

BAB II
FEAR OF MISSING OUT PADA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
DI KALANGAN GENERASI Z

Bab ini akan menjelaskan mengenai FoMO yang terjadi di masyarakat, khususnya di kalangan Generasi Z, dan fenomena kecanduan media sosial di Indonesia. Bab ini juga menjelaskan mengenai intensi penghentian penggunaan media sosial dan faktor-faktor pendorong yang memengaruhinya.

2.1.Fear Of Missing Out (FoMO) dan Kecanduan Media Sosial

Sebagai generasi yang tumbuh di era internet dan kemajuan digital, Gen Z adalah sebuah generasi yang selalu terhubung satu sama lain. Memiliki akun media sosial bukan lagi sebuah pilihan, melainkan sebuah keharusan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa motivasi dan ekspektasi dari pengguna media sosial itu beragam, seperti untuk memenuhi kebutuhan sosial, pengalihan dari emosi negatif, dan mendapatkan timbal balik yang positif dari orang lain berdasarkan konten yang mereka bagikan (Krämer & Winter, 2008; Neubaum & Krämer, 2015).

Generasi Z yang idealnya terdiri dari segmen siswa sekolah, mahasiswa, hingga tenaga kerja baru ini memiliki kebutuhan yang tinggi untuk terlibat atau terhubung dengan orang lain sehingga mendorong kegiatan sosialisasi secara

daring. Mereka juga senang berinteraksi dengan orang-orang yang mereka kenal dari generasi lain dan percaya bahwa memberikan tanggapan dan masukan positif adalah hal yang penting (Yadav & Rai, 2017). Hal tersebut mendorong tingginya waktu yang dihabiskan oleh Generasi Z dalam mengakses media sosial.

Generasi Z, yang dikelompokkan lahir antara tahun 1997 hingga 2012, bisa menghabiskan waktu rata-rata selama 3 jam 18 menit untuk mengakses media sosial (We Are Social, 2023). Setelah dihadapkan dengan pandemi Covid-19, situasi di mana individu dipaksa untuk berinteraksi secara daring melalui media sosial selama 24 jam per hari, kecenderungan untuk mengakses media sosial semakin meningkat dan peningkatan frekuensi penggunaan media sosial secara signifikan meningkatkan risiko gangguan klinis yang salah satunya digambarkan sebagai FoMO (Pellegrino et al., 2022).

Beberapa penelitian juga menemukan bahwa kebiasaan pengguna dalam mengakses media sosial secara berlebih dapat menyebabkan kecanduan sehingga timbul dampak negatif terhadap kinerja di sekolah, perilaku sosial, dan hubungan interpersonal. Sebagai akibat dari kecanduan, pengguna menjadi sangat terlibat dengan aktivitas daring yang dimotivasi oleh keinginan tak terkendali untuk menelusuri halaman media sosial dan membuat waktu yang dihabiskan untuk mengakses media sosial tinggi. Upaya yang diberikan untuk

tetap terlibat juga besar, sehingga dapat mengganggu area kehidupan penting yang lain di dalam kehidupan mereka (Pellegrino et al., 2022).

Sebagai sebuah istilah unik yang mulai dikenalkan pada tahun 2004, FoMO (*Fear of Missing Out*) kemudian digunakan secara luas pada awal tahun 2010 untuk menjelaskan fenomena yang diamati di media sosial. Pada saat itu, penggunaan media sosial telah tumbuh pesat di seluruh dunia sejalan dengan semakin tersebar luasnya akses terhadap ponsel pintar yang memudahkan orang untuk mendapatkan pengalaman bersosialisasi di media sosial. Sejak awal, FoMO dicirikan sebagai sebuah konstruksi yang berpotensi untuk memicu kecemasan dalam bermedia sosial (Elhai et al., 2021).

McGinnis (2020:4) dalam bukunya menjelaskan fenomena FoMO sebagai sebuah perasaan cemas yang tiba-tiba tanpa ada aba-aba. Tidak peduli di mana pun dia berada dan apa pun yang dia lakukan, dia merasa terdapat suatu hal lebih baik yang sedang terjadi di tempat lain. Dia percaya bahwa perasaan cemas tersebut dibentuk oleh lingkungan. Dalam hidupnya, baru kali ini dia dihadapkan oleh begitu banyak pilihan dan di saat yang bersamaan dia merasa tidak mampu untuk menjelajah setiap kesempatan tersebut, bahkan hanya untuk mengintip. Pada akhirnya, dia membandingkan dirinya dengan teman-temannya yang sebagian besar terlihat bahagia atas kesibukan mereka yang luar

biasa, dan langsung merasa bahwa dirinya tidak akan pernah mungkin menyamai langkahnya dengan teman-temannya.

Sejalan dengan deskripsi McGinnis tersebut, dapat diketahui bahwa hal ini juga terjadi pada lingkungan sosial saat ini. Setiap hari, orang-orang disuguhi berbagai informasi melalui konten-konten yang dibagikan di berbagai media sosial, seperti Twitter, Instagram, LinkedIn, Facebook, dan Snapchat. Informasi tersebut beredar dengan sangat cepat tanpa adanya batasan, yang kemudian menebar rasa takut; takut ketinggalan kegiatan apa pun yang sedang berlangsung di lingkungan sekitar, terlebih lagi apabila kegiatan tersebut memiliki potensi untuk menjadi suatu kejadian yang lebih besar, lebih keren, dan lebih menggugah daripada kegiatan yang sedang diri sendiri kerjakan. Namun pada saat itu, perasaan ini belum memiliki nama (McGinnis, 2020:4).

Dalam bukunya, McGinnis (2020:6) juga menjelaskan bahwa keinginan untuk terus melakukan segala hal yang banyak dilakukan oleh orang lain tanpa ada satu hal pun yang tertinggal karena takut melewatkan kesempatan merupakan asal mula terciptanya FoMO. Dia menjelaskan bahwa tuntutan untuk terus mengikuti hal-hal mayor yang terjadi di lingkungan sekitar membuat dirinya menghabiskan begitu banyak waktu dan energi untuk hal-hal yang sifatnya bukan prioritas. Dia hanya melakukan hal-hal tersebut karena banyak orang juga melakukan hal yang sama.

McGinnis (2020:7-8) juga menceritakan bahwa ciri-ciri orang yang terjangkit FoMO adalah mereka yang kehilangan kemampuan untuk menolak ajakan orang lain untuk mendatangi sebuah pesta, menolak undangan makan malam bersama, atau acara apa pun yang dihadiri oleh orang-orang yang bisa saja menjadi orang yang berharga bagi jaringan sosialnya tanpa peduli dengan konsekuensi yang didapat.

Di Indonesia, penelitian yang mengkaji mengenai FoMO masih sangat minim walau bukan berarti tidak ada. Maysitoh et al. (2020) melakukan penelitian dengan judul “Tingkat Kecenderungan FoMO Pada Generasi Millennial” di Padang dengan sampel penelitian sebanyak 98 responden yang merupakan mahasiswa jurusan Kurikulum dan Teknologi Pendidikan, Universitas Negeri Padang. Penelitian ini menemukan bahwa tingkat FoMO pada mahasiswa sebesar 47,59 persen pada kategori rendah.

“Gejala Fear of Missing Out dan Adiksi Media Sosial Remaja Putri di Era Pandemi Covid-19” adalah penelitian lain yang dilakukan oleh Siti Nuriyah Fatkhul Jannah dan Thalitha Sacharissa Rosyidiani di tahun 2022 dengan hasil temuan yang berbeda. Penelitian kualitatif ini dilakukan dengan mewawancarai remaja putri sekolah menengah pertama di Kelurahan Cirendeu. Berdasarkan

penelitian ini, terlihat bahwa remaja putri memiliki gejala FoMO di media sosial dan hal tersebut menyebabkan terjadinya kecanduan media sosial.

Kemudian terdapat penelitian yang dilakukan oleh Ekasriwahyuningsih Siregar di Makassar dengan judul “Gambaran FoMO Pada Remaja di Kota Makassar”. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2022 dan merupakan penelitian kuantitatif dengan sampel sebesar 253 responden. Melalui penelitian ini ditemukan bahwa tingkatan FoMO yang dimiliki oleh remaja yang aktif bermedia sosial di Kota Makassar sebesar 41,1% dalam kategori sedang.

Terdapat pula penelitian yang dilakukan oleh Kevin Adrian dan Riana Sahrani pada tahun 2021 dengan judul “*Relationship Between Fear of Missing Out (FoMO) and Problematic Smartphone Use (PSU) in Generation Z with Stress as a Moderator*”. Penelitian ini dilakukan di Jakarta Barat dengan metode kuantitatif kepada 300 responden yang berumur 13-23 tahun. Berdasarkan temuan penelitian ini, FoMO memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan PSU.

Beberapa penelitian tersebut memiliki satu kesamaan, yaitu studi mengenai FoMO banyak dilakukan kepada Generasi Z (siswa dan mahasiswa), karena Generasi Z merupakan generasi yang paling aktif dalam menggunakan media sosial. Yadav & Rai (2017b) dalam penelitiannya mengemukakan beberapa

faktor yang mendorong Gen Z untuk aktif bermedia sosial, seperti: Generasi Z ingin menjelajahi dan merasakan masyarakat sosial virtual dan menggunakan platform jejaring sosial untuk interaksi sosial. Jejaring sosial seperti Facebook, Whatsapp, Tumblr, Instagram, dan Twitter dapat membantu mengidentifikasi, memvisualisasikan, memelihara, dan meningkatkan aset sosial anggota muda karena karakter mereka dibentuk oleh apa yang mereka bagikan secara daring tentang diri mereka sendiri dan apa yang dibagikan orang lain tentang diri mereka.

2.2. Intensi Untuk Berhenti Menggunakan Media Sosial

Farooq et al. (2023) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa tekanan sosial mendorong pengguna untuk meninggalkan media sosial. Tekanan tersebut dapat muncul dari hubungan atau kontak dekat seseorang (misalnya, keluarga, teman, kolega) atau hubungan atau kontak jauh (misalnya, komunitas yang lebih luas). Gangguan yang disebabkan oleh banyaknya permintaan pertemanan dan kehadiran orang yang tidak lagi ingin berinteraksi di media sosial adalah alasan lain di balik intensi penghentian penggunaan media sosial. Kemungkinan kesalahpahaman dan salah tafsir lebih tinggi dalam komunikasi daring daripada luring, sehingga dapat mendorong pengguna untuk keluar dari media sosial.

Penelitian yang mengkaji mengenai intensi untuk meninggalkan suatu teknologi awalnya berfokus kepada kinerja sistem, kesesuaian sistem, dukungan sistem, dan integrasi teknis yang mengarah ke efek negatif pada pengguna. Kemudian para peneliti mulai melihat dari pola pandang pengguna dan bukan pola pandang sistem informasi suatu teknologi. Dari perspektif pengguna, dampak negatif dari penggunaan sebuah sistem informasi terletak pada aspek psikologi dan jasmani pengguna; seperti kelelahan dan penyesalan yang didapatkan saat menggunakan sistem informasi suatu teknologi tersebut (Fu & Li, 2020).

Dalam satu dekade terakhir, penelitian mengenai intensi penghentian penggunaan atau *discontinuance use intention* telah membuat kemajuan yang luar biasa, tidak hanya dalam ruang lingkupnya namun juga dalam menjelaskan pasang surut yang terkait dengan penggunaan teknologi atau media sosial (Kapoor et al., 2017). Banyak peneliti yang mengeksplorasi sisi perilaku pengguna dalam bermedia sosial, hingga beberapa menemukan faktor yang mencegah pengguna untuk lanjut menggunakan media sosial tersebut. Pada tahun 2012, Turel dan Serenko dalam penelitiannya memperingatkan untuk tidak menggunakan situs media sosial secara berlebihan, karena dapat menyebabkan ketergantungan psikologis yang kuat pada media sosial.

Kemudian Turel (2015) menggunakan teori kognitif pada penelitiannya untuk mengungkapkan bahwa perasaan bersalah terkait penggunaan situs media sosial dapat meningkatkan niat pemberhentian penggunaan media sosial tersebut. Namun Maier et al. (2015) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa meskipun faktor-faktor pencipta stres dalam menggunakan media sosial dapat meningkatkan niat pengguna untuk berhenti menggunakan media sosial, tingkat niat tersebut dapat berkurang apabila pengguna beralih ke alternatif media sosial lain (tidak terpaku kepada satu media sosial saja). Tinjauan studi yang terkait dengan tema ini menunjukkan bahwa sejak 2010, peneliti sistem informasi telah berfokus pada pemeriksaan konsekuensi disfungsional dari adopsi media sosial, seperti kecanduan, stres, informasi yang berlebihan, dan lain-lain (Kapoor et al., 2017).

Keinginan pengguna untuk berhenti menggunakan media sosial dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu keinginan untuk berhenti menggunakan secara sementara (hanya untuk melakukan sesuatu yang spesifik) dan keinginan untuk berhenti menggunakan media sosial secara permanen. Sebagian pengguna memiliki alasan etis yang kuat mengenai pemberhentian penggunaan media sosial, tetapi di saat yang sama mereka juga memiliki alasan praktis yang kuat untuk tetap menggunakannya dalam keadaan tertentu sehingga mereka hanya dapat membatasi penggunaan media sosial, tidak sepenuhnya berhenti menggunakan media sosial (“The Oxford Handbook of Digital Ethics”, 2021).

Robert Mark Simpson dalam "*The Oxford Handbook of Digital Ethics*" (2021) menyatakan bahwa bagaimana seseorang menimbang biaya dan manfaat menggunakan media sosial tergantung pada situasi pribadi mereka. Secara umum, orang tampaknya menyerah karena alasan kepentingan pribadi yang masuk akal ditambah dengan ketakutan samar akan keterlibatan mereka dalam berbagai masalah sosial yang dipengaruhi oleh media sosial.