

## BAB 5

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 5.1. Hasil Penelitian

##### 5.1.1. Rekap Intensitas dan Matriks

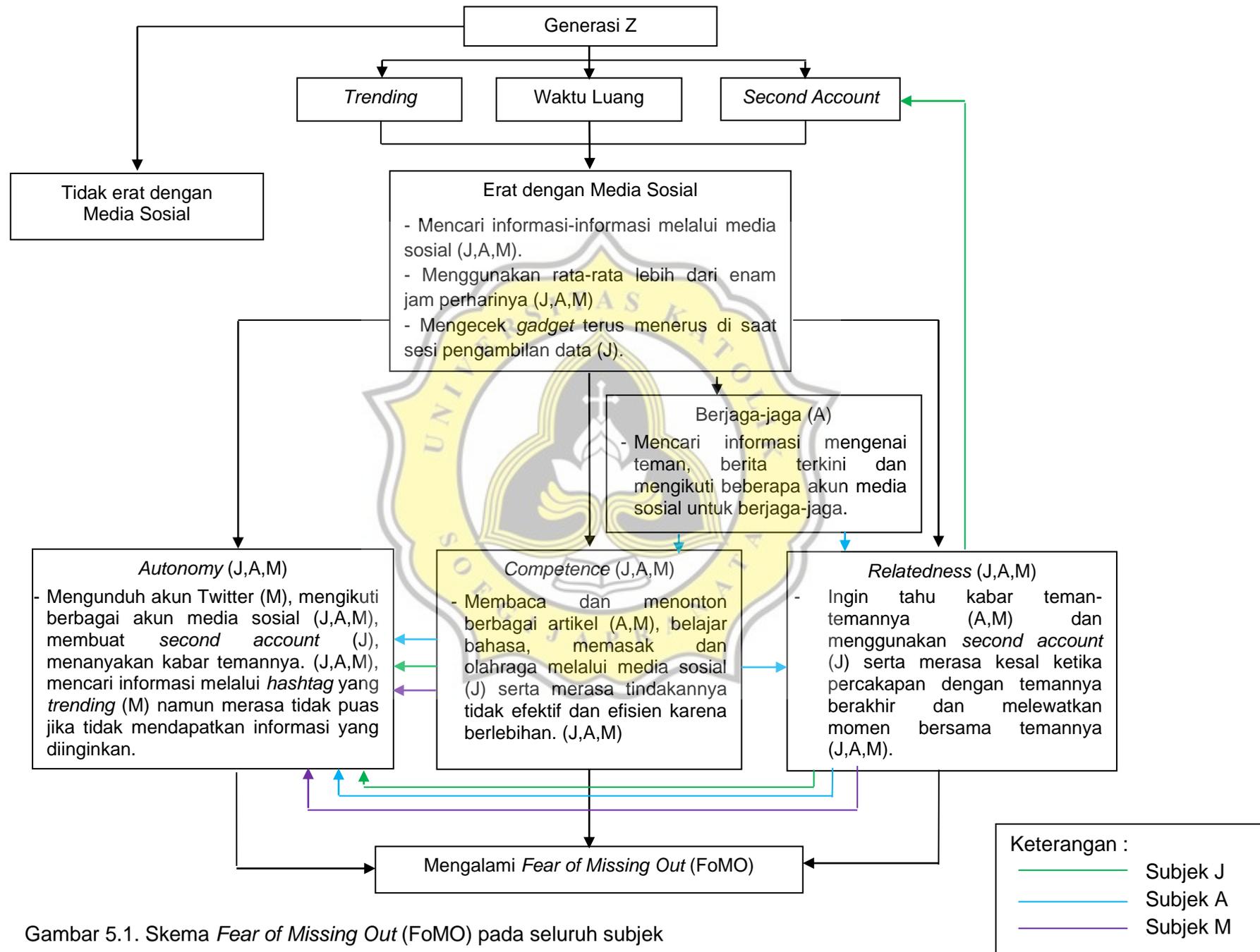
Berdasarkan data hasil wawancara dari ketiga subjek yang dikumpulkan maka dapat diambil kesimpulan bahwa subjek-subjek tersebut merupakan Generasi Z yang mengalami FoMO tingkat tinggi. Dapat disimpulkan juga bahwa subjek-subjek tersebut memiliki penyebab yang berbeda-beda dalam pencarian informasi sehingga muncul fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO).

Pada matriks 5.1. di bawah ini terdapat matriks antar tema yang telah direkap bersumber dari hasil wawancara ketiga subjek.

Matriks 5.1. Matriks Seluruh Subjek

	CP	AT	RI	WL	SA	TR	BJ
CP	---	↗	↗				↖
AT		---	↖				↖
RL			---		↗		↖
WL				---			
SA					---		
TR						---	
BJ							---





Gambar 5.1. Skema *Fear of Missing Out* (FoMO) pada seluruh subjek

### 5.1.2. Analisis Kasus Seluruh Subjek

Berdasarkan data hasil wawancara yang didapat, ketiga subjek yaitu subjek J, A dan M merupakan generasi Z yang secara urut memiliki usia 21, 18 dan 19 tahun terhitung April 2021. Ketiga subjek juga aktif bermain dan menggunakan media sosial yang dimiliki. Adapun media sosial yang ketiga subjek miliki antara lain; Twitter, Instagram, Tiktok, Youtube, Whatsapp, Line dan juga Netflix.

Adapun pencarian informasi melalui media sosial ini dipengaruhi berbagai faktor. Faktor yang pertama ialah waktu luang. Dalam masa pandemi ini, banyak waktu luang yang dimiliki oleh ketiga subjek. Ketiga subjek tersebut menggunakan waktu luangnya untuk mencari informasi mengenai temannya, mencari informasi mengenai berita terkini, mencari konten hiburan maupun film. Terkadang, waktu luang ini digunakan terlalu berlebihan dan beberapa subjek merasa lelah dan matanya perih.

Kedua, faktor yang selanjutnya ialah *trending*. Faktor ini muncul pada subjek J dan M. Subjek-subjek ini mencari informasi-informasi yang diinginkan melalui fitur *trending* di media sosial. Subjek J menggunakan fitur *trending* agar mendapatkan informasi yang sedang hangat dibicarakan sehingga ia dapat berkomunikasi dengan orang lain. Hal ini dikarenakan dalam memulai percakapan, dibutuhkan bahan obrolan yang membuat komunikasi berjalan dengan baik.

Berbeda dengan subjek J, subjek M menggunakan fitur *trending* yang ada di dalam aplikasi Twitter yang biasa disebut juga dengan *hashtag*. Subjek M mencari informasi melalui fitur *hashtag* agar ia dapat menjadi pribadi yang lebih dewasa. Menurutnya, kedewasaan ini diperlukan informasi yang banyak agar

pikirannya dapat terbuka. Subjek M butuh waktu sehari-hari untuk melupakan informasi-informasi yang tidak kunjung ia dapatkan.

Selain dua faktor di atas, ada faktor lain yang tidak kalah pentingnya yaitu *second account*. Faktor ini muncul pada subjek J dimana ia menggunakan *second account* untuk mencari informasi mengenai temannya yang dekat maupun tidak dekat dengannya. Adapun informasi yang ia butuhkan adalah seputar hubungan percintaan. Ia menggunakan *second account* dibanding akun pertama dikarenakan subjek J merasa malu apabila identitasnya terungkap.

Penggunaan media sosial pada ketiga subjek ini juga dapat dikatakan erat. Hal ini ditunjukkan dengan intensitas penggunaan *gadget* yang peneliti turut sertakan dalam observasi. Ketiga subjek tersebut menggunakan *gadget* rata-rata lebih dari enam jam perhari. Subjek J menggunakan *gadget* selama sembilan jam dan dua belas menit perharinya, subjek A enam jam dan empat puluh dua menit serta subjek M tujuh jam dan empat puluh tiga menit lamanya. Terkhusus pada subjek J, ia juga seringkali mengecek *gadget* saat sesi pengambilan data berlangsung. Ketiga subjek ini mengungkapkan bahwa sebagian besar alasan mereka menggunakan media sosial adalah untuk mencari informasi.

Keeratan dengan media sosial yang dipengaruhi berbagai faktor di atas merupakan salah satu wujud pemenuhan kebutuhan akan *relatedness competence* dan *autonomy*. Berdasarkan data wawancara, tiga kebutuhan ini nampak pada seluruh subjek. Kebutuhan akan *relatedness* ditunjukkan dengan keinginan para subjek untuk terhubung dengan orang lain melalui media sosial. Subjek J menggunakan *second account* serta mengecek *instastory* dan Whatsapp agar tahu apa yang sedang temannya lakukan. Subjek J juga mengecek *gadget* secara terus menerus di saat sesi pengambilan data.

Kemudian, subjek A menghubungi temannya melalui aplikasi Whatsapp dan Line sebagai bentuk *support system*. Terakhir, subjek M mencari informasi maupun kabar mengenai temannya sebagai wujud protektif.

Lebih lanjut, ketiga subjek juga akan merasa kesal, tidak puas, marah apabila tidak mengetahui apa yang temannya sedang lakukan dan bagaimana kabarnya. Perasaan ini muncul juga ketika ada momen-momen yang terlewatkan bersama teman-temannya. Namun ada hal yang berbeda pada subjek A, kebutuhan akan *relatedness* ini juga berkaitan dengan keinginan ia untuk berjaga-jaga terkait apa yang terjadi pada masa depan. Ia perlu mengetahui kabar temannya agar ia tahu apa yang harus dilakukan serta tahu jika ada kesalahan yang dilakukan temannya, ia tidak perlu mengulangnya lagi.

Sikap berjaga-jaga pada subjek A ini juga berkaitan dengan kebutuhan akan *competence* dimana ia mencari informasi mengenai materi perkuliahan lebih dulu dibanding temannya yang lain. Hal ini sebagai bentuk berjaga-jaga apabila dosen menanyakan materi tersebut dan meminta ia untuk bersikap kritis. Selain itu, subjek A juga ingin berdiskusi dan mengetahui sudut pandang orang lain dalam menanggapi suatu permasalahan. Hal ini juga merupakan bentuk pemenuhan kebutuhan akan *relatedness* dimana ia ingin terhubung dengan orang lain.

Berbeda dengan subjek A, subjek J dan M memiliki bentuk sendiri-sendiri untuk memenuhi kebutuhan akan *competence*. Subjek J berusaha melatih kemampuannya secara efektif dengan belajar memasak, berbahasa serta berolahraga. Akan tetapi, subjek M berusaha melatih kemampuannya dengan mencari informasi yang sedang *trending* maupun hal-hal unik seperti *sex education* yang juga dapat menambah pengetahuannya untuk berpikiran terbuka.

Adanya kebutuhan akan *competence* dan *relatedness* ini mempengaruhi kebutuhan akan *autonomy*. Hal ini ditunjukkan oleh ketiga subjek dengan mengunduh aplikasi media sosial di *gadgetnya*, mengikuti berbagai akun media sosial yang menambah pengetahuannya, mencari kabar mengenai temannya melalui *instastory* serta juga aplikasi Whatsapp dan Line.

Pemenuhan kebutuhan akan *relatedness*, *competence* dan juga *autonomy* ini nyatanya tidak selalu berjalan mulus. Seringkali, ketiga subjek tersebut tidak menemukan informasi yang mereka inginkan. Hal ini seringkali membuat subjek merasa tidak puas, marah, kecewa serta merasa bahwa tindakannya tersebut tidak efektif dan efisien. Bahkan pada subjek M, ia perlu waktu sehari-hari untuk melupakan informasi yang tidak kunjung ia dapatkan. Hal ini membuat tidak terpenuhinya kebutuhan akan *relatedness*, *competence* dan juga *autonomy*.

Tidak terpenuhinya kebutuhan akan *relatedness*, *competence* dan juga *autonomy* membuat ketiga subjek merasakan *Fear of Missing Out* (FoMO). Subjek J dengan total skor 36, subjek A dengan total skor 37, serta subjek M dengan total skor 35. Skor-skor ini tergolong tingkat tinggi berdasarkan skala *Fear of Missing Out* (FoMO) oleh skala Przybylski yang diadaptasi oleh Syabani (2019).

## 5.2. Pembahasan

Berdasarkan data yang peneliti kumpulkan melalui wawancara maupun observasi, ketiga subjek merupakan generasi Z. Menurut Bencsik dkk. (2016) generasi ini merupakan generasi yang lahir dalam rentang tahun 1995-2010. Qurniawati dan Nurohman (2018) mengatakan bahwa generasi ini lahir pada dunia digital dengan berbagai teknologi misalnya; *personal computer*, ponsel,

perangkat *gaming*, serta internet. Maka dari itu, generasi ini erat kaitannya dengan internet maupun media sosial.

Keeratan dengan media sosial pada generasi Z ini juga dibuktikan dengan data yang peneliti miliki. Ketiga subjek secara berturut-turut; subjek J menggunakan *gadget* selama sembilan jam dan dua belas menit perharinya, subjek A menggunakan *gadget* selama enam jam dan empat puluh dua menit perharinya serta subjek M menggunakan *gadget* selama tujuh jam dan empat puluh tiga menit perharinya. Aljomaa dkk. (2016) mengungkapkan bahwa batas wajar penggunaan *gadget* untuk orang dewasa yaitu kurang dari empat jam perharinya karena jika lebih maka memperparah kecenderungan adiksi. Oleh karena itu, penggunaan *gadget* oleh tiga subjek melewati batas wajar yang seharusnya. Hal ini pun mendukung pernyataan sebelumnya bahwa generasi Z erat kaitannya dengan media sosial. Terlebih, subjek J acap kali mengecek notifikasi pada *gadgetnya* di sesi pengambilan data.

Ketiga subjek mengungkapkan bahwa media sosial digunakan dengan tujuan mencari dan mendapatkan berbagai informasi. Nasrullah (2015) mengungkapkan bahwa informasi merupakan hal yang sangat penting dari media sosial karena pengguna membagikan informasi-informasi yang dimiliki melalui jaringan yang ada. Mereka berhubungan satu sama lain melalui konten informasi. Media sosial memiliki ciri jaringan sosial yang merancang jaringan antara penggunanya, kenal maupun tidak kenal. Tatanan teknologi ini akan membentuk sebuah ikatan sosial.

Keeratan media sosial pada ketiga subjek dipengaruhi oleh berbagai faktor di antaranya; waktu luang, *trending* dan *second account*. George (dalam Adhia, 2017) mengungkapkan bahwa waktu luang atau yang dalam Bahasa

Inggris biasa disebut *free time* merupakan waktu dimana individu terpisah dari hal yang mengikat dan sifatnya membebani maupun menekan serta menggunakan waktu tersebut untuk hal-hal yang sifatnya menghibur, menyenangkan, membahagiakan serta melepas kepenatan dari kegiatan yang bersifat rutin. Ketiga subjek menggunakan waktu luang untuk membuka media sosial, melihat postingan orang lain, mencari hal-hal menarik yang sifatnya menambah pengetahuan maupun menghibur serta menonton film. Waktu luang yang dimiliki oleh ketiga subjek menjadi faktor yang membuat subjek semakin erat dengan media sosialnya.

Faktor selanjutnya yang membuat subjek semakin erat dengan media sosial adalah *trending*. Movementi (dalam Juditha, 2015)) mengungkapkan bahwa *trending* adalah topik maupun obrolan yang paling banyak dibicarakan di seluruh dunia. Faktor ini muncul pada subjek J dan M dimana mereka hal yang sedang *trending* menjadi stimulus untuk mencari informasi yang diinginkan. Nasrullah (2015) mengungkapkan bahwa *trending topic* dapat ditemukan di aplikasi Twitter yang membagikan maupun membahas topik tertentu.

Faktor terakhir yang mempengaruhi keeratan media sosial pada subjek yaitu *second account*. *Second account* atau akun kedua biasa dikenal dengan sebutan *finsta* atau *fake instagram* di Amerika (Orlando, 2018). Faktor ini hanya muncul pada subjek J dimana ia menggunakan *second account* yang dimiliki untuk mencari tahu kabar teman yang tidak terlalu dekat dengannya atau jarang melakukan komunikasi. Hal ini ia lakukan dengan menutupi identitasnya karena merasa malu apabila harus bertanya secara langsung. Agustina (2015) mengatakan bahwa hal ini biasa disebut dengan *dissociative anonymity* dimana

individu dapat menyembunyikan sebagian ataupun semua identitas dirinya bahkan merubahnya dari kehidupan aslinya.

Ketiga faktor yang mempengaruhi keeratan media sosial pada ketiga subjek di atas didukung juga oleh pemenuhan kebutuhan yang ada di dalam diri masing-masing individu. Przybylski dkk. (2013) yang mengacu pada *Self-Determination Theory* mengungkapkan bahwa *relatedness* merupakan suatu kedekatan maupun keinginan seseorang untuk selalu terhubung dengan orang lain. Kebutuhan ini merupakan perasaan untuk tergabung, terhubung, serta kebersamaan dengan orang lain. Ketiga subjek menunjukkan keinginan yang besar untuk terhubung dengan orang lain melalui berbagai aplikasi media sosial misalnya Whatsapp, Instagram, maupun Line. Bahkan pada subjek J, ia menggunakan *second account* agar dapat selalu terhubung dengan temannya.

Ketika ketiga subjek tidak dapat terhubung dan tertinggal momen bersama teman-temannya maka hal ini membuat mereka merasa kesal. Hal ini dikarenakan adanya keinginan untuk selalu terhubung. 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.

Kebutuhan selanjutnya yaitu *competence* yang diartikan sebagai keinginan yang melekat pada seseorang untuk merasa efektif dalam berinteraksi dengan lingkungannya melambangkan kebutuhan untuk melatih kemampuan dan mengembangkan kompetensinya (Reeve & Sickenius, 1994). Pada kebutuhan ini, ketiga subjek benar-benar menunjukkan keinginannya dalam mencari informasi untuk mengembangkan potensinya. Ketiga subjek membaca,

menonton berbagai artikel di berbagai aplikasi media sosial untuk mengembangkan kompetensinya.

Niemiec dkk. (2006) mengungkapkan bahwa kebutuhan *competence* berhubungan dengan kepercayaan seseorang untuk melakukan berbagai tindakan maupun perilaku secara efisien dan efektif. Apabila kebutuhan ini dirasa rendah maka kepuasan terhadap *competence* akan membuat individu merasa stres dan putus asa. Perasaan ini juga timbul pada ketiga subjek ketika tidak mendapatkan informasi yang diinginkan. Ketiga subjek seringkali merasa tidak puas, marah serta merasa tindakannya tersebut tidak efektif dan efisien. Bahkan pada subjek M, ia perlu waktu sehari-hari untuk melupakan informasi yang tidak kunjung ia dapatkan.

Ada hal yang sedikit berbeda dari subjek yang lain. Subjek A menambahkan bahwa kebutuhan akan *competence* dan *relatedness* tidak jauh dari keinginannya untuk berjaga-jaga. Ia merasa perlu berjaga-jaga akan hal yang terjadi pada masa depan. Maka dari itu, ia perlu mencari informasi mengenai temannya maupun materi kuliah yang akan menjadi pembelajaran pada masa depan.

Kebutuhan akan *competence* dan *relatedness* pada ketiga subjek ini juga mempengaruhi kebutuhan akan *autonomy*. Niemiec dkk. (2006) mengungkapkan bahwa *autonomy* merupakan pengalaman dalam merasakan adanya pilihan, dukungan serta keinginan yang berkaitan dengan memulai, memelihara dan menyelesaikan keterlibatan perilaku. Dalam kebutuhan ini, ketiga subjek tunjukkan dengan mengunduh aplikasi, mengikuti berbagai akun media sosial, menanyakan kabar temannya, mencari informasi yang sedang *trending* bahkan membuat *second account*.

Kebutuhan akan *competence*, *relatedness* dan *autonomy* pada ketiga subjek yang rendah dikarenakan terlalu berlebihan dalam mencari informasi serta tidak dapat terhubung dengan orang lain memunculkan perasaan negatif seperti marah, takut, kesal, kecewa, gelisah, tidak puas, merasa tidak efektif serta tidak efisien. Menurut Sianipar dan Kaloeti (2019) rendahnya pemenuhan kebutuhan psikologis akan *competence*, *autonomy*, dan *relatedness* berpotensi menimbulkan sebuah kecemasan yang berbasis teknologi ketika tidak mengetahui apa yang sedang orang lain lakukan serta informasi-informasi terbaru yang dikenal dengan *Fear of Missing Out* (FoMO). Przybylski dkk. (2013) mengungkapkan bahwa 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.

Berdasarkan data yang didapatkan, ditemukan juga bahwa FoMO pada ketiga subjek dipengaruhi oleh faktor-faktor. Pertama, Mayfield (2008) media sosial memiliki asas keterbukaan terhadap informasi-informasi serta partisipasi. Kedua, ketiga subjek merupakan generasi Z dan usia merupakan salah satu faktor menurut JWT Intelligence (2012). Keempat, *hashtag* yang mempermudah ketiga subjek dalam menyaring informasi-informasi yang kita inginkan (Issak, Nadjib, & Akbar, 2018). Kelima deprivasi relatif dikarenakan merasa ada kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang diterima (Santhoso & Hakim, 2012). Terakhir, banyaknya stimulus untuk mengetahui informasi.

*Fear of Missing Out* (FoMO) ini dialami oleh ketiga subjek dimana secara berturut-turut; subjek J memperoleh total skor 36, subjek A memperoleh total skor 37, serta subjek M memperoleh total skor 37 pada skala FoMO. Skor-skor

ini tergolong tinggi karena  $X \geq 32,79$  berdasarkan skala FoMO buatan Przybylski dkk. (2013) yang telah diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia oleh Syabani (2019). 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 (Przybylski dkk., 2013). Seturut dengan pernyataan ini, ketiga subjek seringkali kehilangan kendali atas dirinya sendiri dimana mereka menggunakan *gadget* terlalu lama secara tidak sadar akan intensitas penggunaannya berlebihan.

### 5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan di antaranya yaitu; dilakukan secara *online* sehingga observasi yang seharusnya dilaksanakan tidak dapat berjalan dengan maksimal. Keterbatasan ini juga karena peneliti hanya dapat melihat sebatas kamera laptop dan aplikasi Zoom.

