

Perilaku Fear of Missing Out (FoMO) Pada Gaya Hidup Generasi Z di Media Sosial

Dewi Safitri¹, Aprilia Roosyidah², Suhandy Wijaya³
Universitas Negeri Surabaya^{1,2,3}

24041184006@mhs.unesa.ac.id¹, 24041184210@mhs.unesa.ac.id², 24041184140@mhs.unesa.ac.id³

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap perilaku konsumtif, kesehatan mental, dan hubungan sosial pada Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial. Dorongan Generasi Z untuk selalu mengikuti tren demi menghindari perasaan tertinggal menimbulkan perasaan FoMO, kecemasan, ketidakpuasan, dan perilaku konsumtif yang berdampak negatif pada gaya hidup mereka. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, pendekatan fenomenologi, melalui observasi dan wawancara. Hasilnya menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial yang tinggi berkontribusi dalam perbandingan sosial Generasi Z. Penelitian ini menekankan perlunya peningkatan kesadaran akan dampak penggunaan media sosial terhadap gaya hidup pada Generasi Z.

Kata Kunci: *Fear of Missing Out* (FoMO), Generasi Z, Media sosial, Gaya hidup, Tren

PENDAHULUAN

Teknologi informasi telah berkembang pesat dalam beberapa dekade terakhir, sangat mengubah cara seseorang dalam berinteraksi dan berkomunikasi. Salah satu manifestasi yang paling signifikan dari perkembangan ini adalah munculnya media sosial. Media sosial yang telah menjadi platform penting dalam pertukaran informasi dan hubungan sosial di masa sekarang. Media sosial tidak hanya memfasilitasi komunikasi antar individu, tetapi juga berfungsi sebagai alat pemasaran, platform berita, dan sarana untuk mobilisasi sosial.

Media sosial dapat memperlancar kita sebagai pengguna untuk bisa berinteraksi dengan orang lain sehingga kita tetap bisa menciptakan ikatan sosial secara virtual. Selain itu, media sosial juga sangat membantu dalam perkembangan sistem pendidikan yang ada di Indonesia di masa sekarang.

Seiring dengan pesatnya perkembangan media sosial, penggunaan internet juga mengalami peningkatan yang signifikan, menjadikan kunci akses informasi yang lebih luas dan

menghubungkan penggunanya secara global. Kombinasi keduanya berkontribusi besar terhadap transformasi sosial di era digital sekarang.



Gambar 1.1 221 Juta Penduduk Indonesia Makin Melek sama Internet

Sumber : <https://indonesia.go.id/mediapublik/detail/2168>

Pada gambar 1.1 berdasarkan data survei laman Resmi Portal Informasi Indonesia, terlihat bahwa di tahun 2024 pengguna media sosial saat ini sebanyak 79,50% dari total penduduk di Indonesia. Pastinya dengan seiring berjalannya waktu, penggunaannya akan terus meningkat. Terlebih lagi, pengguna media sosial rata rata berasal dari Generasi Milenial dan Generasi Z, hal ini dapat memicu suatu perilaku yang biasa kita sebut dengan perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO).

Menurut Lira Aisafitri dan Kiayati Yusriyah (dalam Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 04 No. 01 Tahun 2021) Ketergantungan seseorang terhadap teknologi, terutama pada media sosial, turut mengubah bagaimana media sosial digunakan. Generasi milenial, tidak hanya menghabiskan waktu untuk mencari tahu berita yang mereka butuhkan, namun tanpa sadar mereka menggunakannya untuk mengikuti kehidupan dan kegiatan orang lain, dimana seolah-olah mereka harus mengetahui setiap hal yang dilakukan oleh orang-orang terdekatnya karena media sosial memudahkan individu untuk terus *up to date* terhadap semua berita baru, apa saja yang telah mereka lewatkan dan memastikan bahwa mereka tidak tertinggal. Bahkan aktivitas ketergantungan pada media sosial ini menimbulkan kegelisahan pada diri mereka sendiri.

Platform media sosial seperti *Instagram*, *Twitter*, *Tiktok*, *Facebook*, dan *Youtube* menjadi wadah yang mempunyai peluang besar untuk mencari koneksi sosial. Jangkauan ini dapat menyentuh segenap garis kehidupan seorang individu, seperti *life style*, Pendidikan, politik, ekonomi, kesehatan, serta kehidupan sosial.



Gambar 1.2 Media Sosial Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/09/24/media-sosial-favorit-gen-z-dan-milenial-indonesia>

Pada gambar 1.2 dapat dilihat dari hasil survei APJII 2024 di laman blog *databoks* bahwa rata-rata Generasi Milenial dan Generasi Z menghabiskan waktunya lebih banyak untuk bermedia sosial. Pada data yang sudah terlampir juga dapat dilihat bahwa Generasi Z adalah pengguna aktif dengan persentase lebih banyak daripada Generasi Milenial adalah pada aplikasi *Instagram* dan *Tiktok*.

Menurut Jansen et al. (2022), media sosial didefinisikan sebagai platform yang memfasilitasi pembentukan dan penyebaran tren sosial, yang mendorong individu dan kelompok untuk ikut serta dalam sebuah diskusi dan menciptakan gelombang opini publik yang luas. Gelombang opini publik itu lah yang akan berkembang dan menciptakan suatu hal yang akan berdampak besar pada perubahan di kehidupan sosial kita. Peristiwa tersebut bisa saja dapat menimbulkan suatu perasaan “tertinggal” oleh seorang individu.

Karena pada saat ini sosial media telah menjadi suatu kebutuhan utama, melalui sosial media kita bisa menemukan segala macam hal dan informasi yang sedang terjadi di berbagai wilayah. Dengan adanya internet, memudahkan kita dalam mengetahui berbagai informasi di sosial media. Akan tetapi, kemudahan kita dalam mengetahui berbagai informasi tersebut, justru dapat mempengaruhi pola pikir kita yang akan berdampak pada keinginan, kebiasaan, dan kesehatan mental kita.

Menurut Penelitian yang telah dilakukan oleh Maysitoh (2020), individu yang memiliki *autonomy* yang tinggi akan lebih memilih untuk terlibat dalam penggunaan media sosial yang berlebihan, seperti berusaha menanggapi setiap lelucon yang ada dalam grup obrolan, mengikuti *lifestyle* orang lain di media sosial meskipun tidak sesuai dengan kepribadian mereka, dan lain sebagainya. Dengan demikian, individu digolongkan memiliki *autonomy* yang baik yaitu jika mereka mampu untuk menetapkan sesuatu yang tepat untuk dirinya sendiri.

Pada dasarnya media sosial memberikan banyak dampak bagi kehidupan remaja, baik positif maupun negatif. Namun, lamanya remaja terhubung dengan media sosial menjadi awal pemicu istilah *Fear of Missing Out (FoMO)* ini muncul dan menjadi tren di kalangan masyarakat. Kegiatan ini akan terus menjadi kebiasaan dan hal yang umum jika kita tidak bisa mengurangi dan merubah *Fear of Missing Out (FoMO)* menjadi *Joy of Missing Out (JoMO)*.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Siddik dkk (2020) terhadap 349 remaja yang aktif menggunakan media sosial, dapat disimpulkan bahwa kondisi *Fear of Missing Out (FoMO)* memiliki dampak signifikan terhadap kondisi para remaja tersebut. Subjek penelitian itu mengakui bahwa ketika menggunakan media sosial, mereka cenderung selalu memantau serta merasa khawatir akan pendapat orang lain dan semua perubahan informasi terbaru yang muncul kapan saja. Jika mereka mendapatkan umpan balik yang negatif, mereka cenderung selalu berlarut-larut dalam memikirkannya bahkan lebih memilih untuk menghapus postingan mereka yang mendapatkan *respond* seperti itu.

Apa lagi pada saat ini, marak terjadi fenomena tren standar hidup di aplikasi media sosial *Instagram* dan *Tiktok* yang sangat menarik perhatian para generasi z. Contohnya seperti tren menikah muda, tren racun *shopee*, dan berbagai macam *lifestyle* lainnya. Hal itu sangatlah mempengaruhi perilaku para penggunanya.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan untuk dapat membuktikan bahwa penggunaan media sosial yang intensif berhubungan dengan peningkatan perasaan FoMO di kalangan generasi z. Generasi Z merasa tertekan untuk selalu terlibat dalam aktivitas yang terlihat di media sosial.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif yang mana melalui pendekatan penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena sosial atau perilaku manusia secara mendalam.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk memahami secara mendalam fenomena *Fear of Missing Out (FoMO)* di media sosial yang terjadi pada Generasi Z dan hubungannya dengan gaya hidup Generasi Z. Metode kualitatif dipilih untuk memperkuat analisis dan memberikan wawasan mendalam terkait perilaku *Fear Of Missing Out (FoMO)* pada gaya hidup Generasi Z di media sosial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi yang mana melakukan observasi dengan cara Peneliti mengamati langsung kebiasaan dan perilaku narasumber dengan mewawancarai 7 orang informan yang mengalami *Fear of Missing Out (FoMO)* untuk memahami pengalaman mereka secara lebih mendalam dalam menggunakan media sosial. Subjek penelitian ini yaitu Generasi Z karena mereka pengguna aktif di media sosial serta mereka tumbuh dalam era digital yang intens atau bertumbuh di era digital, sehingga lebih rentan terhadap fenomena seperti *Fear of Missing Out* atau biasa disebut (*FoMO*) dalam media sosial.

Dengan penelitian ini, peneliti berupaya mendapatkan gambaran jelas mengenai bagaimana *FoMO* mempengaruhi Generasi Z dalam penggunaan media sosial sehari-hari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena sindrom FoMO merupakan suatu kebiasaan yang melekat pada generasi sekarang, terutama pada Generasi Z. Generasi Z yang mengalami sindrom FoMO cenderung memiliki karakteristik yang lebih sering menghabiskan waktunya untuk aktif di media sosial,

dimulai dari saat mereka akan tidur, bangun tidur, dan di waktu luang pun selalu mengakses media sosialnya, dan menganggap bahwa mengakses media sosial merupakan hal yang sangat penting bagi keseharian mereka, seperti yang diungkapkan oleh salah satu narasumber Generasi Z berinisial NF yang mengalami sindrom FoMO.

“Aku yaa 24/7 selalu aktif di medsos, karena aku gamau sampe ketinggalan tren-tren terbaru sedikit pun dan akhirnya ngerumpi sama temen-temenku.”
(Wawancara NF, 7 Oktober 2024)

NF mengungkapkan bahwa dirinya selalu mengecek apapun yang terjadi di media sosial kapanpun dan dimanapun itu. Ia tidak mau sedikitpun tertinggal tentang semua hal yang telah terjadi di media sosial. Hal yang sama juga terjadi pada informan Generasi Z yang lainnya. Ketika peneliti bertanya mengenai hal apa yang paling banyak dilakukan selama 24 jam dalam sehari, dan berikut ungkapan yang disampaikan oleh informan FN.

“Aku juga biasanya pas bangun tidur yaa cenderung langsung buka HP dan ngeliat sosial media, bisa dibilang udah jadi kebiasaan juga sih.” (Wawancara FN, 7 Oktober 2024)

Sama dengan informan sebelum-sebelumnya FN mengakui bahwasannya ia juga mengecek handphone 24 jam yang mana setiap aktivitasnya pasti tidak lupa untuk mengecek handphone seperti yang dia sampaikan ketika wawancara.

“Saya kalau lihat handphone itu 24 jam, ya karena di handphone itu segala informasi ada disitu jadi kalau gak ngecek handphone terutama media sosial itu rasanya seperti ketinggalan informasi.” (Wawancara FN, 7 Oktober 2024)

FN juga mengatakan bahwasannya ia juga FoMO terhadap sesuatu yang viral atau trend seperti info tentang makanan yang lagi viral.

“Saya kan hobi kuliner, jadi kalau ada makanan yang lagi viral itu saya langsung datang dan kepo sama makanan itu seenak apa sih sampai viral.” (Wawancara FN, 7 Oktober 2024)

Narasumber RK juga mengakui bahwa ia seringkali mengejar tren fashion terbaru yang ada di media sosial.

"Kan ada tuh istilah cewek kue, cewek mamba nah aku disitu ikutan fashion kek gitu, yang di mana awalnya aku punya selera fashionku sendiri eh malah FoMO ikut-ikutan." (Wawancara RK, 4 Oktober 2024).

Di lingkungan sosial, saat teman-temannya di kelas membuat video TikTok atau mengambil foto bersama, RK merasa ingin ikut terlibat karena perasaan FoMO. Selain itu, rasa insecure sering muncul juga ketika RK melihat teman-teman mengetahui suatu hal yang tren di media sosial namun ia tidak tahu, yang akhirnya menimbulkan kekecewaan terhadap diri sendiri.

Namun, perasaan insecure tersebut tidak terlalu berpengaruh terhadap mood atau semangat belajar RK, karena ia juga tidak masalah ketika tidak mengikuti tren tertentu. Meskipun begitu, kebiasaan RK mengecek media sosial seperti Instagram tetap dilakukan dengan frekuensi yang cukup sering untuk mengetahui beberapa informasi di media sosial.

"Emang harus selalu buka media sosial sih, soalnya kalau ngga buka kita bakal nggak tau informasi tentang lagi tren apa sekarang, ada berita apa sekarang, gitu deh." (Wawancara RK, 4 Oktober 2024)

Hal ini juga dirasakan oleh informan lainnya yang merasakan bahwa ia menyesal jika dirinya sedikit banyak telah tertinggal akan informasi ataupun hal baru lainnya yang sedang trending jika dibandingkan dengan teman-temannya yang lain.

"Jujur aku pernah banget, rasanya tuh kaya ada rasa kecewa sama diri sendiri sekaligus sedih juga karena ternyata temen-temenku yang lain tuh pada ikutan tren itu, tapi kok aku gak bisa ya?" (Wawancara NZ, 7 Oktober 2024)

Informan ini juga mengungkapkan bahwa sebagian besar hidupnya sebagai Generasi Z telah dibagikan di sosial media. Lalu dengan gaya hidupnya yang selalu dibagikan ke media sosial, tentunya ia pun harus bisa mengimbangi tren-tren terbaru agar tidak kurang *update*.

Informan NZ mengakui bahwa untuk saat ini, aplikasi yang sangat berpengaruh terhadap hidupnya adalah *Tiktok*.

"Media sosial tuh kalo boleh didefinisikan yaa sebagai serpihan hidupku. Apalagi Tiktok." (Wawancara NZ, 7 Oktober 2024)

NZ pun mengakui bahwa sindrom FoMO yang ia miliki ini sangatlah mengganggu suasana hatinya. Terlebih lagi ketika kondisi moodnya kurang bagus juga pastinya mengganggu semangatnya untuk belajar.

Selain itu, ada informan lain yang mengungkapkan bahwa ia seringkali merasa terdorong untuk ikut terlibat dalam tren yang sedang viral di media sosial agar merasa lega dan dilihat oleh orang lain, terutama karena topik-topik tersebut kerap menjadi bahan perbincangan di lingkup pertemanan.

"Jadi terkadang harus ikut update tren agar saat ama temen itu ngga dianggap kudet (kurang update)." (Wawancara, 3 Oktober 2024).

Meskipun begitu, ZD terkadang tidak terlalu memikirkan dampak dari keterlibatan tersebut. Pengaruh dari FoMO ini bisa sangat signifikan juga, di mana berpartisipasi dalam tren atau kegiatan sosial menjadi cara untuk menghilangkan stres dan membawa perasaan senang, sehingga secara tidak langsung dapat membuat proses belajar lebih nyaman.

"Tapi, aslinya join join tren gini juga bisa ngilangin stress sih gara-gara banyak tugas gitu kek ada perasaan lega gitu, jadi mood belajar lumayan meningkat." (Wawancara ZD, 7 Oktober 2024)

Namun, di sisi lain, tidak semua hal selalu ZD libatkan secara intens dengan media sosial. Dalam suatu kondisi ZD lebih memilih untuk membatasi frekuensi melihat media sosial karena menyadari bahwa tren tidak akan berhenti, dan jika tidak dikontrol penggunaannya maka dapat mengganggu produktivitas dalam kegiatan lain.

Beberapa informan Generasi Z yang mengalami sindrom FoMO ini juga telah mengungkapkan bahwa dapat dilihat bahwa mereka sering kali memperhatikan postingan teman-temannya, sering memperhatikan *update* an terbaru di media sosial, sehingga terkadang mereka cenderung membedakan dirinya dengan orang yang ada di media sosial tersebut.

Bagi sebagian dari mereka juga masih menganggap bahwa perilaku tersebut masih bisa dibilang normal, karena memang sejatinya manusia memiliki fitrah dimana mereka tidak akan pernah merasa puas dengan apapun yang telah mereka miliki dan malahan mereka selalu cenderung ingin lebih. Hal tersebut sering kali menimbulkan perasaan iri, dengki dalam hatinya, dimana mereka selalu tidak pernah puas akan semua yang sudah mereka miliki.

Menurut Penelitian yang telah dilakukan oleh Maysitoh (2020), individu yang memiliki *autonomy* yang tinggi akan lebih memilih untuk terlibat dalam penggunaan media sosial yang berlebihan, seperti berusaha menanggapi setiap lelucon yang ada dalam grup obrolan, mengikuti *lifestyle* orang lain di media sosial meskipun tidak sesuai dengan kepribadian mereka, dan lain sebagainya. Dengan demikian, individu digolongkan memiliki *autonomy* yang baik yaitu jika mereka mampu untuk menetapkan sesuatu yang tepat untuk dirinya sendiri.

Beberapa informan Generasi Z yang mengalami sindrom FoMO telah mengungkapkan bahwa mereka beranggapan bahwa diri mereka di media sosial dan di kehidupan nyata tidak jauh berbeda, karena menurut mereka media sosial adalah wadah untuk mengekspresikan dirinya, dimana mereka memiliki tujuan bahwa mereka ingin dilihat oleh orang lain ketika memposting sesuatu hal.

Bagi beberapa Generasi Z yang mengalami sindrom FoMO menganggap bahwa memposting sesuatu di media sosial adalah suatu hal yang hukumnya adalah wajib. karena, dengan mereka memposting *lifestyle* nya di media sosial, hal tersebut dapat menjadi bukti dimana mereka akan mendapatkan pengakuan dari teman-temannya di media sosial.

Disini menunjukkan bahwasannya di era digital sekarang Generasi Z lebih bergantung pada media sosial untuk gaya hidupnya, semua berpacu pada tren-tren yang viral seperti yang semua narasumber paparkan. Tidak hanya itu, Generasi Z cenderung berpatokan pada media sosial dan menjadikan media sosial sebagai acuan utama atau sumber panduan dalam berbagai aspek kehidupan. Hal ini bisa berdampak positif maupun negatif tergantung pada cara seseorang memanfaatkan media sosial tersebut.

Dalam bab ini, telah dibahas secara mendalam perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) yang dialami oleh generasi Z dalam konteks penggunaan media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa FoMO tidak hanya mempengaruhi cara generasi Z berinteraksi di platform digital, tetapi juga berdampak pada kesehatan mental dan kesejahteraan mereka. Analisis yang dilakukan mengungkapkan bahwa intensitas penggunaan media sosial berkontribusi signifikan terhadap perasaan tertinggal dan tekanan sosial yang dirasakan oleh individu.

Dari data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa generasi Z cenderung terjebak dalam siklus perbandingan sosial yang negatif, di mana mereka merasa harus terus mengikuti tren dan aktivitas teman-teman mereka. Hal ini menimbulkan kecemasan yang dapat mengganggu kualitas hidup mereka. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana media sosial mempengaruhi psikologi generasi ini dan untuk mengimplementasikan strategi yang dapat membantu mereka mengatasi perasaan FoMO.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi penelitian lebih lanjut dan pengembangan program edukasi yang fokus pada kesehatan mental dan penggunaan media sosial yang sehat. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang FoMO, generasi Z dapat lebih bijak dalam berinteraksi di dunia digital, mengurangi tekanan sosial, dan meningkatkan kualitas hidup mereka secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa perilaku Fear of Missing Out (FoMO) mempunyai dampak yang signifikan kepada gaya hidup generasi Z di media sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang intensif berkontribusi pada perasaan kecemasan dan ketidakpuasan, yang sering kali muncul dari perbandingan sosial yang terjadi di media sosial. Generasi Z, sebagai kelompok yang paling terhubung dengan teknologi, perlu menyadari dampak psikologis dari FoMO dan mencari cara untuk mengelola perasaan tersebut secara efektif.

Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya meliputi eksplorasi strategi coping yang dapat membantu generasi Z mengurangi dampak negatif FoMO, serta studi longitudinal yang menilai perubahan perilaku dan persepsi mereka terhadap media sosial seiring berjalannya waktu. Penelitian yang lebih mendalam mengenai hubungan antara FoMO dan kesehatan mental juga diperlukan untuk menciptakan pemahaman yang lebih holistik.

Kami mengucapkan banyak berterima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan ikut berpartisipasi dalam penelitian ini, termasuk informan yang telah bersedia berbagi

pengalaman mereka, serta tim peneliti dan akademisi yang memberikan masukan berharga. Dukungan ini sangat berarti dalam menyelesaikan karena tanpa dukungan mereka penelitian ini kurang bermakna. Maka dari itu, penelitian ini sangat penting karena dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika perilaku Generasi Z di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisafitri, L., & Yusriyah, K. (2020, 09 4). *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi. Sindrom Fear of Missing Out Sebagai Gaya Hidup Generasi Milenial di Kota Depok*, 2(4), 166-177.
- Aprianti, K., & Wendari, W. (2023, 7 2). *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran. Fenomena Sindrom Fear of Missing Out (FoMO) pada Digital Natives: Kontribusi Positif Atau Negatif bagi Kualitas Pembelajaran Generasi Z*, 8, 207-216.
- Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandy, G. A. (n.d.). *Jurnal Psikologi Volume: 1, Number 4, 2024, Page: 1-21. Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fear Of Missing Out (FoMO) pada Generasi Z Pengguna Media Sosial*, 1, 1-21.
- Kiding, S., & Matulesy, A. (2019). *PSISULA: Prosiding Berkala Psikologi. Dari FoMO ke JoMO : Mengatasi Rasa Takut akan Kehilangan (FoMO) dan Menumbuhkan Resiliensi terhadap Ketergantungan dari Dunia Digital*, 1, 173-182.
- Marketing, D. (2024, 03 18). *[Edisi 2024] Tren Pengguna Media Sosial dan Digital Marketing Indonesia*. Retrieved from [blog.slice.id: https://www.blog.slice.id/blog/tren-pengguna-media-sosial-dan-digital-marketing-indonesia-2024](https://www.blog.slice.id/blog/tren-pengguna-media-sosial-dan-digital-marketing-indonesia-2024)