

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Memasuki era revolusi industri 4.0 yang serba digital ini, mendorong masyarakat sekarang dalam menopang aktivitasnya sehari-hari itu sangat bergantung dengan teknologi, terutama dalam penggunaan *smartphone* atau gadget. Setiap generasi pun masing-masing harus bisa mempersiapkan diri untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat. Khususnya bagi generasi Z, bagi mereka meleak akan teknologi adalah hal lumrah dalam menjalankan kegiatan sehari-hari seperti sekolah, kuliah maupun kantor.

Smartphone adalah salah satu bentuk perkembangan yang tampak nyata saat ini dan dilengkapi dengan berbagai akses internet serta bisa dibawa kemana-mana, bahkan seseorang akan merasa menggenggam dunia ketika membawa *smartphone* tersebut di tangannya (Younarti & Hidayah, 2018, p. 144). Walaupun *smartphone* dinilai sebagai barang wajib dan hampir pasti dimiliki oleh semua orang, penggunaannya sendiri mempunyai dampak positif maupun negatifnya.

Dampak positif dari penggunaan *smartphone* pastinya yang terutama adalah mempermudah dalam berkomunikasi, selain itu juga dapat meningkatkan jalinan sosial. Dengan adanya layanan internet dalam *smartphone* sendiri dapat membantu kita sebagai penggunanya untuk mengakses dan mendapatkan informasi, serta dapat sebagai hiburan untuk menghilangkan stres. Selain itu juga dapat melakukan banyak hal seperti berinteraksi di sosial media, menghubungi orang yang berbeda negara sekalipun, mendengarkan musik di *platform* musik digital, menonton video ataupun *streaming* film, membaca buku secara digital, belanja *online*, bahkan sampai reservasi hotel dalam satu waktu dan dalam satu perangkat *smartphone*. Penemuan teknologi seperti *smartphone* menjadikan segala sesuatunya lebih praktis (Wood dalam Vientman, 2006, p. 336).

Data yang diperoleh melalui WeAreSocial.com (Kemp, 2020) menunjukkan bahwa di Indonesia sendiri jumlah *smartphone* yang terkoneksi dan tercatat mencapai sekitar 338,2 juta unit. Jumlah tersebut bahkan hampir dua kali lipat dari jumlah pengguna internet di Indonesia, berarti dapat dikatakan kalau rata-rata masyarakat Indonesia mempunyai *smartphone* bisa lebih dari satu. Tak heran jika masyarakat sekarang ini memiliki kecenderungan lebih memilih untuk menggunakan *smartphone* nya dibandingkan dengan berinteraksi secara langsung dengan orang lain di sekitarnya.

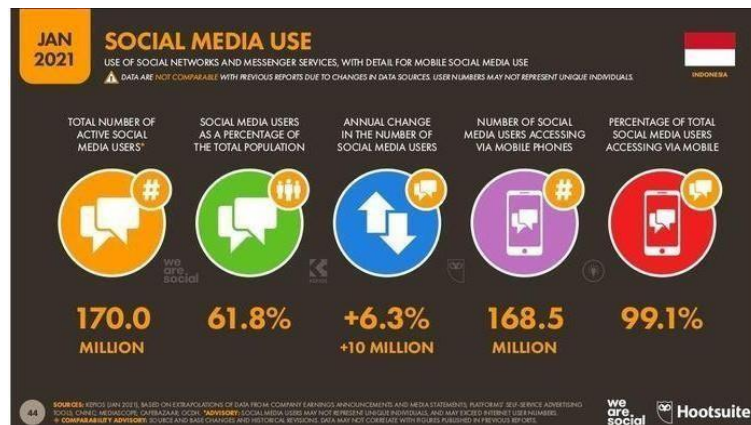
Dengan adanya *smartphone* yang dapat mempermudah segala sesuatunya, membuat penggunanya sering kali lupa akan dampak negatif dari penggunaan *smartphone*. Dampak negatif dari penggunaan *smartphone* sendiri yaitu terjadi perubahan perilaku seseorang dalam berinteraksi dan gangguan komunikasi verbal baik secara langsung maupun tidak langsung (Syarif, 2013). Apalagi dengan kehadirannya sekarang ini yang seakan menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat modern terutama bagi para kaum gen Z. Menjadikan kemudahan yang ditawarkan oleh *smartphone* dan internet itu jauh lebih banyak daripada menyadari kemungkinan atas dampak negatif yang ditimbulkan dari penggunaannya.

Penggunaan *smartphone* dan khususnya dalam penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan ketergantungan atau kecanduan *smartphone* yang membuat penggunanya seakan tidak bisa lepas dari *smartphone* mereka. Hal itu menjadi dampak dari penggunaan *smartphone* yang paling signifikan terjadi dan dialami oleh kebanyakan orang saat ini, khususnya bagi generasi Z. Termasuk salah satu dampak dari *smartphone* terutama dalam penggunaan media sosial, juga bisa diartikan dan dikaitkan dengan istilah baru yang disebut sebagai FoMO (*Fear of Missing Out*). Secara sederhana, FoMO sebagai istilah yang tidak asing lagi di kalangan generasi muda ini dapat diartikan sebagai ketakutan atau kegelisahan akan ketinggalan sesuatu yang sifatnya baru dan sedang terjadi seperti tren, berita, informasi, dan lainnya. FoMO merupakan suatu keinginan untuk terus terhubung dengan orang lain di

sekitarnya dan akan merasa cemas jika orang lain bersenang-senang tanpa mereka (Przybylski et al., 2013, p. 1841).

FoMO sendiri sekarang ini semakin sering ditemukan dan menjadi sebuah fenomena di lingkungan sekitar kita, khususnya di kalangan generasi muda. Fenomena FoMO yang ditandai dengan adanya keinginan untuk terus terhubung atau terkoneksi dengan apa yang dilakukan oleh individu/kelompok lain di media sosial. Keinginan untuk terus terhubung atau terkoneksi dengan media sosial secara terus-menerus itu, disebabkan oleh karena adanya rasa takut akan kehilangan momen berharga atau penting bersama individu/kelompok lain apabila mereka tidak dapat hadir di dalamnya. Maka dari itu, dengan adanya perkembangan media sosial yang juga sejalan dengan meningkatnya pengguna *smartphone* saat ini, menjadi penyebab atau faktor utama pendukung fenomena FoMO pun menjadi lebih meningkat.

Gambar 1.1 Data pengguna pengguna media sosial di Indonesia 2021



Sumber: Kemp, 2021

Berdasarkan data dari WeAreSocial.com (Kemp, 2021) menyatakan bahwa terhitung pada bulan Januari 2021 lebih dari separuh penduduk Indonesia yang telah ‘melek media sosial’ atau aktif menggunakan media sosial. Dalam laporannya itu “*Digital 2021: The Latest Insights Into The State of Digital*”, menyebutkan bahwa dari total jumlah penduduk di Indonesia 274,9 juta jiwa, dan 170 juta diantaranya telah menggunakan media sosial. Dengan angka pengguna aktif media sosial di Indonesia yang telah menembus sekitar 61,8 persen dan bertambah sebesar 6,3 persen atau 10 juta dibandingkan dengan bulan Januari tahun lalu. Selain itu dalam periode yang sama juga, pengguna internet di Indonesia sendiri juga bertambah sebanyak 27 juta atau 15,5 persen menjadi total 202,6 juta jiwa (Stephanie, 2021).

Selain itu, berdasarkan data tersebut juga menyatakan bahwa generasi *millennials* dan gen Z lah yang telah mendominasi penggunaan media sosial di Indonesia sendiri, yang paling banyak berasal dari generasi muda di rentang usia 25-34 tahun. Serta hampir seluruh dari pengguna media sosial mengaksesnya melalui *smartphone*, dengan rata-rata menghabiskan waktu sekitar 3 jam 14 menit dalam sehari untuk mengakses media sosial. Data juga menyatakan bahwa ternyata rata-rata penduduk Indonesia mempunyai 10 akun media sosial per orangnya (Stephanie, 2021).

Fenomena FOMO yang erat kaitannya dengan keseharian gen Z, sekarang ini semakin berkembang di kalangan mereka khususnya bagi karyawan muda. Pernyataan

tersebut didukung dengan data bahwa sebanyak sekitar 60 persen dari pengguna media sosial menggunakannya untuk kepentingan pekerjaan seperti dalam menjalin relasi ataupun dalam menjalankan bisnisnya (Conney, 2021). Selain itu, berdasarkan pernyataan Hato (2013) bahwa FoMOs (*Fear of Missing Out scale*) sebagai skala untuk mengukur sejauh mana seseorang memeriksa *smartphone* karena rasa takut akan ketinggalan pada 5 ranah utama, yaitu salah satunya berdasarkan pada tujuan pekerjaan yang melibatkan pentingnya kontak atau hubungan dengan sesama rekan kerja.

Dalam konteks karyawan muda yang mengacu kepada para karyawan generasi *millennials* dan gen Z, *millennials* yang lahir di dekade tahun 1980-an dan 1990-an, sedangkan gen Z yang lahir di pertengahan tahun 1990-an dan di awal tahun 2000-an (Baum, 2019, p. 1). *Millennials* dan gen Z sendiri mempunyai banyak karakteristik yang serupa, salah satunya yang signifikan dan sangat melekat dengan diri mereka yaitu *technology-savvy* (Baum, 2019, p. 2). Maka tak heran jika dalam bekerja sekalipun karyawan muda dapat dengan mudah hanya menggunakan *smartphone* miliknya sebagai perangkat pendukung, serta tidak terlepas dari paparan penggunaan media sosial.

Pada penelitian ini sendiri lebih fokus mengacu kepada karyawan muda generasi Z. Berdasarkan buku yang berjudul “*Generasi Z*” (Stillman dan Stillman, 2018, p. 18) menyatakan bahwa terdapat 7 karakteristik generasi Z yang paling dominan dan salah satunya adalah FoMO (*Fear of Missing Out*) itu sendiri.

Fenomena FoMO yang terjadi dan dialami oleh para karyawan muda pun kian berkembang di era pandemi Covid-19 saat ini. Mengingat adanya pandemi ini yang mengharuskan mereka untuk WFH (*Work From Home*) sesuai dengan kebijakan untuk *social-physical distancing* (pembatasan jarak), dapat membuat mereka jadi merasa lebih terisolasi secara sosial. Berangkat dari hal tersebut, dengan media sosial lah sebagai salah satu solusi utama bagi mereka agar tetap dapat terhubung dan terkoneksi satu sama lain, termasuk di antara sesama rekan kerja. Didukung dengan pernyataan bahwa isolasi paksa akibat pandemi secara dramatis memang sangat memengaruhi kesejahteraan individu, serta mengurangi peluang pertemuan sosial secara fisik, sehingga menghasilkan penggunaan media sosial yang lebih besar untuk tetap menjaga hubungan sosial (Gioia, Fioravanti, Casale, & Boursier, 2021). Hal tersebut menunjukkan bahwa bagaimana para karyawan muda dalam mengalami FoMO selama masa isolasi, yang mungkin mewakili permasalahan utama mereka selama WFH di era pandemi ini.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Smartsheet menunjukkan bahwa sistem kerja WFH atau *Work From Home* sendiri ternyata menjadi cukup berat khususnya bagi para karyawan di kalangan gen Z. Data menunjukkan bahwa sebanyak 95% karyawan gen Z mengaku merasakan masa-masa sulitnya dalam menjalani transisi WFH. Selain itu, berdasarkan survei tersebut juga mengungkapkan bahwa kebanyakan karyawan gen Z selama masa WFH nya jadi merasa kurang terhubung dengan orang lain, merasa kurang mendapatkan informasi atau *update* terkait kondisi perusahaan, merasa sulit dalam berkomunikasi dengan rekan kerjanya, merasa sulit untuk memahami *project status* pekerjaannya, serta merasa sulit untuk mengumpulkan informasi ataupun *update* yang dibutuhkannya itu (Sabrina, 2020).

Penelitian ini mengkaji tentang fenomena FoMO yang mengarah kepada makna pengalaman dan motif karyawan muda selama masa *Work From Home* (WFH) di era pandemi. Untuk melihat fenomena tersebut penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi kesadaran dari Husserl. Penelitian ini akan dilakukan dengan melihat pengalaman individu yang mengalami sendiri fenomena tersebut (secara murni) dan bagaimana mereka memaknai pengalaman itu. Penelitian ini juga menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan kualitatif deskriptif.

1.2 Rumusan Masalah

Di era serba digital sekarang, tingkat penggunaan *smartphone* dan internet terutama dalam penggunaan media sosial melaju pesat dan meningkat secara signifikan. Hal tersebut menimbulkan banyak dampaknya, tak terkecuali dalam memicu munculnya fenomena FoMO (*Fear of Missing Out*). FoMO secara sederhana dapat diartikan sebagai ketakutan atau kegelisahan akan ketinggalan suatu *update* terbaru, sehingga jadi tidak terhubung dengan orang lain di sekitarnya karena telah melewatkan momen berharga itu terutama di media sosial. FoMO sendiri menurut Stillman dan Stillman (2018, p. 18) sebagai salah satu karakteristik gen Z yang paling dominan. Maka dari itu, fenomena FoMO yang erat kaitannya terjadi di kalangan karyawan muda khususnya gen Z saat ini, apalagi di masa pandemi yang mengharuskan mereka untuk WFH (*Work From Home*) dan meminimalisir segala pertemuan sosial

secara fisik. Fenomena FoMO yang dialami oleh kebanyakan karyawan muda gen Z saat ini dimaknai serta dimotivasi oleh banyak hal dan beragam. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui bagaimana karyawan muda memaknai pengalaman FoMO tersebut dan apa motif yang melatarbelakangi mereka untuk mengalaminya terutama selama masa WFH ini.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah :

- 1.3.1 Bagaimana karyawan muda memaknai pengalaman FoMO (*Fear of Missing Out*) selama masa WFH (*Work From Home*) di erapandemi?
- 1.3.2 Apa motif karyawan muda mengalami FoMO (*Fear of Missing Out*) selama masa WFH (*Work From Home*) di era pandemi?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana karyawan muda memaknai pengalaman FoMO (*Fear of Missing Out*) selama masa WFH (*Work From Home*) di era pandemi.
2. Untuk mengetahui apa motif karyawan muda yang mengalami FoMO (*Fear of Missing Out*) selama masa WFH (*Work From Home*) di era pandemi.

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini memiliki beberapa manfaat sebagai berikut:

1.5.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi dan menambah referensi bagi pengembangan penelitian lain yang memiliki topik serupa, serta dapat membantu penelitian selanjutnya yang memiliki ketertarikan khusus untuk meneliti fenomena FoMO (*Fear of Missing Out*) terutama di kalangan karyawan muda generasi Z.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sebuah pemahaman dan solusi bagi setiap individu ataupun kelompok dalam menyikapi FoMO (*Fear of Missing Out*). Sehingga dapat mengantisipasi dan terhindar dari segala dampak yang ditimbulkan dari fenomena FoMO yang berlebihan itu.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Secara sosial, adanya penelitian ini juga diharapkan dapat membangun pengetahuan dan kesadaran masyarakat luas terutama di kalangan generasi Z dalam menyikapi fenomena FoMO (*Fear of Missing Out*). Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi motivasi atau dorongan bagi kaum gen Z yang berstatus karyawan muda untuk mengalami FoMO yang tidak berlebihan.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini terbatas pada makna pengalaman informan yang merupakan karyawan muda generasi Z, yang pernah mengalami FoMO dengan frekuensi tidak terlalu sering selama menjalani masa WFH di era pandemi ini.