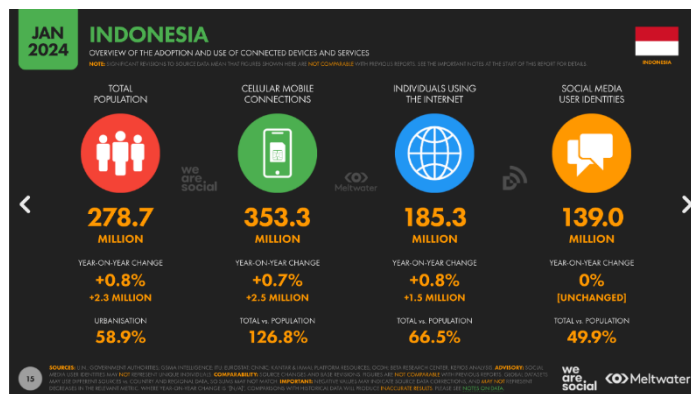


BAB I

Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Penelitian

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak akan lepas dari komunikasi. Dengan sifat manusia sebagai makhluk sosial, tentunya manusia membutuhkan interaksi dengan manusia lainnya. Manusia terus melakukan inovasi agar dapat memudahkan proses komunikasi antar satu individu dengan individu lainnya. Inovasi yang dilakukan oleh manusia tentunya tidak lepas dari perkembangan teknologi, baik itu teknologi komunikasi maupun teknologi informasi. Teknologi informasi dan komunikasi yang telah berkembang, telah menciptakan ruang khusus yang bersifat maya sehingga seluruh aktivitas manusia mulai beralih kedalamnya (Nopti & Aditia, 2022). Dengan semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi maka pertukaran informasi juga menjadi semakin cepat, hal ini menjawab kebutuhan manusia yang haus akan informasi.



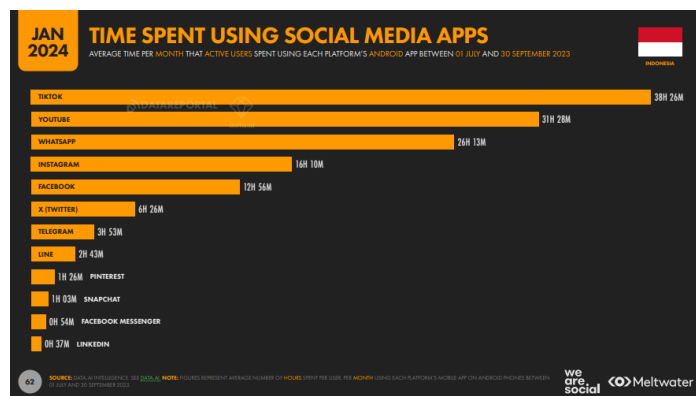
Gambar 1. 1 Data Pengguna Media Sosial Aktif di Indonesia
Sumber: (We Are Social, 2024)

Internet dan media sosial merupakan hasil dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (Susanto, 2017). Bagi masyarakat di Indonesia, penggunaan internet dan media sosial sebagai alat untuk bertukar informasi sudah menjadi hal yang lumrah. Dapat dilihat dari Gambar 1 bahwa ada sebanyak 185,3 juta penduduk Indonesia tercatat sebagai pengguna internet aktif bahkan ada 139 juta atau 49,9% penduduk Indonesia yang tercatat sebagai pengguna aktif media sosial. Hal ini menjadi bukti bahwa teknologi informasi dan komunikasi sudah berkembang dengan pesat di Indonesia. Dari data di atas, dapat dilihat

bahwa internet khususnya media sosial, merupakan salah satu hal penting dalam berkomunikasi.

Mengacu pada pemaparan di atas, perkembangan teknologi informasi telah melahirkan sebuah era baru yaitu era digital. Kehadiran era digital telah menciptakan sebuah pola interaksi baru di dalam masyarakat yaitu masyarakat siber (*cyber society*) (Nopti & Aditia, 2022). Dalam sudut pandang teoritis, masyarakat siber dapat didefinisikan sebagai komunitas yang berlandaskan pada pengetahuan dan teknologi, serta terbentuk melalui interaksi sosial baru yang difasilitasi oleh komunikasi berbasis komputer yang saling terhubung dan memiliki kemampuan untuk saling bertukar informasi dan pemikiran secara instan (Nugroho, 2020, p. 98). Adanya pola interaksi masyarakat siber akan mengubah pola komunikasi yang sebelumnya lebih mengandalkan tatap muka (*face-to-face*) menjadi lebih banyak diinisiasikan oleh teknologi khususnya media sosial. Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi dapat membuat penggunanya selalu terkoneksi dengan masyarakat siber. Maka dari itu masyarakat siber cenderung memamerkan dirinya untuk mencari perhatian publik.

Media sosial memiliki daya tarik tersendiri sehingga banyak orang ingin menggunakannya. Penggunaan media sosial yang masif ini tak lepas dari adanya fitur-fitur yang diberikan. Penyebaran informasi yang cepat dan luas dengan akses tak terbatas menjadi hal yang diperhitungkan oleh para penggunanya ketika memakai media sosial (Susanto, 2017). Media sosial sendiri memiliki fitur untuk mengunggah informasi serta akses untuk memberikan komentar sehingga setiap penggunanya dapat saling memberikan umpan balik secara langsung (Secsio et al., 2016). Dengan segala kelebihan dan kemudahan yang ditawarkan, media sosial mampu menjadi salah satu alat komunikasi yang paling banyak dan sering dipakai. Oleh sebab itu, pengaruh yang dihasilkan dari penggunaan media sosial akan sangat besar.



Gambar 1. 2 Data Rata Rata Waktu Penggunaan Media Sosial di Indonesia
Sumber: (We Are Social, 2024)

Masyarakat Indonesia telah terbiasa menggunakan media sosial yang dapat diakses dengan mudah melalui ponsel pintar. Pada pemaparan sebelumnya, sebanyak 139 juta masyarakat di Indonesia telah menjadi pengguna aktif media sosial. Dari banyaknya media sosial yang tersedia seperti Instagram, Twitter, dan WhatsApp dapat dilihat bahwa masyarakat Indonesia menghabiskan rata-rata waktu terbanyak yaitu 38 jam 26 menit dalam sebulan untuk menggunakan aplikasi TikTok (We Are Social, 2024). TikTok merupakan sebuah platform media sosial yang dapat memutar video pendek juga menampilkan foto yang diunggah oleh para penggunanya secara bebas dan *realtime* (Apriyanti & Wijayani, 2024). TikTok menyediakan berbagai macam fitur bagi penggunanya seperti pemutaran musik, mengunggah video dengan filter, stiker kreatif dan lainnya (Bahri et al., 2022). Kebebasan dalam mengunggah berbagai macam konten didalam aplikasi TikTok menjadikan persebaran konten menjadi tidak dapat dikendalikan (Adawiyah, 2020).

Sebagai media sosial, TikTok dapat menyediakan akses kepada segala hal secara *realtime*, menjadikan para penggunanya menghabiskan banyak waktu mereka untuk melihat kegiatan yang sedang dilakukan oleh pengguna lainnya (Apriyanti & Wijayani, 2024). Interaksi antar pengguna yang secara terus menerus terjadi memunculkan sebuah perasaan cemas dan menjadikan para pengguna media sosial tidak dapat berhenti untuk melihat apa yang sedang dilakukan oleh pengguna lainnya (Apriyanti & Wijayani, 2024). Perasaan cemas ini kemudian berkembang menjadi sebuah ketakutan akan tertinggal dengan hal hal dan berita yang sedang tren (Cahyadi, 2021). Perasaan takut ini kemudian dikenal luas oleh masyarakat sebagai *Fear of Missing Out* atau fenomena FoMO. Beberapa faktor yang mempengaruhi fenomena FoMO antara lain; konsep diri, regulasi diri, banyaknya penggunaan dan kecanduan media sosial, serta kepercayaan diri (Zahroh & Sholichah, 2022).

Fenomena FoMO dapat terjadi kepada individu yang memiliki tekanan dalam lingkungan dan ketidakpuasan dalam aspek kebutuhan manusiawinya yaitu kebutuhan akan otonomi, kompetensi, dan keterhubungan dengan individu lain (Przybylski et al., 2013). Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, seseorang yang terindikasi FoMO menjadikan media sosial sebagai alat untuk dapat memenuhi hasrat kebutuhan manusiawinya. Pada tahun 2022, berdasarkan data yang diperoleh dari databoks, rata-rata pengguna aplikasi TikTok dengan usia terbanyak merupakan remaja dengan usia 18-24 tahun (Santika, 2023). Sebuah survey yang diadakan pada tahun 2021 untuk mengetahui persentase remaja Indonesia yang terindikasi mengalami FoMO. Dari 638 peserta responden, 63,4% atau sebanyak 412 peserta terindikasi mengalami FoMO (Kaloeti et al., 2021). Hal ini selaras dengan fenomena FoMO yang banyak terjadi di kalangan mahasiswa dengan usia 18-25 tahun dengan banyaknya tekanan dari lingkungannya (Yusra & Napitupulu, 2022).

No	Nama Perguruan Tinggi	Jumlah Mahasiswa
1	Universitas Pendidikan Indonesia	49.975
2	Universitas Padjajaran	42.325
3	Universitas Telkom	36.898
4	Institut Teknologi Bandung	23.848

Tabel 1. 1 Jumlah Mahasiswa di Perguruan Tinggi Bandung
(Olahan Peneliti, 2024)

Menurut laporan Statistik Indonesia, pada tahun 2021 terdapat sebanyak 3.115 perguruan tinggi yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia dan Jawa Barat menjadi provinsi dengan perguruan tinggi terbanyak yaitu 392 perguruan tinggi (Annur, 2022). Bandung sebagai ibu kota Provinsi Jawa Barat memiliki jumlah mahasiswa aktif terbanyak dibandingkan kota lainnya di Jawa Barat. Tabel di atas menyajikan data empat perguruan tinggi di Bandung dengan jumlah mahasiswa terbanyak dengan Universitas Pendidikan Indonesia di peringkat pertama, disusul dengan Universitas Padjajaran, Universitas Telkom, dan Institut Teknologi

Bandung setelahnya. Sebagai salah satu perguruan tinggi dengan mahasiswa terbanyak, peneliti mengambil sampel mahasiswa Universitas Telkom untuk dijadikan informan penelitian. Pemilihan Mahasiswa Universitas Telkom sebagai informan utama dalam penelitian ini juga untuk memudahkan peneliti dalam pengumpulan dan pengambilan data.

Konsep diri remaja adalah fondasi yang membentuk perilaku mereka, termasuk kebiasaan menggunakan media sosial (Maknun et al., 2023). Cara remaja memandang dirinya sendiri akan sangat mempengaruhi bagaimana mereka berinteraksi dengan orang lain dan dunia di sekitar mereka (Maknun et al., 2023). Konsep diri yang terbentuk, baik secara positif maupun negatif, akan mempengaruhi aktivitas sehari-hari, baik dalam interaksi sosial maupun dalam kehidupan pribadi. Konsep ini akan memengaruhi pola perilaku individu (Imaddudin, 2020). Pandangan akan dirinya secara tidak sadar akan terbentuk dengan penggunaan media sosial yang semakin mendominasi dalam kesehariannya (Imaddudin, 2020).

Menongkrong adalah kegiatan berkumpul dengan teman dan kerabat yang sering melibatkan percakapan beragam, mulai dari topik yang santai hingga pembahasan yang lebih serius. Biasanya, kegiatan ini dilakukan di tempat-tempat seperti *coffee shop*, di mana suasana yang nyaman mendukung interaksi sosial yang menyenangkan (Widjayanto & Nugroho, 2020). Berdasarkan data dari Open Data Kota Bandung, per tahun 2022 tercatat ada 3.974 rumah makan, restoran dan *café* di Kota Bandung (Open Data Kota Bandung, 2023). Budaya menongkrong juga dapat dikenal sebagai tempat atau ruang yang egaliter karena menarik berbagai macam orang tanpa membedakan strata sosial (Widjayanto & Nugroho, 2020).

Fenomena FOMO merupakan salah satu pendorong di balik tren menongkrong di *coffee shop* yang sedang populer (Gustiawan & Satriyono, 2022). Masyarakat khususnya pengguna media sosial saat ini akan mencari *coffee shop* dengan konsep bagus yang dapat mereka unggah di akun media sosial mereka (Gustiawan & Satriyono, 2022). Hal ini selaras dengan pengertian FoMO sebagai rasa cemas yang disebabkan oleh keinginan untuk tetap terhubung dengan segala aktivitas orang lain (Zhang et al., 2020). Fenomena FoMO lebih lanjut akan membuat seseorang tidak merasa puas akan dirinya dan berusaha untuk mendapatkan apa yang orang lain rasakan (Yusra & Napitupulu, 2022).

Sebagai rujukan dalam Menyusun penelitian ini, peneliti memilih 5 jurnal yang menjadi bahan acuan peneliti. Penelitian terdahulu mengungkap bahwa fenomena FoMO merupakan

perasaan untuk tetap ingin terhubung dengan orang lain (Przybylski et al., 2013). Masalah dari penelitian terdahulu ini adalah untuk mendefinisikan FoMO dan menjelaskan tentang 3 hal yaitu pertama mengkonstruksi fenomena FoMO, kedua menyelidiki faktor faktor yang menyebabkan FoMO, ketiga meneliti korelasi antara perilaku dan emosional dari FoMO dengan sampel orang dewasa muda dan implikasi dari ukuran FoMO untuk menjadi pijakan awal terhadap penelitian FoMO lebih lanjut. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti akan menganalisis dengan *self-concept theory*. Penelitian terdahulu juga berfokus dalam mencari faktor yang menyebabkan adanya fenomena FoMO, sedangkan penelitian yang peneliti teliti akan lebih mendalami bagaimana konsep diri dari mahasiswa yang mengalami fenomena FoMO.

Penelitian terdahulu selanjutnya yang peneliti jadikan acuan, meneliti keterkaitan antara kecanduan media sosial dengan fenomena FoMO (Aisafitri & Yusriyah, 2021). Untuk menjelaskan fenomena FoMO, peneliti terdahulu memakai teori determinasi diri yang pertama kali diperkenalkan oleh Edward Deci dan Ryan Richard. Sedangkan penelitian yang diteliti oleh peneliti saat ini peneliti akan menganalisis dengan *self-concept theory*. Dalam penelitian terdahulu, peneliti lebih mengarah pada penemuan dampak positif dan dampak negatif dari fenomena FoMO. Berbeda dengan penelitian terdahulu, peneliti saat ini lebih menggali pada bagaimana fenomena FoMO yang dialami oleh Mahasiswa Universitas Telkom pengguna media sosial TikTok dalam menyikapi tren menongkrong di *coffe shop*.

Penelitian terdahulu berikutnya membahas tentang bagaimana sosial media dapat mempengaruhi seseorang dalam menghadiri pemutaran film theatre dan kaitannya dengan fenomena FoMO (Tefertiller et al., 2020). Untuk dapat memahami fenomena tersebut, penelitian terdahulu memakai teori *uses and gratification* dalam membahas hubungan dan implikasi dari penggunaan media sosial. Sedangkan penelitian yang diteliti oleh peneliti saat ini peneliti akan menganalisis dengan *self-concept theory*. Penelitian saat ini juga lebih berfokus dalam memahami bagaimana fenomena FoMO terjadi pada Mahasiswa Universitas Telkom pengguna media sosial TikTok tentang tren menongkrong di *coffe shop*.

Penelitian terdahulu lainnya menyatakan bahwa fenomena FoMO dipengaruhi oleh dua aspek yaitu konsep diri dan regulasi diri (Zahroh & Sholichah, 2022). Penelitian terdahulu tersebut menyebutkan bahwa rendahnya regulasi diri dan konsep diri yang tidak baik dapat menyebabkan FoMO pada diri seseorang. Berbeda dari penelitian terdahulu yang hanya menguji apakah ada hubungan antara regulasi diri dan konsep diri dengan fenomena FoMO,

pada penelitian yang saat ini peneliti teliti akan membahas lebih lanjut dari aspek konsep diri menggunakan *self-concept theory*. Pada penelitian ini juga, peneliti akan menggunakan metode penelitian kualitatif untuk dapat mengetahui lebih pengalaman yang dialami oleh Mahasiswa Universitas Telkom berkaitan dengan fenomena FoMO. Sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif untuk mengetahui hubungan antar regulasi dan konsep diri dengan fenomena FoMO.

Penelitian terdahulu selanjutnya yang peneliti jadikan acuan mengatakan bahwa fenomena FoMO adalah sebuah hambatan interaksi sosial yang diakibatkan oleh perasaan semu sehingga orang yang terindikasi FoMO sulit membedakan realita dan semu (Sulastri & Sylvia, 2022). Penelitian terdahulu tersebut mengkaji secara dalam bagaimana FoMO dapat menghambat interaksi sosial yang dialami oleh mahasiswa. Disisi lain penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini lebih berfokus mengenai konsep diri Mahasiswa Universitas Telkom dalam menyikapi fenomena FoMO pada tren menongkrong di *coffee shop*. Teori yang dipakai oleh penelitian terdahulu menggunakan teori *hyperreality* Jean Baudrillard, sedangkan teori yang dipakai oleh peneliti adalah teori *self-concept theory*.

Metode yang peneliti gunakan untuk dapat menganalisis fenomena FoMO yang di alami oleh Mahasiswa Universitas Telkom pada tren menongkrong di *coffee shop* adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *self-concept theory* untuk menggali lebih dalam bagaimana Mahasiswa Universitas Telkom pengguna media sosial TikTok menyikapi fenomena FoMO tren menongkrong di *coffee shop*. Individu dengan konsep diri yang buruk akan memunculkan perasaan bersalah, tidak mampu dan ingin setara atau lebih unggul dari individu lainnya (Zahroh & Sholichah, 2022).

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tidak menemukan penelitian yang membahas secara rinci mengenai fenomena FoMO dilihat menggunakan *self-concept theory*. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk menganalisis fenomena *Fear of Missing Out* pada Mahasiswa Universitas Telkom Pengguna TikTok dalam menyikapi tren menongkrong di *coffee shop*.

1.2. Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini memiliki pertanyaan penelitian:

- 1) Bagaimana fenomena FoMO terkait menongkrong di kedai kopi di kalangan mahasiswa Universitas Telkom?

- 2) Bagaimana konsep diri mahasiswa Universitas Telkom pengguna aplikasi TikTok yang terpapar *Fear of Missing Out* terkait menongkrong di kedai kopi.?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan peneliti adalah

- 1) Untuk mengetahui fenomena FoMO terkait menongkrong di kedai kopi di kalangan mahasiswa Universitas Telkom.
- 2) Untuk mengetahui konsep diri mahasiswa Universitas Telkom pengguna aplikasi TikTok yang terpapar Fear of Missing Out terkait menongkrong di kedai kopi.

1.4. Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini, penulis berharap akan memberikan manfaat baik manfaat secara akademik dan praktis:

1.4.1. Manfaat Teoritis

- a. Secara akademik, penulis berharap bahwa hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan diskusi terkait.
- b. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana remaja khususnya mahasiswa menyikapi fenomena FoMO.

1.4.2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan atau sudut pandang tambahan bagi mahasiswa dalam mengatasi Ketakutan Ketinggalan (FoMO).
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan kesadaran mahasiswa dalam menyikapi fenomena FoMO.

1.5. Waktu Penelitian

Saat merencanakan penelitian, peneliti telah menetapkan jadwal dan durasi waktu untuk melaksanakan penelitian. Namun, jadwal yang tercantum dalam Tabel 1.2 bisa mengalami perubahan sesuai dengan penyesuaian yang dibutuhkan selama proses penelitian berlangsung.

Tabel 1. 2 Waktu Penelitian

Tahapan	Waktu Pengerjaan						
	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu
Menentukan Topik, Judul, dan Metode Penelitian	■						
Proses Penyusunan BAB I		■	■				
Proses Penyusunan BAB II			■				
Proses Penyusunan BAB III				■	■		
Desk Evaluation					■		
Pengumpulan dan Pengolahan Data						■	
Proses Penyusunan BAB IV						■	
Proses Penyusunan BAB V						■	
Sidang Skripsi							■