

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pandemi *Covid-19* telah melanda bangsa Indonesia selama lebih dari satu tahun. Penyebaran virus *Covid-19* ini di sangatlah cepat, virus ini tersebar melalui percikan ludah (*droplet*) yang keluar saat penderita *Covid-19* batuk atau bersin (“Virus Corona,” 2021). Berdasarkan kecepatan penyebaran virus tersebut, pada tanggal 31 Maret 2020 Pemerintah mengeluarkan peraturan mengenai Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam rangka percepatan penanganan *Covid-19* (“Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2020 tentang PSBB,” 2020)

Semenjak pandemi *Covid-19* menyerang, kebanyakan kegiatan dilakukan secara *online*, seperti sekolah, kuliah, bekerja, belanja dll, hal ini memang merupakan salah satu dari dampak adanya *Covid-19* (Maryanti, 2021). Penggunaan teknologi sangat dibutuhkan untuk memudahkan melakukan kegiatan-kegiatan tersebut. Jejaring media sosial dapat membantu proses bekerja, dan pembelajaran secara online, beberapa contohnya adalah seperti *Google Classroom*, *Zoom Cloud Meeting*, *Skype*, *Whatsapp*, dll (Bagas, 2021)

Jejaring media sosial sendiri merupakan sebuah media yang menggunakan teknologi berbasis *web* untuk membuat platform yang sangat interaktif, dimana individu dan komunitas dapat berbagi, mendiskusikan, membuat bersama dan memodifikasi konten yang dibuat oleh penggunanya (Kietzmann, Hermkens, Mccarthy, & Silvestre, 2011). Media sosial mampu membantu seorang individu untuk meredakan kebosanan yang ditimbulkan ketika berada di rumah saja di masa pandemi *Covid-19* ini, salah satu media sosial yang banyak digunakan orang ketika bosan dirumah saja adalah

media sosial yang bernama *TikTok* (Milenita, 2020). *TikTok* sendiri merupakan sebuah platform untuk mengedit dan membuat video pendek yang dipadukan dengan musik dan memiliki misi untuk menyajikan kreativitas dan momen berharga yang diciptakan oleh pria asal China yaitu Zhang Yiming pada September 2016 (F. A. Utami, 2020).

TikTok mulai dikenal oleh masyarakat di Indonesia sekitar tahun 2018 dengan kemunculan Prabowo Mondarto atau yang lebih dikenal dengan sebutan Bowo Alpenliebe, yang sempat viral dengan julukan raja *TikTok*. Bowo juga disebut-sebut sebagai awal terkenalnya *TikTok* di Indonesia (Rachmawati, 2020). Pada saat itu, Kominfo mengeluarkan keputusan untuk memblokir *TikTok* karena aduan masyarakat yang mengatakan bahwa banyak konten negatif di aplikasi *TikTok*, dan ketika Tim Siber Kominfo dan Mesin Sensor Internet melakukan pemantauan terhadap media sosial *TikTok* ini, memang benar bahwa ditemukannya banyak konten negatif, seperti pornografi, asusila, dan pelecehan agama. Namun pemblokiran yang dilakukan bersifat hanya sementara, ketika konten negatif dan ilegal sudah dibersihkan pihak *TikTok* maka media *TikTok* akan dibuka kembali (“Ini Penyebab Kominfo Putuskan Blokir Tik Tok,” 2018).

Pada tahun 2020, media sosial *TikTok* kembali diminati oleh masyarakat di beberapa Negara, termasuk Indonesia. Hal ini bisa dibuktikan dengan terjadinya peningkatan penggunaan media sosial *TikTok* setelah terjadinya pandemi *Covid-19*. Berdasarkan data statistik yang dibuat oleh *Sensortower* pada 29 April 2020, media *TikTok* telah memiliki jumlah total unduhan lebih dari 2 milyar per-tiga bulan pada tahun 2020 secara global dan pada kuartal I-2020 *TikTok* menembus jumlah unduhan tertinggi di antara kuartal sebelumnya, yaitu mencapai 315 juta unduhan, baik di *Google Play* maupun *App Store*. *Google Play* sendiri telah menyumbang sebagian

besar unduhan *TikTok* dengan lebih dari 1,5 Milyar unduhan atau 75,5% dari total unduhan ditahun 2020, sedangkan pada *App Store* sudah ada 495,2 juta unduhan atau 24,25%, lonjakan kenaikan unduhan ini terjadi akibat Pandemi *Covid-19* yang terjadi secara global (Annur, 2020).

Terdapat berbagai alasan mengapa akhirnya orang memilih media sosial *TikTok* untuk dinikmati selama pandemi ini, seperti pada *survey* yang dilakukan oleh Marsianus pada mahasiswa Universitas Tanjungpura mengenai penggunaan *TikTok*, ada beberapa alasan mahasiswa di Universitas Tanjungpura menggunakan media sosial *TikTok*, diantaranya adalah bahwa para mahasiswa tersebut mengenal dan bermain *TikTok* karena diajak oleh teman atau kerabat terdekat, untuk menghibur diri sendiri ketika bosan dan jenuh, mengisi waktu luang bersama teman, bermain *TikTok* untuk sarana kreativitas dan ada juga yang bermain *TikTok* hanya karena sebatas mengikuti *trend* yang sedang berlangsung (Marsianus, 2020).

Terdapat dampak negatif yang ditimbulkan dengan adanya penggunaan media sosial (*TikTok*) di tengah masyarakat, yaitu adanya pemborosan waktu, dimana masyarakat menjadi membuang waktunya untuk melihat konten *fyp* yang ada di *TikTok* sehingga pekerjaan menjadi tertunda, memicu perbandingan kehidupan sosial dan ekonomi di masyarakat, menjadi sebuah media *bullying* dan sarkasme (Siman, 2020). Walaupun terdapat beberapa efek negatif dari penggunaan *TikTok* ini, Media sosial *TikTok* tetap digemari oleh masyarakat ditengah pandemi ini dikarenakan memang menawarkan hal yang menarik dan berbeda dengan media sosial lainnya, di *TikTok* seseorang bisa mengunggah video yang berkisar sekitar 15 detik sampai 60 detik, di *TikTok* juga bisa menaruh kreativitas dalam unggahan video yang dibuat, inilah alasan

TikTok banyak digemari oleh pada kaum milenial termasuk mahasiswa. *TikTok* bisa melatih kreativitas si pengguna, dengan banyaknya *challenge* (tantangan) dan *trend* yang menarik yang bisa diikuti, dikembangkan dan tentunya bisa menghibur penonton yang melihat dan tentunya menghibur diri sendiri. Selain itu, banyak sekali konten yang bisa ditemui di media sosial *TikTok* seperti konten edukasi, tutorial memasak, tutorial membuat suatu benda, tutorial *make-up*, menari, dll (“Fenomena *TikTok* di Tengah Pandemi Mengapa Digemari dan Apa Manfaatnya,” 2020).

Banyaknya hal menarik di media sosial *TikTok* ini membuat mahasiswa semakin tertarik dalam bermain media sosial *TikTok*, termasuk mahasiswa di Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Peneliti melakukan wawancara pada 5 mahasiswa dan melakukan *survey* pada 36 mahasiswa, yaitu sekitar 5,4% dari seluruh jumlah mahasiswa Fakultas Psikologi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang dijadikan populasi, untuk melihat bahwa memang terdapat fenomena penggunaan *TikTok* setelah adanya pandemi ini. Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan pada 5 Mahasiswa di Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, dapat diketahui bahwa kelima subjek tersebut memang bermain media sosial *TikTok*.

Subjek 1 (RM) mengatakan bahwa ia bermain *TikTok* pada awalnya karena melihat orang lain juga bermain *TikTok* dan muncul rasa penasaran untuk mencobanya, ia bermain *TikTok* untuk menghilangkan rasa bosan. Subjek 1 mengatakan bahwa dalam sehari bisa bermain *TikTok* selama lebih dari 6 jam. Subjek 1 mengatakan jika ia tidak membuka aplikasi *TikTok* ia akan merasa ketinggalan informasi akan suatu hal yang ia senangi, ia juga menjadi lebih sering mengecek handphone dan *TikTok*nya untuk mengecek notifikasi yang masuk.

Adapun Subjek ke-2 (ET) mengatakan, bahwa pada awalnya ia bermain *TikTok* karena melihat orang membuat video menari, dan terlihat seru, akhirnya ia mencoba dan menjadi ketagihan bermain *TikTok*. ET bermain *TikTok* untuk mengisi waktu luang selama kuliah dirumah karena bosan tidak ada kegiatan. Subjek ke-2 mengaku bisa bermain *TikTok* lebih dari 6 jam sehari, ia mengatakan setelah bermain *TikTok* ET menjadi lupa waktu, dan keseringan bermain HP. Subjek ke-2 juga mengaku bahwa jika ia tidak membuka *TikTok* selama sehari, ia merasa akan ketinggalan informasi mengenai yang ada di *TikTok*, ia juga merasa kesal jika internet yang dipakainya mengalami gangguan selama bermain *TikTok*. Subjek ke-2 juga jadi sering mengecek handphone untuk melihat notifikasi yang masuk.

Subjek ke-3 (SN) pun memiliki alasan yang kurang lebih sama dengan yang lain, ia bermain *TikTok* karena mengikuti orang lain. Subjek ke-3 bermain *TikTok* untuk menghibur diri sendiri ketika bosan di rumah saja akibat pandemi *Covid-19*. Total Subjek ke-3 bermain *TikTok* adalah sekitar 4 jam sehari. Dampak yang Subjek ke-3 rasakan setelah bermain *TikTok* adalah ia menjadi lupa waktu dan menelantarkan pekerjaan yang harusnya dilakukan, ia juga menjadi suka mengecek *gadget* dan *TikTok* nya secara berulang untuk melihat notif yang masuk. Ketika sinyal internetnya mengalami gangguan Subjek ke-3 akan merasa kesal dan bosan jika tidak bisa membuka *TikTok*. Subjek ke-3 juga merasa bahwa jika ia tidak membuka *TikTok* dalam sehari ia akan melewatkan informasi-informasi yang penting baginya dan hal itu membuat perasaan SN menjadi tidak enak, seperti menjadi gelisah.

Adapun Subjek ke-4 (TN), ia awalnya bermain *TikTok* karena mengikuti adiknya yang terlebih dahulu sudah bermain *TikTok*, ia bermain *TikTok* untuk mengisi waktu luang saja. Subjek ke-4 juga

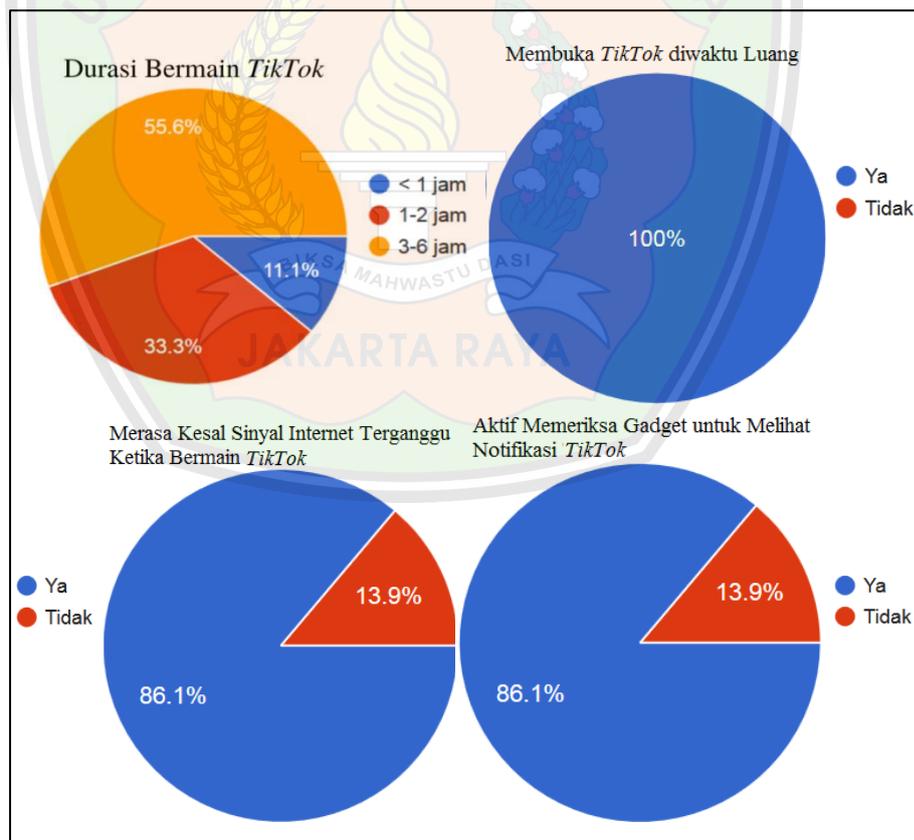
mengatakan bahwa ia bermain *TikTok* bisa lebih dari 6 jam dalam sehari. Menurut Subjek ke-4, *TikTok* memiliki banyak hal yang bisa di eksplor, dari informasi-informasi yang baru dan pengetahuan yang sebelumnya tidak diketahui. Selain itu, Subjek ke-4 mengatakan, setelah keasikkan bermain *TikTok*, ia jadi lupa waktu dan banyak kerjaan yang akhirnya tertunda. Subjek ke-4 juga mengatakan bahwa jika ia tidak membuka *TikTok* selama sehari, perasaannya menjadi tidak enak dan cemas, ia merasa ketinggalan informasi dan konten dari seseorang yang ditunggu-tunggu, ia juga mengaku bahwa ia menjadi lebih sering mengecek-ngecek *handphonenya* untuk melihat notifikasi yang terbaru.

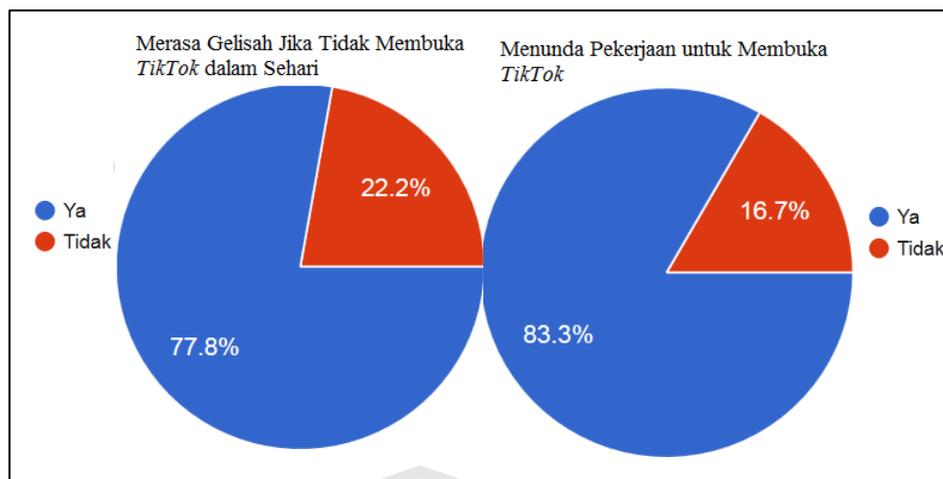
Pada subjek ke-5 (ES) mengatakan bahwa pada awalnya ia bermain *TikTok* karena ajakan teman dan akhirnya menjadi terbiasa untuk bermain *TikTok* karena banyaknya konten yang menarik. Karena rasa bosan, Subjek ke-5 bermain *TikTok* bisa lebih dari 5 jam dalam sehari. Menurut Subjek ke-5, sebenarnya di dalam *TikTok* sendiri banyak hal yang menghibur dan menambah ilmu pengetahuan serta bisa menambah informasi terbaru tentang sesuatu, namun efek negatif yang dirasakan adalah menjadi lupa waktu hingga begadang untuk *scrolling FYP* di *TikTok*. Subjek ke-5 juga mengaku bahwa ES menjadi lebih sering mengecek *gadget* untuk melihat apakah ada notif terbaru yang ada di *TikTok*. Ketika dalam sehari Subjek ke-5 tidak membuka *TikTok* ia akan merasakan ada sesuatu yang kurang, ia juga merasakan kecemasan sendiri, karena ia takut ketinggalan informasi dan berita-berita mengenai hal yang disukainya.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa alasan para subjek bermain *TikTok* pada awalnya karena ikut-ikutan orang lain dan ingin menghilangkan rasa bosan di tengah masa pandemi *Covid-19*, namun ketika para subjek sudah mencoba

media sosial *TikTok*, para subjek menjadi ketagihan dan bisa bermain *TikTok* dengan intensitas penggunaannya adalah 4 sampai 6 jam sehari. Kelima subjek mengatakan bahwa karena bermain *TikTok* kelima subjek tersebut menjadi lupa waktu, dan menelantarkan pekerjaan yang harus dilakukan, kelima subjek tersebut juga menjadi lebih sering mengecek *gadget* untuk melihat notif yang masuk, dan akan merasa ketinggalan informasi mengenai suatu hal jika tidak membuka *TikTok* dalam sehari, serta merasa kesal jika internet yang digunakan mengalami gangguan ketika sedang bermain *TikTok*.

Peneliti juga menyebarkan kuesioner untuk diisi oleh mahasiswa lain di Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Peneliti menyebarkan kuesioner pada 36 mahasiswa yang telah diketahui bermain *TikTok*, berikut adalah hasilnya:





Gambar 1.1 Hasil Survey

Berdasarkan hasil *survey* yang telah dilakukan di atas, dapat diketahui bahwa rata-rata mahasiswa bermain aplikasi *TikTok* adalah 3-6 jam seharinya, mereka juga aktif memeriksa gadget walaupun tidak ada notifikasi yang masuk, mereka juga menjadi merasa gelisah jika tidak membuka aplikasi *TikTok*, dan mereka juga menjadi sering menunda pekerjaan untuk membuka aplikasi media sosial *TikTok*. Selain dari hasil wawancara dan *survey*, peneliti juga menemukan artikel yang dikemukakan oleh Stephanie (2021) dimana terdapat laporan yang bernama “*Digital 2021: The Latest Insights Into The State of Digital*” yang diterbitkan pada 11 Februari 2021, laporan tersebut berisikan hasil riset tentang pola pemakaian media sosial di beberapa Negara, termasuk Indonesia. Menurut laporan tersebut, rata-rata masyarakat di Indonesia menghabiskan waktu tiga jam empat belas menit dalam seharinya untuk mengakses media sosial dimana hal ini bisa diartikan bahwa intensitas penggunaan media sosial di Indonesia cukup tinggi.

Menurut *survey* yang dilakukan oleh *The Graphic, Visualization & Usability Center, The Georgia Institute Of Technology* terdapat 3 kategori pengguna internet berdasarkan intensitas penggunaannya, yaitu: 1) *Heavy Users* yaitu pengguna internet menghabiskan waktu

lebih dari 40 jam perbulan. Jenis pengguna internet ini adalah salah satu ciri-ciri pengguna yang addicted,; 2) *Medium Users* yaitu pengguna internet yang memakai waktu antara 10 sampai 40 jam perbulannya,; 3) *Light Users* yaitu pengguna internet memakai waktu kurang dari 10 jam perbulannya (dalam Pramiyanti, Putri, & Nureni, 2014). Berdasarkan teori diatas dan dikaitkan dengan hasil wawancara dan *survey* mengenai intensitas penggunaan media sosial, maka bisa dikatakan bahwa mahasiswa tersebut termasuk kedalam pengguna *heavy users* dengan intensitas penggunaan media sosial yang tinggi.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) intensitas sendiri merupakan suatu keadaan tingkatan atau ukuran intensnya (Kbbi.web.id, 2012). Intens yang dimaksud adalah seberapa hebat atau kuat, tinggi, bergelora dan penuh semangat individu mengenai suatu hal (Kbbi.web.id, 2012). Adapun menurut Yuniar & Nurwidawati (2013) intensitas merupakan seberapa sering atau tingkat keseringan seseorang ketika melakukan suatu aktivitas yang disenangi dengan kegiatan yang dilakukan. Selain itu, menurut Khoiriyah (2019) Intensitas merupakan tingkatan keseringan (Frekuensi), kesungguhan dan semangat seorang individu dalam melakukan suatu hal.

Adapun definisi dari media sosial sendiri adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas fondasi ideologi dan teknologi dari Web 2.0 dan yang memungkinkan individu bisa membuat dan bertukar konten (Kaplan & Haenlein, 2010). Sedangkan menurut Russo, Watkins, Kelly, & Chan (2008) media sosial dapat didefinisikan secara luas sebagai media yang memfasilitasi komunikasi, jaringan dan kolaborasi *online*, dimana individu mampu membuat, mengunggah dan berbagi konten digital.

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial adalah seberapa sering (frekuensi) dan seberapa intens seorang individu menggunakan dan mengakses media sosial. Adapun menurut (Aziz, 2020) intensitas penggunaan media sosial adalah kuantitas, perhatian, dan ketertarikan seseorang dalam menggunakan media sosial dan dapat dilihat dari kedalaman atau kekuatannya serta frekuensinya bermain media sosial. Sedangkan menurut Khoiriyah (2019) intensitas penggunaan media sosial merupakan sebuah intensitas yang memiliki keterkaitan dengan perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi ketika seseorang mengakses media sosial.

Menurut H. Gunawan, Anggraeni, & Nurrachmawati (2021) terdapat beberapa dampak dari tingginya intensitas penggunaan media sosial, seperti memunculkan kecemasan, depresi, rendahnya *self-esteem*, menimbulkan gangguan tidur, mempengaruhi body image, dan juga memunculkan sikap anti sosial dan rendahnya kepekaan sosial. Menurut Bestari & Widayat (2018) salah satu faktor yang mendasari penggunaan media sosial adalah faktor fungsional yang bisa dihubungkan dengan fenomena *fear of missing out*, dimana seorang individu menggunakan media sosial untuk memenuhi tujuan dan kebutuhan untuk terus tersambung dengan orang lain. Berdasarkan hal ini, dapat diketahui, bahwa *Fear of missing out* bisa mendorong seseorang untuk menggunakan media sosial sehingga intensitas penggunaannya bisa meningkat.

Fear of missing out sendiri merupakan rasa ketakutan dan kegelisahan yang akan muncul jika seorang individu ketinggalan informasi, dimana individu tidak hadir dalam kejadian atau aktivitas yang dialami orang lain dan membuat individu ingin terus terhubung dengan apa yang orang lain lakukan (Przybylski, Murayama, Dehaan, & Gladwell, 2013). Sedangkan menurut JWTIntelligence (dalam

Hariadi, 2018) *Fear of Missing Out* merupakan sebuah fenomena dimana seseorang akan merasa ketakutan apabila orang lain memperoleh pengalaman yang menyenangkan namun individu sendiri tidak melihat secara langsung, yang menyebabkan individu tersebut berusaha untuk tetap terhubung dengan apa yang orang lain lakukan melalui media salah satunya adalah media sosial.

Berdasarkan definisi diatas, dapat dikatakan bahwa *Fear of Missing Out* adalah ketakutan yang muncul jika seorang individu ketinggalan akan informasi yang dilakukan oleh orang lain, sehingga individu akan terus ingin terhubung dengan orang lain melalui media, salah satunya adalah media sosial. Menurut Fuster, Chamarro, & Oberst (2017) seseorang yang mengalami *Fear of Missing Out* akan selalu ingin merasa terhubung dengan orang lain di media sosial, seorang yang mengalami *fear of missing out* akan terus mengecek media sosial yang dimiliki agar tetap bisa mengikuti rencana dan aktivitas dari orang lain sehingga seseorang yang mengalami *fear of missing out* memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi.

Intensitas penggunaan media sosial memang memainkan peran penting dalam *Fear of Missing Out*, dikarenakan untuk mencari informasi orang lain, orang akan mengakses media sosial. Media sosial dapat memberi kesempatan untuk berbagi informasi dengan orang lain, maka semakin tinggi tingkat *Fear of Missing Out* semakin tinggi pula orang mengakses media sosial (Abel, Buff, & Burr, 2016). Hal ini juga sejalan dengan hasil wawancara dan *survey* yang telah dilakukan oleh peneliti, bahwa seorang individu yang memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi merasa ketakutan apabila ia tertinggal informasi dari media sosial (*TikTok*) yang digunakan, selain itu juga seorang individu tersebut merasakan bahwa ia harus terus menggunakan media sosial mereka untuk mengikuti perkembangan informasi terbaru di media sosial mereka agar tidak

tertinggal. Maka dari itu seorang individu yang memiliki *fear of missing out* akan memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi, dimana hal ini menunjukkan adanya hubungan antara *fear of missing out* dengan intensitas penggunaan media sosial.

Terdapat beberapa ciri-ciri orang yang mengalami *Fear of Missing Out*, yaitu: Selalu memeriksa gadget untuk melihat notifikasi yang masuk di media sosialnya, lebih peduli dengan media sosial daripada kehidupan di dunia nyata, selalu ingin tahu kehidupan orang lain, selalu ingin tahu gosip terbaru (Anggraeni, 2021). Selain itu, *fear of missing out* juga dapat menjadi masalah jika dibiarkan begitu saja, karena akan berdampak pada mood yang bisa menjadi negatif, selalu merasa kehidupan yang dijalani tidak memuaskan, memiliki gangguan tidur, memiliki motivasi belajar yang menurun, dan bahkan bisa menimbulkan kecenderungan depresi yang tentu saja merugikan (Heriyanti, 2020).

Fear of missing out memiliki hubungan dengan intensitas penggunaan media sosial yang tinggi, hal ini dapat diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Bestari & Widayat, 2018) dengan judul penelitian “Hubungan antara *Fear Of Missing Out* dengan Intensitas Penggunaan Jejaring Media Sosial pada Mahasiswa Universitas Airlangga. Penelitian ini melakukan penelitian terhadap 61 mahasiswa di Universitas Airlangga yang menggunakan *Social Connection* dan termasuk kedalam kategori penggunaan jejaring media sosial yang berat. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa koefisien korelasi yang didapatkan adalah 0,495. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara *fear of missing out* dengan intensitas penggunaan jejaring media sosial, maka semakin tinggi tingkat *fear of missing out* seseorang maka semakin tinggi juga intensitas penggunaan jejaring media sosialnya.

Terdapat pula penelitian yang dilakukan oleh Timbung (2017) dengan judul penelitian “Hubungan antara Fear Of Missing Out dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram pada Mahasiswa di Universitas Kristen Satya Wacana”, dimana penelitian dilakukan terhadap 100 mahasiswa, dengan hasil analisis data yang diperoleh menunjukkan korelasi $r = 0,402$, dengan nilai $sig = 0,000$ ($p < 0,05$). Maka dari itu hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara *Fear Of Missing Out* dengan intensitas penggunaan media sosial instagram pada mahasiswa di Universitas Kristen Satya Wacana.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *Fear of Missing Out* dengan intensitas penggunaan media sosial. Fenomena *fear of missing out* ini bisa memberikan pengaruh terhadap intensitas penggunaan media sosial, karena seseorang yang mengalami *fear of missing out* akan terus memeriksa media sosialnya untuk melihat apa yang seseorang lain lakukan (Azmi, 2019). Berdasarkan beberapa fenomena dan data-data serta penelitian yang sudah dipaparkan di atas, peneliti bermaksud ingin meneliti lebih dalam mengenai Hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial (*TikTok*) di Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang memiliki fokus pada subjek yang sering *men-scrolling fyp* di *TikTok*.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang dan teori yang dipaparkan di atas, dapat di ketahui rumusan masalah dalam penelitian yang diangkat yaitu : “Apakah Terdapat Hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Mahasiswa

Pengguna Media Sosial (*TikTok*) di Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya?”

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial (*TikTok*) di Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat yang diharapkan diambil dari penelitian ini berdasarkan uraian rumusan yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian adalah dapat menambah wawasan baru, informasi dan pengetahuan yang dapat memperbanyak perkembangan ilmu psikologi, serta bisa menjadi bahan dalam pengembangan penelitian selanjutnya khususnya dalam bidang psikologi sosial mengenai *Fear of Missing Out* dan juga Intensitas penggunaan media sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Mahasiswa

Hasil dari penelitian ini dapat diharapkan membuat mahasiswa menjadi lebih mampu mengontrol penggunaan media sosial (*TikTok*), mampu mengetahui dampak dari tingginya intensitas penggunaan media sosial (*TikTok*) dan juga dampak dari *Fear of Missing Out* pada Mahasiswa.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini dapat diharapkan mampu memberikan informasi dan ilmu baru sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya tentang Hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial (*TikTok*) dan juga alat ukur dalam penelitian ini dapat digunakan kembali untuk peneliti selanjutnya.

1.5 KEASLIAN PENELITIAN

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, yaitu:

1. Timbung (2017) penelitian yang dilakukan berjudul “Hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram pada Mahasiswa di Universitas Kristen Satya Wacana. Subjek yang digunakan adalah 100 mahasiswa. Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh menunjukkan korelasi sebesar $r = 0,402$, dengan nilai $sig = 0,000$ ($p < 0,05$). Sumbangan efektif *fear of missing out* terhadap intensitas penggunaan media sosial *instagram* adalah sebesar 16,2% yang artinya variabel *fear of missing out* memberikan pengaruh sebesar 16,2% terhadap intensitas penggunaan media sosial *instagram*. Adapun perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah pada tempat menelitinya, Timbung meneliti di Universitas Kristen Satya Wacana, Persamaan dari penelitian yang akan diteliti peneliti adalah sama-sama menggunakan subjek mahasiswa, menggunakan variabel bebas yang sama yaitu *fear of missing out* dan variabel terikat yang sama yaitu intensitas penggunaan media sosial.

2. Bestari & Widayat (2018) dengan judul penelitian “Hubungan antara *Fear Of Missing Out* dengan Intensitas Penggunaan Jejaring Media Sosial pada Mahasiswa Universitas Airlangga”. Penelitian ini melakukan penelitian terhadap 61 mahasiswa di Universitas Airlangga yang menggunakan *Social Connection* dan termasuk kedalam kategori penggunaan jejaring media sosial yang berat. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa koefisien korelasi yang didapatkan adalah 0,495. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara *fear of missing out* dengan intensitas penggunaan jejaring media sosial, maka semakin tinggi tingkat *fear of missing out* seseorang maka semakin tinggi juga intensitas penggunaan jejaring media sosialnya. Adapun persamaan dengan penelitian yang saya lakukan adalah sama-sama meneliti mahasiswa, dengan variabel bebas dan terikat yang sama yaitu *fear of missing out* dan intensitas penggunaan jejaring media sosial. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada tempat penelitiannya.
3. Pratiwi & Fazriani (2020) melakukan penelitian mengenai kecanduan media sosial dengan judul penelitiannya, yaitu “Hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan Kecanduan Media Sosial pada Remaja Pengguna Media Sosial”. Peneliti tersebut menggunakan Subjek remaja di SMAN 14 Kabupaten Tangerang dengan metode yang digunakan adalah deskriptif korelasi dengan pendekatan *cross sectional*, dengan hasil penelitian uji *Chi Square* yang diperoleh nilai *P Value* 0,000 ($< \alpha = 0,05$) dan bisa disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan Kecanduan Media Sosial. Adapun persamaan dengan peneliti adalah sama-sama menggunakan variabel bebas *fear of missing out*. Sedangkan

perbedaannya adalah terletak pada tempat penelitian dan variabel bebasnya yaitu kecanduan media sosial.

4. Wahyunindya & Sialen (2021) melakukan penelitian yang meneliti tentang kecanduan media sosial juga dengan judul “Kontrol Diri dengan *Fear of Missing Out* Terhadap Kecanduan Media Sosial pada Remaja Karang Taruna Bekasi Utara”. Subjek penelitiannya adalah 70 anggota karang taruna. Hasilnya adalah ada hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan kecanduan media sosial sebesar $-0,469$ dan terdapat hubungan yang signifikan antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial sebesar $0,340$. Maka terdapat hubungan antara kontrol diri dengan *fear of missing out* terhadap kecanduan media sosial pada remaja karang taruna di Bekasi Utara. Adapun persamaan dengan yang peneliti lakukan adalah sama-sama menggunakan variabel bebas *fear of missing out*. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel terikatnya yaitu kecanduan media sosial, dan ia memiliki 2 variabel bebas dengan tambahan variabel kontrol diri juga berbeda pula dengan tempat penelitiannya.
5. Anwar, Fury, & Fauziah (2019) melakukan penelitian dengan judul “ *The Fear of Missing Out and Usage Intensity of Social Media*”. Penelitian ini menggunakan remaja sebagai subjeknya. Berdasarkan hasil penelitiannya dapat diketahui bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *fear of missing out* dengan intensitas penggunaan media sosial. Adapun persamaan dengan yang peneliti lakukan adalah sama-sama menggunakan variabel bebas *fear of missing out* dan variabel terikat intensitas penggunaan media sosial. Adapun perbedaannya adalah terletak pada subjek dan tempat penelitiannya.