

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era digitalisasi ini tidak terlepas dari penggunaan internet. Dalam survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2019 kuartal II 2020 pengguna internet di Indonesia mencapai 196,7 juta pengguna atau meningkat 73,7% dari total populasi mencapai 266,9 juta. Terdapat beberapa kota yang menjadi penetrasi internet paling tinggi diantaranya DKI Jakarta 85%, Bandung 82,5%, dan Surabaya 83% (Darusman, et.al, 2022).

Hasil survei APJII (2022) menyebutkan pengguna internet yang paling sering diakses di Indonesia sebesar 89,15% ialah media sosial. Serta berdasarkan data statistik JabarProv (Dalam Darusman, et.al, 2022) jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta, 16,4 juta diantaranya berada di Jawa Barat dan Kota Bandung. Media sosial merupakan sebuah kelompok aplikasi yang berbasis internet untuk membangun di atas dasar dari ideologi dan teknologi, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Kaplan & Haenlein, 2010). Berdasarkan data *we are social & hootsuite* (2021) pengguna media sosial tertinggi kedua berada pada kelompok usia 18-24 tahun dengan persentase sebesar 30.7%. Usia pengguna media sosial tersebut berada pada kategori kelompok Generasi Z.

Generasi z atau gen z termasuk generasi pertama yang sejak dini sudah disugahi teknologi. Macam teknologi tersebut berupa komputer atau media elektronik lainnya seperti telepon seluler, jaringan internet, bahkan media sosial. Menurut Stillman (2018) Generasi Z ialah mereka yang lahir di antara 1995 hingga 2012, termasuk pada *native digital* yang dilahirkan di dunia di mana tidak memiliki batas antara dunia maya dan dunia nyata. Karakteristik dari gen z yang fleksibel, menggemari teknologi, lebih cerdas serta toleran pada perbedaan budaya (Rastati, 2018). Selanjutnya Rastati (2018) menyatakan pada Gen Z ini menyukai budaya yang instan dan kurang peka terhadap *private* diri karena dengan mudahnya mengunggah kehidupannya di media sosial. Media sosial adalah media komunikasi masa yang saat ini banyak dimiliki dan digunakan oleh gen z sebagai media komunikasi di dunia maya (Nasiri, 2016). Medsos seperti *Youtube*, *Whatsapp*, *Instagram*, *Facebook*, dan *Twitter* merupakan media sosial yang banyak digunakan gen z saat ini.

Gen z ini bisa menghabiskan waktu berjam-jam dalam menggunakan media sosial perharinya (Pujiono, 2021). Kecenderungan yang mereka lakukan ketika menggunakan media sosial adalah ingin mengetahui informasi terkini di dunia maya melalui status-status yang diunggah oleh rekan yang terhubung di media sosial (Cahyadi, 2021). Sejalan dengan Stillman (2018) menyatakan bahwa kekhawatiran yang paling mendasar dari gen z ialah takut jika mereka ketinggalan berita atau informasi yang menarik dan takut dianggap tidak *up to date*. Kegiatan yang

dilakukan ketika berlama-lama menggunakan media sosial, membuat individu khawatir bila tertinggal berita atau informasi terbaru. Salah satu ketakutan tidak mau tertinggal akan momen dikatakan *Fear of Missing Out*.

Menurut Przybylski, Murayama, DeHaan dan Gladwell (2013) *Fear of Missing Out* (FoMO) didefinisikan sebagai ketakutan secara sosial ketika orang lain memiliki pengalaman berharga, ditandai dengan keinginan untuk tetap terhubung dengan apa yang dilakukan oleh orang lain melalui internet. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh *JWT Intelligence* (2012) (dalam Wibaningrum & Aurelly, 2020) disebutkan bahwa 40% dari pengguna internet di seluruh dunia mengalami *Fear of Missing Out* (FoMO).

Berdasarkan studi pendahuluan dengan wawancara awal kepada 5 gen z di Kota Bandung. Hasil yang didapatkan bahwa gen z mereka merasa hampa, bingung atau memiliki perasaan yang kurang bila tidak membuka media sosial. Gen z MA mengatakan aktifitas yang dilakukan pada media sosial ialah mencari berita terbaru tentang teman atau kelompok sosial, hiburan, hingga *chatting*. Selanjutnya, pernyataan FF bila tertinggal informasi terbaru merasa tidak *up to date* dengan topik pembicaraan pada media sosial. Pendapat dari RM dan D menyatakan ketika tidak mengakses media sosial karena terdapat beberapa kendala seperti *badsignal*, aplikasi *down* dan lainnya. Pendapat lain CN mengatakan ketika tidak melihat media sosial merasa ada kegiatan rutin yang tidak dilakukan, namun

membuatnya tetap membuka media sosial tersebut meskipun tidak ada perubahan pada *timeline*.

FoMO merupakan konstruk psikologis yang erat hubungannya dengan kesalahan pemakaian gadget dan media sosial yang berlebih (Przybylski, dkk, 2013). Terdapat beberapa fakta tentang FoMO yaitu sebagai motivasi dalam penggunaan internet khususnya dalam mengakses media sosial, tingkat FoMO tertinggi saat ini dialami oleh usia remaja dan dewasa awal, kepuasan dalam menjalani kehidupan dan pemenuhan kebutuhan yang rendah sering dihubungkan dengan level FoMO yang tinggi, FoMO yang tinggi didapati pada pengemudi yang mudah kehilangan akan konsentrasi (Przybylski, 2013).

FoMO tidak jarang pada pengguna media sosial bisa mengarahkan kecanduan terhadap penggunaannya, sehingga bila didapatkan sulit untuk mengaksesnya bisa timbul ketakutan atau kecemasan, terkadang tidak menyadari bahwa selalu tidak ingin tertinggal akan momen pada media sosial (Akbar, et.al, 2018). Pendapat lain mengatakan, kecemasan ini akan muncul jika mereka tidak bisa membuka atau menggunakan media sosial, sehingga tidak mengetahui informasi terkini dan juga tidak dapat melihat kegiatan yang dilakukan oleh teman-temannya di media sosial (Sianipar & Kaloeti, 2019). FoMO didefinisikan juga sebagai perasaan cemas dan takut ketika merasa tertinggal di belakang atau ketika melihat teman yang mengalami hal yang lebih menyenangkan daripada yang dialami diri sendiri (Putri, Purnama & Idi, 2019).

FoMO dapat melemahkan individu dengan membangkitkan rasa tidak aman mereka dan telah ditemukan terkait dengan penggunaan *handphone* secara terus menerus (Carbonell, 2013; Chotpitayasunondh, 2013). Dari rasa tidak aman tersebut, membuat perilaku lain yang dilakukan dengan mengakses *smartphone* secara berlebihan bahkan ketika percakapan bersama orang lain sedang berlangsung di dunia nyata

Perilaku tersebut dinamakan *phubbing*. Istilah *phubbing* merupakan singkatan dari “*phone*” dan “*snubbing*”, dimana perilaku individu ketika melihat *smartphone* saat berbicara dengan orang lain, perhatiannya sibuk dengan *smartphone* dan mengabaikan komunikasi interpersonalnya (Karadag, 2015). Sejalan dengan penelitian David dan Roberts (2017) klasifikasi dari perilaku *phubbing* merupakan seseorang yang banyak menghabiskan waktu untuk bermain gawai, dan mengabaikan komunikasi interpersonalnya. Fenomena *phubbing* tidak langsung terjadi dengan kaitannya antara penggunaan *smartphone*, namun secara tidak sadar membentuk perilaku mengarah pada *phubbing* (Aditia, 2021).

Fenomena *phubbing* ini semakin meningkat, bersamaan dengan meningkatnya penggunaan gawai (Karadag., dkk 2015). Berdasarkan penelitian yang dikutip oleh Thaeras (2017) 143 responden diuji cobakan, mendapatkan hasil 70% tidak dapat terlepas dari gawainya dan melakukan *phubbing*. Selanjutnya, *phubbing* memiliki karakteristik yang dibagi menjadi dua yaitu tinggi dan rendah. Dalam Karadag., et. al. (2015) perilaku *phubbing* yang rendah dimana individu masih mau mendengarkan

pembicaraan yang disampaikan oleh lawan bicaranya, memberikan tanggapan pada komunikasi tersebut disaat lawan bicara membutuhkan saran, meletakkan gawai dan melakukan kontak mata dengan lawan bicara. Sedangkan perilaku *phubbing* yang tinggi dimana perilaku individu tidak dapat terlepas dari gawainya dan terdapat komunikasi dua arah yang terbatas secara langsung. Penggunaan media sosial pun merupakan salah satu faktor penentu *phubbing* pada individu (Karadag., et. al., 2015). Perilaku *phubbing* mengabaikan lingkungan sosial dengan mengalihkan perhatiannya mengakses *Whatsapp*, *Instagram*, *Twitter*, atau media sosial lainnya.

Ketika *phubbing* dilakukan oleh banyak orang dan menjadi hal yang dapat diwajari, maka berdampak pada kualitas hubungan itu sendiri. Menurut Chotpitayasunondh & Douglas (2018) dampak *phubbing* adalah hilangnya sebuah interaksi, ketidakpuasan terhadap interaksi yang dilakukan, hilangnya kepercayaan diri selama interaksi, perasaan kehilangan kedekatan selama menggunakan *smartphone*, perasaan cemburu dan gangguan *mood*. *Phubbing* jika dilakukan sekali dua kali masih bisa dimaklumi bagi teman atau orang yang lebih tua dari kita, tapi jika dilakukan secara terus menerus akan berdampak pada kerusakan kualitas hubungan antar individu maupun kelompok (Alamudi, 2019).

Menurut Youarti & Hidayah (2018) indikasi individu berperilaku *phubbing* dengan berpura-pura memberikan perhatian kepada lawan bicaranya, namun penglihatannya tertuju pada *smartphone*. Perilaku ini membuat jarak, antara individu dengan orang yang berada di sekitar.

Penelitian lain mengatakan, *phubbing* menunjukkan setiap individu saat ini telah asyik sendiri dengan *smartphone* yang dimiliki, terutama dalam hal menggunakan media sosial, sampai akhirnya tidak terlalu memperdulikan orang di sekitarnya (Aditia, 2021). *Phubbing* pada gen z, biasanya disebabkan oleh keinginan untuk selalu mengetahui berbagai informasi terkini, hiburan, menunjukkan aktivitas, pencapaian diri, serta tuntutan sosial dan akademis (Amelia., et. al., 2019).

Berdasarkan hasil penelitian Roberts & David (2016) menyatakan perilaku *phubbing* jika dilakukan sekali dua kali mungkin masih bisa ditolerir bagi teman atau pasangan, namun jika konsisten dilakukan berisiko merusak kualitas hubungan pertemanan maupun percintaan. Efek langsung yang dirasakan adalah sakit bagi *phubbe* karena orang berpikir mereka tidak peduli atau memperhatikan yang disebut *phubber*, yang dapat menimbulkan konflik seperti kemarahan atau perkelahian (David & Roberts, 2017)

Dari studi pendahuluan yang dilakukan, terdapat hasil bahwa narasumber memiliki keinginan membuka *smartphone* ketika interaksi tatap muka berlangsung. Dari pernyataan tersebut, penggunaan gawai membuat individu tersebut terus menerus membuka ponsel dari mulai bangun tidur hingga tidur kembali, sekaligus ketika berinteraksi dengan teman secara tatap muka, *smartphone* tersebut masih tetap digunakan. Narasumber lain mengatakan, ia sekaligus merasa menjadi *phubber* dan *phubbe*, karena dalam interaksi sosialnya merasakan sebagai *phubbe* bila tidak diperhatikan, serta kesal bila temannya membuka gawainya yang membuat

komunikasi tersebut terputus dan tidak ada lagi percakapan. Selanjutnya sebagai *phubber* ketika secara langsung sedang bertemu dan adanya komunikasi tetapi ketika ada notifikasi pada gawainya, ia memulai cek ponsel sehingga teman lain melakukan hal yang sama juga. Serta jauh dari ponsel merupakan hal yang cukup mengganggu bagi narasumber seperti tidak bisa cek media sosial, *chatting*, dan lainnya.

Umumnya seorang *phubber* memiliki empat ciri ialah tidak bisa jauh dari *smartphone*, berkonflik dengan orang lain karena penggunaan *smartphone*, dilakukan sebagai upaya melarikan diri dari orang lain atau aktivitas tertentu, dan sebenarnya sadar bahwa perilakunya dapat merugikan, namun tetap dilakukan (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018). Perilaku *phubbing* yang dilakukan membuat individu tidak bisa berjauhan dengan *smartphone* nya, dan mengarahkan perhatiannya kepada *smartphone* untuk melarikan diri dari interaksi dengan orang lain secara langsung. Dalam penggunaan *smartphone* secara berlebih, diduga memiliki kaitannya dengan takut akan ketinggalan momen pada teman atau informasi yang terbaru atau dikatakan FoMO.

Terdapat penelitian sebelumnya yang mendasari penelitian ini. Dari hasil penelitian Hura., et. al. (2021) yang berjudul pengaruh FoMO terhadap perilaku *phubbing* pada remaja, semakin tinggi FoMO maka remaja tersebut akan melakukan *phubbing*, namun sebaliknya semakin rendah FoMO maka remaja tersebut tidak melakukan FoMO. Hasil dari penelitian mengatakan, ketika remaja berkumpul dengan teman-temannya dan ia memiliki FoMO

yang tinggi maka ia akan merasa cemas dan takut diabaikan ketika ia tidak tahu apa yang telah dilakukan teman-temannya diluar sana, sehingga ia memiliki keinginan yang kuat untuk terus menerus mengakses media sosial dan melakukan *scrolling timeline* dengan menggunakan *smartphone*, agar tidak ketinggalan informasi mengenai aktivitas yang teman-temannya lakukan diluar sana. Keadaan remaja yang terfokus mencari tahu tentang segala sesuatu melalui *smartphone* tersebut, membuat remaja melakukan *phubbing* dimana ia akan terus menerus mengakses *smartphone*-nya ketika berkomunikasi, tidak peduli pada lingkungan sekitar, merasa sangat sulit untuk bisa lepas dari gawai dan tidak memberikan respon dengan baik dalam pembicaraan.

Dengan kata lain, individu terus menggunakan *smartphone* bahkan ketika sedang berkomunikasi dengan lawan bicaranya karena rasa cemas akan ketinggalan informasi dan keingintahuan untuk terus melihat kegiatan orang lain, pada media sosial. FoMO tidak jarang pada penggunaan media sosial bisa mengarahkan kecanduan terhadap penggunaanya, sehingga bila sulit untuk mengaksesnya bisa timbul ketakutan atau kecemasan, dan terkadang tidak menyadari bahwa selalu tidak ingin tertinggal akan momen pada media sosial (Akbar., et. al., 2018).

1.2 Identifikasi masalah

Media sosial saat ini menjadi bagian penting bagi seseorang. Khususnya pada generasi z, yang mana sejak lahir mendapatkan kemudahan dalam mengakses internet salah satunya media sosial. Dengan adanya media

sosial yang memudahkan gen z untuk mengakses apapun termasuk informasi terbaru, hal ini membuat mereka sering mengakses media sosial untuk mengetahui berita yang sedang diperbincangkan, serta kegiatan yang dilakukan oleh teman. Dalam pemanfaatan media sosial tersebut terdapat sisi positif, bila diakses hanya untuk keperluan yang dibutuhkan saja, namun terdapat juga sisi negatif, bila gen z merasa takut ketika tidak mendapatkan berita *up to date* pada media sosial. Saat gen z merasa takut tertinggal momen disebut dengan fenomena *Fear of missing out* (FoMO).

Fear of Missing Out (FoMO) adalah ketakutan individu ketika orang lain memiliki pengalaman berharga, ditandai dengan keinginan untuk tetap terhubung dengan apa yang dilakukan oleh orang lain melalui internet (Przybylski., et.al., 2013). Rasa takut yang dirasakan gen z bila tertinggal informasi terbaru membuat mereka tidak bisa terlepas dengan penggunaan media sosial dalam memenuhi apa yang diinginkannya. Sejalan dengan penelitian Akbar., et.al. (2018) FoMO tidak jarang kaitannya dalam penggunaan medsos, bisa mengarahkan kecanduan terhadap penggunaannya sehingga bila sulit untuk mengaksesnya bisa timbul ketakutan atau kecemasan, dan terkadang tidak menyadari bahwa selalu tidak ingin tertinggal akan momen pada media sosial. Pada wawancara awal yang dilakukan, narasumber memberikan pernyataan bahwa ketika tidak membuka media sosial merasa ada yang kurang dan membuatnya tetap membuka media sosial tersebut, hanya untuk membuka *timeline* yang tidak ada perubahan.

Ketakutan gen z bila tidak *up to date* dari media sosial miliknya, membuat mereka sering menggunakan *smartphone*-nya. Pada penggunaannya jika digunakan sewajarnya mungkin bisa memenuhi apa yang ingin dicari dalam mengakses internet yaitu media sosial, namun ini menjadi hal lain bila menjadi ketergantungan atau tidak bisa lepas dari *smartphone* dalam setiap waktu bahkan sampai mengabaikan interaksi dengan orang sekitar. Fenomena ini dinamakan *phubbing*, menurut Karadag., et. al. (2015) *phubbing* merupakan perilaku dimana individu selalu fokus terhadap *smartphone* ketika berbincang dengan orang lain. Dimana perilaku ini merupakan seseorang yang mengakses gawainya untuk membuka media sosial ketika interaksi sosial berlangsung. Perilaku ini sebagai tindakan menyakiti orang lain dari komunikasi interpersonalnya.

Pada fenomena yang terjadi, ketika interaksi tatap muka berlangsung mereka cenderung membuka gawainya dan komunikasi pada kelompok tersebut terputus dan memilih untuk sama menggunakan ponsel. Pada gen z yang melakukan *phubbing* tidak merasa bahwa dirinya mengabaikan orang lain dan merasa berada pada komunikasi itu dengan mendengarkan sekaligus membuka ponselnya. Bila dilihat dari penggunaan ponsel pada gen z, yang dilakukan pertama kali ketika bangun tidur adalah ponsel dan ketika tidur kembali masih membuka ponselnya artinya gen z tidak bisa jauh dengan jangkauan gawainya.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, peneliti menduga terdapat keterkaitan antara variabel *Fear of Missing Out* serta Perilaku

Phubbing. Sehingga peneliti melakukan penelitian lebih lanjut terkait dengan 2 variabel ini, maka terdapat rumusan masalah pada penelitian ini yakni “Bagaimana pengaruh *fear of missing out (FoMO)* terhadap perilaku *phubbing* pada generasi z di kota Bandung?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian untuk mengetahui bagaimana gambaran pengaruh *fear of missing out (FoMO)* terhadap perilaku *phubbing* pada generasi z di Kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara teoritis dan praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberi sumbangan keilmuan dan memperkaya teori-teori psikologi yang berkaitan dengan *Fear of Missing Out* dan Perilaku *Phubbing*. Serta penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya, secara khusus yang akan meneliti terkait permasalahan gen z.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi gen z untuk mengurangi rasa takut tertinggal bila tidak mengikuti informasi *up to date*, sehingga penggunaan ponsel berkurang serta bisa seimbang dalam membagi antara kehidupan dunia nyata dan dunia maya.