

**FENOMENA *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) PADA  
MAHASISWA GENERASI Z UNPAR AMBASSADOR**

**Tria Melinda**

**228080013**

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Pascasarjana Universitas

Pasundan

Email: tria.melinda@ymail.com

**Abstrak**

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang cepat juga dinamis melalui media sosial memberikan pengalaman serta dampak tersendiri bagi kehidupan manusia terkhususnya pada Generasi Z. Kelompok masyarakat yang tumbuh dan dibesarkan dalam era digitalisasi dimana mudahnya akses pada teknologi digital dan media sosial disebut dengan Generasi Z. Sebagai hasilnya, generasi ini memiliki karakteristik unik yang mempengaruhi bagaimana mereka berinteraksi dengan media sosial. Banyaknya dampak yang dirasakan yaitu salah satunya perilaku yang cenderung takut akan tertinggal dari individu lainnya yang menghasilkan kecemasan atau kegelisahan terhadap sesuatu disebut dengan *Fear of Missing Out* (FoMO). Dampak dari fenomena FoMO ini bisa membentuk konsep diri terhadap Generasi Z yang ada di dalam dirinya. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) di kalangan mahasiswa generasi Z UNPAR Ambassador dan dampaknya terhadap konsep diri yang positif atau negatif. Penelitian ini berfokus pada metode penelitian kualitatif yang disajikan secara deskriptif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data yang digunakan mencakupi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa informan sadar akan adanya fenomena FoMO ini namun dampak negatif dari FoMO membuat pula negatif dari segi konsep diri individu.

**Kata Kunci:** *Fear of Missing Out* (FoMO), Generasi Z, Konsep Diri.

## **Abstract**

The rapid and dynamic progress of information and communication technology through social media provides its own experiences and impacts on human life, especially Generation Z. The group of people who grew up and were raised in the era of digitalization where there is easy access to digital technology and social media is called Generation Z. As a result, this generation has unique characteristics that influence how they interact with social media. There are many impacts that are felt, one of which is behavior that tends to be afraid of being left behind by other individuals which results in anxiety or anxiety about something, which is called Fear of Missing Out (FoMO). The impact of the FoMO phenomenon can shape the self-concept of Generation Z within themselves. This research aims to describe the Fear of Missing Out (FoMO) phenomenon among Generation Z UNPAR Ambassador students and its impact on positive or negative self-concept. This research focuses on qualitative research methods presented descriptively with a phenomenological approach. Data collection techniques used include observation, interviews and documentation. The results of this research state that informants are aware of the existence of this FoMO phenomenon, but the negative impact of FoMO is also negative in terms of individual self-concept.

**Keywords:** Fear of Missing Out (FoMO), Generation Z, Self-Concept.

## **Ringkesan**

Kamajuan téknologi informasi jeung komunikasi anu gancang jeung dinamis ngaliwatan média sosial méré pangalaman jeung dampak sorangan dina kahirupan manusa, hususna Generasi Z. Golongan jalma anu tumuwuh jeung digedékeun dina jaman digitalisasi dimana aya aksés gampang kana téhnologi digital. jeung média sosial disebut Generasi Z. Hasilna, generasi ieu boga ciri unik nu mangaruhan kumaha aranjeunna berinteraksi sareng média sosial. Loba pisan dampak anu dirasakeun, salah sahijina nyaéta kabiasaan anu condong sieun ditinggalkeun ku individu séjén anu ngabalukarkeun kahariwang atawa kahariwang ngeunaan hiji hal, anu disebut Fear of Missing Out (FoMO). Dampak fenomena FoMO tiasa ngabentuk konsep diri Generasi Z dina diri. Ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun ngadéskripsikeun fenomena Fear of Missing Out (FoMO) di kalangan mahasiswa Duta UNPAR Generasi Z sarta pangaruhna kana konsép diri positif atawa negatif. Ieu panalungtikan museur kana métode panalungtikan

kualitatif anu dipidangkeun sacara déskriptif kalayan pamarekan fénoménologis. Téhnik ngumpulkeun data anu digunakeun ngawengku observasi, wawancara jeung dokuméntasi. Hasil tina ieu panalungtikan nétélakeun yén informan sadar kana ayana fenomena FoMO ieu, tapi dampak negatif FoMO ogé négatip tina segi konsep diri individu.

**Kata Kunci:** Sieun Leungit (FoMO), Generasi Z, Konsep Diri.

## **Pendahuluan**

Fenomena FoMO atau *Fear of Missing Out* yang dalam bahasa Indonesia memiliki arti “Rasa Takut Ketinggalan” mengacu pada suatu kecemasan sosial yang timbul dari keyakinan bahwa individu tersebut tertinggal dari suatu hal yang orang lain lakukan atau suatu keyakinan dimana orang lain sedang mengalami pengalaman berharga yang tidak diikuti oleh individu tersebut. FoMO itu sendiri adalah sebuah ketakutan dan kecemasan dimana individu merasa akan ada kejadian yang menyenangkan serta menarik disuatu tempat dan hal tersebut menimbulkan respon kompulsif dari seseorang tersebut untuk meningkatkan keinginannya untuk ikut mengalami hal tersebut (Przybylski et al., 2013).

Perkembangan teknologi dalam media sosial yang begitu pesat sangat membantu kehidupan manusia dan dirasa banyak manfaatnya. Dari segi memudahkan dalam berkomunikasi jarak jauh, mudahnya mengakses informasi, menjadi hiburan, hingga menyediakan ruang untuk mengekspresikan diri secara kreatif. Hal tersebut bisa kita rasakan melalui media sosial yang sudah berkembang dimana memiliki banyak jenis aplikasi dan dengan itu, memudahkan kita dalam melakukan berbagai hal. Dengan demikian, media sosial berperan signifikan di era digital saat ini. Namun, tanpa disadari bahwa teknologi tersebut bisa berubah menjadi suatu ancaman tersendiri jika teknologi tersebut tidak bisa kita kelola atau menguasai kita. Kehadiran media sosial membawa dampak yang signifikan bagi manusia

dengan berbagai fitur dan aplikasi yang di sediakan membuat individu cenderung sibuk dengan dunianya sendiri dan menggunakan sosial media secara terus menerus (Naufaly et. al, 2020).

Dampak negatif dari media sosial tersebut dapat ditimbulkan dari penggunaan media sosial dengan munculnya fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO). Media sosial memberikan dampak terhadap gaya hidup dengan melahirkan berbagai fenomena yang memperlihatkan gejala-gejala akibat dari kemajuan teknologi (Komala & Rafiyah, 2021). Perkembangan teknologi yang begitu pesat tidak dipungkiri membuat kehidupan manusia semakin dipermudah khususnya dalam pencarian dan akses informasi. Bentuk teknologi tersebut adalah internet. Saat ini, internet sudah menjadi kebutuhan yang paling signifikan dalam beberapa dekade terakhir.

Tidak bisa dipungkiri bahwa arus perkembangan menjalar semakin pesat dan cepat. Dunia diumpamakan sebagai dunia ada di dalam genggaman dengan gadget karena hadirnya gadget/gawai sebagai hasil dari kemajuan teknologi (Salaudin & Fiksi, 2021).

**Tabel 1.** Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2023

Pengguna Internet	212,9 juta penduduk (77%)
Pengguna media sosial aktif	167 juta (60,4%)

Pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan. Hal tersebut sejalan dengan hasil riset *We Are Social Hootsuite* (2023) berdasarkan tabel 1 yang menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 212,9 juta penduduk atau 77% dari jumlah populasi di Indonesia yaitu sebesar 276,4 juta penduduk. Pengguna internet menggunakan media sosial sebagai media untuk berinteraksi dengan khalayak, selain itu juga digunakan untuk akses informasi dan aktivitas yang dilakukan orang lain.

Menurut *We Are Social Hootsuite* (2023), menghasilkan bahwa pengguna media sosial aktif di Indonesia mencapai 167 juta atau setara dengan 60,4% dari total populasi. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa Indonesia memiliki kebutuhan yang cukup tinggi terhadap penggunaan internet khususnya media sosial. Media sosial sendiri merupakan sebagai medium internet atau *platform* daring yang memberikan individu atau kelompok untuk menunjukkan dirinya secara virtual, terhubung secara global, hingga membentuk ikatan sosial secara virtual.

Media sosial menjadi sumber berita dan informasi yang signifikan serta cepat untuk khalayak.

**Tabel 2.** Data Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia Tahun 2023

WhatsApp	92,1%
Instagram	86,5%
Facebook	83,8%
TikTok	70,8%
Telegram	64,3%
Twitter	60,2%

Adapun platform media sosial yang digemari atau banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2023 menurut *We are social Hootsuite* (2023), yaitu WhatsApp dengan presentase 92,1% dari jumlah populasi dan naik dari sebelumnya yaitu 88,7%. Diperingkat kedua ada Instagram yaitu 86,5% dari jumlah populasi, lalu peringkat ketiga yaitu Facebook sebanyak 83,8%, diikuti dengan TikTok sebanyak 70,8%, lalu Telegram 64,3% dan Twitter sebanyak 60,2%. Banyaknya presentase dari penggunaan media sosial berpengaruh dari berkembangnya populasi di dunia yang menciptakan

beberapa generasi. Berawal dari Generasi Baby Boomers, hingga Generasi Z. Pada dasarnya, Generasi Z ialah generasi pertama yang terpapar oleh teknologi dan membuat adanya perbedaan dengan generasi sebelumnya, yaitu penggunaan gawai serta internet. Generasi Z adalah kelompok demografis yang terdiri dari individu yang lahir sekitar pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an. Menurut Stillman (2018), menyatakan bahwa Generasi Z ialah *native digital*. Generasi Z dilahirkan pada generasi di dunia dimana tidak adanya batasan antara dunia maya dan nyata sebagai *native digital*. Kehadiran internet mendorong Generasi Z untuk selalu aktif di jejaring sosial/media sosial. Seiring dengan adanya media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok, Twitter, hingga YouTube, membuat Gen Z kecanduan untuk selalu menggunakan media sosial.

Penggunaan media sosial telah berubah dikarenakan ketergantungan seseorang terhadap teknologi. Menurut Aisafitri dan Yusriyah (2021), mengatakan bahwa tanpa sadar Generasi Z saat ini tidak hanya menghabiskan waktunya di media sosial untuk mencari berita yang mereka butuhkan, melainkan untuk mengikuti kehidupan dan kegiatan orang lain. Hal tersebut memacu seseorang seolah-olah mereka harus mengetahui kehidupan orang lain tersebut dari kegiatannya hingga kebiasaannya dan memastikan bahwa mereka tidak tertinggal. Aktivitas ini merupakan dampak dari FoMO di media sosial yang bisa menimbulkan kegelisahan pada diri seseorang. Seseorang yang mengalami FoMO akan cenderung menggunakan media sosial karena dirasa perlu untuk selalu terhubung (Akbar et al., 2019). Menurut Imaddudin (2020), ada beberapa hal yang mempengaruhi dari FoMO, yaitu merasa takut jika tidak selalu dekat dengan ponsel karena mereka merasa tidak ingin terlambat mendapatkan informasi terbaru di media sosial melalui ponselnya serta perasaan senang saat membuka media sosial. Selain itu, adapun dampak lain yaitu individu bisa merasa tidak puas dengan kehidupannya sendiri dan cenderung tidak menjadi dirinya sendiri

sepenuhnya. Individu yang terkena fenomena FoMO atau *Fear of Missing Out* ini terkadang bisa sampai merasa kesal jika tidak mengetahui berita terbaru. Merekapun bisa meluapkan perasaan negatifnya di media sosial karena merasa iri dengan postingan atau kehidupan orang lain. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh McGinnis (2020) yang menghasilkan bahwa sindrom FoMO dapat menyebabkan gangguan kecemasan dan dapat merusak mental seseorang.

Media sosial yang semakin mendominasi pada keseharian seseorang akan membentuk pandangan akan dirinya secara tidak sadar dan bentuknya bisa berupa positif ataupun negatif dalam dirinya. Fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) berpotensi membentuk diri yang positif jika hal tersebut digunakan sebagai sesuatu untuk menyebarluaskan pesan untuk orang lain, namun sebaliknya konsep diri bisa menjadi negatif jika individu selalu merasa takut, cemas, serta tidak percaya diri (Shabrina, 2023). Seseorang dengan konsep diri yang rendah akan membiarkan dirinya pada pandangan yang negatif terhadap dirinya (Saputro & Sugiarti, 2021). Individu dengan konsep diri yang positif akan lebih mampu menangani FoMO dengan lebih baik dengan cara bisa merasa puas dan percaya diri akan pilihan serta keputusan mereka, sedangkan individu dengan konsep diri negatif cenderung meningkatkan perasaan tidak aman dan meragukan diri.

Dalam penelitian ini, penulis menerapkan teknis analisa kualitatif untuk menggambarkan objek penelitian sehingga dapat menjawab rumusan-rumusan masalah. Penulis juga melakukan analisis data kualitatif untuk memberikan laporan deskriptif terhadap objek penelitian yang meliputi gambaran umum fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) pada generasi Z UNPAR Ambassador. Penulis berharap jika hasil dari penelitian ini nantinya bisa menambahkan pemahaman mengenai bagaimana gambaran fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) dan dampaknya terhadap konsep diri pada generasi Z untuk mencegah dampak FoMO yang negatif.

## **Fokus Penelitian**

Melalui penjabaran yang dijelaskan pada konteks penelitian di atas, penelitian ini berfokus pada fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap generasi Z.

## **Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, rumusan masalah yang didapati meliputi:

1. Bagaimana gambaran fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Generasi Z UNPAR Ambassador?
2. Bagaimana konsep diri pada Generasi Z UNPAR Ambassador?

## **Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) yang terjadi pada Generasi Z UNPAR Ambassador.
2. Mengetahui konsep diri pada Generasi Z UNPAR Ambassador.

## **Kajian Teori**

### **Fear of Missing Out (FoMO)**

*Fear of Missing Out* (FOMO) adalah fenomena psikologis yang ditandai oleh kecemasan atau ketakutan bahwa seseorang merasa ketinggalan dalam suatu pengalaman, acara, atau peluang yang saat ini dinikmati/dijalani oleh orang lain. Fenomena FoMO ini sering muncul yang pengaruh luasnya dari media sosial dan paparan terus-menerus terhadap kegiatan dan



pencapaian orang lain. Menurut Przybylski et al. (2013), mengemukakan bahwa FoMO disebut sebagai rasa takut akan kehilangan sebuah momen karena individu tidak terlibat di dalam hal yang dimiliki orang lain atau kelompok lain. Fenomena ini merupakan bentuk dari kecemasan berlebih yang di dorong kuat atas perasaan ingin tahu aktivitas orang lain di media sosial terutama. Seseorang yang mengalami FoMO akan merasa terdorong terus untuk selalu terhubung dan terlibat dalam suatu hal dengan tujuan agar mereka tidak ketinggalan suatu hal yang menarik atau penting.

FoMO mempengaruhi berbagai aspek pada kehidupan termasuk keputusan pribadi hingga interaksi sosial. Maka dari itu, pentingnya bagi seseorang untuk sadar akan prioritas dan diri mereka sendiri untuk menghindari dampak negatif dari FoMO. Dampak seperti cemas terlalu berlebihan contohnya dapat menyebabkan perilaku impulsif, keterlibatan yang berlebihan, dan kebutuhan akan validasi dari orang lain. Tidak dapat dipungkiri bahwa melalui hal tersebut, seseorang dengan kecenderungan FoMO akan lupa dengan dirinya dan tidak sepenuhnya menjadi diri sendiri. Terdapat tiga indikator FoMO, yaitu perasaan takut, kekhawatiran, dan kegelisahan.

Fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) memicu timbulnya stress, perasaan kehilangan, dan merasa jauh atau tertinggal jika tidak mengetahui suatu peristiwa penting pada individu atau kelompok lain. FoMO ini juga mendasari atas ketakutan akan kehilangan suatu momen tertentu yang ditandai dengan keinginan untuk selalu terhubung dengan apa yang orang lain lakukan baik di dunia nyata maupun dunia maya. Hal ini mendasari dari pandangan determinasi sosial bahwa media sosial itu mempunyai dampak yang memungkinkan dilakukannya perbandingan antar individu dalam hal tingkat kesejahteraannya dan kesejahteraan individu lain.

## **Fenomenologi**

Fenomenologi secara terminology adalah ilmu berorientasi untuk mendapatkan penjelasan mengenai realitas yang tampak (Soekanto, 1983). Pendekatan ini dikembangkan oleh filsuf Jerman, Edmund Husserl, pada awal abad ke-20, dan kemudian diadopsi dan dikembangkan oleh filsuf filsuf lain. Fenomenologi memperlihatkan pengalaman langsung suatu individu dengan dilihat sejauh mana pengalaman tersebut berhubungan dengan suatu objek secara intensif.

Teori fenomenologi yang dikembangkannya, terutama dalam karya-karyanya seperti "The Phenomenology of the Social World" (1932) dan "Collected Papers I: The Problem of Social Reality" (1962). Terdapat dua hal yang perlu diperhatikan menurut Schutz, yaitu aspek pengetahuan dan tindakan. Aspek pengetahuan ini menjadi alat dari kesadaran manusia pada kehidupannya dengan melibatkan pengelihatannya, imajinasi, perabaan, pendengaran, dan sebagainya dengan suatu kesadaran. Unsur pengetahuan dalam teori fenomenologi dari Alfred Schutz adalah keseharian, sosialitas, dan makna individu. Manusia menafsirkan kenyataan dari dirinya untuk menampilkan kehidupan sehari-hari mereka (Berger & Luckmann, 1990). Schutz berpendapat bahwa pengetahuan manusia berasal dari pengalaman langsung mereka terhadap dunia. Aspek tindakan merujuk pada bagaimana seseorang memahami tindakan sosial melalui proses penafsiran yang digunakan untuk memperjelas makna yang sesungguhnya.

## **Konsep Diri**

Konsep diri adalah suatu proses dimana seseorang menggunakan itu untuk memikirkan tentang diri sendiri. Kurniawati (2014) menjelaskan bahwa konsep diri adalah bagian penting dalam kehidupan yang merupakan suatu refleksi diri yang dirasakan, dipandang, dan dialami individu mengenai dirinya sendiri. Konsep diri juga dapat digambarkan sebagai peta tentang

siapa anda dan produk dari proses konsepsi diri. Dalam proses ini, seseorang akan berusaha untuk memperoleh gambaran tentang dirinya sendiri secara jelas untuk memenuhi kebutuhan kognitifnya. Konsep diri didasari sebagai skema dalam memainkan peran dalam membuat perilaku individu. Persepsi tersebut memiliki keyakinan terhadap diri sendiri yang mengandung kelebihan dan kekurangan dan hal tersebut menjadi penyebab timbulnya suatu perilaku. Jika seseorang mempunyai konsep diri yang positif, maka akan berperilaku positif, dan sebaliknya jika seseorang mempunyai konsep diri yang negatif, maka akan cenderung berperilaku negatif. Dapat disimpulkan bahwa konsep diri merupakan sebuah pemikiran yang stabil dan berkarakter yang dibuat dari persepsi individu sebagai hal mendasar dengan mencakupi diri fisik, diri moral, diri sosial, dan diri psikis.

### **UNPAR Ambassador**

UNPAR Ambassador merupakan istilah yang merujuk pada mahasiswa yang di pilih oleh institusi pendidikan Universitas Katolik Parahyangan untuk mewakili dan mempromosikan kampus dalam berbagai kesempatan dan acara, baik di dalam maupun luar lingkungan kampus. Peran dari UNPAR Ambassador itu sendiri merupakan perwakilan (duta) kampus yang bertugas dalam pemasaran dan pengenalan kampus UNPAR kepada pihak eksternal. Adapun tugas mereka meliputi *edufair*, panitia seminar, panitia *campus visit*, host, MC, hingga *content creator* untuk kampus. UNPAR Ambassador merupakan kumpulan mahasiswa terpilih yang memiliki kemampuan dan ilmu yang mumpuni serta di butuhkan oleh UNPAR. UNPAR Ambassador ini dipercaya dapat menjadi perpanjangan tangan UNPAR dalam membangun relasi yang positif dengan masyarakat khususnya anak sekolah tingkat atas (SMA).

## **Media Sosial**

Media sosial merupakan sebuah medium atau situs jejaring sosial yang memungkinkan penggunaannya di internet untuk merpresentasikan diri atau berinteraksi dengan pengguna lainnya untuk membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial muncul sebagai salah satu terminologi terkenal dan menjadi salah satu media komunikasi yang populer banyak digunakan sekarang di semua generasi namun kalangan remaja menjadi pengguna media sosial terbesar di Indonesia. Alasan yang menjadikan media sosial sebagai sesuatu yang menjadi prioritas remaja saat ini adalah karena generasi Milenial dan Z lahir serta tumbuh pada era informasi digital (Siddiqui & Singh, 2016). Penggunaan media sosial sudah menjadi suatu hal yang biasa di kehidupan masyarakat yang sekarang sudah memasuki ranah publik. Media sosial memungkinkan penggunaannya untuk dapat mempresentasikan dirinya, berinteraksi, berkomunikasi, dan aktivitas lainnya untuk membentuk ikatan sosial. Peran yang sudah menjadi sangat penting didapatkan media sosial sambil didukung dengan kecanggihan teknologi serta manfaat media sosial itu sendiri. Namun bagaimanapun, kita sebagai penggunaannya harus bijak dalam menggunakan media sosial.

## **Generasi Z**

Generasi Z merupakan sebuah sebutan generasi yang lahir sekitar tahun 1997 hingga 2012 menurut Data Sensus Pendudukan 2020 oleh Badan pusat Statistik (BPS) Indonesia. Generasi Z juga disebut dengan juga iGeneration atau generasi internet. Pratama (2012), memberikan pemahaman istilah generasi Z yang banyak disebut dengan generasi digital karena lahirnya generasi muda yang sangat mengandalkan teknologi digital dalam perkembangan dan pertumbuhannya. Akrabnya generasi Z dengan teknologi yang canggih di zaman sekarang membuat memudahkan kehidupan mereka. Karakteristik generasi Z merupakan generasi *Tech Savvy* dimana mereka

suka mempelajari teknologi (Nielsen, 2020). Kebiasaan menggunakan teknologi pastinya tidak jauh dari dampak yang positif maupun negatif. Dilihat dari aspek positif, generasi Z ini dapat mempelajari suatu pengetahuan yang bermanfaat serta tidak terbatas. Namun, secara negatifnya generasi Z ini tidak dapat membentengi diri akan arus budaya yang ada. Kecanduan akan teknologi juga tidak bagus untuk mental dan kebiasaan mereka. Munculnya sikap FoMO juga selalu ada pada generasi Z karena dirasa mereka cenderung ingin selalu terlihat oleh orang lain dengan tidak ketinggalan hal yang sedang ramai dan banyak disukai orang. Dengan begitu, dapat membuat generasi Z ini menjadi selalui tidak puas dan bergantung pada orang lain.

### **Kerangka Pemikiran**

Masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah fenomena *Fear of Missing Out (FoMo)* pada Mahasiswa Generasi Z UNPAR Ambassador dengan menggunakan Teori Fenomenologi.



**Bagan 1.** Kerangka Pemikiran

Fenomena FoMO ini merujuk pada perasaan kecemasan atau kegelisahan seseorang karena merasa bahwa orang lain sedang memiliki pengalaman yang menyenangkan, berharga, atau penting, sementara dirinya

tidak. Oleh karena itu, dampak dari FoMO tersebut dapat mempengaruhi pula gaya hidup dan perilaku seseorang, terutama generasi Z. Karena pada dasarnya generasi Z ini merupakan generasi yang sangat berdampak dengan teknologi. Fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa generasi Z UNPAR Ambassador mencerminkan bagaimana konsep diri yang didapati oleh individu tersebut dan dampaknya. Data yang di reduksi tersebut akan memberikan gambaran yang lebih jelas, kemudian peneliti akan menarik kesimpulan dan memberikan penjelasan mengenai bagaimana fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa generasi Z UNPAR Ambassador.

### **Metode Penelitian**

Metode yang dipakai dalam penelitian ini berbasis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengungkap dan menggambarkan proses atau peristiwa yang sedang berlaku pada saat ini kemudian data atau informasinya dianalisis sehingga dapat diketahui keadaan sebenarnya dan diperoleh suatu pemecahan masalah penelitian. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi dimana penelitian fenomenologi ini bertujuan untuk menjelaskan situasi yang dialami seseorang dalam kehidupannya (Giorgi et al., 2017). Serta konsep diri untuk melihat sejauh mana mereka menginterpretasikan dirinya sebagai diri yang positif atau negatif.

Mendeskripsikan objek penelitian dari penelitian ini adalah sumber data utama dari fenomena *Fear of Missing Out* terhadap mahasiswa generasi Z UNPAR Ambassador. Informan penelitian dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria yang telah ditentukan yaitu generasi Z pada mahasiswa UNPAR Ambassador yang berumur 12-27 tahun menurut Data Sensus Pendudukan 2020 oleh Badan pusat Statistik (BPS) Indonesia, serta aktif dalam menggunakan media sosial selama lebih dari 2 jam setiap harinya

dengan latar belakang yang berbeda. Teknik penentuan informan pada penelitian ini menggunakan cara *purposive sampling*. Adapun peneliti melakukan wawancara terhadap 12 informan yang terdiri dari 1 dosen dan 11 mahasiswa.

### **Hasil Penelitian**

Fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) merupakan fenomena yang tidak awam lagi dan banyak diperbincangkan oleh masyarakat terutama yang aktif di media sosial. Penelitian ini membahas mengenai gambaran akan fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) pada generasi Z UNPAR Ambassador dengan menggunakan pendekatan fenomenologi untuk mengetahui faktor serta konsep diri terhadap generasi Z. Berdasarkan teori Fenomenologi yang dikembangkan oleh Alfred Schutz, terdapat dua hal yang perlu diperhatikan, yaitu aspek pengetahuan dan tindakan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti terhadap informan, semua informan memiliki kesadaran penuh akan aktifnya mereka di media sosial dan selalu tahu mengenai apa yang sedang ramai di media sosial. Informan juga sadar akan perasaan mereka saat merasa tertinggal oleh orang sekitar yang mereka lihat melalui media sosial. Informan tidak jarang merasa sedih, minder, bahkan merasa tidak *up to date* jika tertinggal akan suatu hal mulai dari pencapaian orang maupun hal yang sedang ramai di media sosial. Namun adapula informan yang menjadikan hal tersebut sebagai motivasi diri dan tidak terlalu dianggap hal yang serius. Perasaan tersebut juga yang membuat mereka selalu ingin tahu dengan apa yang sedang terjadi di media sosial dan ingin selalu mengikuti. Perasaan ingin tahu dan harus tahu karena agar dianggap *up to date* serta bisa mengikuti pembicaraan dengan teman-teman sebayanya. Hal tersebut sejalan dengan hasil wawancara peneliti dengan informan sebagai ahli akademisi yang mengemukakan bahwa saat ini profesi sebagai dosen saja menuntut untuk bisa mengikuti dan mengetahui hal yang

sedang terjadi atau ramai agar bisa membangun frekuensi dengan pelajar yang merupakan generasi Z.

Informan juga sadar akan dampak dari kebiasaan mereka terhadap media sosial yang mereka rasakan pada konsep diri informan. Penilaian akan diri mereka yang dirasa selalu terbawa arus oleh sosial media hingga susah untuk berhenti mengakses, susah lepas dari gawai, menjadi kurang percaya diri, dan cenderung lebih sering merasa gelisah. Namun dibalik itu tidak sedikit juga menilai diri sebagai individu yang lebih banyak mengetahui sesuatu karena seringnya mengakses sosial media. Perilaku generasi Z tersebut dinilai sebagai sikap yang instan seperti yang dikemukakan oleh informan ahli akademisi. Faktor pesatnya perkembangan teknologi dan bersamaan dengan lahirnya generasi Z ini, membuat mereka cenderung hidup dengan sesuatu yang instan dan mudah. Kemudahan tersebut yang membuat generasi Z terbawa oleh arus dan dimanjakan oleh teknologi tanpa memilah serta memikirkan dampak panjangnya.

Pemahaman akan terlalu dalam dan banyak bermain sosial media berdampak negatif sangat diutarakan oleh informan. Mereka merasa media sosial menghambat produktivitas dan menghabiskan waktu. Namun tindakan yang mereka lakukan tidak jauh dari tetap menggunakan media sosial karena susahya lepas dari internet dan gawai. Hal ini juga di kemukakan oleh beberapa informan yang mengatakan bahwa setidaknya bisa lepas dari gawai dan internet hanya 2 sampai 3 jam saja. Dimana artinya, mereka lebih sering menghabiskan waktunya membuka gawai dan mengakses media sosial dimanapun dan dalam situasi apapun. Banyaknya hal yang sedang ramai, informasi mengenai gaya hidup hingga hiburan, membuat generasi Z ini menghabiskan waktunya untuk berada di media sosial saat merasa bosan maupun sedang beraktivitas karena pasti sesekali mereka membuka gawainya. Fenomena FoMO ini juga membawa informan pada kebiasaan yang konsumtif karena mudahnya terbawa arus dan termakan oleh iklan yang



ada di media sosial. Sikap tersebut juga diciptakan dari bentuk diri yang tidak mau tertinggal dari orang lain dan hasrat akan harus juga merasakan atau memiliki sesuatu yang orang lain miliki. Selain itu, informan juga cenderung mudah merasa emosi karena terbawa akan berita hoaks yang dengan mudahnya bisa di akses di media sosial. Melalui mudahnya akses di media sosial juga membuat mereka menjadi tidak terbiasa untuk melakukan validasi berita atau hal sebelum mereka menyebarkan berita atau hal tersebut kepada khalayak. Seperti yang dikemukakan oleh informan ahli akademisi, bahwa media sosial itu sesuatu yang moderat. Sebegitu moderatnya, sehingga di dalamnya banyak hal positif, namun hal negatif juga banyak. Sayangnya, banyak generasi Z yang tidak peka dan tidak bisa memfilter hal tersebut. Disisi lain, barometer informasi generasi Z adalah media sosial. Oleh karena itu, mudahnya akses yang didapat, sikap yang selalu ingin instan, dan berita atau sesuatu yang belum tentu benar kejelasannya merupakan hal yang generasi Z konsumsi.

Fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) di media sosial memang memiliki dampak yang signifikan pada generasi Z karena mereka tumbuh serta berkembang bersamaan dengan pesatnya perkembangan teknologi. Individu dengan kecenderungan FoMO yang berlebih memiliki dampak yang negatif. Seperti halnya dampak media sosial terhadap generasi Z cenderung negatif karena kebiasaan serta sikap generasi Z tersebut juga mendukung dampaknya. Namun tidak di pungkiri pula bahwa dampak positif bisa dirasakan oleh generasi tersebut karena mereka juga pandai dalam menggali serta memanfaatkan hal yang positif dari media sosial. FoMO juga bisa membuat individu yang membentuk konsep diri negatif dan memiliki dampak berkelanjutan di kehidupannya. Menurut Menninger (dalam Sari, 2012:11), seseorang dengan mental yang sehat memiliki kemampuan menahan diri dan sikap hidup yang bahagia. Oleh karena itu, FoMO akan

cenderung negatif jika individu tidak bisa menahan diri dan tidak di tangani dengan tepat.

Konsep diri generasi Z UNPAR Ambassador secara tidak sadar terbentuk dari ketergantungan mereka terhadap media sosial. Dampak FoMO tersebut juga membuat individu tergambarkan pada dirinya akan menjadi seperti apa. Disamping rentannya generasi Z terhadap dampak negatif dari media sosial, membuat generasi Z juga cenderung lebih terbuka pada banyak informasi. Media sosial yang semakin mendominasi keseharian individu membentuk pandangan akan dirinya secara tidak sadar (Imaduddin, 2020). Konsep diri yang dimiliki generasi Z UNPAR Ambassador tergolong pada konsep diri negatif dimana mereka cenderung tidak percaya diri, lebih menjadi ekstrovert, hingga mudahnya merasa minder serta meremehkan diri sendiri.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti mencoba menyimpulkan penelitian ini sebagai berikut:

1. Fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) pada kalangan generasi Z UNPAR Ambassador cukup dikenali oleh mereka sendiri. Informan juga sadar akan perasaan mereka saat merasa tertinggal oleh orang sekitar yang mereka lihat melalui media sosial. Informan tidak jarang merasa sedih, minder, bahkan merasa tidak *up to date* jika tertinggal akan suatu hal mulai dari pencapaian orang maupun hal yang sedang ramai di media sosial.
2. Informan juga sadar akan dampak dari kebiasaan mereka terhadap media sosial yang mereka rasakan pada konsep diri informan. Penilaian akan diri mereka yang dirasa selalu terbawa arus oleh sosial media hingga susah untuk berhenti mengakses, susah lepas dari

gawai, menjadi kurang percaya diri, dan cenderung lebih sering merasa gelisah.

3. Kemudahan mengakses media sosial membuat generasi Z terbawa oleh arus dan dimanjakan oleh teknologi tanpa memilah serta memikirkan dampak panjangnya. Selain itu, mereka merasa media sosial menghambat produktivitas dan menghabiskan waktu. Dan membawa informan pada kebiasaan yang konsumtif karena mudahnya terbawa arus dan termakan oleh iklan yang ada di media sosial.
4. Adapun informan yang terdampak FoMO membentuk konsep diri secara pribadi yang mempengaruhi sikap, kebiasaan dan kehidupan mereka. Berdasarkan hasil penelitian, didapati konsep diri generasi Z UNPAR Ambassador yaitu memiliki konsep diri yang negatif.

### **Daftar Pustaka**

- Aisafitri, L., & Yusriyah, K. (2021). Kecanduan Media Sosial (FoMO) pada Generasi Milenial. *Jurnal Audience*, 4, 86-106. 10.33633/ja.v4i01.4249.
- Akbar, R. S., Aulya, A., Apsari, A., & Sofia, L. (2018). Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FoMO) Pada Remaja Kota Samarinda. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 7(2), 38–47. <http://dx.doi.org/10.30872/psikostudia.v7i2.2404>.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1990). *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*. Terj. Hasan Basari. Jakarta: LP3ES.
- Giorgi, A., Giorgi, B., & Morley, J. (2017). The descriptive phenomenological psychological method. *The SAGE Handbook of Qualitative Research in Psychology*, 0, 176-192. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781526405555>

- Hootsuite and We Are Social. (2023). *Digital in 2023: Indonesia*.  
<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>. Diakses pada tanggal 22 November 2023.
- Imaddudin. (2020). *Fear of Missing Out (FoMO) dan Konsep Diri Generasi Z: Ditinjau Dari Aspek Komunikasi*. *JPRMEDCOM: Journalism, Public Relation and Media Communication Studies Journal*, 2(1), 24–39. <https://journal.unsika.ac.id/index.php/JPRMEDCOM>
- Komala, K., & Rafiyah, I., & Witdiawati. (2021). Gambaran Fear of Missing Out (FoMO) pada Mahasiswa Fakultas Keperawatan. *Journal of Nursing Care*, 5(1). 1-11.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R. & Gladwell, V. (2013). Motivational, Emotional and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. *Journal Homepage: Computer in Human Behavior*, 29, 1841-1848.
- Saludin, O. (2021). *Teknologi, Meningkatkan atau Memenjarakan Kreativitas Anak*. Alineaku Publishing.
- Saputro, Y. A., & Sugiarti, R. (2021). Dukungan Sosial Teman Sebaya dan Konsep Diri terhadap Penyesuaian Diri pada Siswa SMA Kelas X. *Philanthropy Journal of Psychology*, 5(1), 59–72.
- Sari, K. (2012). *Kesehatan Mental*. Semarang. Semarang: UPT UNDIP Press Semarang.
- Shabrina, R. A. N. (2023). *Self Concept Dan Kecenderungan Fear of Missing Out Pada Mahasiswa di Kota Malang*.
- Soekanto, S. (1983). *Beberapa Teori Sosiologi Tentang Struktur Masyarakat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2018). *Generasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru yang akan Mengubah Dunia Kerja*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.