**PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU *FEAR OF MISSING OUT***

**(STUDI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI FISPOL UNIVERSITAS SAM RATULNGI)**

Anisah Samirah Muhammad, Debby D. V. Kawengian, Yuriewaty Pasoreh

Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Sam Ratulangi Manado, Jln. Kampus Bahu, 95115, Indonesia

Email: nicasamirah@gmail.com

**ABSTRAK**

**Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram terhadap Perilaku *Fear of Missing Out* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fispol Universitas Sam Ratulangi Manado. Teori yang digunakan dalam penelitian ini teori *stimulus-organism-response*. Penelitian ini memiliki satu variabel bebas yaitu terpaan media dan satu variabel terikat yaitu perilaku *Fear of Missig Out*. Penelitian ini diukur berdasarkan indikator terpaan media yaitu frekuensi, durasi dan atensi, dan indikator perilaku *Fear of Missing Out* yaitu rasa takut, cemas dan khawatir. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengambilan data menggunakan kuesioner. Pendistribusian kuesioner dilakukan secara online dengan menggunakan Google Form**. **Populasi dalam penelitian ini sebanyak 496 mahasiswa Komunikasi Universitas Sam Ratulangi sebagai pengguna aktif Instagram dengan sampel sebanyak 50 yang ditentukan menggunakan *proportional stratified random sampling*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif sedang sebesar 0,485 antara terpaan media sosial Instagram terhadap perilaku *Fear of Missing Out* mahasiswa Ilmu Komunikasi Fispol Universitas Sam Ratulangi Manado. Uji hipotesis menggunakan Analisis Varians mendapatkan hasil “Fuji” 1,04 lebih kecil dari “Ftabel” 1,96 pada derajat kebebasan 5 dan penyebut 28 pada taraf signifikan 0,05 (5%). Hal ini berarti menolak Hipotesis nol (Ho) dan menerima hipotesis alternative (Ha). Kesimpulannya terpaan media sosial Instagram berpengaruh terhadap perilaku *Fear of Missing Out* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fispol Universitas Sam Ratulangi Manado.**

**Kata Kunci: Terpaan Media Sosial Instagram, *Fear of Missing Out***

*ABSTRACT*

*This study aims to determine the effect of Instagram Social Media Exposure on Fear of Missing Out Behavior of Communication Science Students, Social and Political Sciences, Sam Ratulangi University, Manado. The theory used in this research is the stimulus-organism-response theory. This study has one independent variable, namely media exposure and one dependent variable, namely Fear of Missing Out behavior. This study was measured based on indicators of media exposure, namely frequency, duration and attention, and behavioral indicators of Fear of Missing Out, namely fear, anxiety and worry. The research method used is quantitative with data collection using a questionnaire. The distribution of the questionnaires was done online using Google Form. The population in this study was 496 Communication students at Sam Ratulangi University as active Instagram users with a sample of 50 determined using proportional stratified random sampling. The results showed that there was a moderate positive effect of 0.485 between exposure to social media Instagram on the Fear of Missing Out behavior of students of Communication Sciences, Faculty of Social and Political Sciences, Sam Ratulangi University, Manado. Hypothesis testing using Analysis of Variance obtained the results of "Fuji" 1.04 smaller than "Ftable" 1.96 at 5 degrees of freedom and the denominator 28 at a significant level of 0.05 (5%). This means rejecting the null hypothesis (Ho) and accepting the alternative hypothesis (Ha). In conclusion, exposure to Instagram social media has an effect on the Fear of Missing Out behavior of Communication Science students at Sam Ratulangi University, Manado.*

*Keywords: Instagram Social Media Exposure, Fear of Missing Out*

**PENDAHULUAN**

U

ntuk bertahan hidup, masyarakat memerlukan informasi untuk berinteraksi dengan masyarakat umum dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Alat komunikasi semakin berkembang dan didukung oleh Internet di seluruh dunia. Internet juga memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengakses berbagai bentuk informasi seperti teks, gambar, suara, bahkan informasi lainnya.. Salah media sosial yang paling banyak digemari khalayak adalah Instagram. Adanya fitur *real time* seperti melakukan siaran langsung di media sosial dan *location based* yang mendorong para penggunanya untuk saling bertemu, memicu seseorang untuk mengalami *Fear of Missing Out*. *Fear of Missing Out* (FoMO) digambarkan sebagai konstruksi psikologis yang paling erat kaitannya dengan kesalahan penggunaan telepon pintar dan juga media sosial yang berlebihan. Kemudian hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2014 menunjukkan bahwa mayoritas pengguna internet di Indonesia berusia 18 – 25 tahun (APJII, dalam BeritaSatu.com, 2015). Usia tersebut adalah kelompok usia dewasa muda yang dikemukakan oleh Arnett (dalam Santrock, 2015). Hal ini berarti bahwa mahasiswa atau kelompok usia dewasa muda lebih rentan untuk menggunakan internet dengan intensitas dan frekuensi yang berlebihan sebagai bentuk terpaan media. Subjek dari penelitian ini ialah mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi Manado yang merupakan perwakilan pada kategori anak muda berdasarkan keterangan dari Organisasi Kesehatan Dunia atau *World Health Organization* (*WHO*) yaitu di usia 18-24 tahun, yang menurut survei dari NapoleonCat adalah pengguna Instagram di Indonesia dengan Persentase terbesar yaitu 37,6% di banding kelompok usia lain. Pengguna dengan usia 18-24 tahun menyentuh angka 33.300.000. Berdasarkan data-data yang dikumpulkan diatas maka penelitian terhadap mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi Manado adalah yang paling relevan dikarenakan mewakili persentase anak muda 18-24 tahun dengan pengguna Instagram di Indonesia terbesar dan juga paling sering terkena terpaan media sosial Instagram, sehingga dapat mempengaruhi perilaku ketakutan akan ketinggalan atau *Fear of Missing Out* (FoMO). Penelitian ini dianggap penting dilakukan agar mencari tahu apakah ada pengaruh antara terpaan yang disebabkan oleh media sosial Instagram terhadap perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO).

**METODE PENELITIAN**

**J**

**enis Penelitian;** Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obektif, terukur, rasional, dan sistematis. Penelitian korelasional adalah sesuatu penelitian yang melibatkan tindakan pengumpulan data guna menentukan, apakah ada hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih (Siswanto dan Suyatno, 2018:17). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi sederhana. **Lokasi Penelitian;** Penelitian ini dilakukan di Universitas Sam Ratulangi, khususnya di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi. **Tujuan Penelitian;** mengetahui Apakah Terpaan Media Sosial Instagram Berpengaruh Terhadap Perilaku *Fear of Missing Out* Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi Manado. Variabel dalam penelitian ini yakni terdiri dari dua variabel yaitu terpaan media sosial Instagram sebagai variabel bebas (X) dan perilakuj *Fear of Missing Out* mahasiswa sebagai variabel terikat (Y). Definisi operasional dalam penelitian ini adalah terpaan media dengan indikator yang terdiri dari frekuensi, durasi dan atensi, serta perilaku *Fear of Missing Out* dengan indikator yang terdiri dari rasa takut, rasa cermat dan rasa khawatir. Populasi dan Sampel, Populasi adalah semua anggota dari objek yang diteliti. Populasi tidaklah identik dengan penduduk atau warga. Tujuan atau topik survei tertentu akan menghasilkan populasi tertentu. Populasi dalam penelitian ini Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi Manado Angkatan 2018, 2019, 2020 dan 2021 yang berjumlah 496. Sampel merupakan sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti dan dianggap mewakili keseluruhan populasi. Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* berupa *propotionate stratified random sampling,* merupakan teknik pengambilan sampel ada populasi yang heterogen dan berstrata dengan mengambil sampel dari tiap-tiap sub-populasi yang jumlahnya disesuaikan dengan jumlah1anggota dari1masing-masing sub populasi secara acak atau serampangan. Dalam penelitian ini sampel diambil 10% dari setiap strata atau kelompok, sampel dari penelitian ini berjumlah 50 Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi Manado yang erupakan pengguna aktif Instagram. **Teknik Pengumpulan Data;** Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Kuesioner adalah alat ukur dalam pengumpulan data dengan membagikan beberapa pertanyaan kepada responden. (Ardial, 2015:379). Kuesioner disebarkan melalui *Google Form.* Pengukuran Variabel, penelitian ini menggunakan skala Likert untuk menilai kuesioner yang dikembangkan oleh Ransis Likert dengan menentukan skor pada setiap pernyataan atau pertanyaan. Skala Likert merupakan skala yang dipakai untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial Sugiyono, (2016). Penelitian ini menggunakan sejumlah statement dengan skala 5. Pengukuran Variabel, Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi. Analisis regresi digunakan karena didasari hubungan fungsional atau hubungan sebab-akibat (kausal) variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Menurut (Gani dan Amalia, 2015) pengujian asumsi regresi terbagi menjadi dua kelompok, yaitu asumsi dasar dan asumsi klasik. Asumsi dasar dalam penelitin ini menggunakan uji validitas data dan uji reliabilitas data. Dalam penelitian ini model regresi yang akan digunakan adalah model regresi sederhana, mengingat dalam penelitian ini hanya memiliki satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Adapun pengujian atau perhitungan yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan bantuan program kompüter *Statistical Package for Social Science*s (SPSS) versi 28.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

P

enelitian yang sifatnya kuantitatif sangat mementingkan perhitungan pada data yang sudah diambil dari tiap sampel yang ditentukan oleh peneliti. Penelitian dalam pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram terhadap Perilaku *Fear of Missing Out* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fispol Sam Ratulangi, mendapatkan hasil positif, yaitu adanya pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram terhadap Perilaku *Fear of Missing Out*. Berdasarkan hasil pengujian Terpaan Media Sosial Instagram terhadap Perilaku *Fear of Missing Out* dihitung secara manual dan menggunakan aplikasi SPSS 28, hasil dari penelitian mendapatkan hasil sebagai berikut: Berdasarkan hasil perhitungan dalam regresi sederhana, terdapat hubungan signifikan antara Terpaan Media Sosial Instagram (X) terhadap Perilaku *Fear of Missing Out* berdasarkan hasil $"r”$ sebesar 0,485 mengartikan hubungan dalam tingkat sedang. Adanya pengaruh antara Terpaan Media Sosial Instagram terhadap Perilaku *Fear of Missing Out* mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sam Ratulangi yaitu sebesar 23,5% sedangkan sisanya 76,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukan dan dibahas dalam penelitian ini. Hal ini sejalan dengan teori *stimulus-organism-response*. Teori S-O-R mengemukakan bahwa tingkah laku sosial dapat dimengerti melalui suatu analisis dari stimulus yang diberikan dan mempengaruhi reaksi yang spesifik dan didukung penghargaan sesuai dengan reaksi. (Rakhmat, 2004). Stimulus berupa terpaan dari intensitas menggunakan media sosial Instagram yang diberikan pada mahasiswa dapat diterima baik yang berarti ada perhatian dari mahasiswa dan stimulus tersebut efektif, karena adanya perhatian ini maka mahasiswa mengerti stimulus ini dan setelah itu, mahasiswa mengolah stimulus berupa terpaan media tersebut dan terjadi kesediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (berperilaku). Dalam perilaku ketakutan akan ketinggalan atau *Fear of Missing Out* yang utuh dalam diri mahasiswa cukup sedang untuk mempengaruhinya, meski masih ada variabel-variabel lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini yang juga turut andil.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

K

esimpulan: Penelitian Dari hasil pada penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh sedang antara Terpaan Media Sosial Instagram terhadap perilaku *Fear of Missing Out* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fspol Universitas Sam Ratulangi Manado. Lewat hasil Analisis Varians dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima atau dengan kata lain terdapat pengaruh yang signifikan antara Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap perilaku *Fear of Missing Out* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fispol Universitas Sam Ratulangi Manado. Dalam penelitian ini ditemukan mahasiswa Ilmu Komunikasi Fspol Universitas Sam Ratulangi merupakan pengguna aktif Instagram dengan menggunakan berbagai fitur interaktif serta informasi yang disediakan sehingga menghasilkan ketertarikan dan perhatian. Maka dari itu berbagai terpaan yang ada di media sosial Instagram cenderung dapat menimbulkan berbagai perilaku seperti yang ada dalam penelitian ini yaitu perilaku *Fear of Missing Out*. **Saran**; Berdasarkan penelitian tersebut, peneliti menyarankan agar dapat dilakukan penelitian selanjutnya mengenai perilaku *Fear of Missing Out*, terutama pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Fispol Universitas Sam Ratulangi*.* Diharapkan menggunakan variabel di luar dari variabel dalam penelitian ilmiah ini untuk menggali lagi faktor apa saja atau penyebab lainnya yang mempengaruhi perilaku *Fear of Missing Out.* Peneliti juga menyarankan agar Generasi Z terutama mahasiswa untuk mengurangi jangka waktu saat menggunakan *gadget* untuk bermedia sosial, karena akan berdampak negatif kepada keseharian yang akan kurang peka terhadap sosial.

**DAFTAR PUSTAKA**

Ardianto, Elvinaro. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung:

Simbiosa Rekatama Media.

Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Effendy, Onong Uchjana. 2015. *Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek*. Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti.

Gani, Irawan, dan Siti Amalia. 2015. *ALAT ANALISIS DATA - Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial, Edisi 1*, CV. Andi Offset, Yogyakarta.

Hovland, Carl I., Irving K. Janis, and Harold H., Kelley. 1953. *Communication and Persuasion*, New Haven, CT: Yale University Press.

Karyanti S., Rema, 2005. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Kinantiar, Dinar Anggi. 2018. *Akun Instagram Hipwee Terhadap Sikap Followernya* Diakses dari https://eprints.stikosaaws.ac.id/

Kriyantono, Rakhmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.

McQuail, Dennis. 1994. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.

Mulyana Deddy. 2014. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.