

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

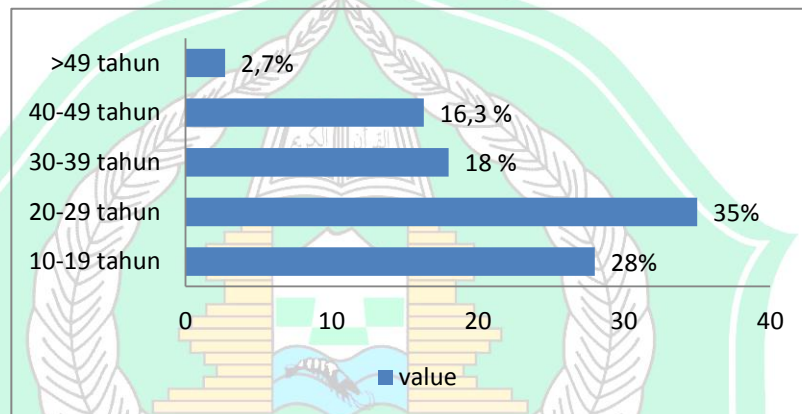
Pada era modern ini, adanya teknologi memudahkan seseorang untuk mencari informasi mengenai berbagai hal. Hanya dengan menggunakan smartphone yang dimiliki bisa didapatkan berbagai informasi yang luas seiring dengan perkembangan zaman dan era globalisasi, khususnya dalam penggunaan media sosial. Internet mendukung berbagai aplikasi di sosial media seperti Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, WhatsApp, Telegram, Twitter, dan lainnya. Saat ini perkembangan internet telah berubah dengan sangat cepat. Media sosial internet telah membawa perubahan besar bagi penduduk perkotaan dan pedesaan, sekaligus membuka cara baru dalam penggunaan media yang memudahkan untuk berkomunikasi dan menjalin interaksi sosial secara online. Internet menjadi landasan yang mendukung keberadaan dan fungsionalitas aplikasi-aplikasi media sosial ini.

Menurut pendapat dari seorang pakar teknologi Indonesia, Onno W. Purbo, media digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan efektivitas komunikasi, seperti melalui web, VoIP, email, dan sebagainya. Berdasarkan Kementerian Komunikasi dan Informatika melaporkan data pada tahun 2022 diperkirakan mencapai sekitar 210 juta orang jumlah pengguna internet di Indonesia atau sekitar 77,02% dari total penduduk Indonesia. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan sekitar 67% dibandingkan dengan data awal pada bulan Januari 2021.

TikTok telah menjadi fenomena global sebagai aplikasi berbagi video pendek penggunanya dapat berkreasi serta mengekspresikan diri secara kreatif dengan berbagai efek suara dan visual, serta menonton video dari pengguna lain, bentuk ekspresi diri bervariasi tergantung pada apa yang dilakukan pengguna (Adawiyah, 2020:148). Penggunaan aplikasi ini juga sangat gampang, dimulai dengan mengunduh aplikasi dari *Play Store* untuk pengguna Android atau *App Store* untuk pengguna iOS, langkah selanjutnya,

dapat mendaftar akun Tiktok dengan alamat email, akun Facebook, atau nomor telepon yang valid. Aplikasi tiktok menawarkan berbagai contoh video dengan gerakan unik dan musik populer. Penggunanya dapat memilih gerakan yang ingin ditampilkan dalam video dan memilih iringan musik yang sesuai.

Pada tahun 2021, usia 20-29 didominasi pengguna TikTok mencapai 35% dari pasar global, *Business of Apps* mengatakan bahwa distribusi pengguna TikTok seluruh dunia berdasarkan kelompok umur pada tahun 2021 ditunjukkan pada grafik di bawah ini.



Sumber : [businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/2021](https://businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/2021)

Gambar 1.1 Distribusi Pengguna TikTok Seluruh Dunia Berdasarkan Kelompok Usia (2021)

Berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan secara global, pengguna TikTok pada tahun 2021 sebagian besar didominasi kelompok usia 20 tahun hingga 29 tahun, dengan proporsi mencapai 35%. Di urutan kedua adalah pengguna berusia antara 10 hingga 19 tahun dengan proporsi 28% persen, sebanyak 18% pengguna berada dalam rentang usia 30-39 tahun, 16,3% berusia 40-49 tahun, dan hanya 7% merupakan orang yang berusia di atas 49 tahun. Meskipun demikian, aplikasi TikTok semakin populer dengan pertumbuhan pengguna yang signifikan. Pada kuartal pertama 2022, pengguna aktif bulanan (*Monthly Active Users/MAU*) jumlahnya mencapai sekitar 1,4 miliar di seluruh dunia, kuartal sebelumnya meningkat sebesar 15,34% dibandingkan sebelumnya mencapai 1,2 miliar pengguna. Data ini didukung oleh survei APJII 2019-

2020, di mana mayoritas pengguna internet di Indonesia berusia antara 19 hingga 24 tahun. Kelompok usia ini, yang sebagian besar terdiri dari mahasiswa, mencakup 88,5% dari total pengguna internet di Indonesia.

Berdasarkan bukti di atas bahwa mayoritas pengguna internet adalah mahasiswa. Hal ini dapat dijelaskan oleh fakta bahwa generasi mahasiswa saat ini tumbuh dan berkembang dalam era digital yang informasinya mudah diakses dan teknologi yang terus berkembang pesat. Bagi mahasiswa internet berfungsi sebagai alat bantu dalam memperoleh sumber informasi berbagai materi perkuliahan. Namun, Seorang mahasiswa tidak hanya dapat mencari materi perkuliahan saja di internet, pada saat mahasiswa yang tidak sedang melakukan kegiatan perkuliahan mahasiswa juga dapat mengakses media sosial seperti Tiktok. Aplikasi yang lagi naik daun berisikan vidio pendek yaitu TikTok.

McGinnis (2020), menemukan bahwa seseorang dapat menghabiskan 5 jam per atau bahkan lebih di media sosial. Selain tiktok berdampak positifnya, Tiktok juga ada sisi negatifnya. Salah satu dampak negatif yang signifikan adalah *Fear of Missing Out (FoMO)*. Media sosial terus-menerus menyampaikan begitu banyak informasi sehingga informasi yang didapat itu berubah makna dan memicu naluri FoMO. Semakin memudahkan berbagi dan menerima informasi melalui media sosial menciptakan lingkungan di mana pengguna dapat dengan cepat melihat dan terlibat dengan kehidupan orang lain. Hal ini dapat memicu keinginan untuk membandingkan kehidupan orang lain dengan kehidupan yang ditampilkan di media sosial.

Dalam bukunya, Przybylski (2013) mengungkapkan efek dari *Fear of Missing Out* salah satunya ialah rasa takut kehilangan kesempatan. Hal ini dikuatkan oleh Abel, Buff, dan Barr yang mengatakan bahwa Fear of Missing Out sering kali muncul tanpa disadari, artinya seseorang mungkin merasakan perasaan cemas, kekhawatiran, atau rasa tidak puas tanpa menyadari bahwa hal tersebut disebabkan oleh rasa takut untuk melewatkan momen atau pengalaman yang orang lain miliki. Gejala ini sering terjadi ketika seseorang terbuka di media sosial dan merasa tertarik untuk menghabiskan lebih banyak

waktu dalam dunia maya. Mereka merasa perlu terus berkomunikasi dengan orang-orang di platform media sosial, melihat setiap postingan orang lain, dan muncul perasaan cenderung iri dan dorongan untuk membagikan kegiatan di setiap aktivitas yang dilakukan agar dilihat oleh orang lain.

Pada mahasiswa KPI IAIN Syekh Nurjati Cirebon *Fear of Missing Out* ialah salah satu bentuk dari kecemasan yang ditandai dengan merasa ingin terus-menerus tau apa yang sedang terjadi diluaran sana, terutama lewat media sosial tiktok. FoMO telah diperlihatkan pada saat Pandemi, fenomena FoMO yang terjadi dalam berbagai tren, mulai dari bersepeda, mengikuti webinar, hingga terobsesi pada platform TikTok yang akhirnya menjadi keterusan hingga saat ini. Fenomena ini mendorong mahasiswa untuk membuat ketergantungan pada media sosial tiktok, penggunaanya rela memantau dan berinteraksi dimanapun kapapun agar merasa terhubung dan bergabung agar tidak tertinggal pengalaman yang berharga di TikTok.

*Fear of Missing Out* yang terjadi pada mahasiswa negatif mengakibatkan mahasiswa memurunnnya semangat aktivitas sosial, akademik, dan kehidupan kampus yang terjadi di sekitar mereka. berdampak juga pada kesehatan mental, konsentrasi yang buruk, dan durasi tidur yang tertunda dan intensitas penggunaan *smartphone* yang meningkat saat pembelajaran baik di ruang kelas maupun di rumah (Sianipar, 2019:35). Hal ini juga dialami beberapa mahasiswa KPI IAIN Syekh Nurjati Cirebon menunjukkan keterkaitan erat antara FoMO dan penggunaan media sosial. Mahasiswa yang mengalami FoMO cenderung selalu ingin memperbarui informasi yang diterima di media sosial dapat mengakibatkan mereka mengabaikan tanggungjawab bahkan menjadi malas, durasi tidur yang buruk, mengabaikan tugas-tugas penting, kurangnya berinteraksi di dunia sosial sesungguhnya. Hal ini dapat mengganggu produktivitas dan fokus mereka dalam menjalani kegiatan akademik dan sehari-hari.

*Fear of Missing Out* yang dialami mahasiswa KPI IAIN Syakh Nurjati Cirebon cenderung lebih memprioritaskan ruang sosial sebagai tempat untuk berinteraksi dan menampilkan kegiatan yang mereka anggap baik dan

menyenangkan serta menarik di media sosial. Interaksi antar manusia yang terjadi di lingkungan tidak berjalan sebaik di dunia maya. Mereka cenderung lebih terlibat dan aktif dalam interaksi yang terjadi melalui media sosial dan platform online, sedangkan di dunia sosial sesungguhnya hanya berinteraksi saat diperlukan saja.

Fear of missing out dianggap sebuah masalah sosial dikarenakan telah terbukti menjadi prediktor merugikan, seperti keinginan yang kuat untuk terus terhubung dengan media sosial. Seseorang yang mengalami FoMO cenderung menghabiskan berjam-jam untuk memantau aktivitas orang lain dan mengabaikan aktivitas pribadi mereka sendiri. Dampak FoMO dapat mengganggu kinerja dan aktivitas sehari-hari seseorang, yang pada gilirannya dapat mengancam kehidupan sosial individu tersebut. Media sosial menjadi tempat yang sering dikunjungi untuk mengikuti kehidupan dan aktivitas orang lain, sehingga aktivitas pribadi sering diabaikan demi mengetahui informasi tentang kegiatan orang lain. Permasalahan ini terkait dengan perkembangan sosial dan budaya dalam lingkungan mahasiswa. FoMO yang terjadi akibat kebiasaan yang berulang-ulang dan ketergantungan pada informasi di media sosial telah menjadi permasalahan sosial dan budaya di kalangan remaja.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis menganggap penting bagi menjawab pertanyaan mengenai fenomena yang telah berlangsung selama ini. Oleh karena itu, penelitian ini melakukan penelitian yang berjudul **“Penggunaan Media Sosial “TIKTOK” Sebagai Media Interaksi Di Kalangan Mahasiswa KPI IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang Mengidap *Fear Of Missing Out* ”**

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan munculah berbagai perumusan masalah dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Ketakutan seseorang akan kehilangan moment yang dimiliki di sosial media Tiktok miliknya.
2. Kurangnya percaya diri atau merasa insecure pada mahasiswa di kehidupan sosial.
3. Lebih suka berinteraksi melalui media sosial dari pada di kehidupan nyata.

## C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, peneliti membatasi fokus penelitian pada pengguna akun aktif di media sosial TikTok yang merupakan mahasiswa KPI (Komunikasi dan Penyiaran Islam) di IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Penelitian ini bertujuan untuk melihat aktivitas pengguna dalam media sosial, termasuk memposting foto/video, mengunggah momen, melihat, menyukai, atau mengomentari foto/video orang lain. Selain itu, penelitian ini juga terkait dengan konsep FoMO (Fear of Missing Out), yang menggambarkan kecemasan individu akan kehilangan momen

## D. Perumusan Masalah

1. Bagaimana penggunaan tiktok sebagai media interaksi sosial dikalangan mahasiswa KPI IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang mengidap *fear of missing out*?
2. Bagaimana Perilaku mahasiswa KPI IAIN Syekh Nurjati Cirebon pengguna tiktok yang mengidap *fear of missing out*?
3. Bagaimana dampak *fear of missing out* pada mahasiswa KPI IAIN syekh Nurjati dalam interaksi sosial?

### E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penggunaan tiktok sebagai media interaksi sosial dikalangan mahasiswa KPI IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang mengidap *fear of missing out*.
2. Untuk mengetahui Perilaku mahasiswa KPI IAIN Syekh Nurjati Cirebon pengguna tiktok yang mengidap *fear of missing out*.
3. Untuk mengetahui dampak *fear of missing out* pada mahasiswa KPI IAIN Syekh Nurjati dalam interaksi sosial.

### F. Kegunaan Penelitian

Karya ilmiah ini diharapkan menjadi kontribusi bagi khazanah keilmuan dan pengetahuan, terutama bagi:

#### 1. Kegunaan Teoritis

##### a. Peneliti

Bagi peneliti ini bertujuan meningkatkan pengetahuan penulis dan menambah wawasan tentang topik yang diteliti, yaitu Penggunaan Media Sosial "TIKTOK" Sebagai Media Interaksi Di Kalangan Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang Mengidap Fear of Missing Out (FoMO).

##### b. Pembaca

Penulis berharap dapat memberikan kontribusi menambah khasanah pengetahuan ilmu dan sebagai tambahan alternatif informasi terutama bagi pembaca yang merupakan mahasiswa akademisi. Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan pemahaman baru mengenai Penggunaan Media Sosial "TIKTOK" Sebagai Media Interaksi Di Kalangan Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang Mengidap *Fear Of Missing Out* sehingga dapat memberikan sumbangan keilmuan.

## 2. Kegunaan Praktis

### a. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

penelitian ini dapat diajukan dan dijadikan sebagai referensi oleh mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon, terutama mereka yang mengambil mata kuliah di jurusan KPI (Komunikasi dan Penyiaran Islam) dan tertarik dengan topik penelitian ini.

### b. Pengguna Sosial Media Tiktok

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan untuk membantu dalam mengevaluasi diri mengenai penggunaan media sosial terutama TikTok dengan bijak dan sebaik mungkin.

