



Hidup Demi Eksistensi dan Validasi di Tengah Tren *FOMO* Sosial Media

Wahyu Trisno Aji^{1*}, Meti Rosiana², Ahmad Arfandi Musida³, Fitriati Wahyuni⁴

^{1,3}Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

²Universitas Nahdhatul Ulama Mataram, Indonesia

⁴Universitas Islam Negeri Mataram, Indonesia

E-mail: wahyutrisnoaji@gmail.com¹, meirose150597@gmail.com², dandiabece@gmail.com³,
fitriwahyuni25112004@gmail.com⁴

*Korespondensi penulis: wahyutrisnoaji@gmail.com

Abstract. *This article aims to explain the conditions of Gen Z in the blanket of rapid development of digitalization technology. This article uses a qualitative method with a literature study and a descriptive analytical approach. The results of the study indicate that the Fear of Missing Out (FOMO) phenomenon on social media reflects symptoms of deep anxiety experienced by modern society, especially Generation Z, due to the fear of being left behind by information or trends that are considered important. In a digital world full of endless information, individuals are encouraged to stay connected and consume content that is often irrelevant, creating the illusion of engagement and validation. This phenomenon creates a great irony, where social media, which should be a tool for communication and information, has instead become a space filled with social pressure, value gaps, and artificial scenarios. The impact of FOMO can be seen in psychological aspects, such as anxiety, depression, and low self-confidence; social, in the form of a decrease in the quality of direct relationships between individuals; and physical, such as lack of sleep and reduced physical activity. However, social media also offers positive opportunities, such as increased creativity, network expansion, and the opening of new opportunities, if used wisely. To overcome the negative impacts of FOMO, efforts are needed to limit the time spent using social media, change the mindset to be more reflective and productive, and engage in meaningful activities.*

Keywords: *FOMO, Gen Z, Social Media.*

Abstrak. Artikel ini bertujuan menjelaskan bagaimana kondisi Gen Z dalam selimut perkembangan pesat teknologi digitalisasi. Artikel ini menggunakan metode kualitatif dengan studi kepustakaan dan pendekatan deskriptif analitik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fenomena Fear of Missing Out (FOMO) di media sosial mencerminkan gejala kecemasan mendalam yang dialami masyarakat modern, terutama Generasi Z, akibat ketakutan akan tertinggal dari informasi atau tren yang dianggap penting. Dalam dunia digital yang penuh arus informasi tanpa henti, individu terdorong untuk terus terhubung dan mengonsumsi konten yang sering kali tidak relevan, menciptakan ilusi keterlibatan dan validasi. Fenomena ini menciptakan ironi besar, di mana media sosial yang seharusnya menjadi alat komunikasi dan informasi justru menjadi ruang yang dipenuhi tekanan sosial, kesenjangan nilai, dan skenario buatan. Dampak FOMO terlihat pada aspek psikologis, seperti kecemasan, depresi, dan rendahnya kepercayaan diri; sosial, berupa penurunan kualitas hubungan langsung antar individu; serta fisik, seperti kurang tidur dan berkurangnya aktivitas fisik. Namun, media sosial juga menawarkan peluang positif, seperti peningkatan kreativitas, perluasan jaringan, dan pembukaan peluang baru, jika digunakan secara bijaksana. Untuk mengatasi dampak negatif FOMO, diperlukan upaya membatasi waktu penggunaan media sosial, mengubah pola pikir menjadi lebih reflektif dan produktif, serta melibatkan diri dalam aktivitas bermakna.

Kata Kunci: FOMO, Gen Z, Sosial Media.

1. LATAR BELAKANG

Sosial media menjadi satu platform digital yang memberikan ruang interaksi kepada setiap orang untuk membangun dan menjalin komunikasi. Ruang yang diberikan oleh sosial media begitu luas sehingga membuat manusia hari ini bisa mengekspresikan banyak hal, dari persoalan privat hingga persoalan publik yang bisa ditonton, like, *comment* dan *share*. Semua

ini menjadi wahana begitu mengesankan, sehingga sepantasnya sosial media menjadi agung di mata manusia hari ini (Sari et al, 2023). Meski tidak bisa melupakan, bahwa menjuluki manusia abad 21 sebagai seorang melampaui zaman. Menyepakati apa yang dinyatakan oleh Yuval Noah Harari dalam buku "*Deus*" Bahwa langkah manusia modern, secara khusus manusia yang telah terperangkap dalam instrumen ilmu pengetahuan dan teknologi menjadikan mereka sebagai seorang *artificial* (buatan). Sehingga berani mengatakan dan membuktikan, bahwa manusia abad 21 hari ini sudah menjelma menjadi seorang dewa yang membentuk, menciptakan, mengontrol dan menguasai sistem kehidupan (Azizah & Baharuddin, 2021). Melangkah begitu jauh, memberikan kesaksian nyata bahwa manusia sudah berada pada titik terjauhnya, yakni mengendalikan kehidupan dengan versi Sapiens dan Deus. Sosial media menjadi arak-arakan yang membuktikan buah pengetahuan yang dimakan adam-hawa di surga telah menjadi nyata. Keabadian dan pengetahuan memberikan dampak nyata berupa buah karya sosial media dari sintesis ilmu pengetahuan dan teknologi (Panggabean, 2024).

Sosial media membawa arus gaya berpikir dan gaya hidup yang lebih modern, lebih tepatnya hari ini manusia berada pada tatanan kehidupan sosial tidak sekedar berinteraksi secara realitas tubuh dan fenomena sosial inderawi. Melainkan, hari ini melalui pemanfaatan sosial media, manusia bisa berinteraksi tanpa harus saling menghadirkan jiwa dan tatapan mata maupun melakukan komunikasi tanpa harus saling menyentuh sapa, lalu mengetahui sebuah fenomena tanpa harus berada di tempat kejadian. Sosial media membantu dan memudahkan semua menjadi lebih cepat, informasi berbagai hal dibanjiri tanpa selesai. Sehingga, tidak bisa diabaikan, bahwa hari ini dampak sosial media telah merambat begitu jauh, begitu hebat dan tidak bisa dibantahkan telah mengakar kuat untuk menikmati kehidupan manusia lebih cepat (Fitri et al, 2024).

Namun sayangnya, sosial media yang hadir di tengah manusia hari ini tidak lepas dari nuansa dampak positif dan dampak negatif. Kehadiran sosial media telah mengajarkan manusia untuk hidup lebih instan, bisa mendapatkan banyak informasi, pengetahuan dan keterampilan tanpa harus bersusah payah mengeluarkan keringat untuk satu Pencapaian (Aji, 2024). Hanya dengan beberapa ketika dibantu dengan alat elektronik sebagai media, maka manusia bisa mendapatkan banyak hal, Tren terbaru sebagai sekitar kehidupan dunia maya dan bahkan realitas, mendapatkan fenomena sosial terbaru, tutorial edukasi sampai dengan berbagai cara menghasilkan nilai ekonomis. Dampak semacam ini jelas dikategorikan sejauh dampak positif yang bisa secara terang-terangan dirasakan. Akan tetapi, berbeda dengan dampak negatif yang muncul dari sosial media, yakni berupa lupa waktu, kecenderungan romantisme dengan dunia sosmed, gaya berpikir hiperealitas, fenomena Tren *FOMO* (*Fear Of Missing Out*) sosmed, anti

sosial, gangguan mental, gangguan tidur, bahkan lebih buruknya bersikap individualisme. Dampak semacam ini tentu sudah terjadi, bahkan disaksikan hari ini dengan begitu jelas dan nyata (Sari et al, 2023).

Dalam berbagai dampak yang telah dikemukakan di atas. Persoalan dampak sosial media berupa fenomena Tren *FOMO* sosial media tentu sesuatu yang sangat menarik untuk dikaji lebih mendalam hari ini (Sari et al, 2023). Tren *FOMO* di sosial media merupakan sebuah dampak yang terjadi kepada manusia atau masyarakat yang merasa cemas, takut, akan ketinggalan Tren informasi digitalisasi sosial media. Tren *FOMO* di sosial media tentu merupakan sebuah fenomena ironi yang terjadi hari ini karena masyarakat sibuk dengan dunia maya yang dianggap real, padahal penuh dengan settingan belaka daripada dunia nyata yang dihidupkan. Tenggelamnya dan sulit membedakan mana yang benar-salah, nyata-ilusi, sadar-tidak sadar, dan bahkan tahu-tidak tahu menyelimuti dalam dilematis kehidupan manusia. Pada aspek demikian, Tren *FOMO* di sosial media menjadi satu penyakit yang terus menerus menjangkiti hingga keseluruhan manusia di dunia (Perdana et al, 2024).

Dalam melihat bagaimana fenomena Tren *FOMO* di sosial media. Setidaknya ada beberapa penelitian terdahulu atau telaah Pustaka yang menjadi rujukan artikel ini untuk memahami lebih mendalam persoalan Tren *FOMO* di sosial media, secara lebih khusus diperuntukkan untuk para generasi Z, dikutip dari Brain Academy (28/10/2024) Generasi Z adalah generasi Lahir tahun dari 1997-2012. Studi dari widiyanti dkk (2024) menerangkan bahwa Fenomena *Fear of Missing Out* atau disebut sebagai *FOMO* terjadi karena merasa cemas akan ketinggalan informasi, rasa gelisah, cemas dan galau melkita karena tidak memperoleh sesuatu yang terbaru. Secara lebih khusus hari ini bagaimana sosial media secara lebih khusus aplikasi instagram digunakan sebagai media komunikasi hitz, namun ketika ketinggalan informasi, maka masyarakat akan mengalami kecemasan dan gelisah berlebihan karena ketergantungan. Kemudian hal demikian sama dengan yang dijelaskan oleh Fitri dkk (2024) menjelaskan mengenai pengaruh terhadap *Fear of Missing Out (FOMO)* pada generasi Z pengguna media sosial, tentu yang baru ditawarkan adalah bagaimana sikap *FOMO* dari para Gen Z bisa diatasi dengan pendidikan dan kampanye mengenai cara sehat menggunakan sosial media supaya tidak terjebak dalam rasa kecemasan, rasa gelisah karena ketinggalan informasi terbaru dalam sosial media. Kemudian penelitian sama dilakukan Azizah & Baharuddin (2021) bahwa *FOMO* di sosial media disebabkan tidak adanya batas kontrol dari pengguna, baik dari internal maupun eksternal. Sehingga jalan yang dilakukan adalah menyeleksi dan memfilter informasi yang didapatkan, lalu tetap mengedepankan bahwa apapun informasi yang tersebar luas di sosial media akan seringkali jadi wacana diskusi yang tidak pernah selesai-selesai,

bahkan untuk banyak konten bermanfaat atau unfaedah. Dan penelitian dari Panggabean (2024) menjelaskan bahwa kehadiran sosial media tentu berdampak pada fenomena *FOMO* yang menjelaskan rasa gelisah akan sebuah informasi *Up Date* tentu memiliki dampak positif dan negatif; dampak positif adalah bagaimana para generasi bisa mendapatkan informasi lebih banyak dan cepat, sedangkan dampak negatif adalah masyarakat menjadi kecanduan, stres, individu dan bahkan malas- malasan.

Beberapa hal yang juga dipengaruhi karena kecenderungan *FOMO* yaitu *phubbing*, kepuasan hidup, harga diri, perilaku komunikasi remaja, aktualisasi diri dan gaya hidup remaja. Dari hasil pemaparan data di atas, tentu persoalan *FOMO* di sosial media akan jadi satu Tren yang akan dibahas terus menerus. Apalagi hari ini merupakan persoalan yang menjadi wacana berkepanjangan. Sehingga artikel ini akan berusaha untuk membedah beberapa sub pembahasan mengenai fenomena Tren *FOMO* sosial media, lalu kemudian dilanjutkan dengan bagaimana dampak yang terjadi dan terakhir adalah bagaimana solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan Tren *FOMO* sosial media (Perdana et al, 2024).

2. METODE PENELITIAN

Artikel ini akan membahas Tren media sosial dengan fokus pada pendekatan kualitatif menggunakan metode deskriptif-analitik. Jenis penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah penelitian kualitatif. Pendekatan deskriptif-analitik memungkinkan peneliti untuk tidak hanya mendeskripsikan data yang diperoleh, tetapi juga melakukan analisis mendalam untuk memahami makna di balik data tersebut (Nasution, 2023). Penelitian yang dilakukan tidak hanya berusaha menjelaskan fenomena yang ada, tetapi juga menggali lebih jauh untuk menemukan pola, hubungan, atau implikasi yang tersembunyi (Sari et al., 2022). Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan tiga tahap utama: pengumpulan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Roosinda et al., 2021).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak Tren *FOMO* Media Sosial

Ketakutan berlebihan tidak dapat mengikuti tren atau berita terkini entah itu tentang kehidupan seseorang atau berita-berita yang lainnya membuat penderita *FOMO* atau *Fear of Missing Out* merasa gelisah atau cemas yang berlebihan. Ciri sederhana dari fenomena ini adalah tidak bisa melepas ponsel walaupun hanya sebentar. *FOMO* juga bisa terjadi apa bila melihat seseorang menikmati suasana dan membagikannya ke media sosial tanpa kehadirannya, sebab hal itu terjadi karena kita terlalu memantau kehidupan orang lain. Merasa

ingin diakui dan haus akan validasi, dapat menimbulkan kecemasan, dan dampak negatif pada psikologis dan menimbulkan gangguan lainnya.

Menurut berbagai penelitian, ada beberapa faktor yang mempengaruhi *FOMO*, seperti: (1) faktor usia (Tomczyk & Selmanagic-Lizde, 2018), (2) faktor komunikasi orang tua-anak (Alt & Boniel-Nissim, 2018), (3) faktor harga diri (self-esteem), interaksi sosial, dan kecemasan sosial merupakan faktor yang relevan (Abel dkk., 2016), (4) faktor jenis kelamin, kebutuhan psikologis yang tidak terpenuhi terkait dengan *relatedness* dan identitas diri, yang juga berkaitan dengan penurunan tingkat suasana hati dan kepuasan hidup secara signifikan (Przybylski dkk, 2013). Temuan ini sejalan dengan diskusi Turan et all (2023) tentang bagaimana media sosial dapat mengubah proses sosialisasi remaja, membuat mereka lebih rentan terhadap kecemasan dan gangguan suasana hati lainnya.

Pada Januari 2023, terdapat sekitar 167 juta jiwa yang aktif dalam menggunakan media sosial di Indonesia, yang merupakan sekitar 60,4% dari total populasi dalam negeri. Durasi penggunaan media sosial pada individu di Indonesia menghabiskan rata-rata sekitar 3 jam 18 menit setiap harinya. Hal ini menempatkan Indonesia di peringkat kesepuluh dunia untuk waktu penggunaan media sosial tertinggi (We Are Social, 2023). Survey dari *Australian Psychological Society* (2015) menyatakan bahwa anak-anak muda menggunakan media sosial hingga lima kali atau lebih setiap hari. Mereka menghabiskan banyak waktu untuk cek *update*, *refresh*, dan menggunakan media sosial. Hal tersebut bahkan mereka lakukan saat mereka akan tidur, saat makan, saat ingin bepergian, saat mengemudi, saat berjalan kaki atau bahkan saat mengikuti pelajaran di kelas. Hal tersebut menunjukkan bahwa seseorang telah mengalami adiksi terhadap media sosial. Hal ini dapat ditimbulkan akibat individu merasa tidak terhubung dengan sosial media atau tidak memperoleh informasi dari sosial media yang mereka gunakan dan hal tersebut yang akan memicu timbulnya perasaan takut, cemas serta khawatir (Abel, Cheryl & Sarah, 2016).

Adapun dampak dari *FOMO* tidak terlepas dari dampak positif dan negatif.

a. Dampak Psikologis.

Yang dimana berkaitan dengan aspek emosi, perilaku, kognitif, pengembangan, serta kesehatan mental disebabkan oleh pengguna media sosial yang tidak terkendali memperkuat dampak negatif dari *FOMO* terhadap kesejahteraan psikologis manusia.

- a) Kecemasan dan Stres: *FOMO* dapat menyebabkan kecemasan dan stres yang berlebihan. Karena ia lebih banyak melihat kehidupan orang lain dan membandingkan dengan kehidupannya sendiri, sehingga membuatnya cemas yang berlebihan.

- b) Depresi: *FOMO* dapat meningkatkan risiko depresi, terutama jika seseorang merasa tidak mampu mengikuti atau memenuhi harapan orang lain. Hal itu yang memunculkan gangguan dampak emosional. Bukan hanya depresi, juga bisa juga kecemasan yang tidak terkontrol, marah, kesedihan yang tidak masuk akal, dan stres yang berlebihan.
 - c) Kurangnya Percaya Diri: *FOMO* dapat menyebabkan kurangnya percaya diri dan merasa tidak cukup baik. Perubahan perilaku yang berbeda dari kebiasaan yang membuat merasa tidak nyaman karena mengikuti tren media sosial. Berapa banyak anak remaja yang mengikuti tren media sosial terutama dalam berpenampilan membuat mereka tidak wajar dari usianya,
- b. Dampak Sosial.

FOMO juga mempengaruhi kehidupan sosial seseorang saat melihat kehidupan hanya menampilkan momen terbaik dan bukan gambaran lengkap kehidupan akan menimbulkan dampak negatif. *FOMO* juga mengakibatkan rendahnya penguasaan terhadap lingkungan serta hubungan sosial yang negatif dengan individu lain karena kurangnya kemampuan untuk mengontrol impuls untuk selalu check media sosial (Purba dkk., 2021). Jika aspek-aspek sosial seperti hubungan dengan masyarakat tidak berjalan dengan baik akan menimbulkan sebagai berikut:

- a) Ketergantungan Media Sosial: *FOMO* dapat menyebabkan ketergantungan media sosial, yang dapat mengganggu hubungan sosial dan kegiatan sehari-hari.
 - b) Konflik dengan Orang Lain: *FOMO* dapat menyebabkan konflik dengan orang lain, terutama jika seseorang merasa tidak mampu memenuhi harapan orang lain
 - c) Kurangnya Kualitas Hubungan: *FOMO* dapat menyebabkan kurangnya kualitas hubungan dengan orang lain, karena seseorang lebih fokus pada kegiatan media sosial.
- c. Dampak Fisik
- a) Kurangnya Tidur: *FOMO* dapat menyebabkan kurangnya tidur, karena seseorang terus memantau media sosial dan merasa tidak mampu berhenti.
 - b) Kurangnya Aktivitas Fisik: *FOMO* dapat menyebabkan kurangnya aktivitas fisik, karena seseorang lebih fokus pada kegiatan media sosial.
 - c) Masalah Kesehatan: *FOMO* dapat menyebabkan masalah kesehatan, seperti sakit kepala, kelelahan, dan masalah pencernaan.

Sebagaimana yang disebutkan Kolhar dkk (2021) kemampuan media sosial yang beragam, mulai dari berbagi gambar dan video hingga terlibat dalam interaksi waktu nyata

melalui streaming langsung dan panggilan video, telah mengubahnya menjadi platform dinamis untuk bereksprosi. Hal itu memunculkan influencer atau konten kreator mendadak terkenal akibat dari dampak media sosial yang membagikan kisah hidupnya, bahkan rela menjual kesedihan agar bisa mendapatkan uang. Hubungan konten kreator ini juga berkaitan dengan adanya fenomena *FOMO*. Dampak negatif lainnya yang sering dirasakan akibat ketergantungan dengan media sosial ini adalah subjek cenderung menjadi sering melakukan *self-comparison* (membandingkan diri) dengan orang lain yang mereka lihat di media sosial. (Hidayatul dkk 2024)

Mereka akan merasa kurang puas dan tidak merasa *secure* terhadap berbagai aspek di hidup mereka karena melihat pencapaian orang lain di media sosial. Hal itu akan menimbulkan perasaan kurang percaya diri terhadap penampilannya dan timbul perasaan rendah diri di dalam dirinya, dan mereka menjadi merasa bahwa dirinya tidak cukup baik dan tidak cukup menarik di dunia nyata maupun dunia maya. Keterlibatan yang tinggi di media sosial membuat mereka merasa dirinya selalu tertinggal dengan individu lain yang mereka lihat di dunia maya tersebut (Aji, 2024).

Walaupun demikian, *FOMO* tidak seburuk yang kita bayangkan, dampak positif turut memberikan akibat bagi pengguna media sosial. Dimana dampak positif Mudahnya akses internet dan banyaknya fitur-fitur menarik di media sosial dapat menumbuhkan kreativitas termotivasi dari video yang dikonsumsi. Selain itu juga, dapat memperluas jaringan sosial lebih luas. Platform-platform media sosial seperti Instagram, Tiktok, Facebook dan Youtube menjadi wadah yang memiliki peluang besar untuk individu dalam mencari koneksi sosial. Jangkauan platform-platform media sosial ini dapat menyentuh seluruh garis kehidupan masyarakat seperti *lifestyle*, pendidikan, perekonomian, politik, kesehatan, kehidupan sosial serta berbagai *interest* masyarakat (Mkitas & Silfiyah, 2022).

Solusi Mengatasi Tren *FOMO* Sosial Media

Semenjak adanya wabah yang kita sebut sebagai Covid-19 hampir semua kegiatan dan aktivitas dipindahkan ke teknologi sampai saat ini yang kita kenal sebagai era digital. Diera digital seperti saat ini dapat dikatakan sebagai era yang begitu menguntungkan bagi Gen Z. Karena di era ini Gen Z lebih dikenal dengan kelompok yang lebih mudah peka akan perubahan terhadap teknologi. Hal ini membuat Gen Z selalu tidak ingin ketinggalan Tren-Tren yang terkini yang kita sebut sekarang sebagai *FOMO* (Fenomena *Fear of Missing Out*). *FOMO* tersebut sudah menjadi gaya hidup yang sangat penting bagi Gen Z di era modernisasi ini,

karena manusia saat ini sudah memasuki termin informasi yang begitu luas dan berkembangnya pada teknologi saat ini tersebut (Tegar et al, 2024).

Menjadi pertanyaan apakah *FOMO* ini berbahaya?, *FOMO* ini akan berbahaya jika kamu terus-menerus haus akan mencari validasi lewat unggahan di media sosial. Tetapi, ada beberapa yang bisa dilakukan untuk keluar dari lingkaran *FOMO* atau solusi cara mengatasinya yaitu dengan cara “Bersikap seolah-olah sesuatu hal itu tidak ada artinya atau menganggap sesuatu hal tersebut tidak memiliki nilai sama sekali” selain itu untuk keluar dari lingkaran *FOMO* dengan cara journaling atau menulis diary dengan menuangkan seluruh pikiran dan perasaan diatas kertas. Lalu *FOMO* juga membuat kita merasa sendiri dan tertinggal jadi solusinya dengan cara Mengobrol dengan teman (Syahida et al, 2024). Selain itu fokus untuk mempersibuk diri salah satunya dengan cara mengembangkan hobi, dengan begitu *FOMO* bisa dicegah karena kita mempersibuk diri dengan mengembangkan hobi kita tersebut. Solusi untuk mengatasi Tren *FOMO* di sosial media yaitu (Yulva et al, 2022):

a) Dengan cara membatasi waktu penggunaan media sosial

Salah satu cara atau langkah untuk mengatasi *FOMO* adalah dengan cara membatasi waktu yang dihabiskan untuk bermedia sosial. Kita harus menyadari bahwa terlalu berpaku pada media sosial atau gadget kita hanya akan meningkatkan *FOMO* pada kita sendiri. Oleh sebab itu, kita harus memiliki kesadaran tersendiri untuk mengurangi waktu yang dihabiskan untuk bermedia sosial atau memegang gadget dan lebih memfokuskan diri untuk kegiatan yang lebih produktivitas untuk mengurangi kemungkinan timbulnya perasaan *FOMO* tersebut pada diri kita sendiri. Tentukan waktu yang pas untuk membuka media sosial tersebut dan batasi diri dalam penggunaan media sosial. Misalnya, kamu bisa menggunakan fitur pembatasan waktu pada aplikasi, ini membantu kita mengurangi kecemasan yang muncul akibat terlalu sering melihat Tren-tren baru atau postingan terbaru seseorang.

b) Mengubah pola pikir

Banyak para peneliti menyebutkan bahwa *FOMO* ini merupakan salah satu bentuk dari bentuk pemikiran yang memutarbalikkan atau mengubah sesuatu tersebut dari keadaan aslinya atau sebenarnya atau terhadap fakta-fakta yang ada atau kita sebut dengan istilah (distorsi). Pemikiran distorsi ini menyebabkan sebagian orang mengalami depresi dan gangguan mental. Contohnya, kamu bisa saja memiliki pikiran bahwa jika kamu tidak mengikuti Tren ini maka kamu akan merasa tertinggal dan tidak bisa mengikuti perkembangan atau perbincangan yang teman-teman kita lakukan. Untuk merubah distorsi menjadi pikiran yang positif, kita dapat melakukan langkah-

langkah yang cukup ekstra. Jika diperlukan, kita dapat melakukan menjauhkan gadget kita dalam kurun waktu yang lama. Hal itu dapat mengontrol kita dan pikiran kita untuk tidak memikirkan hal-hal yang negatif dan tidak penting. Seperti jangan membandingkan diri dengan orang lain dan melihat orang lain tersebut sebagai inspirasi kita bukan sebagai saingan. Karena setiap orang itu memiliki waktu dan jalannya sendiri.

c) Mencari kegiatan yang positif dan bermakna

Luangkan waktu kita untuk merawat diri sendiri dan lakukan aktivitas yang meningkatkan kesejahteraan mental dan emosional dalam diri kita. Kita bisa mencari kegiatan yang lebih bermakna dan positif, seperti menginvestasikan waktu dan energi untuk memberikan kepuasan terhadap diri sendiri, seperti menulis dengan cara menulis kita bisa menuangkan seluruh pikiran dan perasaan kita diatas kertas tersebut, dengan begitu itu yang membuat kita dapat menurunkan tingkat depresi dan *anxiety* serta meningkatkan kualitas pada hubungan sosial kita. Kita juga bisa mencari hobi yang lain seperti berolahraga atau pun mengembangkan keterampilan baru pada diri kita. Aktivitas seperti ini tidak hanya membantu mengalihkan perhatian dari perasaan yang dinamakan *FOMO* tetapi juga meningkatkan kualitas hidup kita secara keseluruhan. Alihkan setiap perhatian kita ke hobi dan kegiatan positif yang membawa kebahagiaan tanpa harus mengikuti Tren-Tren yang terbaru.

Refleksi Atas Tren *FOMO* Sosial Media

Perkembangan zaman mulai kuat, saat itulah manusia dibanjiri dengan banyak persoalan, sekaligus juga banyak keuntungan yang tidak bisa dihitungkan banyaknya. Seperti yang telah ditemukan hari ini, bagaimana saksi dari ilmu pengetahuan dan teknologi dalam memegang jauh peradaban manusia. Sampai pada letak yang paling fundamental filosofis-kritis, bahwa jejak paling jauh yang telah dilewati berupa usaha maksimal, berakhir pada puncak metamorfosis kehidupan (Savitri, 2019). Manusia sebagaimana apa yang telah dilalui, sudah sampai pada perjalanan memanfaatkan teknologi, terutama teknologi digitalisasi dalam kehidupan nyata (Serenity & Kusumanto, 2022).

Hidup manusia tidak sekedar hanya persoalan interaksi sosial saling tatap mata, berpegang tangan dan lisan harus terlihat spontan dengan mengandalkan indera sentuhan. Namun, hari ini, dampak teknologi digitalisasi sudah melampaui Meta-realitas dengan memudahkan manusia untuk menjalin interaksi dan komunikasi dengan lebih efektif dan efisien. Banyak hasil kontribusi yang bisa dinikmati hari ini, sebagaimana handphone, laptop,

komputer, pesawat terbang dan bahkan jam digital di tangan memenuhi kemudahan manusia untuk menjalani keseharian (Zein, 2019).

Namun, dari semua kemudahan itu tentu tidak lepas dari efek negatif yang bermunculan. Bahwa, kenikmatan dan kemudahan hidup atas dampak teknologi digitalisasi sosial media secara lebih khususnya membuat manusia menjadi rentan dan bermental konsumtif. Hal ini bisa dibuktikan dengan salah satu fenomena yang cukup panjang di jelaskan pada halaman sebelumnya, bahwa penyakit yang ditimbulkan oleh teknologi digitalisasi sosial media adalah *Fear of Missing Out (FOMO)* yakni sebuah diagnosa penyakit modern dari dampak kemudahan manusia menikmati kehidupan dengan ketergantungan pada teknologi; sehingga rasa cemas, takut, galau, dan gelisah dibanjiri jika tidak mengikuti Tren yang ada. Dampak semacam ini jelas hasil dari sikap melulu Konsumtif dari manusia hari ini yang hanya memakan, tanpa memproduksi. Sedikit usaha membangun inovasi dan lebih banyak menikmati hasil olah produk yang telah dipasarkan di dunia saat ini. Ketakutan akan ketinggalan banyak hal, sampai dengan tidak mau apa-apa karena tidak mengikuti Tren yang populer di tengah dunia merupakan dampak dari teknologi digitalisasi sosial media berupa diagnosa bernama *FOMO*.

Tren sosial media menjadi ajang Sekitar kehidupan, tidak peduli bagaimana mereka mampu mengusahakan sebuah inovasi untuk menciptakan sebuah produk. Isi kepala dan mental manusia yang *FOMO* atas teknologi digitalisasi adalah rasa ingin menikmati saja, melulu mengejar target up date setiap waktu dan selalu cemas dengan ketinggalan berbagai informasi terbaru (Aji & Wulkitari, 2025). Terlepas dampak positif sosial media yang memudahkan kehidupan manusia. Dampak negatif tidak bisa dihindarkan, jelas dampak negatif itu juga begitu beragama banyaknya. Hari ini bisa disaksikan, bagaimana perkembangan dan peradaban kehidupan manusia diletakkan dalam stkitar sosial media dari implikasi Tren *FOMO* konten populer. Jika ditanya apakah ini merupakan ironi?, jawabannya tentu iya. Namun urgensi dari semua itu adalah bagaimana manusia menyingkapi dunia yang telah diselimuti banyak hiperrealitas dengan tendensi semu, penuh settingan dan jelas itu tidaklah nyata (Aji & Wulkitari, 2025).

Perlu berkaca dan merefleksikan diri, bahwa Tren *FOMO* sosial media merupakan sesuatu yang tidak bisa dihindari. Jelas dampak negatif begitu banyak, namun dampak positif juga tak kalah banyak. Sehingga yang perlu dilakukan manusia hari ini adalah menjadi pengguna teknologi digitalisasi sosial media yang cerdas dan bijaksana. Bisa menggunakan dengan sebaik-baiknya teknologi saat ini, jangan sampai rasa cemas, takut, galau, dan gelisah dihadirkan begitu saja karena sudah candu dalam selimut kenyamanan sosial media dengan

anggapan itulah fakta realitas sesungguhnya. Manusia harus benar-benar bisa membedakan mana yang nyata dan mana yang tidak nyata di era digitalisasi. Sebab kemudahan munculnya banyak berita hoax yang menimbulkan provokasi menjadi hal niscaya tidak bisa dihindari. Namun disinilah ruang kemampuan manusia sebagai makhluk berfikir dan berkesadaran, melangkah lebih bijaksana dan kritis atas segala hal yang diterima. Sosial media penuh akan dampak berguna bagi manusia untuk menjalani kehidupan, namun perlu dicatat tidak selamanya sosial media sebagai buah teknologi digitalisasi menjadi satu-satunya usaha terbaik dalam kegunaan.

Sebagai penegas, perlu untuk merefleksikan kembali, jangan sampai manusia hari ini menjadi orang-orang lemah karena sudah terlanjur mendapatkan banyak kemudahan tanpa usaha maksimal. Setidaknya gunakan sebaik-baiknya teknologi digitalisasi hari ini dengan bijak-bijaknya, jangan sampai membuat manusia menjadi ketergantungan. Itu tentu sangat berbahaya bagi manusia, meski tidak terasa hari ini (Astuty, 2021) Mungkin pada suatu waktu di masa depan manusia akan terancam dengan apa yang mereka ciptakan sendiri. Karena kemalasan untuk berkembang, berinovasi, menciptakan kreativitas membuat manusia melahirkan generasi malas dan tak punya kompetensi untuk berinovasi. Sehingga pada akhirnya, sikap Konsumtif membunuh manusia secara perlahan-lahan di masa depan dengan diri mereka bisa saja tergantikan.

Hal inilah perlu untuk diwanti-wanti oleh manusia modern hari ini, bahwa manusia sebagai "Deus" Meski telah menciptakan banyak hal, termasuk kecerdasan buatan (AI) akan tentu memiliki banyak manfaat, namun di masa depan ada kemungkinan akan menjadi ancaman manusia diambil alih oleh teknologi yang mereka ciptakan. Sebagaimana dalam kisah hidup impian "utopia" Akan jadi kisah awang-awang dalam impian. Kotak Pandora manusia akan disembunyikan jauh oleh orang-orang kaum oligarki yang punya akses untuk berkembang dan belajar. Sehingga tidak semua orang bisa menemukan dan membuka kotak Pandora "harapan". Sisanya akan terancam, sikap Tren *FOMO* sosial media adalah bentuk struktural kehidupan manusia berlanjut dalam langkah Perlahan-lahan menuju lebih rentan dengan mental konsumtif. Suatu masa yang tidak ditentukan, manusia akan digantikan oleh teknologi yang mereka buat sendiri dan hanya beberapa manusia di dunia ini akan jadi bagian superior atau elit global yang masih bisa bertahan menguasai dunia. Sisanya, akan jadi budak konsumtif dan para pekerja yang dinyamankan dengan sistem kapitalis dunia yang sadar atau tidak, manusia konsumtif itu akan tetap berada pada lingkaran itu. Bahkan mengatakan akan dirasakan selama-lama hidupnya.

4. KESIMPULAN

Tren *FOMO* (*Fear of Missing Out*) di media sosial mencerminkan gejala kecemasan yang mendalam dalam masyarakat modern. Secara Khususnya Generasi Z yang berakar pada ketakutan akan tertinggal dari perkembangan informasi atau peristiwa yang dianggap penting. Dalam dunia digital, di mana informasi mengalir deras tanpa henti, masyarakat terpikat untuk selalu terhubung dan mengonsumsi konten yang mungkin tidak relevan, namun memunculkan ilusi keterlibatan dan keberartian. Fenomena ini menciptakan ironi besar, di mana individu lebih sibuk mengejar validasi dan kehadiran maya dibandingkan menghadapi kenyataan hidup yang sejati. Dunia maya, yang seharusnya menjadi sarana komunikasi dan informasi, berubah menjadi ruang yang penuh dengan skenario buatan, kesenjangan nilai, dan tekanan sosial. Akibatnya, manusia semakin kehilangan kemampuan untuk membedakan antara realitas dan ilusi, antara yang benar dan yang palsu, sehingga menimbulkan krisis eksistensial yang mendalam.

Rasa takut tertinggal dari tren atau informasi terkini menyebabkan individu merasa cemas, gelisah, dan bahkan terganggu secara psikologis, sosial, maupun fisik. Dampak psikologis seperti kecemasan, depresi, dan kurangnya rasa percaya diri sering kali muncul akibat perbandingan sosial yang terus menerus di dunia maya. Secara sosial, ketergantungan pada media sosial dapat merusak kualitas hubungan antarindividu dan mengurangi kemampuan untuk berinteraksi secara langsung. Dampak fisik, seperti kurang tidur dan penurunan aktivitas fisik, semakin memperburuk kesejahteraan individu. Meski demikian, *FOMO* tidak hanya membawa dampak negatif. Dengan pemanfaatan yang tepat, media sosial dapat menjadi alat untuk meningkatkan kreativitas, memperluas jaringan sosial, dan membuka peluang baru di berbagai bidang kehidupan. Untuk mengatasinya, beberapa solusi efektif meliputi membatasi waktu penggunaan media sosial, mengubah pola pikir dengan fokus pada pengembangan diri dan melihat inspirasi daripada persaingan, serta melibatkan diri dalam kegiatan positif yang bermakna, seperti journaling, olahraga, atau mengembangkan hobi baru. Langkah-langkah ini tidak hanya membantu individu melepaskan diri dari tekanan *FOMO*, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan emosional, sosial, dan kualitas hidup secara keseluruhan, memungkinkan mereka untuk menikmati hidup tanpa harus selalu merasa tertinggal.

Refleksi atas tren *FOMO* di media sosial adalah bahwa perkembangan teknologi digitalisasi telah membawa kemudahan sekaligus tantangan bagi kehidupan manusia. Tren *FOMO*, yang ditkintai oleh rasa takut ketinggalan informasi atau tren populer, mencerminkan dampak negatif dari mentalitas konsumtif yang semakin berkembang. Meskipun media sosial menawarkan banyak manfaat, seperti kemudahan komunikasi dan akses informasi, efek

sampingnya seperti kecemasan, ketergantungan, dan hilangnya kreativitas perlu diwaspadai. Oleh karena itu, penting bagi manusia untuk menjadi pengguna teknologi yang cerdas dan bijaksana, membedakan antara realitas dan hiperealitas, serta tetap kritis dalam menghadapi informasi yang diterima. Tanpa refleksi dan tindakan yang tepat, manusia beresiko kehilangan kemandirian dan berujung pada dominasi teknologi serta struktur kapitalis yang memperkuat mentalitas konsumtif.

DAFTAR REFERENSI

- Abel, J. P. (2016). Scale development and assessment. *14*(1), 33–44.
- Aji, W. T. (2024). *Artificial generation: A fast generation but with a rusty mentality*.
- Aji, W. T. (2024). *ILMU: Intelek, Love, Materialism, Utility*.
- Aji, W. T. (2024). The stoicism philosophy: From control dichotomy to control bias. *Sophist: Jurnal Sosial Politik Kajian Islam dan Tafsir*, *6*(1).
- Aji, W. T., & Wulandari, R. S. (2025). Fenomena FOMO sapiens: Kematian identitas sebagai Homo sapiens. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, *3*(1), 204-218.
- Aji, W. T., & Wulkitari, R. S. (2025). Fenomena FOMO sapiens: Kematian identitas sebagai Homo sapiens. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial (JUPENDIS)*, *3*(1), 204-218.
- Alt, D., & Boniel-Nissim, M. (2018). Parent–adolescent communication and problematic internet use: The mediating role of fear of missing out (FOMO). *Journal of Family Issues*, *39*(13), 3391–3409. <https://doi.org/10.1177/0192513X18783493>
- Astuty, S., & Pembicaraan, T. (2021). Mengkritisi komunikasi publik ‘New Normal’ di Kalimantan Selatan. *Lara Pandemi Covid-19: Perdebatan Penanggulangan, Kebijakan Dan Implikasi Sosial*, 139-153.
- Azizah, E., & Baharuddin, F. (2021). Hubungan antara fear of missing out (FOMO) dengan kecanduan media sosial Instagram pada remaja. *Humanistik'45*, *9*(1), 15-25.
- Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandy, G. A. (2024). Pengaruh self-esteem terhadap fear of missing out (FOMO) pada generasi Z pengguna media sosial. *Jurnal Psikologi*, *1*(4), 21-21.
- Kolhar, M., Kazi, R. N. A., & Alameen, A. (2021). Effect of social media use on learning, social interactions, and sleep duration among university students. *Saudi Journal of Biological Sciences*, *28*(4), 2216–2222.
- Mkitas, A. L., & Silfiyah, K. (2022). Social self-esteem dan fear of missing out pada generasi Z pengguna media sosial. *Jurnal Sinestesia*, *12*(1), 19–27. <https://sinestesia.pustaka.my.id/journal/article/view/78>
- Nasution, A. F. (2023). *Metode penelitian kualitatif*.

- Panggabean, N. (2024). Literatur review: Pengaruh kecenderungan fear of missing out (FOMO) pada generasi milenial (Gen Z) di Indonesia. *Southeast Asian Journal of Technology and Science*, 2(2), 104-108.
- Perdana, D. D., Widiyanti, W., & Gushevinalti, G. (2024). Fenomena fear of missing out (FOMO) pada generasi Z pengguna media sosial Instagram. *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 54-64.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Purba, O. B., Psikologi, F., Matulesy, A., Psikologi, F., & Psikologi, F. (2021). Fear of missing out dan psychological well being dalam menggunakan media sosial. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 2(01), 42–51.
- Ramdani, R. (2024). Fenomena fear of missing out (FOMO) di media sosial perspektif hadis. *El-Afkar: Jurnal Pemikiran Keislaman dan Tafsir Hadis*, 13(1).
- Roosinda, F. W., Lestari, N. S., Utama, A. G. S., Anisah, H. U., Siahaan, A. L. S., Islamiati, S. H. D., ... & Fasa, M. I. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. Zahir Publishing.
- Sari, I. N., Lestari, L. P., Kusuma, D. W., Mafulah, S., Brata, D. P. N., Iffah, J. D. N., ... & Sulistiana, D. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Unisma Press.
- Savitri, A. (2019). *Revolusi industri 4.0: Mengubah tantangan menjadi peluang di era disrupsi 4.0*. Penerbit Genesis.
- Serenity, F. A., & Kusmanto, F. (2022). Peranan sosiologi pendidikan agama Kristen terhadap perkembangan teknologi yang membawa perubahan karakter. *Semper Reformkita*, 4(2), 14-23.
- Syahidah, N. A., et al. (2024). Fenomena FOMO yang bisa berujung hustle culture di kalangan mahasiswa UNNES. *Jurnal Mediasi*, 3(1).
- Taswiyah, T. (2022). Mengantisipasi gejala fear of missing out (FOMO) terhadap dampak sosial global 4.0 dan 5.0 melalui subjective well-being dan joy of missing out (JoMO). *Jurnal Pendidikan Karakter JAWARA*, 8(1).
- Tegar, W., & Riduwan, M. T. (2024). Merintis usaha di era digitalisasi oleh Gen Z FOMO dengan strategi pemasaran bersaing tanpa bantuan influencer: Universitas Gresik. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (JEBISMA)*, 2(2).
- Tomczyk, Ł., & Selmanagic-Lizde, E. (2018). Fear of missing out (FOMO) among youth in Bosnia and Herzegovina — Scale and selected mechanisms. *Children and Youth Services Review*, 88, 541–549. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2018.03.048>
- Turan, M. E., Adam, F., Kaya, A., et al. (2024). The mediating role of the dark personality triad in the relationship between ostracism and social media addiction in adolescents. *Education and Information Technologies*, 29, 3885–3901.

We Are Social. (2023). *Digital 2023: Indonesia — datareportal – global digital insights*.
<https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>.

Zein, M. F. (2019). *Panduan menggunakan media sosial untuk generasi emas milenial*.
Mohamad Fadhilah Zein.