

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk dinamis yang dapat berubah seiring dengan perkembangan zaman. Adanya perkembangan ini memberikan dampak pada masing-masing bidang yang ada dalam kehidupan manusia. Tak jarang, perubahan yang dialami tersebut menimbulkan gesekan sehingga dapat memicu konflik. Salah satu konflik tersebut dapat dijumpai dalam keluarga. Anak-anak memandang bahwa teknologi dan informasi sangat membantu namun orang tua memandang bahwa hal ini dapat berdampak buruk bagi masa depan anak. Menurut Shafira (2018) hal ini dikarenakan sebagian besar orang tua terlalu fokus terhadap pengaruh negatif dari teknologi. Padahal anak-anak belum sepenuhnya mengerti apa saja risiko-risiko tertentu yang dapat diakibatkan dari perkembangan teknologi dan informasi khususnya internet.

Perkembangan teknologi dan informasi juga dapat dilihat pada masing-masing generasi di kehidupan manusia. Manusia dibagi menjadi beberapa generasi antara lain; generasi *Baby Boomers*, generasi X, generasi Y dan Generasi Z. Beberapa artikel menyebutkan berbagai permasalahan dalam penggunaan teknologi informasi yang dialami oleh masing-masing generasi. Permasalahan tersebut menjadikan ciri yang membedakan pada masing-masing generasi. Terlebih pada generasi Z, ia turut mengomentari permasalahan yang dialami oleh masing-masing generasi.

Generasi *baby boomers* diharapkan dapat menjadi panutan bagi generasi Z saat ini karena generasi ini dianggap lebih dewasa. Pada kenyataannya, menurut Aurelia (2019) generasi ini dianggap “menyebalkan” karena senang

menggurui dan agak tidak relevan dengan masa kini. Sikap menyebalkan pada generasi *baby boomers* sejalan dengan sebuah video yang *viral* pada bulan November 2018 lalu. Lebih lanjut, Aurelia (2019) mengatakan bahwa video yang *viral* dari *platform* media sosial TikTok ini memperlihatkan seorang pria yang tergolong dalam generasi *baby boomers* mengatakan bahwa generasi Z adalah orang yang tidak ingin dewasa karena masih percaya mimpi utopis. *Viral*-nya video ini turut mengundang amarah dari generasi Z sehingga muncul sebutan sarkastik “OK Boomer” untuk menanggapi sikap generasi *baby boomers* tersebut. Sebutan ini juga menjadi bahan ejekan yang populer dan sering diolah menjadi *meme* oleh generasi Z.

Setelah generasi *baby boomers*, lahirlah generasi X dan Y. Generasi X dan Y disebut oleh generasi Z sebagai generasi yang gemar memproduksi berita *hoax* atau berita yang tidak diketahui kebenarannya. Hal ini dilansir dalam Purbaya (2018) yang mengatakan bahwa penyebar konten *hoax* adalah generasi X dan Y. Menurut Ariani (2019) tim penelitian Tirta dengan *International Center for Journalist* (ICFJ) telah melakukan survei perihal penyebaran informasi yang termasuk ke dalam hoaks. Orang yang usianya lebih dari 36 ke atas atau tergolong pada generasi X dan Y cenderung percaya terhadap informasi-informasi yang berasal dari aplikasi *Whatsapp* serta membagikannya kembali padahal informasi tersebut belum diketahui kebenarannya.

Padahal permasalahan dalam penggunaan teknologi dan informasi maupun internet juga muncul pada generasi Z. Generasi Z diharapkan dapat menggunakan internet sebaik mungkin untuk hal-hal yang positif. Namun, fakta menunjukkan bahwa tidak semua generasi Z dapat menggunakan internet secara baik. Salah satu kasus penyalahgunaan internet ini dilakukan oleh

Audrey. Menurut Ariefana (2019) Audrey menyebarkan berita *hoax* bahwa ia dikeroyok 12 pelaku dan area sensitifnya dirusak. Sebelum tahu bahwa berita ini adalah berita yang tidak benar, masyarakat turut prihatin atas kejadian tersebut dan memberikan dukungan bagi Audrey. Pengguna internet diharapkan dapat bersikap bijak sehingga tidak merugikan orang lain.

Lebih lanjut, generasi Z merupakan generasi yang erat kaitannya dengan internet. Menurut Eprinita (2019) generasi Z disebut sebagai generasi C yaitu *Connected Generation*. Hal ini memberi makna bahwa generasi ini selalu terkoneksi dengan internet. Generasi ini menggunakan *gadget* dalam kehidupan sehari-hari. Generasi Z juga senang membagikan foto maupun videonya lewat media Instagram, Youtube maupun Snapchat. Maharrani (2019) mengatakan bahwa generasi Z masih memegang penetrasi tertinggi dalam penggunaan internet.

Internet merupakan salah satu bentuk evolusi perkembangan komunikasi dan teknologi yang berdampak pada umat manusia. Internet menyebabkan perubahan yang cukup berpengaruh pada pola interaksi sosial primer antar individu. Percakapan konvensional atau yang biasa disebut dengan tatap muka kini sudah digantikan peranannya oleh *internet*, *video call* serta *social media*. Hal ini dikarenakan kekurangan-kekurangan dalam percakapan yang bersifat konvensional dapat ditutupi oleh internet (Hampton, Lauren, & Eun, 2011). Internet tak dipungkiri sudah menjadi 'kebutuhan' kita karena sebagian besar penduduk dunia sudah tidak asing lagi dengan internet. Menurut Kemp (2020) pengguna internet di dunia saat ini sudah mencapai 4,54 milyar orang dari total populasi manusia sejumlah 7,75 milyar orang. Pengguna internet di dunia ini meningkat sejumlah tujuh persen (298 juta orang) dibanding tahun 2019. Rata-

rata pengguna menghabiskan enam jam dan 43 menit perhari untuk membuka internet. Pengguna aktif media sosial pada tahun 2020 ini sudah mencapai 3,80 milyar orang.

Pengguna internet di dunia tentunya didukung oleh pengguna internet di Indonesia. Menurut Ramadhan (2020) survei yang dilakukan oleh *We Are Social* mendapatkan hasil bahwa penetrasi Internet di Indonesia mencapai 64 persen atau sejumlah 174 juta jiwa. Angka ini membawa Indonesia menjadi salah satu negara dengan pengguna internet terbesar di dunia. Pengguna di Indonesia mengakses internet hampir delapan jam dalam sehari dan 80 persen menggunakan internet untuk media sosial. Data ini menunjukkan bahwa warga Indonesia menaruh perhatian besar terhadap media sosial.

Adapun penelitian yang dilakukan Cherson (2015) tentang media sosial pada 333 pelajar dan mahasiswa yang tergolong dalam generasi Z menunjukkan hasil bahwa responden dapat menghabiskan waktu sebanyak sebelas jam perhari untuk daring. Hal ini dilakukan agar tetap terhubung dengan aktivitas-aktivitas yang dilakukan orang lain. Menurut Fullerton (dikutip Sianipar & Kaloeti, 2019) mereka akan merasa tersingkir dari teman-temannya saat tidak menggunakan media sosial. Menurut Sianipar dan Kaloeti (2019) hal ini dapat menyebabkan sebuah kecemasan yang berbasis digital ketika tidak mengetahui aktivitas orang lain atau informasi terbaru yang dikenal dengan sebutan *Fear of Missing Out* (FoMO).

Faktor yang berperan besar terhadap sensasi FoMO ini adalah media sosial. Pengguna media sosial dapat mengembangkan perasaan maupun emosi negatif yang disebabkan oleh rasa iri terhadap berbagai postingan di media sosial maupun kehidupan orang lain. Media sosial adalah tempat yang sangat

mudah diakses dan pusat bagi berbagai orang yang ingin *update* serta mencari tahu aktivitas-aktivitas orang lain pada saat itu. Sebuah hasil penelitian yang dilakukan dengan melihat data di Facebook oleh peneliti di dua Universitas Jerman mengemukakan apabila orang-orang melihat kehidupan teman-temannya yang tampaknya lebih “sempurna” dibanding dirinya, ia akan memiliki perasaan negatif. Orang-orang yang mengalami FoMO merasa perlu serta penting untuk selalu terhubung, hal ini dikarenakan mereka memiliki potensi untuk menggunakan media sosial. Dahulu kala sebelum media sosial dan *gadget* populer, orang tahu apa yang dilakukan teman-temannya hanya apabila bersama mereka. Seiring berjalannya waktu, orang dapat mencari apa saja yang ia lewatkan dengan membuka media sosial (Akbar, Aulya, Apsari, & Sofia, 2018).

Dalam Akbar dkk., (2018), pengertian FoMO ini diciptakan pada tahun 2004, di saat Patrick J. McGinnis yang juga seorang penulis mengeluarkan sebuah *op-ed* di *The Harbus*, majalah terbitan *Harvard Business School*, berjudul *McGinnis 'Two FO's: Social Theory* di HBS, hal ini mengarah pada FoMO dan kondisi terkait lainnya. Umumnya, orang-orang yang mengalami FoMO mengalami perasaan takut ketinggalan akan berita yang sifatnya baru, serta gelisah jika tidak dapat terhubung atau mengikuti tren di dunia media sosial. FoMO (*Fear of Missing Out*) digadang-gadang merupakan fenomena baru yang lahir pada saat kaum generasi Y mendominasi. Jurnal “*Computers in Human Behavior*” (Przybylski, Murayama, DeHaan, & Gladwell, 2013) mengatakan bahwa FoMO sebenarnya bukan merupakan hal yang baru. Hal yang baru adalah meningkatnya penggunaan media sosial dan hal tersebut menawarkan semacam jendela baru untuk melihat kedalam kehidupan orang lain. Menurut Surtana (2018) FoMO juga sangat berhubungan dengan kepekaan

yang lebih besar pada pengalaman inklusif sosial. Hal ini membuat orang-orang mencari peluang agar bisa berinteraksi dengan orang lain. Dalam hal bertahan hidup, dorongan untuk bersosialisasi ini akan menjadi sangat penting. Kepedulian terhadap aktivitas-aktivitas yang orang lain lakukan akan membuat individu saling terhubung.

Bagi orang yang memiliki kadar FoMO tinggi, hal ini dapat menimbulkan masalah karena mereka cenderung untuk mengecek akun media sosialnya demi melihat apa saja yang dilakukan teman-temannya hingga rela mengabaikan aktivitasnya sendiri. FoMO hanya memiliki satu dimensi yaitu suatu situasi yang menggambarkan perasaan ketakutan, kekhawatiran, serta kecemasan yang dimiliki individu disaat ketidakhadiran dirinya pada suatu kejadian, pengalaman, dan percakapan yang terjadi di lingkungan sosial yang luas. FoMO juga acapkali dikaitkan dengan karakteristik masalah emosional yang melibatkan media sosial (Przybylski dkk., 2013). Individu dengan FoMO juga lebih mudah untuk merasa cemas, mudah marah dan merasa inferior maupun superior ketika menggunakan media sosial (JWT Intelligence, 2012).

FoMO merupakan faktor resiko seseorang mengalami kejadian yang berhubungan dengan penggunaan minuman beralkohol. Penelitian selanjutnya mengungkapkan bahwa FoMO tinggi juga berkaitan dengan intensitas tinggi dalam penggunaan alkohol per sesinya (Riordan, Flett, Hunter, Damia, & S., 2015). Lebih lanjut, FoMO juga berhubungan positif dengan depresi, gejala fisik dan kurangnya perhatian. FoMO memberikan porsi 7% dari varian gejala fisik, 13% dari gejala depresi dan 14% dari kesadaran akan perhatian. (Baker, Krieger, & LeRoy, 2016)

Siddik, Mafaza, dan Sembiring (2020) mengungkapkan bahwa individu yang mengalami rendahnya harga diri akan merasa terkucilkan dan terasing dari lingkungannya. Hal ini membuat seseorang mengalami FoMO yang membuat dirinya enggan bersosialisasi secara tatap muka dan lebih memilih terkoneksi secara daring dengan orang lain. Kernis dalam Siddik dkk. (2020) mengungkapkan bahwa individu yang merasa tidak dilibatkan lebih menganggap interaksi secara daring lebih efektif. Przybylski dkk. (2013) mengungkapkan bahwa seseorang merasa aman untuk mengatur perasaan cemas dan memenuhi berbagai kebutuhan sosial dan psikologis dengan menggunakan media sosial.

Self-Determination Theory yang diusulkan oleh Ryan dan Deci (2008) mengartikan FoMO sebagai rendahnya tingkat kebutuhan psikologi dasar (kompetensi, autonomi, serta keterhubungan dengan individu-individu yang lain). Menurut Przybylski dkk., (2013) hal ini disebabkan oleh kebutuhan psikologis yang tidak terpenuhi. Individu yang memiliki tingkat kepuasan akan kebutuhan dasar yang rendah lebih berminat untuk menggunakan media sosial. Apabila kebutuhan-kebutuhan ini tidak terpenuhi maka dapat mengarah pada beberapa penyakit atau gangguan.

Menurut Hetz, Dawson, dan Cullen (2015) media sosial memegang peran penting bagi mahasiswa, terkhusus pada Generasi Z. Hal ini dikarenakan media sosial dapat menjaga komunikasi dengan keluarga maupun teman agar dukungan sosial tetap didapat. Akan tetapi, tak dapat dipungkiri bahwa media sosial membawa dampak yang buruk juga, seperti distraksi dan menyita waktu yang dimiliki serta meningkatkan tingkat stress. JWT Intelligence (2012) menjelaskan bahwa transparansi waktu yang ada di media sosial saat ini menjadi

salah satu faktor pemicu terciptanya FoMO lewat media sosial sehingga setiap individu dapat melihat dan membandingkan pengalaman mereka dengan mudah.

Generasi Z disebut sebagai *connected generation* karena erat kaitannya dengan internet dan media sosial. Apabila internet dan media sosial tidak digunakan secara bijak, maka akan menimbulkan dampak-dampak tertentu misalnya terjerumus dalam FoMO. FoMO membuat pengidapnya memiliki dimensi yang menggambarkan perasaan ketakutan, kekhawatiran, serta kecemasan. FoMO juga dikaitkan sebagai rendahnya tingkat kebutuhan psikologis yang dasar (kompetensi, autonomi, serta keterhubungan dengan individu-individu yang lain). Berdasarkan rumusan masalah ini, peneliti terdorong untuk mengetahui dan memahami bagaimana dinamika psikologis generasi Z yang mengalami FoMO.

1.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dijelaskan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami dinamika psikologis generasi Z yang mengalami FoMO.

1.3. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan yang bermanfaat bagi kesehatan mental khususnya bidang Psikologi Sosial, Psikologi Kepribadian dan FoMO pada Generasi Z serta menjadi bahan literasi bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian dengan topik serupa.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan bagi masyarakat perihal penyebab pada Generasi Z. Hal ini untuk meningkatkan kesadaran serta mengurangi dampak-dampak negatif yang ditimbulkan dari FoMO.

