

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini berkembang dengan cepat, yang memudahkan semua orang untuk memperoleh informasi yang mereka butuhkan melalui media sosial. Media sosial adalah sebuah media daring yang memungkinkan penggunanya untuk dengan mudah mendapatkan informasi yang mereka perlukan. Menurut definisi Kaplan dan Haenlein (2010) media sosial adalah serangkaian aplikasi internet dimana pengguna dapat bertukar informasi, yang dibangun di atas dasar teknologi dan ideologi web 2.0. Informasi yang tersedia dapat berupa artikel, tulisan, gambar, video, dan jenis informasi lainnya yang dibutuhkan oleh pengguna.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *wearesocial.com* pada Januari 2023, pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang atau sama dengan 60.4% dari total populasi masyarakat Indonesia. Penggunaan sosial media sendiri rata-rata menghabiskan waktu bersosial media sekitar 3 jam 18 menit dalam sehari. Akses yang mudah untuk menggunakan media sosial baik memakai perangkat *smartphone*, komputer, atau laptop menjadi hal yang membuat media sosial begitu masif setiap tahunnya. Beberapa media sosial yang sering digunakan saat ini antara lain Whatsapp, Instagram, Twitter, Line, Youtube, dan lain-lain. Setiap individu memiliki maksud dan tujuan bermacam-macam dalam menggunakan media sosial. Baik digunakan sebagai alat komunikasi dengan orang lain, mencari tahu informasi akan suatu hal, berbagi informasi, maupun untuk mengikuti sesuatu yang sedang menjadi *trend*.

Media sosial telah menjadi alat yang populer di kalangan masyarakat. Namun, kita tidak bisa mengabaikan fakta bahwa penggunaan media sosial dapat memiliki dampak negatif. Temuan oleh Brand, Young, Laier, Wölfling, dan Potenza (2016) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang tidak teratur dan sulit dikendalikan menyebabkan kondisi kognitif yang negatif yang mempengaruhi

fungsi mental dan fisik, serta penggunaan media sosial secara kompulsif dapat memperburuk kondisi emosional.

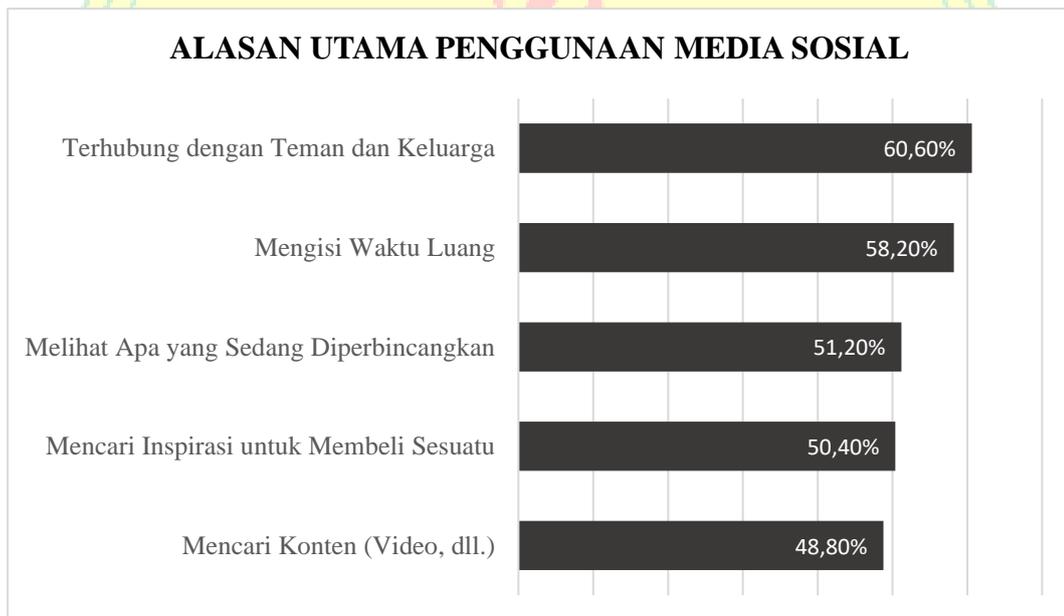
Temuan lain oleh Dhir, Yossatorn, Kaur, dan Chen (2018) penggunaan yang berlebihan dari media sosial dapat menyebabkan dampak negatif, seperti munculnya rasa lelah yang disebut sebagai kelelahan media sosial atau *social media fatigue*. Menurut Ravindran, Yeow, Kuan, dan Hoe (2014) kelelahan media sosial didefinisikan sebagai pengalaman yang terdiri dari perasaan seperti lelah, jengkel, marah, kecewa, waspada, kehilangan minat, atau berkurangnya kebutuhan/motivasi yang terkait dengan berbagai aspek penggunaan dan interaksi di jejaring sosial.

Individu yang tidak dapat mengendalikan situasi saat bermedia sosial dapat merasa kewalahan dan akhirnya mengalami kelelahan. Hal ini tidak mengherankan, mengingat jumlah informasi yang besar yang harus diproses oleh seseorang dalam media sosial, terutama jika informasi tersebut ambigu, berlebihan, atau belum diverifikasi kebenarannya (Islam, Laato, Talukder, & Sutinen, 2020 dalam Zheng & Ling, 2021). Kelebihan informasi yang tidak terkendali dapat menjadi salah satu penyebab dampak negatif dari penggunaan media sosial, seperti *social media fatigue*. Dalam hal ini, pengguna merasa tidak lagi mampu mengendalikan situasi yang terjadi dan dianggap sebagai penyebab utama kelelahan media sosial. (Lee, Son, & Kim, 2016).

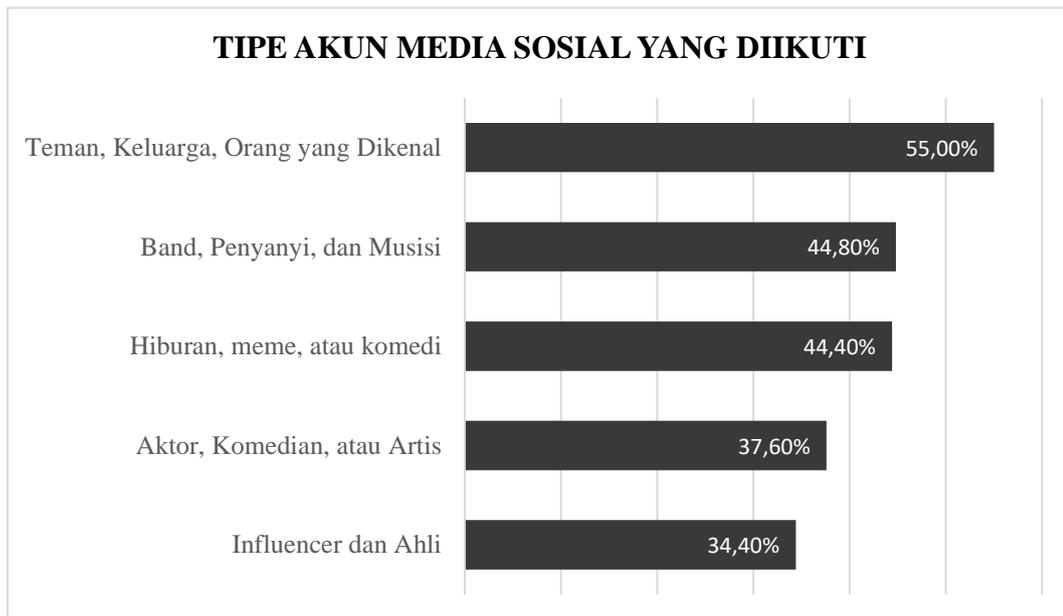
Social media fatigue adalah kondisi dimana pengguna media sosial merasa lelah, jengkel, marah, kecewa, kehilangan minat, atau kehilangan motivasi terkait interaksi di berbagai aspek penggunaan media sosial, yang disebabkan oleh banyaknya konten yang ditemukan dalam media sosial (Bright, Kleiser, & Grau, 2015). Fenomena *social media fatigue* terjadi karena adanya interaksi antara faktor sosial dan teknologi (Xiao, Mou, & Huang, 2019).

Social media fatigue dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah penggunaan media sosial secara berlebihan sehingga menyebabkan individu mengalami kelebihan informasi dan kelebihan bersosialisasi. Menurut Dhir dkk. (2013) Individu yang menggunakan media sosial secara berlebihan meningkatkan kecenderungan individu untuk mengalami kelelahan. Kelebihan informasi terjadi

ketika individu diberikan jumlah informasi yang lebih banyak dari kapasitas mereka untuk memprosesnya di media sosial (Eppler & Mengis, 2004). Sementara itu, kelebihan bersosialisasi terjadi ketika seseorang merasa harus merespons tuntutan dukungan sosial yang berlebihan dari orang lain di media sosial (Maier, Laumer, Eckhardt, & Weitzel, 2015). Dampak dari *social media fatigue* dapat dilihat pada penggunaan media sosial secara berlebihan sehingga mengakibatkan individu ketergantungan orang pada berbagai situs jejaring sosial untuk terhubung dengan orang lain dan mencari informasi dalam kehidupan sehari-hari mereka (Anderson & Vogels, 2020). Penggunaan media sosial secara berlebihan dan kebutuhan untuk selalu mengetahui informasi yang dilakukan orang lain melalui jejaring sosial dapat menimbulkan dampak, salah satunya dapat menimbulkan perilaku *fear of missing out* (FoMO).



Gambar 1. 1 Alasan Utama Penggunaan Media Sosial (*wearesocial.com*)

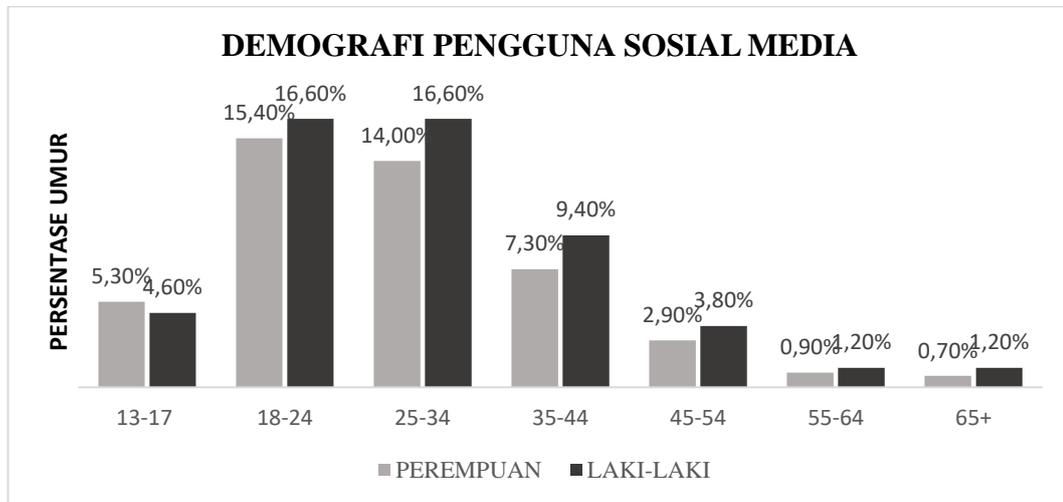


Gambar 1. 2 Tipe Akun Media Sosial yang Diikuti *wearesocial.com*)

Pada survei yang dilakukan oleh We Are Social, pada gambar 1.1 dijelaskan bahwa alasan utama masyarakat dalam menggunakan media sosial sebesar 60.6% masyarakat bertujuan untuk tetap terhubung dengan teman dan keluarga serta orang yang dikenal, serta pada gambar 1.2 diperlihatkan bahwa akun yang diikuti 55% ialah akun teman, keluarga, dan orang yang diketahui. Berdasarkan data di atas selaras dengan perilaku *fear of missing out* (FoMO), yang mana masyarakat memiliki keinginan untuk selalu terhubung dan mengetahui apa yang orang lain lakukan.

FoMo atau *fear of missing out* didefinisikan oleh Przybylski, Murayama, DeHaan, dan Gladwell (2013) sebagai kekhawatiran yang kuat dan meluas saat orang lain memiliki pengalaman yang lebih memuaskan atau berharga, dan mencakup dorongan untuk terus terhubung dengan orang lain. Studi oleh Akbar, Aulya, Psari, dan Sofia (2019) menunjukkan bahwa dampak FoMO termasuk ketidakpedulian terhadap diri sendiri dan sekitar, terganggunya waktu tidur dan

makan, kurangnya kemampuan untuk sepenuhnya menikmati interaksi di dunia nyata, dan perasaan kurang puas dengan apa yang dimilikinya.



Gambar 1.3 Demografik Pengguna Media Sosial

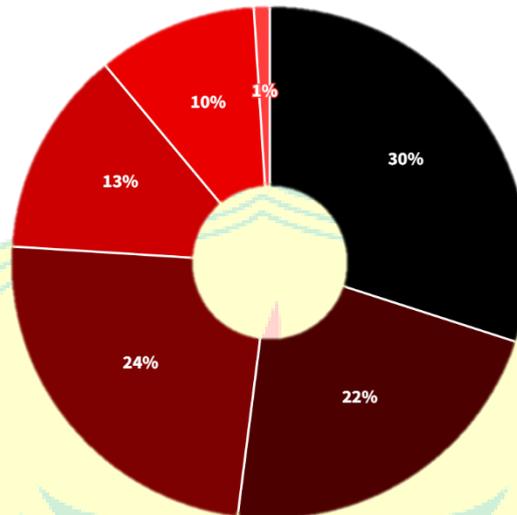
FoMO sendiri dalam media sosial diinterpretasikan sebagai individu yang aktif mengakses media sosial melalui perangkat elektronik untuk selalu terhubung antar individu. Secara statistik, dari gambar 1.3 dapat dilihat demografik hasil survei tersebut secara rinci pengguna media sosial tertinggi oleh kategori umur 18-24 tahun dengan total persentase 31,8% dan 25-34 tahun 30,6 %, yang mana dari data tersebut dapat diketahui bahwa pengguna media sosial mayoritas digandrungi oleh generasi Z.

Berdasarkan beberapa data di atas dapat diketahui bahwa Generasi Z adalah pengguna media sosial yang aktif dan ingin terus terhubung dengan orang lain serta mengikuti informasi, yang disebut dengan istilah *fear of missing out (FoMO)*. Menurut Imaddudin (2020), karakteristik generasi Z seperti mudah terpengaruh, ingin terus terhubung, dan memiliki intuisi digital, menjadi dasar terbentuknya FoMO pada generasi ini. Menurut Francis dan Hoefel (2018), generasi Z adalah individu orang yang lahir antara tahun 1995-2010 dan merupakan native digital, mengalami paparan teknologi internet dan telepon seluler sejak usia dini. Kekhawatiran utama generasi Z adalah takut ketinggalan informasi yang menarik dan tidak ingin dianggap tidak eksis, yang disebut juga sebagai FoMO. (Stillman, 2018).

Screen Time Gen Z Indonesia dalam Menggunakan Media Sosial dalam Sehari

Menurut Rilis "Indonesia Gen Z Report 2022" oleh IDN Media

■ >3 Jam ■ 2-3 Jam ■ 1-2 Jam ■ 31-60 Menit ■ 15-30 Menit ■ Kurang dari 15 Menit



Gambar 1. 4 Durasi penggunaan Media Sosial (*idntimes.com*)

Selain itu Generasi Z menggunakan media sosial dengan durasi yang cukup lama. Dapat dilihat berdasarkan data survei pada gambar 1.4. Dari data tersebut, sebanyak 30% Generasi Z di Indonesia menggunakan sosial media dengan durasi lebih dari 3 jam. Berdasarkan data dapat diketahui dampak karena penggunaan internet dengan durasi yang cukup lama dapat menyebabkan timbulnya kelelahan. Dapat dikatakan bahwa intensitas dan frekuensi penggunaan memberikan manfaat sosial pengguna media dengan akses yang lebih besar ke presentasi orang lain tentang diri ideal mereka, yang menunjukkan bahwa peningkatan perbandingan dapat dikaitkan dengan kelelahan (Tandon, Dhir, Talwar, Kaur, & Mäntymäki, 2021).

Selain itu menurut *americanpressinstitute*, Gen Z merasakan kelelahan dalam mengakses media digital dan dan mencoba berbagai cara untuk menanganinya. Sementara 9 dari 10 Gen Z *online* lebih dari dua jam sehari, 3 dari 10 merasa perasaan buruk semakin lama mereka terhubung. Tujuh puluh sembilan persen melakukan tanggapan. Sekitar hampir setengah 47% mengatakan mereka

mencari informasi produk tertentu, 27% mencoba menetapkan batas waktu yang mereka habiskan untuk *online*, dan 23% menggunakan aplikasi.

Berdasarkan perkembangan dan teknologi di Indonesia sendiri, daerah Jabodetabek termasuk ke dalam daerah yang cukup tinggi mengakses teknologi informasi. Hal ini dapat dilihat menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2023) menunjukkan bahwa daerah Jabodetabek termasuk ke dalam 10 besar daerah penetrasi internet yang cukup tinggi, serta menurut Badan Pusat Statistik (2022), Jabodetabek termasuk dalam daerah yang cukup tinggi dalam kepemilikan ponsel, sehingga berdasarkan penjelasan tersebut peneliti ingin melakukan penelitian di daerah Jabodetabek dikarenakan sesuai dengan karakter responden penelitian yaitu pengguna media sosial.

Pada penelitian sebelumnya oleh Ashiru, Oluwajana, dan Biabor (2022) pada 500 responden yang disebarakan kepada grup di media sosial. Menunjukkan hasil bahwa FOMO berdampak positif terhadap *social media fatigue* selama karantina wilayah COVID-19. Kelelahan media sosial datang dengan banyak perilaku (perilaku mengabaikan, perilaku pendalaman informasi, perilaku menghindar, perilaku toleransi, perilaku menarik diri). perilaku kelelahan terutama selama karantina wilayah.

Penelitian yang dilakukan Świątek, Szcześniak, dan Bielecka (2021) dilakukan pada sekelompok 264 remaja dan orang dewasa. Mendapati hasil bahwa FoMO memediasi hubungan antara kecemasan dan *Social Media Fatigue*. Dengan kata lain, temuan menunjukkan bahwa kecemasan dapat menyebabkan *Social Media Fatigue* yang lebih tinggi ketika individu mengalami ketakutan umum bahwa orang lain melakukan atau memiliki hal-hal yang tidak mereka lakukan.

Dhir dkk. (2018) melakukan penelitian dengan pengambilan sampel data didapat dari dua kali survei. Pertama 1554 pengguna media sosial remaja berusia 12–18 tahun, dan kedua 1144 pengguna media sosial remaja berusia 12–18 tahun. Pada penelitian hasil temuan mengkonfirmasi bahwa penggunaan media sosial kompulsif bertindak sebagai variabel mediasi antara FoMO dan kelelahan media

sosial. Dengan kata lain, FoMO secara tidak langsung mengakibatkan kelelahan media sosial melalui penggunaan media sosial yang kompulsif.

Shen, Zhang, dan Xin (2020) Meneliti pada sampel 173 siswa laki-laki dan 226 siswa perempuan dari 27 provinsi Cina. Penelitian ini memverifikasi peran mediasi penggunaan media sosial yang bermasalah dalam hubungan antara FoMO dan kelelahan media sosial. penggunaan media sosial yang bermasalah memediasi hubungan antara motivasi ekstrinsik dan kelelahan media sosial. Artinya, motivasi ekstrinsik memainkan peran penting dalam membentuk kelelahan media sosial dalam konteks efek mediasi FoMO.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang telah disebutkan, penulis menemukan bahwa penelitian terkait mengindikasikan adanya pengaruh FoMO terhadap *Social Media Fatigue* pada individu. Selain itu, ditemukan bahwa belum ada penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan antara fenomena *fear of missing out* dengan *social media fatigue* pada generasi Z. Dengan mempertimbangkan fenomena penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, generasi Z cenderung rentan terhadap tingkat FoMO dan kelelahan dalam menggunakan media sosial, sebagaimana tercermin dari kecenderungan mereka yang sering menggunakan media sosial secara berlebihan. Selain itu, penting untuk mengembangkan penelitian yang lebih luas mengenai FoMO dan *Social Media Fatigue* guna memperluas pemahaman tentang topik tersebut. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap *Social Media Fatigue* pada generasi Z di daerah Jabodetabek.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah dijelaskan, maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) pada generasi Z di Jabodetabek?.
2. Bagaimana gambaran *Social Media Fatigue* pada generasi Z di Jabodetabek?.

3. Apakah terdapat pengaruh antara trait *Fear of Missing Out (FoMO)* dengan *Social Media Fatigue* pada generasi Z di Jabodetabek?.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, diperlukan pembatasan masalah yang dibuat penulis untuk memperjelas dan memfokuskan penelitian. Batasan penelitian ini berfokus pada variabel *Fear of Missing Out (FoMO)* dengan *Social Media Fatigue* pada subjek penelitian yang spesifik yaitu generasi Z di daerah Jabodetabek.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap *Social Media Fatigue* pada Generasi Z di Jabodetabek? ”.

1.5. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah penelitian di atas, maka secara umum tujuan dari penelitian dari ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap *Social Media Fatigue* pada Generasi Z di Jabodetabek.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

- a) Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai referensi dan literatur yang berguna untuk penelitian selanjutnya yang mempelajari keterkaitan antara konsep-konsep teoritis dalam psikologi, terutama dalam bidang psikologi yang berkaitan dengan hubungan antara *Fear of Missing Out (FoMO)* dengan *Social Media Fatigue* pada Generasi Z.
- b) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi yang berguna bagi mahasiswa psikologi yang sedang menulis skripsi mengenai penggunaan media sosial.

1.6.2. Manfaat Praktis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memberikan gambaran mengenai hubungan antara *Fear of Missing Out (FoMO)* dengan *Social Media Fatigue* pada Generasi Z.
- b) Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi bidang psikologi sebagai pengetahuan dan tambahan acuan untuk penelitian selanjutnya yang berminat untuk melakukan penelitian dengan variabel yang sama.

