketidaknyamanan atau kecemasan yang diakibatkan jauh dari *smartphone*. *Nomophobia* terjadi ketika individu merasa takut akan kehilangan kontak dari *smartphone* atau individu tersebut tidak dapat memegang *smartphone*. *Nomophobia* meningkat secara signifikan pada usia 18-24 tahun (*emerging adulthood*). Berdasarkan survey yang dilakukan oleh SecurEnvoy (2014), menemukan bahwa individu yang terkena *nomophobia* sebesar 77% dengan usia 18-24 tahun dan 68% dengan usia 25-34 tahun. Pada tahun 2014 *Nomophobia* di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 84% pada individu yang berusia 19-24 tahun (Mayangsari, 2015). Penelitian yang

dilakukan Kanmani et al. (2017), individu wanita lebih rentan mengalami kecenderungan *nomophobia* terutama pada usia 18-24 tahun. Wanita adalah makhluk yang selalu mengutamakan perasaan dan penilaian orang lain. Devito (2007), menyatakan bahwa pria lebih tertutup dibandingkan dengan wanita oleh karena itu wanita mudah mengungkapkan segala hal pada orang lain. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Jourard (1964) yang dimana wanita dalam mengungkapkan diri sudah dibiasakan sejak awal karena stereotip wanita lebih banyak bicara. Wanita juga lebih emosional dari pada pria yang cenderung menahan diri (Cunningham, 1981). Wanita membutuhkan media sosial yang digunakan sebagai pengakuan khalayak umum. Hal tersebut sesuai dengan teori psikologi komunikasi gender dalam perspektif *traitsism* yang diungkapkan oleh McClelland yaitu perempuan lebih memiliki konsep diri, motivasi dalam prestasi, dan harga diri yang rendah sehingga memiliki perasaan ambigu terhadap kesuksesan jika tidak mendapatkan pengakuan dari orang lain (Nurhidayah & Nurhayati, 2018).

Penelitian dilakukan pada individu yang sedang berada di bangku pendidikan menunjukkan hasil adanya peningkatan *nomophobia* (Gezgin et al., 2018). Secara signifikan, kecenderungan *nomophobia* mengalami suatu peningkatan. Hal tersebut dapat dibuktikan dari jumlah penggunaan *smartphone* di Indonesia yang melebihi dari jumlah penduduk. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah penggunaan *smartphone* di Indonesia yang melebihi dari jumlah penduduk. Dilansir dari websindo.com pada Januari 2019 jumlah pengguna *smartphone* mencapai 355,5 juta sedangkan 268,2 juta merupakan jumlah penduduk Indonesia pada saat ini. Hal tersebut

menandakan bahwa satu orang bisa memiliki 2 atau lebih *smartphone*. Menurut (Haryanto, 2018). Durasi penggunaan internet di Indonesia lebih dari 3-4 jam per hari.

Nomophobia yang dialami oleh individu akan menimbulkan perilaku sulit lepas dari *smartphone* dalam keadaan apapun. Perilaku tersebut seperti dalam keadaan sulit mendapatkan sinyal, baterai habis, bekerja, bahkan sekolah ataupun kuliah. Segala kegiatan yang dilakukan individu akan menimbulkan suatu perilaku yang selalu memegang *smartphone*. Individu tidak bisa terlepas dari *smartphone* dalam waktu tertentu. *Smartphone* harus berada dalam jangkauannya dan jika tidak dapat menghambat segala aktivitasnya. Banyak individu yang rela kehilangan waktu istirahat, waktu belajar, waktu bersosialisasi, waktu bersama keluarga untuk bermain *smartphone*. Kecenderungan *nomophobia* yang dialami individu akan menimbulkan stres, kurang fokus terhadap hal yang terjadi, sulit bersosialisasi, insomnia, dan menyebabkan turunnya produktivitas. Individu yang memiliki keinginan tinggi dalam mengetahui segala informasi di media sosial instagram akan timbul rasa cemas ketika *smartphone* tidak berada dalam jangkauannya (*Nomophobia*).

Nomophobia yang dialami oleh individu semata-mata tidak terjadi begitu saja. Pada generasi digital ini tentunya banyak individu yang menggunakan *smartphone* untuk ber-media sosial. Media sosial tentunya hal yang sangat menarik dan informasi terbaru didapatkan dari media sosial. Ketertarikan individu yang menyebabkan tidak dapat terlepas dari media sosial dapat dikatakan sebagai sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO). *Nomophobia* dan *Fear of Missing Out* (FoMO) merupakan dua hal

yang berbeda tetapi saling memiliki keterkaitan satu sama lain. Dimana keterkaitan antara dua hal tersebut yaitu ketika media sosial tidak dapat terlepas oleh *smartphone*. Dapat dikatakan *smartphone* merupakan suatu alat komunikasi yang berbentuk fisik dan di gunakan untuk media sosial. *Smartphone* dan media sosial merupakan satu kesatuan. Media sosial tidak dapat dipergunakan dengan baik oleh individu jika tidak menggunakan *smartphone*. *Smartphone* yang semakin canggih tentunya tidak akan digunakan hanya untuk SMS maupun telepon saja dan semakin canggih *smartphone* yang digunakan akan memudahkan individu dalam menikmati media sosial.

Fear of Missing out (FoMO) adalah suatu keinginan dalam diri individu supaya dapat terus memiliki akses dengan segala hal yang dilakukan individu lain di dunia maya. *Fear of Missing Out (FoMO)* merupakan ketakutan dalam diri seseorang ketika kehilangan momen yang berharga bagi diri dan kelompok lain. Individu yang terhalang untuk berkontribusi dalam momen tersebut akan ditandai dengan keinginan tinggi untuk selalu terhubung media sosial (Przybylski et al., 2013). Rasa keingintahuan yang tinggi dalam suatu kegiatan seseorang akan tentunya akan menimbulkan suatu ketakutan dalam dirinya. Ketakutan tersebut tentunya menimbulkan keinginan yang tinggi untuk selalu mengetahui *update* pada media sosial. Ketakutan yang muncul umum terjadi pada kalangan usia *emerging* adulthood pengguna aktif media sosial instagram.

Fenomena yang terjadi dimana individu memiliki rasa takut kehilangan suatu momen. Ketika tidak memperbarui foto di instagram, tidak membagikan aktivitas yang dilakukannya, tidak memperbarui story,

bahkan tidak *update* terhadap suatu informasi terbaru akan memberikan pengaruh yang besar bagi dirinya. Individu melihat suatu aktivitas dari *follower*-nya di instagram yang menurutnya menarik, akan terus memantau semua kegiatan yang dibagikan tanpa mengenal waktu. Aktivitas yang menarik tidak hanya berasal dari kalangan pertemanannya saja, akan tetapi kalangan selebgram maupun selebritis. Melewatkan satu momen yang dibagikan di instagram oleh selebgram, selebritis, ataupun teman sendiri akan menimbulkan suatu rasa yang cemas dan khawatir. Rasa takut ketika individu tersebut tidak dapat mendapatkan suatu informasi akan menimbulkan suatu masalah. Individu akan memiliki suatu kebahagiaan tersendiri ketika mengetahui momen tersebut di awal. Ketakutan yang timbul dalam diri akan berdampak pada rasa cemas yang berlebih, dan tentunya membuat tidak dapat terlepas dengan *smartphone*.

Fenomena *Fear of Missing out* (FoMO) mengalami kenaikan yang besar terkait penggunaan media sosial instagram. Masalah ini timbul karena individu akan sering menggunakan sosial media instagram. Agar tidak kehilangan momen *followers*-nya di instagram individu tidak dapat terlepas dari *smartphone* yang menimbulkan kecenderungan *Nomophobia*. Fenomena *Nomophobia* dan *Fear of Missing Out* (FoMO) merupakan hal yang nyata terjadi dengan mudah dan menyebar luas pada saat ini. Kedua hal tersebut tentunya banyak yang mengalami akan tetapi banyak juga yang belum menyadari dan memahami. Penelitian ini dilakukan berdasarkan fenomena yang terjadi secara langsung dan dialami oleh individu yang berusia *emerging adulthood*. Banyak individu yang belum menyadari bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) dapat berpengaruh

terhadap kecenderungan *Nomophobia*. Oleh karena itu, peneliti menaruh minat untuk mengetahui pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap kecenderungan *Nomophobia* pada *emerging adulthood* pengguna instagram.

B. Rumusan Permasalahan

Rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah “apakah terdapat pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap kecenderungan *Nomophobia* pada *emerging adulthood* pengguna instagram?”

C. Tujuan dan Manfaat

Tujuan :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap kecenderungan *Nomophobia* pada *emerging adulthood* pengguna instagram?

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk memperkaya pengetahuan mengenai *Fear of Missing Out* (FoMO) dan kecenderungan *Nomophobia* khususnya dalam bidang psikologi perkembangan, psikologi klinis, dan psikologi sosial, serta menambah referensi pada ilmu pengetahuan terkait dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) dan kecenderungan *Nomophobia* pada *emerging adulthood*.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada mahasiswa terkait *Fear of Missing Out* (FoMO) dan kecenderungan *Nomophobia* pada *emerging adulthood* pengguna instagram.

D. Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang dilakukan oleh Azmi (2019), tentang hubungan antara *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan kecanduan media sosial yakni menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa terdapat hubungan antara *fear of missing out* (FoMO) dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa. Hal tersebut dapat diartikan dengan semakin tinggi *fear of missing out* (FoMO) maka semakin tinggi juga kecanduan media sosial, begitu pula sebaliknya. Total populasi mahasiswa UIN Suska Riau 31.949 siswa dan menggunakan sebanyak 152 sebagai sampel. Proses pengambilan sampel, penelitian ini memakai teknik *non-probability sampling* dengan teknik *Purposive sampling*. Skala kecanduan media sosial dan skala *fear of missing out* (FoMO) digunakan dalam instrumen pengumpulan data. Penelitian dilakukan Azmi (2019), memiliki perbedaan dengan penelitian ini dalam hal populasi. Peneliti menggunakan populasi *emerging adulthood* dengan 100 responden wanita sebagai sampel dengan teknik *purposive sampling*. Pada penelitian ini, individu berjenis kelamin perempuan memiliki karakteristik yang sesuai, seperti jumlah pengguna instagram didominasi oleh wanita, wanita memiliki emosional yang tinggi, wanita membutuhkan pengakuan, dan wanita lebih memiliki permasalahan dibanding dengan pria. Sedangkan penelitian Azmi (2019), menggunakan sampel mahasiswa

yang secara umum tidak memiliki spesifikasi gender yang lebih detail. Pada penelitian ini instrumen penelitian menggunakan skala *nomophobia* dan FoMO.

Mudrikah (2019) melakukan penelitian mengenai hubungan sindrom FoMO dengan kecenderungan Nomophobia pada remaja. Peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode statistika dan menggunakan sampel sebanyak 127 siswa SMA Avisena sebesar 22% dari populasi. Berdasarkan penelitian mendapatkan hasil harga positif dengan nilai signifikansi $\leq 0,05$ dan taraf signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai koefisien 0,717. Hal tersebut tentunya menyatakan bahwa adanya hubungan positif antara kecenderungan *nomophobia* terhadap sindrom FoMO dan memiliki hubungan yang berbanding searah. Pada penelitian ini, peneliti berfokus dalam pengaruh antara dua variabel. Sedangkan peneliti yang dilakukan oleh Mudrikah (2019) berfokus terhadap suatu hubungan antara dua variabel. Perbedaan juga terlihat dalam penggunaan subjek penelitian, yang dimana peneliti menggunakan kelompok usia bukan kelompok siswa. Kelompok usia yang digunakan *emerging adulthood* (18-25 tahun) dimana usia tersebut merupakan usia eksperimen dan eksplorasi yang tentunya mengalami struggle dalam kehidupan. Pada usia ini akan lebih memiliki perencanaan yang kompleks dan penggunaan media sosial yang lebih dominan dari pada siswa. Penelitian Mudrikah (2019), menggunakan kelompok siswa yang di dominasi oleh siswa SMA yang masih dalam kategori remaja. Dimana kategori remaja yang lebih memiliki interaksi secara langsung di lingkungan sekolah maupun pertemanannya.

Penelitian Roseliyani (2019), mengenai hubungan intensitas penggunaan *smartphone* dan kesepian dengan kecenderungan *nomophobia* mendapatkan hasil bawa adanya suatu hasil yang signifikan antara intensitas pengguna *smartphone* dengan kesepian yang memberikan pengaruh terhadap kecenderungan *nomophobia* berdasarkan hasil hipotesis yang menggunakan teknik analisis regresi berganda. Hasil tersebut dapat ditafsirkan bahwa pengguna *smartphone* dan kesepian mahasiswa yang tinggi akan menyebabkan kecenderungan *nomophobia* yang semakin tinggi. Pada penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan teknik kuantitatif dengan menggunakan dua variabel. Peneliti juga lebih fokus dalam penelitian terhadap media sosial instagram dan pengaruh dari *Fear of Missing Out* (FoMO). Instagram merupakan media sosial yang paling banyak diminati masyarakat pada saat ini terutama di usia *emerging adulthood*. Informasi yang selalu terbaru di instagram dengan munculnya beberapa *trend* tentunya membuat masyarakat tidak ingin tertinggal. Budaya baru untuk membagikan segala sesuatu kegiatan di instagram tentunya tidak lepas dengan sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO).

Mengkaji dari beberapa sumber diatas, perbedaan pada penelitian ini adalah penelitian ini dilakukan dengan variabel *Fear of Missing Out* (FoMO) dan kecenderungan *nomophobia*. Penelitian ini berfokus pada pengaruh yang diberikan pada *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap kecenderungan *Nomophobia*. Penelitian ini juga mamakai subjek *emerging adulthood* yang dimana usia tersebut memiliki karakteristik eksplorasi diri yang dimana dalam usia tersebut individu akan mengalami

perubahan mengenai identitas, karakteristik ketidakstabilan dalam diri individu karena sering melakukan eksplorasi, individu dengan usia tersebut akan sering melakukan eksperimen dalam mengambil suatu keputusan dalam hidupnya. Peneliti juga lebih fokus dalam penelitian terhadap instagram, karena instagram adalah aplikasi sosmed yang banyak diminati serta digunakan oleh usia *emerging adulthood*. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian-penelitian yang dilakukan peneliti sebelumnya.