

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1.Latar Belakang Penelitian

Perkembangan IPTEK mendorong meningkatnya aktivitas manusia melalui kemudahan dalam mengakses informasi. Survei yang dilakukan oleh *Internet Networld Stats* (Maysitoh, Ifdil, & Ardi, 2020) sebanyak 132 juta atau sekitar 50,4% dari seluruh penduduk Indonesia merupakan pengguna internet. Kemudian survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2023) menyebutkan, pengguna internet di Indonesia meningkat seiring waktu selama periode 2022 hingga 2023 dengan angka mencapai 215 juta pengguna. Selain itu, melansir dari *Indonesiabaik.id* (2023) masyarakat Indonesia memiliki durasi penggunaan *smartphone* paling tinggi di dunia dengan rata-rata 5,7 jam per hari. Berdasarkan kelompok usia, ditemukan bahwa sebanyak 12,15% berusia 13-18 tahun, 32,09% berusia 18-34 tahun, 33,67% berusia 35-54 tahun, dan sebanyak 7,19% berusia 55 tahun ke atas merupakan pengguna internet di Indonesia.

Media sosial dan internet menjadi dua hal yang terhubung dan tidak dapat dipisahkan. Tentunya, kesadaran masyarakat terhadap teknologi khususnya pada usia dewasa awal, mendukung peningkatan penggunaan media sosial. Berdasarkan survei dari *GlobalWebIndex* (Databoks, 2021), generasi muda mencari hiburan lebih banyak pada sejumlah *platform* media sosial, dengan akses rata-rata perhari adalah 2,5 jam. Data lain dari *We Are Social* pada tahun 2020 menyebutkan bahwa rata-rata durasi masyarakat Indonesia dalam mengakses internet adalah selama 7 jam 59 menit, dengan selama 3 jam 46 menit dilakukan untuk menggunakan media sosial (Databoks, 2020). Data pengguna media sosial berdasarkan wilayah menunjukkan bahwa Provinsi Jawa Barat menyumbang angka pengguna media sosial yang tinggi dibanding wilayah lainnya di Indonesia, yaitu sebanyak 16,4 juta jiwa (Darmansyah & Sumaryanti, 2019).

Di Indonesia, Tiktok menjadi salah satu media sosial yang paling populer saat ini. Berdasarkan *top charts* di *Playstore*, TikTok menjadi aplikasi media sosial nomor satu

dalam kategori *top free apps* dengan pengakses sebanyak 500+ juta orang. Selain itu, laporan dari *We Are Social* per-Oktober 2023, TikTok menjadi media sosial dengan tingkat popularitas tertinggi di dunia, pada peringkat pertama adalah Amerika Serikat dengan 143,41 juta pengguna disusul dengan Indonesia pada peringkat kedua dengan 106,52 juta pengguna (Databoks, 2023). Mendukung hal ini, *Global Web Index* (2020) melaporkan bahwa TikTok menjadi media sosial peringkat pertama di beberapa negara, dari mulai pengguna yang tinggi, konten yang bervariasi dan menarik, hingga keefektifan media sosial ini dalam berbagi informasi. Melansir dari *Socialinsider.io* (2023), mayoritas pengguna TikTok di Indonesia berada pada kelompok usia 18-24 tahun, yaitu sebanyak 34,9%.

Santrock (2012) menyatakan bahwa individu yang berada di kelompok usia 18-25 tahun berada dalam tahap dewasa awal. Sehingga, dapat dikatakan bahwa mayoritas pengguna media sosial TikTok di Indonesia berada pada kelompok usia dewasa awal. Erikson dalam teori psikososial menyebutkan bahwa dalam tahap ini ditandai oleh adanya hubungan yang hangat dan erat terjalin antar individu (Santrock, 2012). Secara praktis hubungan ini dapat terjalin dengan menggunakan internet tentunya secara daring, yang ditandai dengan adanya peningkatan penggunaan media sosial (Krisnadi & Adhandayani, 2022).

Pentingnya media sosial bagi dewasa awal didasari oleh berbagai hal, diantaranya sebagai media interaksi sosial dengan orang lain (Al Aziz, 2020), mendapatkan informasi (Aprintha & Dwi, 2017), memperluas jaringan pertemanan (Sisrazeni, 2017), dan sebagai sarana untuk berafiliasi (Sitompul & Rahayu, 2023).

Seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial pada dewasa awal, hal ini memicu munculnya permasalahan psikologis terkait penggunaan media sosial (Wolniewicz et al., 2017), salah satunya adalah kelelahan secara emosional yang dirasakan pengguna media sosial (Fu, Li, Liu, Pirkkalainen, & Salo, 2020). Sejalan dengan temuan studi pendahuluan peneliti yang dilakukan pada tanggal 4 Mei sampai dengan 14 Mei 2023 terhadap 104 individu dewasa awal, dengan pertanyaan terbuka terkait perasaan yang dirasakan oleh responden ketika menggunakan media sosial. Sebanyak 21.3% responden merasakan emosi negatif ketika menggunakan media sosial,

dan 34% merasakan lelah secara emosional bahkan beberapa responden menyebutkan mereka merasa “*burnout*”.

Hal ini didukung oleh temuan dari Sans-Blaz *et al.* (2019) yang menyebutkan bahwa penggunaan media sosial dalam jangka waktu yang lama atau kompulsif dapat menyebabkan seseorang merasa lelah secara emosional. Adapun kondisi ini menjadi salah satu tanda bahwa individu mengalami *social media fatigue* (Dhir *et al.*, 2018) atau dalam literatur lain disebut dengan *social media burnout* (SMB) (Han, 2018).

*Social media burnout* atau SMB merupakan kondisi ketika individu merasa lelah akibat menggunakan media sosial, yang ditandai dengan adanya penarikan diri dari penggunaan media sosial (Han, 2018). Kondisi ini dapat terjadi karena adanya informasi yang berlebihan (*information overload*) di luar kapasitas individu tersebut (Sanz-Blas *et al.*, 2019). Adanya informasi berlebih dalam jangka waktu yang lama dapat memicu individu untuk merasa lelah dan terbebani, akibat dari pemrosesan informasi yang terlalu banyak oleh individu (Zhang *et al.*, 2021). Mendukung hal ini, Pawar *et al.* (2018) menyebutkan bahwa jika beban kognitif berlangsung lama dapat menyebabkan kelelahan fisik dan emosional yang kedepannya dapat mengganggu kesehatan mental. Dalam beberapa literatur, SMB termasuk ke dalam “*technostress*” atau tekanan yang diakibatkan oleh perkembangan teknologi (Shi, Yu, Wang, *et al.*, 2020), yang dalam penelitian ini adalah media sosial. Selain itu, Han (2018) menyebut tekanan internal atau stress dapat membuat individu mengalami *social media burnout*.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, SMB banyak dikaitkan dengan performa kerja terutama pada individu yang memiliki tuntutan kerja untuk terus secara langsung terlibat dengan media sosial. Penelitian sebelumnya menemukan bahwa dampak dari adanya *technostress*, salah satunya *social media burnout* menyebabkan penurunan dalam performa kerja individu, berkurangnya keterlibatan individu dalam pekerjaannya, meningkatkan angka *turnover*, dan penurunan komitmen organisasi bagi karyawan (Hung *et al.*, 2015; Srivastava *et al.*, 2015). Kwon, English, dan Bright (2020) menemukan bahwa individu yang bekerja *secara full-time* menjadi *content creator* lebih rentan untuk mengalami *emotional fatigue* yang menjadi salah satu tanda dari *social media burnout*

(SMB). Pada akhirnya menimbulkan perasaan inefisien dan menyebabkan penurunan performa kerja dimasa mendatang (van Zoonen & Rice, 2017).

Salah satu hal yang dapat memicu SMB adalah penggunaan media sosial secara berlebihan atau dapat juga disebut sebagai *problematic social media use* (PSMU). *Problematic Social Media Use (PSMU)* merupakan pola maladaptif individu pada perilaku dan kognitif, dimana individu lebih memilih untuk berinteraksi sosial secara online dibandingkan secara *face-to-face* (Marino et al., 2017). Dalam literatur lain, PSMU juga dapat disebut sebagai permasalahan yang diakibatkan dari penggunaan media sosial yang ditandai dengan adanya keinginan individu untuk terus menerus menggunakan media sosial, rendahnya kontrol diri ketika menggunakan media sosial yang selanjutnya dapat berdampak terhadap aktivitas individu tersebut (Fioravanti, Flett, Hewitt, Rugai, & Casale, 2020). Mendukung hal tersebut Zheng dan Ling (2021) menemukan bahwa semakin lama waktu yang dihabiskan individu dalam menggunakan media sosial, maka SMB yang dialami akan semakin tinggi.

Dalam penelitian sebelumnya, ditemukan bahwa SMB dapat dipicu oleh beberapa faktor, seperti *social anxiety* dan *social envy* (Liu & Ma, 2020), kontrol diri yang rendah (Swiatek et al., 2023). Bahkan individu yang memiliki regulasi diri yang rendah memiliki kecenderungan untuk lebih rentan mengalami SMB (Islam, Laato, Talukder, & Sutinen, 2020). Selain itu, *fear of missing out* (FOMO) juga menjadi faktor selanjutnya yang dapat memengaruhi tingkat SMB (Nurissam & Wulandari, 2023; Hattingh et al., 2022).

FOMO merupakan faktor yang memiliki hubungan kuat dengan SMB (Ashiru et al., 2022). *Fear of missing out* (FOMO) merupakan perasaan takut, cemas, atau khawatir akan tertinggal yang dirasakan individu (Przybylski et al., 2013). Individu yang FOMO cenderung untuk lebih banyak menghabiskan waktu dengan menggunakan media sosial, sehingga individu lebih rentan untuk mengalami SMB (Bright & Logan, 2018). Faktor yang dapat mendorong individu untuk FOMO salah satunya adalah tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis individu tersebut (Oberst, Wegmann, Stodt, Brand, & Chamarro, 2017). Sehingga, individu akan mencoba untuk memenuhi kebutuhannya melalui media sosial (Bright & Logan, 2018) yang nantinya akan mendorong adanya informasi berlebihan yang menyebabkan individu mengalami SMB (Ashiru, Oluwajana, & Biabor,

2022). Individu yang FOMO akan merasa bahwa kehidupannya tidak adil dibandingkan dengan orang lain, dan hal ini meningkatkan perasaan individu untuk merasa tertinggal dari orang lain (Chou & Edge, 2012 dalam Yin et al., 2019).

Selain berelasi dengan SMB, FOMO juga berkaitan dengan *Problematic Social Media Use (PSMU)*. Dalam sebuah literatur ditemukan bahwa individu yang lebih sering menggunakan *smartphone*, terkhusus media sosial memiliki kecenderungan untuk FOMO (Ahmad, Noviekayati, & Pratitis, 2023). Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya, yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang tinggi atau adiksi media sosial dapat memengaruhi *fear of missing out* (Ariyati & Halimah., 2021; Anastasya et al., 2022; Muhtarom, 2022). Dalam penemuannya Ahmad, Noviekayati, dan Pratitis (2023) menyebutkan bahwa ketika individu menggunakan media sosial secara terus menerus, akan menghasilkan hilangnya interaksi sosial individu dengan orang terdekatnya. Lebih lanjut, jika hal tersebut terjadi, maka akan timbul perasaan takut dari individu untuk tidak dapat terkoneksi dengan orang lain melalui media sosial yang selanjutnya disebut sebagai FOMO.

Banyak studi terdahulu yang melakukan penelitian korelasi atau keterkaitan dua arah antar variabel *Problematic Social Media Use (PSMU)*, *Compulsive Smartphone/Social Media Use*, dan Adiksi Media Sosial dengan *Social Media Burnout (SMB)* atau *Fear of Missing Out (FOMO)* dengan *Social Media Burnout (SMB)*. Namun, belum ada penelitian yang menguji ketiga variabel ini secara bersamaan, khususnya *fear of missing out* sebagai mediator. Selain itu, penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada subjek mahasiswa atau remaja. Sehingga penelitian ini akan lebih banyak mencakup pada dewasa awal. Kemudian, penelitian ini lebih berfokus pada satu *platform* media sosial yaitu TikTok, hal ini didasari oleh adanya temuan dari Van-Leuween (2023) bahwa penggunaan TikTok banyak dikaitkan dengan permasalahan psikologis. Kemudian, tingginya pengguna media sosial TikTok menjadi hal yang menarik peneliti untuk berfokus pada media sosial ini. Adanya inkonsistensi dari munculnya sosial media di kehidupan kalangan dewasa awal dengan kehidupan sosialnya, mendorong peneliti untuk menguji pengaruh *Problematic Social Media Use (PSMU)* terhadap *Social Media Burnout (SMB)* yang dimediasi oleh *Fear Of Missing Out (FOMO)* pada dewasa awal

pengguna media sosial TikTok di Jawa Barat. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk langkah strategis yang dapat dilakukan dalam upaya deteksi dini gangguan psikologis untuk memahami dinamika yang dialami individu dewasa awal agar dapat diarahkan ke hal yang positif.

## **1.2.Rumusan Masalah**

Rumusan dalam penelitian ini adalah “Apakah *Fear of Missing Out* (FOMO) dapat Memediasi Pengaruh *Problematic Social Media Use* (PSMU) Terhadap *Social Media Burnout* (SMB) pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial Tiktok di Jawa Barat?”

## **1.3.Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris terkait pengaruh dari *Problematic Social Media Use* (PSMU) terhadap *Social Media Burnout* (SMB) yang dimediasi oleh *Fear of Missing Out* (FOMO) pada dewasa awal pengguna media sosial Tiktok di Jawa Barat.

## **1.4.Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan, ilmu pengetahuan, dan informasi baru mengenai ilmu psikologi sosial dan dapat menambah referensi terkait interaksi antara manusia dengan teknologi khususnya media sosial, serta kaitannya dengan *Problematic Social Media Use* (PSMU), *Social Media Burnout* (SMB), dan *Fear of Missing Out* (FOMO).

### **1.4.2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Dewasa Awal**

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terutama dewasa awal mengenai dampak psikologis yang mungkin terjadi dari adanya perkembangan teknologi dan media sosial dengan manusia.

#### **b. Praktisi**

Bagi praktisi diharapkan penelitian ini dapat menjadi dasar bagi psikolog klinis dalam mengembangkan intervensi dan penanganan mengenai gangguan terkait *Problematic Social Media Use (PSMU)*, *Social Media Burnout (SMB)*, dan *Fear of Missing Out (FOMO)*.

c. Program Studi Psikologi

Bagi Program Studi Psikologi diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan kajian untuk membantu meningkatkan kontribusi psikologi secara praktis dan menambah kajian literatur mengenai *Problematic Social Media Use (PSMU)*, *Social Media Burnout (SMB)*, dan *Fear of Missing Out (FOMO)*.

d. Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat menjadi gambaran bagaimana *Problematic Social Media Use (PSMU)*, berpengaruh terhadap *Social Media Burnout (SMB)* yang dimediasi oleh *Fear of Missing Out (FOMO)*. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk mengembangkan penelitian lain baik dari segi variabel, metode penelitian, maupun subjek penelitian yang akan digunakan.