

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Generasi Z merupakan generasi yang terlahir pada rentang tahun 1997-2012, dimana saat ini berada pada usia 10 hingga 25 tahun. Generasi Z menjadi pengguna terbanyak media sosial berdasarkan data yang dipublikasi oleh *katadata.co.id* pada Mei 2021. Generasi Z yang berada pada era perkembangan teknologi dan digital memiliki karakteristik cenderung mampu menyesuaikan diri dalam perkembangan zaman. Dengan kemunculan internet dan media sosial yang memberikan kemudahan akses informasi serta terhubung dengan orang lain, Generasi Z yang menyukai hal-hal cepat dan praktis tentu akan memanfaatkan adanya media sosial yang ada dengan beberapa akun media sosial yang berbeda-beda, bahkan dalam satu jenis media sosial, generasi Z dapat memiliki beberapa akun (Alfan, 2022). Dengan keterbukaan informasi serta terhubungnya mereka dalam dunia maya, tentu dapat mengetahui aktivitas yang dilakukan oleh sesama pengguna yang ada di media sosial. Tidak jarang, beberapa akun media sosial orang ternama yang membagikan tentang aktivitas serta tips menjalani kehidupan, menjadi acuan Generasi Z dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

Adanya internet juga berdampak pada kehidupan sehari-hari dan sering kali dialami oleh seseorang yaitu berupa kecanduan akan internet. Kecanduan internet atau *internet addiction* merupakan sindrom dimana seseorang menghabiskan sebagian besar waktunya atau hampir seluruh waktunya untuk menggunakan internet dan tidak dapat memberikan kendali atas penggunaan internet ketika

sedang online (Young, 2010). Dilansir dari *dejournal Indonesia*, berdasarkan survei yang telah dilakukan pada Mei-Juli 2022 terhadap penggunaan internet anak Indonesia, menyatakan bahwa sejumlah 19,3 persen anak Indonesia telah kecanduan internet. Hal yang sebagian besar dari mereka lakukan ketika berselancar di internet yaitu bermain *online game* serta bermedia sosial.

Internet pada era digitalisasi berkembang dengan sangat pesat dan bersamaan dengan semakin banyak bermunculan teknologi serta inovasi-inovasi berbasis digital. Internet saat ini menjadi kebutuhan primer sebagian besar masyarakat Indonesia karena setiap pekerjaan dan aktivitas membutuhkan internet dalam keberjalanannya sehingga keberadaan internet menjadi satu hal yang mempengaruhi perkembangan pola pikir serta kebiasaan masyarakat Indonesia. Beberapa hal yang terpengaruh dengan adanya kemunculan internet adalah semakin mudahnya masyarakat untuk mengakses informasi dan melakukan aktivitas komunikasi yang tidak terbatas ruang dan waktu. Aktivitas tersebut tentunya didukung dengan adanya media atau platform sebagai wadah untuk mendapatkan informasi dan berkomunikasi serta dengan adanya jaringan internet yang menjalankannya.

Dengan terhubungnya para pengguna dengan orang-orang yang digemarinya maupun dengan teman-teman terdekatnya sangat memungkinkan untuk mengetahui aktivitas yang dilakukan oleh orang-orang tersebut karena adanya aktivitas saling mengikuti di media sosial. Dan sering kali para pengguna media sosial, baik Instagram, LinkedIn, Twitter dsb menampilkan sisi-sisi baik kehidupannya dalam profilnya di dunia maya, mengundang kesan bahwa orang-orang tersebut memiliki

hidup yang penuh prestasi, pencapaian serta hal-hal menyenangkan lainnya. Dan bagi para pengguna yang kurang aktif dalam mengunggah aktivitasnya, merasa bahwa dirinya bukan orang yang mampu untuk melakukan berbagai pencapaian dalam hidupnya seperti yang ia lihat pada profil lain di Instagram dan dapat memunculkan perasaan *insecure* dan dapat mengalami kecenderungan perubahan perilaku yang cukup signifikan, seperti lebih tertutup dan tingkat kepercayaan diri yang menurun, serta perasaan tertinggal.

Penelitian yang dilakukan oleh Monica Carolina dan Gayes Mahestu terkait “Perilaku Komunikasi Remaja dengan Kecenderungan FoMo” yang dilakukan pada tahun 2020 mendapati bahwa *fear of missing out* dapat mempengaruhi kondisi mental seseorang dimana kondisi mental tersebut digambarkan sebagai konsep diri yang dapat mempengaruhi pembentukan identitas diri. Generasi Z yang memiliki keterkaitan erat dengan teknologi menjadikan konsep diri ini sebagai suatu identitas yang ingin ditunjukkan di dunia maya dengan berlomba-lomba membentuk citra yang sesuai dengan keinginannya (Beyens, Frison, & Eggermont, 2016). Sehingga bukan menjadi hal yang baru ketika kehidupan di dunia maya tanpa disadari membentuk konsep diri yang ideal bagi setiap pengguna media sosial dan kemudian hal tersebut dijadikan standar kehidupannya di dunia nyata. Adanya bentuk media baru yang mudah diakses, memudahkan seseorang untuk mendapatkan gambaran kehidupan orang-orang di sekitarnya serta adanya media sosial dan hubungan yang begitu erat antara generasi Z dan teknologi, menjadi faktor utama pendukung seorang generasi Z mengalami fenomena *fear of missing out* tersebut (Carolina & Mahestu, 2020)

Fenomena tersebut jika tidak terlalu menjadi hal yang begitu serius dapat dijadikan sebagai motivasi untuk menjadi lebih berkembang daripada sebelumnya. Namun, bagi beberapa orang, apabila mengalami FoMO, akan timbul perasaan takut dan cemas dan apabila tidak mampu mengendalikan ditambah dengan kecanduan internet, maka dapat menyebabkan gangguan pada fisik maupun psikis serta cenderung dapat mempengaruhi bagaimana seseorang tersebut bersikap serta bagaimana cara berkomunikasi yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari (Imaddudin, 2020).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada mahasiswa universitas di Iran pada 2022, FoMO dapat berdampak pada perasaan kesepian sehingga meningkatkan penggunaan smartphone yang dapat menyebabkan kecanduan. Selain itu, berdasarkan survei yang dilakukan kepada 447 mahasiswa dari Urmia University of Medical Science, FoMO dapat menyebabkan penurunan kemampuan akademik pada mahasiswa (Alinejad dkk, 2022)

Dampak lain yang ditimbulkan dari seseorang yang terkena FoMO, ia memiliki penggunaan media sosial di luar batas kendali atau dapat dikatakan tidak dapat lepas dari media sosial. Pernyataan berdasarkan penelitian yang dipublikasi oleh Department of Psychology, School of Social Science, Nottingham Trent University, Inggris, juga menyatakan bahwa ketika seseorang mengalami FoMO, maka ia akan selalu memasang profil tentang dirinya di media sosial dan akan selalu *update* kegiatan maupun kehidupannya demi untuk diakui dan dianggap tidak tertinggal tren baik dalam bentuk video, foto, maupun tulisan (Imaji, 2019).

Dalam jurnal penelitian dengan judul Kecanduan Media Sosial (FoMO) Pada Generasi Milenial, Lira & Kiayati (2021) mengungkapkan bahwa dengan media sosial, seseorang dapat mengalami kegelisahan pada diri sendiri ketika mengecek media sosial kemudian mendapati bahwa hal-hal yang dilakukan orang lain sangat menyenangkan dan membuat mereka tidak bisa berhenti untuk memantau media sosial. Hal tersebut menjadi penyebab ketergantungan dan kelamaan akan menjadi suatu kebutuhan yang harus dipenuhi untuk selalu mengikuti hal yang terjadi, dan hal tersebut merupakan salah satu ciri dari orang yang mengalami FoMO.

Selain dampak yang terlihat dari media sosial, menurut penelitian oleh Benjamin C. Riordan, dkk pada mahasiswa yang mengikuti orientasi mahasiswa baru (O'Week) dan mengalami *fear of missing out*, berdampak pada peningkatan konsumsi minuman beralkohol dan waktu yang dihabiskan untuk hal tersebut menjadi lebih banyak dibandingkan dengan mahasiswa yang tidak mengalami FoMO. Hal tersebut menjadikan fenomena FoMO termasuk hal yang perlu untuk diperhatikan secara baik karena ketika seseorang telah merasakan perasaan ketertinggalan yang akut maka cenderung dapat membawa dampak yang negatif baik di kehidupan nyata maupun aktualisasinya di dunia maya.

Fear of Missing Out sebagai perasaan cemas dan gelisah ketika mengalami ketertinggalan informasi atau momen tertentu, membuat sebagian pengguna media sosial mengalami perubahan baik secara sosial maupun perbuatan untuk terlibat dalam suatu momen yang dialami orang lain. Salah satu bentuk FoMO yaitu terjadinya tren pembelian produk fashion serta *skincare* yang tidak sesuai

kebutuhan melainkan karena banyak *influencer* maupun *public figure* yang menyebarkan informasi tentang produk tersebut. Akibatnya, masyarakat yang mengalami FoMO, maka akan melakukan tindakan pembelian produk yang sedang “viral” tersebut, dan merasa lebih tenang ketika memiliki barang yang banyak dibicarakan tersebut (Darma & Japariato, 2014).

Beberapa media sosial, seperti Instagram, LinkedIn, Youtube, dll. di satu sisi tentu memberikan dampak positif berupa tingginya motivasi seseorang untuk lebih berkembang dan sebagai media pembelajaran bagi generasi Z (Pujiono, 2021), namun di sisi lain, profil Instagram yang menunjukkan hal-hal menyenangkan sering kali menjadi sumber dari pemikiran-pemikiran negatif terhadap diri. Salah satu pemikiran yang cenderung muncul karena adanya terpaan informasi berupa aktivitas orang lain yang ditampilkan di Instagram dan cenderung hal-hal yang menunjukkan prestasi, pencapaian, dan sebagainya, menjadikan beberapa orang khususnya Generasi Z mengalami perasaan takut akan tertinggal dalam berbagai hal atau saat ini lebih dikenal dengan sindrom *fear of missing out* (FoMO) ketika dirinya belum dapat menunjukkan hasil apa pun.

Menurut Przybylski, Murayama, Dehaan & Gladwell (2013), FoMO merupakan bentuk ketakutan serta kecemasan seseorang terhadap suatu kejadian yang akan terjadi di suatu tempat tertentu sehingga muncul keinginan yang bersifat kompulsif dari orang tersebut dan mendorong ia untuk berada pada lokasi yang sama dengan adanya suatu hal yang baru tersebut. Sehingga motivasi dari adanya kecenderungan atau sindrom FoMO yaitu bukan dari hal yang akan didapatkan namun kecemasan akan adanya hal yang terlewatkan dari lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan penelitian dari Gayes Mahestu (2020: 70), fenomena FoMO semakin banyak dirasakan oleh Generasi Z karena adanya media sosial yang menjadi faktor pendukung utama para remaja mengalami sindrom tersebut yang mendorong mereka sulit berkata tidak pada hal-hal baru yang terjadi dan muncul perasaan tidak aman ketika melewatkan atau ditinggalkan oleh tren baru yang muncul. Bahkan beberapa mengungkapkan bahwa FoMO merupakan dampak yang cukup genting dan menjadi sisi gelap dari sosial media (Zhang & Cicala, 2020).

1.2 Rumusan Masalah

Perasaan tertinggal dari orang lain atau suatu keadaan atau disebut sebagai *fear of missing out* (FoMO), merupakan fenomena psikis yang kerap dialami seseorang khususnya Generasi Z yang cenderung aktif dalam bermedia sosial. Algoritma media sosial atau topik-topik yang sering muncul dalam beranda pengguna berdasarkan hal-hal yang diminatinya, juga memberi peluang yang cukup besar untuk para penggunanya mengalami *sindrom* tersebut untuk semakin merasakan perasaan bahwa hidupnya tidak menyenangkan karena melihat orang-orang di media sosial terlihat hanya bersenang-senang. Fitur pemberitahuan yang ada di setiap media sosial saat ini dapat memunculkan notifikasi apabila seseorang yang diikuti di media sosial melakukan aktivitas terbaru dan diunggah ke akun media sosial miliknya. Dengan cara tersebut, maka orang-orang yang hanya berkatat pada dunia maya dan media sosial akan tergerak untuk menyaksikan cerita hidup orang lain yang hanya ditampilkannya di media sosial tanpa mengetahui apa yang dialami dan dirasakan sebenarnya.

Sindrom FoMO dapat dikategorikan sebagai fenomena komunikasi intrapersonal yang mengakibatkan seseorang mengalami kecemasan, kekhawatiran bahkan ketakutan apabila tertinggal informasi yang beredar di media sosial. Hasil penelitian oleh Carolina & Gayes Mahestu (2020) memperlihatkan bahwa FoMO dapat mempengaruhi pembentukan identitas diri dan kondisi mental dimana seseorang yang merasakan *fear of missing out* akan melabeli dirinya sebagai seseorang yang hidupnya tidak cukup menyenangkan dan tidak adanya rasa puas terhadap diri sendiri. Selain itu, dampak yang dapat ditimbulkan yaitu adanya kecenderungan menganggap hidup mereka menyedihkan dan mengubah pandangan terhadap dirinya sendiri.

Menurunnya kemampuan akademik juga menjadi dampak ketika seseorang mengalami FoMO yang diperkuat oleh hasil survei pada 447 mahasiswa dari Urmia University of Medical Science, Iran, oleh Alinejad dkk dalam penelitian yang dilakukan pada 2022.

Selain berpengaruh pada kondisi mental, fisik, dan penurunan prestasi akademik, perilaku hedonisme yang ditandai dengan *impulsive buying* berdasarkan hasil penelitian oleh Darma & Japariato pada 2014, juga menjadi tanda bahwa seseorang mengalami FoMO dan berkeinginan kuat untuk mengikuti tren fashion dan *skincare* yang dipengaruhi oleh *influencer* dan *public figure* yang mereka lihat di media sosial.

Hal tersebut menyebabkan orang-orang dengan sindrom FoMO cenderung merasa tergeser atau menutup diri dari lingkungan sosialnya, sehingga aktivitas mereka terbatas hanya pada batas yang mereka buat sendiri sehingga eksistensinya

di dunia nyata terganggu. Dalam hal ini, orang-orang yang mengalami kondisi FoMO apabila dibiarkan terlalu lama maka dapat menimbulkan masalah psikis yang lebih kompleks, seperti gangguan kecemasan yang dapat mempengaruhi kehidupan sehari-hari dan cara ia berkomunikasi serta berinteraksi dengan orang lain. Untuk dapat kembali merasakan dunia yang utuh secara nyata, tentu perlu keterbukaan dari mereka agar mendapatkan dukungan dari orang-orang terdekat agar mereka dapat kembali menumbuhkan kepercayaan dirinya sehingga dapat tercipta komunikasi serta interaksi yang lebih baik dan tercapai hubungan sosial yang lebih harmonis.

Keterbukaan diri dapat dimulai dari orang terdekat, baik keluarga maupun teman yang dapat membantu seseorang dengan FoMO untuk dapat mengekspresikan diri, memvalidasi hal yang dirasakan, serta mampu lebih terbuka dengan keadaan yang dirasakannya. Proses keterbukaan diri tersebut tentu membutuhkan inisiatif pribadi dari seseorang yang merasakan FoMO untuk bisa bercerita kepada orang-orang terdekat yang dipercayainya meskipun respons yang didapatkan belum tentu positif namun perlu untuk menyampaikan hal tersebut agar dapat diakui dan apabila diperlukan dapat dibantu untuk mencari jalan keluar baik melalui profesional maupun solusi dari orang-orang terdekat.

Berdasarkan uraian permasalahan yang dialami oleh generasi Z dengan sindrom FoMO, muncul pertanyaan bagaimana seseorang khususnya Generasi Z dengan sindrom tersebut melakukan inisiatif keterbukaan diri agar terhindar dari sindrom FoMO?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana inisiatif keterbukaan diri dari generasi Z yang mengalami *fear of missing out*.

1.4 Signifikansi Penelitian

Penelitian ini dilakukan mengingat berbagai kegunaannya:

1.4.1 Signifikansi Teoritis

Secara teoritis penelitian ini berguna untuk memberikan kontribusi sebagai kajian dalam mengkaji teori *Communication Privacy Management Theory* dan *Social Exchange Theory* yang berhubungan dengan inisiatif keterbukaan diri dan bagaimana seseorang melakukan manajemen diri terkait informasi pribadi yang dimilikinya.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Secara praktis, penelitian ini berguna dan dilakukan agar dapat memberikan referensi bagi orang-orang khususnya generasi Z tentang bagaimana seseorang dengan sindrom FoMO melakukan inisiatif keterbukaan diri di lingkungan yang membuatnya mengalami sindrom tersebut.

1.4.3 Signifikansi Sosial

Penelitian ini berguna untuk meningkatkan kualitas hidup generasi Z sehingga terhindar dari permasalahan *fear of missing out*.

1.5 Kerangka Penelitian Teoritis

1.5.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini dikaji menggunakan pendekatan fenomenologi dengan paradigma interpretif dimana sebuah penelitian dapat dikatakan

menggunakan paradigma tersebut apabila sebuah kenyataan yang diteliti merupakan hasil konstruksi pemikiran manusia itu sendiri. Menurut Sarantakos (dalam Manzilati, 2017: 4) paradigman ini berupaya untuk memahami perilaku manusia dan memberikan penekanan pada peran bahasa, interpretasi dan pemahaman dalam mengkaji aktivitas dari para individu yang terlibat. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan menurut paradigma ini, pengetahuan yang ada tidak hanya berasal dari hasil pengalaman dan fakta, namun terdapat realitas sosial yang berpusat pada subjek yang menyebabkan konstruksi oleh pemikiran dan melahirkan pengetahuan baru (Batubara J, 2017).

Pendekatan fenomenologi merupakan salah satu pendekatan dalam penelitian kualitatif dimana menurut Littlejohn (2022: 13), fenomenologi merupakan penelitian yang berfokus pada pengalaman personal yang selanjutnya dapat berpengaruh terhadap hubungan antar pribadi melalui interaksi yang dibangun. Menurut Stanley Deetz (dalam Littlejohn, 2017 : 111) penelitian fenomenologi menitikberatkan pada tiga prinsip bahwa pengetahuan yang didapatkan adalah pengalaman sadar yang dialami oleh individu, kemudian bagaimana pengalaman tersebut dapat memberikan makna yang berhubungan secara langsung serta bagaimana bahasa menjadi alat sebagai penentu makna.

1.5.2 State of the Art

Terdapat beberapa penelitian yang telah dipublikasikan dan peneliti jadikan referensi pada penelitian ini karena memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dikaji. Beberapa penelitian tersebut di antaranya sebagai berikut:

Penelitian pertama dilakukan oleh Lira Aisafitri dan Kiayati Yusriyah pada 2020 dengan penelitian berjudul **Kecanduan Media Sosial (FoMO) pada Generasi Milenial**. Penelitian tersebut merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi. Teori yang digunakan untuk mengkaji penelitian tersebut yaitu *Self-Determination Theory* yang digunakan sebagai landasan dalam melihat dampak yang ditimbulkan dari Generasi Milenial yang mengalami kecanduan media sosial. Subjek dalam penelitian ini yaitu generasi milenial yang berstatus sebagai mahasiswa di Kota Depok, berusia 18-24 tahun, dan berjumlah 6 orang. Selain untuk mengetahui dampak kecanduan media sosial yang dapat menyebabkan FoMO, penelitian ini sekaligus mengukur pemanfaatan Teknologi dan Informasi dan Komunikasi (TIK) di perguruan tinggi di Indonesia. Hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian tersebut yaitu terdapat pendapat yang seragam dari keenam informan bahwa ketika mereka tertinggal informasi, maka muncul perasaan khawatir dan ketika tertinggal akan suatu momen, maka mereka akan merasa menyesal akan hal tersebut. Selain itu, dengan tingginya intensitas dalam mengakses media sosial, membuat para informan menjadi *toxic*

ketika melihat unggahan teman-temannya di media sosial. Seringnya mengakses media sosial juga menyebabkan gangguan tidur karena menimbulkan kecanduan yang membuatnya lupa akan kewajiban-kewajibannya dan ingin selalu bermalasan. Hal tersebut menimbulkan diri mereka lupa akan kehidupannya di dunia nyata.

Penelitian kedua yang memiliki relevansi dengan penelitian yang sedang dikaji yaitu penelitian yang dilakukan oleh Imaddudin dari program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penelitian yang dipublikasikan pada tahun 2020 tersebut berjudul ***Fear of Missing Out (FoMO) dan Konsep Diri Generasi-Z: Ditinjau dari Aspek Komunikasi.*** Penelitian yang mengacu pada *Self-Determination Theory* ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode deskriptif interpretif dan unit analisis berupa individu yang menjadi narasumber. Narasumber yang berasal dari kalangan generasi Z diwakili oleh beberapa siswa-siswi SMP dan SMA di beberapa wilayah di Serang, Bekasi, Jakarta dan Bandung serta proses penelitian berlangsung sejak bulan Oktober 2019 hingga Maret 2020. Hasil yang diperoleh yaitu terdapat hubungan yang saling berpengaruh antara FoMO dengan konsep diri yang dibentuk dikarenakan salah satu faktor pembentukan seorang individu berasal dari fenomena yang diamati dan dilihatnya baik berasal dari pengalaman pribadi maupun pengalaman orang lain.

Penelitian oleh Imaddudin ini sekaligus menyatakan bahwa FoMO dapat mempengaruhi pembentukan diri yang negatif maupun positif. FoMO

dapat membentuk konsep diri negatif apabila individu merasa gelisah dan muncul ketidakpercayaan dari fenomena yang dilihatnya sehingga dapat memperburuk kondisi dirinya. Sedangkan FoMO dapat membentuk konsep diri yang positif apabila seorang individu menyadari betul bahwa informasi atau fenomena yang diamatinya mampu menjadi wadah untuk berkomunikasi dan tetap terhubung dengan orang-orang di sekitarnya. Hasil wawancara dengan beberapa narasumber mencapai satu kesimpulan yang sama bahwa sebagai seseorang yang terdampak FoMO akan membentuk konsepsi diri yang berpengaruh terhadap pola pikir dan media sosial menjadi penyebab dari adanya pemikiran tersebut karena orang-orang cenderung menunjukkan perilaku-perilaku yang menyenangkan seperti hedonisme, tren sosial media, dsb. yang membuat para terdampak FoMO tidak bisa lepas dari handphone. Sehingga mereka akan berkeinginan untuk terus memenuhi kebutuhannya baik aspek sosial, penghargaan, maupun aktualisasi diri.

Penelitian ketiga yang memiliki relevansi dengan penelitian yang sedang dikaji yaitu dipublikasikan pada 2017 yang berjudul **Keterbukaan Diri pada Remaja Korban Cyberbullying** oleh Debi Prahesti Candra Sari dari Program Studi Psikologi Universitas Mulawarman Samarinda. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan studi kasus, mewawancarai sampel penelitian yang merupakan siswa SMK 4 Samarinda yang berjumlah 4 orang dan menggunakan teknik sampling berupa *purposive sampling*. Teori yang digunakan untuk mengkaji proses

pengembangan hubungan merupakan *Self-Disclosure Theory* dan berfokus bagaimana narasumber melakukan proses keterbukaan diri untuk menceritakan atau membagi informasi pribadi miliknya dimana dalam hal ini berupa informasi pernah mengalami *cyberbullying*. Hasil yang diperoleh yaitu terdapat perbedaan yang cukup signifikan dari setiap narasumber penelitian tentang tingkat keterbukaan dirinya sebagai dampak dari tindakan *cyberbullying* yang dialami. Narasumber pertama menyatakan bahwa keterbukaan dirinya menurun setelah mendapat tindakan *cyberbullying* dan memunculkan pemikiran berupa ingin mengakhiri hidupnya atau bunuh diri dan lebih tertutup untuk dalam bercerita kepada teman-temannya. Kemudian pada narasumber kedua, menyatakan bahwa keterbukaan dirinya menjadi kurang baik dan penerimaan sosial yang dialami juga menurun. Dampak yang terjadi adalah narasumber menjadi lebih sering membolos jam pelajaran dikarenakan untuk menghindari lingkungan sekitarnya yang memberikan tindakan *bullying* dan menjadi jarang berkomunikasi dengan teman-temannya. Pada narasumber ketiga, tindakan *cyberbullying* yang dialaminya menyebabkan ia memiliki perubahan *self-disclosure* dan berpengaruh pada pola makan.

Korelasi antara beberapa penelitian di atas dengan penelitian yang akan dikaji yaitu:

Penelitian pertama yang dikaji oleh Lira Aisafitri dan Kiayati Yusriyah dengan judul Kecanduan Media Sosial (FoMO), memiliki kesamaan tema dan objek penelitian yaitu pada fenomena *fear of missing*

out (FoMO). Selain itu, persamaan lainnya terdapat pada jenis penelitian kualitatif dan metode pengumpulan yang dilakukan yaitu melalui wawancara kepada narasumber. Teori kedua penelitian juga berbeda yaitu pada penelitian tersebut menggunakan teori Determinasi Diri sedangkan pada penelitian yang akan dikaji menggunakan *Communication Privacy Management Theory* dan *Social Exchange Theory* serta berfokus pada unit analisis proses komunikasi. Kemudian waktu penelitian tersebut dilaksanakan pada 2020 dengan narasumber generasi Milenial sedangkan penelitian yang akan dikaji akan dilakukan di akhir 2022 hingga awal 2023 di Kota Semarang dan Jawa Tengah serta memiliki narasumber generasi Z. Penelitian yang akan dikaji akan memusatkan proses komunikasi bagaimana seseorang terhindar dari FoMO sebagai unit analisis dari penelitian tersebut.

Penelitian kedua oleh Imaduddin yang berjudul *Fear of Missing Out (FoMO)* dan Konsep Diri Generasi-Z: Ditinjau dari Aspek Komunikasi memiliki persamaan pada subjek penelitian yaitu Generasi Z khususnya pada konsep diri mereka. Konsep diri tersebut merupakan hasil pembentukan dari terpaan informasi yang diakses oleh narasumber di media sosial khususnya Instagram yang menyebabkan perasaan tertinggal akan hal-hal yang dicapai orang lain khususnya dalam kepemilikan barang dan gaya hidup. Penelitian tersebut dilakukan untuk menguji tentang FoMO yang dialami Generasi Z yaitu pada siswa SMP dan SMA yang berlokasi di Serang dan sekitarnya. Sedangkan penelitian yang akan dikaji akan

berfokus pada generasi Z yang berdomisili di Kota Semarang. Perbedaan selanjutnya ada pada teori yang digunakan dimana penelitian tersebut menggunakan teori motivasi dan *Self-Determination Theory*, sedangkan pada penelitian yang dikaji akan menggunakan *Communication Privacy Management* dan *Social Exchange Theory*. Relevansi penelitian terdapat pada tema penelitian dimana penelitian tersebut berfokus pada aspek komunikasi dan penelitian yang akan dikaji peneliti juga berfokus pada keterbukaan diri yang berhubungan dengan cara berkomunikasi.

Kemudian pada penelitian ketiga yang berjudul Keterbukaan Diri pada Remaja Korban *Cyberbullying* oleh Debi Prahesti Candra Sari, kesamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dikaji yaitu pada topik penelitian berupa *self-disclosure*. Kemudian kedua penelitian menggunakan metode kualitatif dan pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam kepada narasumber serta observasi. Perbedaannya terletak pada objek penelitian dimana pada penelitian tersebut adalah terkait *cyberbullying* sementara pada penelitian yang akan dikaji yaitu *self-disclosure* yang disebabkan oleh FoMO. Teori yang digunakan juga berbeda karena unit analisis dari penelitian tersebut berupa individu yang merupakan siswa SMK 4 Samarinda yang berjumlah 4 orang dan mengalami *cyberbullying* sedangkan pada penelitian yang akan dikaji akan berfokus pada unit analisis berupa proses komunikasi sebagai proses keterbukaan diri seseorang khususnya generasi Z di Kota Semarang dan Jawa Tengah.

1.5.3 Keterbukaan Diri

Keterbukaan diri atau *self-disclosure is the process of letting others know what you think, feel, and want* (De Janasz et al., 2006). Keterbukaan diri merupakan suatu hal yang berhubungan dengan komunikasi interpersonal pada diri seseorang untuk mengungkapkan apa yang terjadi dan yang dialami baik dari masa lalu maupun masa sekarang. Jourard (dalam Rini, 2009) menyatakan bahwa keterbukaan diri memiliki hubungan dengan latar belakang yang diungkapkan dan hal-hal yang berhubungan dengan diri seseorang. Selain itu, keterbukaan diri juga sering kali berhubungan dengan perasaan baik dalam diri pribadi maupun perasaan atau pemikiran yang merupakan pandangan terhadap seseorang atau sesuatu. Keterbukaan diri juga didefinisikan oleh Wheelles yang menganggap bahwa hal tersebut merupakan kemampuan seseorang untuk membagikan informasi kepada orang lain khususnya informasi tentang dirinya.

Keterbukaan (Jourard, 1985) dilihat sebagai karakteristik personal yang cenderung stabil dan memiliki korelasi dengan karakter positif lainnya. Keterbukaan diri ini apabila seseorang memiliki karakter tersebut, merupakan sebuah ciri kepribadian yang sehat (Derlaga & Berg, 2013: 2) Ketika seseorang bermaksud untuk mengungkapkan informasi tentang dirinya, maka setidaknya akan ada dua orang yang melakukan komunikasi interpersonal. Adanya pertukaran informasi ini terjadi pada seseorang atau sekelompok orang yang memiliki hubungan dan *self-disclosure* akan semakin sering dan mendalam ketika hubungan tersebut semakin akrab.

Definisi lainnya terkait keterbukaan diri, dikemukakan oleh Morton (dalam Dayaksini, 2006) yaitu membagikan informasi maupun perasaan yang memiliki sifat deskriptif dan evaluatif. Deskriptif berarti seseorang mengungkapkan fakta tentang dirinya sendiri dengan tujuan agar diketahui orang lain seperti usia, pekerjaan, alamat, dsb. Sedangkan keterbukaan yang bersifat evaluatif yaitu lebih mengungkapkan terkait perasaan pribadinya secara lebih mendalam kepada orang lain dan informasi tersebut tidak selalu diungkapkan kecuali pada hubungan yang sudah akrab seperti hal-hal yang disukai maupun tidak disukainya, perasaan sedih, kecewa, marah, dsb.

Studi tentang inisiatif keterbukaan diri memiliki korelasi dengan teori *Communication Privacy Management Theory* yang dikembangkan oleh Petronio (2002) dan *Social Exchange Theory* yang dikembangkan oleh George Homans. Kedua teori tersebut berperan untuk memperluas studi terkait dengan aktivitas keterbukaan diri yang diinisiasi oleh seseorang untuk melakukan proses komunikasi yang berkembang atau beranjak dari yang sebelumnya bersifat superfisial ke proses komunikasi yang lebih intim (Widita, 2022).

1.5.4 Communication Privacy Management Theory

Dalam penelitian yang akan dikaji, peneliti berfokus kepada bagaimana subjek penelitian melakukan aktivitas komunikasi sebagai cara untuk mengungkapkan diri tentang keadaan dirinya yang mengalami FoMO kepada orang terdekatnya. Keadaan yang mengganggu fisik maupun mentalnya yang dapat dikategorikan sebagai keadaan yang bersifat privasi

akan coba diungkapkan agar perasaan kecemasan karena tertinggal akan suatu hal (*fear of missing out*) tidak lantas menjadi masalah yang lebih serius.

Teori yang relevan dengan hal tersebut adalah Teori *Communication Privacy Management* sebagai teori yang membantu manajemen privasi seseorang untuk membantunya menyaring informasi yang akan diungkapkan kepada orang terdekatnya dan dalam hal ini merupakan keadaan fisik dan mental dari seseorang yang mengalami *fear of missing out*. Teori Manajemen Privasi Komunikasi (*Communication Privacy Management*) merupakan perluasan dari Teori *Social Exchange* yang menekankan bagaimana seseorang mengelola informasi yang bersifat privasi dari dalam dirinya.

Sandra Petronio (dalam Littlejohn, 2017) menyatakan bahwa setiap individu yang terlibat dalam suatu hubungan akan membuat batasan terhadap informasi yang dipertukarkan dengan orang lain dan mengelola informasi tersebut termasuk privasi ataupun dapat disampaikan kepada publik. Adanya batasan terhadap hal-hal yang bersifat privasi bergantung bagaimana situasi dan kondisi bagaimana ketika seseorang membagikan informasi tersebut. Menurutnya, keinginan dan kebutuhan seseorang untuk membagikan atau menjaga informasi tentang dirinya dalam suatu hubungan interpersonal, akan menjadikan orang tersebut melakukan negosiasi terhadap dirinya sendiri untuk mengatur batasan sejauh mana informasi yang dapat dibagikannya kepada orang lain. Proses pengambilan keputusan

tersebut menurut Petronio merupakan proses dialetik dalam diri seseorang sebagai pertimbangan untuk mengungkapkan atau menyembunyikannya. (Littlejohn, 2017: 225).

Dalam penelitian selanjutnya, Petronio mengungkapkan bahwa terdapat tiga elemen penting dari teori tersebut, yaitu:

1. *Privacy Ownership*

Elemen pertama berupa kepemilikan privasi yaitu terkait dengan siapa yang memiliki informasi tersebut. Dalam hal ini Petronio mengungkapkan bahwa setiap diri individu merupakan pemilik tunggal informasi pribadi atau informasi yang ada dalam dirinya. Ketika informasi tentang dirinya dibagikan kepada orang lain, maka orang tersebut akan menjadi pemilik baru (*co-owner*) dan memiliki cara negosiasi dan tanggungjawab tersendiri dengan informasi yang dimilikinya sehingga koordinasi dengan seseorang dalam hubungan tersebut merupakan suatu hal yang penting.

2. *Privacy Control*

Apabila informasi yang merupakan informasi pribadi seseorang telah dibagikan, maka akan ada pilihan untuk mengatur batasan sejauh mana informasi tersebut akan dibagikan maupun diungkapkan. Petronio (dalam Littlejohn, 2017: 225) kemudian melihat bahwa pengaturan akan batasan tersebut yang kemudian menjadi *rule-based process* yang membentuk elemen selanjutnya yaitu *privacy control*. Dalam elemen CPM kedua ini, keterbukaan diri cenderung mengenai keputusan untuk

negosiasi terhadap informasi bagaimana akan disimpan dan diatur sedemikian rupa dibandingkan dengan keputusan untuk mengungkapkannya atau tidak. Aturan dalam batasan yang terbentuk akan selalu berkembang dengan resiko yang mengikuti. Apabila semakin banyak orang tau mengenai informasi pribadi seseorang, maka informasi tersebut bukan lagi dimiliki secara tunggal oleh orang yang bersangkutan namun sudah menjadi informasi yang diketahui orang lain dengan batasan tertentu. Terdapat beberapa pertimbangan untuk membangikan informasi tersebut seperti perbedaan gender, keadaan sosial budaya, motivasi personal, dan situasi yang terjadi.

3. *Privacy turbulence*

Batasan yang dibuat untuk melindungi informasi pribadi atau seseorang, seringkali bersifat ambigu dan tidak jarang melanggar batas itu sendiri. Sehingga informasi pribadi yang dibagikan kepada seseorang tertentu apabila suatu saat terungkap tanpa adanya negosiasi sebelumnya, maka akan menjadikan seseorang memperhatikan lebih bagaimana informasi pribadi tersebut tidak lagi dibagikan ke sembarang orang.

Communication Privacy Management (CPM) dapat digunakan dalam berbagai konteks selama berhubungan dengan mengatur batasan informasi pribadi baik dalam hal kesehatan, keuangan, hubungan keluarga, permasalahan fisik dan mental, dsb. (Littlejohn, 2017: 227)

1.5.5 Social Exchange Theory

Teori pertukaran sosial atau *social exchange theory* pertama kali dikembangkan oleh George Homans pada tahun 1958. Teori ini menjelaskan tentang pertukaran sosial yang dinilai sebagai pertukaran aktivitas yang dilakukan oleh paling sedikit dua orang dalam aktivitas komunikasi (Emerson, 1976). Awalnya teori ini berasal dari perspektif sosial psikologis dan sosiologis yang menekankan kepada bagaimana perubahan serta stabilitas sosial yang terjadi sebagai hasil dari proses negosiasi dalam pertukaran aktivitas yang terjadi pada setiap orang. Dengan perspektif tersebut, teori pertukaran sosial dibentuk berdasarkan analisis *cost and reward* secara subjektif dan perbandingan alternatif dimana perbedaannya dengan ekonomi adalah dilihat berdasarkan sifat dari pertukaran antarpihak.

Social exchange theory juga dikembangkan menurut versi George Homans (dalam Umar, 2017) yang membahas mengenai perilaku sosial yang terjadi pada antarindividu melalui perilaku nyata yang dapat diamati. Hubungan atau proses pertukaran informasi yang terjadi merupakan hubungan timbal balik dan bersifat dinamis. Homans menekankan pada sisi psikologis yang dibentuk dalam suatu hubungan tertentu dengan tujuan untuk mencapai nilai keseimbangan, keselarasan, dan keharmonisan hubungan sosial antarmanusia. Ada lima proporsi yang menjadi inti dari pemikiran teoritis mengenai *social exchange theory* oleh George Homans, yaitu:

1. Proposisi pertama yaitu proposisi sukses yang menjelaskan bahwa perilaku komunikasi yang dapat memberikan hasil yang positif kemungkinan besar akan diulang oleh individu yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut.
2. Proposisi kedua yaitu proposisi stimulus menyatakan bahwa apabila seorang individu merasa dihargai di masa lalu, maka individu tersebut akan melanjutkan perilaku yang sama.
3. Proposisi ketiga yaitu nilai percaya, menyatakan bahwa jika hasil tindakan pertukaran yang terjadi berharga bagi individu tersebut, maka kemungkinan besar akan terjadi lagi.
4. Proposisi keempat yaitu proposisi deprivasi menyatakan apabila individu merasa bahwa jika nilai kepuasan bertambah maka, *reward* dari kepuasan tersebut akan berkurang.
5. Proposisi kelima membahas mengenai emosi yang terjadi karena situasi yang dialami seringkali berbeda (Mohan, 2016)

1.6 Operasionalisasi Konsep

1.6.1 Keterbukaan Diri

Keterbukaan diri merupakan suatu proses pengungkapan diri untuk menyampaikan informasi maupun keadaan pada diri seseorang yang belum tentu diketahui oleh orang lain bahkan dirinya sendiri. Untuk membagikan informasi tersebut tentu perlu kesadaran atau inisiatif dari orang terkait. Informasi yang akan dibagikan oleh generasi Z sebagai subjek penelitian dalam penelitian yang akan dikaji adalah bagaimana proses komunikasi

yang dilakukan kepada seseorang dan proses untuk terhindar dari perasaan *fear of missing out*.

Perasaan ketertinggalan tersebut saat ini dikaitkan dengan keadaan mental seseorang seiring meningkatnya *awareness* masyarakat terhadap kesehatan mental. Orang-orang yang pernah mengalami FoMO tentu merasakan gangguan fisik maupun mental yang dapat berdampak ke berbagai aspek di kehidupannya. Seperti penurunan prestasi, takut tertinggal tren sehingga menyebabkan gaya hidup hedonis, dan sebagainya.

Sebagai suatu kebutuhan yang perlu dipenuhi, generasi Z yang mengalami sindrom *fear of missing out* perlu untuk mengekspresikan diri, mengembangkan relasi, melakukan klarifikasi dan mencapai validasi, maka keterbukaan diri perlu dilakukan dengan hati-hati karena informasi yang disampaikan tidak selamanya mendapat *feedback* yang positif namun dapat juga berupa tanggapan yang negatif.

1.6.2 Fear of Missing Out (FoMO)

FoMO merupakan bentuk ketakutan serta kecemasan seseorang ketika tertinggal akan suatu hal yang dapat disadari maupun tidak disadari. Generasi Z cenderung mudah mengalami FoMO karena sering mengakses media sosial yang menjadi tempat berbagi aktivitas kehidupan, tren, gaya hidup dsb. maka perlu pemahaman yang mendalam untuk mengetahui bahwa diri kita sedang mengalami FoMO yang dapat berdampak pada kehidupan sehari-hari. Sehingga perlu keinginan kuat dalam diri untuk

mengelola perasaan tersebut agar dapat keluar dan menghindari dampak negatif yang ditimbulkan.

Sehingga motivasi dari adanya kecenderungan atau sindrom FoMO yaitu bukan dari hal yang akan didapatkan namun kecemasan akan adanya hal yang terlewatkan dari lingkungan sekitarnya (Przybylski, Murayama, Dehaan & Gladwell, 2013).

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dalam mengkaji inisiatif keterbukaan diri generasi Z yang mengalami *fear of missing out* yaitu kualitatif deskriptif dan menggunakan pendekatan fenomenologi. Penelitian kualitatif deskriptif berdasar pada suatu upaya untuk membangun pandangan melalui proses penelitian yang dilakukan secara rinci, dibentuk dengan kata-kata, dan berisikan gambaran holistik terhadap suatu fenomena tertentu. Tipe penelitian ini cenderung digunakan untuk memahami situasi tertentu dibandingkan mencari sebab akibat terhadap suatu hal. Jane Richie (dalam Moleong, 2009) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan upaya untuk menjelaskan persoalan dari manusia atau individu yang diteliti dan hal-hal yang disajikan berupa permasalahan sosial serta perspektifnya dalam dunia. Sehingga penelitian kualitatif dapat didefinisikan sebagai penelitian yang memiliki maksud untuk membangun pemahaman terhadap fenomena tertentu yang dialami oleh subjek penelitian baik dalam bentuk perilaku, pemahaman, tindakan, pandangan, motivasi, dll. yang secara

holistik dapat dituangkan ke dalam kata-kata dan bahasa dengan menggunakan berbagai metode alamiah (Moleong, 2009: 6).

Pendekatan fenomenologis menjadi salah satu tradisi dalam teori komunikasi yang mengasumsikan bahwa setiap individu menginterpretasikan hal-hal yang terjadi di sekitar mereka dan memahaminya berdasarkan pengalaman yang langsung dialami oleh tiap individu sehingga individu tersebut terlibat langsung dalam proses interpretasi tersebut (Littlejohn, 2017: 110-112).

1.7.2 Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini merupakan generasi Z yang mengalami fenomena *fear of missing out* dalam dirinya, aktif menggunakan media sosial dan melalui proses komunikasi untuk menghindari sindrom FoMO. Individu tersebut dijadikan sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian yang selanjutnya disebut sebagai informan. Subjek yang akan dijadikan informan dalam penelitian ini yaitu tiga orang narasumber yang termasuk dalam generasi Z yang berdomisili di Kota Semarang, berjenis kelamin perempuan maupun laki-laki, dan aktif dalam bermedia sosial.

1.7.3 Jenis Data

Dalam penelitian kualitatif, jenis data yang digunakan yaitu data yang diperoleh melalui proses wawancara yang kemudian hasilnya dituangkan secara tertulis melalui kata-kata maupun kalimat dari subjek

penelitian, studi literatur, data, serta informasi yang didapatkan dari catatan lapangan, artefak, dokumen resmi maupun transkrip. Data yang didapatkan dari penelitian kualitatif bersifat naratif, deskriptif (Moleong, 2009 : 35).

1.7.4 Sumber Data

Lofland dan lofland (1984:47) menyatakan bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif yaitu dapat berupa kata-kata atau tindakan yang berasal dari narasumber, dengan tambahan berupa dokumen maupun data yang mendukung penelitian tersebut dan diperoleh melalui tindakan wawancara dan sumber data dicatat melalui catatan tertulis, perekaman video dan suara maupun pengambilan foto dan film (Moleong, 2007: 157). Selain itu, Sutopo (2006) menjelaskan bahwa sumber data dari penelitian kualitatif adalah manusia atau responden itu sendiri yang berperan sebagai narasumber dan memberikan informasi tertentu (Sutopo, 2006 : 57-58).

1.7.4.1 Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang dijadikan sumber utama dalam menyediakan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian. Data tersebut dapat diperoleh dari kata dan tindakan individu yang diteliti atau narasumber dari penelitian melalui proses wawancara, yang hasilnya dituliskan dalam catatan tertulis, foto, video maupun *tape* (Moleong, 2005: 134).

1.7.4.2 Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang menyediakan data untuk digunakan oleh pengumpul data (Sugiyono, 2009: 225).

Data yang diperoleh dapat digunakan untuk mendukung data primer dalam penelitian yang sedang dan akan dilakukan.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian kualitatif menggunakan teknik wawancara dengan alat bantu yang dilakukan secara langsung antara peneliti dengan narasumber atau individu yang diteliti. Proses pengamatan dilakukan dengan merumuskan pertanyaan terlebih dahulu sesuai dengan intuisi dan keputusan peneliti bergantung pada situasi. Kemudian individu yang diteliti dapat mengajukan gagasan dan persepsinya dengan kesempatan yang diberi oleh peneliti yang memungkinkan individu tersebut dapat berpartisipasi dalam analisis data (Moleong, 2009: 32).

1.7.6 Analisis Data

Noeng Muhadjir (dalam Abd. Hadi, dkk, 2021: 68) mendefinisikan analisis data sebagai bentuk upaya untuk mencari dan menata catatan hasil observasi, wawancara, serta sumber data lainnya secara sistematis dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman peneliti terkait dengan kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain.

Analisis data yang akan dilakukan pada penelitian yang akan dikaji yaitu melalui proses yang dimulai dengan menelaah setiap data yang tersedia yang berasal dari berbagai sumber. Seperti data-data yang diperoleh melalui proses wawancara, pengamatan di lapangan yang dituliskan dalam catatan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan data

pendukung lainnya. Pada penelitian kualitatif, data yang diperoleh tentu memiliki jumlah yang banyak dan abstrak sehingga perlu dilakukan reduksi data melalui abstraksi. Proses abstraksi merupakan langkah lanjutan setelah data dibaca, dipelajari, dan ditelaah. Abstraksi menghasilkan rangkuman inti yang mencakup proses serta pernyataan-pernyataan penting yang harus ada di dalam hasil dari mengumpulkan data. Kemudian rangkuman tersebut disusun dalam bentuk satuan-satuan yang dikategorikan dalam langkah selanjutnya. Pada langkah ini, dalam membuat kategori dilakukan proses koding dimana menurut Moleong (2009) koding merupakan proses dimana data kualitatif dikategorisasikan untuk membuat uraian terkait implikasi dan rincian di tiap kategorinya (Moleong, 2009: 280-281).

Dalam penelitian fenomenologi, Husserl (dalam Setyowati, dkk, 2023: 31) sebagai studi yang berfokus pada pengalaman individu sebagai studi, metode filosofis yang dilakukan akan berfokus pada pengamatan yang dilakukan secara langsung dan mendeskripsikan fenomena dalam kesadaran. Hal tersebut dilakukan untuk dapat memahami realitas secara lebih jelas dan lebih utuh.

Analisis yang akan dilakukan dalam kajian tradisi fenomenologi, Creswell (2007) (dalam Farid, dkk, 2018: 48-50) mengidentifikasi tahapan analisis data fenomenologi melalui dua metode, yaitu yang digunakan oleh Polkinghorne (1989) dan Moustakas (1994). Metode Moustakas dapat dijelaskan dalam tahapan berikut:

- a. Mengelompokkan data-data yang sudah terkumpul sesuai dengan subtema penelitian. Peneliti membuat daftar pertanyaan dan gambaran jawaban yang relevan dengan permasalahan yang diteliti
- b. Reduksi data dan eliminasi data. Peneliti perlu selektif dalam memilih data yang memang benar-benar dibutuhkan sesuai dengan fenomena yang dikaji untuk diteliti lebih lanjut
- c. Menamai data yang telah melewati proses eliminasi data untuk selanjutnya *invariant constitute* tersebut ditematisasi sesuai pokok permasalahan penelitian.
- d. Identifikasi data untuk memastikan apakah data cocok dengan tema penelitian
- e. Membuat deskripsi tekstural dari masing-masing informan dengan cara membahasakan ulang tanpa mengurasi esensi dari yang dinyatakan oleh subjek. Data yang tersaring dari deskripsi tekstural maka akan digunakan untuk penelitian selanjutnya.
- f. Membuat deskripsi struktural dengan menggabungkan deskripsi tekstural dengan data-data yang didapatkan dari reduksi transedental. Setelahnya akan Nampak data-data dari fenomena yang akan cocok dengan permasalahan penelitian.
- g. Membuat sintesa data dengan merekonstruksi makna dari esensi-esensi fenomena yang merepresentasikan semua permasalahan penelitian

1.7.7 Kualitas Data

Untuk menentukan kualitas atau keabsahan data, terdapat empat kriteria yang digunakan untuk menguji atau memeriksa keabsahan data tersebut, yaitu derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*). Namun dalam penelitian kualitatif, kriteria yang digunakan untuk menguji data adalah melalui kriteria *credibility* dan *transferability* (Moleong : 2009, 324-326).

1. Derajat kepercayaan (*credibility*)

Memiliki fungsi sebagai inkuiri sedemikian rupa sehingga kredibilitas dari hasil penemuan dapat dipercaya serta mempertunjukkan kredibilitas dari hasil penemuan dengan kenyataan yang sedang diteliti

2. Keteralihan (*transferability*)

Menyatakan bahwa hasil dari penemuan dapat digeneralisasi dan dapat diterapkan dalam semua konteks dengan populasi yang sama karena populasi terwakili oleh hasil penemuan yang diperoleh pada sampel

Untuk kedua kriteria lainnya, yaitu kebergantungan (*dependability*) dan kepastian (*confirmability*) berada dalam lingkup penelitian non kualitatif.