

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

FOMO pada umumnya terbentuk karena adanya pengaruh dari media sosial, berawal dari media sosial mulai mengalami pertumbuhan pesat. Situs web dan platform seperti Instagram, Tiktok, Facebook dan X mulai mendominasi cara orang berinteraksi satu sama lain secara daring. Perkembangan ini mengubah cara orang berkomunikasi, berbagi pengalaman, dan mengikuti berita. dalam hal ini Media sosial juga memungkinkan akses konstan ke informasi dan aktivitas orang lain. Ini memungkinkan orang untuk selalu terhubung, terinformasi, dan terlibat dalam kehidupan sosial orang lain tanpa batasan waktu atau geografis, dimana masing orang memilih untuk membagikan momen-momen menarik dan terbaik mereka lewat media sosial namun ternyata hal ini justru memicu adanya perbandingan sosial terutama jika melihat influencer atau teman-temannya memiliki pengalaman lebih menarik, hal inilah yang dapat menyebabkan perasaan kurangnya dan kecemasan, selain itu adanya notifikasi di media sosial yang terus menerus timbul cukup memicu dorongan untuk selalu terlibat dan tidak melewatkan apa pun. Hal ini dapat menyebabkan kecanduan media sosial dan ketakutan bahwa Anda akan ketinggalan sesuatu jika Anda tidak selalu terhubung.

Seperti yang kita ketahui, kita sekarang berada di Era Digital, dimana merupakan salah satu era atau zaman yang telah mengalami banyak perubahan serta perkembangan yang begitu maju dan cukup pesat, hingga semua kegiatan sebagian besar dapat dilakukan secara digital, Perkembangan teknologi yang terjadi secara terus menerus telah mendorong pembentukan media sosial baru yang dibuat dengan menyesuaikan pada kebutuhan masyarakat. Pemenuhan kebutuhan dari media sosial menjadi salah satu alasan meningkatnya intensitas pada penggunaan media sosial. Peningkatan intensitas penggunaan media sosial merupakan salah satu tanda dari sifat adiksi, di mana semakin lekat manusia terhadap suatu media sosial maka semakin tinggi risiko adiksi atau ketergantungan terhadap media sosial tersebut (Rahardjo dkk., 2020) hal ini

karena media sosial merupakan suatu wadah dari internet yang memungkinkan siapa saja yang menggunakan untuk menyiapkan diri mereka, berinteraksi dan bergabung berbagi dan juga berhubungan dengan menggunakan lainnya, Membentuk hubungan sosial melalui internet.namun, keadaan ini dapat berubah menjadi kecemasan ketika mereka mengecek media sosial mereka dan melihat kegiatan menarik yang dilakukan teman-teman mereka. Akibatnya mereka sulit untuk berhenti melihat apa yang dilakukan teman-teman mereka di media sosial.

kehadiran generasi Z atau yang biasa disebut gen z lahir pada tahun 1997 sebagai awal kelahiran samapi 2012 yang didapat, Berdasarkan sensus penduduk tahun 2020 dari Badan Pusat Statistik Indonesia(BPS) .Generasi Z termasuk generasi yang menjadi saksi dalam perkembangan zaman terkait kemajuan teknologi saat ini, pasti memengaruhi kehidupan.sehari-hari, dikarenakan hampir sepenuhnya berhubungan dengan digital. contoh saat ini hampir sebagian besar gen Z pasti menggunakan smartphone yang dapat mudah untuk mengakses informasi sebagai media hiburan yang dapat di akses lewat bantuan internet salah satunya lewat media sosial. hal ini cukup mempengaruhi pola komunikasi, bersosialisasi, dan mengekspresikan diri pada gen Z, Generasi Z sendiri. Dapat dikategorikan sebagai remaja atau usia muda, saat-saat penting untuk melakukan eksplorasi dan pembentukan identitas. Pembentukan identitas diri remaja sangat terkait dengan konsep diri, yang merupakan komponen psikologis pertama mereka.Pembentukan ini dipengaruhi secara kuat oleh internet, lingkungan sosial, dan keluarga. Seperti yang disebutkan sebelumnya, remaja menghabiskan banyak waktunya menggunakan internet untuk berbagai tujuan, termasuk menjalinhubungan melalui social media. Kemudian, kehidupan di dunia maya mengarah pada konsep diri ideal bagi penggunanya, membuat remaja berlomba-lomba membentuk citranya.salah satu contoh yang bisa diambil dari istilah kata fomo atau *Fear Of Missing Out* yang cukup populer saat ini, fomo merupakan situasi seseorang yang takut dianggap tidak *up to date* , tidak trendi dan takut ketinggalan informasi yang sedang populer atau menarik, bahkan hal ini tidak hanya mendorong seseorang untuk hanya mencari

informasi melainkan juga membuat seseorang terdorong untuk mengikuti aktivitas atau tren yang ada, adanya fenomena fomo ini menyimpulkan bahwa sebagian besar Gen Z merupakan orang-orang yang mudah terpengaruh.

Hal ini merupakan salah satu akibat dari penggunaan media sosial yaitu adanya rasa ketergantungan, diambil dari fenomena fomo yang merupakan situasi seseorang ingin selalu mengikuti aktivitas atau hal hal terbaru dan tidak ingin ada rasa tertinggal akan suatu hal juga memberikan dampak psikologis yaitu ketergantungan pada media sosial, dari hal tersebut munculah salah satu efek kecil yaitu adanya rasa kekhawatiran dari penggunaan media sosial berlebih itu tadi, hal ini juga menimbulkan rasa ketakutan atau khawatir akan perspektif atau pandangan negatif seseorang di media sosial. adapun dalam artikel peneliti tulis merujuk kepada generasi Z yang spesifik adalah mahasiswa, Menurut Kandel mahasiswa merupakan salah satu pengguna media sosial yang rentan akan ketergantungan pada media sosial.

Menurut Penelitian dari Przybylski et al. (2013) menunjukkan FOMO berhubungan erat dengan pemakaian media sosial yang berlebihan dan perkembangan gejala khawatir sosial dan lain sebagainya. Studi ini menemukan bahwa individu yang memiliki tingkat FOMO yang tinggi lebih cenderung merasa cemas dalam situasi sosial karena mereka terus-menerus merasa perlu untuk mengikuti apa yang dilakukan orang lain. Fenomena fomo dari Media sosial ini akan mendorong seseorang pada kecemasan, kekhawatiran dari berbagai macam hal juga gejala d takut tertinggal suatu momen atau informasi di suatu lingkup, yang mengharuskandiri mereka untuk harus ikut di dalam lingkup tersebut, Dalam penelitian ini yang menjadi subjek yaitu Mahasiswa Himakom Universitas Muhammadiyah Malang sebagai salah satu kalangan gen z

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks yang telah dijelaskan sebelumnya, perumusan utama yang diajukan dalam penelitian ini adalah "Bagaimana Fenomena Fomo di kalangan Gen Z pada Mahasiswa Himakom Universitas Muhammadiyah Malang dalam Penggunaan Media Sosial ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk "Menganalisa Fenomena Fomo yang terjadi di kalangan Gen Z pada Mahasiswa Himakom Universitas Muhammadiyah Malang dalam Penggunaan Media Sosial"

Adapun manfaat penelitian yaitu :

a. **Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta wawasan agar mengetahui Bagaimana Fenomena Fomo pada Mahasiswa di media sosial untuk wacana penelitian yang berhubungan dengan bidang keilmuan komunikasi.

b. **Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharap bisa memberikan informasi ke khalayak umum mengenai bentuk dari Fear Of Missing Out agar dapat masyarakat umum dapat memahami dan juga Mengatasi permasalahan penggunaan media sosial di zaman modern yang serba digital saat ini.