

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1. Latar Belakang Penelitian

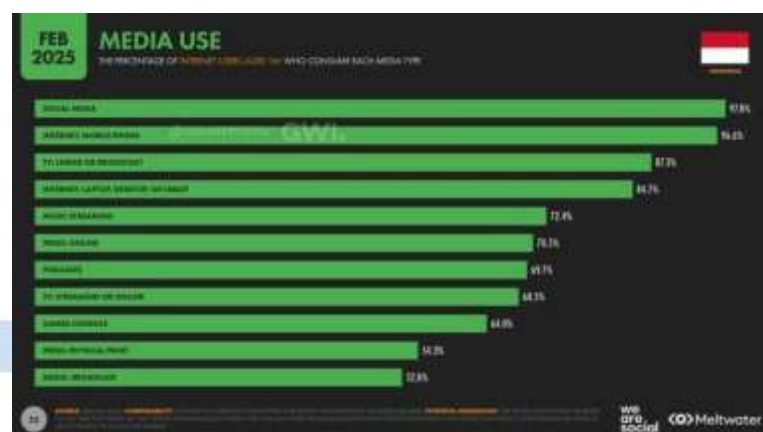
Fenomena *Fear Of Missing Out (FOMO)* merupakan kecemasan yang muncul akibat rasa takut kehilangan momen berharga atau tidak ikut serta dalam aktivitas yang dianggap penting oleh lingkungan sosial (Przybylski et al., 2013). Perkembangan media sosial memungkinkan individu menyebarkan informasi secara cepat, sehingga mendorong mereka untuk terus mengikuti berbagai informasi dan aktivitas yang berlangsung di lingkungan sosialnya. Generasi Z merupakan kelompok yang aktif menggunakan media digital dan media sosial sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari, terutama untuk memperoleh informasi dan berkomunikasi (Evita et al., 2023).

Media sosial di Indonesia telah berkembang menjadi ruang baru untuk komunikasi politik (Tapsell, 2018). Ini memungkinkan munculnya diskusi publik dalam media sosial mengenai isu politik yang beredar. Pournaki et al., (2025) menjelaskan bahwa *X* merupakan ruang interaksi yang berperan dalam penyebaran informasi politik dan pembentukan opini publik melalui aktivitas pengguna didalam platform. Wahyudi (2023) menyatakan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membangun dan menyebarkan narasi politik melalui interaksi digital yang intens.

FOMO juga ditemukan dalam penggunaan media sosial oleh Generasi Z, khususnya ketika mengikuti perkembangan isu yang sedang menjadi perhatian publik. Menurut Farida et al. (2021) FOMO memiliki dampak psikologis yang cukup serius bagi Generasi Z pada saat ini. Remaja dengan FOMO tinggi cenderung mengalami kebingungan identitas, merasa kesepian, dan memiliki rasa citra diri negatif. Mereka juga sering merasa dikucilkan dan iri terhadap kehidupan orang lain yang ditampilkan di media sosial (Oberst et al., 2017). FOMO memicu kecemasan sosial yang membuat mereka merasa harus terhubung dan mengikuti

perkembangan agar tidak ketinggalan. Namun sebagian besar generasi ini tetap mempertahankan kemandirian dalam pengambilan keputusan politiknya (Rahmawati et al., 2025). Menurut Bakioğlu et al. (2022), FOMO berhubungan positif dengan adiksi media sosial dan adiksi dengan smartphone, serta berhubungan negatif dengan kepuasan hidup, dimana semakin tinggi tingkat FOMO seseorang, semakin besar kemungkinan ia kecanduan media sosial atau smartphone, sementara kepuasan hidupnya cenderung menurun.

Dalam fenomena ini, media sosial *X* efektif untuk membangun narasi politik di kalangan Generasi Z. Karakteristik *X* yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat serta memfasilitasi percakapan publik antarpengguna menjadikan platform ini tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai ruang pertukaran opini mengenai isu-isu yang sedang berkembang (Hermida, 2010). Fomo politik juga bisa muncul karena pengguna ingin selalu *update* dengan isu yang sedang viral di timeline (Wahyudi, 2023). Pada saat ini, manusia sangat bergantung dengan media sosial agar bisa mendapatkan informasi yang ingin dicapai. Berikut merupakan data penggunaan media sosial yang terdapat di Indonesia.

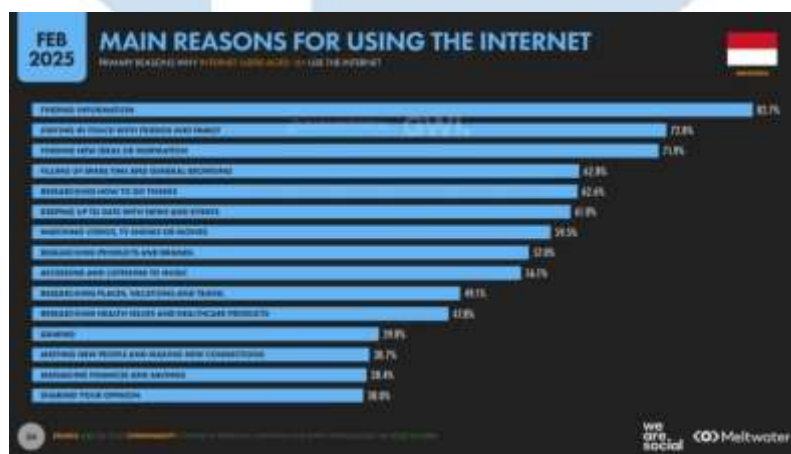


Gambar 1.1 Penggunaan Internet di Indonesia

Sumber : wearesocial.com (2025)

Dalam data yang diambil dari wearesocial per Februari 2025, terdapat 97,8% pengguna media sosial yang terdapat di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia sangat tinggi dan berpengaruh terhadap faktor

pencarian informasi yang berada di Indonesia. Dalam data tersebut, media sosial menempati posisi pertama sebagai hal yang paling banyak digunakan di Indonesia. Di posisi kedua terdapat 96,6% penggunaan internet di Indonesia pada *handphone* yang berdampak pada beberapa informasi yang dicari mengenai suatu fenomena salah satunya yaitu fenomena politik. Berdasarkan data dari wearesocial.com pada tahun 2025, Populasi dari masyarakat Indonesia tergolong besar dalam menggunakan media sosial. Suryawijaya et al. (2025) menyatakan bahwa media sosial dapat menjadi wahana diskusi, kampanye, dan gerakan sosial bagi generasi muda untuk berpartisipasi secara aktif dalam isu politik. Media sosial juga bukan hanya untuk konsumsi pasif, melainkan Generasi Z secara aktif menggunakan platform digital untuk berkomunikasi yang meliputi berbagai konten kreatif, membangun hubungan sosial, dan perubahan dalam cara mereka berinteraksi dibanding generasi sebelumnya (Lutfiah, 2024).



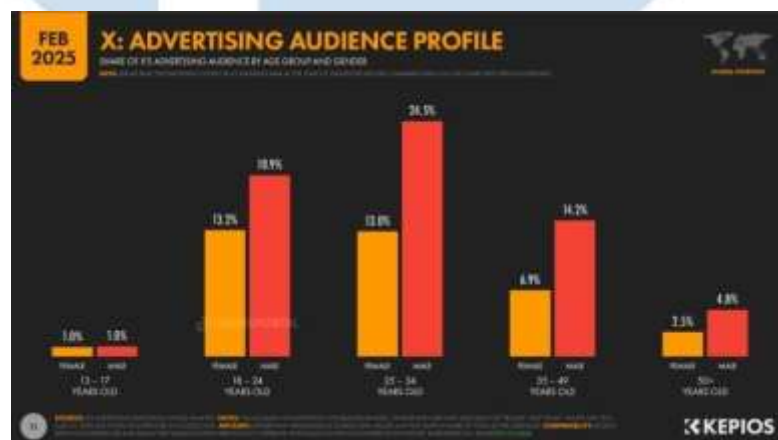
Gambar 1.2 Tujuan Penggunaan Internet Di Indonesia

Sumber : wearesocial.com (2025)

Dalam data tersebut, di Indonesia terdapat 82,7% pengguna internet yang menggunakan ranah tersebut untuk mencari informasi dari media sosial dan juga internet. Dalam hal ini, Generasi Z menjadikan internet sebagai sumber utama informasi secara tepat dan *real-time*. Hal ini berhubungan dengan ketergantungan pada internet untuk mencari informasi mengenai isu politik yang beredar. Ketika ada isu politik viral, Generasi Z terdorong untuk segera mengetahui agar tidak

tertinggal dalam percakapan dan hal ini bisa dikatakan sebagai FOMO dalam isu politik. Menurut Przybylski et al. (2013), FOMO merupakan perasaan cemas yang muncul ketika seseorang takut tertinggal dari pengalaman sosial atau informasi penting. Dalam konteks politik, FOMO mendorong individu untuk selalu memantau perkembangan isu di media sosial.

Di posisi kedua dalam data We are social (2025), sebanyak 72,8% pengguna internet di Indonesia mengaku menggunakan internet untuk *staying in touch with friends and family*, yakni menjaga komunikasi dan hubungan sosial secara daring. Dalam hal ini, komunikasi memengaruhi Generasi Z bagaimana mereka memilih format berita dan juga informasi dengan cepat dan mudah dicerna yang menunjukkan bahwa komunikasi secara online dipengaruhi oleh sifat konsumsi informasi yang cepat dan kedalaman informasi yang kurang dalam (Ariadne Shinta Dewi et al., 2025).



Gambar 1.3 Data Pengguna Platform X di Dunia berdasarkan Umur dan Gender

Sumber : datareportal.com (2025)



Gambar 1.4 Data Pengguna Platform *X* di Indonesia pada Tahun 2025

Sumber : datareportal.com (2025)

Berdasarkan data dari (Data Reportal, 2025) menunjukkan bahwa sekitar 22.9 juta orang di Indonesia menggunakan platform *X* pada akhir tahun 2025 atau sekitar 8% dari populasi. Selain itu, sekitar 10,7% pengguna *X* di Indonesia berusia 18 tahun ke atas, menunjukkan bahwa platform ini sebagian besar digunakan oleh usia muda. Penelitian ini secara spesifik memilih untuk berfokus pada Generasi Z, yaitu kelompok yang lahir pada rentang tahun 1997–2012 dan tercatat sebagai kelompok generasi terbesar di Indonesia dengan proporsi 24,93% dari total populasi (Badan Pusat Staistik, 2026), dengan batasan usia final yaitu 17-22 tahun. Fokus ini konsisten dengan Teori *Uses and Gratification* yang menjadi landasan penelitian ini, di mana individu secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhannya sesuai dengan kondisi dan karakteristik masing-masing (West & Turner, 2021).

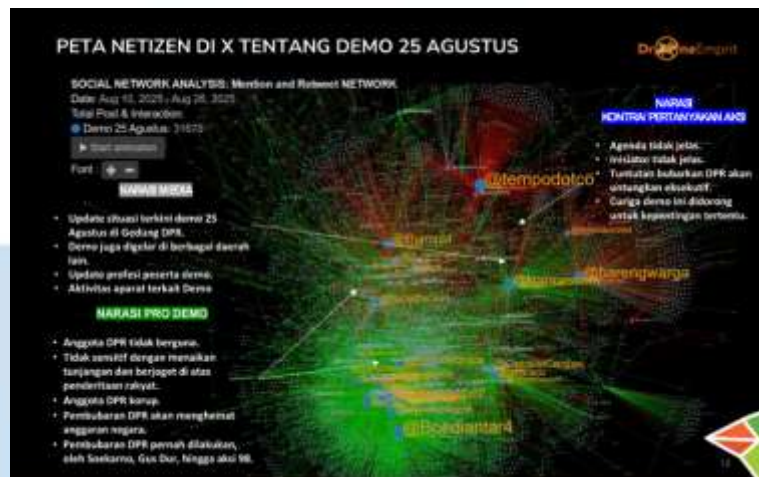
Pemilihan *X* oleh generasi Z tidak terlepas dari fitur platform yang mampu menyajikan informasi secara cepat dan *real-time*. Hal ini terlihat pada kasus Demo DPR 2025, dimana *X* menjadi salah satu media yang digunakan untuk mengikuti perkembangan aksi secara *real-time*, sehingga mendorong pengguna untuk terus memantau informasi yang beredar agar tidak tertinggal dari isu yang sedang ramai dibahas.

Menurut Nurbaiti (2023), menegaskan bahwa sebagian besar Generasi Z di Jakarta menghabiskan antara satu hingga delapan jam per hari di media sosial, dengan kepemilikan dan penggunaan *smartphone* hampir merata. Tingginya durasi penggunaan internet di Indonesia khususnya Generasi Z, berada dalam arus informasi yang sangat luas. Hal ini membuat mereka lebih rentan terhadap fenomena FOMO karena keterhubungan digital yang konstan menimbulkan

dorongan untuk selalu mengikuti tren dan informasi terkini. Nesbit & Lole, (2025) menemukan bahwa FOMO dialami sebagai kebutuhan untuk tetap merasa terhubung secara sosial, tetap mengetahui informasi terkini, memenuhi norma sosial, serta mencari pengakuan, bukan semata akibat langsung dari lamanya durasi penggunaan media sosial. Sebagai contoh, seseorang bisa saja menghabiskan waktu berjam-jam di media sosial untuk menonton hiburan tanpa tersentuh isu politik sama sekali. Oleh karena itu, penelitian ini tidak mengasumsikan hubungan sebab-akibat antara durasi penggunaan media sosial dan FOMO politik secara spesifik, melainkan berfokus untuk memahami secara langsung dari pengalaman informan bagaimana keterpaparan mereka terhadap isu Demo DPR 2025 di *X* apa pun durasinya berkaitan dengan kemunculan FOMO politik.

Dalam penelitian ini, Generasi Z yang tumbuh bersamaan dengan perkembangan internet dan media sosial semakin melihat fenomena ini. Generasi ini secara aktif membahas masalah sosial dan politik menggunakan platform seperti *X*. Media sosial telah mengubah komunikasi politik menjadi lebih interaktif dan partisipatif, dengan masyarakat mengonsumsi dan membuat informasi politik melalui unggahan, komentar, dan interaksi daring (Cristian Vaccari, 2013). Oleh karena itu, komunikasi politik digital telah memungkinkan masyarakat untuk terlibat dalam masalah politik, terutama bagi generasi Z yang sudah terbiasa menggunakan teknologi.

Di sisi lain, perubahan perilaku komunikasi Generasi Z di era digital juga menegaskan pergeseran dari komunikasi tatap muka menuju interaksi berbasis gawai. Menurut Zis et al. (2021), generasi ini cenderung lebih sering berkomunikasi melalui perangkat digital dibandingkan secara langsung, yang berdampak dalam hubungan komunikasi mereka. Perubahan pola ini membuka ruang bagi fenomena FOMO, khususnya dalam isu politik karena interaksi sosial mereka banyak berlangsung pada ruang digital seperti *X* yang bersifat cepat dan *real-time*.



Gambar 1.5 Peta Netizen di X Pada saat Demo DPR 2025

Sumber : droneempit.id (2025)

Gambar 1.5 di atas menggambarkan peta interaksi oleh netizen di platform X yang diambil menggunakan analisis *Drone Empirit*. Peta di atas memperlihatkan betapa masif dan kompleksitas percakapan dan juga penyebaran narasi baik yang pro maupun yang kontra yang terjadi seputaran isu demonstrasi DPR yang terjadi pada bulan Agustus 2025. Interaksi yang padat ini tentu dipicu oleh pergerakan arus informasi yang cepat, seperti unggahan-unggahan spesifik mobilisasi massa secara daring, bukan serta merta muncul begitu saja.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 1.6 Ajakan Demo Kepada Masyarakat Oleh Sebuah Oknum

Sumber : Media Sosial *X* (2025)

Pada gambar 1.6 di atas, pemicu utama keramaian tersebut sebenarnya dapat dianalisis melalui cuitan yang isinya merupakan ajakan untuk turun ke jalan hingga membubarkan DPR. Unggahan-unggahan semacam ini yang menyebar luas pada platform *X* pada akhirnya dengan cepat dapat memantik reaksi serta keterlibatan dari pengguna platform *X* lainnya.

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 1.7 Masyarakat Serentak Mengikuti Ajakan Demo DPR

Sumber : Media Sosial X(2025)

Reaksi masif yang ditampilkan pada pengguna X pada gambar 1.7 di atas memperlihatkan masyarakat yang secara serentak merespons dengan cara menyuarakan “mengiyakan” ajakan aksi demonstrasi. Respons yang cepat dan runut ini dapat memperlihatkan arus komunikasi politik digital yang mampu memicu fenomena FOMO. Hal ini menjadi pemicu dan mendorong individu, khususnya Generasi Z untuk melibatkan diri dalam percakapan dan aksi segera agar tidak merasa tertinggal dari pergerakan sosial yang sedang ramai dibicarakan dan semakin membesar. Demonstrasi pada anggota DPR 2025 dipilih sebagai konteks penelitian ini karena sejumlah karakteristik yang membedakannya dari isu-isu politik lain sepanjang 2025, seperti Pilkada Serentak, program Makan Bergizi Gratis, atau polemik ijazah Presiden. Pertama, isu ini berawal dan tereskalasi murni melalui ruang digital sebelum berpindah ke aksi nyata: seruan pembubaran DPR pertama kali terpantau muncul di platform X pada bulan Agustus 2025 (Fahmi, 2025), kemudian menyebar melalui pesan berantai di WhatsApp dan media sosial hingga memicu demonstrasi fisik pada 25 Agustus 2025 (Tempo, 2025). Kedua, eskalasi peristiwa ini tergolong luar biasa, dimulai dari protes soal tunjangan perumahan senilai Rp50 juta per bulan bagi anggota DPR, kemudian meluas menjadi kerusuhan nasional setelah tewasnya pengemudi ojek online Affan

Kurniawan akibat kendaraan taktis Brimob, hingga aksi penjarahan rumah anggota DPR yang disiarkan langsung di media sosial(Tempo, 2025). Ketiga, rangkaian peristiwa ini menunjukkan pola mobilisasi politik digital yang bergerak cepat dari ruang maya ke ruang nyata dalam hitungan hari, menjadikannya kasus yang relevan untuk memahami bagaimana Generasi Z mengkonstruksi dan memaknai FOMO Politik melalui pemahaman digital mereka.

Kasus demonstrasi di depan gedung DPR RI pada Agustus 2025 merupakan salah satu contoh kekuatan dari komunikasi politik digital. Aksi tersebut muncul sebagai tanggapan atas masalah kontroversial yang berkaitan dengan kebijakan dan fasilitas dari anggota DPR. Namun, yang menarik yaitu bagaimana tindakan ini berkembang di dunia digital dan dunia nyata. Hashtag seperti #DemoDPR dan #TolakTunjanganDPR menjadi topik yang dibahas di media sosial X, menunjukkan bahwa pembicaraan politik telah berubah menjadi aktivitas digital yang memiliki kekuatan untuk memengaruhi opini publik secara keseluruhan. Dunia digital membuat partisipasi politik dapat dilakukan melalui komunikasi online secara langsung melalui media sosial (Castells, 2015).

Penelitian ini memiliki Teori utama yang berkaitan yaitu Teori *Uses and Gratification*. Teori menyatakan bahwa pengguna media berperan aktif dalam memilih dan menggunakan media, dimana pengguna media berusaha mencari sumber media yang paling sesuai dengan kebutuhannya. Dalam teori *Uses and Gratification*, pengguna memiliki banyak pilihan untuk memenuhi kebutuhannya. Teori ini juga menekankan bahwa pengguna secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhannya (West & Turner, 2021). Dalam konteks penelitian ini, Teori *Uses and Gratification* digunakan sebagai kerangka pandang untuk memahami bagaimana Generasi Z secara aktif memilih dan memanfaatkan media sosial X untuk memenuhi kebutuhan informasi dan keterlibatan mereka dalam isu politik, khususnya pada momentum Demo DPR 2025.

1. 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, dapat dilihat bahwa Generasi Z menunjukkan keterlibatan digital yang tinggi dalam merespons isu Demo DPR 2025 di platform *X*, mulai dari *hashtag*, *retweet*, hingga diskusi yang ramai terpantau melalui analisis (Fahmi, 2025). Namun, tingginya keterlibatan digital tersebut perlu dicermati lebih lanjut, mengingat data menunjukkan adanya pola yang paradoks dalam partisipasi politik generasi muda secara umum. Generasi Z dan milenial mendominasi lebih dari separuh pemilih pada Pemilu 2024, yakni sekitar 55% dari total 204,8 juta pemilih nasional, terdiri atas 33,60% pemilih milenial dan 22,85% pemilih Generasi (KPU, 2023). Meski jumlahnya besar secara elektoral, keterlibatan tersebut belum tentu mencerminkan partisipasi politik yang mendalam: survei Centre for Strategic and International Studies mencatat hanya 14,6% anak muda yang berminat mencalonkan diri sebagai anggota DPR/DPRD dan 14,1% berminat mencalonkan diri sebagai kepala daerah (Centre for Strategic and International Studies, 2024).

Pola ini sejalan dengan temuan bahwa partisipasi politik generasi muda di era digital kerap bersifat simbolis dan dangkal (*slacktivism*). Keterlibatan yang terbatas pada aktivitas seperti menyukai, membagikan, atau mengomentari konten politik, tanpa disertai pemahaman substantif maupun tindakan nyata lanjutan (Katili et al., 2025). Pola keterlibatan yang reaktif inilah yang relevan untuk dikaji melalui perspektif *Fear of Missing Out* (FOMO), yaitu kecemasan yang muncul akibat rasa takut kehilangan momen atau informasi yang dianggap penting oleh lingkungan sosial (Przybylski et al., 2013).

Pola partisipasi yang tinggi secara elektoral namun rendah secara keterlibatan formal ini terlihat kembali pada momentum Demo DPR Agustus 2025 di mana Generasi Z tercatat sangat aktif secara digital melalui tagar seperti #DemoDPR dan #BubarkanDPR, *retweet*, dan diskusi di platform *X*, namun bentuk partisipasi digital ini berbeda dari partisipasi politik formal seperti mencalonkan diri atau bergabung ke partai politik. Kasus ini relevan untuk mengkaji apakah keaktifan digital tersebut mencerminkan pemenuhan kebutuhan informasi politik yang wajar (*gratifications*

sought), atau justru didorong oleh kecemasan sosial berupa FOMO politik sesuatu yang belum banyak dikaji, khususnya dari sudut pandang Generasi Z sendiri sebagai pelaku komunikasi digital.

1. 3. Pertanyaan Penelitian

Melalui penjelasan dari rumusan masalah diatas, fenomena FOMO politik pada Generasi Z merupakan hal yang penting. Dengan demikian, peneliti telah menentukan beberapa pertanyaan yang sesuai dengan penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

1. Apa saja motif pemenuhan kebutuhan informasi politik (*gratifications sought*) yang memicu FOMO Politik pada Generasi Z di platform *X* selama Demo DPR 2025?
2. Bagaimana bentuk tindakan komunikasi politik digital yang dihasilkan dari FOMO Politik tersebut?

1. 4. Tujuan Penelitian

Melalui penjelasan dari rumusan masalah dan pertanyaan penelitian sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa tujuan dilakukannya penelitian ini. Beberapa tujuan dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi motif pemenuhan kebutuhan informasi politik (*gratifications sought*) yang memicu FOMO Politik pada Generasi Z di platform *X* selama Demo DPR 2025.
2. Menganalisis bentuk tindakan komunikasi politik digital yang dihasilkan dari FOMO Politik tersebut.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1. 5. Kegunaan Penelitian

1.5.1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi politik digital, khususnya dalam penerapan Teori *Uses and Gratification* untuk menjelaskan motif Generasi Z menggunakan platform *X* di tengah dinamika FOMO politik. Dengan menempatkan FOMO sebagai bagian dari fenomena komunikasi, bukan sekadar gejala psikologis individu. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi politik dengan perspektif yang mempertimbangkan motivasi psikologis dan praktik komunikasi digital generasi muda secara bersamaan.

1.5.2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi praktisi komunikasi politik, pendidik, maupun pengelola platform digital. Hasil penelitian diharapkan memberi pemahaman mendalam mengenai motif dan pengalaman Generasi Z dalam menghadapi FOMO politik saat menggunakan platform *X*, sehingga dapat menjadi masukan dalam merancang strategi komunikasi politik, edukasi literasi digital, maupun kebijakan fitur-fitur platform yang lebih mendukung keterlibatan politik yang sehat bagi generasi muda agar tetap berpikir kritis mengenai isu politik.

1.5.3. Kegunaan Sosial

Penelitian ini diharapkan memberi gambaran mengenai bagaimana FOMO politik dialami oleh Generasi Z dalam berinteraksi dengan isu politik di platform *X*, baik dari sisi risiko psikologis, seperti kecemasan sosial akibat tekanan untuk terus mengikuti perkembangan isu maupun sisi positifnya, seperti keterbukaan akses informasi dan ruang partisipasi politik yang lebih inklusif bagi generasi muda. Dengan pemahaman ini, masyarakat, khususnya generasi muda, diharapkan lebih menyadari pola keterlibatan digitalnya sendiri,

sehingga dapat membangun komunikasi politik yang lebih reflektif dan bijak di ruang digital.

1.5.4. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki sejumlah batasan cakupan. Pertama, penelitian ini secara khusus berfokus pada Generasi Z pengguna platform *X* dalam rentang usia 17-23 tahun pada konteks Demo DPR 2025, sehingga temuan yang dihasilkan bersifat kontekstual dan tidak dimaksudkan untuk mewakili seluruh Generasi Z atau seluruh platform media sosial lainnya, sebagaimana lazimnya sifat penelitian kualitatif yang menekankan kedalaman pemahaman atas suatu konteks tertentu, bukan generalisasi statistik (Creswell & Poth, 2018). Kedua, data penelitian ini diperoleh dari pengalaman subjektif informan melalui wawancara yang dilaksanakan pada 28 April 2026 hingga 5 Juni 2026, sehingga hasil penelitian mencerminkan sudut pandang informan pada rentang waktu tersebut dan tidak mencakup perkembangan dinamika isu politik di platform *X* sesudahnya.

