

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan teknologi yang sangat cepat saat ini memberikan banyak kemudahan bagi manusia untuk mencari informasi dan mendapatkan informasi di internet. Pada zaman sekarang, internet telah menjadi salah satu kebutuhan utama bagi masyarakat. Masyarakat mengalami perubahan akibat kemajuan zaman, termasuk teknologi, kebutuhan sehari-hari, gaya hidup, interaksi sosial, dan norma yang berlaku di masyarakat.² Kementerian Komunikasi dan Digital mengungkapkan bahwa pada tahun 2024, lebih dari 220 juta orang pengguna internet aktif. Berdasarkan data APJII 2024, angka tersebut mewakili lebih dari 70% populasi Indonesia.³ Para pengguna media sosial dapat membuat web page pribadi dan dapat berinteraksi dengan orang lain untuk berbagi informasi, sehingga media sosial populer di kalangan masyarakat.⁴

Popularitas media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan blog menawarkan fitur untuk dibagikan ke media sosial mereka, seperti membagikan foto, video, siaran langsung, catatan. Melalui fitur tersebut, unggahan di media sosial membuat aktifitas individu terlihat oleh semua

² Novemberlin Ambarita, "Fear of Missing Out Ditinjau Dari Tipe Kepribadian Ekstrovert Dan Introvert" (Skripsi: Universitas Negeri Semarang, 2017).

³ "Siaran Pers Tentang Menkominfo Budi Arie Tegaskan Indonesia Telah Mengalami Kemajuan Transformasi Digital," Kementerian Komunikasi dan Digital, 2024.

⁴ Novemberlin Ambarita, "Fear of Missing Out Ditinjau Dari Tipe Kepribadian Ekstrovert Dan Introvert" (Skripsi: Universitas Negeri Semarang, 2017): 3.

pengguna, kapan pun dan dimana pun. Menurut Liftiah, Luthfi Dahriyanto, dan Febrina Treswati, kemudahan akses media sosial memicu rasa ingin tahu dan berujung pada ketergantungan. Ketergantungan yang dialami seseorang menunjukkan bahwa peran media sosial penting dalam kehidupan seseorang⁵. Seseorang yang kehilangan akses media sosial sebagai penghubung dengan orang lain dapat menimbulkan perasaan cemas.⁵ Kecemasan yang dirasakan individu sudah ada sebelum munculnya media sosial, namun dengan adanya media sosial pada era digital saat ini yang memberikan kemudahan akses, dapat memperkuat dorongan individu untuk selalu mengetahui aktifitas orang lain dan menyebabkan kecanduan. Menurut Hato bahwa keinginan untuk selalu mendapatkan informasi terbaru mendorong pengguna untuk sering memeriksa media sosial.⁶ Dengan hal ini, media sosial dapat memicu *fear of missing out*.

Fenomena *fear of missing out* telah menjadi isu yang penting dalam dunia pariwisata saat ini. *fear of missing out* merupakan kecemasan individu ketika merasa ketinggalan akan pengalaman orang lain yang dianggap menarik, dan sering mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi. *Fear of missing out* ditandai dengan selalu ingin terhubung dengan aktifitas orang lain di dunia maya.⁷ *Fear of missing out* sangat

⁵ Andrew K. Przybylski, et al., "Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out," *Computers in Human Behavior* 29, no. 4 (2013): 1841.

⁶ Beata Hato, "(Compulsive) Mobile Phone Checking Behavior Out of a Fear of Missing Out: Development, Psychometric Properties and Test-Retest Reliability of a C-FoMO-Scale" (Faculty of Humanities Tilburg University, 2013).

⁷ Andrew K. Przybylski, et al., "Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out," *Computers in Human Behavior* 29, no. 4 (2013): 1841.

berkaitan dengan media sosial. Media sosial memudahkan untuk berbagi informasi dan pengalaman, sehingga *Fear of Missing Out* muncul karena kurangnya interaksi di dunia nyata dan ikatan yang kuat dengan teman seusianya, hal ini mengakibatkan pengguna terus terhubung dengan berbagai hal yang ada di media sosial, seperti update berita, informasi profil, dan status mereka.⁸ Mereka yang mengalami sindrom *fear of missing out* di media sosial ternyata mengalami pemuasan kebutuhan, mood, dan kepuasan hidup yang rendah dalam kehidupan nyata, jika diamati fenomena *fear of missing out* tersebut wajar dapat terjadi karena pesatnya perkembangan teknologi yang mudah diakses sehingga masyarakat ingin selalu *up to date* tentang apa yang terjadi, namun hal ini sangat berbahaya jika seseorang mengalami fomo akut dimana seseorang akan mengalami masalah identitas diri, kesepian, gambaran diri negatif, perasaan terpinggirkan, dan iri hati.⁹ Menurut Andrew, menyatakan bahwa jika seseorang mengalami tingkat *fear of missing out* yang tinggi akan menimbulkan dampak negatif, seperti seringkali menghabiskan waktu untuk memeriksa media sosial untuk mengetahui aktifitas orang lain, yang mengakibatkan pengabaian kegiatan pribadi.¹⁰

Dengan adanya fenomena *fear of missing out*, mendorong meningkatnya kunjungan wisatawan ke destinasi yang viral di media sosial.

⁸ Novemberlin Ambarita, "Fear of Missing Out Ditinjau Dari Tipe Kepribadian Ekstrovert Dan Introvert" (Skripsi: Universitas Negeri Semarang, 2017): 6.

⁹ Sri Narti dan Yanto, "Kajian Dampak Perilaku Fomo (Fear Of Missing Out) Bagi Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Sosial Dan Sains* 2, no. 1 (2022): 128.

¹⁰ Andrew K. Przybylski, et al., "Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out," *Computers in Human Behavior* 29, no. 4 (2013): 1844.

Rasa takut untuk ketinggalan tren atau pengalaman menarik yang dibagikan orang lain mendorong individu untuk segera mengunjungi Warung Kopi Sinar Terang. Terdapat data kunjungan Warung Kopi Sinar Terang yang cenderung tinggi pada setiap bulannya. Popularitas destinasi ini di TikTok maupun Instagram turut memperkuat motivasi wisatawan untuk berkunjung demi mendapatkan pengalaman yang tren.

Tabel 1. 1
Jumlah Kunjungan Warung Kopi Sinar Terang pada Tahun 2024

Bulan	Jumlah Kunjungan
Januari	11.080
Februari	11.010
Maret	10.025
April	10.569
Mei	7.128
Juni	10.032
Juli	11.023
Agustus	10.009
September	10.012
Oktober	11.063
November	10.014

Sumber: Wawancara Pengelola Warung Kopi Sinar Terang pada 1 Desember 2024.

Dari data diatas menunjukkan Warung Kopi Sinar Terang adalah lokasi favorit para pengunjung. Dalam hal ini menjadi relevan untuk mengeksplorasi *fear of missing out*.

Dampak dari *fear of missing out* pada kalangan remaja menunjukkan bahwa perasaan takut ketinggalan dapat menyebabkan siswa mengalami kesulitan untuk tidur tepat waktu. Mereka cenderung menghindari tidur lebih awal, karena khawatir akan kehilangan momen penting dan

menyenangkan.¹¹ Selain itu, *fear of missing out* dapat berdampak di mana seseorang sering memantau aktifitas orang lain di media sosial dan hal tersebut menjadi kebiasaan mereka untuk membuat selalu terhubung dan mengikuti perkembangan media sosial. Kondisi tersebut dapat menyebabkan kesepian dan ketakutan akan ketakutan yang mendorong seseorang untuk terjebak dalam kecanduan media sosial.¹² Hal tersebut menunjukkan bahwa *fear of missing out* berdampak negatif. Selain itu *fear of missing out* juga dapat mengakibatkan *overtourism*, Terlalu banyak pariwisata didefinisikan sebagai dampak pariwisata pada suatu destinasi, atau bagian dari destinasi tersebut, yang secara berlebihan mempengaruhi persepsi terhadap pengalaman pengunjung secara negatif.¹³

Dengan adanya dampak dari *fear of missing out* di suatu destinasi, hal ini tentu akan berdampak pada kepuasan wisatawan terkait pengalaman wisatawan yang mengunjungi destinasi tersebut. Di Warung Kopi Sinar Terang, peningkatan pengunjung dapat mengakibatkan antrian yang panjang, dan kurangnya kenyamanan. Oleh karena itu, penting untuk memahami interaksi antara *fear of missing out* dan dampaknya terhadap pengalaman wisatawan.

Teori untuk memahami motivasi wisatawan dalam melakukan kunjungan, penting untuk menganalisis fenomena *fear of missing out*.

¹¹ Ni Putu Wisna Nadya Baby Bellinda dan Kusuma, "Pengaruh Isu Overtourism Terhadap Sustainable Tourism Yang Ada Di Bali," *Ilmiah Akutansi* 5 (2024): 348-359.

¹² Sri Narti dan Yanto, "Kajian Dampak Perilaku Fomo (Fear Of Missing Out) Bagi Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Sosial Dan Sains* 2, no. 1 (2022): 128.

¹³ Ni Putu Wisna Nadya Baby Bellinda dan Kusuma, "Pengaruh Isu Overtourism Terhadap Sustainable Tourism Yang Ada Di Bali," *Ilmiah Akutansi* 5 (2024): 348-359.

Analisis mendalam tentang apa yang mendorong wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata tertentu menjadi kunci untuk memahami dan mengelola dampak yang akibatnya kepada pengalaman wisatawan. Teori hierarki kebutuhan Maslow menampilkan kerangka kerja yang bermanfaat untuk memahami motivasi wisatawan. teori ini berkaitan tentang kebutuhan manusia ke dalam lima tingkatan: fisiologis, keamanan, sosial, penghargaan dan aktualisasi diri. Dalam konteks ini, *fear of missing out* dapat dikaitkan dengan beberapa tingkatan kebutuhan Maslow. Pengalaman wisata yang yang dibagikan di media sosial berkaitan dengan status sosial dan pengalaman unik, dapat memicu *fear of missing out* sehingga mendorong individu untuk mengunjungi destinasi tersebut.

Meskipun penelitian tentang *fear of missing out* telah banyak dilakukan, namun penelitian yang secara spesifik mengkaji peran *fear of missing out* sebagai motivator wisata yang berkontribusi melalui teori Maslow masih terbatas. Penelitian ini akan meneliti bagaimana *fear of missing out*, sebagai pemicu kebutuhan penghargaan dan aktualisasi diri memengaruhi motivasi wisatawan dalam mengunjungi Warung Kopi Sinar Terang dengan pengalaman mereka di lokasi tersebut.

Urgensi penelitian ini adalah untuk memberikan wawasan mendalam tentang pengaruh fenomena *fear of missing out* terhadap perilaku wisatawan, khususnya dalam konteks kunjungan ke Warung Kopi Sinar Terang. Fenomena *fear of missing out* telah menjadi salah satu faktor utama yang mendorong wisatawan untuk memilih destinasi tertentu, dan penelitian

ini bertujuan untuk memahami bagaimana tren ini memengaruhi keputusan pengunjung untuk datang ke Warung Kopi Sinar Terang. Dengan adanya interaksi yang tinggi di media sosial, seperti 86 *reels* di Instagram yang dijumlahkan telah ditonton lebih dari 2 juta kali dan 81 postingan di Tik Tok dengan jumlah 3 juta *viewers*, jelas bahwa platform ini memainkan peran penting dalam menarik wisatawan. Dengan memahami motivasi wisatawan untuk mengunjungi tempat tersebut, pengelola dapat mengetahui perilaku wisatawan, menciptakan suasana sesuai dengan kebutuhan wisatawan, serta meningkatkan kualitas pelayanan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan destinasi wisata yang berkelanjutan sehingga pengalaman wisatawan dapat ditingkatkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, judul skripsi ini adalah “*Fear of Missing Out: Studi Kualitatif Pengalaman Wisatawan pada Warung Kopi Sinar Terang*”. Penulis memilih judul tersebut, karena ingin mengeksplorasi *fear of missing out* sebagai fokus utama, karena mengingat pengaruhnya yang signifikan terhadap motivasi kunjungan wisatawan serta peranannya dalam strategi konten yang digunakan oleh Warung Kopi Sinar Terang. Konten menarik yang diposting di media sosial Warung Kopi Sinar Terang menampilkan keunikan dan suasana khasnya, sehingga konten berperan penting dalam menarik perhatian pengguna media sosial dan mendorong mereka untuk mengunjungi lokasi tersebut. Saat ini, Warung Kopi Sinar Terang memiliki 8.253 pengikut di Instagram dan 4.315 pengikut di Tik Tok. Ini menunjukkan bahwa konten yang diunggah di

kedua platform ini sering menampilkan suasana hangat, menu spesial, serta interaksi pengunjung yang menyenangkan. Selain itu, ketika dibandingkan dengan akun Instagram dan TikTok lain yang serupa, Warung Kopi Sinar Terang menunjukkan pertumbuhan yang baik, di mana beberapa warung kopi atau kafe lain di daerah yang sama, memiliki jumlah pengikut media sosial yang lebih sedikit, dengan konten yang kurang menarik atau tidak konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa strategi konten yang efektif dan interaksi yang baik dengan pengikut dapat berkontribusi pada popularitas dan daya tarik Warung Kopi Sinar Terang.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

1. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah menganalisis bagaimana *fear of missing out* dapat memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke Warung Kopi Sinar Terang, serta mendeskripsikan bagaimana pengalaman wisatawan selama berkunjung di pengaruhi oleh fenomena tersebut. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang interaksi antara *fear of missing out* dan pengalaman wisatawan di Warung Kopi Sinar Terang.

2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka disusun pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana tren *fear of missing out* menjadi motivasi wisatawan dalam melakukan kunjungan di Warung Kopi Sinar Terang?
2. Bagaimana pengalaman wisatawan yang berkunjung di Warung Kopi Sinar Terang?

C. Tujuan Penelitian

Dari beberapa uraian rumusan masalah diatas, penulis dapat merumuskan beberapa tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis fenomena *fear of missing out* memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke Warung Kopi Sinar Terang.
2. Untuk mendeskripsikan pengalaman wisatawan selama berkunjung di Warung Kopi Sinar Terang.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kajian pariwisata, khususnya mengenai pengaruh fenomena *fear of missing out* terhadap motivasi dan pengalaman wisatawan. Penelitian ini dapat menyumbang pemahaman tentang peran media dalam membentuk perilaku kunjungan wisatawan.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Akademik

Bagi perguruan tinggi, penelitian ini dapat menambah wawasan dan digunakan sebagai referensi terutama bagi mahasiswa Pariwisata. Temuan penelitian dapat menjadi landasan bagi penelitian selanjutnya mengenai fenomena *fear of missing out*, perilaku wisatawan, dan pengalaman wisata di era digital.

b. Bagi Pengelola Warung kopi

Penelitian ini memiliki kegunaan untuk memberikan wawasan bagi pengelola Warung Kopi Sinar Terang untuk menciptakan pengalaman yang sesuai dengan harapan wisatawan dan mengembangkan kualitas pelayanan serta fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Selain itu, pemahaman tentang pengaruh *fear of missing out* terhadap perilaku pengunjung dapat membantu pengelola dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

E. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

a) *Fear of Missing Out* (FOMO)

Fear of missing out adalah situasi mental seseorang yang mengacu pada kekhawatiran atau ketakutan

kehilangan aktivitas, peristiwa yang sedang terjadi.¹⁴

b) Pengalaman Wisatawan

Menurut Kim & Brown, pengalaman merupakan perilaku konsumen yang mencakup emosi, fantasi, dan persepsi yang berbeda.¹⁵

2. Penegasan Operasional

a) *Fear of Missing Out* (FOMO)

Fear of missing out adalah kondisi di mana seseorang mempunyai perasaan khawatir terhadap orang lain yang mendapat pengalaman berharga dan menyenangkan yang tidak dimiliki oleh mereka, sehingga mendorong seseorang berkeinginan untuk melakukan hal yang sama, yaitu berkunjung ke lokasi tersebut.

b) Pengalaman Wisatawan

Pengalaman wisatawan adalah sesuatu yang dialami oleh wisatawan, melibatkan emosional kemudian menghasilkan pengalaman dan persepsi positif maupun negatif dan dapat membentuk keputusan pembelian wisata selanjutnya.

¹⁴ Hidayatul Fitri, et. al., “Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fear Of Missing Out (Fomo) pada Generasi Z Pengguna Media Sosial,” *Jurnal Psikologi* 1, no. 4 (2024): 5.

¹⁵ Kim. A & Brown. G, “Understanding the Relationships between Perceived Travel Experiences, Overall Satisfaction, and Destination Loyalty,” *Anatolia* 23, no. 3 (2012): 328–347.