

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Media sosial merupakan sebuah istilah yang sering digunakan untuk merujuk pada bentuk media baru dengan partisipasi pengguna yang interaktif. Karakteristik umum yang dimiliki oleh setiap platform media sosial adalah adanya partisipasi pengguna dan interaksi. Hal ini terbukti dengan adanya profil pengguna yang memungkinkan pengguna lain memperoleh informasi rinci tentang pengguna lain. Kini, eksistensi media sosial telah menjadi sebuah bagian penting dari kehidupan sosial dan jutaan orang telah menggunakan media sosial untuk bertukar informasi dengan orang lain.

Media sosial menyediakan tempat bagi penggunanya sebagai bentuk kompensasi untuk memenuhi kebutuhan interaksi sosial yang tidak terpenuhi secara tatap muka, sehingga tetap dapat berkontribusi pada hubungan dengan teman-teman dan kolega serta tetap dapat berkomunikasi secara instan dan cepat. Namun, kompensasi tersebut bisa menjadi sebuah masalah apabila membuat pengguna melakukan penghindaran komunikasi tatap muka yang dapat mengakibatkan peningkatan kecemasan sosial (Gupta, M. & Sharma, A., 2021) dan membuat pengguna merasa adanya tuntutan untuk terus memenuhi ekspektasi terhadap aksesibilitas yang konstan di media sosial (Nesi et al., 2018).

Penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menimbulkan dampak negatif bagi para penggunanya, seperti terjadinya *fear of missing out* (FoMO). FoMO adalah sebuah istilah unik yang mulai diperkenalkan pada dunia di tahun 2004 yang kemudian digunakan secara luas sejak tahun 2010 untuk menggambarkan fenomena yang diamati di media sosial. FoMO berhasil masuk ke kamus Oxford pada tahun 2013 yang kemudian didefinisikan sebagai suatu sikap kekhawatiran atau kecemasan sosial yang dapat menyebabkan seseorang kehilangan kesempatan untuk memiliki hubungan interpersonal, pengalaman baru, atau peristiwa positif lainnya (Przybylski et al., 2013).

Przybylski et al (2013) dalam studinya menerapkan Teori Determinasi Diri yang dikembangkan oleh Ryan & Deci (2000) untuk meneliti FoMO dan mengusulkan bahwa FoMO merupakan sebuah keadaan emosi negatif yang dihasilkan dari kebutuhan ketertarikan sosial yang tidak terpenuhi. FoMO dapat terjadi di tengah perbincangan, sebagai disposisi jangka panjang, atau keadaan pikiran yang mengarahkan individu untuk merasakan rasa inferioritas sosial yang dalam, merasa kesepian, merasa tertinggal, atau merasa kemarahan yang intens.

FoMO dianggap sebagai sebuah keterikatan yang bermasalah antara media sosial dengan penggunanya. FoMO sangat dapat terjadi di kalangan dewasa muda karena saat ini, orang dihadapkan dengan banyak detail tentang apa yang terjadi di dalam kehidupan orang lain melalui media sosial dan dihadapkan pula pada ketidakpastian yang secara terus menerus terjadi di dalam pemikiran pribadi

mengenai apakah mereka telah melakukan hal yang cukup atau apakah mereka telah berada di tempat yang seharusnya dalam kehidupan mereka (Gupta, M. & Sharma, A., 2021).

FoMO dikaitkan dengan penggunaan media sosial yang bermasalah karena mudah diakses oleh remaja dan dewasa muda untuk berinteraksi sesuka hati, untuk memenuhi kebutuhan terus-menerus akan validasi pribadi, dan untuk penilaian penghargaan atas rasa diri yang terdistorsi. FoMO juga dikaitkan dengan berbagai pengalaman dan perasaan hidup negatif, seperti kurang tidur, berkurangnya kompetensi hidup, terjadinya ketegangan emosional, munculnya efek negatif terhadap kesejahteraan fisik, serangan kecemasan, kurangnya kontrol emosional, kelelahan dan yang lainnya (Altuwairiqi et al, 2019).

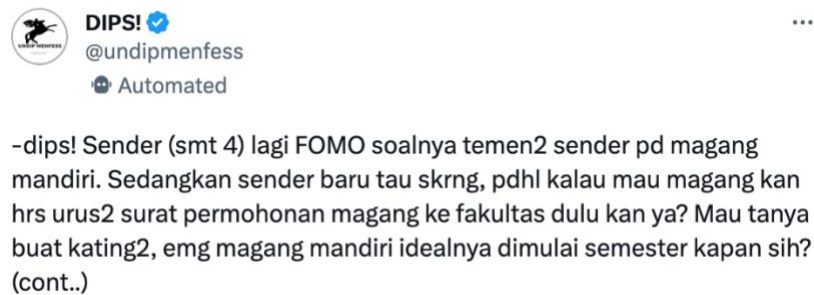
FoMO di media sosial sering terjadi, terutama pada kaum remaja hingga dewasa muda seperti mahasiswa. Beberapa pengguna media sosial Twitter mengirimkan pesan yang diunggah oleh *base*, dimana cuitan menyatakan bahwa mereka mengalami FoMO karena situasi di lingkungan perkuliahan. Seperti pesan pada akun Twitter @collegemenfess dimana pengguna menyatakan bahwa dirinya merasa FoMO karena teman-teman sepantarannya sudah wisuda dan sidang, sedangkan dirinya masih harus menyelesaikan tugas akhir.

Gambar 1. 1. FoMO di Media Sosial



Pesan yang serupa juga di unggah pada akun Twitter @undipmenfess, dimana pengguna menyatakan bahwa dirinya mengalami FoMO karena banyak teman-teman sebayanya yang melakukan magang mandiri, sedangkan dirinya tidak melakukannya sebab telat mengetahui informasi mengenai kegiatan tersebut.

Gambar 1. 2. FoMO di Media Sosial



Selain FoMO, fenomena sosial negatif lainnya yang berkaitan dengan penggunaan media sosial secara tidak tepat adalah *social overload*. Konsep *social overload* atau kelelahan sosial pertama kali dikenalkan sebagai sebuah konsep sosiologis untuk menggambarkan efek negatif dari kepadatan penduduk oleh McCarthy dan Saegert (1978) yang mengindikasikan bahwa penduduk harus meningkatkan kontak dan interaksi sosial, serta menginvestasikan lebih banyak waktu dan perhatian untuk menjaga hubungan sosial dengan meningkatkan populasi regional. Hal ini kemudian membuat terbentuknya tekanan mental dan psikologis bagi penduduk.

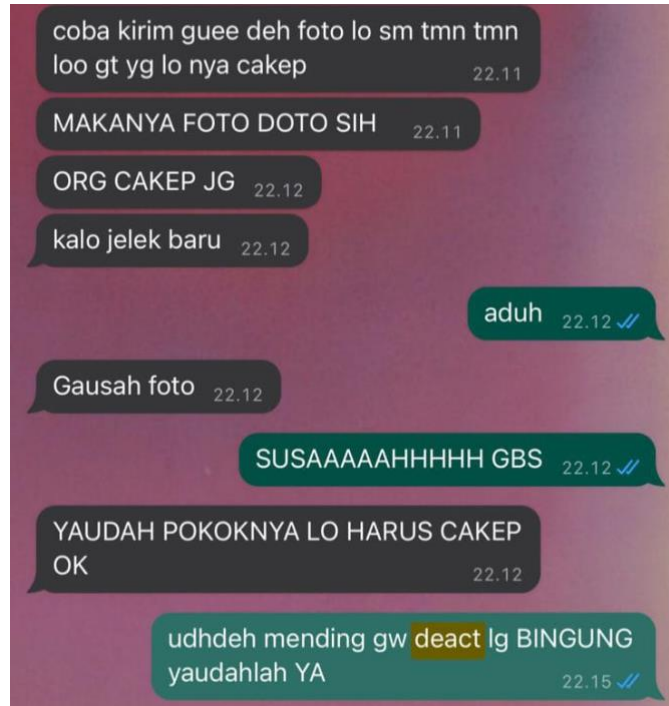
Konsep kelelahan sosial ini juga dapat terjadi di media sosial, sebagai sebuah tempat perkumpulan masyarakat secara virtual di masa sekarang ini. Dalam konteks ini, kelelahan sosial digambarkan sebagai sebuah kerumunan masyarakat di ruang online, dimana mereka merasa menerima terlalu banyak tuntutan sosial untuk diproses dan merasa bahwa mereka harus menginvestasikan terlalu banyak waktu serta perhatian untuk dapat mempertahankan hubungan dengan jumlah pertemanan yang terus bertambah seiring berjalannya waktu. Di media sosial, pengguna sering berbagi informasi satu sama lain. Ketika mereka menerima informasi dalam jumlah berlebihan dari jaringan manusia yang tidak diinginkan, pola pikir mereka terganggu dan didorong hingga batasnya (Barrett et al., 2022) dan pada saat itulah kelelahan sosial terjadi.

Kelelahan sosial merupakan salah satu dampak negatif dari penggunaan media sosial secara berlebihan. Kelelahan sosial juga dikaitkan dengan beberapa reaksi negatif secara psikologis maupun perilaku. Secara psikologis, kelelahan sosial dapat membuat pengguna merasa kelelahan yang disebabkan oleh tuntutan sosial untuk selalu tersedia di dunia virtual. Secara perilaku, kelelahan sosial dapat membuat penggunanya mengurangi intensitas penggunaan media sosial, bahkan hingga sepenuhnya berhenti menggunakan media sosial (Maier et al., 2015).

Kelelahan sosial di media sosial juga umum terjadi di kalangan remaja hingga dewasa muda seperti kaum mahasiswa. Hal ini dapat dilihat melalui beberapa pengguna media sosial Whatsapp yang mengirimkan pesan kepada teman sebayanya dimana pesan tersebut menyatakan bahwa mereka mengalami salah satu bentuk kelelahan sosial seperti merasa lelah karena harus terus mengunggah foto atau konten terbaru, dan merasa lelah karena tuntutan untuk berada di jenjang yang sama dengan teman-teman sebaya sehingga pengguna memutuskan untuk tidak menggunakan media sosial lain secara sementara.

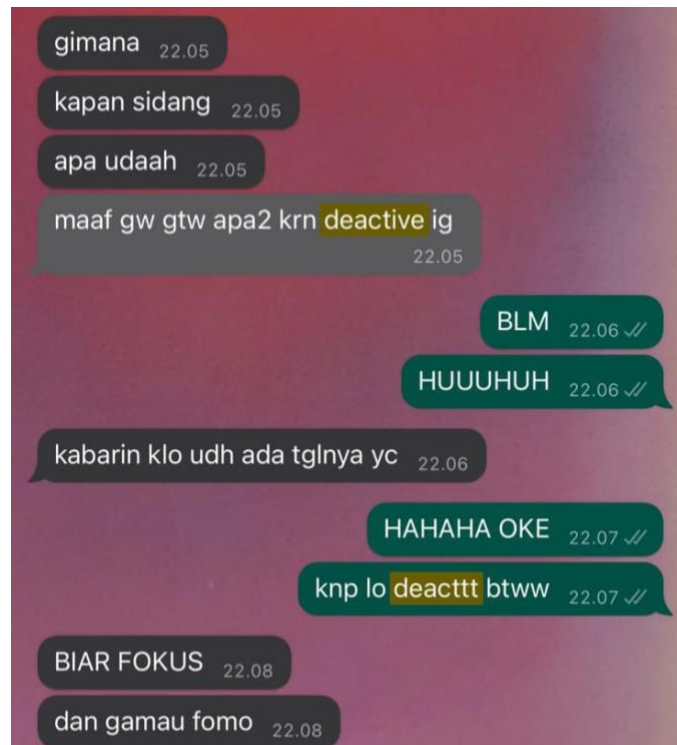
Seperti percakapan yang terjadi pada media sosial Whatsapp di antara dua pengguna berikut ini, dimana pengirim pesan merasa bahwa dirinya tidak memiliki foto yang cukup bagus untuk di unggah ke akun media sosial Instagramnya, sehingga dia memilih untuk menonaktifkan akun tersebut secara sementara.

Gambar 1. 3. Social Overload di Media Sosial



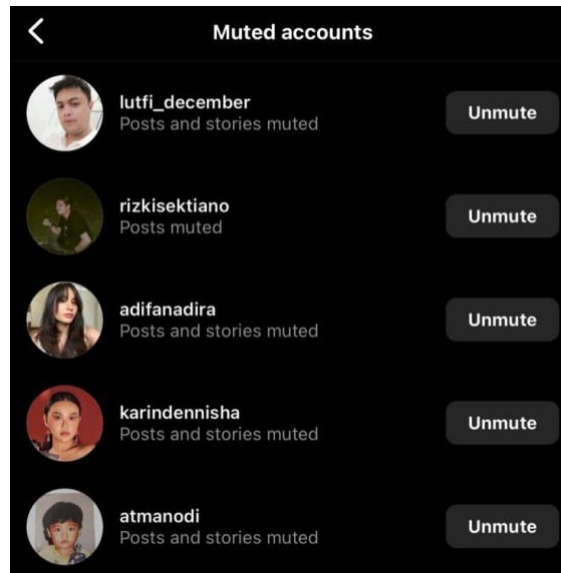
Pesan yang serupa juga dikirimkan oleh pengguna Whatsapp kepada temannya yang lain, kali ini kelelahan sosial terjadi dikarenakan tuntutan sosial untuk berada di jenjang yang sama dengan teman-teman sebayanya yang lain sehingga ia menonaktifkan akun media sosial Instagram yang dimilikinya.

Gambar 1. 4. Social Overload di Media Sosial



Contoh lain dari kelelahan sosial yang terjadi di media sosial dapat dilihat pada pengguna media sosial Instagram, yaitu pengaturan akun yang dibungkam (*muted accounts*). Karena satu dan lain hal, pengguna merasa unggahan konten-konten berupa foto dan video yang dibagikan oleh teman-teman dan kolega di akun Instagram membuat mereka lelah, sehingga mereka memilih untuk membungkam akun Instagram tersebut agar tidak terlihat unggahan terbarunya.

Gambar 1. 5. Social Overload di Media Sosial



Di antara semua media sosial yang ada di Indonesia, Instagram adalah salah satu aplikasi yang paling populer dan juga aplikasi yang paling digemari di kalangan masyarakat. Instagram menempati posisi kedua sebagai aplikasi media sosial terfavorit dengan persentase sebesar 22.9%. tidak hanya menjadi media sosial terfavorit masyarakat, Instagram menempati posisi ketiga dalam kategori media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat, dengan besar persentase 86.6% di tahun 2021, naik ke posisi kedua pada tahun 2022 persentase sebesar 84.8%, dan tetap berada di posisi kedua di tahun 2023 dengan persentase 86.5% (We Are Social, 2021; 2022; 2023).

Instagram adalah sebuah platform media sosial bagi masyarakat khususnya remaja dan dewasa muda untuk berbagi pengalaman dan konten yang berarti bagi mereka, dimana komunikasi dan interaksi dengan teman sebaya merupakan motif dasar digunakannya Instagram (Lilley et al., 2014). Terlebih lagi, kelompok teman sebaya menetapkan perilaku seperti apa yang diharapkan dan perilaku mana yang tidak diharapkan (Chua & Chang, 2016). Pengguna terbanyak Instagram di Indonesia adalah laki-laki dan perempuan dengan rentang umur 18 hingga 24 tahun sebesar 16.6% dan 15.4%, serta laki-laki dan perempuan dengan rentang usia 25 tahun hingga 34 tahun sebesar 16.6% dan 14.0%. (We Are Social, 2023).

Manusia pada dasarnya merupakan makhluk sosial, di masa sekarang ini lebih dari masa sebelumnya individu memiliki ketakutan akan kehilangan, dan aplikasi media sosial seperti Instagram memungkinkan individu untuk terus membandingkan kehidupan mereka dengan kehidupan orang lain. Dengan kebutuhan konstan untuk selalu terhubung, tekanan untuk berbagi aspek terbaik dalam hidup individu dengan orang lain, kebutuhan untuk memberikan kesan yang baik di mata orang lain, keinginan untuk diakui oleh orang lain, dan secara sosial terus menerus membandingkan prestasi diri dengan orang lain membuat FoMO di Instagram sebagai sebuah fenomena yang unik untuk diteliti (Reed, 2020).

Meskipun pengaruh FoMO dan kelelahan sosial kurang dipelajari di Indonesia, fenomena ini telah dipelajari di negara-negara lain. Studi-studi tersebut secara

empiris telah menemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan FoMO dan kelelahan media sosial, kemudian mengarah pada kelelahan sosial (Milyavskaya et al., 2018). Para ahli berpendapat bahwa pengguna media sosial terus mengalami kelebihan beban karena mereka terus-menerus dibombardir oleh informasi baru (Cao & Sun, 2018; Gezgin et al., 2017). Selain itu, menurut *Theory of Compensatory Internet Use* (Kardefelt-Winther, 2014), pengguna media sosial sangat bergantung pada media sosial untuk mengkompensasi perasaan negatif mereka, yang menyebabkan penggunaan platform ini yang bermasalah dan pengalaman mereka akan kelelahan yang meningkat. Para pengguna aplikasi media sosial, khususnya Instagram, dengan tingkat FoMO yang tinggi cenderung menghabiskan lebih banyak waktu untuk bertukar dan mengkomunikasikan informasi secara bertahap, sehingga dapat menyebabkan rasa lelah saat menggunakan media sosial yang kemudian menyebabkan kelebihan beban sosial (M. Hattingh et al., 2022).

Literatur sebelumnya telah melaporkan bahwa terdapat kemungkinan hubungan antara kelelahan sosial dengan intensi penghentian penggunaan media sosial. Misalnya, Maier et al. (2015a) melakukan penelitian kepada 571 pengguna Facebook di Jerman untuk meneliti bagaimana *social overload* memengaruhi keinginan untuk berhenti menggunakan media sosial dengan mengidentifikasi karakteristik individual, karakteristik penggunaan, dan karakteristik hubungan pengguna. Penelitian ini mengevaluasi kelelahan sosial sebagai konsekuensi

negatif dari penggunaan media sosial dan menemukan bahwa terdapat korelasi positif antara kelebihan dengan intensi penghentian penggunaan media sosial.

Dari berbagai penelitian yang dilakukan mengenai intensi penghentian penggunaan media sosial, pada umumnya platform media sosial yang dikaji adalah Facebook (Hong & Oh, 2020; Mijke & Suzanna, 2021; Baumer et al., 2013; Turel, 2014; Lim & Ahn, 2021). Menariknya, berdasarkan penelitian yang dilakukan di Inggris pada tahun 2017 oleh *Royal Society for Public Health* (RSPH), dari lima platform media sosial (Snapchat, Twitter, Youtube, Facebook, dan Instagram) yang diteliti efek positif dan negatifnya kepada hampir 1500 anak muda berusia 14-24 tahun, diketahui bahwa aplikasi media sosial yang paling berdampak negatif bagi kesehatan mental anak muda adalah Instagram (RSPH, 2017).

1.2. Perumusan Masalah

Penggunaan media sosial semakin meningkat, hal ini dapat dilihat melalui laporan *We Are Social* bahwa masyarakat Indonesia menghabiskan selama kurang lebih 3 jam 14 menit di tahun 2021, meningkat menjadi selama 3 jam 17 menit di tahun 2022, dan menjadi selama 3 jam 18 menit di tahun 2023 dalam mengakses media sosial (We Are Social, 2021; 2022; 2023). Dari semua eksistensi media sosial di Indonesia, Instagram menjadi salah satu media sosial yang populer di kalangan masyarakat. Menurut laporan *We Are Social* dapat diketahui bahwa pengguna aktif Instagram dari tahun ke tahun semakin meningkat. Lama waktu yang dihabiskan

individu untuk bermain Instagram juga dapat dikatakan tinggi. Hal ini dibuktikan dengan Instagram yang menduduki posisi kedua pada kategori media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat dengan bantuan internet. Pada tahun 2021, Instagram menempati posisi ketiga dalam kategori aplikasi media sosial terfavorit masyarakat, naik dengan menempati posisi kedua di tahun 2022, dan tetap berada dalam peringkat kedua pada tahun 2023.

Namun, terlalu banyak bermain media sosial dapat menimbulkan dampak negatif sebagaimana diketahui dari literatur sebelumnya bahwa terlalu sering menggunakan media sosial dapat menyebabkan stres (Maier et al., 2015), kelelahan (Bright et al., 2015), depresi (Brooks & Longstreet, 2015), narsisisme (Brailovskaia & Margraf, 2016), *social overload* atau keadaan dimana terdapat terlalu banyak permintaan sosial yang harus ditanggapi untuk mempertahankan hubungan sosial dalam media sosial (Cao & Sun, 2018), *communication overload* atau kondisi saat individu mendapatkan terlalu banyak pesan yang membutuhkan respon sebagai bentuk komunikasi di media sosial (Cho et al., 2011), dan *information overload* atau kondisi dimana individu menerima terlalu banyak informasi baru di media sosial yang disajikan secara acak dan cepat sehingga membuat individu kewalahan (Milord & Perry, 1977) di antara pengguna. Tekanan dan ketakutan terkait konsekuensi negatif dapat menjadi perwakilan faktor risiko tidak hanya untuk faktor keseringan penggunaan media sosial, namun juga menjadi salah satu faktor penentu dari niat untuk berhenti menggunakan media

sosial. Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Inggris pada tahun 2017 oleh *Royal Society for Public Health* (RSPH), dari lima platform media sosial (Snapchat, Twitter, Youtube, Facebook, dan Instagram) yang diteliti efek positif dan negatifnya kepada hampir 1.500 anak muda berusia 14-24 tahun, ditemukan bahwa Instagram menempati posisi pertama sebagai media sosial yang paling berdampak negatif bagi kesehatan mental anak muda (RSPH, 2017).

Media sosial yang seharusnya menjadi tempat untuk menambah koneksi dan berinteraksi dalam hal yang positif, malah menjadi tempat yang memberikan efek negatif bagi penggunanya. Studi sebelumnya yang meneliti mengenai faktor negatif media sosial sebagai anteseden dan hubungannya dengan intensi penghentian penggunaan media sosial telah banyak dilakukan pada Facebook, padahal Instagram yang menempati posisi pertama sebagai media sosial yang paling negatif bagi kesehatan mental anak muda (RSPH, 2017). Oleh karena itu, peneliti akan mengkaji mengenai *fear of missing out* (FoMO) dan *social overload* sebagai faktor penentu terjadinya *discontinuance use intention* dan peneliti akan menggunakan Instagram sebagai fokus pengkajian penelitian ini. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti merumuskan masalah “Apakah terdapat pengaruh Tingkat *Fear of Missing Out* (FoMO) dan Tingkat *Social Overload* terhadap Intensi Penghentian Penggunaan Instagram?”

1.3.Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tingkat *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap intensi penghentian penggunaan Instagram.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tingkat *Social Overload* terhadap intensi penghentian penggunaan Instagram.

1.4.Kegunaan Penelitian

- **Kegunaan Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam kajian informasi di bidang komunikasi, khususnya pengaruh dari tingkat *fear of missing out* dan *social overload* terhadap intensi penghentian penggunaan Instagram.

- **Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai intensi penghentian penggunaan media sosial oleh pengguna dan dapat menjadi bahan kajian bagi Instagram sebagai salah satu referensi untuk pengembangan selanjutnya.

- **Kegunaan Sosial**

Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan masyarakat agar lebih waspada terhadap penggunaan media sosial yang berlebihan, terutama dampak negatif yang ditimbulkannya.

1.5.Kerangka Teori

1.5.1. State Of The Art

Penyusunan penelitian ini mengambil sejumlah studi yang telah mengkaji topik serupa, termasuk beberapa jurnal yang berhubungan dengan topik penelitian ini.

- a. Penelitian berjudul “*Exploring the Effect of Overload on the Discontinuous Intention of Social Media Users: an S-O-R Perspective*” ini diteliti oleh Xiongfei Cao dan Jianshan Sun pada tahun 2018. Penelitian ini mengeksplorasi efek *overload* pada niat penghentian penggunaan media sosial. Akses media sosial yang meluas telah menyebabkan penggunaan teknologi yang berlebihan yang dapat menyebabkan kelebihan beban, yang dapat menghasilkan konsekuensi psikologis dan perilaku negatif bagi orang-orang yang menderita karenanya. Penelitian ini menggunakan S-O-R (*stimuli-organism-response*) perspektif untuk mengeksplorasi efek *overload* pada niat penghentian penggunaan media sosial oleh pengguna, dan tiga jenis *overload* dalam konteks media sosial yaitu informasi, komunikasi, dan *social overloads*. Hal-hal tersebut diasumsikan mempengaruhi keadaan

psikologis secara internal (seperti kelelahan dan penyesalan) pengguna, yang kemudian memotivasi mereka untuk berhenti. Penelitian ini dilakukan kepada 258 pengguna media sosial di China. Hasil dari penelitian ini adalah pertama, hubungan antara komunikasi *overload* dan kelelahan tidak signifikan walaupun informasi dan *social overloads* merupakan prediktor kelelahan yang signifikan. Kedua, berlawanan dengan komunikasi dan *social overloads*, informasi *overloads* tidak memiliki pengaruh positif pada penyesalan. Terakhir, kelelahan dan penyesalan adalah faktor psikologis utama dalam pengembangan niat penghentian penggunaan media sosial pengguna.

- b. Penelitian dengan judul “*A Two-Factor Theoretical Model of Social Media Discontinuance: Role of Regret, Inertia, and Their Antecedents*” ini diteliti oleh Junkai Wang, Bowen Zheng, Hefu Liu dan Lingling Yu pada tahun 2021. Penelitian ini mengkaji mengenai dua faktor dari fenomena penghentian penggunaan media sosial dengan tujuan untuk memeriksa peran dari penyesalan, inersia, dan faktor-faktor pendahulu yang lainnya. Meskipun perwujudan manfaat media sosial secara substansial bergantung kepada partisipasi pengguna secara berkelanjutan, penyedia layanan media sosial sosial mengalami penurunan jumlah pengguna. Walaupun terdapat relevansi dengan mempelajari dan mengelola perilaku penghentian penggunaan media

sosial, penyelidikan empiris yang sistematis masih saja kurang. Penelitian ini menggunakan Teori SQB yang berfokus pada interpretasi mengapa individu merasa ragu-ragu untuk meninggalkan status quo, yaitu dengan menghentikan penggunaan media sosial. Temuan empiris dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor *enabler* (penyesalan) dan faktor *inhibitor* (inersia) berfungsi secara bersama-sama dalam menentukan niat penghentian penggunaan media sosial. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kelebihan sosial (*social overload*) dan pelanggaran privasi berperan dalam mendorong penyesalan, sedangkan kebiasaan dalam bermedia sosial, *sunk cost*, dan komitmen afektif semuanya mengarah kepada inersia.

- c. Penelitian ini berjudul “*Social Overload and Discontinuance Intention on Facebook: A Comparative Study*” diteliti oleh Chaeyoung Lim dan Jongchang Ahn pada tahun 2021. Penelitian ini merupakan sebuah studi yang membandingkan *social overload* dan intensi penghentian penggunaan Facebook dengan tujuan untuk memberikan penjelasan yang komprehensif tentang bagaimana fenomena kelelahan atau penyesalan terkait dengan beragam reaksi pengguna terhadap SNS. Penelitian ini menggunakan Teori *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) kepada 433 pengguna Facebook. Studi ini menemukan hasil yang signifikan dari mekanisme reaktansi

menggunakan sampel dari dua negara, Korea dan Jepang, yang mendukung generalisasi mekanisme reaktansi dalam kelelahan pengguna pada SNS. Jalur mekanisme reaktansi psikologis di SNS dapat berbeda di setiap negara. Penelitian ini juga menemukan bahwa reaksi terhadap persona non grata di SNS berbeda di setiap negara. Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa konteks budaya tertentu harus dipertimbangkan ketika menganalisis kelebihan sosial di media sosial.

- d. Penelitian dengan judul “*Why People Don’t Use Facebook Anymore? An Investigation Into the Relationship Between the Big Five Personality Traits and the Motivation to Leave Facebook*” ini diteliti oleh Seoyeon Hong dan Sookwang Klive Oh pada tahun 2020. Penelitian ini mengkaji mengenai hubungan antara lima ciri-ciri besar dari kepribadian dengan faktor motivasi untuk meninggalkan media sosial Facebook. Indikator untuk mengukur variabel-variabel tersebut diambil dari literatur yang telah ada sebelumnya. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan survei kepada 218 mantan pengguna Facebook. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa neurotisme, yang merupakan kecenderungan seseorang untuk mengalami tekanan dan kecemasan tingkat tinggi yang berhubungan dengan kepekaan mereka terhadap ancaman, berhubungan positif dengan kecanduan, banalitas (tidak adanya hal baru yang

menarik bagi pengguna), tekanan teman sebaya, dan privasi. Sementara itu, kesadaran berhubungan negatif dengan tekanan teman sebaya, kecanduan, gangguan, dan munculnya platform media sosial baru. Keterbukaan memiliki hubungan yang positif dengan banalitas akan tetapi memiliki hubungan yang negatif dengan kecanduan dan tekanan teman sebaya.

- e. Penelitian dengan judul “*Why Social Network Site Use Fails to Promote Well-Being? The Roles of Social Overload and Fear of Missing Out*” ini diteliti oleh Huan-You Chai, Geng-Feng Niu, Shuai-Lei Lian, Xiao-Wei Chu, Sanyuya Liu, dan Xiao-Jun Sun pada tahun 2019. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menyelidiki mekanisme yang mendasari hubungan antara penggunaan SNS dan kesejahteraan subjektif di kalangan remaja dengan membangun model campuran bersama kombinasi efek penekan dan efek moderasi. Penelitian ini dilakukan kepada 1.319 remaja China yang menggunakan SNS. Hasil temuan penelitian ini adalah bahwa penggunaan SNS memiliki efek langsung positif pada kesejahteraan subjektif, sedangkan efek tidak langsung melalui *social overload* dalam asosiasi ini secara signifikan negatif, menunjukkan bahwa penggunaan SNS memiliki efek menekan kesejahteraan melalui kelebihan sosial. FoMO memoderasi efek penekanan dari beban sosial yang berlebihan; secara khusus, efek tidak

langsung dan langsung keduanya lebih kuat untuk remaja dengan FoMO yang lebih tinggi.

- f. Penelitian dengan judul “*Social Media Overload, Exhaustion, and Use Discontinuance: Examining the Effects of Information Overload, System Feature Overload, and Social Overload*” ini dilakukan oleh Shaoxiong Fu, Hongxiu Li, Yong Liu, Henri Pirkkalainen, dan Markus Salo pada tahun 2020. Penelitian ini mengkaji mengenai efek *information overload*, *system feature overload*, dan *social overload* dan hubungannya dengan *social media overload*, kelelahan, serta penghentian penggunaan media sosial. Sementara penghentian penggunaan pengguna telah menimbulkan tantangan bagi media sosial dalam beberapa tahun terakhir, ada kekurangan pengetahuan tentang hubungan antara berbagai dimensi kelelahan sosial dan bagaimana kelelahan sosial mempengaruhi perilaku penghentian media sosial pengguna. Penelitian ini menggunakan SSO (*stressor-strain-outcome framework*) untuk menjelaskan perilaku penghentian penggunaan media sosial dari perspektif *overload*. *Framework* ini juga mengkonseptualisasikan kelebihan media sosial sebagai konstruksi multidimensi yang terdiri dari fitur *overload*, informasi *overload*, dan sosial *overload*. Penelitian ini dilakukan kepada 412 pengguna Facebook. Penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga jenis *overload*

saling berhubungan melalui *system feature overload*. *System feature overload*, *information overload*, dan *social overload* menyebabkan kelelahan pada pengguna, kemudian menyebabkan penghentian penggunaan media sosial oleh pengguna.

Dari keenam penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dapat diketahui bahwa faktor yang dapat mempengaruhi intensi pengguna untuk berhenti menggunakan media sosial itu beragam, termasuk di antaranya kelelahan, *social overload*, *peer pressure*, kelelahan, penyesalan, pelanggaran privasi, budaya, platform media baru, maupun kecanduan. Dibandingkan dengan studi terdahulu, pada penelitian ini peneliti mengkaji variabel yang berbeda dan melakukan pengambilan sampel yang berbeda. Teori yang digunakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya berbeda dengan konsep yang diverivikasikan pada penelitian ini, penelitian sebelumnya menggunakan perspektif S-O-R, Teori SQB, Teori *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), dan SSO (*stressor-strain-outcome*).

Sampel yang digunakan oleh tiap-tiap penelitian sebelumnya juga berbeda dan beragam, seperti kepada pengguna media sosial di China, pengguna Facebook dari Korea dan Jepang, mantan pengguna Facebook, pengguna yang masih remaja di China, pengguna aktif Facebook di dari berbagai negara di dunia, sedangkan penelitian ini fokus meneliti dewasa muda yang masih merupakan

mahasiswa. Penelitian ini melihat bagaimana *Fear of Missing Out (FoMO)* dan *Social Overload* mempengaruhi Intensi Penghentian Penggunaan Instagram.

1.5.2. Paradigma

Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah paradigma positivisme yang menggabungkan logika deduktif dengan mengamati perilaku individu secara empiris untuk melihat hukum sebab akibat sehingga peneliti dapat memprediksi pola umum aktivitas manusia (Neuman, 2014:97).

Besar kecilnya pengaruh dua variabel independen dan satu variabel dependen akan diteliti dalam penelitian ini. *Fear of Missing Out (FoMO)* dan *Social Overload* merupakan variabel independen, sedangkan Intensi Penghentian Penggunaan Instagram merupakan variabel dependen.

1.5.3. Deskripsi Variabel

1.5.3.1. Fear of Missing Out (FoMO)

Fear of missing out (FoMO) merupakan sebuah fenomena yang terkait dengan representasi dan pertukaran pengetahuan yang dilakukan secara konstan. Dalam literatur dijelaskan bahwa FoMO adalah kebutuhan dan dorongan untuk selalu mendapatkan informasi tentang apa yang dilakukan orang lain, di mana konsep dari FoMO ini dapat dijelaskan sebagai kekhawatiran seseorang mengenai pengalaman menyenangkan orang lain tanpa adanya

keterlibatan diri mereka di dalamnya, dan kebutuhan konstan untuk tetap berhubungan dengan orang lain serta tindakan yang mereka lakukan (Przybylski et al., 2013). Bloemen & Connick (2020) dalam studinya mendefinisikan FoMO sebagai keinginan untuk terus *online* dan dorongan konstan untuk memeriksa media sosial. Dalam penelitian lain, FoMO dijelaskan sebagai ketakutan atau kekhawatiran akan terputusnya hubungan, dan tidak hadir atau kehilangan pengalaman yang mungkin diterima atau dinikmati oleh orang lain (Dhir et al., 2018). Hetz et al. (2015) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa FoMO juga dapat dijelaskan sebagai kecemasan berlebihan pada seseorang yang merasa selalu ingin menjadi orang pertama untuk mengetahui suatu informasi, selalu tidak ingin ketinggalan dari orang lain, selalu ingin terhubung dengan orang lain, dan biasanya tidak memiliki manfaat positif atas tindakannya.

FoMO dapat terjadi di tengah perbincangan, sebagai disposisi jangka panjang, atau keadaan pikiran yang mengarahkan individu untuk merasakan rasa inferioritas sosial yang dalam, merasa kesepian, merasa tertinggal, atau merasa kemarahan yang intens. FoMO dikaitkan dengan penggunaan media sosial yang bermasalah karena mudah diakses oleh remaja dan dewasa muda untuk berinteraksi sesuka hati, untuk memenuhi kebutuhan terus-menerus akan validasi pribadi, dan untuk penilaian penghargaan atas rasa diri yang terdistorsi. FoMO juga dikaitkan dengan berbagai pengalaman dan perasaan

hidup negatif, seperti kurang tidur, berkurangnya kompetensi hidup, terjadinya ketegangan emosional, munculnya efek negatif terhadap kesejahteraan fisik, serangan kecemasan, kurangnya kontrol emosional, kelelahan dan yang lainnya (Altuwairiqi et al., 2019).

Secara umum, hubungan utama antara FoMO dan emosi pengabaian serta ketakutan terhadap apa yang dipikirkan orang lain berasal dari orang-orang yang sangat peduli terhadap apa yang dipikirkan oleh orang lain (*JWT Marketing Communication*, 2012). Studi pertama mengenai topik FoMO dilakukan oleh Przybylski bersama dengan rekannya pada tahun 2013, penelitian tersebut juga menciptakan skala untuk mengukur FoMO. Penelitian ini menemukan bahwa FoMO biasanya terjadi pada individu yang usianya relatif lebih muda, terutama pria. FoMO juga berkaitan dengan pengalaman negatif, kepuasan hidup yang lebih rendah, serta suasana hati yang lebih rendah secara keseluruhan (Przybylski et al., 2013). Tingkat FoMO yang lebih tinggi dimiliki oleh individu yang memiliki kecenderungan untuk memeriksa halaman media sosial mereka ketika bangun tidur, sebelum tidur, saat makan, bahkan saat mengemudi atau pun selama perkuliahan (Przybylski et al., 2013).

Dalam studi yang dilakukan oleh Bright & Logan (2018), dapat diketahui bahwa terdapat indikasi yang berkembang di antara milenial (individu dengan

usia 18 hingga 34 tahun), menunjukkan tanda-tanda '*social media fatigue*' yaitu kecenderungan untuk mundur dari konsumsi media sosial ketika terlalu banyak menerima konten dari media sosial *feeds* mereka. Dari penelitian ini dapat diketahui pula bahwa konsep FoMO dan hubungannya dengan *social media fatigue* ini benar dan berlaku di kalangan responden. Diketahui pada awalnya responden menginginkan lebih banyak informasi dan memiliki sikap positif terhadap akun yang mereka ikuti di media sosial tetapi begitu mereka mulai menerima semua informasi yang dibagikan, mereka menjadi kewalahan.

Hal yang dapat disimpulkan dari seluruh penjelasan di atas adalah bahwa FoMO merupakan suatu kondisi yang dialami oleh seseorang, mencakup dorongan untuk selalu mendapatkan informasi tentang apa yang dilakukan, kebutuhan yang konstan untuk tetap berhubungan, keinginan untuk tetap online dan dorongan konstan untuk memeriksa media sosial, ketakutan akan terputusnya hubungan, kehilangan pengalaman yang mungkin dinikmati, perasaan untuk selalu ingin menjadi orang pertama yang mengetahui informasi, serta selalu tidak ingin merasa tertinggal dari orang lain.

1.5.3.2.Social Overload

Konsep '*overload*' pada awalnya digunakan untuk mengevaluasi dan untuk melihat persepsi oleh individu dalam aspek subjektif (Saegert, 1973). Namun,

para peneliti memperluas konsep tersebut ke gagasan yang lebih objektif, yang dapat menggambarkan persepsi mengenai berbagai hal yang melebihi kemampuan individu untuk menanganinya. Sebelumnya telah terdapat studi yang menjelaskan mengenai empat jenis '*perceived overloads*' sebagai anteseden laten, yaitu *system features overload*, *information overload*, *communication overload*, dan *social overload* (Lim et al., 2017). Secara singkat, keempat jenis '*overload*' ini muncul ketika beberapa fitur media sosial mempengaruhi penggunaannya di luar kapasitas yang mampu mereka terima (Zhang et al., 2016). Di sini, *social overload* atau kelelahan sosial terjadi karena adanya terlalu banyak interaksi sosial dan tekanan kepada individu selama penggunaan media sosial yang kemudian dapat menyebabkan terjadinya perilaku untuk berhenti menggunakan media sosial (Maier et al., 2015). Penelitian sebelumnya juga telah menemukan bahwa di antara empat faktor *overloads*, kelelahan sosial memiliki dampak yang relatif lebih kuat pada intensi penghentian penggunaan media sosial (Maier et al., 2015; Zhang et al., 2016).

Kelelahan sosial didefinisikan sebagai suatu persepsi negatif dari penggunaan media sosial ketika pengguna menerima terlalu banyak permintaan dukungan sosial dan memberikan terlalu banyak dukungan sosial kepada individu lain melalui jaringan media sosial mereka (Maier et al., 2015). Nawaz et al. (2018) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kelelahan sosial merupakan keadaan

dimana terdapat terlalu banyak permintaan teman, pesan untuk ditanggapi, waktu, dan perhatian yang dibutuhkan untuk merespon dan mempertahankan hubungan sosial dalam lingkaran sosial yang terus berkembang. Pada studi lain, kelelahan sosial dijelaskan sebagai suatu hal yang terjadi ketika pengguna memandang jumlah dukungan sosial yang berlebihan disebabkan oleh pengguna lain yang juga mengharapkan dukungan balik yang responsif (Lim & Ahn, 2021). Fu et al. (2020) dalam penelitiannya mendefinisikan kelelahan sosial sebagai sebuah situasi ketika tuntutan penanganan koneksi dan kontak sosial melebihi kemampuan interaksi pengguna.

Kelelahan sosial juga dikaitkan dengan beberapa reaksi negatif secara psikologis maupun perilaku. Secara psikologis, kelelahan sosial dapat membuat pengguna merasa kelelahan yang disebabkan oleh tuntutan sosial untuk selalu tersedia di dunia virtual. Secara perilaku, kelelahan sosial dapat membuat penggunanya mengurangi intensitas penggunaan media sosial, bahkan hingga sepenuhnya berhenti menggunakan media sosial (Maier et al., 2015).

Dari seluruh penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kelelahan sosial merupakan suatu keadaan dimana pengguna media sosial menerima terlalu banyak permintaan dukungan sosial, memberikan terlalu banyak dukungan sosial, terlalu banyak permintaan teman, pesan untuk ditanggapi, waktu, dan perhatian yang dibutuhkan untuk merespon, serta tuntutan penanganan koneksi

dan kontak sosial kepada pengguna lain yang mengharapkan dukungan balik yang responsif melebihi kemampuan interaksi pengguna.

1.5.3.3. Intensi Penghentian Penggunaan Media sosial (*Social Media Discontinuance Intentions*)

Social media discontinuance intentions merupakan sebuah istilah yang didefinisikan sebagai niat pengguna untuk berhenti menggunakan sebuah layanan media sosial untuk sementara waktu atau secara permanen di masa depan (Maier et al., 2015). Pada studi lain, penghentian penggunaan dijelaskan sebagai keinginan pengguna untuk menghentikan penggunaan layanan atau produk dan tidak mempertimbangkan untuk menggunakan fitur-fiturnya (Huang et al., 2019).

Xie & Tsai (2021) dalam penelitiannya menggambarkan intensi penghentian penggunaan sebagai niat pengguna untuk beralih ke bentuk lain atau alternatif dari media sosial, berhenti menggunakan media sosial secara permanen atau sementara, atau mengurangi intensitas penggunaan media sosial. Sedangkan Ma et al. (2022) dalam studinya menjelaskan bahwa penghentian penggunaan bukanlah sebuah respon yang tiba-tiba, melainkan terbentuk atas pengalaman negatif pengguna dalam hal penerimaan tingkat informasi dan sosial yang menyebabkan konsekuensi negatif berupa keinginan untuk berhenti.

Beberapa penelitian tersebut meneliti dan mendefinisikan intensi penghentian penggunaan media sosial dengan cara yang serupa, walaupun tidak sama. Maier et al. (2015) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa penelitiannya berfokus pada pengembangan intensi penghentian penggunaan pengguna dan berpendapat bahwa pengguna yang stress dalam menggunakan media sosial mencoba untuk menghindari stress tersebut dengan cara menghindari penggunaan platform nya. Huang et al. (2019) dalam studinya menemukan bahwa ‘penyesalan’ merupakan faktor paling signifikan di antara semua faktor yang mempengaruhi penghentian penggunaan media sosial oleh pengguna. Xie & Tsai (2020) menyatakan bahwa intensi penghentian penggunaan media sosial terbentuk dari kumpulan informasi dan interaksi sosial negatif yang pengguna terima sehingga terjadinya kelelahan sosial dan kelelahan. Ma et al. (2022) dalam studinya menyatakan bahwa stimuli yang diteliti (ketidakpuasan pengguna dan kecemasan) memiliki pengaruh yang signifikan pada intensi penghentian penggunaan media sosial oleh pengguna.

Dari seluruh penjelasan tersebut dapat didefinisikan bahwa intensi penghentian penggunaan media sosial merupakan sebuah niat atau keinginan pengguna untuk mengurangi intensitas penggunaan, beralih, atau berhenti menggunakan media sosial beserta fitur-fiturnya baik sementara waktu ataupun permanen di masa depan sebagai bentuk dari pengalaman negatif pengguna dalam hal penerimaan tingkat informasi dan sosial di media sosial.

1.5.4. Pengaruh Tingkat *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap Intensi Penghentian Penggunaan Instagram

Pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap Intensi Penghentian Penggunaan media sosial telah dilaporkan melalui beberapa literatur sebelumnya. Penelitian Bright & Logan (2018) melakukan penelitian kepada 518 responden yang merupakan pengguna media sosial di Amerika untuk meneliti apakah FoMO mempengaruhi keinginan pengguna untuk menjauhkan diri atau berhenti menggunakan media sosial. Tidak hanya FoMO, studi ini juga mengidentifikasi bagaimana faktor iklan dan privasi mempengaruhi intensi pengguna untuk berhenti menggunakan media sosial. Dalam penelitian ini ditemukan secara signifikan bahwa FoMO memiliki hubungan yang positif dengan intensi pengguna untuk berhenti menggunakan media sosial dimana menunjukkan bahwa semakin seseorang bergantung pada media sosial untuk mendapatkan informasi, maka semakin besar pula tekanan atau niat untuk berhenti menggunakan media sosial.

Penemuan serupa juga ditemukan dalam penelitian Kang et al. (2020). Penelitian ini meneliti FoMO sebagai salah satu faktor *social stress creators* dan hubungannya dengan intensi penghentian penggunaan media sosial. Studi ini membagi faktor anteseden *discontinuance intentions* ke dalam dua bagian, yaitu *technostress creators* yang terdiri dari *privacy invasion, information*

overload, dan *technology complexity* serta *social stress creators* yang terdiri dari FoMO dan *self-disclosure*. Penelitian ini dilakukan kepada 232 responden yang merupakan pengguna media sosial di Korea. Penemuan dalam penelitian ini adalah bahwa FoMO memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keinginan untuk melakukan penghentian penggunaan media sosial.

Demikian pula Pradhan (2022) yang melakukan penelitian kepada 309 responden yang merupakan pengguna media sosial di India untuk menyelidiki faktor-faktor terkait FoMO berdampak pada niat atau intensi penghentian penggunaan media sosial. SSO (*stress-strain-outcome*) digunakan dalam pengkajiannya dan diketahui bahwa FoMO merupakan salah satu faktor anteseden bersamaan dengan *compulsive use of social media*, *social network fatigue*, depresi, dan intensitas penggunaan media sosial. Penelitian ini menemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara FoMO dengan intensi penghentian penggunaan media sosial.

Berdasarkan beberapa temuan tersebut dapat diketahui bahwa *fear of missing out* (FoMO) memiliki hubungan kausalitas terhadap intensi penghentian penggunaan media sosial, sehingga peneliti mengusulkan hipotesis sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh tingkat *fear of missing out* (FoMO) terhadap intensi penghentian penggunaan Instagram.

1.5.5. Pengaruh Tingkat *Social Overload* terhadap Intensi Penghentian Penggunaan Instagram

Literatur sebelumnya telah melaporkan bahwa terdapat kemungkinan hubungan antara *social overload* dengan intensi penghentian penggunaan media sosial. Misalnya, Maier et al. (2015) melakukan penelitian kepada 571 pengguna Facebook di Jerman untuk meneliti bagaimana *social overload* memengaruhi keinginan untuk berhenti menggunakan media sosial dengan mengidentifikasi karakteristik individual, karakteristik penggunaan, dan karakteristik hubungan pengguna. Penelitian ini mengevaluasi *social overload* sebagai konsekuensi negatif dari penggunaan media sosial dan menemukan bahwa terdapat korelasi positif antara *social overload* dengan intensi penghentian penggunaan media sosial.

Hasil yang serupa ditemukan oleh Cao et al. (2017). Penelitian yang dilakukan di antara 358 pengguna media sosial Tiongkok untuk menyelidiki bagaimana faktor-faktor terkait *social overload* berdampak pada penghentian penggunaan media sosial. Mereka mengkonseptualisasikan *social overload* menggunakan informasi *overload*, komunikasi *overload*, dan *social overload*. Temuan mereka menunjukkan bahwa dimensi *overload* ini berdampak pada intensi

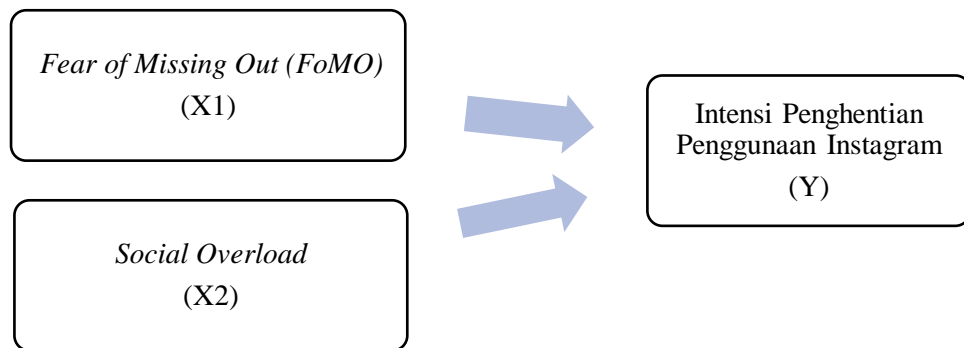
penghentian penggunaan melalui kelelahan dan penyesalan. Demikian pula Fu et al. (2020), yang melakukan penelitian di antara 412 pengguna Facebook dan menemukan bahwa kelelahan media sosial memediasi hubungan antara *social overload* dan intensi penghentian penggunaan media sosial. Berbeda dengan Cao et al. (2017), Fu et al. (2020) yang mengonsep *social media overload* menggunakan *system feature overload*, *information overload* dan *social overload*.

Ketiga temuan penelitian di atas memiliki persamaan yaitu kelelahan sosial (*social overload*) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap intensi penghentian penggunaan media sosial.

Sejalan dengan beberapa temuan tersebut dapat diketahui bahwa *social overload* memiliki hubungan kausalitas terhadap intensi penghentian penggunaan media sosial, sehingga peneliti mengusulkan hipotesis sebagai berikut:

H2: Terdapat pengaruh tingkat *social overload* terhadap intensi penghentian penggunaan Instagram.

1.6. Visualisasi Relasi Variabel



1.7. Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini untuk dibuktikan adalah :

H1 : Terdapat pengaruh Tingkat *Fear of Missing Out (FoMO)* (X1) terhadap Intensi Penghentian Penggunaan Instagram (Y).

H2 : Terdapat pengaruh Tingkat *Social Overload* (X2) terhadap Intensi Penghentian Penggunaan Instagram (Y).

1.8. Definisi Konseptual

1.8.1. Fear of Missing Out (FoMO)

Fear of Missing Out (FoMO) adalah suatu kondisi yang dialami oleh seseorang, mencakup dorongan untuk selalu mendapatkan informasi tentang apa yang dilakukan, kebutuhan yang konstan untuk tetap berhubungan, keinginan untuk tetap *online* dan dorongan konstan untuk memeriksa media sosial, ketakutan

akan terputusnya hubungan, kehilangan pengalaman yang mungkin dinikmati, perasaan untuk selalu ingin menjadi orang pertama yang mengetahui informasi, serta selalu tidak ingin merasa tertinggal dari orang lain.

1.8.2. Social Overload

Social Overload merupakan suatu keadaan dimana pengguna media sosial menerima terlalu banyak permintaan dukungan sosial, memberikan terlalu banyak dukungan sosial, terlalu banyak permintaan teman, pesan untuk ditanggapi, waktu, dan perhatian yang dibutuhkan untuk merespon, serta tuntutan penanganan koneksi dan kontak sosial kepada pengguna lain yang mengharapkan dukungan balik yang responsif melebihi kemampuan interaksi pengguna.

1.8.3. Intensi Penghentian Penggunaan Instagram

Instagram discontinuance intentions merupakan sebuah niat atau keinginan pengguna untuk mengurangi intensitas penggunaan, beralih, atau berhenti menggunakan Instagram beserta fitur-fiturnya baik sementara waktu ataupun permanen di masa depan sebagai bentuk dari pengalaman negatif pengguna dalam hal penerimaan tingkat informasi dan sosial di Instagram.

1.9. Definisi Operasional

1.9.1. Fear of Missing Out (FoMO)

Pengukuran *Fear of Missing Out* (FoMO) yang digunakan pada penelitian ini adalah pengukuran yang telah dikembangkan oleh Przybylski et al. (2013), dan pengukuran ini telah digunakan di beberapa penelitian selanjutnya seperti oleh Hetz et al. (2015), Dhir et al. (2018), dan Bloemen & Connick (2020). Pengukuran ini menggunakan Skala Likert 10 poin sebagai alat ukur. Indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut:

- Ketakutan bahwa pengalaman orang lain yang dibagikan di Instagram lebih berharga dibandingkan pengalamannya
- Ketakutan bahwa pengalaman yang dimiliki teman-teman yang dibagikan di Instagram lebih berharga
- Rasa khawatir saat mengetahui momen kesenangan teman-teman yang dibagikan di Instagram tanpa dirinya
- Rasa cemas saat tidak mengetahui apa yang dilakukan teman-teman di Instagram
- Merasa mencari tau terlalu lama mengenai apa yang sedang terjadi dengan teman atau orang lain di Instagram
- Rasa ingin tahu tentang apakah dirinya menghabiskan waktu terlalu banyak saat mengikuti hal-hal yang sedang terjadi pada teman-teman di Instagram
- Perasaan terganggu saat melewati kesempatan untuk bertemu dengan teman-teman

- Merasa terganggu jika berada di tempat dimana dirinya tidak bisa online
- Rasa ingin membagikan detail ketika bersenang-senang secara online
- Rasa terganggu ketika melewatkan acara kumpul-kumpul yang sudah direncanakan
- Melakukan pengamatan atau pengawasan mengenai apa yang dilakukan teman-teman saat saya sedang berlibur
- Merasa terganggu apabila pergi ke tempat dimana tidak bisa *online*
- Merasa takut kehilangan sesuatu apabila tidak menggunakan Instagram
- Merasa gelisah apabila menerima pesan di Instagram dan tidak bisa langsung membalasnya

1.9.2. Social Overload

Pengukuran *social overload* yang digunakan pada penelitian ini adalah pengukuran yang dikembangkan oleh Maier et al. (2015), dan pengukuran ini telah digunakan di beberapa penelitian selanjutnya seperti oleh Nawaz et al. (2018), Fu et al. (2020), dan Lim & Ahn (2021). Pengukuran ini menggunakan Skala Likert 10 poin sebagai alat ukur. Indikator-indikator tersebut yakni:

- Sikap tidak peduli dengan situasi teman-teman di Instagram
- Sikap terlalu perhatian terhadap konten apa yang dibagikan teman-teman di Instagram
- Merasa terlalu banyak menerima permintaan pengikut (*followers*) di Instagram

- Merasa terlalu banyak menerima pesan langsung (*direct message*) di Instagram
- Merasa terlalu peduli terhadap kondisi teman di Instagram
- Merasa terlalu berurusan dengan masalah yang dihadapi teman di Instagram
- Merasa bertanggung jawab atas kesenangan teman-teman di Instagram
- Sikap terlalu memperhatikan teman-teman di Instagram
- Sikap terlalu memperhatikan kejadian yang diunggah teman-teman di Instagram

1.9.3. Intensi Penghentian Penggunaan Instagram

Pengukuran intensi penghentian penggunaan Instagram yang penelitian ini gunakan adalah pengukuran yang dikembangkan oleh Maier et al. (2015), dan telah digunakan di beberapa penelitian selanjutnya seperti oleh Huang et al. (2019), Xie & Tsai (2020), dan Ma et al. (2022). Pengukuran ini menggunakan Skala Likert 10 poin sebagai alat ukur. Indikator-indikator tersebut meliputi:

- Menghentikan penggunaan Instagram, tapi bukan berarti akan sepenuhnya meninggalkan Instagram
- Telah melakukan penangguhan akun Instagram
- Penggunaan akun media sosial lain, bukan instagram
- Keinginan untuk melakukan penghentian penggunaan Instagram
- Telah melakukan penghentian penggunaan Instagram
- Telah keluar dari Instagram.

- Memiliki niat untuk berhenti menggunakan Instagram dalam tiga bulan kedepan
- Memiliki pertimbangan untuk berhenti menggunakan Instagram dalam tiga bulan kedepan
- Memiliki rencana untuk berhenti menggunakan Instagram dalam tiga bulan kedepan
- Kedepannya Instagram akan digunakan secara lebih jarang dibandingkan hari ini
- Memiliki kemungkinan untuk menutup akun Instagram

1.10. Metode Penelitian

1.10.1. Tipe Penelitian

Peneliti menganalisis hubungan sebab akibat dua variabel independen dan satu variabel dependen dalam penelitian kuantitatif ini dengan menggunakan metode eksplanatori. Penelitian ini menyelidiki pengaruh variabel bebas yaitu *Fear of Missing Out (FoMO)* (X1) dan *Social Overload* (X2) terhadap variabel terikat yaitu Intensi Penghentian Penggunaan Instagram (Y).

1.10.2. Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan hal atau unit yang diteliti. Populasi pada penelitian ini terdiri dari individu yang memiliki dan menggunakan Instagram, berusia 18-25 tahun dan merupakan mahasiswa aktif Ilmu

Komunikasi FISIP UNDIP Angkatan 2018-2022. Penentuan populasi didasarkan pada keinginan peneliti untuk melihat kenyataan objektif pada mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNDIP karena objek yang akan diteliti memiliki ikatan yang erat dengan penggunaan media sosial dan mengetahui atau mengalami *fear of missing out* dan *social overload*.

1.10.3. Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pemilihan sampel non-probabilitas dengan proses *purposive sampling*, dimana sampel dipilih berdasarkan kriteria yang mengutamakan tujuan penelitian (Showcat dan Parveen, 2017). Sampel yang diambil adalah sebanyak 200 responden, sejalan dengan penjelasan menurut Roscoe bahwa ukuran sampel yang optimal dalam suatu penelitian adalah antara 30 sampai 500 (Sekaran, 2003:295).

1.10.4. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah sumber data primer, yaitu data yang dikumpulkan langsung dari responden yang merupakan individu berusia 18 hingga 25 tahun, memiliki dan menggunakan Instagram, serta merupakan mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi FISIP UNDIP Angkatan 2018-2022. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data, yang dibagikan langsung kepada responden untuk diisi.

1.10.5. Alat dan Teknik Pengumpulan Data

Sebagai sumber data primer, kuesioner digunakan sebagai instrumen pengumpulan data. Kuesioner adalah serangkaian pertanyaan yang sistematis dan harus diisi oleh responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dan diminta untuk mengisinya secara langsung.

1.10.6. Teknik Pengolahan Data

a. Editing

Editing adalah sebuah proses pemeriksaan kembali data yang telah didapatkan. Kegiatan ini dilakukan saat peneliti telah selesai mengumpulkan data di lapangan. Tujuan dari proses ini adalah untuk mengantisipasi adanya kesalahan atau kekurangan data dari pertanyaan kuesioner.

b. Coding

Proses ini adalah proses pemberian kode ataupun tanda dalam bentuk angka pada masing-masing data yang telah didapatkan agar dapat diklasifikasikan. Data yang sudah diedit kemudian diberikan identitas sehingga mempunyai arti tertentu pada saat dilakukan analisis.

c. Tabulasi

Tabulasi adalah proses pengelompokkan data secara teratur dan teliti pada tabel-tabel tertentu untuk menghitungnya.

1.10.7. Uji Validitas dan Reliabilitas

1.10.7.1. Uji Validitas

Suatu penelitian dikatakan valid apabila pengumpulan datanya dilakukan dengan benar. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner dengan cara mengukur keabsahan kuesioner yang dibagikan kepada responden (Singh, 2007:77). Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian yang telah digunakan pada penelitian sebelumnya atau *previous research*, sehingga indikator pengukurannya telah teruji dan merupakan indikator yang valid.

1.10.7.2. Uji Reliabilitas

Tantangan konsistensi pengukuran, yaitu kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur item yang sama setiap kali digunakan, disebut dengan reliabilitas (Singh, 2007:77). Jika penelitian memberikan temuan yang konsisten berdasarkan pertanyaan yang diajukan kepada sampel, maka penelitian tersebut dapat dikatakan reliabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel jika mempunyai tingkat ketergantungan, stabilitas, atau kebenaran yang tinggi. Uji reliabilitas dalam penelitian ini tidak dilakukan karena poin-poin pertanyaan

dalam kuesioner menggunakan indikator dari penelitian-penelitian sebelumnya, sehingga telah terukur konsistensinya.

1.10.8. Analisis Data

Data yang dikumpulkan selama penelitian ini akan dianalisis menggunakan teknik analisis kuantitatif, yang menganalisis pengaruh Tingkat *Fear of Missing Out (FoMO)* (X1) terhadap Intensi Penghentian Penggunaan Instagram (Y), dan pengaruh Tingkat *Social Overload* (X2) terhadap Intensi Penghentian Penggunaan Instagram (Y). Pengujian kedua hipotesis tersebut kemudian dilakukan menggunakan uji regresi linier sederhana yang merupakan analisis persamaan garis, yang memberikan pemahaman lebih lengkap tentang hubungan antara prediktor dan respons berdasarkan perhitungan statistik dengan tujuan untuk menguji besar kecil dan bagaimana pengaruh variabel X terhadap Y (Loftus, 2022).

Menurut Rosenthal (2017), uji regresi linier sederhana ini mengasumsikan bahwa variabel dependen dan independen memiliki hubungan yang segaris. Ini berarti prediksi Y konstan untuk semua rentang X dan nilai Y dapat dihitung berdasarkan pada nilai X tertentu.