

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Musik menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat Indonesia. Musik menciptakan peran penting dalam berbagai aspek budaya di Indonesia. Akibat dari perkembangan zaman, bentuk manusia menikmati musik semakin beragam. Salah satunya dikembangkan dalam bentuk festival. Festival musik di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Mayoritas Penikmat Festival musik di Indonesia adalah Generasi Milenial dan Generasi Z, hal ini dibuktikan dalam temuan data Validnews.com (2018), setidaknya 90% anak muda Indonesia pergi ke konser 1-3 kali dalam setahun. Festival yang berkembang sekarang juga tidak hanya sekedar menjadi tempat bagi seniman untuk tampil, melainkan juga mampu menarik perhatian tidak hanya masyarakat lokal, namun juga mancanegara.

Festival musik yang kini telah menjadi salah satu acara yang semakin populer di Indonesia menjadi wadah yang kuat untuk mempromosikan kebudayaan Indonesia baik di tingkat nasional maupun internasional. Festival musik sering kali menampilkan sejumlah besar artis dan grup musik yang tampil di panggung utama dan panggung lainnya selama sehari-hari. Penampilan dari berbagai *genre* musik, mulai dari *pop*, *rock*, *hip-hop*, *electronic*, hingga musik tradisional, memberikan keberagaman bagi para pengunjung. Karyasih (2019) menjelaskan bahwa sebagian besar penyelenggaraan festival dilaksanakan untuk saling menghubungkan masyarakat dengan etnis atau ketertarikan tertentu serta memperkuat kebanggaan masyarakat di sebuah kota terhadap penyelenggaraan festival tersebut. Festival menjadi sebuah gaya hidup urban tersendiri karena mampu menciptakan penyebaran tren di kelompok Masyarakat.

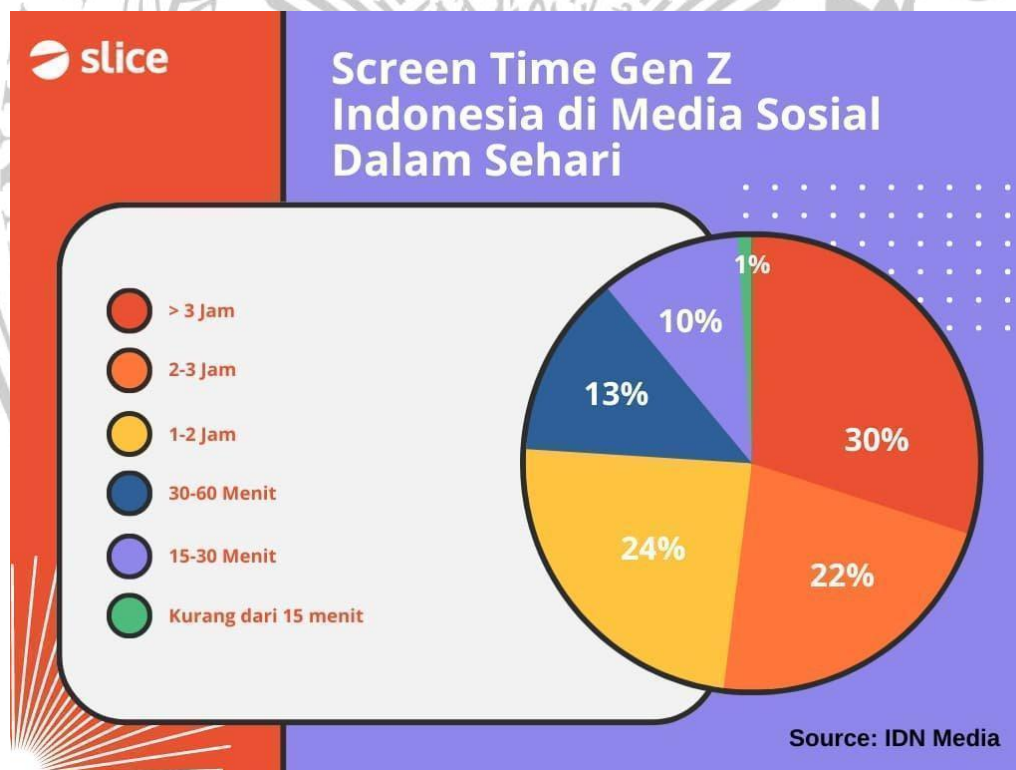
Hadion Wijoyo (2020) menjelaskan bahwa ada lima jenis generasi berdasarkan tahun lahirnya. Generasi pertama adalah mereka yang lahir sebelum tahun 1946, sering disebut sebagai generasi veteran. Mereka yang lahir antara tahun 1946 sampai 1960 disebut sebagai *baby boomer*. Mereka yang lahir antara tahun 1960 sampai 1979 diklasifikasikan sebagai

satu generasi X. generasi selanjutnya adalah Generasi Y dengan rentang umur 1980 sampai 1995. generasi ini biasa disebut *Milenial*. Sedangkan generasi yang lahir dengan rentang tahun 1995 sampai 2010 disebut Generasi Z, generasi ini bercirikan dengan kemampuan mereka menggunakan teknologi, komunikasi melalui jejaring sosial, *multitasking* dan toleransi yang tinggi terhadap perbedaan budaya (Hadion Wijoyo, Irjus Indrawan, Yoyok Cahyono, Agus Leo Handoko, 2020, p. 28). Salah satu ciri Generasi Z yang paling terlihat adalah penggunaan teknologi dan internet. Sebagaimana artikel berita daring beritasatu.com dengan tajuk "Gen Z Dominasi Pengguna Internet Selama Pandemi COVID-19" berdasarkan sebuah studi, Gen Z mendominasi penggunaan internet selama pandemi, diikuti oleh Gen X, Gen Y dan terakhir para *baby boomer*. Internet merupakan bagian dari aktivitas sehari-hari Gen Z, sehingga tidak mengherankan jika generasi ini mengetahui cara menggunakan internet dengan baik, khususnya Generasi Z. Generasi Z merupakan kelompok yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 (Codrington, G. T. and Grant-Marshall, 2004), yang saat ini berada pada usia remaja hingga awal dewasa. Mereka tumbuh dan berkembang dalam era teknologi yang maju, terutama dalam penggunaan media sosial.

Di Indonesia saat ini, festival musik menjadi suatu hal yang hangat diperbincangkan. Banyaknya Musisi lokal maupun mancanegara melakukan konser di Indonesia. Ramainya kegiatan festival musik ini bukan tanpa sebab, Karyasih (2019) menjelaskan bahwa munculnya bisnis festival yang diselenggarakan oleh berbagai Perusahaan sebagai pihak penyelenggara semakin mendorong penyelenggara untuk menemukan cara yang lebih kuat agar mampu memiliki keunggulan kompetitif melalui pengalaman pengunjung. Minat yang besar dari lingkungan masyarakat membuat banyaknya promotor event musik untuk menggelar berbagai konser di Indonesia. Hal ini selain menguntungkan penyelenggara, juga menguntungkan daerah yang akan dilaksanakannya festival musik. Festival musik dapat menjadi instrument untuk meningkatkan ekonomi regional (chang, 2006). Tentunya, diperlukan juga berbagai pembeda antara satu festival dengan festival lainnya yang bisa menjadi keunggulan untuk mendatangkan pengunjung. Dengan menciptakan keunggulan kompetitif inilah, akan menciptakan ketertarikan bagi masyarakat dengan memberikan *experience* bagi pengunjung festival. *Euphoria* Masyarakat pada festival musik yang

sangat tinggi ini menjadikannya sebuah fenomena sosial. Fenomena sosial adalah semua perilaku yang dipengaruhi atau mempengaruhi dilakukan oleh seseorang maupun kelompok tertentu dari/atau terhadap seseorang atau kelompok lain. Fenomena sosial dapat diartikan sebagai peristiwa yang terjadi dan dapat diamati dalam kehidupan bermasyarakat (Imron & Aka, 2018). Antusiasme Masyarakat yang tinggi dan maraknya festival musik yang dibuat oleh promotor lokal merupakan suatu kesinambungan yang baik. Namun, beberapa diantara Masyarakat ini, Generasi Z sebagai kelompok yang paling tinggi antusiasme nya terhadap festival musik.

Fear of Missing Out (FOMO) merupakan gejala baru gangguan internet bagi orang-orang yang terobsesi untuk selalu terhubung. FOMO adalah rasa takut kehilangan momen berharga yang dirasakan oleh orang atau kelompok lain jika orang atau kelompok tersebut tidak dapat hadir di dalamnya. Hal ini ditandai dengan keinginan untuk tetap terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain melalui internet atau dunia maya (Przybylski, 2013).



*Gambar 1.1 Screen time Gen Z di Indonesia (sumber IDN Media)*

Dalam temuan data yang dilakukan oleh IDN Media, 30% Gen Z mengakses media sosial lebih dari 3 jam setiap hari. 22% lainnya mengakses sosial media 2-3 jam, dan ada 24%

yang mengakses media sosial selama 1-2 jam per hari. Meski tumbuh sebagai anak gadget dan lama di media sosial, Gen Z dianggap sebagai generasi yang tidak bisa fokus pada satu hal dalam waktu yang lama. (Hasya, 2023). Gen Z merupakan generasi terbanyak yang menghabiskan waktunya di internet. Dibandingkan dengan 25+ negara di dunia (Ginee, 2021). rata-rata pertumbuhan pengguna aktif internet Gen Z Indonesia mengalami peningkatan hingga 40% setiap bulannya. Dominasi Gen Z yang menggunakan internet setiap harinya di 2021 mencapai 94% dan 60% diantaranya mengakses internet lebih dari 5 jam setiap harinya. (Populix, 2021)

Dengan banyaknya pengguna internet, banyak orang yang tidak mau ketinggalan momen tertentu yang disajikan internet, sehingga banyak orang akhirnya harus terus mencari tahu apa yang sedang hangat setiap hari melalui internet berulang kali. Orang yang merasa cemas ditinggalkan cenderung lebih sering menggunakan ponsel mereka saat bangun tidur, saat tidur, selama makan, dan bahkan saat mengendarai sepeda motor (Przybylski, 2013).

Pestapora adalah selebrasi terbaru pertunjukkan musik Indonesia yang diselenggarakan oleh Boss Creator. Perayaan musik yang akan diselenggarakan selama tiga hari mulai tanggal 22, 23, 24 September 2023 berlokasi di Gambir Expo, Kemayoran Jakarta. Festival ini pertama kali digelar pada tahun 2022 dengan mendatangkan berbagai Musisi dalam negeri seperti Barasuara, Sheila On 7, Dewa 19, Hindia dan sebagainya. Pestapora 2023 menyajikan festival musik yang menarik dengan menciptakan festival bertema buah-buahan. hal inilah yang membuat Pestapora dikatakan menjadi sebuah paket festival musik yang lengkap dengan menghadirkan Musisi dengan berbagai genre yang berbeda. Boss Creator sebagai promotor dari Pestapora ingin menciptakan festival musik yang tidak hanya sebagai hiburan musik, melainkan juga pertunjukan lain yang mampu memberikan experience yang belum pernah dirasakan sebelumnya.





Gambar 1.2 Line up Musisi PestaPora 2023 (sumber PestaPora.com)

Di tahun kedua pestaPora ini, Boss creator kembali menyelenggarakan acara festival musik rutinannya dengan menghadirkan berbagai musisi nasional hingga Musisi lokal. Nama nama besar yang sering didengar hadir dalam festival ini. Dan Kiki Aulia Ucup sebagai Director dari Festival ini menghadirkan Musisi Musisi daerah yang jarang terdengar.

Berdasarkan uraian yang peneliti jelaskan di atas, Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait bagaimana Hubungan Fear of Missing Out (FOMO) yang dihadapi oleh Generasi Z dalam partisipasi pada Festival Musik PestaPora 2023. Penelitian ini akan melibatkan pemahaman komunikasi yang mencakup aspek-aspek berikut. Pertama, peneliti akan menganalisis Hubungan Fear of Missing Out (FOMO) terhadap partisipasi Generasi Z dalam Festival Musik PestaPora 2023. Dalam analisis ini, peneliti akan mengeksplorasi apakah fenomena FOMO pada Generasi Z menjadi salah satu faktor yang menyebabkan ramainya festival musik PestaPora 2023. Selain itu, peneliti akan mencari hubungan antara tingkat FOMO dan tingkat partisipasi Generasi Z dalam festival musik tersebut.

Kedua, peneliti akan menyelidiki faktor-faktor atau alasan yang mendorong Generasi Z untuk mengambil keputusan berpartisipasi dalam Festival Musik PestaPora 2023. Aspek ini melibatkan analisis terhadap informasi yang mempengaruhi keputusan mereka,

misalnya pengaruh media sosial, promosi acara, atau rekomendasi dari teman-teman mereka. Peneliti juga akan mempertimbangkan bagaimana FOMO dapat menjadi dorongan dalam pengambilan keputusan mereka.

Ketiga, peneliti akan mengeksplorasi perasaan dan pengalaman yang dirasakan oleh Generasi Z setelah menghadiri Festival Musik Pestapora 2023. Aspek ini melibatkan analisis tentang tingkat kepuasan mereka terhadap pengalaman festival, bagaimana FOMO mempengaruhi persepsi mereka terhadap acara tersebut, dan apakah pengalaman tersebut menciptakan keinginan untuk berpartisipasi dalam acara serupa di masa mendatang.

penelitian ini akan mengidentifikasi faktor-faktor dan alasan yang menjadi dasar keputusan mereka. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting bagi pemahaman tentang interaksi antara FOMO, generasi Z, dan partisipasi dalam festival musik, serta memberikan wawasan yang berharga bagi industri acara musik dalam menarik perhatian dan memuaskan pengalaman audiens muda.

Dalam konteks festival musik modern, peran media sosial sebagai alat komunikasi sangat signifikan. Generasi Z, yang tumbuh dalam era digital, cenderung menggunakan media sosial untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan membentuk pandangan mereka. Oleh karena itu, kajian komunikasi memberikan kerangka kerja yang tepat untuk menganalisis pengaruh media sosial dalam membentuk keputusan mereka dalam berpartisipasi dalam festival musik. oleh karenanya, pada penelitian ini, peneliti menggunakan kajian komunikasi massa, komunikasi massa akan memegang peran penting dalam menyampaikan pesan, informasi, dan daya Tarik festival music kepada generasi Z. dengan menggunakan komunikasi yang tepat, festival tersebut dapat menggerakkan perasaan FOMO dalam kalangan gen Z.

atas dasar fenomena inilah yang menjadi dasar pemikiran untuk melakukan penelitian guna mencari tahu penjelasan tentang Hubungan FOMO pada Generasi Z terhadap festival musik Pestapora 2023. Berkaitan dengan banyaknya penyelenggaraan festival musik di Indonesia.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan rumusan masalah yaitu Seberapa besar Hubungan perasaan FOMO pada Generasi Z dalam festival musik Pestapora 2023

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Hubungan FOMO pada generasi Z hingga ingin menonton Festival Musik Pestapora 2023 dan menjelaskan seberapa besar pengaruh media sosial dalam memperkuat FOMO pada Generasi Z terkait festival musik Pestapora 2023

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **a. Manfaat Praktis**

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam meningkatkan pemahamannya terhadap bagaimana perasaan FOMO mempengaruhi keputusan Generasi Z untuk berpartisipasi dalam festival musik Pestapora 2023, penyelenggara acara dapat merancang pengalaman festival yang lebih menarik dan menggugah emosi, sehingga dapat memberikan kepuasan dalam pengalaman festival yang lebih baik bagi para pengunjung. Penelitian ini juga dapat memberikan manfaat bagi penyelenggara acara untuk dapat mengembangkan strategi promosi yang lebih efektif. seperti mengarahkan pesan dan kampanye promosi yang memicu rasa FOMO pada Generasi Z sehingga meningkatkan partisipasi. selain itu, penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi tim Digital Marketing untuk mengembangkan konten yang menarik dan relevan di platform media sosial. dengan memahami apa yang dapat memicu FOMO pada Generasi Z..

### **b. Manfaat Teoritis**

Harapan peneliti dari manfaat teoritis penelitian ini adalah agar dapat menjadi acuan bagi para peneliti lain yang nantinya akan mengkaji objek atau teori serupa, serta berkontribusi pada pengembangan pemahaman dalam bidang komunikasi. Selain itu,

diharapkan bahwa hasil penelitian ini akan memperkaya pengetahuan dan wawasan pembaca yang terlibat.

