BAB 1

PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan terkait latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian yang akan menjadi dasar dalam penelitian ini.

A. Latar Belakang Penelitian

Perubahan peran komunikasi konvensional saat ini telah tergantikan dengan adanya perkembangan media komunikasi yang lebih modern yang ditandai dengan adanya perkembangan media sosial. Pesatnya perkembangan media sosial dikalangan masyarakat memberikan kemudahan dalam bertukar informasi dengan jarak dan waktu yang relative lebih singkat yang tidak dimiliki oleh komunikasi konvensional (Hampton, Sessions, & Her, 2011, hlm. 134). Perkembangan media sosial memberi kemudahan untuk mengakses berbagai informasi dan terhubung dengan orang lain (Pittman & Reich, 2016, p.155). Selain itu, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media untuk menunjukan identitas seseorang pada *virtual environment* melalui unggahan seperti informasi pribadi, *photograps*, hingga ketertarikan minat seseorang (Pempek, Yermolayeva, & Calvert, 2009, p. 228). Sehingga dalam beberapa tahun terakhir perkembangan komunikasi digital menjadi salah satu alat komunikasi utama bagi individu untuk mengembangkan jaringan online pribadi (Lee & Lee, 2015, p. 552). Selain itu, manfaat lain dalam menggunaan media sosial dapat dimanfaatkan untuk mencegah dan mengurangi rasa kesepian. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bakhshi, Shamma dan Gilbert (2014) yang menyatakan bahwa 38 % *like* dan 32% *comments* media sosial berperan sebagai *social presence* bagi pengguna media sosial sehingga mampu mengurangi rasa kesepian. Sementara itu, berdasarkan penelitian Valkenburg et., al. (2006) menyatakan terdapat kemungkinan bahwa individu yang berperan aktif dalam *social networking sites* (SNS) atau media sosial cenderung mengalami keterhubungan dan merasa lebih bahagia (Valkenburg, et., al. dalam Stieger, Tobin, & Sortheix, 2019).

Berdasarkan hasil Polling Indonesia dan survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada tahun 2018 menyatakan “Sebanyak 50.7% penduduk

Indonesia menggunakan media sosial *facebook,* 17.8% pengguna *instagram,* 15.1 % pengguna *YouTube,* 1.7 % pengguna *twitter* dan 0.4% data pengguna *LinkedIn.* Selain itu, berdasarkan jumlah penggunaan internet yang berasal dari seluruh provinsi di pulau Jawa, Jawa Barat merupakan salah satu provinsi penyumbang pengguna internet tertinggi dipulau Jawa dengan mencapai angka 58.3 % dari total jumlah penduduk" (APJII, 2018, diakses dari https://apjii.or.id pada 7 Juli 2021).

Penggunaan media sosial yang sedang ramai saat ini adalah media sosial *Instagram*. Hasil survey *we are social, Hootsuite* dalam *Digital 2021* menyatakan bahwa dari beberapa media sosial seperti *facebook, Instagram, twitter, whatsapp, youtube, tik tok* hingga *LinkedIn* media sosial Instagram merupakan media sosial yang paling banyak digunakan dengan persentase sebesar 86.6 % dari total jumlah penduduk Indonesia sebesar 274.9 juta jiwa dengan 85 juta pengguna Instagram mayoritas berada pada rentang usia 17- hingga 24 tahun atau berada pada rentang usia produktif. Dalam hal ini usia pengguna media sosial dapat menentukan kualitas dan frekuensi penggunaan media sosial. Penelitian Liebert (2006) mengungkapkan bahwa pengguna media sosial berada pada rentang usia produktif lebih nyaman dengan komunikasi *online* (Liebert, 2006, p. 433). Penelitian yang telah dilakukan oleh Mulyani, Mikarsa & Puspitawati (2018) menunjukan bahwa aktivitas yang sering dilakukan oleh individu yang berada pada rentang usia produktif adalah mengunggah foto atau video, melakukan aktivitas seperti mengeksplor, *stalking* hingga mencari informasi yang berkaitan dengan minat dan hobi (Mulyani, Mikarsa & Puspitawati, 2018). Selain itu, berdasarkan survey *we are social* (Januari, 2021) didapatkan hasil frekuensi penggunaan media sosial sebanyak 3 jam 14 menit dalam satu hari.

Sejak kemunculannya media sosial Instagram mampu menggeser beberapa media sosial sebelumnya seperti *facebook, twitter* dan *line*. Instagram merupakan media sosial yang lebih mengutamakan budaya *visual* untuk berbagi pengalaman melalui foto ataupun video berdurasi pendek. Selain itu yang membedakan Instagram dengan media sosial lainnya bahwa media sosial Instagram merupakan media sosial pertama yang menyediakan berbagai fitur seperti *instastory,* Instagram

live, direct message sehingga mampu menambah kesan pada informasi yang dibagikan kepada pengikutnya. Oleh karena itu, media sosial Instagram lebih mengedepankan pada budaya *visual* yang kuat dengan fitur penyuntingan gambar yang tersedia sesuai dengan aturan yang diciptakan oleh Instagram yakni '*Image first, text second'* (Lee & Lee, 2015, p. 552). Kemunculan media sosial Instagram saat ini menjadi bagian dari gaya hidup remaja dan sebagai pemenuhan kebutuhan pembentukan identitas untuk mendapatkan *social support* (Oh & Syn, 2015). Oleh karena itu adanya media sosial terutama media sosial Instagram diharapkan mampu menjadi harapan bagi setiap penggunanya untuk tercapainya *life satisfaction.*

Dibalik manfaat yang diberikan oleh media sosial Instagram juga terdapat sisi negatif yang ditimbulkan terutama terhadap kesehatan mental penggunanya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Cramer & Inkster (2017) mengemukakan bahwa media sosial Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki pengaruh negatif lebih tinggi terhadap kesehatan mental dan kepuasan hidup dibandingkan dengan media sosial lainnya. Contoh kasus, Santosa, L. W. (2020) mewartakan bahwa banyak remaja di Amerika Serikat mengalami depresi akibat *bullying* di media sosial sehingga memilih untuk melakukan bunuh diri. Dilansir dari *centers for disease control and prevention* (CDC) pada rentang tahun 2010 hingga 2015 tercatat adanya peningkatan kasus bunuh diri seiring dengan tingginya jumlah pengguna media sosial. Berdasarkan hasil penelitian Ryan & Deci (2000) mengemukakan bahwa individu yang memiliki *life-satisfaction* rendah berdasarkan kebutuhan dasar psikologis mengarahkan pada perilaku yang selalu ingin terus terhubung dengan media sosial. Hal ini disebabkan karena seseorang terdorong untuk lebih memperlihatkan sisi terbaiknya di media sosial Instagram, sehingga pengguna Instagram akan lebih fokus untuk menunjukan kesejahteraan hidupnya dan menyebabkan timbulnya tekanan psikologis karena adanya kepuasan hidup yang tidak sesuai serta munculnya perasaan *fear of missing out.*

Intensitas penggunaan media sosial Instagram yang tinggi dapat mngarahkan individu pada adanya perasaan *fear of missing out* atau suatu perasaan cemas dan takut karena ketinggalan informasi yang terjadi pada teman, keluarga

atau orang-orang di sekitarnya (Przbylski, dkk. 2013). *Fear of missing out* merupakan keadaan yang dapat menjadi salah satu faktor penyebab kecanduan media sosial dimana seseorang memiliki keinginan yang besar untuk tetap terhubung dengan apa yang sedang dilakukan oleh orang lain melalui dunia maya (Przybylski et al., 2013). Perkembangan media sosial membuat individu mengalami *fear of missing out* yaitu memiliki keinginan untuk dapat berada di dua tempat yang berbeda, selalu ingin mengetahui apa yang terjadi dilingkungan dan tidak ingin melewatkan kesempatan yang membuat diri bahagia. Dengan kata lain, individu yang mengalami *fear of missing out* merasa takut kehilangan hal yang menarik dan takut ketinggalan informasi yang *up to date* yang tersedia di media sosial (Abel, 2016). Fenomena *fear of missing out* terjadi karena adanya kebutuhan dan dorongan untuk tetap terhubung dan mempertahankan komunikasi yang hanya didapatkan melalui media sosial (Rozgonjuk, Sindermann, Elhai, & Montag, 2020). Keadaan *'missing out'* juga dapat mempengaruhi individu dalam membuat keputusan mengenai apa yang mereka lakukan seperti pembelian suatu produk yang lebih mahal agar tidak tertinggal oleh *trend* hanya karena tekanan sosial dan rasa takut dikecualikan (Dykman, 2012). Terutama dengan adanya kebijakan-kebijakan pemerintah ditengah situasi dan kondisi saat ini akibat mewabahnya virus covid-19 yang mewajibkan setiap individu untuk selalu menjaga jarak dan mengalihkan segala bentuk aktivitas fisik kedalam bentuk komunikasi yang dilaksanakan secara *online,* sehingga memaksa individu untuk selalu terhubung dengan internet dan media sosial.

Menurut Survey yang dilakukan oleh *JWTInteligence* (2011) mengemukakan "83% responden menyatakan bahwa keadaan *fear of missing out* membuat hidup responden berada diluar tanggung jawab, memiliki keinginan untuk terus membaca, menonton, mengikuti *trend* hingga membeli secara berlebihan akibat berbagai informasi yang diserap dan di konsumsi yang menyebabkan perasaan gelisah jika tidak mengikuti kecepatan informasi di media sosial". Informasi yang tersedia di media sosial memudahkan individu untuk selalu mendapatkan informasi terbaru dan peristiwa menarik yang terjadi di lingkungannya sepanjang waktu. Hal tersebut menunjukan bahwa *fear of missing*

secara konsisten berhubungan dengan penggunaan media sosial dalam tingkat yang lebih besar. Selain itu, *fear of missing out* muncul karena tidak terpenuhinya kebutuhan dasar psikologis akan *relatedness,* yang mengarahkan pada rendahnya *life-satisfaction,* oleh karena itu mereka mencari kepuasan hidup melalui media sosial hingga terjerat pada fenomena FoMO yang disebabkan oleh intensitas penggunaan media sosial Instagram yang tinggi bahkan hingga mendominasi kehidupan sehari-hari dan dapat dilakukan atau diakses dimana saja dan kapan saja sehingga, individu terus menerus memantau orang lain dimedia sosial dengan segala kelebihannya yang akhirnya berdampak pada rendahnya *life-satisfaction* pengguna media sosial Instagram.

Przbylski, dkk (2013) menyatakan bahwa individu yang terhubung dengan media sosial secara berlebihan diakibatkan oleh rendahnya *life-satisfaction.* Semakin rendah *life-satisfaction* yang dirasakan oleh individu maka semakin tinggi potensi untuk mencari kepuasan atau *life-satisfaction* melalui media sosial yang berakibat pada semakin besar perasaan *fear of missing out* yang dirasakan. Oleh karena itu, salah satu aspek pemenuhan yang dapat meningkatkan *life satisfaction* dari adanya media sosial terkait dengan pemenuhan kebutuhan sosial melalui teman- teman di dunia maya dengan adanya reaksi serta evaluasi yang biasanya diberikan dalam bentuk *like* atau *comment* dalam bentuk pujian.

Diener, Emmons, Larsen, dan Griffin (1985) menyatakan bahwa *life-satisfaction* merupakan suatu proses kognitif serta penilaian menyeluruh individu terkait hidupnya. *Life-satisfaction* merupakan bagian dari *subjective well- being* (Diener, dkk. 1985). Selain itu, *life-satisfacton* merupakan kemampuan seseorang dalam menikmati pengalaman-pengalamannya yang disertai dengan tingkat kegembiraan (Longstreet & Brooks, 2017). *Life-satisfaction* juga merupakan konstruksi yang mewakili evaluasi kognitif dan kualitas hidup seseorang secara keseluruhan (Pavot & Diener, 1993). *Life-satisfaction* mengacu pada validitas universal individu yang mengarahkan pada penilaian subjektif terkait keadaan hidup berdasarkan kriteria individu (Pavot, Diener, Colvin & Sandvik, 1991, p. 150). Oleh sebab itu, *life-satisfaction* merupakan susunan aspek yang seimbang

meliputi dimensi positif dan negatif (Diener, Oishi, & Lucas, 2003; Tay & Diener, 2011).Individu yang memiliki *life-satisfaction* lebih tinggi lebih memiliki dan merasakan kesejahteraan dalam hidupnya serta cenderung memiliki rasa percaya diri dan optimisme yang tinggi, memiliki penilaian yang positif dimata orang lain, memiliki tingkat regulasi diri yang baik serta memiliki target dan tujuan hidup yang terarah (Diener, 2000). Terdapat lima aspek dalam *life-satisfaction* yaitu 1) keinginan untuk tidak mengubah kehidupan, 2) kepuasan akan kehidupan saat ini, 3) kepuasan terhadap kehidupan dimasa lalu, 4) kepuasan terhadap kehidupan dimasa yang akan datang 5) penilaian orang lain terhadap kehidupan seseorang (Diener & Biswar, 2008). Individu yang tidak memenuhi salah satu dari kelima aspek tersebut dapat dikatakan bahwa individu tersebut memiliki tingkat *life-satisfaction* yang rendah.

Intensitas yang tinggi dari penggunaan media sosial Instagram juga dapat menyebabkan munculnya perilaku *social comparison* pada orang lain didunia maya. *Social comparison* merupakan proses keterlibatan individu untuk mengenali diri, melakukan evaluasi yang kurang akurat mengenai kemampuan serta keyakinan dengan cara membandingkan diri dengan orang lain (Festinger, 1954). Berdasarkan hasil penelitian Chou & Edge (2012) menyatakan bahwa keterhubungan dengan media sosial yang tinggi serta seringnya melihat postingan yang orang lain bagikan akan berdampak pada perubahan *mood* dan berdampak pada munculnya perilaku *social comparison.* Pada dasarnya setiap individu memiliki kebutuhan untuk melakukan *social comparison* untuk meningkatkan kualitas diri yang dapat dilakukan dengan *upward comparison* yaitu perbandingan yang dilakukan pada individu yang lebih superior dengan tujuan untuk meningkatkan, mengasah atau memperbaiki aspek dalam diri dan *downward comparison* yaitu perbandingan yang dilakukan pada individu yang inferior dengan tujuan penerimaan semua aspek dalam dirinya (Wood, 1989). Sehingga, *social comparison* dilakukan dengan tujuan memotivasi diri untuk dapat berkembang menjadi lebih baik dan menerima apa yang telah dimiliki. Namun, pada kenyataannya *social comparison* menyebabkan seseorang merasa tidak senang terhadap apa yang dimiliki serta sering menimbulkan perasaan cemburu dan emosi negatif lainnya. Budaya visual yang

diberikan oleh Instagram mendorong penggunanya untuk melakukan *social comparison* melalui unggahan-unggahan yang orang lain tampilkan di media sosial instagram terkait dengan apa yang dialami, apa yang lakukan dan apa yang didapatkan. Timbulnya perasaan iri terhadap apa yang telah orang lain unggah memicu timbulnya ketidakpuasan dalam hidup. Berdasarkan hasil penelitian Kresnova, et., al (2013) salah satu alasan pengguna instagram menimbulkan reaksi emosi negatif karena timbulnya iri hati ketika melihat *postingan* orang lain, sehingga mempengaruhi tingkat *life- satisfaction* individu tersebut. Contoh kasus adalah dalam perilaku ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh pada remaja perempuan. Hasil penelitian (Puspitasari, A. I & Ambarini, T. K, 2017, p. 63) menjelaskan bahwa semakin sering remaja terhubung dengan media sosial maka semakin tinggi tingkat ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh pada remaja. Kemunculan negatif *upward comparison* ini memiliki hubungan negatif dengan symptom depresi (Lin, L.,et al. 2016). Selain itu, negatif *upward comparison* berdampak pada ketidakstabilan tingkat emosi individu seperti permusuhan dan ketakutan (Van Deursen et al., 2015). Berdasarkan hasil penelitian terdahulu terkait *social comparison* yang dilakukan individu cenderung mengarahkan pada pengaruh dan konsekuensi negatif seperti kecemasan, depresi hingga rendahnya *life-satisfaction* (Gibbon & Buunk, 1999).

Peneliti melakukan *preliminary research* dengan menggunakan metode wawancara pada empat subjek pengguna Instagram yaitu terhadap subjek K, S, M dan B pada tanggal 8 Maret 2020. Hasil wawancara menunjukan bahwa subjek K, S, M dan B memiliki intensitas yang cukup tinggi dalam mengakses intagram yakni 5-6 jam per hari. Subjek K, S dan M menjelakan bahwa sulit untuk tidak membuka intagram dalam sehari. Selain itu, kegiatan mengakses Instagram mereka lakukan dimulai dari bangun tidur hingga kemanapun mereka pergi dan berkumpul bersama teman. Hal ini tidak jarang membuat subjek K, S dan M mendapat teguran dari orang sekitar. Sedangkan subjek B memilih untuk menyendiri, berdiam diri dirumah mengakses Instagram atau bemain game *online* dari pada berkumpul dengan rekannya. Hal yang dilakukan oleh subjek K, S, M dan B ketika mengakses Instagram adalah melihat *story* teman, atau men-*stalking* orang lain, *mengupdate*

status hingga seringkali harus tidur tengah malam untuk memuaskan rasa penasaran ketika mengakses Instagram.

Intensitas penggunaan Instagram yang tinggi mendorong subjek K, S, M dan B melakukan *social comparison* dengan orang lain. Keempat subjek menjelaskan bahwa *social comparison* yang sering mereka lakukan adalah terkait dengan gaya hidup walaupun tidak jarang pula subjek K, S, M dan B membandingkan hal-hal lain seperti prestasi, *skill* hingga relasi. Selain itu, terdapat dorongan yang mempengaruhi subjek K, S, M dan B untuk mencari labih jauh hal-hal yang dibandingkan yang akhirnya berdampak pada perasaan *insecure*, merasa tidak bisa melakukan sesuatu yang orang lain dapat lakukan hingga merasa berada dalam takdir yang tidak sempurna. Selain itu, subjek K dan S menjelaskan *social comparison* yang dilakukan terkadang membuat diri lupa untuk dapat mengkontrol perilaku mengkonsumsi barang yang diperlukan untuk menjadikan diri berada pada posisi yang sama dengan orang yang dibandingkan. Subjek K menjelaskan bahwa selain karena kebiasaan untuk mengakses Instagram, subjek K juga menjelaskan keuntungan dalam mengakses Instagram yakni dapat *memposting* produk yang diperjualbelikan supaya lebih menarik untuk mendatangkan lebih banyak konsumen.

Apabila dilihat dari hasil *preliminary research* yang dilakukan oleh peneliti dapat diketahui bahwa intensitas penggunaan Instagram yang tinggi selain memberikan dampak positif juga dapat memberikan dampak negatif terhadap penggunanya seperti gangguan tidur dan interaksi sosial. Selain itu, intensitas mengakses media sosial melalui *smartphone* dapat memicu perubahan *life-satisfaction* yang diakibatkan karena adanya perasaan *fear of missing out* dan *social comparison.*

Penelitian Gani (2021) terkait pengaruh *life-satisfaction* terhadap *fear of missing out* menyatakan bahwa terdapat pengaruh dengan korelasi negatif antara *life-satisfaction* terhadap *fear of missing out.* Artinya, rendahnya nilai *life-satisfaction* mempengaruhi pada tingginya *fear of missing out.* Penelitian terkait *life-satisfaction* terhadap *fear of missing out* sudah dilakukan sebelumnya.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat diketahui bahwa penelitian mengenai *life-satisfaction* dan *fear of missing out* telah dilakukan. Namun, belum banyak ditemukan penelitian yang menggunakan *life-satisfaction* sebagai variabel bebas (X) dan *fear of missing out* sebagai variabel terikat (Y) yang dimediasi oleh *social comparison* (Z) pada penggunaan media sosial instagram. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu serta kasus dan fenomena yang terjadi, peneliti tertarik untuk meneliti dan mencari tahu lebih jauh terkait pengaruh *life-satisfaction* terhadap *fear of missing out* pengguna Instagram dengan menambahkan variabel *social comparison* sebagai variabel yang memediasi (Z) yang belum diungkap pada penelitian sebelumnya. Selain itu penelitian ini mencakup dan menjabarkan aspek psikologis yang menjadi penyebab dan dampak penggunaan sosial media Instagram pada kepuasan hidup untuk membentuk kesejahteraan psikologis dan mengetahui cara terbaik untuk mengurangi dampak negatif dari perilaku *social comparison* dan adanya *fear of missing out.*

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dirumuskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Apakah terdapat pengaruh *life-satisfaction* terhadap *fear of missing out* yang dimediasi oleh *social comparison* pengguna sosial media Instagram?"

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *life-satisfaction* terhadap *fear of missing out* yang dimediasi oleh *social comparison* pengguna media sosial Instagram.

C. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan ilmu pengetahuan serta kontribusi dan literasi di bidang psikologi sosial

terkait pengaruh *life-satisfaction* terhadap *fear of missing out* yang dimediasi oleh *social comparison pengguna* media sosial Instagram. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi untuk masyarakat yang membutuhkan serta bagi peneliti selanjutnya yang akan membahas topik yang sama.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai landasan untuk meningkatkan kesehatan mental pengguna media sosial *Instagram* agar dapat lebih bijak dalam menggunakan media sosial sehingga menyadarkan pengguna *Instagram* khususnya remaja bahwa dengan melakukan perbandingan sosial melalui media sosial bukanlah suatu penentu dalam mencapai kebahagiaan pada setiap individu.