

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan internet menjadi salah satu wujud kemajuan perkembangan teknologi yang paling signifikan di era digital. Internet tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi tetapi juga sebagai media utama dalam pencarian dan penyebaran informasi. Dengan internet, siapa pun dapat mengakses berbagai informasi, baik yang bermanfaat maupun yang kurang relevan. Oleh karena itu, literasi informasi menjadi keterampilan esensial yang harus dimiliki individu dalam menyeleksi dan mengevaluasi informasi yang diterima (Verzosa, 2009 dalam Putri, 2020).

Di Indonesia, penggunaan internet terus mengalami peningkatan. Berdasarkan data yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), terdapat sebanyak 221.563.479 orang di Indonesia yang telah menggunakan internet pada tahun 2024. Angka ini berasal dari keseluruhan jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 278.696.200 jiwa, sehingga tingkat penetrasi internet tercatat sebesar 78,5%. (Sari et al., 2024). Selain itu, menurut survei dari data.ai (2023), Indonesia menduduki peringkat pertama dalam rata-rata penggunaan internet harian, dengan durasi 5,7 jam per hari pada tahun 2022 (Nadya & Wati, 2023).

Salah satu platform digital yang paling populer di Indonesia adalah media sosial. Media sosial merupakan sekumpulan aplikasi berbasis teknologi Web

2.0 yang memberikan kesempatan pengguna untuk partisipasi dalam membuat dan berbagi konten secara interaktif (Pratidina & Mitha, 2023). Di antara berbagai platform yang tersedia, Instagram menjadi salah satu yang paling banyak digunakan. Berdasarkan data dari NapoleonCat (2024), tercatat bahwa pengguna Instagram di Indonesia sebesar 89.891.300 atau 31,8% dari total penduduk Indonesia, dengan mayoritas pengguna adalah perempuan (54,9%). Kelompok usia 18–24 tahun menjadi segmen pengguna terbesar, menunjukkan bahwa generasi muda memiliki tingkat keterlibatan tinggi dalam penggunaan Instagram (Ramadhan & Ati, 2024).

Instagram berfungsi sebagai media berbagi foto dan video dengan berbagai fitur interaktif seperti Instastory, Direct Message, Reels, dan IGTV. Platform ini tidak hanya digunakan untuk keperluan sosial tetapi juga sebagai sumber berita dan informasi, termasuk dalam dunia olahraga. Salah satu akun yang berperan dalam penyebaran informasi terkait sepak bola nasional adalah akun resmi @timnasindonesia yang dikelola oleh Persatuan Sepak Bola Seluruh Indonesia (PSSI). Akun ini memiliki 7,2 juta pengikut dan secara aktif membagikan informasi terkait aktivitas Tim Nasional Indonesia, mulai dari pemanggilan pemain, sesi latihan, pertandingan, hingga momen-momen di balik layar.

Keberadaan akun @timnasindonesia di Instagram memicu tingginya keterlibatan penggemar sepak bola Indonesia dalam mengonsumsi dan berinteraksi dengan konten yang diunggah. Data dari unggahan periode 1 November 2024 hingga 28 Februari 2025 menunjukkan bahwa rata-rata

unggahan terkait pemanggilan pemain memperoleh 380.000 likes dan 9.000 komentar, sementara unggahan sesi latihan mendapat rata-rata 215.000 likes dan 3.000 komentar. Menjelang pertandingan, interaksi meningkat hingga sembilan kali lipat dibandingkan hari biasa, dengan rata-rata 230.000 likes dan lebih dari 16.000 komentar pada unggahan real-time seperti update skor dan highlight pertandingan. Bahkan setelah pertandingan, engagement tetap tinggi dengan interaksi 14,5 kali lebih banyak dibandingkan unggahan reguler.

Fenomena menarik yang muncul dari keterlibatan tinggi pengikut akun @timnasindonesia adalah Fear of Missing Out (FoMO) atau ketakutan akan ketinggalan informasi. FoMO merupakan rasa gelisah atau khawatir yang timbul ketika seseorang merasa tidak ikut serta dalam tren atau peristiwa penting yang terjadi di sekitarnya (Alt & Boniel-Nissin, 2018). McGinnis (2004) menjelaskan bahwa FoMO berakar pada faktor biologis dan budaya, di mana individu terdorong untuk tergabung bagian dari kelompok sosial dan tidak ingin kehilangan momen yang dianggap penting.

FoMO dapat mendorong seseorang untuk terus terhubung dengan media sosial agar mereka tetap memperoleh informasi penting dan tidak ketinggalan. Dalam konteks media sosial, fenomena ini menyebabkan individu menghabiskan waktu lebih lama untuk memantau unggahan terbaru, mengikuti tren, dan berinteraksi dengan konten yang sedang populer. Pengguna media sosial yang mengalami FoMO cenderung merasa gelisah jika mereka tidak segera mendapatkan informasi terkini yang sedang menjadi perbincangan di komunitas mereka.

Dalam konteks media sosial, FoMO sering kali mendorong individu untuk terus memantau berita dan pembaruan secara real-time, seperti yang terjadi pada pengikut akun @timnasindonesia. Mereka aktif berkomentar, membagikan ulang unggahan, serta mengikuti tren hashtag seperti #TimnasDay (1,3 juta unggahan) dan #GarudaMendunia (94,3 ribu unggahan). Tak jarang, pengguna bahkan ikut serta dalam perdebatan terkait strategi tim, pemilihan pemain, atau hasil pertandingan tanpa memahami konteks sepenuhnya, hanya karena ingin tetap terlibat dalam diskusi komunitas. FoMO dalam konteks olahraga tidak hanya memengaruhi pola konsumsi informasi, tetapi juga dapat membentuk opini dan emosi penggemar. Kemenangan atau kekalahan tim nasional dapat memicu reaksi emosional yang kuat di kalangan pengikut media sosial, yang dapat berujung pada euforia berlebihan atau kekecewaan mendalam. Selain itu, tren viral di media sosial dapat mempercepat penyebaran berita dan opini yang belum tentu akurat, sehingga memperkuat efek FoMO di antara pengikut setia akun @timnasindonesia.

Konsep *Fear of Missing Out* (FoMO) pertama kali dikenali dalam bidang psikologi dan komunikasi pada awal tahun 2000-an, ketika para peneliti mulai mencermati dampak psikologis dari munculnya media digital yang memungkinkan akses informasi secara instan dan terus-menerus. Penelitian awal oleh Przybylski et al., (2013) menunjukkan bahwa FoMO berkaitan erat dengan penggunaan media sosial yang intensif, di mana individu merasa terdorong untuk tetap terhubung agar tidak ketinggalan aktivitas, informasi, atau pengalaman yang dibagikan orang lain. FoMO bukan hanya fenomena

sesaat, tetapi telah menjadi bagian dari dinamika sosial yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi komunikasi digital. Seiring berkembangnya internet, khususnya media sosial berbasis *real-time* seperti instagram dan twitter, FoMO tidak lagi terbatas pada konteks sosial, tetapi meluas ke berbagai aspek kehidupan, termasuk hiburan, gaya hidup, dan olahraga.

Dalam ranah olahraga, terutama sepak bola yang memiliki basis penggemar fanatik dan kultur kolektif yang kuat, FoMO menjadi sangat nyata. Tidak hanya terjadi di Indonesia, studi menunjukkan bahwa di negara-negara dengan budaya sepak bola yang mendalam seperti Inggris, Brasil, Spanyol, Argentina, Italia, dan Jerman, para penggemar juga mengalami tekanan psikologis untuk selalu mengetahui perkembangan terbaru tim favorit mereka. Di Inggris, misalnya, interaksi penggemar di media sosial meningkat drastis menjelang dan setelah pertandingan, dengan peningkatan signifikan pada aktivitas like, komentar, dan *retweet*, terutama terhadap akun resmi klub atau pemain. Pola ini memperlihatkan kemiripan dengan perilaku digital penggemar sepak bola di Indonesia, khususnya pengikut akun @timnasindonesia, yang menunjukkan bahwa FoMO telah menjadi bagian dari pola konsumsi informasi digital global (Smith & Taylor, 2022).

Perilaku FoMO dapat menimbulkan beberapa dampak psikologis dan sosial. Abel et al. (2020) mengidentifikasi bahwa individu yang mengalami FoMO cenderung lebih memilih berkomunikasi melalui media sosial daripada secara langsung. Selain itu, mereka mengalami kecemasan yang berlebihan jika tidak dapat mengakses informasi terbaru. FoMO juga dikaitkan dengan

peningkatan frekuensi penggunaan media sosial, kecenderungan untuk mengecek ponsel secara impulsif, serta keterlibatan yang lebih tinggi dalam aktivitas digital dibandingkan interaksi di dunia nyata (Sachiyati et al., 2023).

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada pembahasan yang telah dipaparkan dalam bagian latar belakang, maka rerumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh terpaan pemberitaan Timnas Indonesia pada akun Instagram @timnasindonesia terhadap tingkat FoMO followers?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh terpaan pemberitaan akun @timnasindonesia terhadap tingkat FoMO *followers*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari hasil penelitian ini yaitu penulis dapat berkontribusi dalam pengembangan teori komunikasi, khususnya teori S-R dan SDT dalam penggunaan media sosial dan pengaruhnya terhadap pengguna.

1.4.2 Manfaat Praktis

Beberapa manfaat praktis dari penelitian ini diantaranya:

1. Mengetahui seberapa berpengaruh terpaan pemberitaan Timnas Indonesia terhadap perilaku FoMO penggemar di akun Instagram @timnasindonesia.
2. Penelitian dapat menjadi bahan rujukan bagi akademisi atau praktisi yang hendak menganalisis dampak dari media sosial terhadap perilakupengguna.