

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena digitalisasi yang pesat telah membawa transformasi besar dalam kehidupan sosial masyarakat, terutama dalam cara berkomunikasi dan mengonsumsi informasi. Salah satu wujud nyata dari digitalisasi ini adalah kehadiran media sosial yang kini menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. TikTok, sebagai platform berbasis video pendek, telah menjelma menjadi media sosial dengan pertumbuhan pengguna tercepat di dunia. Menurut data dari Data Reportal (2024), TikTok memiliki lebih dari 1,5 miliar pengguna aktif global setiap bulannya, dengan pengguna terbanyak berasal dari kalangan Generasi Z (usia 12–27 tahun).

Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, dikenal sebagai generasi *digital native* yang tumbuh bersama teknologi dan internet. Keterlibatan mereka yang tinggi dengan media sosial menjadikan mereka rentan terhadap fenomena psikologis tertentu, salah satunya adalah *Fear of Missing Out* (FOMO). FOMO menggambarkan perasaan cemas atau takut tertinggal informasi atau pengalaman yang dianggap menarik atau penting yang dialami oleh orang lain.

TikTok telah menjadi platform media sosial yang sangat populer di kalangan Generasi Z di Indonesia. Penggunaannya yang intensif sering kali memunculkan perasaan takut tertinggal informasi atau tren terbaru, yang dikenal dengan istilah *Fear of Missing Out* (FOMO). Fenomena ini ditandai dengan kecemasan ketika tidak dapat mengikuti perkembangan konten viral atau aktivitas teman sebaya di platform tersebut. (Nur Kholizha Putri Andini Fahsya, 2025)

Fenomena FOMO telah menjadi perhatian dalam berbagai penelitian karena dampaknya terhadap kesejahteraan psikologis individu. Penelitian oleh (Herawati et al., 2022) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang intensif dapat meningkatkan tingkat FOMO pada Generasi Z, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi kesehatan mental dan perilaku sosial mereka. Penggunaan TikTok

yang berlebihan juga dapat menyebabkan gangguan tidur, penurunan kualitas hubungan interpersonal, dan penurunan kesejahteraan emosional. Hal ini menunjukkan pentingnya memahami dan mengelola FOMO untuk menjaga keseimbangan hidup yang sehat.

Fenomena ini tidak hanya menjadi bentuk hiburan semata, tetapi juga mencerminkan cara baru dalam produksi dan konsumsi konten visual oleh Generasi Z. Tren *velocity* dapat dipandang sebagai simbol gaya komunikasi digital yang khas dan menjadi salah satu mekanisme *coping* bagi mereka dalam menghadapi tekanan sosial dan emosional di era digital. Melalui tren ini, Generasi Z tidak hanya mengekspresikan kreativitas, tetapi juga berinteraksi dengan budaya populer yang terus berubah dengan cepat. (Adelia Aritonang et al., 2025)



Gambar 1.1 Cuplikan beberapa trend velocity

Sumber: Tiktok

Namun, tren *velocity* juga menimbulkan pertanyaan kritis mengenai dampaknya terhadap perilaku, gaya hidup, dan perkembangan moral para penggunanya, terutama siswa dan mahasiswa.

FOMO tidak hanya memengaruhi kesejahteraan emosional individu tetapi juga berdampak pada perilaku sosial. Studi menunjukkan bahwa individu dengan tingkat FOMO tinggi cenderung mengalami kecemasan sosial, penurunan harga diri, dan

ketergantungan pada media sosial . Hal ini dapat mengganggu interaksi sosial di dunia nyata dan menurunkan kualitas hidup. (Welly Wirman, Ringgo Eldapi Yozani, Sesdia Angela, 2023)

Penelitian oleh (Dinda Aziziyah Al Mufarida, 2024) menemukan bahwa terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan tingkat FOMO pada pengguna TikTok. Semakin tinggi kontrol diri seseorang, semakin rendah tingkat FOMO yang dialaminya. Korelasi antara *self control* dengan FOMO yang terjadi pada generasi Z dikarenakan individu berada pada kondisi dimana individu ingin selalu mencari tahu tentang tren atau sebuah informasi yang sedang viral di TikTok atau pengalaman yang menarik yang dilakukan oleh pengguna lain di TikTok. Ketika individu tertinggal suatu informasi atau tren atau pengalaman pengguna lain yang sedang viral individu akan merasakan rasa cemas, takut dan kekhawatiran, hal ini tidak disadari oleh tiap individu ketika individu dalam keadaan *self control* yang rendah.

Penggunaan TikTok oleh Generasi Z sering kali didorong oleh motivasi untuk tetap terhubung dengan komunitas, mencari hiburan, dan mengekspresikan diri. Namun, motivasi ini dapat berubah menjadi tekanan sosial untuk selalu hadir dan aktif di platform, yang memperkuat perasaan FOMO.



Gambar 1.2 Kolom pencarian tren tiktok

Sumber: Tiktok

TikTok, dengan fitur algoritma yang menyesuaikan konten berdasarkan preferensi pengguna, dapat memperkuat perasaan FOMO. Pengguna sering kali merasa perlu untuk terus memperbarui diri dengan tren terbaru agar tidak tertinggal, yang dapat menyebabkan kecemasan dan tekanan sosial. Penelitian oleh (Ulya, 2024) menyoroti bagaimana TikTok mempengaruhi perilaku pengguna. Namun, di

era kemajuan teknologi yang pesat, masyarakat menghadapi fenomena yang disebut FOMO pada media sosial yang menyebabkan mereka merasa gelisah, tidak sabar, dan cemas pada saat melihat orang lain mengalami momen berharga, bahkan jika mereka tidak terlibat secara langsung.

Akibatnya, mereka yang menderita FoMO (takut ketinggalan) mencoba mengikuti tindakan mereka yang masih terlihat di media sosial. TikTok juga memfasilitasi pembentukan identitas diri melalui konten yang dibagikan dan interaksi dengan pengguna lain. Namun, kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan dan validasi sosial dapat memperkuat perasaan FOMO, terutama ketika pengguna membandingkan diri mereka dengan orang lain yang dianggap lebih sukses atau populer. (Siradjuddin et al., 2023)

Algoritma TikTok yang dirancang untuk menampilkan konten yang relevan dan menarik dapat memperkuat FOMO dengan terus-menerus menyajikan tren baru dan aktivitas pengguna lain. Hal ini menciptakan siklus di mana pengguna merasa perlu untuk terus memeriksa aplikasi agar tidak ketinggalan informasi. (Hidayatul Fitri, Dyta Setiawati Hariyono, 2024)

Dalam konteks budaya Indonesia, nilai-nilai kolektivisme dapat memperkuat dampak FOMO, karena individu merasa perlu untuk selalu terhubung dan mengikuti dinamika sosial kelompoknya. Hal ini menjadikan studi tentang FOMO dalam konteks lokal menjadi penting untuk memahami dinamika sosial yang unik. Untuk memahami makna dan pengalaman subjektif FOMO, pendekatan fenomenologis diperlukan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali persepsi, emosi, dan interpretasi individu terhadap pengalaman mereka dengan FOMO dalam penggunaan TikTok. (Ibrahim & Nur, 2025)

Dalam konteks sosial dan budaya Indonesia, di mana nilai-nilai kolektivisme dan kebersamaan sangat dijunjung tinggi, FOMO dapat memiliki implikasi yang lebih dalam. Perasaan tertinggal dari kelompok atau komunitas dapat menimbulkan tekanan sosial yang signifikan, terutama di kalangan Generasi Z yang sangat terhubung secara digital. (Mu & Jurana, 2025)

Penelitian ini bertujuan untuk memahami makna FOMO dalam pengalaman pengguna TikTok di kalangan Generasi Z. Dengan pendekatan fenomenologis, penelitian ini akan menggali bagaimana individu merasakan, memahami, dan menginterpretasikan FOMO dalam konteks penggunaan TikTok. Penelitian kualitatif dengan pendekatan wawancara mendalam dapat menggali makna dan pengalaman subjektif para pengguna dalam mengikuti tren ini serta bagaimana tren tersebut memengaruhi aspek psikologis dan sosial mereka.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang dampak psikologis dan sosial dari penggunaan media sosial di kalangan Generasi Z. Selain itu, temuan ini dapat digunakan untuk merancang intervensi yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan digital dan mengurangi dampak negatif FOMO.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena tren velocity sebagai bagian dari budaya digital generasi muda, serta implikasinya terhadap ekspresi diri, komunikasi, dan adaptasi sosial mereka di lingkungan media sosial.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam mengenai bagaimana mahasiswa Universitas Sangga Buana YPKP mengalami dan memaknai fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) yang dipicu oleh cepatnya perputaran tren (*trend velocity*) di media sosial TikTok. TikTok sebagai platform berbasis algoritma yang sangat dinamis menyajikan berbagai tantangan dan tren viral dalam waktu singkat, sehingga pengguna merasa perlu terus terlibat agar tidak tertinggal dari perkembangan yang sedang terjadi. Kondisi ini memunculkan rasa cemas, tekanan sosial, serta dorongan untuk selalu hadir dalam ruang digital, yang menjadi bagian penting dari kehidupan sosial Generasi Z.

Penelitian ini menyoroti aspek-aspek subjektif dari pengalaman mahasiswa ketika berinteraksi dengan fitur-fitur TikTok seperti For You Page (FYP), trending challenge, dan notifikasi yang memicu munculnya FOMO. Lebih dari sekadar rasa takut ketinggalan, fenomena ini menunjukkan bagaimana mahasiswa memaknai keterhubungan sosial, eksistensi digital, dan pencarian pengakuan di era media sosial. Oleh karena itu, fokus utama penelitian ini tidak hanya pada keberadaan FOMO itu sendiri, tetapi juga pada bagaimana individu menginternalisasi, menanggapi, dan mengelola perasaan tersebut dalam kehidupan sehari-hari mereka sebagai pengguna aktif TikTok.

Melalui pendekatan fenomenologis, penelitian ini menelusuri pemaknaan mendalam dari pengalaman FOMO dalam konteks budaya digital dan interaksi sosial media, dengan tujuan menggambarkan realitas emosional, sosial, dan psikologis mahasiswa dalam kehidupan digital sehari-hari.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan diatas maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai :

- 1) Bagaimana pengalaman pengguna TikTok mahasiswa USB YPKP dalam tren *velocity*.
- 2) Bagaimana mahasiswa USB YPKP memaknai fenomena tren *velocity*.
- 3) Bagaimana motif mahasiswa USB YPKP ketika merasa takut tertinggal (FOMO) akibat tidak mengikuti konten atau tren di TikTok.

1.4 Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui bagaimana pengalaman pengguna TikTok mahasiswa USB YPKP dalam tren *velocity*.
- Untuk mengetahui makna yang diberikan oleh mahasiswa USB YPKP terhadap fenomena tren *velocity* di TikTok.
- Untuk mengetahui bagaimana mahasiswa USB YPKP mengalami perasaan *Fear of Missing Out* (FOMO) ketika tidak mengikuti konten atau tren yang sedang viral di TikTok.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi dan psikologi media, khususnya dalam memahami fenomena Fear of Missing Out (FOMO) dalam konteks penggunaan media sosial berbasis video pendek seperti TikTok. Penelitian ini memperluas cakupan teori-teori seperti Teori Fenomenologi dan *New Media Theory* dengan menyoroti dinamika kebutuhan akan keterhubungan sosial dan pencarian gratifikasi instan melalui media digital. Dengan pendekatan fenomenologis, studi ini juga memperkaya wawasan dalam kajian interaksionisme simbolik, terutama terkait bagaimana mahasiswa Universitas Sangga Buana YPKP membentuk dan memaknai pengalaman mereka di ruang sosial digital.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini berguna untuk membantu pendidik, orang tua, dan konselor memahami dampak emosional dari penggunaan TikTok yang berlebihan pada mahasiswa Universitas Sangga Buana YPKP, khususnya terkait perasaan FOMO. Temuan ini juga dapat menjadi masukan bagi pengembang aplikasi dan pembuat kebijakan dalam merancang fitur digital atau program literasi media yang lebih sehat dan ramah bagi kesehatan mental pengguna muda.

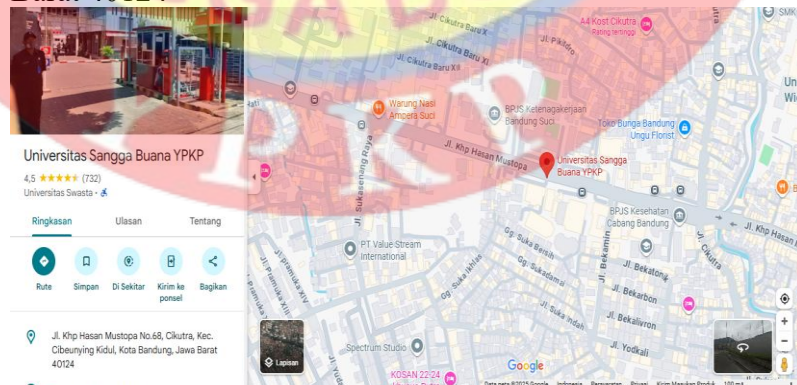
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

1. BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang, fokus penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan, lokasi dan waktu penelitian
2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA, terdiri dari rangkuman teori, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran
3. BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci dan pendukung, teknik pengumpulan data, teknik analisis dan keabsahan data.
4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.
5. BAB V PENUTUP, terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

KhP Hasan Mustopa No.68, Cikutra, Kec. Cibeunying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40124



Gambar 1.3 Lokasi Penelitian

Sumber: Penulis, 2025

1.7.2 Waktu Penelitian

No	Tahapan Penelitian	Waktu Pelaksanaan					
		April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
1	Perencanaan dan pengajuan judul						
2	Penyusunan proposal penelitian						
3	Sidang Seminar Usulan Penelitian						
4	Revisi Proposal						
5	Pengumpulan dan pengolahan data (wawancara mendalam)						
6	Pelaksanaan Sidang Akhir Skripsi						

1.1 Daftar Tabel Waktu Pelaksanaan Penelitian

Sumber: Olah Data Peneli