

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi dianggap sebagai hal yang sangat penting dan memberikan dampak yang signifikan bagi kehidupan sosial manusia. Informasi merupakan salah satu hal yang meliputi sebagian besar aktivitas manusia. Teknologi informasi dan jaringan komunikasi baru khususnya internet mengalami perkembangan yang sangat pesat dan penggunaannya dalam kehidupan sehari-hari sudah menjadi suatu hal yang umum. Teknologi sangat mempermudah manusia dalam proses penyebaran informasi karena dianggap lebih cepat dan juga efisien. Hal tersebut menyebabkan penggunaan teknologi informasi semakin meningkat karena banyak individu yang merasa tertinggal jika tidak mendapatkan dan membagikan informasi terbaru ¹.

Setiap orang kini dapat dengan mudah memproduksi dan membagikan informasi melalui internet. Informasi terbaru baik fakta maupun opini dapat diproduksi setiap saat, salah satunya melalui media sosial. Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan oleh *We Are Social* pada tahun 2023 tercatat bahwa di Indonesia waktu rata-rata setiap harinya untuk mengakses internet yaitu selama 7 jam, 42 menit, dan terdapat 167 juta pengguna aktif media sosial dari total populasi sebanyak 276,4 juta penduduk. Laporan itu juga menyebutkan terdapat beberapa *platform* media sosial yang populer seperti Whatsapp, Instagram, TikTok dan lainnya yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dalam mengakses informasi-informasi digital dan hiburan ².

Media sosial dapat digunakan oleh setiap kalangan tanpa terkecuali. Siapa saja dapat mengekspresikan dirinya di media sosial dan dapat menjadi pengaruh

¹ Rolan Mart Sasongko, Alvian Alvin Mubarak, and Muhamad Ridwan, "Fear of Missing Out Dalam Pemasaran: Kajian Literatur Dan Implikasi," *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)* 4, no. 2 (2023): 23, <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jebe/article/view/4355>.

² Wearesocial.com. Digital 2023 – We Are Social Indonesia. (2023). <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>

yang besar bagi diri seseorang. Banyak hal yang dapat dilakukan di media sosial dan sifatnya bebas untuk diakses oleh siapapun dan kapanpun tanpa batasan ruang dan waktu. Hal ini dapat membuat seseorang yang awalnya biasa saja menjadi terkenal, maupun sebaliknya. Itu merupakan hasil dari *feedback* secara terbuka yang diberikan oleh massa di media sosial. Dengan adanya media sosial, pengguna dapat saling berinteraksi dengan menggunakan berbagai *fitur* yang disediakan oleh *platform* media sosial seperti *chatting*, *video call*, *comment*, *live streaming*, *follow*, dan lainnya. Kegiatan-kegiatan yang dapat dilakukan melalui media sosial membuat banyak orang tertarik untuk menggunakannya terus menerus. Bagi masyarakat, media sosial sudah menjadi candu dan bahkan menjadi suatu kebutuhan³.

Internet, khususnya media sosial memberikan akses terhadap informasi mengenai hal-hal yang sedang tren. Dengan adanya tren di media sosial cenderung memberikan daya tarik terhadap individu untuk selalu terlibat dalam hal-hal tersebut agar tidak melewatkan momen yang dianggap berharga. Hal ini berdampak pada jumlah individu yang mengalami FoMO (*Fear of Missing Out*) yaitu istilah yang digunakan untuk perasaan khawatir melewatkan suatu momen tertentu. Istilah *Fear of Missing Out* (FoMO) ini mulai dikenal semenjak teknologi informasi terutama media sosial mulai mengalami peningkatan dalam penggunaannya. Media sosial membuat para penggunanya masuk ke dalam konektivitas digital di mana hal tersebut membuat mereka akan tetap terhubung dan melihat apa yang sedang terjadi di sekitar mereka. Oleh karena itu, kebanyakan perasaan FoMO dialami oleh pengguna media sosial⁴.

FoMO merupakan salah satu jenis penyakit mental dan dapat menjadi masalah sosial. Hal ini dikarenakan seseorang yang memiliki perasaan FoMO akan selalu membuat dirinya terhubung dengan media sosial untuk mengetahui

³ Dini Gilang Prathivi Maria, "Optimalisasi Sosial Media Untuk Generasi Muda," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 8.5.2017 (2022): 4246.

⁴ Amelia Dwi Rahmah and Rakhmaditya Dewi Noorizki, "Fenomena Fear of Missing Out Dalam Partisipasi Konser Musik Di Kalangan Masyarakat Indonesia," *Flourishing* 3, no. 7 (2023): 262, <https://doi.org/10.17977/10.17977/um070v3i72023p261-268>.

informasi-informasi yang akan menimbulkan efek negatif untuk aktivitas sosialnya. Karena pada dasarnya perasaan FoMO dapat timbul karena adanya pengulangan kebiasaan yang dilakukan hingga menimbulkan rasa ketergantungan pada informasi yang ada di media sosial. Oleh karena itu FoMO dapat dikatakan sebagai suatu fenomena sosial yang timbul di lingkungan masyarakat dan akan menjadi masalah dalam sosial budaya masyarakat⁵.

APS (*Australian Psychological Society*) telah melakukan survei dengan hasil yang menunjukkan prevalensi FoMO di kalangan anak muda adalah 50% sedangkan di kalangan dewasa 25%. Dalam penelitian tersebut juga menyatakan bahwa anak muda kemungkinan lebih besar mengalami fenomena FoMO dibandingkan kalangan lainnya⁶. Menurut data survei yang telah dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2023 menyebutkan penetrasi pengguna internet di Indonesia didominasi oleh kelompok usia 13-18 tahun (98,20%), disusul oleh kelompok usia 19-34 tahun (97,17%). Rata-rata alasan pengguna mengakses internet untuk membuka media sosial (83,25%)⁷. Data-data tersebut dapat diartikan anak muda mendominasi jumlah penggunaan internet di Indonesia khususnya media sosial.

Anak muda merupakan sebutan dari masa anak-anak menuju masa dewasa muda yang berada dalam rentang usia 13-25 tahun⁸. Mereka dianggap sebagai kalangan yang memiliki kesadaran tinggi terhadap dunia di sekelilingnya. Rasa ingin tahu anak muda sangat tinggi untuk mengikuti peristiwa yang sedang terjadi. Informasi mengenai tren yang sedang populer dapat dengan mudah dijangkau dengan adanya media sosial sehingga FoMO sangat mudah dirasakan oleh kalangan anak muda dibandingkan kalangan dewasa yang lebih sibuk dengan prioritas lain

⁵ Aisyah Ummi Fari'ha, "Fenomena FoMO (Fear of Missing Out) Sebagai Perilaku Konsumtif Remaja Dalam Pembelian Mixue Di Kecamatan Gubeng Kota Surabaya," 2023, 2.

⁶ Rizki Setiawan Akbar et al., "Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FoMo) Pada Remaja Kota Samarinda," *Psikostudia : Jurnal Psikologi* 7, no. 2 (2019): 39, <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v7i2.2404>.

⁷ Survei.apjii.or.id. 2023. Survei Penetrasi & Perilaku Internet 2023. <https://apjii.or.id/>

⁸ Andini Hernani Utami, "ARTIKEL MEDIA BARU DAN ANAK MUDA : PERUBAHAN BENTUK MEDIA," *Perpustakaan Universitas Airlangga* 11, no. 1 (2021): 12.

dalam hidupnya. Anak muda yang memiliki perasaan FoMO cenderung memiliki perasaan takut akan kehilangan momen akan membuat mereka rela mengeluarkan uang dengan lebih mementingkan pemenuhan simbolis daripada kebutuhan⁹.

Pada saat ini masyarakat di Indonesia mengalami hegemoni budaya eksternal yang salah satunya berdampak pada pola konsumtif akibat dari adanya globalisasi. Dunia industri memanfaatkan minat masyarakat melalui media dengan membuat konten-konten promosi. Biasanya konten promosi dibuat menarik, lucu, unik dan informatif agar lebih mudah dibagikan oleh pengguna media sosial dan menjadi terkenal di media. Ketika suatu konten promosi menjadi terkenal, mereka dapat menjangkau lebih banyak *audiens* sehingga meningkatkan visibilitas produk atau layanan yang dipromosikan. Hal ini menimbulkan dampak yang besar terhadap pola konsumtif masyarakat yang cenderung membeli sesuatu bukan karena kebutuhan melainkan karena perasaan takut tertinggal atau melewatkan momen yang sedang tren di berbagai kalangan khususnya di kalangan anak muda¹⁰.

Salah satunya perasaan FoMO anak muda terhadap acara festival musik. Festival musik salah satu tren di kalangan anak muda terlebih di tahun 2023. Hal ini dikarenakan pandemi Covid-19 yang membuat setiap aktivitas yang menimbulkan kerumunan dihentikan, termasuk festival musik yang sudah diberhentikan selama 2 tahun terakhir. Perasaan rindu menjadi salah satu penyebab festival musik kembali tren dan menjadi perbincangan yang ramai di media sosial¹¹.

Seperti halnya dalam acara musik Playlist Live Festival yang diselenggarakan oleh Djojokarsono Group. Acara musik ini sudah berhasil digelar sejak tahun 2019 di Kota Bandung. Dalam acaranya, Playlist Live Festival dihadiri oleh banyak musisi ternama. Di tahun 2023, Playlist Live Festival digelar selama tiga hari penuh dan dihadiri oleh 40 musisi. Selain penampilan musik, acara ini juga

⁹ Yuhdi Fahrimal, "NETIQUETTE : ETIKA JEJARING SOSIAL GENERASI MILENIAL DALAM MEDIA SOSIAL," *Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan* 22, no. 1 (2018): 67.

¹⁰ Bunga Farah Fauziah and Rizki Setiawan, "Dampak Konsumerisme Menonton Konser Musik Indonesia Di Kalangan Anak Muda," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 11 (2023): 735.

¹¹ *ibid.*, hlm 740

menghadirkan berbagai macam aktivitas dan hiburan seperti aktivitas jual beli di *booth-booth* atau *game* berhadiah yang disediakan oleh penyelenggara acara. Dengan beragam fasilitas dan aktivitas yang ada, festival musik menjadi ajang bagi anak muda dalam mencari hiburan dan pengalaman. Promosi yang dilakukan pihak penyelenggara acara musik Playlist Live Festival yang sangat menarik, *track record* dari penyelenggara acara yang selalu sukses, dan juga antusias dari audiens, menjadikan acara musik Playlist Live Festival yang paling ternama dan paling banyak diminati dibanding acara musik festival lainnya di kota Bandung. Hal ini dapat dilihat dari pengunjung acara musik Playlist Live Festival yang mencapai lebih dari seratus ribu orang dan merupakan acara festival musik dengan pengunjung paling banyak diantara acara musik festival lain di Kota Bandung sepanjang tahun 2023. Beberapa alasan tersebut membuat acara festival musik ini tren yang menarik perhatian anak muda.

Acara musik Playlist Live Festival merupakan acara musik festival yang paling ditunggu-tunggu oleh kalangan anak muda. Hal ini dapat dilihat dari penjualan tiket dari acara musik ini yang selalu *sold out* dalam waktu cepat dan pembelinya didominasi oleh kalangan anak muda. Perilaku konsumtif dapat dialami anak muda karena perasaan FoMO, mereka takut ketinggalan momen dan dianggap tidak *up to date* jika tidak menonton acara musik yang menjadi tren di kalangan sebayanya.

Maka dari itu peneliti ingin melihat bagaimana fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) dalam aktifitas yang sedang tren di kalangan anak muda dan bagaimana fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) berdampak pada perilaku konsumtif anak muda khususnya dalam aktivitas Playlist Live festival 2023. Penelitian ini penting dilakukan untuk dapat memberikan sumbangsih pemikiran yang berguna dalam memecahkan permasalahan yang ditemukan khususnya mengenai fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) dan perilaku konsumtif dalam masyarakat .

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan diidentifikasi serta dianalisis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) dalam aktivitas acara musik Playlist Live Festival 2023 di kalangan anak muda?
2. Bagaimana fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) berdampak pada perilaku konsumtif anak muda dalam aktifitas acara musik Playlist Live Festival 2023?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas maka tujuan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *Fear of Missing Out* (FoMO) dalam aktivitas acara musik Playlist Live Festival 2023 di kalangan anak muda.
2. Untuk mengetahui dampak *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap perilaku konsumtif kalangan anak muda dalam aktivitas acara musik Playlist Live Festival 2023.

D. Manfaat dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan, terdapat beberapa manfaat yang ingin dicapai terutama kepada pihak yang terlibat dalam proses penelitian ini. Adapun kegunaan penelitian ini dapat berdampak positif secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini bagi peneliti adalah untuk dapat menerapkan ilmu ataupun teori-teori dan selanjutnya memberikan pemikiran bagi pengembangan ilmu sosiologi kedepannya dengan mengacu pada Teori Masyarakat Konsumsi yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard. Selain itu penelitian ini dapat menambah wawasan yang lebih mendalam bagi pembaca mengenai bagaimana individu tidak lagi mengonsumsi sesuatu berdasarkan kebutuhan, melainkan sebagai penegas keberadaan diri mereka. Hasil penelitian ini juga

diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi penelitian selanjutnya sebagai salah satu syarat dalam menempuh ujian sidang sarjana pada jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran yang berguna dalam memecahkan permasalahan yang ditemukan yaitu mengenai fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) sebagai perilaku konsumtif anak muda. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi sejumlah pihak sebagai berikut:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi yang dapat bermanfaat mengenai *Fear of Missing Out* (FoMO) dalam perilaku konsumtif di kalangan anak muda.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi landasan pembelajaran pembacanya serta dapat digunakan sebagai dasar penelitian selanjutnya terkait *Fear of Missing Out* (FoMO) dalam perilaku konsumtif.
- c. Penelitian ini juga diharapkan dapat sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang memiliki keterkaitan tema yaitu mengenai *Fear of Missing Out* (FoMO) dalam perilaku konsumtif di kalangan anak muda.

E. Kerangka Berpikir

Pada dasarnya, *Fear of Missing Out* (FoMO) merupakan perasaan kecemasan sosial dimana individu dapat merasa cemas atau takut melewatkan pengalaman berharga atau kesempatan yang dimiliki orang lain. Anak muda sedang mengalami masa pencarian jati diri dan penerimaan sosial sehingga memiliki hasrat yang besar untuk dapat diterima dalam pergaulan dan menemukan pengakuan sosial. Tren dan gaya hidup teman sebaya sangat berpengaruh terhadap rasa penasaran mereka. Anak muda yang belum sepenuhnya bijak dalam mengambil keputusan ditambah mereka yang lebih sering menghabiskan waktu di media sosial cenderung lebih mudah terbawa arus perkembangan, terlebih mereka yang cenderung sensitif

terhadap penolakan sosial sehingga mudah terpengaruh. Hal-hal tersebut menyebabkan fenomena FoMO lebih sering dialami oleh anak muda.

Festival musik merupakan acara musik berskala besar yang biasanya menampilkan lebih dari satu musisi terkenal dengan berbagai macam genre secara *live* dan diselenggarakan dalam jangka waktu yang terbatas. Saat ini, festival musik merupakan acara musik yang tren dikalangan anak muda. Seiring berjalannya waktu, kini festival musik tidak hanya sekedar acara musik biasa, namun sudah bertransformasi menjadi fenomena budaya dan gaya hidup. Keramaian, momen berharga, dan euforia adalah hal-hal yang dicari di festival musik oleh para penontonnya.

Selain penampilan musik, festival musik juga biasanya menghadirkan berbagai macam fasilitas dan aktivitas lain seperti *stage* yang dihadirkan lebih dari satu, *booth* makanan dan minuman, *booth merchandise*, *game* hadiah dan lain sebagainya. seperti halnya acara musik Playlist Live Festival 2023 yang menghadirkan banyak fasilitas dan aktivitas untuk menciptakan pengalaman festival musik yang menyenangkan untuk menarik minat para calon penontonnya seperti menghadirkan 50 musisi ternama dengan berbagai *genre*, MC terkenal, beragam *booth* makanan, minuman dan merchendase, dan masih banyak lagi.

Perasaan FoMO terhadap aktivitas acara musik Playlist Live Festival 2023 dapat menimbulkan perilaku konsumtif khususnya di kalangan anak muda. Perilaku konsumtif dapat timbul karena adanya perasaan ingin tampil sesuai dengan tren yang sedang *hype*. Mereka yang berperilaku konsumtif cenderung boros membeli sesuatu tanpa mempertimbangkan rasional dan lebih banyak pengeluaran untuk produk ataupun pengalaman yang dianggap dapat meningkatkan gengsinya di mata orang lain. Perasaan tersebut cenderung mendorong membuat seseorang berperilaku konsumtif karena takut dianggap ketinggalan zaman dan tidak *up to date*. Artinya, seseorang yang berperilaku konsumtif menganggap bahwa dengan perilakunya tersebut terhadap tren dapat berpengaruh pula terhadap status sosialnya.

Teori yang akan digunakan oleh peneliti adalah Teori Masyarakat Konsumsi dari Jean Baudrillard. Teori ini akan digunakan sebagai penjelas dari realita yang

terjadi atau sebagai pengarah dari pengujian yang akan dilakukan oleh peneliti. Asumsi dasar dari Teori Masyarakat konsumsi Jean Baudrillard akan berfokus pada pembahasan mengenai perilaku konsumerisme yang menggaris bawahi makna perilaku ini dilakukan untuk mengejar status sosial dan harga diri. Dengan teori ini, peneliti dapat memahami lebih dalam mengenai fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) sebagai perilaku konsumtif anak muda.

Dari uraian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa fokus dari penelitian ini mengenai bagaimana fenomena FoMO dalam aktivitas acara musik Playlist Live Festival 2023 ini dapat memberikan dampak terhadap perilaku konsumtif dikalangan anak muda.

Gambar 1 Skema Kerangka Pemikiran

