

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 3, Nomor 1, January 2025, P. 723-727
Licensed By Cc By-Sa 4.0
E-ISSN: [2986-6340](https://doi.org/10.5281/zenodo.14652481)
Doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14652481>

Fear Of Missing Out dan Oversharing: Di Balik Pamer Kebahagiaan Di Media Sosial

Inrianto^{1*}, Erik Saut H. Hutahaean¹

¹Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jl. Harsono RM No.67, Ragunan, Pasar Minggu, Kota Jakarta Selatan, Jakarta, Indonesia 12550
 Email: 202010515192@mhs.ubharajaya.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara *fear of missing out* (FoMO) dan perilaku *oversharing* di media sosial Instagram. Sampel penelitian terdiri dari 152 pengguna aktif Instagram. Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara FoMO dan *oversharing*. Semakin tinggi Tingkat FoMO seseorang, semakin cenderung individu tersebut untuk berbagi informasi secara berlebihan di Instagram. Temuan ini mengindikasikan bahwa FoMO merupakan faktor yang berkontribusi pada perilaku *oversharing* sebagai Upaya untuk memenuhi kebutuhan akan validasi sosial dan mengurangi kecemasan.

Kata kunci: *Fear of Missing Out, Oversharing, Media Sosial Instagram*

Abstract

This study aimed to examine the relationship between fear of missing out (FoMO) and oversharing behavior on Instagram. The sample consisted of 152 active Instagram users. The results showed a significant positive correlation between FoMO and oversharing. The higher the level of FoMO, the more likely individuals were to overshare information on Instagram. These findings indicate that FoMO is a contributing factor to oversharing behavior as an attempt to fulfill social validation needs and reduce anxiety.

Keywords : *Fear of Missing Out, Oversharing, Instagram*

Article Info

Received date: 30 December 2024

Revised date: 10 January 2025

Accepted date: 15 January 2025

PENDAHULUAN

Pekembangan media sosial semakin meningkat di kalangan masyarakat dari berbagai kelompok umur dan mempengaruhi interaksi sosial serta betapa pentingnya kehadiran jenis media sosial bagi interaksi sosial antar pengguna (Liedfray et al., 2022). Dengan media sosial pengguna akan terhubung dengan pengguna lainnya untuk berbagi informasi dan berkomunikasi (Fronika, 2019). Selain sebagai alat berbagai informasi dan komunikasi, media sosial menjadi tempat untuk mengekspresikan emosi tertentu yang di alami oleh seseorang. Banyak pengguna Instagram yang ingin mengekspresikan kepribadian mereka seperti mengunggah kebahagiaannya melalui media sosial (Mahendra, 2017). Seperti mengunggah, kebahagiaan karena menyantap makanan yang enak, kebahagiaan untuk berwisata ke tempat-tempat yang indah, kebahagiaan pergi ke pusat perbelanjaan dengan berbelanja banyak, dan masih banyak jenis kebahagiaan yang lainnya (Al-Ghifari & Abidin, 2022). Budaya memamerkan menjadi bagian dari suatu budaya masa yang secara otomatis mengarah pada kehidupan sehari-hari, budaya memamerkan merupakan suatu cerminan identitas diri yang berbeda dengan yang lain (Mahyuddin, 2017). Media sosial yang sering di gunakan di Indonesia yaitu, WhatsApp, Instagram, Facebook, Tiktok, Telegram, Twitter, Facebook Messenger (Muthar, 2023). Pada penelitian ini menggunakan platform Instagram.

Instagram adalah platform yang bisa memberikan pengalaman positif bagi penggunanya. Namun, fitur-fitur yang menarik di Instagram juga bisa membuat seseorang terlalu sering membagikan informasi pribadi (*oversharing*). Menurut Pebriani, Instagram berfungsi sebagai media bagi pengguna untuk mengekspresikan diri dan citra pribadi mereka. Platform ini memungkinkan orang lain membentuk persepsi tentang seseorang hanya berdasarkan konten yang dibagikan, tanpa adanya interaksi tatap muka

(dalam Plis et al., 2023). Dari penelitian Ipsos, Ipsos mengamati apa yang dibagikan orang Indonesia di media sosial. Konten yang paling banyak dibagikan adalah gambar, disusul opini, update status aktivitas yang dilakukan pengguna, link ke artikel, apa yang disukai dari pengguna, update status tentang emosinya pengguna (Akhtar, 2020). Instagram menjadi wadah bagi pengguna untuk berbagi berbagai momen dalam hidup mereka. Hal ini bisa disebut dengan humblebragging, humblebragging merupakan suatu perilaku menyombangkan diri atau memamerkan dengan rendah hati (Rahmania, 2020). Individu yang sering melakukan oversharing seringkali termotivasi oleh kebutuhan akan pengakuan dan perhatian sosial. Melalui aktivitas berbagi berlebihan ini, mereka berupaya untuk menarik perhatian orang lain dan memperkuat citra diri mereka sebagai individu yang menarik dan signifikan.

Menurut laporan *We Are Social* yang didapatkan dari Julius (2024) jumlah pengguna Instagram global mencapai 1,63 miliar pada April 2023. Angka ini meningkat sebesar 12,2% dibandingkan tahun sebelumnya. Indonesia sendiri memiliki 106 juta pengguna Instagram per April 2023, menjadikan Indonesia sebagai negara keempat di dunia dengan pengguna Instagram terbanyak dikarenakan Instagram memiliki banyak fitur yang disediakan. Dari hasil penelitian Antasari & Pratiwi (2022) menjelaskan fitur-fitur yang dimiliki oleh Instagram yaitu, instagram profil dan bio, mengunggah foto dan video, stories, caption, komentar, hastags, like, activity, direct message (DM), tag lokasi, dan story archive. Dengan fitur-fitur yang disediakan oleh platform instagram bisa menyebabkan penggunaannya mengalami humblebragging. Penggunaan fitur-fitur ini membuat para pengguna platform instagram untuk menciptakan citra diri atau mempersentasikan diri melalui media sosial, karna dengan mempersentasikan diri melalui visual merupakan faktor yang sangat berperan penting dalam menciptakan citranya kepada pengguna lain (Mawarniningsih et al., 2022).

Pengguna instagram adalah mereka yang mempunyai akun instagram dan menggunakan fitur yang disediakan oleh instagram. Mereka yang lebih aktif melihat foto, menonton video, berkomentar, menyukai, membagikan konten yang disukai, atau membagikan konten kegiatan pribadinya yang disukainya. Penggunaan aplikasi instagram memberikan tempat bagi pengguna untuk membagikan ekspresinya melalui foto atau video, dan kata-kata untuk berinteraksi dengan pengguna lainnya. Dari penjelasan diatas merupakan suatu kegiatan berbagi (*sharing*) di media sosial instagram, pengguna bisa berbagi (*sharing*) kapan pun dan dimana pun. Bagi pengguna yang tidak ada kontrol dalam membagikan sesuatu pengguna akan memiliki kecenderungan berbagi secara berlebihan (*oversharing*). Pengguna yang selalu berbagi secara berlebihan (*oversharing*) merupakan individu yang membutuhkan perhatian kepada pengguna lainnya (Prasetya et al., 2022). Kecenderungan berbagi secara berlebihan (*oversharing*) di media sosial dapat dipicu oleh adanya *Fear of Missing Out (FoMO)* (Pasztor & Bak, 2020).

Fear of Missing Out atau yang disebut dengan FoMO merupakan perasaan bagi mereka yang takut ketinggalan dengan sebuah informasi dan kehilangan momen. Dalam literatur ilmiah, FoMO didefinisikan terdiri dari dua elemen utama yaitu: ketakutan bahwa orang lain mungkin mempunyai pengalaman berharga yang tidak dirinya alami dan sebuah keinginan yang terus-menerus untuk tetap terhubung dengan orang-orang di dalam jaringan sosial (Elhai et al., 2021). Sedangkan menurut (Przybylski et al., 2013) FoMO merupakan suatu keadaan dimana seseorang pengguna mengalami kegelisahan setelah melihat atau mengecek sosial medianya dan melihat keseruan-keseruan yang sedang dilakukan oleh pengguna lainnya dan adanya keinginan untuk tetap terus terhubung dengan momen yang sedang dilakukan oleh pengguna lainnya di sosial media. Pengaruh penggunaan media sosial instagram dapat meningkatkan perilaku FoMO pada penggunaannya (Komariah et al., 2022). Perilaku FoMO memiliki peranan yang besar pada perilaku oversharing dan menimbulkan dampak yang merugikan pada kesehatan mental, berupa ketidakpuasan yang ekstrem bila tidak menerima jumlah penyuka, komentar atau tanggapan yang diharapkan setelah memposting sesuatu (Dou et al., 2023).

Dari penjelasan diatas pengguna dengan tingkat perilaku FoMO yang lebih tinggi akan, cenderung membagikan lebih banyak (*oversharing*) informasi pribadi secara online (Hadlington et al., 2020). Sedangkan menurut Akhtar (2020) Istilah oversharing sebagai pengungkapan informasi yang berlebihan atau tidak tepat untuk situasi tertentu. Berbagi berlebihan berarti mengungkapkan perasaan, pendapat, dan seksualitas batin seseorang yang seseorang lakukan secara langsung atau melalui smartphone (Mawarniningsih et al., 2022). Oversharing juga menghilangkan batasan antara ruang privasi dan publik. Ada tiga motivasi utama di balik perilaku oversharing di instagram adalah relasi sosial, presentasi diri,

dan hiburan (Prastiyo et al., 2024). Salah satu platform media sosial yang paling banyak oversharing adalah Instagram (Vidianti et al., 2023).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasi untuk menguji hubungan antara *fear of missing out* dan *oversharing* di media sosial instagram. Desain korelasi dipilih karena sesuai untuk mengukur derajat hubungan antara dua variabel. Pada variabel bebas yaitu *Fear of Missing Out* (FoMO) dan pada variabel terikat yaitu *Oversharing*.

Fear of Missing Out (FoMO), yaitu keadaan cemas akibat takut melewatkan momen yang dialami orang lain di media sosial. Pengukuran yang dilakukan menggunakan skala yang dimodifikasi dari teori Przybylski et al. (2013) dengan tiga dimensi yaitu, kompetensi, otonomi, dan kebutuhan untuk terhubung (*relatedness*). *Oversharing*, yaitu perilaku berbagi informasi pribadi secara berlebihan di media sosial. Pengukuran dilakukan menggunakan *Online Oversharing Inventory* (OOI) yang dikembangkan oleh Shabahang et al. (2019) dengan empat dimensi yaitu, keterbukaan, kebutuhan validasi, kontrol diri, dan kesadaran privasi.

Populasi penelitian adalah pengguna aktif media sosial instagram. Sampel terdiri dari 152 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Dengan kriteria yaitu, pengguna aktif media sosial instagram, rutin mengunggah konten di platform instagram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dalam penelitian ini dimulai dari di dapatkannya sebanyak 152 responden yang terlibat dalam penelitian ini, yang dimana responden ini sesuai dengan kriteria yang telah di tentukan yaitu pengguna aktif media sosial instagram, lalu penjelasan terkait hubungan kedua variabel yaitu *fear of missing out* dengan *oversharing* dilakukan hasil yang telah di dapatkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *fear of missing out* dengan *oversharing* bahaya di balik pamer kebahagiaan di media sosial instagram. Penelitian ini menggunakan uji asumsi yaitu uji normalitas yang menunjukkan adanya hubungan antara *fear of missing out* dengan *oversharing*. Hal ini diperoleh bahwa hubungan yang terjadi diantara kedua variabel merupakan hubungan yang positif. Menurut Periantolo (2016) hubungan yang positif terjadi apabila semakin tinggi salah satu variabel maka semakin tinggi suatu nilai variabel lainnya dan apabila semakin rendah nilai suatu variabel maka semakin rendah pula nilai variabel yang lain. Korelasi yang positif menggambarkan hubungan antar variabel memiliki satu arah. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi *fear of missing out* maka semakin tinggi *oversharing* pada pengguna aktif media sosial instagram, begitupun sebaliknya semakin tinggi *oversharing* maka semakin tinggi juga *fear of missing out* pada pengguna aktif media sosial instagram. Hal ini di dukung penelitian yang dilakukan oleh Hadlington et al., (2020) menjelaskan bahwa tingkat perilaku *fear of missing out* yang lebih tinggi, cenderung berperilaku *oversharing* secara online.

Selanjutnya dalam uji kategorisasi yang telah di lakukan apabila merujuk pada hasil mean empirik maka variabel *fear of missing out* berada pada kategori sedang, kemudian pada variabel *oversharing* berada pada kategori sedang. Menurut Azwar (2017) dalam uji kategorisasi tidak secara langsung menggambarkan korelasi antar variabel. Pada variabel *fear of missing out* terdapat 22% dengan jumlah 33 responden termasuk dalam kategorisasi rendah, kemudian sebesar 59% dengan jumlah 90 responden termasuk kedalam kategorisasi sedang, serta 19% dengan jumlah 29 responden masuk dalam kategorisasi tinggi. Kemudian pada variabel *oversharing* terdapat 18,4% dengan jumlah 28 responden termasuk dalam kategori rendah, kemudian sebesar 75,7% dengan jumlah 115 responden termasuk dalam kategori sedang, serta sebesar 5,9% dengan jumlah 9 responden masuk ke dalam kategori tinggi. Dalam hal ini di temukan bahwa secara frekuensi *fear of missing ou* dan *oversharing* memiliki kategorisasi yang berbeda.

Korelasi yang positif menggambarkan hubungan antar variabel memiliki arah yang sama. Hal ini didukung oleh (Pasztor & Bak, 2020) mengatakan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara *fear of missing out* dengan *oversharing* pada pengguna media sosial. Hal ini terjadi karena *oversharing* memiliki faktor yang di pengaruhi oleh *fear of missing out* dalam mendapatkan umpan balik dari pengguna media sosial lainnya, yang dapat membantu mengurangi rasa perasaan kesepian dan kecemasan sosial.

Uji korelasi dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi parametrik yaitu Pearson's *r*. Berdasarkan hasil uji korelasi yang dilakukan antara variabel *fear of missing out* dengan variabel *oversharing* menggunakan teknik Pearson's *r* ditemukan bahwa terdapat hubungan antara *fear of missing out* dengan *oversharing*. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara *fear of missing out* dengan *oversharing* dengan arah yang positif. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Hadlington et al., 2020) menemukan bahwa ada hubungan *fear of missing out* terhadap *oversharing*. Temuan ini menunjukkan bahwa *fear of missing out* merupakan faktor dalam *oversharing* di media sosial di Instagram.

KESIMPULAN

Naskah ditulis dalam bahasa Indonesia dengan huruf Times New Roman 12pt, satu kolom, kerapatan baris 1 spasi, pada kertas A4. Kesimpulan ditulis satu paragraf, tanpa sitasi. Kesimpulan semestinya menjawab tujuan penelitian. Jika diperlukan dapat ditambahkan saran atau rekomendasi.

Berdasarkan studi yang telah dilakukan, ada hubungan signifikan antara *fear of missing out* dan perilaku *oversharing* bahwa semakin tinggi tingkat FoMO seseorang, semakin besar kecenderungan untuk *oversharing* di media sosial, dan sebaliknya. Temuan ini didukung oleh berbagai hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa FoMO memengaruhi perilaku berbagi secara berlebihan dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan akan validasi sosial atau mengurangi kecemasan dan kesepian.

Studi ini juga mengindikasikan bahwa sebagian besar responden berada dalam kategori sedang untuk tingkat *fear of missing out* dan *oversharing*. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku tersebut cukup umum di antara pengguna aktif Instagram. Beberapa faktor seperti kecemasan sosial, kebutuhan akan validasi, dan keterbukaan informasi juga berperan dalam fenomena ini.

Analisis regresi menunjukkan bahwa FoMO memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap *oversharing*, dengan nilai R^2 sebesar 0,153. Ini menandakan bahwa FoMO merupakan salah satu penyebab yang memengaruhi perilaku berbagi secara berlebihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhtar, H. (2020). Perilaku Oversharing di Media Sosial: Ancaman atau Peluang? *Psikologika : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 25(2), 257–270. <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol25.iss2.art7>
- Al-Ghifari, A., & Abidin, S. (2022). Persepsi mahasiswa ilmu komunikasi unsw terhadap pengaruh media sosial sebagai pendorong gaya hidup hedonisme egoistis. *Kabilah: Journal of Social Community*, 7(2), 580–588.
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Kinesik*, 9(2), 176–182. <https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>
- Dou, F., Li, Q., Li, X., Li, Q., & Wang, M. (2023). Impact of perceived social support on fear of missing out (FoMO): A moderated mediation model. *Current Psychology*, 42(1), 63–72. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-01404-4>
- Elhai, J. D., Yang, H., & Montag, C. (2021). Fear of missing out (Fomo): Overview, theoretical underpinnings, and literature review on relations with severity of negative affectivity and problematic technology use. *Brazilian Journal of Psychiatry*, 43(2), 203–209. <https://doi.org/10.1590/1516-4446-2020-0870>
- Fronika, W. (2019). Pengaruh media sosial terhadap sikap remaja. 1–15.
- Hadlington, L., Binder, J., & Stanulewicz, N. (2020). Fear of Missing out Predicts Employee Information Security Awareness above Personality Traits, Age, and Gender. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 23(7), 459–464. <https://doi.org/10.1089/cyber.2019.0703>
- Julius, N. (2024). Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2024. *Upgraded.Id*, April 2023, 1–9. https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia/#Data_Pengguna_Instagram_dari_We_Are_Social
- Komarilah, Tayo, Y., & Utamidewi, W. (2022). Pengaruh Penggunaan Jejaring Sosial Terhadap Perilaku Fear of Missing Out (FoMO) Pada Remaja. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(9), 3463–3471.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. 2(1).

- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(01), 151–160. www.frans.co.id
- Mahyuddin. (2017). Social Climber Dan Budaya Pamer:Paradoks Gaya Hidup MasyarakatKontemporer. *Universitas Gadjah Mada*, 2, 117–135. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/pasca/jkii/article/view/1086>
- Mawarniningsih, A. D. A., Trisnani, R. P., & Kadafi, A. (2022). *Fenomenologi perilaku oversharing remaja*. 1, 595–604.
- Muthar. (2023). 7 Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia. *Uici*. <https://uici.ac.id/ini-7-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia/>
- Pasztor, J., & Bak, G. (2020). The Urge of Share & Fear of Missing Out - Connection between culture shock and social media activities during Erasmus internship. *FIKUSZ – Symposium for Young Researchers 2019. Proceedings, June*, 176–191. <https://www.researchgate.net/publication/339447772>
- Plis, I. N., Khairulyadi, & Nisak, C. L. C. (2023). *Perilaku Oversharing Dan Citra Diri Pengguna Media Sosial Instagram*. 8(November).
- Prasetya, A., Retnasary, M., & Azhar, D. A. (2022). Pola Perilaku Bermedia Sosial Netizen Indonesia Menyikapi Pemberitaan Viral di Media Sosial. *Journal of Digital Communication and Design (Jdcode)*, 1(1), 1–12.
- Prastiyo, E. B., Rianto, Arfa, D., Husni, A., & Bafaqis, M. H. (2024). *Fenomena Oversharing Di Media Sosial Instagram Pada SMKN 1 Tanjungpinang (Suatu Tinjauan Dramaturgi di Media Sosial)*. XII(April), 45–60.
- 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>
- Rahmania, D. R. (2020). *Konsep Diri Pelaku Humblebragging Melalui Instagram Stories Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau*. 103.
- Shabahang, R., Shim, H., Aruguete, M. S., & Zsila, Á. (2019). Oversharing on Social Media: Anxiety, Attention-Seeking, and Social Media Addiction Predict the Breadth and Depth of Sharing. *Psychological Reports*, 127(2), 513–530. <https://doi.org/10.1177/00332941221122861>
- Vidianti, Y. R., Halizah, N., Naibaho, A. V. A., Adibah, I. F., & Pratama, A. (2023). *Etika Penggunaan Media Sosial : Memahami Perilaku Oversharing Pada Aplikasi Instagram Social Media Use Ethics : Understanding Oversharing*. September, 6–7.