

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini kemajuan teknologi sudah semakin berkembang secara pesat, hal tersebut berdampak pada semua orang. Mereka dapat dengan mudah mengakses segala berita - berita terbaru melalui internet. Berdasarkan hasil survei terbaru dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia pada awal tahun 2021 mencapai 202,6 juta jiwa, sedangkan berdasarkan hasil data dari Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah populasi di Indonesia mencapai 274,9 juta jiwa. Hal tersebut diartikan bahwa penetrasi internet di Indonesia pada awal tahun 2021 sudah mencapai 73,7 persen (Budi & Cimahi, 2022). Dilansir dari *Suara.Com Senin, 21 Februari 2022 | 16:39 WIB*, “*Jumlah Pengguna Internet Indonesia Capai 204,7 Juta di Tahun 2022*”. Pada tahun 2022 pengguna internet di Indonesia meningkat secara cepat. Dalam jangka waktu 1 tahun dari tahun 2021 ke 2022 pengguna internet dan kecepatan internet di Indonesia terus meningkat, baik dari kecepatan internet ponsel maupun *fixed broadband (Wifi)*. Berdasarkan peningkatan data penggunaan internet di setiap tahunnya yang selalu meningkat dapat disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya karena Pandemi Covid- 19 yang membuat seluruh masyarakat Indonesia harus berdiam diri dirumah, sehingga mereka lebih sering memanfaatkan aktivitasnya di dalam rumah dengan menggunakan *gadget*, dibandingkan melakukan aktivitas diluar rumah disaat Pandemi Covid- 19.

Penggunaan internet tidak hanya digunakan untuk menggali informasi saja, melainkan dapat digunakan sebagai media interaksi dengan orang lain atau dapat dikenal dengan istilah media sosial. Media sosial merupakan alat yang membuat penggunanya dapat dengan mudah mengakses data secara *online* (Dwiyanti et al., 2020). Pada dasarnya, media sosial dapat dijadikan wadah bagi penggunanya untuk menciptakan apa yang ingin disampaikan. Penggunaan media sosial dapat

dikatakan sebagai ruang virtual. Dari media sosial, penggunaanya dapat dengan bebas berinteraksi di dunia maya, mereka dapat dengan mudah untuk berkomunikasi dengan orang lain, bahkan selain bertemu di dunia maya, pengguna media sosial juga dapat bertemu secara langsung berdasarkan minat yang sama (Kuss & Griffiths, 2011). Kini seluruh media sosial sudah mempunyai fitur “*trending*” atau “populer”, dimana pengguna media sosial dapat menemukan hal-hal yang paling disukai dan dikenal oleh banyak orang. Dengan adanya berbagai kemudahan yang diberikan oleh media sosial secara tidak langsung dapat menyebabkan pengaruh yang negatif. Mereka akan memiliki tingkat ketergantungan terhadap media sosial yang sangat tinggi dan pada akhirnya mereka cenderung mengalami gejala kecanduan atau *addict* (Kalisna Mirna dan Wahyumiani, 2019). Ketergantungan terhadap media sosial merupakan gangguan perilaku seseorang dalam menggunakan media sosial secara berlebihan dan akan mengarah kepada kecanduan untuk terus menggunakan media sosial tanpa henti. Artinya, semakin dekat dengan media sosial, maka akan semakin besar individu dapat mengalami ketergantungan terhadap media sosial.

Berdasarkan data survei dalam laman *Hootsuite We Are Social*, bahwa pengguna media sosial di Indonesia paling banyak dialami pada rentang usia 18-34 tahun (Aisafitri & Yusriyah, 2021). Dilansir dari *jawapos.com* pada tahun 2020, rata-rata waktu yang dihabiskan seseorang untuk mengakses media sosial selama 3 jam 26 menit. Secara keseluruhan, total pengguna yang aktif di media sosial seperti, *Youtube, TikTok, Instagram, WhatsApp, Twitter, Facebook*, dan sebagainya berjumlah 160 juta atau 59% dari total penduduk Indonesia. Artinya dari adanya media sosial tersebut, membuat penggunaanya mengalami kecanduan dengan segala fitur-fitur menarik yang ditampilkan melalui media sosial.

Dari fenomena ketergantungan media sosial tersebut, maka dapat memicu perilaku fomo. Fomo (*Fear Of Missing Out*) dapat didefinisikan sebagai ketakutan seseorang yang meluas apabila mereka tertinggal dengan pengalaman berharga yang orang lain lakukan di media sosial (Przybylski et al., 2013). Berdasarkan

penelitian yang dilakukan oleh Andrew Przybylski dkk, bahwa *fomo* merupakan suatu kekuatan pendorong di balik penggunaan media sosial, khususnya tingkat *fomo* tertinggi dialami pada remaja dan dewasa awal (Dossey, 2014). Dapat disimpulkan bahwa media sosial sudah menjadi kebutuhan pokok bagi seseorang yang mengalami *fomo*, karena pada dasarnya aktivitas yang mereka lakukan hanya bergantung pada media sosial, maka perasaan *fomo* mudah timbul pada seseorang yang selalu menggunakan media sosial setiap saat.

Berdasarkan hasil survei tahun 2012 yang dilakukan oleh *MyLife.com*, bahwa 56% individu takut akan kehilangan berita dan meng *update* status yang penting jika mereka sedang berada pada kondisi yang jauh dari jejaring sosial (Hariadi, 2018). Individu tersebut cenderung dialami oleh remaja, dimana remaja masih sangat senang meng *update* aktivitas sehari - harinya ke media sosial, selain itu mereka ingin selalu terhubung dengan temannya yang lain agar tidak tertinggal oleh berita yang sedang *trend* di media sosial saat ini, maka remaja tersebut cenderung mengalami *fomo*.

Berdasarkan hasil penelitian Fuster, Carbonell, Pontes, & Griffiths (Fuster et al., 2016) menjelaskan, apabila seseorang menggunakan media sosial dan menimbulkan ketergantungan atau sulit lepas menggunakan *gadget* maka hal tersebut berhubungan dengan *Fomo (Fear Of Missing Out)*. Pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa, 7,6% responden memiliki ketergantungan pada media sosial. Menurut Przybylski dkk (2013) *fomo* dalam intensitas tinggi dialami oleh remaja akhir dan dewasa awal, pada rentang usia 12-25 tahun dalam (Putri et al., 2019). Berdasarkan pendapat tersebut, sudah jelas terlihat bahwa *fomo* dalam intensitas tinggi dan paling banyak dialami oleh generasi Z.

Dalam beberapa generasi seperti X, Y dan Z salah satunya adalah generasi Z yang tidak perlu lagi untuk melakukan penyesuaian diri terhadap lonjakan teknologi, karena generasi Z terlahir pada saat internet sudah mendunia yang secara tidak langsung mereka hidup pada era digital. Berdasarkan teori generasi, William Strauss dan Neil Howe (1991) bahwa generasi Z adalah generasi yang lahir pada tahun 1995 - 2010, mereka dibesarkan pada era digital, dimana teknologi sudah

canggih dan dapat berpengaruh pada sikap dan perilaku mereka. Generasi Z merupakan generasi yang hidup di era digital, maka mereka mampu mengaplikasikan semua kegiatan didalam satu waktu dalam menggunakan media sosial atau dapat disebut dengan *multitasking*. Selanjutnya, lingkungan generasi Z tidak hanya hidup pada dunia nyata saja, melainkan juga pada dunia maya. Menurut Jonah Stillman (Stillman & Stillman, 2018) generasi Z lebih sering berhubungan sosial melalui media maya seperti, *Twitter*, *TikTok*, *Instagram* dan *Facebook* (Susanti & Safitri, 2021). Pada dasarnya generasi Z dapat disebut sebagai remaja, dimana mereka masih sangat senang melakukan segala aktivitasnya melalui media sosial. Tidak dapat dipungkiri bahwa tingkat ketergantungan mereka dalam menggunakan media sosial sangatlah tinggi.

Berdasarkan hasil data dari DISKOMINFO Kota Bogor 2021 Sekitar 80 persen warga di Kota Bogor sudah sadar akan internet yang mana jumlah pengguna provider di Kota Bogor mencapai 2 juta sehingga kasus ketergantungan terhadap media sosial memiliki tingkat yang tinggi. Dilansir dari *Detik News* pada Oktober 2019 bahwa remaja di kota Bogor mengalami gangguan jiwa karena kecanduan *gadget*. Rumah sakit jiwa RSMM (Rumah Sakit Marzuki Mahdi) di Kota Bogor menangani puluhan pasien dan remaja yang mengalami gangguan jiwa yang terus meningkat setiap tahunnya akibat kurangnya pengawasan yang tegas dari orang tua dalam penggunaan *gadget*. Bahaya fenomena kecanduan pada media sosial dapat berpengaruh pada kesehatan mental seseorang yang mana mengakibatkan perasaan fomo, karena merasa cemas apabila jauh dari *gadget* dan tidak mengakses media sosial.

Dilansir dari *idntimes.com*, pada Oktober 2019 Dampak yang dialami oleh seorang fomo membuat mereka mudah frustrasi, sulit menerima keadaan diri, dan mereka menjadi tidak percaya diri. Selain dampak psikologis, fomo juga dapat berdampak buruk pada kehidupan sosial, seperti mengabaikan urusan di dunia nyata sehingga mereka sulit untuk berinteraksi dengan orang disekitarnya. Seseorang yang mengalami fomo mereka akan lebih mengutamakan kepentingannya di dunia maya.

Dari semua dampak tersebut, dapat disimpulkan bahwa fomo terbentuk karena adanya perilaku individu yang mengalami ketergantungan terhadap media sosial yang membuat mereka harus selalu terhubung dengan media sosial. Khususnya pada remaja di Kota Bogor yang mana sampai dilarikan kerumah sakit akibat kecanduan *gadget* dan kasus ini terus meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka akan dilakukan penelitian yang berjudul **“KETERGANTUNGAN TERHADAP MEDIA SOSIAL SEBAGAI PEMICU PERILAKU FOMO (*FEAR OF MISSING OUT*) PADA GENERASI Z DI KOTA BOGOR”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah umum dalam penelitian ini adalah bagaimana ketergantungan terhadap media sosial dapat menjadi pemicu perilaku fomo (*fear of missing out*) pada generasi Z di kota Bogor? berikut rumusan masalah khusus guna menspesifikan penelitian ini.

1. Apa faktor penyebab dari ketergantungan terhadap media sosial sebagai pemicu perilaku Fomo (*Fear Of Missing Out*) pada generasi Z?
2. Bagaimana dampak dari ketergantungan terhadap media sosial sebagai pemicu perilaku Fomo (*Fear Of Missing Out*) pada generasi Z?
3. Bagaimana solusi untuk mengatasi ketergantungan terhadap media sosial dan Fomo (*Fear Of Missing Out*) pada generasi Z?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Secara umum, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana ketergantungan terhadap media sosial dapat menjadi pemicu perilaku Fomo (*Fear Of Missing out*) pada generasi Z di kota Bogor.

2. Tujuan Khusus

Selain tujuan umum, penelitian ini juga mempunyai tujuan khusus, yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor penyebab dari ketergantungan terhadap media sosial sebagai pemicu perilaku Fomo (*Fear Of Missing Out*)
2. Untuk mendeskripsikan dampak dari ketergantungan terhadap media sosial sebagai pemicu perilaku Fomo (*Fear Of Missing Out*)
3. Untuk menjelaskan solusi yang dapat dilakukan dalam mengatasi perilaku ketergantungan terhadap media sosial dan Fomo

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu membawa manfaat yaitu sebagai masukan dalam memperluas ilmu dan wawasan di bidang Psikologi Sosial dan Sosiologi Komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti, penelitian tentang ketergantungan terhadap media sosial sebagai pemicu perilaku Fomo (*Fear Of Missing Out*) pada generasi Z di kota Bogor mampu menjadikan peneliti dapat lebih mendalami konsep tentang kasus ini.
2. Bagi Masyarakat, penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan bagi masyarakat luas mengenai ketergantungan terhadap media sosial sebagai pemicu perilaku Fomo (*Fear Of Missing Out*).
3. Bagi Program Studi Pendidikan Sosiologi, hasil penelitian ini dapat menambah suatu kajian tentang pola perilaku yang nyata mengenai ketergantungan terhadap media sosial sebagai pemicu perilaku Fomo (*Fear Of Missing Out*).

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Sebagai langkah untuk memberikan kemudahan dalam penyusunan penelitian ini bagi berbagai pihak yang terkait, maka penelitian ini disajikan dalam lima bab yang disusun berdasarkan penulisan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan, pada bab ini peneliti akan memaparkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan struktur organisasi skripsi sebagai dasar utama pada penelitian ini.

BAB II : Kajian Pustaka, pada bab ini peneliti menguraikan dokumen-dokumen atau data data yang berkaitan dengan fokus penelitian ini mulai dari kerangka berfikir serta teori-teori yang mendukung dalam penelitian ini.

BAB III : Metode Penelitian, pada bab ini peneliti memaparkan desain penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, serta tahapan yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : Temuan dan Bahasan, pada bab ini melalui data yang telah terkumpul dalam penelitian yang dilaksanakan selanjutnya akan dijabarkan melalui tahap analisis mengenai data penelitian

BAB V: Simpulan, Implikasi dan Rekomendasi, dalam bab ini peneliti melalui hasil analisis data yang telah dilakukan dalam temuan penelitian, mengidentifikasi simpulan yang telah didapatkan dan melakukan pengkajian secara mendalam terhadap data yang diperoleh dalam penelitian.