

Bab 1 Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Manusia berdasarkan rentang usianya diklasifikasikan menjadi beberapa generasi. Kopperschmidt (2000) (dalam Putra, 2015) memaparkan bahwa generasi merupakan sekumpulan individu yang mempunyai beberapa kesamaan; tahun lahir, umur, lingkungan, dan juga pengalaman bersejarah atau moment yang dialami individu dan berpengaruh secara signifikan dalam fase pertumbuhannya. Sedangkan menurut Ryder (1965) generasi ialah kelompok individu yang berbeda dalam rentang tahun lahir yang sama dan sama-sama mengalami fenomena Sejarah dalam rentang waktu yang sama. Kejadian-kejadian, Sejarah, fenomena budaya dan berbagai hal yang terjadi setiap generasi berpengaruh pada memori setiap individu; menciptakan sikap, nilai, pandangan atau perspektif, dan kepribadian tertentu (Constanza dkk., 2012).

Teori generasi salah satunya dikemukakan oleh Codrington dkk, (2004) bahwa terdapat 5 generasi manusia yang diklasifikasikan berdasarkan tahun lahirnya, yaitu: Generasi *Baby Boomer* (1946-1964), Generasi X (1965-1979), Generasi Y atau sering disebut dengan Generasi Millennial (1980-1996), Generasi Z atau disebut juga dengan Generasi Internet (1997-2009), dan Generasi Alpha (2010-akhir). Dalam setiap generasi tersebut terdapat perbedaan dalam setiap perkembangannya. Maka, memungkinkan bila ada sekelompok individu yang memiliki rentang umur yang sama akan memiliki perspektif, sikap, gaya hidup, nilai hidup, dan lain sebagainya yang sama pula.

Badan Pusat Statistik (BPS) memaparkan bahwa jumlah penduduk di Jawa Barat terhitung sekitar 27.9 juta jiwa pada sensus penduduk tahun 2024. Menariknya dari data tersebut kuantitasnya di dominasi oleh generasi Z yaitu sebanyak 26,86% dari total penduduk di Jawa Barat. Keberadaan generasi Z yang mendominasi penduduk di Jawa Barat menarik untuk

diperhatikan keberadaannya. Selanjutnya Qurniawati dkk., (2018) menyatakan bahwa Generasi Z identik dengan sebutan Generasi Internet karena mereka lahir di era digital dengan kelengkapan teknologi untuk mengakses internet seperti *Personal Computer* (PC), ponsel, perangkat *gaming*, dan lain sebagainya. Generasi Z juga banyak menggunakan waktunya untuk mengakses internet, hal tersebut selaras dengan data yang diberikan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bahwa provinsi Jawa Barat termasuk pada penetrasi pengguna internet tertinggi di Indonesia yang persentasenya ada di atas 80 persen, tepatnya 82,73 persen.

Erikson sebagai tokoh psikososial membahas beberapa tahapan perkembangan manusia dan generasi Z termasuk pada tahap perkembangan V dan VI. Pada tahap perkembangan V (usia 12-20 tahun) remaja memasuki periode penting dalam pembentukan identitas mereka, baik dalam lingkup sosial maupun profesional. Masa remaja seringkali menjadi awal dari pencarian jati diri, ketika mereka berada di persimpangan antara masa kanak-kanak dan dewasa. Konflik utama yang muncul adalah Identitas dan Kekaburan Peran, yang menekankan perlunya komitmen yang kuat agar kepribadian mereka dapat terbentuk dengan kokoh dan mereka dapat mengenali diri mereka dengan jelas. Selanjutnya, pada tahap perkembangan VI (usia 20-40 tahun) keberadaan “kasih” menjadi kekuatan pokok yang dibutuhkan, karena munculnya konflik antara kebutuhan akan keintiman atau kedekatan dengan rasa asing atau kesendirian. Lebih detailnya, tahap ini membutuhkan hubungan pasangan romantis, hubungan suami istri yang baik, serta teman yang dapat membangun hubungan persahabatan yang memberikan rasa cinta dan kebersamaan. Jika kebutuhan ini tidak terpenuhi, maka bisa timbul perasaan kesepian, isolasi, dan merasa tidak berarti.

Generasi Z merupakan generasi perdana yang dari usia dini sudah terjambah oleh teknologi (Firamadhina, 2021). Di Indonesia internet sudah mulai masuk pada tahun 1994, di era

tersebut pengguna internet masih sedikit dan belum banyak peluang-peluang yang bisa diperoleh dari penggunaan internet. Adanya transformasi dan perkembangan yang pesat di dalam dunia digital, membuat angka pengguna internet di Indonesia saat ini meningkat pesat dan peluang yang didapat dari internet pun sangat beragam. Menurut Ayuningtyas dkk, (2020) perkembangan internet memiliki dampak signifikan pada evolusi kehidupan individu. Internet tidak hanya membantu manusia dalam melakukan aktivitas sederhana seperti mencari dan mengakses informasi dengan mudah, tetapi juga mendukung upaya-upaya luar biasa seperti melakukan eksperimen baru. Keberadaan internet memberikan kontribusi besar dalam mempermudah komunikasi, memungkinkan pengguna berinteraksi kapan pun dan di mana pun selama terkoneksi dengan internet. Meskipun kemudahan ini bermanfaat, namun dapat secara tidak langsung menyebabkan seseorang mengidap tingkat kecanduan yang tinggi dan menampilkan *symptoms* yang mengindikasikan ketergantungan pada internet (Young dkk., 2011).

Gorits dkk., (2012) membahas hasil identifikasi dari beberapa ahli mengenai kondisi adiksi terhadap internet dapat digunakan dengan berbagai istilah seperti *internet addiction*, *compulsive internet use*, *pathological internet use*, dan *problematic internet use*. Dari sejumlah istilah tersebut, banyak ahli sepakat bahwa inti masalah kecanduan internet adalah terganggunya kehidupan personal individu. Seseorang yang mengalami kecanduan internet mungkin tidak menyadari bahwa dirinya sudah terjerumus ke dalam kecanduan tersebut, karena ia tidak menganggap bahwa aktivitas internet yang dijalankannya sudah mencapai tingkat yang berlebihan.

Istilah kecanduan internet (*internet addiction*) pertama kali didefinisikan oleh Kimberly Young pada tahun 1996 (K. S. Young, 1999). Beliau berpendapat kecanduan internet merupakan suatu kondisi yang bisa diamati pada seseorang yang menghabiskan sejumlah waktu secara

signifikan ketika menggunakan internet dan tidak dapat mengendalikan penggunaannya ketika *online*. Menurut Soetjipto (2015) kecanduan internet dianggap sebagai *psychological disorder* yang masih baru, yaitu kondisi dimana seorang individu memiliki kemauan yang tinggi atau ketergantungan secara psikis terhadap internet. Menurut Young (1998) kecanduan internet dapat melumpuhkan kepribadian seseorang. Individu yang terindikasi perilaku kecanduan internet menunjukkan beberapa aspek, seperti merasa terlalu terlibat dengan internet, memerlukan waktu ekstra untuk mencapai kepuasan selama menggunakan internet, kesulitan dalam mengendalikan, mengurangi, atau menghentikan penggunaan internet, merasa cemas, sedih, atau depresi saat mencoba menghentikan penggunaan internet, kehilangan hubungan dengan orang-orang dekat, pekerjaan, peluang pendidikan atau karir, serta bersikap tidak jujur kepada keluarga atau orang terdekat untuk menyembunyikan ketergantungannya pada internet (Ayuningtyas dkk., 2020). Menurut Ayuningtyas dkk., (2020) penggunaan internet saat ini sudah menjadi gaya hidup dari berbagai kalangan. Luasnya aksesibilitas yang diberikan oleh internet dalam mendapatkan informasi dan kemudahan-kemudahan lainnya tentu memberikan dampak positif bagi para penggunanya. Namun, meski terdapat banyak dampak positif yang dihasilkan oleh internet, terdapat juga dampak negatif yang berpengaruh terhadap kehidupan, seperti keberadaan *cyberbullying*, perjudian internet, serta *cybersex* atau *cyberporn* (Soetjipto, 2015).

Mahmudan (2022) mengemukakan sebuah fenomena yang di dapat dari hasil survei yang dilakukan oleh Alvara Research Center, terdapat 34 persen responden dari generasi Z di Indonesia menjadi *addicted user*. Lebih detailnya, 20.9 persen menggunakan internet selama 7-10 jam sehari, 5.1 persen menggunakan internet selama 11-13 jam sehari, dan 8 persen diatas 13 jam sehari. Selanjutnya, Zea (2023) mengemukakan hasil survei IDM Strategic, generasi Z di Jawa Barat menonjol sebagai kelompok yang paling intensif menggunakan internet dibandingkan

dengan generasi lainnya. Rata-rata, mereka menghabiskan waktu *online* selama 8 hingga 10 jam setiap harinya. Dilihat dari data tersebut, intensitas penggunaan internet generasi Z di Jawa Barat yang tinggi secara langsung mengarah kepada banyaknya informasi yang diterima oleh mereka setiap harinya. Di dalam internet per-harinya tentu akan terdapat banyak pembaruan informasi yang secara tidak sadar akan terus diikuti oleh penggunanya. Seiring berjalannya waktu akan timbul kecemasan jika tidak mendapatkan informasi terbaru atau tidak mendapatkan informasi-informasi yang dianggapnya menarik. Fenomena tersebut menjadi hal yang menarik untuk diteliti tentang bagaimana budaya dan gaya hidup sehari-hari mereka dapat berpengaruh secara langsung atau tidak langsung sehingga membuat mereka menggunakan internet secara berlebihan.

Ayuningtyas dkk., (2020) melakukan penelitian dengan judul “Studi Mengenai Kecanduan Internet dan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Siswa di SMK Negeri 1 Driyorejo”. Hasil dari penelitian tersebut memaparkan tentang peningkatan penggunaan internet di kalangan pelajar (termasuk ke dalam rentang usia Generasi Z) menimbulkan masalah baru yaitu rasa takut akan ketertinggalan momen berharga (FoMO). Keberadaan FoMO dapat memicu kecanduan terhadap penggunaan internet. Kemudian peneliti tersebut memberikan saran untuk peneliti berikutnya agar dapat mengembangkan penelitian yang berkaitan dengan kecanduan internet (*internet addiction*) dan *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan memperluas populasi penelitian agar data yang diperoleh lebih representatif. Saran dari penelitian tersebut dijadikan referensi oleh peneliti untuk mendapatkan variabel yang berkesinambungan dengan kecanduan internet.

Dalam evolusi klasifikasi gangguan dalam penggunaan internet muncul tanda atau gejala baru yang dikenal dengan istilah FoMO (*Fear of Missing Out*). Menurut Aisafitri dkk., (2020) FoMO adalah kondisi dimana seseorang merasa takut jika tertinggal informasi yang tersebar di

internet. FoMO dicirikan oleh keinginan selalu bisa terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain (Przybylski dkk., 2013). Bagi mereka yang takut akan ketertinggalan, partisipasinya di media sosial mungkin menjadi sangat menarik. Internet yang mencakup media sosial seperti Facebook, Twitter, dan lain sebagainya adalah media untuk memperluas hubungan sosial dan menjanjikan tingkat keterlibatan sosial yang lebih tinggi. Menurut Christina dkk., (2019) FoMO menjadi salah satu kebutuhan individu agar dapat terus terkoneksi bersama aktivitas sosial individu lain. Perilaku itu didahului oleh suatu motivasi atau dorongan maka dapat muncul sebagai tindakan. Dorongan tersebut dapat muncul salah satunya dari kebutuhan dasar yang ingin dipenuhi oleh individu. Pemenuhan kebutuhan dasar juga memiliki peran terhadap kesehatan psikologis seseorang, maka begitu hebatnya ketika kita bisa memenuhi kebutuhan dasar itu. Menurut Song dkk., (2017) dalam Christina dkk., (2019) menyatakan bahwa kesehatan psikologis berdasarkan pada tiga kebutuhan psikologis dasar: kompetensi, otonomi, dan keterhubungan. Disimpulkan bahwa FoMO dapat dipahami sebagai tindakan pemenuhan dari kekurangan rasa kepuasan salah satu kebutuhan diantara ketiga kebutuhan dasar itu. Fakta mengenai perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) mengarah pada kemunculan perilaku kecanduan internet didukung oleh hasil dari penelitian bahwa mereka yang mengalami FoMO akan menggunakan media sosial dengan intensitas yang sering (secara berlebihan), contohnya sesaat setelah bangun tidur, saat makan, bahkan ketika saat berkendara (Przybylski dkk., 2013).

Selanjutnya berfokus pada kebutuhan dasar, manusia secara harfiah akan terus berkembang dan secara tidak langsung cara berkembangnya manusia akan menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Dengan demikian, keadaan saat ini sedikit banyaknya akan mempengaruhi individu dalam proses perkembangannya. Masing-masing dari kita mungkin secara tidak sadar telah melakukan observasi secara alamiah terhadap perkembangan zaman

yang pesat ini, kita menyadari banyaknya perubahan yang terjadi di lingkungan sekitar kita. Baik perubahan budaya, moral, nilai, perspektif, gaya hidup, dan lain sebagainya. Perubahan tersebut tentunya muncul dari penyesuaian yang dibutuhkan setiap individu agar dapat mengikuti perkembangan zaman.

Penyesuaian ini menjadi kebutuhan dan keharusan agar kita sebagai manusia tetap dapat bertahan hidup sebagaimana mestinya. Menurut teori kebutuhan yang dikembangkan oleh McClelland (1987) individu dapat termotivasi oleh tiga kebutuhan dasar, diantaranya: *achievement needs* (pencapaian), *power needs* (kekuatan), dan *affiliation needs* (afiliasi). Winter (1992) memberikan pendapat bahwa kebutuhan ini tidak hanya sebatas memotivasi individu saja, tetapi juga untuk beberapa tujuan dan atensi manusia yang terpenting. Kebutuhan-kebutuhan tersebut ketika terpenuhi dapat membawa manusia mencapai tujuannya, mereka dapat merasa penuh dan merasa hidup. Setiap manusia akan berusaha dengan versi dirinya sendiri untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut. Terdapat kebutuhan untuk terlibat dalam afiliasi, yang membutuhkan terjalinnya hubungan yang hangat dan dekat dengan individu lainnya (Pribadi A. dkk., 2011). Dorongan untuk berafiliasi timbul karena seorang manusia sebagai makhluk sosial memiliki banyak kebutuhan yang harus dipenuhi untuk menjalani kehidupan. Individu menyadari bahwa dalam kehidupan sehari-hari, tidak mungkin untuk terlepas dari keterhubungan dengan orang lain. Melalui hubungan antarmanusia, dapat terbentuk rasa kebersamaan yang kuat, dan memungkinkan untuk saling memberikan kepuasan satu sama lain (Yola, 2011). Hubungan antarindividu juga dikenal sebagai komunikasi, yang berperan dalam menghubungkan dan mengajak orang lain untuk memahami isi pesan yang disampaikan (Widiantari dkk., 2013).

Media komunikasi saat ini sangat beragam. Berbagai fasilitas komunikasi saat ini telah berkembang mulai dari telepon genggam atau *handphone* hingga internet. Dalam memenuhi

kebutuhan afiliasi, dimungkinkan internet menjadi media yang paling sering digunakan individu setiap harinya guna memenuhi kebutuhannya untuk mempunyai hubungan yang dekat dengan orang lain. Lebih jelas lagi, menurut McClelland (dalam Royle dkk., 2012) menyebutkan bahwa kebutuhan afiliasi memperlihatkan kemauan seseorang untuk dapat berhubungan secara dekat, bersahabat dengan orang lain. Mereka yang memiliki kebutuhan afiliasi tinggi biasanya menggunakan banyak waktu dengan mencari interaksi dengan orang lain (McClelland dkk., 1992). Kebutuhan afiliasi dapat mendorong seseorang untuk menjalin kerja sama yang baik, membangun hubungan interpersonal yang baik, dan memiliki bonding atau keeratan tim yang baik. Hal demikian bisa didapatkan ketika kebutuhan afiliasi seseorang dapat terpenuhi dengan baik.

Ayu dkk., (2021) melakukan penelitian yang berjudul “Hubungan Antara Kebutuhan Afiliasi dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram”. Ayu dkk., (2021) memaparkan penggunaan media sosial instagram (internet) menjadi salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan afiliasi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan korelasi positif antara tingkat kebutuhan afiliasi dan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa yang menggunakan media sosial Instagram. Semakin besar kebutuhan afiliasi yang dimiliki oleh mahasiswa pengguna Instagram, maka semakin tinggi pula tingkat *Fear of Missing Out* yang mereka alami. Peneliti ini juga memberikan rekomendasi untuk penelitian berikutnya adalah dengan melakukan pendekatan kuantitatif pada studi mengenai *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan mengeksplorasi karakteristik partisipan secara rinci, seperti jenis kelamin atau status sosial. Selain itu, dapat dikaji hubungannya dengan variabel lain yang memiliki kaitan dan pengaruh terhadap FoMO.

Sebelum peneliti melanjutkan ke bagian selanjutnya, untuk memperkuat fenomena yang ditemukan dan memperkuat data-data yang didapatkan dari berita, artikel, juga penelitian sebelumnya. Peneliti telah melakukan studi awal yang dilakukan pada generasi Z di kota Bandung. Peneliti memutuskan untuk berfokus pada generasi Z di wilayah Bandung karena sebagai Ibu Kota Provinsi Jawa Barat juga diketahui populasi generasi Z mendominasi penduduk di kota Bandung (Din, 2022).

Didapatkan fenomena menarik dari hasil studi awal yang dilakukan oleh peneliti yaitu adanya kecenderungan *internet addiction* untuk kalangan generasi Z di kota Bandung. Hal tersebut dapat diamati melalui hasil penyebaran kuesioner yang berisikan item-item pertanyaan yang menunjukkan perilaku *internet addiction*. Durasi penggunaan internet yang tinggi, internet digunakan sebagai “tempat” peralihan dari sebuah masalah, sulitnya mengurangi durasi penggunaan internet, jam tidur yang tidak teratur karena penggunaan internet, timbulnya perasaan kesepian dan gelisah saat tidak mengakses internet adalah beberapa item pertanyaan di dalam kuesioner tersebut yang memiliki rata-rata jawaban berada di skala 4. Skala 4 berartikan bahwa kalimat di dalam item tersebut menunjukkan kondisi yang “sesuai” dengan kondisi responden. Angka tersebut cukup tinggi dalam ukuran skala likert yang digunakan oleh peneliti. Studi awal tersebut mendapatkan 31 responden generasi Z yang diantaranya terdapat 16 orang dengan status mahasiswa, 4 orang dengan status pelajar, dan 11 orang dengan status bekerja. Peneliti mencoba melakukan studi awal kepada generasi Z dari mulai kalangan pelajar hingga pekerja agar lebih merata.

Hasil studi literatur yang sudah dilakukan peneliti didapat bahwa penggunaan variabel *Fear of Missing Out* (FoMO), kebutuhan afiliasi dan *internet addiction* sudah banyak ditemukan pada penelitian-penelitian sebelumnya. Namun belum ada penelitian yang menggunakan ketiga

variabel tersebut bersama-sama. Dengan demikian diharapkan peneliti bisa menciptakan kebaruan dalam lingkup penelitian korelasional mengenai variabel terkait. Saran-saran yang diberikan dalam penelitian sebelumnya akan peneliti terapkan menyesuaikan dengan fenomena yang ada juga data yang peneliti dapatkan mengenai *Internet Addiction* pada generasi Z di Jawa Barat terutama di Kota Bandung. Beberapa penelitian menyarankan untuk memperluas cakupan agar hasil yang didapat lebih representatif, beberapa penelitian menyarankan untuk membuat populasi menjadi lebih spesifik, salah satunya adalah status sosial, beberapa penelitian juga menyarankan untuk menambah variabel lain selain *Internet Addiction* dan *Fear of Missing Out* (FoMO) yang memungkinkan memiliki kaitan dan pengaruh bagi kedua variabel tersebut.

Dengan demikian setelah melihat urgensi dan kebaruan yang peneliti deskripsikan diatas, peneliti akan mengkaji dan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) dan Kebutuhan Afiliasi terhadap *Internet Addiction* pada Generasi Z”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah peneliti deskripsikan, maka dapat diajukan beberapa rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) dan kebutuhan afiliasi secara bersama-sama terhadap *internet addiction* pada generasi Z di Kota Bandung?
2. Bagaimana pengaruh *Fear of Missing out* (FoMO) terhadap *internet addiction* pada generasi Z di Kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh kebutuhan afiliasi terhadap *internet addiction* pada generasi Z di Kota Bandung?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang sudah disusun penulis, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) dan kebutuhan afiliasi secara bersama-sama terhadap *internet addiction* pada generasi Z di Kota Bandung;
2. Mengetahui pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap *internet addiction* pada generasi Z di Kota Bandung; dan
3. Mengetahui pengaruh kebutuhan afiliasi terhadap *internet addiction* pada generasi Z di Kota Bandung.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan Teoretis

Diharapkan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) dan Kebutuhan Afiliasi terhadap *Internet Addiction* pada generasi Z” dapat memberikan manfaat bagi keilmuan bidang psikologi sosial mengenai pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) dan kebutuhan afiliasi terhadap *internet addiction* pada generasi Z di Kota Bandung.

Kegunaan Praktis

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini penulis harap bisa memberikan pengaruh positif bagi pembaca dan memberikan pengetahuan mengenai perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) dan dorongan untuk memenuhi kebutuhan afiliasi, secara berlebihan mungkin dapat menimbulkan perilaku *internet addiction*, diharapkan pemaparan hasil penelitian nanti dapat menjadi bekal wawasan bagi generasi Z di Kota Bandung dalam mengelola intensitas penggunaannya dalam media sosial dan mengelola kebutuhan akan afiliasi agar semuanya dapat berjalan dengan seimbang sehingga tidak sampai mengganggu kegiatan sehari-hari.