

Peran kesepian dan *fear of missing out* terhadap kecanduan media sosial: Analisis regresi pada mahasiswa

Firda Nur Zanah

Fakultas Psikologi, Universitas Gunadarma, Jl. Margonda Raya, Depok, Jawa Barat

Wahyu Rahardjo

Fakultas Psikologi, Universitas Gunadarma, Jl. Margonda Raya, Depok, Jawa Barat

E-mail: firda.nurzanah@gmail.com

Abstract

Addiction to social media is an issue that many people, especially college students, experienced today and it is facilitated by technological advancements. There are several things that can predict social media addiction, which is loneliness and fear of missing out. The purpose of this study was to determine the effect of loneliness and fear of missing out simultaneously on social media addiction among college students. This research was a quantitative study using the loneliness scale by Gierveld and Tilburg with a reliability score of 0,83, fear of missing out scale by Przybylski et al., with a reliability score of 0,79 and social media addiction scale by Al-Menayes with a reliability score of 0,77. The subject in this study was selected using purposive sampling with a total of 166 college students who were actively using social media. The hypothesis was analyzed using multiple regression analysis. The result of this study showed that social media addiction among college students was significantly affected by loneliness and fear of missing out. Negative antecedents such as loneliness and fear of missing out can influence students to get involved in something that is also negative, which is social media addiction.

Keywords: Fear of missing out (fomo); College students; Loneliness; Social media addiction.

Abstrak

Kecanduan media sosial merupakan masalah yang saat ini dialami oleh banyak orang, khususnya mahasiswa, dan difasilitasi oleh kemajuan teknologi. Terdapat beberapa hal yang dapat mendorong terjadinya kecanduan media sosial, salah satunya adalah kesepian dan fear of missing out. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan pengaruh kesepian dan fear of missing out secara simultan terhadap kecanduan media sosial di kalangan mahasiswa. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan skala kesepian dari Gierveld dan Tilburg dengan reliabilitas sebesar 0,83, skala fear of missing out dari Przybylski dkk., dengan reliabilitas sebesar 0,79 dan skala kecanduan media sosial dari Al-Menayes dengan reliabilitas sebesar 0,77. Subjek dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah sebanyak 166 orang mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial. Hipotesis dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kecanduan media sosial di kalangan mahasiswa dipengaruhi oleh kesepian dan fear of missing out. Antecedens yang bersifat negatif seperti kesepian dan fear of missing out dapat mempengaruhi individu untuk terlibat dalam hal yang juga bersifat negatif yaitu kecanduan media sosial.

Kata kunci: Fear of missing out (FoMO); Kecanduan media sosial; Kesepian; Mahasiswa.

Copyright © 2020. Firda Nur Zanah, Wahyu Rahardjo

Submitted: 2020-03-13

Revised: 2020-09-21

Accepted: 2020-10-22

Published: 2020-12-30



Pendahuluan

Media sosial merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi yang mempengaruhi individu dalam memperoleh informasi dan berhubungan dengan orang lain. Media sosial adalah platform yang paling umum digunakan di internet dan dengan cepat menjadi alat komunikasi dan interaksi yang paling penting (Kircaburun, 2016). Media sosial bekerja dengan cara memodelkan bagaimana koneksi terbentuk di dunia nyata dan menyediakan informasi tersebut melalui serangkaian aplikasi yang memungkinkan orang untuk berbagi informasi, foto, atau video dari suatu peristiwa dengan mudah dan cepat (Young & Abreu, 2011).

Di dalam laporan “Digital 2019” yang dikeluarkan oleh We Are Social dan Hootsuite menunjukkan bahwa terdapat 150 juta orang dari total 268,2 juta penduduk di Indonesia telah mengakses internet dan media sosial. Pengguna media sosial di Indonesia paling banyak berada pada rentang usia antara 18 hingga 34 tahun (Kemp, 2019) dengan penetrasi terbesar pada mahasiswa (APJII, 2017). Di dalam laporan Digital 2019 juga menunjukkan beberapa platform media sosial yang paling aktif digunakan di Indonesia. Posisi pertama dan ketiga diduduki oleh *social network platform*, yaitu YouTube dan Facebook, sedangkan posisi kedua diduduki oleh *messenger platform*, yaitu WhatsApp (Kemp, 2019).

Hasil penelitian terbaru menunjukkan bahwa penggunaan media sosial membantu mahasiswa yang sedang mengalami kesulitan dan kesepian saat melakukan transisi dari sekolah ke perguruan tinggi (Thomas dkk., 2020). Media sosial bahkan telah menjadi cara utama bagi mahasiswa untuk berkomunikasi di kehidupan sehari-hari mereka (Steers dkk., 2016) dan hal ini membuat mahasiswa menjadi lebih rentan untuk mengembangkan ketergantungan pada media sosial (Simsek dkk., 2019).

Kecanduan media sosial merupakan masalah yang telah mendapat perhatian tinggi di masyarakat karena saat ini orang dapat lebih mudah dan lebih sering mengakses media sosial dari perangkat portabel mereka dibandingkan dengan di masa lalu (Sriwilai & Charoensukmongkol, 2016). Kecanduan media sosial dapat secara luas didefinisikan sebagai ketergantungan psikologis pada penggunaan media sosial yang mengganggu kegiatan penting lainnya dan menghasilkan konsekuensi negatif (Moqbel & Kock, 2018). Menurut Andreassen (2015), individu dengan kecanduan media sosial sering menggunakan media sosial secara berlebihan sehingga secara negatif mempengaruhi kesehatan, kualitas tidur, hubungan, dan kesejahteraan mereka. Penggunaan media sosial secara berlebihan juga telah dikonfirmasi memiliki hubungan positif dengan depresi (Kircaburun, 2016), kecemasan dan juga stres (Budury, Fitriyani & Khamida, 2019).

Terdapat beberapa hal yang dapat menjadi faktor risiko dari kecanduan media sosial, yaitu kesepian (Kim & Cha, 2016; Lee dkk., 2017; Savci & Aysan, 2018; Shin dkk., 2016; Yu dkk., 2016) dan *fear of missing out* (FoMO) (Al-Menayes, 2016; Blackwell dkk., 2017; Griffith & Kuss, 2017; Kuss & Griffiths, 2017; Pontes dkk., 2018). Beberapa variabel lain mengenai kecanduan media sosial yang banyak diteliti adalah sifat cemas (Xie & Karan, 2019), kontrol diri (Muna & Astuti, 2014) dan regulasi diri (Osatuyi & Turel, 2018).

Menurut Fromm-Reichmann (1959), kesepian ada sejauh jaringan hubungan sosial seseorang lebih kecil atau kurang memuaskan daripada yang diinginkan seseorang. Individu yang kesepian cenderung lebih memilih komunikasi *online*, untuk menikmati kebebasan anonimitas (Morahan-Martin & Schumacher, 2003), mengimbangi keterampilan sosial yang lebih lemah dan mengurangi perasaan kesepian, dan berarti bahwa individu dengan kesepian akan mengakses media sosial agar dapat merasa nyaman dalam melakukan kontak sosial (Teppers dkk., 2014).

Alt dan Boniel-Nissim (2018) mendefinisikan *fomo* sebagai suatu kecemasan dimana seseorang secara kompulsif khawatir bahwa ia mungkin akan melewatkan kesempatan untuk berinteraksi sosial, mendapatkan momen berharga, atau peristiwa lain yang memuaskan. Individu dengan *fear of missing out* yang tinggi akan secara agresif mencari peluang untuk terlibat dalam media sosial (Przybylski dkk., 2013). *Fomo* dapat berkontribusi pada ketergantungan terhadap media sosial karena individu yang khawatir tidak dapat terhubung ke jaringan mereka dapat mengembangkan kebiasaan pemeriksaan secara impulsif yang seiring waktu dapat berkembang menjadi kecanduan (Griffith & Kuss, 2017).

Berdasarkan paparan sebelumnya terkait kecanduan media sosial dan berbagai konsekuensi negatif yang dapat ditimbulkannya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait faktor risiko yang mungkin dapat mempengaruhi perilaku kecanduan media sosial pada mahasiswa. Dalam hal ini, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh kesepian dan *fomo* secara simultan terhadap kecanduan media sosial pada mahasiswa karena belum ada peneliti yang melakukan penelitian ini sebelumnya di Indonesia. Peneliti menentukan mahasiswa sebagai subjek dalam penelitian ini yang didasarkan pada laporan dari We Are Social dan Hootsuite yang menunjukkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia didominasi oleh individu yang berusia antara 18 hingga 34 tahun (Kemp, 2019) dengan penetrasi terbesar pada mahasiswa (APJII, 2017).

Terdapat studi serupa mengenai korelasi kesepian dengan kecanduan media sosial serta *fomo* dengan kecanduan media sosial di Indonesia. Studi yang peneliti temukan telah mendukung adanya korelasi positif antara variabel kesepian dan kecanduan media sosial pada remaja (Chandra, 2015), begitu juga dengan *fomo* dengan kecanduan media sosial pada remaja (Hariadi, 2018).

Berdasarkan penjelasan mengenai latar belakang masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan hasil empiris mengenai pengaruh kesepian dan *fomo* secara simultan terhadap kecanduan media sosial pada mahasiswa.

Metode

Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan tiga skala, yaitu skala kecanduan media sosial, skala kesepian dan skala *fear of missing out*. Ketiga skala tersebut menggunakan sistem skala Likert, dimana responden akan diminta untuk memilih satu diantara lima jawaban yang paling sesuai dengan dirinya,



yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Selain itu, peneliti juga menanyakan data demografi partisipan seperti, usia, jenis kelamin, dan lamanya waktu partisipan dalam mengakses media sosial dalam satu hari.

Partisipan

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan sampel yang digunakan adalah 166 orang mahasiswa di Indonesia. Mereka dipilih menggunakan *purposive sampling*. Peneliti menggunakan beberapa kriteria dalam memilih partisipan, yaitu berstatus aktif sebagai seorang mahasiswa, berusia antara 18 hingga 40 tahun, dan aktif menggunakan media sosial. Peneliti menggunakan beberapa kriteria tersebut sebagai sampel dalam penelitian ini, karena didasarkan pada laporan Digital 2019 yang menunjukkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia paling banyak berada pada rentang usia 18 hingga 34 tahun (Kemp, 2019), dengan penetrasi terbesar pada mahasiswa (APJII, 2017). Jika dilihat dari rentang usia, jumlah pengguna media sosial terbanyak di Indonesia berada pada peralihan masa dewasa (*emerging adulthood*) dengan rentang usia antara 18 hingga 25 tahun (Arnett, 2015), dan masa dewasa awal dengan rentang usia antara 20 hingga 40 tahun (Papalia & Martorell, 2016).

Dari 166 orang mahasiswa, terdapat 49 orang pria dan 117 orang wanita dengan rentang usia antara 18 hingga 28 tahun, dimana terdapat 18 partisipan remaja dan 148 lainnya dewasa muda. Seluruh mahasiswa di dalam penelitian ini bersedia sebagai subjek penelitian secara sukarela. Seluruh data penelitian yang dikumpulkan oleh peneliti juga telah dijaga kerahasiaannya.

Instrumen

Alat ukur pertama adalah skala kecanduan media sosial. Kecanduan media sosial adalah ketergantungan psikologis pada penggunaan seperangkat alat *online* yang mendukung interaksi antara pengguna yang dapat menghasilkan konsekuensi negatif, seperti mengganggu kegiatan sosial, studi atau pekerjaan, hubungan interpersonal, ataupun kesehatan dan kesejahteraan psikologis. Kecanduan media sosial merupakan variabel tak bebas yang diukur menggunakan 14-aitem skala milik Al-Menayes (2015). Salah satu aitem dari 14 aitem skala kecanduan media sosial adalah “Saya sering merasa hidup membosankan tanpa media sosial.” Setelah peneliti melakukan uji daya diskriminasi, terdapat 3 aitem skala yang gugur dan menyisakan 11 aitem skala kecanduan media sosial dengan reliabilitas sebesar 0,77.

Alat ukur kedua pada penelitian ini adalah skala kesepian. Kesepian merupakan suatu pengalaman individu yang tidak menyenangkan dan terjadi ketika jaringan hubungan sosial individu kurang baik dalam kualitas ataupun kuantitas atau kurang memuaskan daripada yang diinginkan seseorang. Kesepian pada penelitian ini merupakan variabel bebas pertama dan diukur menggunakan 11-aitem skala milik Gierveld dan Tilburg (2006). Salah satu aitem dari 11 aitem skala kesepian adalah “Saya mengalami rasa kekosongan dalam hidup.” Setelah peneliti melakukan uji daya diskriminasi, tidak terdapat aitem yang gugur dan skala dengan 11 aitem ini memiliki reliabilitas sebesar 0,83.

Alat ukur ketiga pada penelitian ini adalah skala *fear of missing out*. Fomo adalah ketakutan atau kecemasan bahwa individu akan melewatkan peristiwa memuaskan yang ditandai oleh keinginan untuk terhubung secara terus-menerus dengan apa yang sedang dilakukan oleh orang lain dengan menggunakan internet (khususnya media sosial) ketika sedang *offline*. *Fear of missing out* pada penelitian ini merupakan variabel bebas kedua dan diukur menggunakan 10-aitem skala milik Przybylski dkk., (2013). Salah satu aitem dari 10 aitem skala *fear of missing out* adalah “Saya takut orang lain memiliki pengalaman yang lebih berharga daripada saya.” Setelah peneliti melakukan uji daya diskriminasi, terdapat 2 aitem yang gugur dan menyisakan 8 aitem skala *fear of missing out* dengan reliabilitas sebesar 0,79.

Peneliti melakukan adaptasi skala sebelum mendistribusikannya kepada subjek penelitian. Adaptasi dilakukan dengan menerjemahkan skala kecanduan media sosial, skala kesepian dan skala fomo ke dalam Bahasa Indonesia. Setelah melakukan adaptasi ke dalam Bahasa Indonesia, peneliti melakukan review skala dengan dibantu oleh ahli atau *expert judgement*. Kemudian, uji coba pada penelitian ini dilakukan menggunakan *try-out* terpakai, di mana sampel yang digunakan untuk menguji reliabilitas dan validitas skala sama dengan sampel yang digunakan dalam proses penelitian. Peneliti mendistribusikan skala tersebut kepada mahasiswa di beberapa universitas di Indonesia dengan menggunakan bantuan Google Forms.

Analisis Data

Peneliti menggunakan analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis penelitian, yaitu pengaruh kesepian dan *fear of missing out* secara simultan terhadap kecanduan media sosial pada mahasiswa. Peneliti juga menggunakan analisis tambahan menggunakan T-Test dan Anova untuk memperkaya hasil penelitian dengan menghitung beda hasil skor kecanduan media sosial antara dua atau lebih kelompok berdasarkan data demografi. Seluruh pengolahan data ini dilakukan dengan bantuan program komputer IBM SPSS Statistics versi 24 untuk Windows.

Hasil

Gambaran Kategori Subjek pada Setiap Variabel

Berdasarkan hasil analisis data deskriptif yang ditampilkan pada Tabel 1 dan data kategorisasi kesepian yang ditampilkan pada Tabel 2, dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini rata-rata memiliki kategorisasi kesepian sedang dengan persentase sebesar 68,67%.

Tabel 1
Data Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	Skor Rata-rata	SD
Kesepian	31,56	6,965
<i>Fear of missing out</i>	21,70	5,125
Kecanduan media sosial	28,96	5,472



Tabel 2
Kategorisasi Data Kesepian

Kategorisasi	Rentang Skor	Jumlah (n)	Persentase
Sangat rendah	$X \leq 18,33$	3	1,81%
Rendah	$18,33 < X \leq 25,67$	31	18,67%
Sedang	$25,67 < X \leq 40,33$	114	68,67%
Tinggi	$40,33 < X \leq 47,67$	17	10,24%
Sangat tinggi	$X > 47,67$	1	0,60%
Jumlah (n)		166	100%

Berdasarkan hasil analisis data deskriptif yang ditampilkan pada Tabel 1 dan data kategorisasi *fear of missing out* yang ditampilkan pada Tabel 3, dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini rata-rata memiliki kategorisasi *fear of missing out* sedang dengan persentase sebesar 66,87%.

Tabel 3
Kategorisasi Data *Fear of Missing Out*

Kategorisasi	Rentang Skor	Jumlah (n)	Persentase
Sangat rendah	$X \leq 13,33$	7	4,21%
Rendah	$13,33 < X \leq 18,67$	35	21,1%
Sedang	$18,67 < X \leq 29,33$	111	66,87%
Tinggi	$29,33 < X \leq 34,67$	11	6,62%
Sangat tinggi	$X > 34,67$	2	1,2%
Jumlah (n)		166	100%

Berdasarkan hasil analisis data deskriptif yang ditampilkan pada Tabel 1 dan data kategorisasi kecanduan media sosial yang ditampilkan pada Tabel 4, dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini rata-rata memiliki kategorisasi kecanduan media sosial sedang dengan persentase sebesar 71,69%.

Tabel 4
Kategorisasi Data Kecanduan Media Sosial

Kategorisasi	Rentang Skor	Jumlah (n)	Persentase
Sangat rendah	$X \leq 18,33$	4	2,41%
Rendah	$18,33 < X \leq 25,67$	41	24,70%
Sedang	$25,67 < X \leq 40,33$	119	71,69%
Tinggi	$40,33 < X \leq 47,67$	2	1,2%
Sangat tinggi	$X > 47,67$	0	0%
Jumlah (n)		166	100%

Uji Asumsi

Sebelum melakukan uji hipotesis, peneliti melakukan uji asumsi. Uji asumsi yang dilakukan oleh peneliti adalah uji normalitas dan linieritas. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov Test. Berdasarkan hasil uji normalitas yang

ditampilkan pada Tabel 5, dapat dilihat bahwa signifikansi dari nilai residual kesepian dan *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial adalah sebesar 0,200 atau lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 5
Data Hasil Uji Normalitas

Variabel	K-SZ	Sig. (2-tailed)
Kesepian dan <i>Fear of Missing Out</i> dengan Kecanduan Media Sosial	0,38	0,200

Setelah melakukan uji normalitas, peneliti melakukan uji linieritas. Berdasarkan hasil uji linieritas yang ditampilkan pada Tabel 6, dapat dilihat nilai signifikansi dari kedua uji linieritas adalah 0,009 (0,05) dan 0,000 (<0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel kesepian dan kecanduan media sosial serta variabel *fear of missing out* dan kecanduan media sosial membentuk hubungan linier.

Tabel 6
Data Hasil Uji Linieritas

Variabel	F	Sig.
Kesepian dan Kecanduan Media Sosial	7,042	0,009
<i>Fear of Missing Out</i> dan Kecanduan Media Sosial	41,014	0,000

Hubungan Kesepian dan *Fear of Missing Out* dengan Kecanduan Media Sosial

Berdasarkan hasil uji korelasi menggunakan Product Moment Pearson dari 166 subjek penelitian yang ditampilkan pada Tabel 7, dapat dilihat bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara variabel kesepian dengan kecanduan media sosial dan juga antara variabel *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa.

Tabel 7
Data Hasil Uji Korelasi

	Kesepian	FoMO	Kecanduan Media Sosial
1 Kesepian	1		
2 <i>Fear of Missing Out</i>	0,230**	1	
3 Kecanduan Media Sosial	0,204**	0,444**	1

Keterangan: **p < 0,01

Koefisien korelasi variabel kesepian dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa adalah sebesar 0,204 dengan taraf signifikansi kurang dari 0,01. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kesepian dan kecanduan media sosial pada mahasiswa. Kemudian, koefisien korelasi antara variabel fomo dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa adalah sebesar 0,444 dengan taraf signifikansi



kurang dari 0,01. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *fear of missing out* dan kecanduan media sosial pada mahasiswa.

Uji Hipotesis

Peneliti melakukan uji hipotesis menggunakan analisis regresi berganda yang ditampilkan pada Tabel 8. Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yaitu terdapat pengaruh kesepian dan *fomo* secara simultan pada kecanduan media sosial. Nilai F yang diperoleh pada hasil analisis regresi berganda ini adalah sebesar 21,376 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,01$). Hasil analisis ini juga menunjukkan R Square 0,208 yang berarti kesepian dan *fomo* memberikan pengaruh secara simultan sebesar 20,8% terhadap kecanduan media sosial pada mahasiswa, dan sebanyak 79,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Tabel 8
Data Hasil Regresi Berganda

Variabel	R-Square	F	Sig.	Persamaan Regresi
Kesepian dan <i>Fear of Missing Out</i> dengan Kecanduan Media Sosial	0,208	21,376	0,000	$Y = 16,595 + 0,084X_1 + 0,447X_2$

Analisis Tambahan

Setelah melakukan uji hipotesis, peneliti juga melakukan analisis tambahan mengenai perbedaan skor kecanduan media sosial berdasarkan data demografi untuk memperkaya hasil penelitian. Sebelum melakukan uji beda, peneliti juga telah melakukan uji asumsi pada setiap kelompok responden yang akan diuji, yaitu kelompok berdasarkan usia, jenis kelamin dan waktu penggunaan sosial media dalam satu hari. Hasil uji asumsi menunjukkan bahwa setiap kelompok responden telah memenuhi syarat untuk melakukan uji beda.

Kelompok responden berdasarkan usia dibedakan menjadi kelompok usia remaja dan dewasa awal. Berdasarkan hasil analisis statistik, rata-rata skor kecanduan media sosial pada kelompok responden usia remaja sebesar 28,56 dan pada kelompok responden usia dewasa awal sebesar 29,01. Hasil analisis statistik pada kelompok responden berdasarkan usia dengan menggunakan T-Test ditampilkan pada Tabel 9 dengan nilai signifikansi sebesar 0,739 ($>0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata skor kecanduan media sosial pada kedua kelompok responden berdasarkan usia tidak memiliki perbedaan secara signifikan.

Tabel 9
Data Hasil Uji Beda Kecanduan Media Sosial Berdasarkan Usia

Kelompok	Mean	SD	t	Sig.
Remaja	28,56	5,533	0,334	0,739
Dewasa awal	29,01	5,481		

Kelompok responden berdasarkan jenis kelamin dibedakan menjadi kelompok pria dan wanita. Berdasarkan hasil analisis statistik, rata-rata skor kecanduan media sosial pada kelompok responden pria sebesar 27,31 dan pada kelompok responden wanita sebesar 29,66. Hasil analisis statistik pada kelompok responden berdasarkan usia dengan menggunakan T-Test ditampilkan pada Tabel 10 dengan nilai signifikansi sebesar 0,011 ($<0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata skor kecanduan media sosial pada kedua kelompok responden berdasarkan jenis kelamin memiliki perbedaan secara signifikan.

Tabel 10

Data Hasil Uji Beda Kecanduan Media Sosial Berdasarkan Jenis Kelamin

Kelompok	Mean	SD	t	Sig.
Pria	27,31	5,351	-2,569	0,011
Wanita	29,66	5,393		

Kelompok responden berdasarkan waktu penggunaan media sosial dalam satu hari dibedakan menjadi kelompok yang menggunakan media sosial selama kurang dari 3 jam, 3-6 jam dan lebih dari 6 jam. Berdasarkan hasil analisis statistik, rata-rata skor kecanduan media sosial pada kelompok responden yang mengakses media sosial kurang dari 3 jam sebesar 24,58, pada kelompok responden 3-6 jam sebesar 28,93 dan pada kelompok responden pada kelompok responden lebih dari 6 jam sebesar 30,98. Hasil analisis statistik pada kelompok responden berdasarkan usia dengan menggunakan One-Way Anova ditampilkan pada Tabel 11 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata skor kecanduan media sosial pada ketiga kelompok responden berdasarkan waktu penggunaan media sosial dalam satu hari memiliki perbedaan secara signifikan.

Tabel 11

Data Hasil Uji Beda Kecanduan Media Sosial Berdasarkan Waktu Penggunaan Media Sosial dalam Satu Hari

Kelompok	Mean	SD	F	Sig.
<3 jam	24,58	5,069	14,289	0,000
3 – 6 jam	28,93	4,908		
>6 jam	30,98	5,313		

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mendapatkan hasil empiris mengenai pengaruh kesepian dan fomo secara simultan terhadap kecanduan media sosial pada mahasiswa. Mahasiswa lebih rentan untuk mengembangkan ketergantungan pada media sosial dibandingkan dengan kelompok masyarakat lainnya (Simsek dkk., 2019). Hal ini terjadi karena penggunaan media sosial sangat bermanfaat bagi mahasiswa untuk dapat



tetap terhubung dengan teman-teman dan keluarga mereka yang mereka tinggalkan ketika mereka pindah ke perguruan tinggi (Gezgin dkk., 2017).

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan pada 166 mahasiswa menggunakan analisis regresi berganda, nilai F yang diperoleh adalah sebesar 21,376 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,01$). Secara umum dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh kesepian dan fomo secara simultan terhadap kecanduan media sosial pada mahasiswa. Hasil analisis ini juga menunjukkan nilai R Square sebesar 0,208 yang berarti bahwa variabel kesepian dan fomo memberikan pengaruh secara simultan sebesar 20,8% terhadap kecanduan media sosial pada mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dilihat bahwa individu yang merasa kesepian dan *fear of missing out* memiliki tendensi untuk terlibat dalam kecanduan pada media sosial. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh kesepian yang signifikan terhadap kecanduan media sosial (Kim & Cha, 2016; Lee dkk., 2017; Savci & Aysan, 2018; Shin dkk., 2016; Yu dkk., 2016) dan juga terdapat pengaruh *fear of missing out* secara signifikan pada kecanduan media sosial (Blackwell dkk., 2017; Pontes dkk., 2018).

Individu yang merasa kesepian, dimana individu yang memiliki jaringan hubungan sosial yang kecil atau tidak memuaskan, menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan orang lain dan untuk mengurangi rasa kesepiannya (Teppers dkk., 2014). Media sosial ini dapat menjadi media komunikasi dan interaksi (Kircaburun, 2016) yang memberi kesempatan bagi individu yang merasa kesepian untuk menjalin hubungan *online* sehingga dapat mengimbangi kurangnya keterlibatan dengan orang lain secara *offline* atau tatap muka (Teppers dkk., 2014). Penggunaan media sosial ini bahkan dapat menjadi cara utama bagi individu yang merasa kesepian untuk terlibat dengan orang lain (Clayton dkk., 2013) dan hal ini dapat berakibat pada peningkatan waktu dalam mengakses media sosial hingga melibatkan individu dalam kecanduan media sosial (Al-Menayes, 2015; Savci & Aysan, 2018).

Menurut Teppers dkk., (2014), individu yang kesepian cenderung lebih suka berkomunikasi *online* daripada komunikasi tatap muka, untuk mengimbangi keterampilan sosial yang lebih lemah, untuk mengurangi perasaan kesepian, dan untuk memiliki lebih banyak kontak interpersonal. Sejalan dengan faktor sosial dari risiko kecanduan internet menurut Young (2017), individu dengan keterampilan komunikasi yang buruk atau memiliki permasalahan sosial, cenderung berkomunikasi *online* karena merasa lebih mudah dan aman dibandingkan dengan komunikasi melalui tatap muka.

Individu dengan fomo atau yang merasa takut kehilangan momen berharga akan memiliki dorongan untuk terus terhubung dengan orang lain. Dorongan ini timbul untuk memuaskan rasa ingin tahu individu atas apa yang orang lain lakukan (Przybylski dkk., 2013). Media sosial merupakan salah satu media yang dapat mempermudah individu untuk terus terhubung dengan orang lain. Kemudahan yang ditawarkan oleh media sosial dalam pemenuhan keinginan ini dapat berakibat pada peningkatan waktu penggunaan media

sosial hingga melibatkan individu dalam kecanduan pada media sosial (Griffith & Kuss, 2017).

Menurut Griffith dan Kuss (2017), fomo dapat berkontribusi pada kecanduan media sosial. Hal ini terjadi karena individu yang khawatir tidak dapat terhubung ke jaringan mereka dapat mengembangkan kebiasaan pemeriksaan impulsif yang seiring waktu dapat berkembang menjadi kecanduan. Sejalan dengan faktor psikologi dari risiko kecanduan internet menurut Young (2017), perilaku kompulsif dalam menghadapi perasaan atau situasi yang tidak menyenangkan, mendasari perilaku adiktif.

Temuan terbaru dari Kashif, Rehman dan Javed (2020) menunjukkan bahwa masa pandemi COVID-19 atau Coronavirus Disease 2019 ini membuat penggunaan media sosial sebagian besar orang lebih tinggi dari sebelumnya. Dikarenakan adanya anjuran untuk tetap berada di rumah, sebagian besar orang cenderung lebih sering mengakses media sosial untuk mengisi waktu luang mereka dan menjadi kecanduan media sosial. Orang-orang cenderung mengakses media sosial pada masa pandemi COVID-19 ini untuk menggantikan kegiatan yang tidak bisa mereka lakukan di luar ruangan dalam mengisi waktu luang (Kashif, Rehman & Javed, 2020), dan juga untuk mencari informasi terkait kesehatan dan COVID-19 (Wiederhold, 2020).

Selanjutnya, di dalam penelitian ini juga terdapat temuan tambahan yang memperlihatkan bahwa analisis deskriptif berdasarkan usia dalam skala kecanduan media sosial dikelompokkan menjadi usia remaja dan dewasa awal. *Mean* empirik dari kedua kelompok tersebut memiliki kategori sedang, jika dilihat dari rentang kategori variabel kecanduan media sosial, dimana kelompok responden dewasa awal memperoleh *mean* empirik tertinggi. Namun, rata-rata skor kecanduan media sosial pada kedua kelompok responden berdasarkan usia tidak memiliki perbedaan secara signifikan.

Individu dewasa awal akan mengalami *stage intimacy vs isolation*, dan menunjukkan pemakaian media sosial di masa dewasa awal sebagai sarana individu untuk menjalin hubungan dengan individu lain dan juga untuk memperluas jaringan pertemanan (Kane, 2013). Media sosial memungkinkan mereka untuk tetap berhubungan dengan teman-teman yang mereka tinggalkan saat melewati peralihan masa dewasa dan untuk menjalin pertemanan di setiap tempat baru (Arnett, 2013). Bagi individu dewasa awal yang telah tumbuh dengan berbagai jenis penggunaan media menganggap hal tersebut sebagai bagian dari kehidupan normal. Bagi mereka, media sosial berada dimana pun dalam kehidupan sehari-hari mereka, dan sebagian besar hampir tidak bisa membayangkan dunia tanpa media sosial (Arnett, 2015).

Temuan lain juga memperlihatkan bahwa analisis deskriptif berdasarkan jenis kelamin dalam skala kecanduan media sosial dibagi dalam dua kelompok, yaitu pria dan wanita. *Mean* empirik dari kedua kelompok tersebut memiliki kategori sedang, jika dilihat dari rentang kategori variabel kecanduan media sosial, dimana kelompok responden wanita memperoleh *mean* empirik tertinggi. Hasil analisis tambahan menggunakan T-Test menunjukkan rata-rata skor kecanduan media sosial pada kelompok mahasiswa berjenis kelamin pria dan wanita memiliki perbedaan secara signifikan. Hasil analisis deskriptif ini



memperkuat survei Pew Research Centre (dalam Lubis, 2014), yaitu wanita cenderung mendominasi dalam penggunaan media sosial dibandingkan dengan pria.

Park, Kee dan Valenzuela (2009) menemukan bahwa mahasiswa perempuan cenderung lebih sering menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi mengenai kegiatan baik di dalam dan di luar kampus, untuk bersosialisasi dengan teman-teman, untuk mencari status diri, dan untuk mencari hiburan. Menurut Lubis (2014), keberadaan media sosial juga memberikan efek cukup besar pada wanita, dimana mereka dapat mengekspresikan diri mereka secara lebih bebas dan juga aktif dalam berpartisipasi diberbagai bidang. Hal ini mungkin berhubungan dengan lima karakteristik media sosial, yaitu komunitas, keterbukaan, partisipasi, percakapan serta keterhubungan yang memberi peluang pada wanita untuk semakin aktif dalam menggunakan media sosial.

Temuan lain juga memperlihatkan bahwa analisis deskriptif berdasarkan waktu penggunaan media sosial per hari dalam skala kecanduan media sosial terbagi dalam tiga kelompok, yaitu kurang dari 3 jam, 3-6 jam dan lebih dari 6 jam. Kelompok responden yang mengakses media sosial kurang dari 3 jam memiliki kategori rendah, sedangkan kedua kelompok lainnya memiliki kategori sedang, jika dilihat dari rentang kategori variabel kecanduan media sosial. *Mean* empirik tertinggi berada pada responden yang mengakses media sosial lebih dari 6 jam dalam satu hari. Hasil analisis tambahan menggunakan Anova menunjukkan rata-rata skor kecanduan media sosial pada ketiga kelompok responden berdasarkan waktu penggunaan media sosial per hari memiliki perbedaan secara signifikan.

Hasil analisis deskriptif ini menunjukkan bahwa semakin lama waktu yang digunakan untuk mengakses media sosial per hari maka akan semakin besar tendensi individu untuk mengembangkan kecanduan pada media sosial. Hasil penelitian ini juga memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Al-Menayes (2015) serta Savci dan Aysan (2018) dimana jumlah waktu yang digunakan untuk mengakses media sosial secara positif berkorelasi dengan seluruh faktor dari kecanduan pada penggunaan media sosial, yang berarti bahwa semakin lama penggunaan media sosial maka akan semakin besar gejala kecanduan media sosial yang akan ditunjukkan. Young (2017) berpendapat bahwa pengguna yang kecanduan internet cenderung menggunakan internet dengan durasi antara 40 hingga 80 jam per minggu atau sekitar lima hingga sebelas jam dalam satu hari.

Selain variabel kesepian dan *fear of missing out* yang telah dibahas sebelumnya, terdapat variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini yang juga dapat memprediksi kecanduan media sosial. Variabel-variabel tersebut seperti stres akademik (Anggreani, 2018) dan sifat cemas (Xie & Karan, 2019) yang memiliki hubungan positif dan signifikan dengan kecanduan media sosial, serta kontrol diri yang memiliki hubungan negatif dan signifikan dengan kecanduan media sosial (Muna & Astuti, 2014).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kesepian dan fomo secara simultan terhadap kecanduan media sosial pada mahasiswa. Kesepian dan fomo menjelaskan 20.8% kecanduan media sosial pada mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa anteseden yang bersifat negatif seperti kesepian dan *fear of missing out* dapat mempengaruhi individu untuk terlibat dalam hal yang juga bersifat negatif yaitu dalam hal ini adalah kecanduan pada media sosial.

Hasil analisis tambahan terkait data demografis yang dilakukan juga memperlihatkan perolehan skor rata-rata empirik pada skala kecanduan media sosial yang lebih tinggi pada kelompok responden wanita. Hal ini menunjukkan bahwa wanita lebih cenderung untuk terlibat dalam kecanduan media sosial dibandingkan pria. Hasil analisis ini juga diperkuat oleh hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pew Research Centre yang menyatakan bahwa wanita mendominasi dalam penggunaan media sosial. Selanjutnya, hasil analisis juga memperlihatkan perolehan skor rata-rata empirik pada skala kecanduan media sosial yang lebih tinggi pada kelompok responden dewasa awal. Penggunaan media sosial di masa dewasa awal ini berguna sebagai sarana individu untuk menjalin hubungan dan juga untuk memperluas jaringan pertemanan.

Peneliti berharap, peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang lebih spesifik mengenai kecanduan pada penggunaan media sosial, seperti pada pengguna Instagram, WhatsApp, Line dan lain sebagainya. Dengan melakukan penelitian yang lebih spesifik, peneliti dapat memperdalam penelitiannya mengenai fitur-fitur yang ditawarkan pada masing-masing aplikasi media sosial dan kemungkinan kelebihan serta kekurangan yang dirasakan pengguna dari aplikasi media sosial tersebut. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan variabel lain untuk menjelaskan kecanduan media sosial pada mahasiswa serta menggunakan sampel penelitian yang lebih besar sehingga peneliti bisa mendapatkan data yang lebih luas dan lebih representatif.

Referensi

- Al-Menayes, J. (2015). Dimensions of social media addiction among University students in Kuwait. *Psychology and Behavioral Sciences*, 4(1), 23-28. <https://doi.org/10.11648/j.pbs.20150401.14>
- Al-Menayes, J. (2016). The fear of missing out scale: Validation of the Arabic version and correlation with social media addiction. *International Journal of Applied Psychology*, 6(2), 41-46. <https://doi.org/10.5923/j.ijap.20160602.04>
- Alt, D., & Boniel-Nissim, M. (2018). Links between adolescents' deep and surface learning approaches, problematic internet use, and fear of missing out (FoMO). *Internet Interventions*, 13(May), 30-39. <https://doi.org/10.1016/j.invent.2018.05.002>
- Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. In *Current Addiction Reports*, 2(2), 175-184. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0056-9>
- Anggreani, N. (2018). Hubungan stres akademik dan self-regulated learning dengan kecanduan jejaring sosial studi pada siswa kelas XII Sekolah Menengah Atas Negeri 5



- Samarinda. *Ejournal.Psikologi.Fisip-Unmul.Ac.Id.*
- APJII. (2017). Infografis penetrasi & perilaku pengguna internet Indonesia. In *Teknopreuner*.
- Arnett, J. J. (2013). *Adolescence and emerging adulthood: A cultural approach, fifth edition*. New York: Pearson Education
- Arnett, J. J. (2015). *Emerging adulthood, second edition*. New York: Oxford University Press.
- Budury, S., Fitriyani, A., & Khamida (2019). Penggunaan media sosial terhadap kejadian depresi, kecemasan dan stres pada mahasiswa. *Bali Medika Jurnal*, 6 (2), 205-208. <https://doi.org/10.36376/bmj.v6i2.87>
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69–72. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- Chandra, J. I. (2015). Hubungan antara kesepian dengan kecanduan media sosial pada remaja. (Skripsi). Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang
- Clayton, R. B., Osborne, R. E., Miller, B. K., & Oberle, C. D. (2013). Computers in Human Behavior Loneliness, anxiousness, and substance use as predictors of Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 687–693. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.12.002>
- Fromm-Reichmann, F. (1959). Loneliness. *Psychiatry*, 22(1), 1–15. <https://doi.org/10.1080/00332747.1959.11023153>
- Gezgin, D. M., Hamutoglu, N. B., Gemikonakli, O., & Raman, I. (2017). Social networks users: Fear of missing out in preservice teachers. *Journal of Education and Practice*, 8(17), 156–168.
- Gierveld, J. D. J., & Van Tilburg, T. (2006). A 6-item scale for overall, emotional, and social loneliness: Confirmatory tests on survey data. *Research on Aging*, 28(5), 582–598. <https://doi.org/10.1177/0164027506289723>
- Griffith, M. D., & Kuss, D. J. (2017). Adolescents in social media addiction (revisited). *Education and Health*, 35(3), 49–52.
- Hariadi, A. F. (2018). Hubungan antara fear of missing out (FoMO) dengan kecanduan media sosial pada remaja skripsi. *Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*, 1–85.
- Kane, G. C. (2013). Psychosocial stages of symbolic action in social media. *International Conference on Information Systems (ICIS 2013): Reshaping Society Through Information Systems Design*, 4, 3185–3199. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2041940>
- Kashif, M., Rehman, A. U., & Javed, M. K. (2020). Social media addiction due to coronavirus. *International Journal of Medical Science in Clinical Research and Review*, 3, 331-336
- Kemp, S. (2019). Digital 2019. *We Are Social & Hootsuite*.
- Kim, K., & Cha, H. (2016). Factors influencing on SNS addiction tendency of university students. *Indian Journal of Science and Technology*, 9(43), 1-7. <https://doi.org/10.17485/ijst/2016/v9i43/105035>
- Kircaburun, K. (2016). Self-esteem, daily internet use and social media addiction as predictors of depression among Turkish adolescents. *Journal of Education and Practice*, 7(24), 64–72.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 1-17. <https://doi.org/10.3390/ijerph14030311>

- Lee, J., Kim, H. & Kang, J. (2017). The effect of loneliness on SNS addiction: Moderating effect of interpersonal relations orientation and its gender difference. *Korean Journal of Clinical Psychology*, 36(2), 154-164.
- Lubis, E. E. (2014). Potret media sosial dan perempuan. *Paralella, Volume I N*, 97–106.
- Moqbel, M., & Kock, N. (2018). Unveiling the dark side of social networking sites: Personal and work-related consequences of social networking site addiction. *Information and Management*, 55(1), 109–119. <https://doi.org/10.1016/j.im.2017.05.001>
- Morahan-Martin, J., & Schumacher, P. (2003). Loneliness and social uses of the Internet. *Computers in Human Behavior*, 19(6), 659–671. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(03\)00040-2](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(03)00040-2)
- Muna, R. F., & Astuti, T. P. (2014). Hubungan antara kontrol diri dengan kecenderungan kecanduan media sosial pada remaja akhir. *Empati: Jurnal Karya Ilmiah S1 Undip*, 3(4), 481–491.
- Osatuyi, B., & Turel, O. (2018). Tug of war between social self-regulation and habit: Explaining the experience of momentary social media addiction symptoms. *Computers in Human Behavior*, 85, 95-105. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.03.037>
- Papalia, D. E., & Martorell, G. (2016). Experience human development. New York: McGraw Hill Education.
- Park, N., Kee, K. F., & Valenzuela, S. (2009). Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications, and social outcomes. *Cyberpsychology and Behavior*, 12(6), 729-733. <https://doi.org/10.1089/cpb.2009.0003>
- Pontes, H. M., Taylor, M., & Stavropoulos, V. (2018). Beyond “Facebook addiction”: The role of cognitive-related factors and psychiatric distress in social networking site addiction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(4), 240–247. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0609>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Savci, M., & Aysan, F. (2018). Interpersonal competence, loneliness, fear of negative evaluation, and reward and punishment as predictors of social media addiction and their accuracy in classifying adolescent social media users and non-users. *The Turkish Journal on Addiction*, 5(3), 25-41.
- Shin, M., Lee, J., Chyung, Y. J., Kim, P. W., & Jung, S. Y. (2016). Integrating psychosocial and cognitive predictors of social networking service addiction tendency using structural equation modeling. *Psychologia*, 59(4), 182–201. <https://doi.org/10.2117/psysoc.2016.182>
- Simsek, A., Elciyar, K., & Kizilhan, T. (2019). A comparative study on social media addiction of high school and university students. *Contemporary Educational Technology*, 10(2), 106-119. <https://doi.org/10.30935/cet.554452>
- Sriwilai, K., & Charoensukmongkol, P. (2016). Face it, don't Facebook it: Impacts of social media addiction on mindfulness, coping strategies and the consequence on emotional exhaustion. *Stress and Health*, 32(4), 427–434. <https://doi.org/10.1002/smi.2637>
- Steers, M.-L. N., Moreno, M. A., & Neighbors, C. (2016). The influence of social media on addictive behaviors in college students. *Current Addiction Reports*, 3(4). <https://doi.org/10.1007/s40429-016-0123-x>
- Teppers, E., Luyckx, K., Klimstra, T. A., & Goossens, L. (2014). Loneliness and Facebook



- motives in adolescence: A longitudinal inquiry into directionality of effect. *Journal of Adolescence*, 37(5), 691–699. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2013.11.003>
- Thomas, L., Orme, E., & Kerrigan, F. (2020). Student loneliness: The role of social media through life transitions. *Computers and Education*, 146, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.103754>
- Wiederhold, B. K. (2020). Using social media to our advantage: Alleviating anxiety during a pandemic. In *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 23(4), 197-198. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.29180.bkw>
- Xie, W., & Karan, K. (2019). Predicting Facebook addiction and state anxiety without Facebook by gender, trait anxiety, Facebook intensity, and different Facebook activities. *Journal of Behavioral Addictions*, 8(4), 1-9. <https://doi.org/10.1556/2006.8.2019.09>
- Young, K. S. (2017). The evolution of Internet addiction. In C. Montag, & M. Reuter (Eds), *Internet addiction: Neuroscientific approaches and therapeutical implications including smartphone addiction, second edition*. Gewerbestrasse, Switzerland: Springer International Publishing.
- Young, K. S., & Abreu, C. N. D. (2011). Internet addiction: A handbook and guide to evaluation and treatment. In *Internet addiction: A handbook and guide to evaluation and treatment*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Yu, S., Wu, A. M. S., & Pesigan, I. J. A. (2016). Cognitive and psychosocial health risk factors of social networking addiction. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 14(4), 550–564. <https://doi.org/10.1007/s11469-015-9612-8>