

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan komunikasi dan teknologi berkembang signifikan yang dibuktikan dengan adanya penggunaan media sosial, hal tersebut bermanfaat untuk memudahkan manusia. Era digital saat ini penggunaan media sosial menjadi tren bagi manusia, karena sosial media dapat memberikan informasi yang cepat, mudah dan akurat, adanya perkembangan zaman membuat inovasi mengenai teknologi juga semakin berkembang. Januari 2022 jumlah pengguna internet di Indonesia menunjukkan sebanyak 202 juta jiwa, kemudian Per Januari 2023, 213 juta jiwa di Indonesia merupakan pengguna internet, jumlah tersebut setara dengan 77 persen dari total populasi penduduk Indonesia sejumlah 276,4 juta jiwa. Pada Januari 2024 ada 185 juta individu pengguna internet di Indonesia, setara 66,5% dari total populasi nasional yang berjumlah 278,7 juta orang. Adanya sosial media mampu memberikan kemudahan bagi pengguna sebagai alat berkomunikasi serta interaksi sesama manusia. Namun sosial media mempunyai dampak negatif dan positif, adanya sosial media dapat terjadinya ajang untuk mencari perhatian banyak orang.

Era digital semakin berkembang memungkinkan adanya kemunculan berbagai *platform* media sosial yang menyajikan fitur menarik yang dapat digunakan melalui ponsel pintar, salah satunya adalah aplikasi “TikTok” hingga saat ini menjadi aplikasi dengan peringkat pengunduhan tertinggi. Dalam penggunaan sosial media pada remaja akhir sampai dewasa awal sudah memiliki kendali dalam diri untuk bermain sosial media. Pengguna aplikasi “TikTok” dapat saling berbagi informasi melalui fitur yang disajikan seperti halnya mengirim pesan, berbagi foto serta video dengan bebas dan berkomentar pada kolom yang tersedia.

TikTok adalah salah satu media sosial dan *platform* video musik yang berasal dari Tiongkok, dibuat oleh Zhang Yiming pada September 2016. Tahun 2021 Tiktok adalah aplikasi paling diminati oleh masyarakat seluruh dunia, reputasinya didorong oleh adanya Pandemi Covid-19 dimana mengharuskan seluruh orang untuk tetap berada di rumah dan bekerja serta mencari hiburan di rumah. Sementara itu Indonesia menempati 112,98 juta jiwa di tahun 2023 namun di tahun 2024 jumlah pengguna TikTok bertambah sampai 126,83 Juta jiwa. TikTok memiliki fitur yang dapat menggugah video dengan durasi sekitar 15 detik sampai 2 menit. Dengan menyajikan special effect, menciptakan 3D stikers dan elektronik music orang orang bisa menjadikan aplikasi tiktok ini sebagai hiburan serta dapat mencari uang. Fitur tersebut menjadikan TikTok sebagai media sosial yang inovatif dan mendukung penggunanya untuk mengekspresikan bakat.

TikTok sebagai *platform* informasi telah menjadi fenomena sosial yang harus diperhatikan, karena sangat populer di kalangan masyarakat hal tersebut dapat menjadi *trendsetter* bagi semua orang. Hampir semua golongan masyarakat, termasuk anak-anak, remaja, dewasa bahkan tokoh politik dan agamawan menggunakan media sosial TikTok. Fenomena ini dapat menyebabkan perilaku kecemasan sosial yang dikenal sebagai *Fear of Missing Out (FoMO)*. *Fear of Missing Out (FoMO)* didefinisikan sebagai timbulnya rasa cemas akan kehilangan sebuah kesempatan atau ketakutan akan tidak terlibat dalam kegiatan atau momen yang dilakukan oleh orang lain di sekitarnya.

Era digitalisasi teknologi yang berkembang signifikan ini, media sosial telah menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat, sehingga penggunaannya sangat intens. Sebagai sarana komunikasi, media sosial memungkinkan masyarakat modern untuk memperoleh dan menyebarkan informasi dengan cepat. Penggunaan media sosial juga tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Kaplan dan Haenlein mendeskripsikan media sosial sebagai aplikasi berbasis internet yang melibatkan pertukaran konten yang dibuat oleh pengguna. Media sosial memiliki berbagai fitur yang canggih untuk dapat memberikan hiburan bagi para penggunanya (Mela Rahmayani, 2021).

TikTok dan *platform* media sosial lainnya telah memaksa remaja saat ini untuk menari dengan cara yang tidak wajar dan tidak mencerminkan usia mereka. Remaja menghabiskan waktu bermain dengan dua belas orang berinteraksi secara virtual dan hanya dua belas orang yang berinteraksi secara langsung di dunia nyata. Akibat

kecanduan aplikasi TikTok membuat remaja menjadi meniru ataupun berperilaku buruk seperti halnya menghina atau *bodyshaming*. Selain itu, fenomena *Fear of Missing Out (FoMO)* atau ketakutan kehilangan sesuatu, harus menjadi perhatian orang tua untuk mengawasi perilaku anak mereka dalam menggunakan sosial media Zaputri (dalam Media, 2021).

Alt dan Boniel Nissim (dalam Zanah & Rahardjo, 2020) mendefinisikan *FoMO* adalah kecemasan yang disebabkan oleh takut tidak dapat berinteraksi dengan orang lain. *Fear of Missing Out (FoMO)* membuat orang menjadi terlalu bergantung pada media sosial dan tidak mau ketinggalan sebuah berita sedikitpun. Dalam bidang teknologi individu mengalami determinasi untuk terus berkomunikasi dengan orang lain. Menurut Przyblyski, dan Gladwell (2013) *Fear of Missing Out (FoMO)* adalah ketakutan yang dialami individu karena kehilangan kesempatan berharga, karena mereka tidak terlibat langsung dengan kelompok atau orang lain, membuatnya ingin tetap terhubung dengan mereka di dunia maya. Sebaliknya, menurut JWTIntelligence (2012) *Fear of Missing Out (FoMO)* adalah sifat seseorang yang takut karena tidak ikut berpartisipasi atau melewatkan kesempatan menyenangkan.

Menurut Abel (dalam Aisafitri & Yusriyah, 2021) menjelaskan bahwa orang-orang yang kecanduan media sosial dan tergolong individu yang mengalami *Fear of Missing Out (FoMO)* jika mereka menunjukkan tanda-tanda berikut: mereka tidak dapat melepaskan ponsel dari kehidupan sehari-hari, merasa cemas dan khawatir jika mereka tidak mengecek media sosial setiap hari, mereka lebih banyak berkomunikasi

melalui media sosial daripada berinteraksi secara langsung, mereka lebih suka mengekspos dan tetap eksis di media sosial dengan membagikan setiap kegiatan serta merasa cemas ketika jumlah tayangan menurun dari biasanya.

Pengguna yang memiliki kebiasaan mengakses media sosial melebihi batas wajar merupakan suatu bentuk *Fear of Missing Out (FoMO)*. Penelitian menunjukkan remaja yang tidak mengakses media sosial cenderung mengalami kecemasan dan kegelisahan. Beberapa orang tidak dapat melepaskan ponsel ketika beraktivitas seperti makan atau berinteraksi dengan sesama manusia di dunia nyata, hal ini mengakibatkan kebiasaan yang menyebabkan munculnya *Fear of Missing Out (FoMO)* di kalangan masyarakat (Putri, 2019).

Digitalisasi membuat teknologi dapat diakses di mana saja dan kapan saja, ini membantu remaja untuk menemukan identitas diri mereka dan memulai meniru gaya orang lain yang tampak di sosial media. TikTok memungkinkan remaja yang tidak memiliki jati diri untuk mengakses konten yang melebihi usia mereka, hal ini memungkinkan bagi mereka untuk mengakses seluruh informasi yang sedang hangat dibicarakan di media sosial, seperti berita terbaru, tempat wisata, makanan yang sedang banyak diminati, gaya hidup dan situs penjualan produk. Kemudahan yang ditawarkan oleh media sosial menyebabkan *Fear of Missing Out (FoMO)*. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan penulis mengambil judul **“STRATEGI AKUN TIKTOK DEMASTA WIJAYA DALAM MEMBENTUK PERILAKU FEAR OF MISSING OUT”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam konteks ini, peneliti mengidentifikasi strategi akun tiktok Demasta Wijaya yang dapat memunculkan perilaku *Fear Of Missing Out*. Hal ini dapat dilihat dari konten yang di unggah oleh Demasta Wijaya yang dapat membuat remaja merasa tertarik dan ingin mengikuti gaya hidup atau aktivitas yang di tampilkan agar tidak merasa tertinggal.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut rumusan masalahnya yaitu:

1. Bagaimanakah strategi konten dalam aplikasi TikTok yang diterapkan oleh Demasta Wijaya dalam membentuk perilaku Fear of Missing Out (FOMO) di kalangan audiens?

1.4 Tujuan

Tujuan umum penelitian

ini adalah untuk mengetahui strategi tik tok dalam perilaku *Fear of Missing Out (FoMO)*. Tujuan khususnya disusun sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis secara mendalam strategi konten yang digunakan oleh Demasta Wijaya di platform TikTok. sehingga mampu memicu dan membentuk perilaku Fear of Missing Out (FOMO).

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan mengenai perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam penggunaan aplikasi TikTok serta dapat menambah pengetahuan bagi para pembaca dan memperkaya wawasan peneliti di bidang ilmu komunikasi atau pengetahuan mengenai ilmu-ilmu yang berkaitan.

1.5.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan menjadi wacana untuk menambah dan mengembangkan pengetahuan dalam bidang keilmuan khususnya dalam kontekstual *Fear of Missing Out* (FOMO).