

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Emerging adults merupakan individu yang berada pada rentang usia 18-25 tahun yakni peralihan setelah remaja, tetapi belum seutuhnya memasuki usia dewasa (Arnett, 2016). Pada dasarnya, individu yang berada pada fase *emerging adulthood* akan menghadapi tujuan dan tugas baru yang melibatkan orang lain sehingga mereka tidak hanya melakukan eksplorasi pada diri pribadi, tetapi lebih menjalin hubungan yang mendalam dengan orang lain (Papalia, 2009). Selain itu, *emerging adults* juga memiliki ketergantungan yang tinggi akan keterhubungan dan perhatian dari orang lain (Savitri, 2019). Hal inilah yang memunculkan keinginan *emerging adults* untuk mempelajari dan mengeksplorasi hal-hal baru yang lebih mendalam meliputi keintiman, *mutual support*, serta keterampilan sosial lainnya (Hochberg & Konner, 2020).

Di era perkembangan teknologi, *emerging adults* lebih memilih memenuhi kebutuhan eksplorasi diri dengan menggunakan media sosial. Alasan memilih media sosial sebagai wadah eksplorasi diri karena informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh secara cepat serta dapat diakses kapan dan dimana saja (Sa'diah dkk, 2022). Selain itu, para *emerging adults* juga merasa bahwa mereka lebih mudah dalam berinteraksi, mengekspresikan diri, dan lebih didengar oleh orang lain ketika mereka mengungkapkannya di media sosial (Soliha, 2015). Kemudian, menurut Suler (2004), individu cenderung lebih berani dan terbuka dengan berbagai informasi yang ada saat mereka menggunakan media sosial.

Media sosial yang paling populer digunakan masyarakat Indonesia adalah TikTok (databoks, 2023). Berdasarkan data Khoros (2024), persentase pengguna TikTok paling tinggi didominasi oleh *emerging adults* yaitu sebesar (37,3%) dibandingkan usia lainnya dimana usia 25-34 tahun sebesar (32,9%), usia 35-44 tahun sebesar (15,7%), usia 45-54 tahun sebesar (8,3%) dan usia di atas 55 tahun sebesar (5,8%). Berdasarkan persentase tersebut, terlihat bahwa *emerging adults* menduduki peringkat tertinggi yang menggunakan TikTok.

Tingginya penggunaan TikTok pada *emerging adults* dikarenakan TikTok dianggap efektif sebagai media untuk eksplorasi dalam menjalin hubungan dengan pengguna lain dan menemukan informasi terbaru (Hasny dkk, 2021). Anggapan tersebut muncul karena TikTok memberikan berbagai informasi *terupdate* yang disajikan melalui video-video pendek sehingga pengguna lebih mudah mengakses dan pengguna dapat melakukan *sharing* (Hagar & Diakopoulos, 2023; Kusaini dkk, 2024; Suhara dkk, 2024). Untuk itu, TikTok digunakan oleh *emerging adults* untuk membangun interaksi dan mendapatkan informasi.

Namun, penggunaan TikTok memiliki dampak signifikan terhadap kehidupan penggunanya. *Emerging adults* seringkali menghabiskan banyak waktu untuk mengakses informasi yang ada pada TikTok karena TikTok menyediakan berbagai informasi dalam bentuk video pendek yang membuat *emerging adults* tanpa sadar selalu melakukan *scroll* video tersebut (Zhang dkk, 2023; Zulfa & Rozaq, 2024). Selain itu, ketika sering melihat informasi yang ada di TikTok, *emerging adults* sering merasa perlu menyesuaikan diri dengan berbagai informasi yang ada untuk berinteraksi dan mendapatkan pengakuan dari lingkungan (Montag

dkk, 2021). Keinginan untuk berinteraksi dan mendapatkan pengakuan dari lingkungan mengharuskan mereka untuk mengikuti berbagai macam informasi yang ada.

Ketika *emerging adults* tidak mampu untuk mengikuti informasi yang ada, dapat memunculkan perasaan takut tertinggal dan keinginan untuk terus terhubung (Ana & Maryam, 2024; Putri, 2019). Perasaan takut tertinggal dan ingin terus terhubung akan informasi inilah yang disebut sebagai *fear of missing out* (FoMO). FoMO adalah suatu ketakutan yang muncul pada diri individu bahwa orang lain memiliki pengalaman yang lebih berharga yang tidak dirasakannya sehingga memunculkan keinginan untuk terus terhubung dengan apapun yang terjadi dan dilakukan oleh orang lain (Przybylski dkk, 2013). *Fear of missing out* (FoMO) juga dapat didefinisikan sebagai kebutuhan untuk terus terhubung dan berinteraksi dengan apa yang orang lain lakukan (Sette dkk, 2019). Seseorang yang mengalami FoMO dapat ditandai dengan munculnya emosi negatif, takut ditinggalkan lingkungan sosial, takut tidak mendapat *feedback* positif dari kelompok, dan mengalami ketergantungan media sosial untuk mendapatkan informasi agar terus terhubung dengan orang lain (Sette dkk, 2019).

Emerging adults yang mengalami FoMO memiliki keinginan untuk terus terhubung dengan apa yang dilakukan oleh orang lain (Gupta & Sharma, 2021). Untuk itu, mereka akan selalu mengikuti informasi yang ada di TikTok agar mereka bisa bergabung dan dihiraukan oleh orang lain atau kelompok (Kurniawan & Utami, 2022; Wirman dkk, 2023). Perilaku *emerging adults* yang mengalami FoMO terlihat dari kecenderungan mereka meniru konten orang lain yang muncul

di beranda TikTok (Mufarida & Santosa, 2024), selalu melihat informasi atau *stalking* informasi yang ada (Neumann, 2020) dan secara berulang-ulang melihat gambar yang diunggah tentang hal-hal yang dilakukan oleh orang lain di TikTok (Rifkin dkk, 2015). Artinya, mereka selalu mengecek informasi yang ada di TikTok untuk bisa terus terhubung dan dapat berinteraksi dengan orang lain mengenai topik yang sedang tren atau menjadi bahasan orang lain (Wang dkk, 2019).

Selain itu, *emerging adults* yang mengalami FoMO lebih cenderung menampilkan diri untuk mendapatkan perhatian serta komentar ataupun *like* yang positif dari orang lain pada video TikTok mereka (Gopal dkk, 2024; Wegmann dkk, 2017). Hal ini terlihat dari adanya perilaku mengunggah tren *dance challenge* (Kusaini dkk, 2024), mengunggah aktivitas pribadi dan menampilkan kelebihan diri dengan menunjukkan kemewahan, seperti mengunggah foto pribadi dengan merek bergensi atau pengalaman mewah untuk mendapatkan perhatian berupa komentar atau *like* orang lain di akun TikTok (Syamsudin & Sukmawati, 2021; Taylor, 2018).

Emerging adults yang tidak merasakan adanya perhatian dan tidak terhubung dengan orang lain, akan merasakan suatu kecemasan (Akbar dkk, 2018). Hal ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *emerging adults* akan merasa cemas apabila tidak terhubung dengan informasi yang ada dan berusaha untuk terlibat dalam mengetahui informasi informasi apapun yang ada di TikTok (Darmayanti dkk, 2023). Untuk mengatasi kecemasan tersebut, mereka terus menerus mengakses dan menghabiskan banyak waktu pada aplikasi TikTok. Hal ini terlihat dari adanya perilaku mengakses TikTok kapan dan dimanapun seperti saat sedang di kelas dan kantin kampus (Kusaini dkk, 2024).

Perilaku tersebut menunjukkan adanya indikasi *fear of missing out* (FoMO) pada *emerging adults* pengguna media sosial khususnya TikTok.

Fear of missing out (FoMO) yang terjadi pada *emerging adults* pengguna TikTok disebabkan oleh beberapa hal. Pertama, tren video di beranda FYP (*For Your Page*) TikTok mendorong *emerging adults* untuk membuat konten serupa agar tidak merasa tertinggal dan mendapatkan perhatian orang lain melalui konten viral (Darmayanthi dkk, 2023; Wirman dkk, 2023). Selain itu, fitur FYP ini dilengkapi dengan tagar untuk meningkatkan jangkauan video ke pengguna lain (Salsabilah & Lubis, 2023). Tujuannya adalah agar video yang dibuat oleh pengguna dapat masuk ke FYP orang lain, sehingga mendapatkan *like* dan komentar (Wirman dkk, 2023). Kedua, terdapat fitur TikTok *shop* yang menawarkan produk viral dengan harga terjangkau dan promo terbatas juga memicu FoMO, karena *emerging adults* akan merasa tertinggal dan kehilangan kesempatan jika tidak membeli atau mencoba produk tersebut (Muharam dkk, 2023). Ketiga, terdapat pula informasi yang disajikan oleh *influencer* baik melalui video maupun *live streaming* pada akun TikTok, sehingga membuat *emerging adults* memiliki keinginan untuk terus mengikuti informasi tersebut agar bisa mengikuti tren dan tidak merasa ketinggalan terhadap informasi yang dibagikan oleh *influencer* (Widodo, 2024). Selain itu, berdasarkan survey pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti, 19 dari 23 partisipan menyatakan bahwa aktivitas yang mereka lakukan di TikTok meliputi *scroll*, *like*, *share*, dan mengikuti berbagai tren yang ada di TikTok.

Dengan adanya perilaku mengikuti informasi ataupun tren yang ada pada FYP, tidak ingin ketinggalan informasi *live streaming influencer*, dan membeli

barang yang sedang tren di TikTok Shop menunjukkan bahwa adanya kebutuhan bawaan atau kebutuhan dasar psikologis yang dimiliki seperti ingin bergabung, diterima, dan diakui oleh orang lain sehingga mereka termotivasi secara intrinsik untuk mengunggah dan mengikuti informasi apapun pada akun media sosial mereka (Kurniawan & Utami, 2022; Tandon dkk, 2021). Selain itu, perilaku-perilaku tidak ingin tertinggal dan selalu mengikuti berbagai informasi yang ada pada Tiktok tersebut juga bertujuan untuk mengurangi rasa pengucilan dari orang lain (Elhai dkk, 2018; Wang dkk, 2018). Hal ini sejalan dengan *Self-Determination Theory* (SDT) yang menyatakan bahwa salah satu kebutuhan dasar manusia adalah *relatedness*, yaitu kebutuhan untuk dapat bergabung dengan orang lain (Legault, 2017). Dengan demikian, berbagai perilaku yang dilakukan oleh *emerging adults* ketika menggunakan TikTok tersebut menunjukkan adanya perilaku untuk memenuhi kebutuhan agar dapat bergabung, diterima, dan tidak ingin dikucilkan dari lingkungan sosial.

Emerging adults yang mengalami *fear of missing out* (FoMO) ketika menggunakan TikTok dapat mengalami beberapa dampak negatif. Pertama, terjadinya penurunan produktivitas dan konsentrasi karena mereka selalu mengecek notifikasi yang ada (Apriyanti & Wijayani, 2024). Hal ini dilakukan karena mereka ingin selalu mengetahui dan tidak ingin tertinggal akan informasi yang ada (Ramdani dkk, 2024). Kedua, *emerging adults* yang mengalami FoMO cenderung mengalami penurunan kepercayaan diri dan terjadi ketidakstabilan emosional karena menjadikan informasi yang ada di TikTok sebagai suatu standar yang harus diikuti (Narti & Yanto, 2022). Standar tersebut dapat membuat *emerging adults*

tertekan karena berusaha untuk menyamakan apa yang dilakukan oleh individu lain untuk mendapatkan perhatian atau pengakuan lingkungan sekitar (Ovadia & Netzer, 2024). Ketiga, FoMO yang terjadi pada *emerging adults* pengguna TikTok dapat mengarahkan pada perilaku konsumtif karena mereka tidak ingin tertinggal produk *terupdate* sehingga selalu membeli produk tersebut (Evianah dkk, 2024). Terakhir, FoMO pada *emerging adults* dapat memunculkan gangguan tidur dan mempengaruhi kesehatan (Altuwairqi, 2019; Yuniarti dkk, 2024). Hal ini terjadi karena adanya dorongan dari dalam diri *emerging adults* untuk tetap terhubung dan terlibat dengan informasi yang ada sehingga mengorbankan waktu tidur (Brombach & Dietch, 2024). Dari beberapa dampak negatif tersebut, dapat dikatakan bahwa FoMO yang dialami *emerging adults* akan mengganggu keberfungsian dan kesehatan mereka dalam menjalankan aktivitas keseharian.

Beberapa peneliti terdahulu telah membuktikan tingginya persentase FoMO yang terjadi pada *emerging adults* pengguna TikTok. Penelitian yang dilakukan oleh Isnéniah dkk. (2024) dan Amelia dan Akbar (2023) menemukan bahwa *emerging adults* pengguna TikTok mengalami FoMO pada kategori tinggi dengan persentase masing-masing sebesar (47,1%) dan (51,1%). Terjadinya FoMO pada *emerging adults* pengguna TikTok ini dikarenakan adanya peran TikTok sebesar (10,5%) (Ana & Maryam, 2024). Dari beberapa hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa TikTok berperan sebagai pemicu FoMO pada *emerging adults*. Penggunaan TikTok yang terus menerus mendorong mereka untuk mengikuti apa yang dilakukan orang lain agar tidak merasa tertinggal dan tetap terus terhubung (Ana & Maryam, 2024).

FoMO dapat diatasi apabila kebutuhan akan keterhubungan dan perhatian terpenuhi (Patani & Babu, 2023). Kebutuhan akan keterhubungan dan perhatian dari orang lain tersebut terpenuhi ketika individu merasakan kedekatan dan terhubungnya dengan dunia sosial (Hoffman dkk, 2023; Przybylski dkk, 2013). Adanya rasa kedekatan dan keterhubungan dengan dunia sosial secara langsung inilah yang disebut sebagai *social connectedness*. Dengan adanya *social connectedness*, kebutuhan akan keterhubungan dan perhatian dari orang lain terpenuhi.

Social connectedness merupakan pandangan subjektif individu terkait kedekatan interpersonal yang mereka miliki dengan lingkungan sosial (Lee dkk, 2001). *Social connectedness* yang dimiliki oleh *emerging adults* dapat berupa kedekatan dan interaksi yang terjadi secara langsung di lingkungan sosial (*offline*). Pada dasarnya, *emerging adults* yang memiliki *social connectedness*, merasakan kebutuhan keterhubungan dan perhatian dari orang lain terpenuhi melalui interaksi dan perhatian yang diterima (Nankani & Vijayan, 2024). Mereka juga lebih memiliki kedekatan dan melakukan interaksi dengan keluarga, teman, serta ikut dalam suatu komunitas yang ada dalam lingkungan sosial (Andrada & Doromal, 2024; Frieling dkk, 2018). Dengan adanya kedekatan dan interaksi ini, kebutuhan akan keterhubungan dan perhatian dari orang lain terpenuhi, sehingga mereka merasa puas dengan terpenuhinya kebutuhan tersebut (Mulyono, 2021). Dengan demikian, ketika kebutuhan akan keterhubungan dan perhatian dari orang lain tersebut terpenuhi, mereka tidak lagi mengalami ketakutan dan kecemasan apabila

tidak selalu terhubung dengan informasi dari orang lain atau disebut sebagai *fear of missing out* (FoMO) (Przybylski dkk, 2013).

Di sisi lain, *emerging adults* yang memiliki *social connectedness* yang rendah, mereka tidak merasakan adanya penerimaan, perhatian, dan kepercayaan dari lingkungan (Patani & Babu, 2023). Kondisi ini terjadi karena mereka menjauh dari orang lain dan tidak tergabung dengan lingkungan sosial (Lee dkk, 2001). Dengan demikian kebutuhan dasar untuk terhubung dan mendapatkan perhatian dari orang lain tidak terpenuhi. Hal inilah yang menyebabkan *emerging adults* dengan *social connectedness* yang rendah, akan rentan mengalami FoMO karena kebutuhan akan keterhubungan dan perhatian dari orang lain tidak terpenuhi (Przybylski dkk, 2013).

Oleh karena itu, dengan adanya *social connectedness*, kebutuhan akan keterhubungan dan perhatian dari orang lain terpenuhi karena *emerging adults* tergabung dalam lingkungan dan merasa terhubung serta diakui oleh lingkungan sekitar (Hoffman dkk, 2023; Przybylski, 2013). *Social connectedness* berupa kedekatan yang terjadi secara langsung dapat membuat individu merasa lebih terhubung dengan lingkungan sosial sehingga tidak terlalu menghiraukan media sosial (Schoenenbeck, 2014). Dengan demikian, mereka tidak lagi merasakan ketakutan dan kecemasan untuk terus terhubung dan takut tertinggal informasi dari lingkungan sosial. Hal ini sesuai dengan temuan sebelumnya yang menyebutkan bahwa ketika *emerging adults* memiliki *social connectedness* yang tinggi, tingkat *fear of missing out* (FoMO) yang dirasakan rendah (Patani & Babu, 2023).

Pemahaman mengenai *social connectedness* menjadi hal yang penting karena dengan adanya *social connectedness*, kebutuhan *emerging adults* akan keterhubungan dan perhatian dari orang lain terpenuhi (Hoffman dkk, 2023; Lee dkk, 2001). Apabila kebutuhan akan keterhubungan dan perhatian *emerging adults* telah didapat dari lingkungan sosial, maka akan meminimalisir terjadinya *fear of missing out* (FoMO). Oleh karena itu, penting untuk melakukan kajian mengenai *social connectedness* dan *fear of missing out* (FoMO).

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas hubungan antara *social connectedness* dengan *fear of missing out* (FoMO) pada *emerging adults*. Berdasarkan temuan Brown dan Kuss (2020) serta Patani dan Babu (2023), didapatkan hasil bahwa terdapat hubungan yang negatif antara *social connectedness* dengan *fear of missing out* (FoMO) pada *emerging adults* pengguna media sosial. Kedua penelitian tersebut hanya membahas fenomena *social connectedness* dan FoMO pada pengguna media sosial secara umum. Selain itu, penelitian tersebut juga memiliki keterbatasan pada sampel penelitian (Brown & Kuss, 2020).

Penelitian yang mendalami hubungan *social connectedness* dengan *fear of missing out* (FoMO) secara khusus pada platform TikTok dan kelompok usia *emerging adults* masih terbatas. TikTok dipilih sebagai media sosial yang ditujukan karena TikTok saat ini dinobatkan sebagai aplikasi paling populer di Indonesia (Zahra dkk, 2023). Penelitian ini difokuskan pada pengguna TikTok dari kalangan *emerging adults* karena TikTok berkontribusi sebesar (10,5%) dalam memicu FoMO pada kelompok usia *emerging adults*, yang dapat berdampak negatif terhadap individu (Ana & Maryam, 2024). Penelitian ini diharapkan dapat

memberikan gambaran dan besaran hubungan antara *social connectedness* dengan *fear of missing out* (FoMO) pada *emerging adults* pengguna TikTok dengan menggunakan sampel yang lebih representatif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu “Apakah terdapat hubungan antara *social connectedness* dengan *fear of missing out* (FoMO) pada *emerging adults* pengguna TikTok?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *social connectedness* dengan *fear of missing out* (FoMO) pada *emerging adults* pengguna TikTok.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada ilmu psikologi khususnya psikologi sosial dan siber mengenai *social connectedness* dan *fear of missing out* (FoMO), terutama dalam konteks *emerging adults* yang menggunakan TikTok.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. *Emerging Adults*

Bagi *emerging adults* hasil penelitian ini dapat menjadi sumber bacaan untuk menambah wawasan mengenai hubungan *social connectedness* dengan *fear of missing out* (FoMO). Dengan bertambahnya pemahaman terkait *social connectedness* dan FoMO, hasil penelitian ini

dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi *emerging adults* bahwa pentingnya mendekatkan diri dan membentuk hubungan dengan lingkungan sosial untuk meminimalisir terjadinya FoMO.

b. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat memanfaatkan data empirik penelitian ini sebagai referensi dalam melakukan penelitian berikutnya yang lebih mendalam terkait dengan topik yang serupa. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dimanfaatkan sebagai landasan untuk membuat suatu program dalam mengurangi terjadinya *fear of missing out* (FoMO) pada *emerging adults*.

