

Bab 1 Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Masa remaja merupakan tahap ketika seseorang mulai mengeksplorasi hal-hal baru, menemukan minat dan hobi baru serta menghadapi berbagai tantangan baik dari lingkungan sekitar maupun lingkungan luar. Menurut Santrock (2015) masa remaja yaitu tahap transisi penting dalam kehidupan seseorang yang melibatkan perubahan signifikan dalam berbagai aspek yang mencakup perubahan kognitif, biologis, dan sosial-emosional yang dimulai pada 10-13 tahun dan berakhir pada usia 18-22 tahun. Pada masa remaja, kehidupan yang mereka jalani sangat penting untuk menjadi penentu bagi masa yang akan datang (Khotimah dkk., 2015).

Menurut Erikson (1993) dalam tahapan perkembangan psikososial, masa remaja termasuk pada tahap kelima yaitu *identity vs role confusion* (pencarian identitas vs kebingungan identitas). Pada fase ini remaja berusaha untuk membebaskan dirinya dari keterikatan dengan orang tua, mereka juga mulai berpikir tentang pilihan-pilihan mereka dan berusaha untuk mencari identitas dirinya dengan mengekspresikan diri dan melakukan hal yang disukai (Hasanah, 2013). Salah satu hal yang remaja lakukan untuk mengekspresikan hal yang disukai dan dirasa sesuai dengan dirinya adalah dengan mengidolakan seseorang.

Tokoh idola atau *role model* dapat menjadi salah satu sumber yang mempengaruhi proses pembentukan identitas diri remaja (Hasanah, 2013). Sosok yang menjadi idola remaja biasanya berasal dari kalangan selebriti, seperti aktor, penyanyi, atau atlet terkenal dan berpengaruh kuat terhadap remaja karena popularitas, prestasi, atau kepribadian mereka yang menarik (Novianti, 2015). Remaja dapat terinspirasi oleh pencapaian mereka, gaya hidup yang mereka tampilkan, nilai-nilai yang mereka sampaikan ataupun karena idola tersebut memiliki idealisme yang mewakili remaja tersebut.

Remaja yang sedang dalam proses pencarian jati diri akan senantiasa mencari sebuah contoh yang mereka anggap menarik dan mempunyai nilai-nilai ideal bagi mereka (Triamali, 2019). Ketika terinspirasi dengan idolanya, mereka akan belajar memahami nilai-nilai, minat, dan menyadari persamaan maupun perbedaan dengan tokoh idolanya. Dengan memahami nilai-nilai dan minat tersebut, dapat membantu remaja dalam proses pembentukan moral, etika, dan identitas dirinya. Selain itu, melihat prestasi yang dimiliki idolanya juga dapat membuat remaja termotivasi untuk berusaha mencapai keinginan dan cita-citanya.

Namun dengan memiliki tokoh idola, seseorang juga perlu menghadapi tantangan untuk memilah dan menyaring hal yang positif dan sesuai dengan dirinya. Penelitian yang dilakukan oleh Triamali (2019) menyatakan bahwa identitas diri remaja dapat dipengaruhi oleh perilaku obsesif terhadap artis idolanya. Apabila seseorang mengikuti setiap hal yang dilakukan idolanya tanpa menyaring mana yang positif dan negatif, maka hal tersebut dapat menyebabkan seseorang kehilangan identitas dirinya sendiri. Mengikuti dan membenarkan setiap hal yang dilakukan idolanya dapat mengakibatkan perilaku *fanatisme*.

Menurut KBBI, *fanatisme* adalah sikap atau perilaku yang ditandai oleh keyakinan yang kuat terhadap suatu gagasan, ideologi, atau keyakinan tertentu. Seseorang yang bersikap fanatik ini disebut dengan penggemar. Menurut Tartila (2013) penggemar bersatu dan membuat komunitas sebagai upaya melindungi diri dari pandangan negatif dan berhubungan dengan penggemar lain yang memiliki minat yang sama.

Cara penggemar untuk bersatu dan membuat komunitas ini didukung dengan mudahnya akses teknologi dan informasi. Dengan semakin berkembang pesatnya teknologi saat ini, penggemar dapat dengan mudah mencari penggemar lain yang memiliki minat yang sama dan mencari informasi tentang berbagai budaya di seluruh dunia. Salah satunya yaitu budaya Korea atau biasa dikenal dengan *Hallyu/Korean Wave*.

Budaya Korea telah menjadi fenomena yang populer di Indonesia. Saat ini, dalam setiap platform digital banyak menyediakan informasi mengenai budaya Korea, salah satunya adalah melalui grup musik K-Pop yang populer. Hal tersebut membuat ketertarikan dan penggemar terhadap budaya Korea semakin meningkat di kalangan remaja Indonesia (Etikasari, 2018). Banyak remaja di Indonesia yang menjadi penggemar K-Pop (musik pop Korea) dan mengidolakan grup musik K-Pop serta selebritis Korea.

Fenomena K-Pop telah meluas di Indonesia dan menjadi salah satu tren budaya yang populer pada remaja (Valenciana & Pudjibudojo, 2022). Remaja di Indonesia yang aktif menjadi penggemar K-Pop menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap grup musik K-Pop favorit mereka seperti BTS, BLACKPINK, NCT, TWICE, NEWJEANS, ITZY, dan sebagainya. Banyak remaja mengikuti perkembangan terbaru dari grup musik favoritnya dengan cara menonton video musik dan pertunjukan panggung, mencari tahu lirik lagu, dan berpartisipasi dalam kegiatan yang berhubungan dengan K-Pop, seperti *fanmeeting*, konser ataupun membeli *merchandise* terkait grup idolanya.

Kegiatan yang dilakukan oleh penggemar K-Pop dalam mencari tahu informasi berkaitan dengan idolanya dikenal dengan istilah *fangirling* atau *fanboying* (Sumayah, 2022). Saat ini, kegiatan tersebut didukung dengan mudahnya akses komunikasi dan informasi melalui berbagai *platform* media sosial yang secara mudah dan cepat memberikan informasi mengenai idolanya, salah satunya adalah melalui aplikasi TikTok. Mengakses TikTok dilakukan sebagai upaya mereka untuk mencari informasi terbaru mengenai K-Pop, melihat postingan terbaru mengenai idolanya, memposting ulang, memberikan komentar, serta membagikannya pada sesama penggemar (Sumayah, 2022).

Di TikTok, video mengenai K-Pop sangat berkembang secara pesat di seluruh dunia selama tahun 2019 sampai tahun 2021. Jumlah kreasi video K-Pop meningkat dari 33,5 juta pada tahun 2019 menjadi 97,87 juta pada September 2021 (TikTok, 12 November 2021).

Indonesia menjadi negara pembuat video K-Pop terbanyak di TikTok, diikuti oleh negara Filipina, Amerika Serikat, dan bahkan melampaui Korea Selatan sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa penggemar K-Popers di seluruh dunia terutama di Indonesia memanfaatkan aplikasi TikTok untuk mengkreasikan video-video mengenai idolanya.

Kemudahan berbagai fitur di TikTok sangat mempengaruhi pertumbuhan popularitas K-Pop di seluruh dunia. Siapa saja yang menyukai musik K-Pop dapat menjadi kreator di TikTok. Tingginya interaksi seputar K-Pop di berbagai negara juga mendukung penggunaannya untuk tidak hanya mendengarkan lagu dan menonton video saja tetapi juga untuk membuat dan berbagi beragam konten terkait K-Pop seperti *dance cover*, *hashtag challenge*, dan sebagainya. TikTok juga memfasilitasi interaksi yang tinggi antara pengguna, artis, dan kreator melalui fitur *Duet*, *Stitch*, dan *Reply to a Comment*.

TikTok merupakan sebuah aplikasi jaringan sosial dan platform video musik yang dikeluarkan oleh Tiongkok pada September 2016. Menurut Data Reportal pada Januari 2023 pengguna TikTok di Indonesia tercatat sebesar 109,9 juta orang dan berada di urutan kedua terbanyak setelah Amerika Serikat. Pada tahun 2018 lalu, TikTok menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh di Indonesia yaitu sebanyak 45,8 juta kali, yang mana jumlah ini sukses mengalahkan aplikasi populer seperti YouTube, WhatsApp, Facebook, dan Instagram (Wijaya & Mashud, 2020). Selain itu, pada tahun 2022 TikTok juga tetap menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh di Indonesia (Saskia, 2023. Kompas.com, 18 Januari 2023).

Berdasarkan data dari South China Morning Post (SCMP) dalam Fauziah (2019) didapatkan informasi bahwa pengguna aplikasi TikTok adalah anak-anak yang berada pada rata-rata usia dibawah 16 tahun. Data tersebut memperlihatkan bahwa pengguna aplikasi TikTok merupakan anak-anak yang berada pada fase remaja. Didukung oleh penelitian Prabhakar Raghavan, wakil presiden senior Google pada tahun 2022 menemukan bahwa

hampir 40% anak muda lebih banyak mencari tahu informasi di TikTok dibandingkan dengan Google (CNN Indonesia, 15 Juli 2022).

Motivasi remaja dalam menggunakan aplikasi TikTok diantaranya adalah untuk menunjukkan kreativitas, mengekspresikan diri melalui video musik, menunjukkan kepercayaan dan citra diri dengan menerapkan fitur efek wajah, dan sebagainya (Fauziah, 2019). Hal tersebut mereka lakukan untuk mengungkapkan diri dan menarik perhatian sehingga dikenal dikalangan sesama pengguna TikTok (Hikmawati dkk., 2021).

Hal yang sama dengan remaja penggemar K-Pop, mereka menggunakan TikTok sebagai salah satu akses untuk melihat konten-konten terbaru dari grup musik K-Pop favorit mereka atau bahkan membuat konten sendiri terkait K-Pop. TikTok juga menjadi sarana bagi para penggemar untuk saling berinteraksi dan membentuk relasi dengan sesama penggemar K-Pop. Hal ini terjadi karena di TikTok mereka dapat dengan mudah mengakses postingan atau tagar yang sedang populer mengenai idolanya, karena saat ini kemajuan teknologi yang semakin meningkat mampu memfasilitasi para penggunanya untuk lebih mudah memenuhi kebutuhannya (Kosasih dkk., 2021).

Mengakses TikTok setiap hari tanpa sadar telah menjadi suatu perilaku berulang yang semakin lumrah. Penggemar K-Pop yang ingin mencari informasi terbaru mengenai idolanya biasanya akan terus melihat media sosialnya, mengecek informasi terbaru mengenai idolanya, mengikuti berbagai konten yang sedang menjadi tren, sampai timbul perasaan cemas saat tidak bisa terhubung dengan media sosial dan idolanya. Dalam psikologi, fenomena tersebut dikenal sebagai *Fear of Missing Out* (FoMO).

FoMO yaitu ketertarikan yang besar untuk tetap terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain melalui media sosial, ketakutan akan kehilangan peluang sosial sehingga mendorong orang tersebut untuk selalu terhubung secara terus menerus dengan orang lain dan mengikuti informasi terbaru mengenai berbagai hal yang dilakukan oleh orang

lain (Przybylski dkk., 2013). Dalam teori SDT (*Self Determination Theory*), FoMO terjadi karena kurangnya taraf kebutuhan psikologi dasar yang mencakup keterhubungan dengan orang lain, autonomi, dan kompetensi, hal tersebut disebabkan karena kebutuhan psikologisnya tidak terpenuhi (Sianipar & Kaloeti, 2019). FoMO menjadi tanda bahwa kesejahteraan psikologis seseorang cenderung negatif, dikatakan demikian karena perasaan cemas, gelisah, dan khawatir, yang ditimbulkan karena FoMO membuat seseorang kurang bisa untuk memahami lingkungan, menata hubungan positif dengan orang lain, dan *self acceptance* yang rendah (Savitri, 2019).

FoMO dicirikan dengan keinginan yang tinggi untuk terus terhubung dengan apapun yang dilakukan oleh orang lain, khususnya dengan menghubungkan diri melalui teknologi media sosial, terutama TikTok yang memberikan kesempatan untuk bisa menyaksikan apa yang orang lain lakukan. Selain itu, berbagai akibat yang disebabkan oleh tingginya tingkat FoMO pada seseorang adalah putusnya hubungan *non-virtual* karena kurangnya perhatian ketika berkomunikasi secara langsung, frekuensi penggunaan dan keterikatan pada *smartphone* yang semakin meningkat, tingkat kesejahteraan hidup dan kepuasan yang rendah, serta timbulnya gejala kondisi sosial dan emosi negatif seperti mudah kesepian dan bosan (Sianipar & Kaloeti, 2019).

Berdasarkan hasil studi awal yang dilakukan pada remaja penggemar K-Pop di kota Cirebon, sebagian besar remaja penggemar K-Pop menggunakan TikTok untuk mengikuti informasi terbaru mengenai idolanya, mencari tahu tren terkini yang sedang terjadi dan mencari hiburan. Ketika melihat idolanya memposting sesuatu di TikTok mereka merasa *excited*, senang, dan memutar konten tersebut berulang-ulang, memberikan *like* dan komentar serta memposting ulang atau membagikan konten tersebut ke platform media sosial lain. Selain itu, mereka juga mengetahui berbagai tren yang sedang marak terjadi seperti *dance challenge*, musik viral, menyanyi, tren *daily life* yang di videokan, tren *fashion*, dan

sebagainya. Mereka menilai bahwa dengan mengikuti tren tersebut mereka merasa senang, lebih gaul, memiliki wawasan yang lebih luas, dan merasa memiliki banyak pendukung ketika banyak orang yang menyukai dan berkomentar pada videonya. Sedangkan dari sisi negatifnya, dampak psikologis yang ditimbulkan apabila tertinggal informasi dan tren terkini yaitu mereka merasa sedih, kecewa, dan merasa takut dicap tertinggal. Apabila sehari tidak mengecek TikTiknya mereka merasa seperti ada yang kurang. Untuk menghindari perasaan cemas apabila tertinggal informasi dan tren viral tersebut, mereka menjadi terus menerus memeriksa *handphone* nya secara berulang.

Selain itu, dari hasil studi awal dapat diketahui bahwa remaja penggemar K-Pop di kota Cirebon sangat aktif mengidolakan artisnya, banyak kegiatan yang dilakukan seperti acara nobar (menonton konser bersama), *gathering* kpopers, *dance cover*, perayaan ulangtahun idola, bahkan trip konser bersama dari Cirebon ke Jakarta, hal tersebut menunjukkan bahwa K-Popers Cirebon sangat kompak dan aktif menunjukkan antusiasme terhadap idolanya.

Menurut Huang (2011) ketika seseorang tidak dapat mengatur waktu kosongnya dengan baik dapat menyebabkan orang tersebut sulit untuk terlepas dari media sosial, sehingga ketika merasa bosan ia memilih untuk mengisi waktu luangnya dengan cara mengakses media sosial. Dalam hal ini regulasi diri sangat berperan dalam mengendalikan hal tersebut. Ketika seseorang mempunyai regulasi diri yang baik, mereka dapat mengontrol kekhawatiran yang disebabkan oleh keadaan sekitarnya maupun dari orang lain (Sianipar & Kaloeti, 2019). Termasuk mengendalikan keinginan untuk terus menerus mengakses media sosial karena takut tertinggal dari orang lain.

Regulasi Diri menurut Miller dkk., (1991) merupakan kemampuan untuk merencanakan, mengarahkan, dan mengendalikan perilaku seseorang agar dapat mengubah keadaan dan mampu menyesuaikan perilakunya agar dapat mencapai tujuan. Sedangkan

menurut Zimmerman (1989) dalam Ghufron & Risnawita (2010) regulasi diri didefinisikan sebagai proses individu untuk menguatkan pikiran, perasaan, dan tingkah laku dalam mencapai tujuan. Apabila seseorang memiliki regulasi diri yang baik maka ia akan memiliki keadaan pikiran dan pengendalian diri yang stabil pula sehingga ia dapat mengatur persepsinya tentang dirinya sendiri dan bagaimana mereka diterima oleh orang lain.

Albert Bandura dalam Feist & Feist (2009) menyatakan bahwa regulasi diri dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal yang berpengaruh terhadap regulasi diri diantaranya mempunyai standar tertentu untuk mengevaluasi perilakunya dan menyiapkan cara untuk mendapatkan penguatan. Sedangkan yang menjadi faktor-faktor internal diantaranya yaitu observasi diri. Seseorang yang memperhatikan performanya, pengamatan tentang dirinya sendiri yang bergantung pada kepentingan dan konsep diri, kemudian proses mengevaluasi atau menilai perilaku yang sesuai dengan standar, menilai kelayakan perilaku dengan norma standar atau membandingkan dengan perilaku orang lain dan reaksi diri. Setelah membuat pengamatan dan penilaian terhadap dirinya sendiri, seseorang akan dapat mengevaluasi dirinya secara positif atau negatif yang kemudian akan berpengaruh terhadap keputusan untuk memberikan *reward* atau *punishment* untuk diri sendiri atau tidak.

Penelitian sebelumnya oleh Sianipar dan Kaloeti (2019) yang meneliti mengenai hubungan regulasi diri dengan FoMO pada mahasiswa tahun pertama Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro Semarang didapatkan hasil bahwa antara regulasi diri dengan *Fear of Missing Out* terdapat hubungan yang negatif. Semakin tinggi regulasi diri maka semakin rendah level FoMO pada individu. Dan sebaliknya, semakin rendah regulasi diri pada individu, maka semakin tinggi kecenderungan individu memiliki FoMO. Selain itu, penelitian oleh Marseal (2022) yang mengkaji fenomena FoMO pada penggemar K-Pop mendapatkan hasil bahwa perilaku yang muncul pada subjek penggemar K-Pop yaitu adanya keinginan

untuk terus menerus mengetahui apa yang sedang terjadi dan dan yang sedang dilakukan oleh idolanya sehingga membuat mereka terus mengakses media sosialnya. Penelitian lain oleh Maulidya (2023) menemukan bahwa FoMO pada mahasiswa penggemar K-Pop disebabkan oleh intensitas penggunaan ponsel dan media sosial yang tinggi dan berdampak pada subjek yang merasa kesepian, waktu tidur yang berkurang, dan sering menunda-nunda makan, dan pola belajar yang terganggu.

Penelitian tentang hubungan regulasi diri dengan FoMO telah banya dilakukan, namun peneliti belum menemukan penelitian yang menguji pengaruh secara kausal antara regulasi diri dengan FoMO pada remaja penggemar K-Pop yang berfokus pada media sosial TikTok. Alasan pemilihan subjek adalah karena remaja penggemar K-Pop saat ini banyak terhubung dengan aplikasi TikTok untuk mengikuti berbagai tren terkini tentang idolanya. Selain itu pemilihan subjek di Kota Cirebon adalah walaupun Cirebon merupakan kota kecil, penggemar K-Pop disana sangat menunjukkan usaha dan antusiasnya untuk mengikuti berbagai kegiatan yang diadakan oleh komunitas K-Popers Cirebon. Karena wilayahnya yang kecil akses para penggemar K-Pop untuk berkumpul dan mengadakan kegiatan lebih mudah dibandingkan dengan kota-kota besar yang wilayahnya lebih luas, sehingga terlihat bahwa penggemar K-Pop di Kota Cirebon lebih aktif dalam berbagai kegiatan mengenai komunitasnya. Oleh karena itu pada penelitian ini, peneliti ingin menguji “Pengaruh Regulasi Diri terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Remaja Penggemar K-Pop yang Menggunakan TikTok”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah di uraikan, pertanyaan pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat FoMO remaja penggemar K-Pop yang menggunakan aplikasi TikTok?

2. Bagaimana tingkat regulasi diri remaja penggemar K-Pop yang menggunakan aplikasi TikTok?
3. Apakah regulasi diri berpengaruh terhadap FoMO pada remaja penggemar K-Pop yang menggunakan TikTok?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Ingin mengetahui tingkat FoMO remaja penggemar K-Pop yang menggunakan aplikasi TikTok
2. Ingin mengetahui tingkat regulasi diri penggemar K-Pop yang menggunakan aplikasi TikTok
3. Ingin mengetahui apakah regulasi diri berpengaruh terhadap FoMO pada remaja penggemar K-Pop yang menggunakan TikTok

Kegunaan Penelitian

Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan pada bidang psikologi mengenai FoMO yang dipengaruhi oleh regulasi diri. Khususnya pada bidang psikologi positif, sosial, klinis, dan perkembangan.

Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas wawasan pembaca mengenai fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) dan regulasi diri pengguna media sosial tiktok. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat berguna untuk mengurangi FoMO dengan cara melatih regulasi diri.