

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Pada era modern yang terus berkembang, pemanfaatan teknologi bukan lagi merupakan fenomena baru, melainkan telah menjadi bagian tak terpisahkan dari dinamika kehidupan manusia, salah satu wujud kemajuan teknologi tersebut adalah internet (Hasanah & Aviani, 2025). Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2025), penetrasi internet di Indonesia mencapai 80,66% dari total populasi, yaitu sekitar 229,43 juta dari 284,43 juta penduduk. Dari jumlah tersebut, kelompok usia 18-25 tahun, yang termasuk Generasi Z, merupakan pengguna internet paling aktif dengan kontribusi sebesar 25,54%.

Menurut Wijoyo (2020) generasi Z merupakan kelompok yang tumbuh dalam lingkungan yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan arus informasi digital. Lahir sekitar tahun 1997 hingga 2012, generasi ini sudah terbiasa hidup dengan akses internet yang luas sehingga teknologi menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari mereka (Arum, Zahrani & Duha, 2023). Dalam aktivitas kesehariannya, Generasi Z cenderung lebih sering menggunakan berbagai platform media sosial berbasis hiburan seperti Instagram, YouTube, dan TikTok sebagai sarana untuk berinteraksi, mengekspresikan diri, dan mencari hiburan (Wijoyo, 2020).

Hasil penelitian Christina dkk. (2019) menunjukkan bahwa sebanyak 57% Gen Z memiliki dorongan kuat untuk mengecek media sosial setidaknya 6 kali dalam sehari, meskipun tidak memposting apapun dan hanya mengamati aktivitas

orang lain tanpa keterlibatan langsung. Selain itu, mahasiswa tercatat sebagai kelompok yang intens dalam penggunaan media sosial berbasis internet, di mana sebanyak 333 mahasiswa dilaporkan menghabiskan hingga 11 jam per hari untuk tetap terhubung dengan jejaringan sosial serta mengikuti aktivitas orang lain (Sianipar & Kaloeti, 2019).

Di satu sisi, Generasi Z memperoleh keuntungan melalui kemudahan dalam mengakses beragam informasi, seperti dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang banyak serta informasi dapat diperoleh dengan cepat, sebagai bentuk kemudahan akses yang menjadi manfaat utama dari kemajuan teknologi. Sebaliknya, di sisi lain, penggunaan teknologi dan media sosial secara berlebihan dapat meningkatnya risiko gangguan psikologis seperti kecemasan, rendahnya harga diri, kekhawatiran berlebih, serta berbagai masalah kesehatan lainnya (Tuahuns & Salim, 2023). Salah satu fenomena yang muncul akibat penggunaan media sosial secara intensif tersebut adalah *Fear of Missing Out* (Permatasari, Alkatiri & Irandhy, 2024). FoMO sering kali dipicu oleh paparan konten di media sosial, di mana individu melihat kehidupan orang lain yang tampak lebih menarik dan memuaskan (Przybylski dkk., 2013).

Riordan dkk. (2020) menyatakan bahwa Generasi Z menunjukkan tingkat FoMO yang lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya, yang dipengaruhi oleh ketergantungan mereka yang lebih besar terhadap interaksi melalui media sosial untuk tetap terhubung. Selain itu, survei GlobalWebIndex (2019) menunjukkan bahwa Generasi Z merasa perlu untuk terus memperbarui informasi mengenai aktivitas teman sebaya mereka, sehingga memunculkan tekanan sosial yang tinggi

untuk selalu online. Kondisi ini juga diperkuat oleh temuan Elhai dkk. (2021), yang mengungkapkan bahwa tekanan akibat FoMO dapat berkontribusi terhadap munculnya gangguan kecemasan serta masalah tidur.

Menurut Przybylski dkk. (2013) *Fear of Missing Out* diartikan sebagai perasaan tidak nyaman bahkan kadang mengganggu yang muncul saat seseorang meyakini bahwa orang lain tengah mengalami, mengetahui, atau memiliki sesuatu yang lebih baik darinya. Agustina dan Jatmika (2020) juga mendefinisikan *Fear of Missing Out (FoMO)* sebagai dorongan persisten untuk mempertahankan keterhubungan daring dengan orang lain guna memastikan diri tidak ketinggalan peristiwa atau informasi, meskipun individu tersebut tidak berpartisipasi secara langsung dalam aktivitas tersebut. Selanjutnya, menurut Chyquitita (2024) *Fear of Missing Out (FoMO)* merupakan bentuk kecemasan yang muncul ketika seseorang merasa tertinggal dari pengalaman, kegiatan, atau peristiwa menarik yang sedang dialami orang lain. Fenomena ini sering dikaitkan dengan penggunaan media sosial, di mana individu merasa cemas atau tertekan setelah melihat unggahan orang lain yang menampilkan aktivitas menyenangkan atau prestasi tertentu.

Przybylski dkk. (2013 dalam Mahadewi dkk., 2023) menyebutkan beberapa aspek *Fear of Missing Out*, diantaranya: 1.) Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *self. Self* merupakan kebutuhan psikologis yang berkaitan dengan *competence* dan *autonomy*. *Competence* didefinisikan sebagai keyakinan individu dalam melakukan tindakan atau perilaku tertentu secara efisien dan efektif. Ketika tingkat *competence* rendah, individu cenderung mengalami frustrasi dan putus asa karena merasa tidak mampu mencapai tujuan yang diharapkan. Sementara itu,

autonomy merujuk pada kebebasan individu untuk mengintegrasikan dan mengarahkan tindakannya sendiri tanpa adanya ikatan atau kontrol yang berlebihan dari orang lain, sehingga individu memiliki kendali atas pilihan dan perilaku yang dijalankannya. 2.) Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *relatedness*. *Relatedness* merupakan kebutuhan individu untuk tetap saling terhubung dengan individu lain. Dengan hubungan baik yang telah terjalin, maka kebutuhan psikologis akan *relatedness* telah terpenuhi. Individu dengan *relatedness* yang telah terpenuhi akan memiliki perasaan untuk ingin memiliki kesempatan lebih dalam menjalani interaksi sosial secara nyata dengan individu lain. Namun jika kebutuhan psikologis akan *relatedness* tidak terpenuhi, maka dapat memunculkan perasaan cemas pada individu yang kemudian individu akan mencari tahu pengalaman dan kegiatan apa yang dilakukan oleh individu lain melalui media sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Zein dan Abdillah (2025) menunjukkan bahwa tingkat *Fear of Missing Out* pada partisipan dikategorikan tinggi, dengan jumlah 85 orang dan persentase mencapai 56,3%. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa sekitar 75% responden dilaporkan memiliki tingkat *FOMO* yang tinggi. Mereka merasakan kecemasan ketika melihat teman-teman terlibat dalam kegiatan atau pengalaman yang tidak dapat mereka ikuti secara langsung. Temuan ini menunjukkan bahwa *FOMO* telah menjadi bagian yang melekat dalam keseharian mereka saat menggunakan media sosial (Permatasari, Alkatiri, & Irandhy, 2024). Sejalan dengan itu, Suryawanshi (2025) melaporkan bahwa lebih dari 70% individu Gen Z mengalami *FoMO* secara terus-menerus dalam kehidupan sehari-harinya,

yang umumnya berkaitan dengan intensitas penggunaan media sosial serta adanya tekanan sosial untuk selalu mengikuti aktivitas teman sebaya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan empat partisipan Gen Z, menunjukkan gambaran bahwa sebagian besar partisipan menunjukkan kecenderungan FoMO. Pada aspek *self (Competence & Autonomy)*, Seluruh partisipan mengungkapkan bahwa mereka sering memperhatikan berbagai informasi mengenai aktivitas maupun pencapaian orang lain melalui media sosial. Beberapa partisipan menyampaikan bahwa kebiasaan tersebut terkadang menimbulkan perasaan tertinggal, kurang percaya diri, atau merasa belum mencapai apa yang diharapkan. Hal ini terlihat dari kebiasaan partisipan yang rutin membuka media sosial untuk mengikuti perkembangan teman, merasa sedih ketika melihat teman telah mencapai tahap tertentu, seperti lulus, bekerja, atau memperoleh prestasi, serta pada beberapa situasi memilih mengurangi interaksi sosial. Selain itu, beberapa partisipan juga mengungkapkan bahwa keputusan yang mereka ambil terkadang dipengaruhi oleh lingkungan sosial, seperti mengikuti tren, menghadiri kegiatan tertentu, atau membeli barang yang sedang viral agar tidak merasa tertinggal.

Di sisi lain, *FoMO* juga tampak dari tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *relatedness*, yaitu kebutuhan untuk merasa terhubung dengan orang lain. Keempat partisipan mengungkapkan bahwa mereka merasa khawatir ketika tidak mengetahui aktivitas teman atau tidak dilibatkan dalam suatu kegiatan. Kondisi tersebut mendorong partisipan untuk lebih sering memantau media sosial agar tetap memperoleh informasi terbaru dan merasa tetap terhubung dengan lingkungan sosialnya. Hal ini terlihat dari kebiasaan partisipan yang berulang kali membuka

media sosial untuk memastikan tidak ada informasi atau ajakan yang terlewat, merasa tidak nyaman ketika mengetahui teman berkumpul tanpa dirinya, serta berusaha tetap aktif dalam grup percakapan maupun media sosial agar tetap menjadi bagian dari interaksi sosial.

Secara keseluruhan, hasil wawancara dengan empat partisipan Generasi Z menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) muncul sebagai dampak dari belum terpenuhinya kebutuhan psikologis *self*, yaitu *competence*, *autonomy*, dan *relatedness*. Partisipan menunjukkan kecenderungan untuk terus mengikuti perkembangan yang terjadi di media sosial, merasa khawatir apabila tertinggal informasi atau aktivitas sosial, serta berusaha tetap terhubung dengan lingkungan sosialnya. Selain itu, hasil wawancara juga memberikan indikasi bahwa pengalaman tersebut diduga berkaitan dengan cara partisipan mengevaluasi kehidupannya, seperti munculnya perasaan belum puas terhadap diri sendiri, merasa tertinggal dibandingkan orang lain, serta kesulitan menikmati pencapaian pribadi.

Dalam fenomena ini, diharapkan penggunaan media sosial tanpa merasa FoMO adalah tercapainya penggunaan yang sehat, sadar, dan terkontrol sehingga tidak menimbulkan kecemasan. Hal ini dapat dilakukan dengan menghargai diri sendiri tanpa membandingkan dengan orang lain, membatasi penggunaan media sosial agar seimbang dengan kehidupan nyata, membangun relasi sosial yang positif, serta mengembangkan persepsi yang lebih positif terhadap diri dan orang lain. Dengan demikian, individu tetap dapat memanfaatkan media sosial secara optimal tanpa kehilangan kendali diri dan tetap merasa puas dengan kehidupannya

(Chyquitita, 2024). Namun kenyataannya, menurut Puspitasari dkk. (2025), dampak *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa Gen Z pengguna media sosial meliputi peningkatan kecemasan, penurunan kepuasan hidup, dan gangguan kesehatan mental, di mana FoMO secara signifikan meningkatkan kecemasan ketika mahasiswa merasa tidak terhubung dengan aktivitas di media sosial dengan rata-rata skor kecemasan mencapai 3,1 dari skala 1-5, serta 40% responden merasa kurang puas dengan hidup mereka akibat perbandingan sosial yang tidak realistis. Menurut Chakrabarti (2024), FoMO juga dapat memicu perilaku obsesif seperti memeriksa feed media sosial secara terus-menerus dan rasa takut yang berkelanjutan akan tertinggal dari orang lain, yang berdampak negatif pada kesehatan mental yang sering kali berujung pada stres, depresi, dan perasaan tidak memadai, serta menciptakan ketergantungan terhadap media sosial yang memperburuk masalah tersebut, sehingga secara keseluruhan dampak psikologis negatif dari FoMO telah dikaitkan dengan menurunnya kepuasan hidup, gangguan kecemasan, rendahnya kepercayaan diri, dan depresi.

Menurut Przybylski dkk. (2013), terdapat beberapa faktor yang memengaruhi munculnya *Fear of Missing Out* (FoMO), yaitu: Jenis kelamin dan usia, Pemenuhan kebutuhan psikologis dasar, Kesejahteraan psikologis, Suasana hati, dan Kepuasan Hidup. Menurut Tuahuns dan Salim (2023) *Fear of Missing Out* juga dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk ketidakpuasan terhadap pemenuhan kebutuhan psikologis yang berkaitan dengan keinginan untuk menjalin hubungan sosial, serta ketidakpuasan terhadap kebutuhan pribadi. Kondisi tersebut dapat berkontribusi

pada menurunnya kesejahteraan subjektif dan berkurangnya kepuasan individu terhadap kehidupan secara umum.

Menurut Harun dan Suryadi (2024), ketidakpuasan dengan hidup bisa mendorong seseorang mengalami FoMO (*Fear of Missing Out*), sehingga mereka sering meniru perilaku atau barang milik orang lain karena rasa takut dan tidak puas, yang erat kaitannya dengan tingkat kepuasan hidup secara keseluruhan. Hal ini sesuai dengan penelitian Tuahuns dan Salim (2023) yang menemukan hubungan kuat (0,862) antara kepuasan hidup dan FoMO pada mahasiswa pengguna Instagram serta TikTok di Yogyakarta, di mana orang yang merasa kurang puas, khawatir, atau tertinggal dari momen orang lain bisa cemas karena informasi itu menimbulkan masalah baru.

Menurut Sari (2023), kepuasan hidup merupakan evaluasi kognitif individu terhadap kehidupannya secara keseluruhan, yang mencerminkan penilaian positif serta tingkat pencapaian individu dalam memenuhi hal-hal yang diinginkannya. Menurut Diener, Suh, Lucas dan Smith (1999) kepuasan hidup merupakan hasil dari proses berpikir dan evaluasi individu terhadap kualitas hidupnya secara keseluruhan. Ayun, Japar, Kasturi dan Ruhaena (2025) juga berpendapat bahwa, kepuasan hidup dapat diartikan sebagai penilaian menyeluruh yang bersifat kognitif terhadap seberapa baik kualitas kehidupan yang dimiliki seseorang. Menurut Sari (2023), aspek kepuasan hidup meliputi: 1. Keinginan untuk mengubah hidup, 2. Kepuasan dengan kehidupan saat ini, 3. Kepuasan dengan masa lalu, 4. Kepuasan dengan masa depan, dan 5. Penilaian significant others terhadap kehidupan individu.

Individu yang terpapar media sosial secara intens sering kali melakukan perbandingan sosial terhadap pencapaian, aktivitas, maupun gaya hidup orang lain, sehingga memunculkan perasaan tertinggal, tidak cukup, dan kurang puas terhadap kehidupan yang dijalannya. Kondisi ini kemudian berkembang menjadi kecemasan akan kehilangan pengalaman berharga yang dialami orang lain, atau yang dikenal sebagai FoMO (Kurnia dkk., 2025). Przybylski dkk. (2013) menyatakan bahwa kepuasan hidup yang rendah cenderung meningkatkan tingkat FoMO, karena individu merasa hidup mereka kurang memuaskan dibandingkan pengalaman orang lain di media sosial. Perasaan tidak puas inilah yang kemudian membuatnya takut ketinggalan berbagai hal (Simbolon, 2025). Penelitian Harun & Suryadi (2024) yang menyatakan bahwa pada wanita Generasi Z yang menggunakan Instagram di Jakarta, terdapat korelasi negatif yang signifikan antara kepuasan hidup dan *Fear of Missing Out* (FoMO). Artinya, semakin tinggi tingkat FoMO, semakin rendah kepuasan hidup mereka. Orang-orang dengan kepuasan hidup yang rendah lebih rentan terhadap perasaan takut tertinggal. Meskipun demikian, penelitian mengenai hubungan antara kepuasan hidup dan FoMO telah banyak dilakukan sejak diperkenalkan oleh Przybylski dkk. (2013), namun kajian ini tetap relevan untuk diteliti kembali. Hal ini disebabkan oleh adanya perubahan signifikan dalam konteks penggunaan media sosial, khususnya pada Generasi Z. Perkembangan platform digital yang semakin interaktif serta berbasis algoritma memungkinkan individu untuk terus terpapar pada informasi secara real-time. Paparan tersebut meningkatkan kecenderungan melakukan perbandingan sosial yang dapat menurunkan kepuasann hidup. Penurunan kepuasan hidup tersebut diduga

membuat individu lebih rentan mengalami FoMO karena muncul kekhawatiran tertinggal dari pengalaman yang dimiliki orang lain (Beyens dkk., 2020; Montag dkk., 2021).

Selain itu, karakteristik psikologis Generasi Z yang lebih rentan terhadap kecemasan dan memiliki kebutuhan tinggi akan validasi sosial menjadikan mereka lebih berisiko mengalami konflik psikologis terkait evaluasi diri dan kesejahteraan subjektif (Royantara dkk., 2025; Hudoyo, Baqita, & Silitonga, 2025). Di sisi lain, hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan adanya inkonsistensi, yang mana Penelitian mengenai hubungan antara kepuasan hidup dengan *Fear of Missing Out* (fomo) telah banyak dilakukan, namun masih ditemukan berbagai keterbatasan yang menunjukkan perlunya penelitian lanjutan. Penelitian oleh Margaretha dan Wibowo (2023) justru menemukan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut pada remaja pengguna media sosial. Selain itu, penelitian oleh Harun dan Suryadi (2024) kembali menemukan adanya hubungan negatif yang signifikan, namun terbatas hanya pada perempuan Generasi Z pengguna Instagram. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya inkonsistensi temuan empiris terkait hubungan antara kepuasan hidup dan fomo, sehingga masih diperlukan pengujian ulang untuk memperoleh kesimpulan yang lebih stabil dan komprehensif.

Di sisi lain, penelitian sebelumnya cenderung memiliki keterbatasan pada karakteristik sampel, seperti hanya berfokus pada remaja usia 15-18 tahun (Margaretha & Wibowo, 2023), atau hanya pada kelompok tertentu seperti perempuan pengguna Instagram (Harun & Suryadi, 2024). Selain itu, sebagian

besar penelitian menggunakan desain korelasional, sehingga belum mampu menjelaskan hubungan sebab-akibat secara langsung dalam konteks perkembangan psikologis Generasi Z yang sangat dipengaruhi oleh intensitas penggunaan media sosial. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan korelasional, sehingga tidak bertujuan untuk menguji hubungan kausal, melainkan untuk mengklarifikasi dan memperkuat temuan empiris terkait hubungan antara kepuasan hidup dan *Fear of Missing Out (FoMO)* yang masih menunjukkan inkonsistensi pada penelitian sebelumnya.

Oleh karena itu, penelitian ini juga penting dilakukan untuk mengklarifikasi inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya sekaligus memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran kepuasan hidup dalam memengaruhi munculnya *FoMO* pada Generasi Z di era digital saat ini. Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: "Apakah terdapat hubungan antara kepuasan hidup dengan *Fear of Missing Out* pada Gen Z?"

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui hubungan antara kepuasan hidup dengan *Fear of Missing Out* pada Gen Z.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis:

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmiah dan memperkaya wawasan keilmuan mengenai informasi terkait kepuasan hidup dan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Gen Z.

b. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan dapat membantu Gen Z meningkatkan kesadaran diri terhadap pentingnya kepuasan hidup dan keseimbangan penggunaan media sosial untuk mengurangi kecenderungan *FoMO*.