

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Theory of compensatory Internet Use (TCIU), menyatakan bahwa individu berinteraksi dengan *platform* media sosial berbasis internet sebagai cara untuk menghadapi situasi sulit dan perasaan negatif yang mereka alami (Kardefelt-Winther, 2014). Teori ini juga menunjukkan bahwa penggunaan sebagai bentuk kompensasi dapat mengarah pada pemakaian teknologi yang berlebihan dan menghasilkan dampak negatif.

Pada saat ini, manusia dimudahkan dalam berkomunikasi dan mengakses informasi. Dengan berkembangnya teknologi, kini kita dapat memanfaatkannya sebagai alat komunikasi yang memiliki cakupan luas (Dila, 2023). Dengan adanya internet membuat pengguna merasa dipermudah proses komunikasi dan interaksi antarindividu melalui media-media yang tersedia, terutama media sosial seperti, TikTok, Instagram, X. Media sosial dapat digunakan sebagai sarana komunikasi tidak hanya menghadirkan kenyamanan, tetapi juga menyediakan kesempatan untuk interaksi jarak jauh. Melalui *platform* ini, pengguna mampu berhubungan dengan orang lain lintas wilayah, mulai dari antar pulau hingga antar negara. Kemudahan tersebut menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam memperluas akses komunikasi, menjadikan batas geografis bukan lagi hambatan dalam menjalin hubungan sosial. Media sosial ini tidak hanya sebagai alat interaksi, tetapi juga dilengkapi berbagai fitur menarik yang memungkinkan setiap orang untuk membagikan informasi serta membentuk identitas pribadi mereka di dalam platform tersebut (Dewi, 2022). Setiap individu memiliki kemampuan untuk

menciptakan peran dalam media, termasuk dalam penggunaan media sosial yang berfungsi sebagai alat interaksi (Serliacy dan Brahmana, 2023).

Teknologi telah menghubungkan individu dengan aktivitas media sosial dan dunia maya, baik disadari maupun tidak. Menurut data dari Asosiasi Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2024 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 orang dari total populasi 278.696.200 jiwa. Angka tersebut menunjukkan bahwa hampir 80% penduduk Indonesia telah terhubung dengan internet, meningkat sekitar 1,4% dibandingkan periode sebelumnya. Sementara itu, berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS) Sumatera Barat tahun 2023, persentase pengguna internet di Kota Padang tercatat sebesar 79,56% dari keseluruhan populasi. Rata-rata masyarakat Indonesia menggunakan internet selama kurang lebih 7 jam 38 menit per hari. Dari total durasi tersebut, media sosial menjadi yang paling banyak diakses. *Hootsuite We Are Social* (2024) mencatat bahwa orang Indonesia rata-rata menghabiskan 3 jam 11 menit per hari untuk beraktivitas di media sosial. Waktu ini tinggi dibanding dengan rata-rata global yang hanya 2 jam 31 menit. Fakta tersebut mencerminkan perkembangan teknologi dan internet kini menjadi elemen penting dalam kehidupan masyarakat, khususnya bagi Generasi Z.

Tahun 1997-2012 merupakan tahun lahir Generasi z (Arum, 2023), yang artinya mereka lahir di era ketika teknologi canggih dikembangkan dan tersedia bagi semua individu. Dari data yang dikeluarkan APJII, dari total pengguna internet di Indonesia maka 34,40% merupakan pengguna dari kalangan generasi z. Di Kota Padang sendiri menurut data BPS populasi generazi z pada tahun 2022, mencapai 224.440 jiwa dari 919.145 jiwa populasi Kota Padang.

Akibat luasnya pengaruh media sosial, generasi z semakin terpapar berbagai informasi dari berbagai jenis media sosial. Perbedaan generasi z dengan generasi-generasi sebelumnya adalah sumber informasi yang didapatkan, di mana generasi z sumber utama informasi berasal dari media sosial (John Palfrey & Urs Gasser, 2008). Berbeda dengan generasi sebelumnya, seperti generasi x dan y yang sumber utama informasi berasal dari televisi. Individu-individu generasi z ini sangat mudah terkena dampak dari paparan media yang mereka gunakan, baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Timbulnya perasaan FoMO merupakan salah satu dampak penggunaan media sosial di kalangan generasi z. Kondisi ini tercermin dari rasa cemas atau khawatir akan tertinggal ketika tidak mengikuti informasi maupun tren yang sedang berkembang di masyarakat (Wijaya, 2023).

Menurut Turkle (2011), individu sering kali lebih suka terlibat secara berlebihan dalam menggunakan media sosial. Mereka mungkin berusaha merespons setiap lelucon dalam grup chat atau meniru gaya hidup individu lain di media sosial, meskipun hal itu tidak mencerminkan kepribadian mereka sebenarnya (Maysitoh, 2020). Saat remaja menggunakan media sosial, mereka seringkali merasa perlu untuk memantau dan memperhatikan pendapat orang lain. Sebagaimana dijelaskan oleh Boyd (2014), tekanan sosial di ruang digital membuat remaja selalu waspada terhadap pandangan orang lain dan merasa perlu menyesuaikan diri agar diterima di komunitas daring. Mereka juga khawatir dengan setiap perubahan informasi terbaru yang bisa muncul kapan saja. Penelitian yang dilakukan Siddik mengungkapkan bahwa ketika remaja menerima umpan balik negatif, banyak dari mereka merasa terjebak dalam perasaan itu dan bahkan cenderung menghapus postingan yang mendapatkan tanggapan seperti itu (Siddik,

2020). Ditambah dengan fenomena tren standar hidup saat ini marak di aplikasi media sosial yang sering digunakan generasi z. Hal ini sangat memengaruhi perilaku penggunanya.

Dengan tingginya intensitas penggunaan media sosial dan timbulnya perasaan tertinggal tersebut muncul istilah *Fear of Missing Out* atau disingkat FoMO. FoMO dipahami sebagai ketakutan akan kehilangan hal-hal dari orang atau kelompok lain di media sosial (Przybylski et al., 2013). Individu yang memiliki perilaku FoMO cenderung berupaya menjalin hubungan melalui media sosial untuk memantau berbagai aktivitas orang lain, dengan tujuan agar tidak melewatkan momen penting baik dari individu maupun kelompok. Akibatnya, individu mungkin merasa sedih, cemas atau frustrasi jika tidak memiliki akses terbuka ke media sosial atau melihat postingan baru dari orang lain. FoMO bisa menjadi faktor pendorong internal yang membuat seseorang merasa terdorong untuk terus-menerus menggunakan media sosial. Przybylski sendiri menyatakan ada dua aspek dalam FoMO, yaitu *relatedness* dan *self*.

Perilaku FoMO umum ditemukan di kalangan anak muda, terutama gen z saat ini. Sebuah survei yang melibatkan remaja yang berjumlah 638 individu di Indonesia menunjukkan sekitar 64,6% atau sebanyak 412 individu mengalami fenomena FoMO di platform media sosial (Kaloeti, 2022). Anak muda sering kali berpikir bahwa mereka perlu mengikuti tren terkini di media sosial dan tahu perkembangan dengan melihat akun media sosial agar tidak ketinggalan apa pun. Masalah ini muncul karena remaja cenderung menghabiskan waktu berselancar guna mengamati beragam aktivitas teman-teman atau orang lain. Fenomena FoMO terjadi karena adanya interaksi dengan media sosial. Yovani dan Zulmi (2024),

melakukan penelitian tentang FoMO di Padang dengan tujuan untuk mengetahui kontribusi kontrol diri terhadap FoMO. Diteliti pada 346 mahasiswa Universitas Negeri Padang pengguna media sosial Instagram. Hasilnya, subjek penelitian menunjukkan kecenderungan sedang terhadap fenomena FoMO. Subjek penelitian mengalami khawatir ketika teman-temannya menikmati kesenangan tanpa kehadirannya, dan sebagian besar dari mereka juga merasakan kesedihan saat terlewatnya peluang untuk berfoto bersama, yang kemudian diunggah di media sosial. Juga subjek setuju bahwa selama berlibur, ia selalu mengikuti perkembangan kegiatan teman-temannya melalui media sosial. Di sisi lain, menunjukkan kemampuan yang memadai dalam hal mengontrol diri, meskipun masih terdapat kecenderungan terhadap FoMO. Kesamaan gambaran FoMO terletak pada sumber asal FoMO, yaitu media sosial. FoMO muncul akibat tidak adanya perhatian saat berkomunikasi, tidak puas dengan kehidupan di dunia nyata dan akibatnya muncul perbandingan diri dengan orang lain. Pada penelitian tersebut responden merasa tertinggal jika tidak mengakses media sosial secara berkala. Penelitian itu menyatakan bahwa, orang ingin selalu terhubung dan akibatnya meningkatkan aktivitas penggunaan media sosial. Akhirnya, keinginan tersebut membuat dampak negatif dengan menimbulkan kecemasan ketika tidak dapat berselancar di media sosial.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Almayniwati dan Rizal (2024), yang juga dilaksanakan di Padang. Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya perbandingan sosial yang terjadi di antara individu. Hal ini sering kali berujung pada pandangan dan perasaan negatif, di mana individu merasa bahwa kehidupan orang lain terlihat lebih menyenangkan. Akibatnya, muncul perilaku FoMO.

Munculnya perasaan FoMO muncul ketika responden menggunakan media sosial. FoMO dalam penelitian di mana mahasiswa cenderung akan merasakan ketakutan ketika tidak mampu merasakan pengalaman yang orang lain lalui melalui media sosial. Responden merasa takut jika tidak dapat merasakan pengalaman orang lain. Akibatnya, muncul tingkat *social comparison* yang tinggi dan memiliki sifat iri, rendah diri dan kurang percaya diri dengan kehidupan pribadinya. Namun, dampak dari siklus FoMO yang terus-menerus ini tidak berhenti di situ. Perilaku FoMO untuk terus memantau media sosial justru dapat membawa konsekuensi lebih lanjut dan dampak negatif lainnya.

Salah satu akibat dari FoMO adalah *social media fatigue* (Bright, 2018). *Social media fatigue* atau kelelahan media sosial merujuk pada kondisi kelelahan yang timbul dari penggunaan media sosial secara terus-menerus. Ini menunjukkan kecenderungan seseorang untuk mengurangi aktivitas di media sosial akibat merasa informasi yang masuk terlalu banyak. Hal ini sangat berkaitan dengan kehidupan sosial dan kesejahteraan seseorang (Zhang, 2021).

Mengingat melimpahnya informasi yang harus diproses oleh media sosial, pengguna yang tidak memiliki kendali atas informasi tersebut akan kewalahan dan akhirnya kehabisan tenaga. Kelebihan informasi yang tidak terkendali dapat berperan sebagai salah satu faktor yang menyebabkan *social media fatigue* (Zheng, 2021). Kelebihan informasi sendiri terjadi saat individu menerima jumlah informasi yang melebihi kemampuan mereka untuk memprosesnya di media sosial.

Dampak dari kelelahan media sosial dapat terlihat melalui penggunaan yang berlebihan, yang membuat individu menjadi bergantung pada berbagai jejaring sosial guna berkomunikasi dengan orang lain serta memperoleh informasi dalam

kehidupan sehari-hari mereka. Zhang (2021) menganalisis *social media fatigue* dari tiga sudut pandang, yaitu aspek *cognitive*, *behavioral experiences*, dan *emotional experiences*. Sudut pandang ini juga menjadi aspek pengukuran *social media fatigue*.

Pada penelitian ini, teori TCIU digunakan untuk menjelaskan pengaruh *Fear Of Missing Out* terhadap *social media fatigue*. Asumsi dasar dari TCIU adalah bahwa penggunaan teknologi yang berlebihan sebagai cara untuk mengatasi perasaan negatif dalam hidup dapat mengakibatkan dampak negatif lainnya. Mengingat bahwa perilaku kompulsif memerlukan pengeluaran tenaga emosional dan fisik, masuk akal bahwa penggunaan media sosial secara kompulsif akan meningkatkan *social media fatigue* dengan memanfaatkan prinsip-prinsip TCIU. Oleh karena itu, teori ini mampu memberikan gambaran yang lebih mendalam terkait dampak FoMO. Dengan demikian, teori ini dapat menyelidiki apakah FoMO, memiliki pengaruh terhadap *social media fatigue*.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Hattingh (2022), dengan judul *Factors mediating social media-induced fear of missing out (FoMO) and social media fatigue: A comparative study among Instagram and Snapchat users*. Penelitian tersebut meneliti tentang hubungan antara *Fear of Missing Out* dan *social media fatigue*, dengan mempertimbangkan pengaruh mediasi dari informasi dan komunikasi yang berlebihan (*information and communication overload*), kesejahteraan subjektif secara daring (*online subjective well-being*), serta penggunaan media sosial yang sifatnya kompulsif (*compulsive social media use*). Penelitian ini mengungkapkan bahwa *online subjective well-being* (OSWB), kelebihan informasi, dan penggunaan kompulsif terbukti memiliki hubungan positif

dengan kelelahan media sosial. Juga kelebihan komunikasi secara signifikan memprediksi adanya kelelahan media sosial.

Objek penelitian menjadi aspek yang membedakan penelitian ini dari penelitian terdahulu. Hattingh, meneliti hubungan antara FoMO dan *social media fatigue* pada pengguna media sosial Instagram dan Snapchat, sedangkan penelitian ini berfokus pada generasi z yang ada di Kota Padang. Jadi penelitian ini tidak hanya mencakup pengguna Instagram dan Snapchat namun juga media sosial secara keseluruhan dan lebih berfokus pada generasi z.

Sebagian besar generasi Z cenderung selalu terhubung dengan ponsel dan akun media sosial mereka, baik untuk memantau tren, mengikuti informasi terbaru, maupun berinteraksi dengan teman sebaya (Donny Arif, Mila Rosita, & Citra Eka Putri, 2023). Dalam beberapa kesempatan, terlihat bahwa individu merasa cemas ketika tidak segera menanggapi pesan atau update terbaru di media sosial, bahkan ada yang menunjukkan perilaku *compulsive checking* dengan membuka aplikasi secara berulang dalam waktu singkat (Larassati, 2022). Fenomena ini juga ditandai dengan adanya keluhan seperti merasa lelah, jenuh, dan ingin beristirahat sejenak dari media sosial, tetapi tetap kesulitan untuk benar-benar meninggalkannya. Generasi z di Kota Padang menggunakan media sosial untuk berbagai alasan, seperti untuk hiburan dan mencari informasi. Pahami dalam menggunakan media sosial, generasi z di Kota Padang bisa terpapar dengan perilaku FoMO. Sering menggunakan media sosial, generasi z di Kota Padang tahu tentang tren, informasi, kegiatan sesama teman di media sosial dan juga mengunggah kegiatan sehari-hari ke media sosial. Hal ini menimbulkan kecemasan pada diri karena sering membandingkan kehidupan sendiri dengan kehidupan teman. Akibatnya beberapa

generasi z di Kota Padang merasa tidak puas dengan kehidupan mereka, khawatir tidak mendapatkan pengalaman yang setara dan lelah ingin berhenti sejenak dalam bermedia sosial. Dengan memahami bagaimana FoMO memicu kelelahan di media sosial, dapat membantu pengguna mengurangi penggunaan berlebihan, seperti memberikan panduan bagi mereka dalam menggunakan media sosial secara lebih sehat dan bijak.

Oleh karena itu, peneliti mengambil judul Pengaruh *Fear of Missing Out* terhadap *Social Media Fatigue* Pada Generasi z di Kota Padang. Bagaimana FoMO memengaruhi terjadinya *social media fatigue* pada generasi Z merupakan tujuan dari penelitian. Harapan pada penelitian ini memungkinkan pemahaman yang baik mengenai hubungan antara FoMO dan *social media fatigue* pada generasi Z.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat *Fear Of Missing Out* pada generasi z di Kota Padang?
2. Bagaimana tingkat *social media fatigue* generasi z?
3. Apakah terdapat pengaruh *Fear of Missing Out* terhadap *social media fatigue* Pada generasi z di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat *Fear Of Missing Out* pada generasi z di Kota Padang
2. Untuk mengetahui tingkat *social media fatigue* pada generasi z di Kota Padang
3. Untuk mengetahui besar pengaruh *Fear Of Missing Out* terhadap *social media fatigue* pada generasi z di Kota Padang

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya bahan penelitian dan menjadi sumber bacaan dalam Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil diharapkan mampu berfungsi sebagai rujukan tambahan bagi penelitian selanjutnya tentang *Fear Of Missing Out (FoMO)* dan *social media fatigue*.

