

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Hidup di era digital dengan berbagai kemudahan di masa kini membawa berbagai dampak yang telah dirasakan oleh manusia. Pada era ini informasi dengan mudah, cepat didapatkan dan disebarluaskan menggunakan teknologi digital. Seiring berjalannya waktu, perkembangan era digital juga begitu cepat hingga tidak dapat dihentikan oleh manusia. Keuntungan yang didapatkan karena perkembangan digital begitu banyak, walau begitu terdapat pula tantangan baru. Adanya teknologi saat ini telah membuat wadah komunikasi yang baru seperti media sosial.

Saat ini, hampir seluruh orang mempunyai perangkat komunikasi yang digunakan untuk berkomunikasi dengan semua orang diseluruh dunia menggunakan media sosial. Dalam penelitian Clara Sari (2018) menyatakan bahwa media sosial menjadi kumpulan perangkat lunak yang menjadikan sarana komunikasi untuk berkumpul, berbagi, dan dalam beberapa peristiwa saling berkolaborasi maupun bermain. Media sosial dapat digunakan sebagai wadah aktivitas dua arah secara visual ataupun audio visual. Kemajuan yang sangat signifikan oleh media sosial dari tahun ke tahun sangat terasa, Clara Sari (2018) jika pada tahun 2002 Friendster yang mendominasi media sosial maka pada tahun 2024 media sosial didominasi oleh Tiktok dan Instagram.

Tidak ada yang salah dengan menjadi manusia yang adaptif dan up to date, jika media sosial digunakan secara bijak. Dampak positif yang dapat disajikan dari media sosial contohnya sebagai wadah untuk mendapatkan ilmu ataupun inovasi baru, tempat bagi penggunanya menyalurkan bakat dan hobi, bahkan hingga membangun relasi. Walau begitu terdapat dampak negatif pula jika terlalu adaptif dan up to date, salah satunya adalah *Fear of Missing Out* (FoMO).

Istilah FoMO ini mulai masuk Universitas Oxford pada tahun 2013, penjelasan yang didapat adalah FoMO merupakan sebuah perasaan khawatir terkait peristiwa yang menyenangkan ataupun menarik yang sedang terjadi di tempat lain. Przybylski dkk (2013) menyatakan bahwa FoMO dapat ditemukan saat muncul perasaan cemas yang bersifat menjalar ketika seseorang memiliki pengalaman yang lebih berharga dan memuaskan. Przybylski dkk (2013) juga menyatakan bahwa setiap manusia yang merasakan fenomena ini tidak terhindarkan dari terikatnya individu tersebut dengan media sosial karena salah satu karakteristik individu yang mengalami *Fear of Missing Out* adalah dengan munculnya dorongan untuk selalu menggunakan media sosial.

Yuniani dkk. (2021) dalam penelitian Ryan & Deci (2017) menyatakan bahwa kebutuhan dasar psikologis menjadi tiga yaitu *competence*, *autonomy*, serta *relatedness*. Przybylski dkk. (2013) juga menjelaskan individu dengan kepuasan yang rendah pada kebutuhan dasar psikologi membuat ia berhubungan dengan media sosial melalui dua cara yaitu secara langsung menggunakan media sosial untuk berinteraksi bersama individu lain. Kepuasan hidup yang rendah pada seseorang dapat memberikan dampak *Fear of Missing Out*. Jika ketiga kebutuhan kepuasan tersebut rendah maka seseorang akan memiliki tingkat *Fear of Missing Out* yang lebih tinggi serta akan meningkatkan perilaku yang selalu ingin berhubungan dengan media sosial, saat hal ini terjadi maka ia akan menuangkannya ke media sosial dengan tujuan mendapatkan berbagai informasi yang berkaitan dengan individu lain. Dampak yang didapatkan adalah ia akan terus berupaya memanfaatkan media sosial untuk mempelajari kejadian yang terjadi pada individu lain (Przybylski dkk., 2013).

JWT Intelligence (2012) melakukan penelitian dan mendapatkan hasil bahwa sebanyak 40% pengguna internet di dunia mengalami *Fear of Missing Out*. Dapat disimpulkan bahwa *Fear of Missing Out* kerap ditemukan oleh seseorang yang secara intens menggunakan sosial media yang berdampak membuat individu merasa tidak nyaman (cemas, khawatir, gelisah, dan takut) saat merasa dirinya tertinggal dari suatu peristiwa yang menarik baginya. Penelitian yang dilakukan oleh organisasi profesi psikologi Australia (Australian Psychological Society) mendapatkan hasil bawa remaja rata-rata bermain media sosial selama 2,7 jam

perhari dan dinyatakan mengalami *Fear of Missing Out*. Penelitian ini juga mengemukakan bahwa usia remaja secara signifikan lebih besar (50%) mengalami FoMO dibandingkan usia dewasa (25%).

Menurut Rahmania dkk. (2023) Salah satu topik terkait FoMO dengan media sosial adalah *online-fear of missing out*. Sette dkk. (2020) menjelaskan *Online Fear of Missing Out (ON-FoMO)* adalah keadaan saat seseorang merasakan gelisah saat tertinggal pengalaman menarik dalam situasi *online* dan menunjukkan hubungan yang cenderung negatif. Kondisi ini secara khusus menggambarkan perasaan khawatir seseorang saat tertinggal suatu peristiwa ataupun informasi yang ada pada media sosial.

Skala pada ON-FoMO didapatkan korelasi positif yang kuat jika dihubungkan dengan FoMO secara umum. Fenomena ini dapat terjadi dalam berbagai hal, contohnya seperti ketinggalan “berita” yang ada pada media sosial, pengalaman menarik, pencapaian seseorang, hingga ketakutan akan dilupakan atau bahkan dibicarakan oleh seseorang. ON-FoMO sendiri merupakan isu baru di Indonesia dalam *cyberpsychology*, tingkatannya pun dapat bervariasi dari satu individu ke individu lainnya (Sette dkk., 2020).

Fenomena ON-FoMO sering dirasakan terutama pada pengguna media sosial. Salah satu contoh dari fenomena ini Widiyanti dkk. (2024) yaitu saat pengguna media sosial sering membuka aplikasi Instagram hingga berkali-kali agar dapat melihat setiap aktifitas yang sedang dilakukan oleh orang lain yang ia ikuti di Instagram (*following*). Dampak yang diberikan oleh fenomena ini beragam, ON-FoMO mampu memberikan dampak lain seperti stress karena merasa jauh serta kehilangan jika tidak melihat aktivitas seseorang atau kelompok. Fenomena ini dapat dirasakan secara langsung terutama bagi pengguna media sosial, hal ini dapat dikatakan sebagai ON-FoMO yang secara khusus menggambarkan kekhawatiran individu akan tertinggalnya peristiwa maupun informasi yang ada pada platform media sosial.

ON-FoMO menjadi topik yang cukup menarik saat ini, dikarenakan perkembangan media sosial yang begitu cepat. Saat ini, tidak banyak pengguna media sosial yang menyadari bahwa fenomena ini memiliki dampak negatif seperti tidak memiliki interaksi yang baik dengan lingkungan sekitarnya, rendahnya



kesejahteraan psikologis, bahkan kecemasan dan ketakutan yang berlebihan. Tidak sedikit individu yang memakai istilah ini di media sosial agar dapat menaikkan *engagement* dan agar terlihat *update* tanpa mereka ketahui bahwa ON-FoMO merupakan salah satu fenomena yang dapat berpengaruh kepada kesehatan mental.

Dalam penelitian Zahroh & Sholichah (2022) terdapat beberapa faktor yang memengaruhi *Fear of Missing Out*, salah satunya yaitu konsep diri (Calhaoun & Acocella, 1990) Pada Self Determination Theory, Przybylski dkk. (2013) mengemukakan bahwa adanya *Fear of Missing Out* dapat disebabkan oleh rendahnya regulasi diri serta buruknya konsep diri pada seseorang. Konsep diri menjadi salah satu faktor terjadinya FoMO. Menurut Saraswati & Sawitri (2015) konsep diri merupakan suatu skema diri yang memiliki keterkaitan dengan pengetahuan mengenai diri yang berpengaruh pada cara seseorang dalam mengambil tindakan serta mengolah informasi. Fitts (1997; dalam Agustiani, 2006) menyampaikan bahwa konsep diri merupakan kerangka acuan dalam berinteraksi dengan lingkungan. Setiap perilaku yang diperlihatkan oleh manusia adalah hasil dari sebuah konsep diri yang merupakan inti dari kepribadian manusia.

Terbentuknya konsep diri dimulai dari proses belajar masa pertumbuhan seseorang sejak kecil hingga dewasa. Dalam hal ini lingkungan, pengalaman, serta pola asuh orang tua menjadi pengaruh yang signifikan terkait terbentuknya konsep diri seseorang. Ketika individu sudah membentuk konsep diri maka akan sulit baginya untuk merubah konsep diri yang sudah terbentuk. Walaupun sulit, konsep diri yang sudah terbentuk masih memiliki peluang untuk mengalami perubahan.

Fitts (1997; dalam Agustiani, 2006) memberikan pernyataan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi konsep diri seseorang yaitu pengalaman, kompetensi yang dihargai, dan aktualisasi diri. Calhoun dan Acocella menyatakan bahwa konsep diri terbagi menjadi dua yaitu konsep diri positif yaitu yang mengetahui dirinya dengan baik dan konsep diri negatif yang tidak mengenal betul siapa dirinya (Andriawati, 2012).

Seseorang dapat dikatakan memiliki konsep diri positif jika ia mengetahui pengetahuan menyeluruh terkait dirinya, termasuk kelebihan serta kelemahan diri, menerima diri apa adanya, apabila dirinya memiliki kelebihan tidak sombong lalu apabila dirinya memiliki kelemahan tidak kecewa, serta memiliki kesadaran yang

besar agar mampu mengubah maupun mengurangi aspek dari dirinya yang dianggap merugikan. Diketahui bahwa orang yang memiliki konsep diri positif mampu memahami serta menerima sejumlah fakta yang bervariasi terkait dirinya sendiri baik dalam hal kelebihan maupun kelemahan. Konsep diri seseorang akan berkembang seiring dengan bertambahnya usia, setiap usia terdapat tantangan untuk membangun konsep diri yang positif.

Generasi Z (Gen Z) adalah masyarakat yang sudah terserang oleh teknologi sejak kecil. Seperti yang diketahui saat ini kurikulum sekolah pun memakai teknologi, Gen Z sudah terbiasa menggunakan teknologi untuk belajar sejak masih duduk di Sekolah Dasar (SD). Hal ini membuat Gen Z secara natural menikmati teknologi yang sudah tersedia, cara berinteraksi generasi ini sebagian besar mengandalkan teknologi. Instagram sebagai salah satu wadah media sosial yang sering dipakai. Remaja saat ini selalu mengikuti trend yang sedang berlangsung di dunia serta dikalangan masyarakat, karena tidak ingin dibilang tertinggal oleh teman-temannya serta dianggap populer jika mengikuti perkembangan tren sesuai zaman.

Dalam penelitian dengan subjek 211 mahasiswa Generasi Z (Gen Z) yang dilakukan oleh Sudiantara & Susetyo (2020), terdapat beberapa faktor dalam konsep diri yaitu adaptif, percaya diri, mempunyai ambisi, aktif menggunakan teknologi, labil dalam pengendalian emosi, kreatif, tegas, terbuka pada perubahan, dan lebih berminat menjadi karyawan yang bekerja pada perusahaan. Berdasarkan faktor tersebut, konsep diri adalah gambaran seseorang terkait dirinya dan lingkungan sekitarnya. Zis dkk. (2021) menjelaskan pengaruh lingkungan sekitar saat ini lebih banyak berkomunikasi menggunakan *gadget* dibandingkan dengan tatap muka, hal ini tidak terlepas dari perkembangan teknologi.

Jika dilihat dampak teknologi yang dihadapi Gen Z dapat menghasilkan beberapa fenomena contohnya seperti kecanduan teknologi. Karina dkk. (2021) menyatakan bahwa semakin lama dan aktifnya penggunaan media sosial akan menyebabkan kecanduan media sosial pada Gen Z hingga dapat berakhir pada tahap tidak bisa hidup tanpa media sosial dan tidak mau dipisahkan sedetikpun.

Kecanduan teknologi berkaitan dengan penggunaan media sosial dalam batas rentang waktu yang berlebihan serta mampu menghasilkan perilaku menyimpang

seperti *cyberbullying* (Clara & Liauw, 2020). Hal ini dapat berdampak negatif pada konsep diri maupun harga diri Gen Z. Konsep diri mereka terus berkembang seiring dengan mereka beradaptasi dengan dunia yang berubah. Perkembangan setiap individu dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti latar belakang keluarga, budaya, dan pengalaman pribadi.

Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa terdapat 6 kelompok generasi di Indonesia. Kelompok yang dimaksud adalah Post Generasi Z Gen, Generasi Z, Millennial, Generasi X, Baby Boomer, dan Pre-Boomer. Menurut sensus penduduk di tahun 2020, Millennial serta Gen Z menjadi penduduk paling banyak di Indonesia per September 2020 dengan total mencapai 270,20 juta jiwa. Menurut data BPJS tahun 2020 juga menyatakan bahwa Gen Z sudah menjadi demografis terbesar dengan angka 27,94% bersamaan dengan Millennial. (Sekar Arum dkk., 2023) Gen Z merupakan individu yang lahir pada 1997-2012, generasi ini juga biasa dikenal sebagai iGen atau Generasi Internet. Gen Z lahir dengan era digital yang memadai seperti internet maupun smartphone. Saat ini, mayoritas Gen Z mencari informasi atau berita melalui media sosial karena dianggap lebih nyaman dan praktis.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilaksanakan oleh peneliti terhadap 6 responden yang termasuk Gen Z dan sering menggunakan media sosial adalah mereka mengatakan bahwa lebih sering menggunakan media sosial tiktok dan instagram, disamping itu ada juga yang menambahkan media sosial lain seperti whatsapp untuk berkomunikasi. Untuk penggunaan media sosial rata-rata menggunakannya saat sedang ada waktu senggang, seperti saat sore hari ataupun sebelum tidur. Mereka biasanya menggunakan Instagram untuk melihat story orang lain, mencari informasi atau bahkan untuk melakukan komunikasi, sedangkan untuk Tiktok lebih banyak digunakan untuk mencari hiburan, informasi, dan saling bertukar pesan dengan mengirim video.

Berdasarkan penelitian Widiyanti dkk. (2024), instagram adalah wadah bagi penggunanya untuk membagikan foto atau video terbaik mereka untuk di share guna membangun citra dan eksistensi diri, hal ini yang dapat memicu adanya ON-FoMO karena saat seseorang melihat *update* temannya yang melakukan aktivitas



yang menyenangkan seseorang yang melihat konten tersebut secara berkali-kali, aka nada perasaan tertinggal jika aktivitas tersebut tidak ia ikuti.

Tiktok dan Instagram sudah menjadi platform media sosial yang sangat populer dalam separuh tahun terakhir, dengan jutaan pengguna aktif di seluruh dunia (Andhika dkk., 2022). Berbeda dengan media sosial Instagram, media sosial Tiktok baru justru baru populer akhir-akhir ini (Pratiwi dkk., 2021). Terdapat beberapa perbedaan budaya antara Instagram dan Tiktok, pengguna Instagram mayoritas lebih personal dan aspiratif sedangkan pengguna Tiktok mayoritas lebih santai dan mengikuti hal yang sedang trendi. Dalam hal ini, FoMO berawal dari seseorang yang terpapar oleh informasi cepat maupun lambat. Kedua media sosial ini memiliki kesamaan, yaitu terpaparnya informasi bagi siapapun yang menggunakannya, hanya saja untuk Tiktok lebih mudah terpapar informasi dikarenakan lebih cepatnya pergantian tren yang terjadi sehingga ada proses perbandingan informasi yang membuat munculnya perasaan tidak ingin tertinggal. Adanya perbandingan informasi ini terjadi jika ada mekanisme perbandingan diri dengan apa yang dilihat dalam konteks media sosial, hal ini pula yang disebut dengan perbandingan sosial.

Hal ini didukung dengan banyaknya kasus yang terjadi dalam media sosial instagram maupun tiktok, salah satunya adalah yang terjadi pada selebgram maupun selebtok yang ramai ikut menonton konser yang sedang *hype* walaupun dirinya sebenarnya tidak terlalu menyukai artis yang akan ia lihat. Dapat dilihat bahwa tingginya *need for popularity* yang mereka rasakan sehingga dirinya rela untuk menghabiskan uang untuk konser agar kebutuhan media sosialnya terpenuhi dibandingkan kebutuhan lainnya yang lebih mendesak.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjelaskan terkait dinamika konsep diri dan *Fear of Missing Out* (FoMO) yaitu yang mendapatkan hasil terdapat hubungan negatif antara FoMO media sosial dengan prestasi belajar IPA siswa SMP Negeri 1 Singaraja (Kusuma dkk., 2023). Terdapat penelitian lainnya yang menunjukkan terdapat hubungan antara konsep diri dengan FoMO, dalam hal ini menjelaskan semakin besar konsep diri yang ada dalam individu, akan berkurang juga kemungkinan terjadinya FoMO (Zahroh & Sholichah, 2022).

Adapun penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan konsep diri dan *Online-Fear of Missing Out* (ON-FoMO) pada Gen Z terutama bagi pengguna media sosial instagram dan tiktok, dikarenakan saat ini menurut We Are Social via KOMPAS instagram dan tiktok menjadi salah satu dari tiga media sosial yang menjadi kesukaan masyarakat Indonesia. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka penulis ingin melakukan penelitian terkait *Online-Fear of Missing Out* yang berhubungan dengan konsep diri untuk Gen Z.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang tersebut, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Perkembangan tren di media sosial yang cepat dapat membawa dampak bahaya seperti gelisah dan cemas jika tertinggal.
2. Tidak sedikit Gen Z yang sering menggunakan internet di dunia mengalami *Online-Fear of Missing Out*.
3. Perasaan takut akan tertinggal suatu tren dikarenakan seringnya bermain media sosial sehingga dapat mempengaruhi konsep diri seseorang.

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Adanya batasan masalah digunakan sebagai pembatas antar suatu permasalahan supaya lebih terarah dan fokus pada penelitian yang akan diteliti. Batasan masalah pada penelitian ini adalah hubungan konsep diri dan *Online Fear of Missing Out* pada Gen Z kelahiran tahun 1997-2012 pengguna media sosial instagram dan tiktok.

## **1.4 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah, identifikasi, serta pembatasan masalah yang sudah dijelaskan maka terdapat rumusan masalah yang akan diteliti adalah apakah terdapat hubungan konsep diri dan *Online Fear of Missing Out* pada Gen Z pengguna media sosial instagram dan tiktok?



### 1.5 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang sudah dijelaskan maka tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis hubungan konsep diri dan *Online Fear of Missing Out* pada Gen Z pengguna media sosial instagram dan tiktok.

### 1.6 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat penelitian yang bersifat teoritis maupun praktis:

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berlandaskan teoritis agar mampu berbagi informasi, persepsi, serta saran terhadap pengembangan ilmu psikologi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terkait penambahan literatur terkait *online Fear of Missing Out* dan konsep diri serta sebagai referensi untuk penelitian yang akan mendatang bagi pihak yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terkait topik ini.

#### 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berlandaskan praktis agar dapat memberikan informasi terkait fenomena *Online-Fear of Missing Out* yang saat ini banyak terjadi di sekeliling kita, terutama bagi para pengguna media sosial. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan wawasan berharga terhadap konsep diri dan mampu mengembangkan konsep diri positif yang ada pada diri masing-masing individu.