

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Remaja secara signifikan lebih besar kemungkinannya mengalami fenomena *Fear Of Missing Out* (FOMO) dibandingkan kelompok dewasa. Individu bisa dikatakan mengalami *Fear Of Missing Out* (FOMO) terlihat dari perilaku tertentu yang muncul. Semakin tinggi tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) seseorang maka akan semakin tinggi ketertarikan mereka dalam menggunakan media sosial.

Media sosial salah satu alat komunikasi yang paling banyak digunakan saat ini dan kalangan remaja menjadi pengguna terbesar di Indonesia. Sistem media sosial hadir dalam berbagai bentuk dan mendukung berbagai jenis interaksi. Meskipun media sosial menghubungkan secara individual antara pengguna yang satu dengan lainnya, media sosial melakukannya dengan cara yang sangat berbeda tergantung pada karakteristik media sosial seperti apa yang diinginkan. Media sosial yaitu media yang dimana para penggunanya bisa menuangkan ide, mengekspresikan diri dan dapat memberikan pendapat, berkomentar terhadap suatu hal. Media sosial memiliki beberapa *platform* yang digunakan oleh masyarakat seperti *instagram, whatasapp, facebook, tiktok*, dll.

Media sosial *TikTok* yang paling banyak digunakan saat ini oleh masyarakat. Media sosial *TikTok* bisa membantu seseorang untuk menuangkan ide atau mengekspresikan diri sesukanya melalui video. *TikTok* merupakan media sosial yang paling menonjol dan populer dikalangan anak-anak maupun remaja

dan mahasiswa. Media sosial ini menghadirkan *special effects* yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa menciptakan sebuah video yang keren dan mudah. *TikTok* memungkinkan pengguna untuk secara cepat dan mudah membuat video-video pendek yang unik untuk kemudian dibagikan ke teman-teman dan dunia. Memberdayakan pemikiran-pemikiran yang kreatif sebagai bentuk revolusi konten, menjadikan media sosial ini sebagai sebuah wujud tolak ukur baru dalam berkreasi bagi para *online content creators* di seluruh dunia, terutama Indonesia.

Media sosial *TikTok* di tahun 2020 berkembang pesat dan menjadi budaya baru di Indonesia. Banyak orang yang menggunakan aplikasi *TikTok* untuk sekedar berkreativitas atau memberikan informasi mengenai suatu hal seperti video, lagu, dan nyanyian yang ditampilkan di aplikasi ini memudahkan informasi dapat disampaikan dan dapat memberikan rangsangan untuk yang melihatnya, menirukan, dan menyebarkannya. (Dewa & Safitri et al., 2021). Indonesia tercatat sebagai negara dengan pengguna *TikTok* terbesar kedua di dunia pada April 2023, tercatat ada 113 juta pengguna media sosial tersebut di dalam negeri.

Media Sosial *TikTok* banyak digandrungi oleh masyarakat berbagai usia terutama remaja. Remaja masuk kedalam kategori generasi milenial yang dimana generasi milenial tidak lepas dengan teknologi. Masa remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Batasan usia remaja dapat dibagi menjadi 3 kelompok, yaitu masa remaja awal usia 12–15 tahun, masa remaja tengah usia 15–18 tahun, dan masa remaja akhir usia 18–21 tahun (Ahyani & Astuti, 2018, p. 84). Remaja juga perlu melakukan penyesuaian terhadap

perubahan-perubahan yang mulai timbul di masa ini. Perubahan dalam masa remaja melibatkan 4 aspek, yaitu Perkembangan Fisik, Perkembangan Kognitif, Perkembangan Seksual, dan Perkembangan Emosional. (Ahyani & Astuti, 2018, p. 88-93)

Melalui media sosial *TikTok* tersebut, remaja mampu berbagi mengenai segala aktivitas, kreativitas maupun berinteraksi, bekerja sama, dan berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara *virtual*. Namun hal tersebut dapat berubah menjadi kegelisahan ketika mereka mengecek media sosialnya dan melihat berbagai keseruan yang sedang dilakukan oleh teman-temannya. Hal tersebut membuat mereka tidak bisa untuk berhenti memantau aktivitas orang lain di media sosial.

Keadaan seperti itu disebut dengan *Fear Of Missing Out* (FOMO). Seseorang yang mengalami *Fear Of Missing Out* (FOMO) di media sosial ternyata mengalami pemuasan kebutuhan, *mood*, dan kepuasan hidup dalam kehidupan nyata. Bagi individu semacam ini terasa tidak bisa terpisahkan sedikitpun dari *smartphone* dan media sosialnya, merasa cemas jika tidak tahu berita terbaru atau bila ada teman yang mempertanyakan mengapa ia tidak tahu berita terbaru. *Fear of Missing Out* (FOMO) merupakan adanya keinginan yang besar untuk tetap terus terhubung dengan apa yang sedang dilakukan oleh orang lain melalui dunia maya (Akbar et al., 2019).

Adanya fenomena *Fear Of Missing Out* (FOMO) akibat media sosial *TikTok*, mampu membentuk perilaku komunikasi Remaja. Hal ini memberikan suatu dampak bagaimana seseorang khususnya remaja di Kota Bandung memiliki

perilaku komunikasi tertentu pengguna media sosial *TikTok*, apalagi mengingat media sosial *TikTok* merupakan media sosial yang selalu memberitahukan informasi-informasi yang sedang *trend*. Perilaku komunikasi dapat diamati melalui kebiasaan komunikasi seseorang, sehingga perilaku komunikasi seseorang akan pula menjadi kebiasaan pelakunya.

Perilaku komunikasi dapat dikaitkan dengan komunikasi verbal dan non verbal. Komunikasi Verbal merupakan komunikasi yang berbentuk lisan ataupun tulisan. Sedangkan komunikasi non verbal merupakan komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata, seperti menggunakan bahasa tubuh, mimik wajah dan gerakan tangan.

Menurut Deddy Mulyana dari buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, menyatakan bahwa:

“Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang merepresentasikan berbagai aspek realitas individual kita.” (Mulyana, 2013, p. 261)

Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter yang di kutip dari buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, menyatakan bahwa:

“Komunikasi non verbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsang verbal) dalam suatu setting komunikasi yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu.” (Mulyana, 2013, p. 343)

Adapun definisi komunikasi non verbal menurut Liliweri:

“Komunikasi non verbal meliputi ekspresi wajah, nada suara, gerakan anggota tubuh, kontak mata, rancangan ruang, pola-pola perabaan, gerakan ekspresif, perbedaan budaya dan tindakan-tindakan non verbal lain yang tak menggunakan kata-kata.” (Liliweri, 2013:139)

Dari pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa Sindrom *Fear Of Missing Out* (FOMO) pada remaja pengguna media sosial *TikTok* mampu membentuk

perilaku komunikasi yaitu dalam bentuk komunikasi verbal dan non verbal.

Fear Of Missing Out (FOMO) merupakan salah satu membuat Peneliti merasa tertarik meneliti Perilaku komunikasi Sindrom *Fear Of Missing Out* (FOMO) Pengguna Media Sosial *TikTok* karena merupakan fenomena yang sedang terjadi dikalangan remaja.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka Peneliti memilih *Fear Of Missing Out* (FOMO) sebagai Penelitian karena Peneliti ingin mengetahui Perilaku Komunikasi Sindrom *Fear Of Missing Out* (FOMO) Pada Remaja Pengguna Media Sosial *TikTok* . Bertitik tolak dari latar belakang masalah yang di kemukakan maka Peneliti merumuskan masalah sebagai berikut **”Bagaimana Perilaku Komunikasi Sindrom *Fear Of Missing Out* (FOMO) Remaja di Kota Bandung Pengguna Media Sosial *TikTok*”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka Peneliti merumuskan yang akan menjadi rumusan masalah yang akan di teliti yaitu sebagai berikut:

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Bagaimana Perilaku Komunikasi Sindrom *Fear Of Missing Out* (FOMO)
Remaja di Kota Bandung Pengguna Media Sosial *TikTok*

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

1. Bagaimana Komunikasi **Verbal** Sindrom *Fear Of Missing Out* (FOMO)
Remaja di Kota Bandung Pengguna Media Sosial *TikTok*?
2. Bagaimana Komunikasi **Non Verbal** Sindrom *Fear Of Missing Out*

(FOMO) Remaja di Kota Bandung Pengguna Media Sosial *TikTok*?

1.3 Maksud dan Tujuan Peneliti

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Perilaku Komunikasi Sindrom *Fear Of Missing Out* (FOMO) Remaja di Kota Bandung Pengguna Media Sosial *TikTok*.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mendeskripsikan Komunikasi **Verbal** Sindrom *Fear Of Missing Out* (FOMO) Remaja di Kota Bandung Pengguna Media Sosial *TikTok*
2. Untuk Mendeskripsikan Komunikasi **Non Verbal** Sindrom *Fear Of Missing Out* (FOMO) Remaja di Kota Bandung Pengguna Media Sosial *TikTok*

1.4 Kegunaan Peneliti

Secara teoritis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat sesuai dengan tujuan penelitian di atas. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat mengembangkan kajian studi Ilmu Komunikasi secara umum, Psikologi Komunikasi dan Perilaku Komunikasi *Fear Of Missing Out* (FOMO) Remaja di Kota Bandung Pengguna Media Sosial *TikTok*.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara Praktis kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Bagi Peneliti

Peneliti ini di harapkan dapat memberi kontribusi dalam menambah wawasan dan suatu pembelajaran mengenai Perilaku Komunikasi *Fear Of Missing Out* (FOMO) Remaja di Kota Bandung Pengguna Media Sosial *TikTok*.

2. Kegunaan Bagi Universitas

Untuk Universitas khususnya untuk program studi Ilmu Komunikasi di harapkan berguna untuk literatur atau bahan referensi berikutnya yang akan melakukan penelitian mengenai Perilaku Komunikasi.

3. Kegunaan Bagi Remaja Kota Bandung

Sebagai informasi dan evaluasi terkait dengan Perilaku Komunikasi *Fear Of Missing Out* (FOMO) Remaja di Kota Bandung Pengguna Media Sosial *TikTok*.