

## GAMBARAN FEAR OF MISSING OUT PADA GENERASI Z DI KOTA PEKANBARU

<sup>1</sup>Indah Permata Sari, <sup>2\*</sup>Putri Miftahul Jannah, <sup>3</sup>Salmiyati

Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

\*Email Penulis Korespondensi: putri.jannah@uin-suska.ac.id

### ABSTRAK

Penggunaan media sosial akhir-akhir ini semakin pesat terutama bagi generasi muda terkhusus generasi Z. Konten-konten yang ditampilkan di media sosial sangat mungkin menumbuhkan trend terbaru yang kemudian memunculkan fenomena Fear of Missing Out (FoMO) pada pengguna media sosial. FoMO merupakan kecemasan yang dirasakan oleh individu ketika ia tidak sedang mengikuti apa-apa yang terjadi di media sosial. Hal ini tentu memiliki dampak tersendiri pada kondisi psikologi individu. Penelitian ini bertujuan untuk melihat gambaran FoMO dengan pendekatan kuantitatif. Adapun alat ukur yang digunakan adalah Fear of Missing Out Scale versi Indonesia (Kaloeti, dkk, 2021). Total partisipan yang terlibat dalam penelitian ini adalah 538 orang dengan rentang usia 18-25 tahun. Hasil perhitungan statistic menunjukkan bahwa generasi Z di Kota Pekanbaru memiliki Tingkat FoMO yang rendah, sementara 24% lainnya mengalami FoMO Tingkat tinggi.

**Kata kunci:** FoMO, Generasi Z, Media Sosial

### ABSTRACT

*Social media usage has become increasingly rapid, especially among the younger generation, particularly Generation Z. The content displayed on social media is very likely to foster the latest trend, which then gives rise to the phenomenon of Fear of Missing Out (FoMO) among social media users. FoMO is the anxiety felt by individuals when they are not following what is happening on social media. This certainly has its impact on an individual's psychological condition. This study aims to examine the picture of FoMO using a quantitative approach. The measurement tool used is the Indonesian version of the Fear of Missing Out Scale (Kaloeti, et al., 2021). A total of 538 participants, aged 18-25 years, participated in this study. The results of statistical calculations show that Generation Z in Pekanbaru City has a low level of FoMO, while the other 24% experience a high level of FoMO.*

**Keywords:** FoMO, Gen Z, Social Media

### Pendahuluan

Era perkembangan teknologi semakin berkembang pesat dari tahun ke tahun, banyak sekali perkembangan dan kemajuan teknologi, salah satu contoh perkembangan teknologi adalah internet. Aprianto (Akbar, 2018) menjelaskan bahwa Internet adalah jaringan global yang sangat luas dan luas, menghubungkan pengguna komputer dari satu negara ke negara lain dan mengandung berbagai macam informasi, mulai dari statis hingga dinamis dan interaktif. Penggunaan internet telah mempengaruhi cara berpikir masyarakat di berbagai bidang kehidupan. Menurut Martin Niens (Kahar, 2018), kondisi saat ini disebabkan meningkatnya kesadaran masyarakat akan akses informasi, dan smartphone juga dapat menjadi sarana untuk mengekspresikan diri di jejaring sosial.

Melihat trennya, jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus bertambah setiap tahunnya. Kemudian, berdasarkan data statistik Badan Pusat Statistik (bps.go.id, 2022) yang peneliti temukan, pada tahun 2022 pengguna media sosial terbanyak adalah laki-laki, 60,40%, dan perempuan 54,70%. Pengguna aktif jejaring sosial di Indonesia dari tahun ke tahun terus bertambah, pada tahun 2022 Indonesia mencapai 191 juta orang. Jumlah ini meningkat 12,35 persen dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 170 juta orang. Ditahun 2024 berdasarkan sumber yang sama sementara dari segi umur sendiri, pengguna media sosial didominasi oleh usia 18-34 tahun (54,1%), dengan jenis kelamin perempuan (51,3%) sementara laki-laki (48,7%). Frekuensi penggunaan masyarakat Indonesia rata-rata menghabiskan 3 jam 14 menit per hari dan 81% mengaksesnya setiap hari. Aktivitas yang sering dilakukan pun beragam mulai dari berbagi foto/video (81%), komunikasi (79%), berita/informasi (73%), hiburan (68%), belanja online (61%).

Hasil survei We are Social pada situs (dataindonesia.id 2022) media sosial yang sering digunakan rakyat Indonesia, WhatsApp menduduki posisi pertama yang paling banyak diakses dengan persentase 88,7%. Disusul Instagram dan Facebook di posisi kedua dan ketiga, dilanjutkan dengan TikTok dan Telegram dengan persentase TikTok 63,1% dan Telegram 62,8%. Hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dikutip dari (apjii.or.id 2022), jumlah pengguna internet Indonesia mencapai 210 juta. Dalam temuan survei terbaru, tingkat penetrasi internet di RI tumbuh 77,02%, secara gender, tingkat penetrasi dan kontribusi internetnya hampir sama. Kemenkominfo dan KIC dari hasil pemetaan demografi responden menemukan bahwa mayoritas atau sebanyak 62,5% dari mereka menggunakan internet pada pukul 19:00 sampai pukul 21:00. Angka itu sedikit lebih banyak dibandingkan 51,1 % responden yang mengaku menggunakan internet pada pagi hari sekitar pukul 07:00 sampai 10:00. Hal tersebut berarti bahwa masyarakat Indonesia lebih banyak mengakses internet di luar jam beraktivitas yaitu pagi sebelum mulai bekerja dan sore setelah selesai bekerja.

Banyak anak muda pemberani menempatkan diri mereka sangat berkomitmen pada apa yang ingin mereka lakukan di masa depan. Diantaranya adalah Generasi Z yang sedang membangun “identitas” di mata publik. Remaja yang saat ini dikategorikan sebagai Generasi Z adalah remaja yang sedang mencari jati diri dan jati diri. Secara umum, berdasarkan data bps.go.id (2020) Generasi Z adalah kelompok generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Kemudian berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Pekanbaru (bps.pku, 2023) rentang usia Generasi Z di 18-25 tahun berjumlah 573.096 jiwa.

Generasi Z merupakan generasi yang lebih melek dengan teknologi, berinteraksi dan berkomunikasi lebih intensif melalui media sosial dan multitasking, namun biasanya tidak mampu berkomunikasi secara verbal, lebih egosentris dan individualistis. Mereka

lahir saat teknologi diciptakan sehingga mereka lebih berteknologi, fleksibel dan menyukai budaya cepat. Namun, mereka menjadi individu tanpa kepekaan terhadap esensi pribadi karena terus-menerus membagi kehidupannya dalam program-program sosial. Sladek & Grabinger (2014) menambahkan bahwa Generasi Z memiliki pengalaman buruk atau baik dengan media sosial, namun lebih cenderung mengekspresikan diri di media sosial.

Penggunaan media sosial yang berlebihan dan tidak tepat dapat menimbulkan dampak negatif. Penggunaan media sosial yang bermasalah juga dapat menyebabkan penurunan kepuasan hidup, kecenderungan rendah diri, depresi, dan kecenderungan takut ketinggalan (FoMO). Fear of missing out atau yang lebih dikenal dengan FoMO merupakan ketakutan dan rasa kekhawatiran dari individu bahwa suatu kejadian yang menyenangkan sedang atau akan terjadi di suatu tempat namun individu tersebut tidak terlibat di dalamnya. Perasaan ini memunculkan perasaan kompulsif untuk hadir di tempat tersebut dan terlibat dalam kegiatannya.

Bahkan, istilah FoMO sering dibahas dan dipraktikkan para mahasiswa generasi Z dalam perkuliahan. Dapat diketahui bahwa dunia perkuliahan adalah tempat yang biasa untuk membangun "identitas" bagi mahasiswa. Banyak mahasiswa dengan FoMO tidak ingin dikucilkan dari lingkaran pertemanannya, selalu ingin menjadi sorotan dan menginginkan pengakuan dari orang-orang di sekitarnya. FoMO di dunia mahasiswa juga sangat dipengaruhi oleh penggunaan media sosial, seperti Instagram atau Tiktok.

Sebagai contoh kasusnya banyak mahasiswa yang berbondong-bondong nongkrong di kafe viral. Itu pun bukan kebutuhan pokok, sebagian orang malah memaksakan diri padahal tidak sesuai dengan kondisi ekonomi dan pribadi. Contoh lainnya adalah mahasiswa yang FoMO tentang berpakaian, seperti memaksakan diri membeli baju, tas, sepatu atau aksesoris yang sama dengan orang lain, mengikuti trend yang sedang di gandrungi para teman sebayanya agar tidak ketinggalan up to date. Meski menurut mereka hal-hal tersebut cukup terjangkau bagi mereka, namun jika dilakukan berkali-kali, pembebasan finansial mahasiswa bukan hal yang mustahil. Para mahasiswa ini belum memahami pengutamaan kebutuhan dan keinginan.

Bahkan ada contoh kehidupan nyata dari mahasiswa yang berbondong-bondong untuk melihat pertunjukan artis dengan biaya tinggi hanya karena mereka membutuhkan konten media sosial dan membutuhkan pengakuan khalayak umum.

Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) tengah menghinggapi generasi muda di Indonesia. Ahmasari dalam artikel (Solopos.com, 2022) menyampaikan bahwa fenomena FoMO yang menghinggapi generasi muda di Indonesia adalah perasaan cemas, gelisah, dan takut kehilangan momen berharga yang dimiliki teman atau kelompok, sementara dia tidak terlibat di dalamnya. Beberapa gejala FoMO ini salah satunya sulit lepas dari ketergantungan pada media sosial, selalu mengikuti tren,

memaksa melakukan hal-hal yang sedang menjadi topik hangat dan terkini agar tidak dianggap ketinggalan zaman, dan ingin mendapatkan pengakuan dari media sosial.

Seseorang mengalami FoMO akan merasa tidak senang ketika individu tersebut tidak terlibat dalam pengalaman atau hal yang menyenangkan baik bersama orang terdekatnya maupun lingkungan sekitarnya. Przybylski, dkk (2013) menjelaskan Fear of Missing Out (FoMO) sebagai munculnya rasa kekhawatiran, ketakutan, dan kecemasan yang dialami individu ketika orang lain memiliki pengalaman yang mengesankan disaat ketidakhadiran dirinya. Seseorang yang mengalami Fear of Missing Out (FoMO) yang tinggi akan merasakan rasa cemas dan khawatir yang berlebihan serta mereka menganggap bahwa orang lain telah melakukan kegiatan menyenangkan. Hal tersebut membuat seseorang merasa takut tertinggal akan peristiwa berharga.

FoMO didefinisikan sebagai ketakutan seseorang akan kehilangan kesempatan sosial sehingga mendorong orang tersebut untuk selalu terhubung secara terus menerus dengan orang lain dan mengikuti berita terbaru tentang segala sesuatu yang dilakukan orang lain. Przybylski, dkk (2013) menyatakan bahwa penderita FoMO lebih mungkin untuk memeriksa telepon genggamnya segera setelah mereka bangun tidur di pagi hari, tepat sebelum mereka pergi tidur, bahkan ketika mereka berkendara. Hasil penelitian (JWT Intelligence, 2012) bahwa individu dengan usia 18-34 tahun cenderung mengalami Fear of Missing Out (FoMO) dengan tingkatan yang tinggi. Tingginya penggunaan individu terhadap teknologi terutama pada media sosial, mengubah fungsi media sosial itu sendiri menjadi wadah untuk menghabiskan waktu untuk mengikuti kehidupan dan aktivitas orang lain demi mengetahui kegiatan orang lain yang mereka lakukan.

Survei yang dilakukan oleh Murphy (2013) mengungkapkan “..56% are afraid of missing something such as an event, news, important status update if they don’t keep an eye on their social networks..” [sebanyak 56% individu takut kehilangan momen seperti peristiwa, berita, pembaruan status penting apabila individu tidak memperhatikan jaringan sosial]. Penelitian lain yang dilakukan di Amerika dan Inggris pada tahun 2012 menunjukkan bahwa sekitar 65% remaja pernah mengalami FoMO dan 40% di antaranya sering mengalami FoMO (JWT Intelligence, 2012).

Kebutuhan individu untuk berinteraksi dengan orang-orang, terutama melalui media sosial, berakar kuat pada keinginan mereka untuk membangun hubungan dengan orang lain dan untuk fokus pada dunia luar. Para generasi z rentan terhadap FoMO karena aktivitas mereka, yang membuat mereka tidak mungkin menghindari penggunaan ponsel dan media sosial mereka. Akibatnya, mereka menggunakan ponsel mereka selama berjam-jam pada suatu waktu untuk mengakses media sosial untuk melupakan aktivitas mereka sendiri dan memeriksa apa yang dilakukan orang lain. Efek dari FoMO yang diinduksi media sosial termasuk ketidakmampuan untuk mengatur emosi, kurang tidur, penderitaan emosional, dan harga diri yang rendah.

## Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Teknik sampling yang digunakan adalah accidental sampling dengan total sample size adalah 538 orang dengan rentang usia 18-25 tahun yang tinggal di Pekanbaru, berjenis kelamin perempuan dan laki-laki dan aktif menggunakan media sosial setiap harinya. Pengambilan data dilakukan pada April-Mei 2024. Alat ukur yang digunakan adalah FoMO scale versi Indonesia (Kaloeti, dkk, 2021) yang terdiri dari 12 aitem. Keseluruhan aitem merujuk pada aspek perbandingan dengan teman, kehilangan pengalaman, keharusan yang diungkapkan oleh Pryzbylski, dkk (2013). Teknik analisis data yang digunakan adalah statistic descriptive melalui SPSS versi 25.

## Hasil dan Pembahasan

Subjek dalam penelitian ini merupakan Generasi Z di Kota Pekanbaru yang sesuai dengan kriteria yang peneliti butuhkan, berdasarkan hasil data yang didapatkan, maka dapat dilaporkan deskripsi demografi sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Partisipan

Demografi	Kategori	Rincian	Persentase
Usia	18	34	6,3%
	19	98	18,2%
	20	162	30,1%
	21	128	23,8%
	22	66	12,3%
	23	36	6,7%
	24	11	2%
	25	3	6%
Jenis Kelamin	Laki-laki	138	25,7%
	Perempuan	400	74,3%
Durasi Penggunaan Sosial Media	1-4 jam	113	21%
	4-6 jam	236	43,9%
	>6 jam	189	35,1%

Berdasarkan hasil dari tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa subjek yang terlibat dalam penelitian ini terdiri dari laki-laki sebanyak 138 orang (25,7%) dan perempuan 400 orang (74,3%). Subjek penelitian berdasarkan umur yang paling banyak mendominasi ialah yang di usia 20 tahun dengan jumlah 162 orang (30,1%), disusul urutan kedua di usia 21 tahun dengan jumlah 128 orang (23,8%), urutan ketiga di usia 19 tahun dengan jumlah 98 orang (18,2%), kemudian sebanyak 236 subjek dengan persentase 43,9% menggunakan sosial media 4-6 jam dalam satu hari.

Rata-rata skor FoMO pada penelitian ini adalah 32,95 dengan SD sebesar 8,88 dan minimal skor adalah 12. Informasi detil dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. Deskripsi FoMO

<i>Variabel</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Devi</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>Range</i>
FoMO	32,95	8,880	12	60	48

Tabel 3. Kategorisasi FoMO

(FoMO) (N=538)

<b>Variabel</b>	<b>Kategori</b>	<b>N</b>	<b>Percent</b>
<i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	Sangat rendah	79	14,7%
	Rendah	169	31,4%
	Sedang	162	30,1%
	Tinggi	101	18,8%
	Sangat tinggi	28	5%

Fear of Missing Out (FoMO) mendapat skor minimum 12 dan maksimal skor 60 dengan rata-rata skor (Mean= 32,95) dan SD= 8,880. Selanjutnya Tabel 3 menunjukkan bahwa dari 538 data yang ada, secara garis besar lebih dari 200 subjek penelitian mengalami Tingkat FoMO yang rendah dan hanya 24% lainnya mengalami FoMo yang tinggi. Hal ini berarti para generasi z sebagian besar sudah mampu mengatasi rasa ketakutan akan ketinggalan informasi dan momen-momen penting di media sosial.

## Simpulan

Generasi Z di Kota Pekanbaru baik laki-laki dan Perempuan sangat aktif bermedia sosial. Namun, mereka tidak begitu terlibat dalam fenomena FoMO di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan hanya 24% diantaranya yang mengalami FoMO yang tinggi di mana individu merasa takut dan cemas kehilangan pengalaman-pengalaman penting di media sosial dan merasa harus mengikuti pengalaman orang lain di media sosial.

## Referensi

- Akbar, R. S. dkk. (2018). Ketakutan Akan Kehilangan Momen (Fomo) Pada Remaja Kota Samarinda. *Jurnal Psikologi*, 7(2), 38-47
- Dataindonesia.id. (2022). <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Kahar, M. Iksan. (2018). Pengaruh Penggunaan Smartphone Terhadap Kepribadian dan Aktivitas Belajar Peserta Didik pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam di Smk Negeri 3 Palu. *Jurnal Ilmu kependidikan & keislaman*, 2 (1)

- Kaloetti,dkk. (2021). *Validation and psychometric properties of the Indonesian version of the Fear of Missing Out Scale in adolescents. Journal Psicologia: Reflexão e Crítica*, vol 34(15), 1-11
- Murphy, S. (2013). Report: 56% of Social Media Users Suffer from FOMO. <https://mashable.com/2013/07/09/fear-of-missing-out/>. (diakses Februari 2023).
- Przybylski, A. K., Murayama, K., & DeHaan, C. R. (2013). *Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. Computers in Human Behavior*, 1841-1848
- Sladek, S., & Grabinger, A. (2014). Gen Z. Introducing the first Generation of the 21st Century Available at.
- Uram, P., & Skalski, S. (2020). *Still Logged in? The Link Between Facebook Addiction, FoMO, Self-Esteem, Life Satisfaction and Loneliness in Social Media Users. Psychological Reports*, 0033294120980970.
- <https://www.bps.go.id/> diakses Desember 2022.
- [https://m.solopos.com/fenomena-fomo-di-indonesia-dipicu-pemakaian-media-sosial-1484000?utm\\_source=sidebar\\_desktop](https://m.solopos.com/fenomena-fomo-di-indonesia-dipicu-pemakaian-media-sosial-1484000?utm_source=sidebar_desktop) Fenomena FOMO di Indonesia

