

## SINDROM *FEAR OF MISSING OUT* SEBAGAI GAYA HIDUP GENERASI MILENIAL DI KOTA DEPOK

<sup>1</sup>Lira Aisafitri, <sup>2</sup>Kiyati Yusriyah

<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma

Email: liraaisafitri@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis fenomena sindrom FoMO (*Fear of Missing Out*) yang terjadi pada Generasi Milenial di kota Depok. Penelitian ini menggunakan teori Interaksi Simbolik, dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif pendekatan Fenomenologi, dimana teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menemukan bahwa Milenial yang mengalami sindrom FoMO (*Fear of Missing Out*) memiliki karakteristik gaya hidup yang lebih sering menghabiskan waktu dengan *handphone*, dan bagi mereka mengakses media sosial merupakan hal yang penting, karena dengan adanya media sosial terjalannya hubungan emosional yang membuat diri mereka sering kali memperhatikan postingan teman-teman mereka di media sosial, mereka juga memposting suatu hal yang ingin dilihat oleh orang lain, dengan memperlihatkan sesuatu yang baik-baik saja, dan tidak ingin menampilkan kelemahan mereka, karena bagi mereka penilaian orang lain mengenai dirinya sangatlah penting.

**Kata kunci:** Media sosial, Sindrom FoMO, Milenial.

### Pendahuluan

Fenomena kekhawatiran karena tidak *up to date* terhadap apa yang terjadi dikenal dengan istilah *Fear of Missing Out* atau disingkat dengan istilah *FoMO*. Fenomena sindrom *FoMO* merupakan salah satu fenomena komunikasi intrapersonal dimana seseorang merasakan kekhawatiran, kecemasan, hingga ketakutan jika ketinggalan informasi yang beredar di media sosial.

Media sosial atau dikenal sebagai situs jejaring sosial, memudahkan pengguna dalam berinteraksi dengan orang lain sehingga dapat membentuk ikatan sosial secara virtual, selain itu juga dapat mempresentasikan dirinya melalui media sosial. Selain itu, lamanya seseorang mengakses media sosial merupakan salah satu faktor yang menjadi pemicu sindrom *FoMO*. Seperti yang dapat kita lihat data survei laman *Hootsuite We Are Social* pada gambar 1.1.



Gambar 1.

Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>

Pada gambar 1 berdasarkan data survei laman *Hootsuite We Are Social*, pada dapat bahwa rata-rata masyarakat di Indonesia setiap hari menghabiskan waktu selama 3 jam 26 menit dalam mengakses media sosial. Sehingga situs media sosial telah menjadi faktor yang berkontribusi besar terhadap sensasi sindrom *FoMO*. Seseorang yang mengembangkan perasaan dan emosi negatif dari situs media sosial karena adanya perasaan iri terhadap postingan dan kehidupan orang lain. Media sosial telah menciptakan tempat yang mudah diakses untuk mencari tahu hal yang dilakukan oleh orang lain.

*FoMO* berhubungan erat dengan emosi dan perasaan yang terbentuk dari lingkungan, dimana dengan adanya ponsel pintar yang bisa dibawa kemana saja dapat berhubungan dengan yang bersangkutan secara online, begitupun dengan berkembangnya sosial media dapat memperkuat *FoMO* untuk terus berkembang (Carolina, 2020).

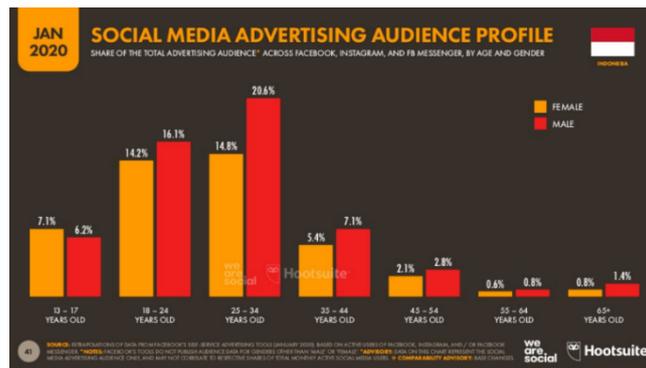
Menurut *Department of Psychology, School of Social Sciences, Nottingham Trent University*, di Inggris (dalam Anggraini, 2019) *FoMO* adalah suatu kondisi dimana menyebabkan seseorang berlaku di luar batas kewajaran dalam media sosial. Tidak hanya merasa takut tertinggal berita di media sosial, terkadang mereka sengaja memasang gambar, tulisan, atau bahkan mempromosikan diri yang belum tentu jujur hanya demi terlihat *update*. Ironisnya, hal ini bisa dianggap sebagai pencari sensasi dan kebahagiaan palsu di media.

Berdasarkan penelitian Germaine dan Bewley, pada 2016 (dalam Christina, Yuniardi & Prabowo, 2019) mengungkapkan bahwa individu dengan ketidakstabilan emosi akan cenderung menggunakan media sosial secara berlebihan. Hal yang sama juga ditemui dalam hasil penelitian yang dilakukan Przybylsky dkk. (2013) yang mengemukakan bahwa akses media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan penggunanya mengalami *FoMO*.

Kehadiran sindrom *FoMO* akhirnya mendorong seseorang untuk menciptakan kehidupan virtual yang tidak kalah menarik. Karena tidak ingin merasa tertinggal, pada akhirnya seseorang mengunggah kehidupan mereka di media sosial berupa postingan mengenai liburan, konser, tempat makan, pernikahan, anak, atau bahkan kehidupan pribadi tidak luput dieksploitasi untuk menjadi bahan postingan di media sosial. Ketika mereka tidak memiliki sesuatu hal yang menarik untuk diunggah, mereka cenderung merasa bahwa ada sesuatu hal yang salah dalam kehidupannya.

Menurut Abel (2016) seseorang dapat dikatakan *FoMO* apabila ia mengalami gejala-gejala seperti tidak dapat melepaskan diri dari ponsel, cemas dan gelisah jika belum mengecek akun media sosial, lebih mementingkan berkomunikasi dengan rekan-rekannya di media sosial, terobsesi dengan status dan postingan orang lain, dan selalu ingin eksis dengan men-share setiap kegiatannya dan merasa depresi jika sedikit orang yang melihat akunnya. Hal tersebut sesuai dengan semua pernyataan subjek yang kami teliti, bahwa mereka merasa tidak dapat lepas dari smartphonen miliknya, selalu mengecek media sosial, selalu memposting mengenai apapun, seperti kegiatan, hal-hal yang disukai, perasaan yang sedang dirasakan, dan moment yang dianggap berharga dan tidak boleh dilewatkan.

Menurut Przybylski, Murayama, DeHaan dan Gladwell (dalam Dossey, 2014) menemukan beberapa fakta mengenai *FoMO* diantaranya adalah *FoMO* merupakan kekuatan pendorong dibalik penggunaan internet dan media sosial khususnya, tingkat *FoMO* tertinggi dialami oleh remaja dan dewasa awal (*emerging adulthood*), rendahnya kepuasan dalam hidup dapat mendorong *FoMO* yang tinggi dan *FoMO* yang tinggi disebabkan karena terlalu sering mengakses internet ketika sedang menjalani aktivitas yang membutuhkan konsentrasi tinggi seperti mengemudi maupun sedang belajar didalam kelas. Seperti yang dapat kita lihat data survei laman *Hootsuite We Are Social* pada gambar 1.2.



Gambar 2.

Source: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>

Pada gambar 2 dapat dilihat banyaknya pengguna media sosial di Indonesia berdasarkan data survei laman *Hootsuite We Are Social*. Pengguna media sosial di Indonesia paling banyak pada rentang usia 18-34 tahun, dimana pada usia 18-24 tahun jumlah pria mencapai 16.1% dan lebih unggul daripada pengguna wanita dengan persentase 14.2%. Sementara pada rentang usia 25-34 tahun, persentase pengguna pria mencapai 20.6 %, dimana memiliki persentase lebih besar dibandingkan pengguna wanita dengan persentase 14.8%.

Rentang usia 18-34 tahun merupakan generasi milenial yang tidak bisa berlama-lama tanpa menggunakan media sosial, karena generasi milenial merupakan penduduk terbesar dengan usia produktif, dimana salah satu ciri utama generasi milenial ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital. Selain itu generasi milenial dibesarkan oleh kemajuan teknologi, generasi yang melibatkan teknologi dalam segala aspek kehidupan. sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa generasi milenial dapat mengubah banyak hal, baik hal positif maupun negatif.

Ketergantungan seseorang terhadap teknologi, terutama media sosial turut mengubah bagaimana media sosial digunakan. Generasi milenial saat ini 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.

Menurut Lisy Septiani Putri, Dadang Hikmah Purnama, Abdullah Idi (2019) dalam jurnal Masyarakat dan budaya pada Volume 21 No. 2 Tahun 2019 dimana mahasiswa *FoMO* mengekspresikan pola hidupnya dengan hal-hal yang berlebihan, tidak dapat mengontrol diri untuk terus terhubung dengan aktivitas orang lain dan mengabaikan aktivitas sendiri. Karakteristik mahasiswa *FoMO* pada umumnya terlihat biasa-biasa saja, hanya saja jika di teliti secara mendalam, mereka mempunyai aktivitas, minat, dan opini yang terlalu berlebihan sehingga lepas kontrol untuk diri sendiri dalam menggunakan media sosial.

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dapat memudahkan bagi penggunaannya untuk terhubung dengan media sosial. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet tertinggi di pulau Jawa pada tahun 2018 khususnya Provinsi Jawa Barat mencapai 16,7% (APJII, 2018).

Kota Depok yang merupakan salah satu kota di Provinsi Jawa Barat mendapatkan penghargaan dari TeSCA, yang merupakan sebuah program pemberian yang diberikan oleh PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk yang bertujuan untuk mengukur pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) perguruan tinggi di Indonesia, dan merupakan hal penting

bagi perguruan tinggi karena hal tersebut menyangkut pengakuan atas reputasi dan kualitas pembelajaran di kampus tersebut. TeSCA memberikan penghargaan kepada Perguruan Tinggi Universitas Indonesia yang menduduki peringkat ke 2 TeSCA, dan Universitas Gunadarma menduduki peringkat ke 3 TeSCA berdasarkan laman (<https://ayokuliah.id/> diakses pada 13 Maret 2020 pukul 16.28 WIB).

Jika dikaitkan dengan fenomena *FoMO*, maka generasi milenial yang berstatus mahasiswa di Kota Depok termasuk ke dalam generasi yang melek akan teknologi, dan dapat diasumsikan hal tersebut sudah masuk ke dalam kategori *FoMO*, karena menurut Przybylski, Murayama, DeHaan dan Gladwell (dalam Dossey, 2014), kekuatan pendorong dibalik penggunaan internet atau media sosial adalah *FoMO* dengan tingkat tertinggi dialami oleh remaja dan dewasa awal seperti mahasiswa. Mahasiswa yang berusia 18-25 tahun adalah kelompok yang terlihat lebih rentan terhadap ketergantungan pada internet dan media sosial.

Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian studi fenomenologi mengenai gaya hidup generasi milenial sindrom *FoMO* di kota Depok khususnya mahasiswa Universitas Indonesia dan mahasiswa Universitas Gunadarma yang mendapatkan penghargaan dari TeSCA.

## Metode

Jenis penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Adapun subjek dalam penelitian ini yaitu Generasi Milenial yang berstatus mahasiswa di Kota Depok, dimana pengguna media sosial tingkat tertinggi dialami oleh Generasi Milenial seperti Mahasiswa, yang terlihat lebih rentan terhadap ketergantungan pada media sosial. Informan penelitian dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebagai berikut:

1. Milenial kota Depok berumur 18-24 tahun.
2. Mahasiswa Universitas Indonesia atau Universitas Gunadarma.
3. Informan sering menggunakan gadget dalam aktivitas sehari-hari.
4. Aktif dalam menggunakan media sosial.
5. Mempunyai waktu untuk di wawancarai dan dimintai informasi.

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti antara lain melakukan observasi, melakukan wawancara dengan 6 informan yang mengalami sindrom *FoMO* pada level Medium *FoMO* (Nilai 23-29) yang berstatus mahasiswa di Kota Depok, dan dokumentasi.

## Hasil dan Pembahasan

Fenomena sindrom *FoMO* merupakan bentuk dari interaksi simbolik, dimana terjadinya proses mental. Selain itu dengan menggunakan teori interaksi simbolik kita juga dapat mengetahui karakteristik gaya hidup dan citra diri Milenial yang mengalami sindrom *FoMO*.

Kotler berpendapat bahwa gaya hidup adalah pola interaksi hidup seseorang yang diungkapkan dalam kegiatan, minat, dan pendapat seseorang (Suryabrata dalam Martha dkk, 2008). Gaya hidup sering digambarkan dengan kegiatan, minat, dan opini dari seseorang (*activities, interest, and opinions*), dimana dapat diidentifikasi melalui bagaimana seseorang menghabiskan waktunya, apa yang dianggap penting di dalam lingkungan masyarakatnya, dan apa yang dipikirkan tentang dirinya sendiri di dunia yang mengitari mereka.

Karakteristik gaya hidup Milenial yang mengalami sindrom *FoMO* pada level medium (tingkat sedang) lebih sering menghabiskan waktu dengan handphone, mulai dari saat bangun tidur, akan tidur, dan diwaktu luang pun mereka selalu mengakses media sosialnya, dan menganggap mengakses media sosial merupakan hal yang penting bagi keseharian mereka, seperti yang diungkapkan oleh salah satu narasumber generasi milenial berinisial JF yang mengalami sindrom *FoMO*.

*“Pastinya kapan sajanya itu setiap waktu, pagi, siang, sore, malem. Nah kalo untuk pas aktivitasnya itu pas lagi waktu freenya, kalo kegiatannya apa mau lagi ngapain kalo ada waktu sih pasti buka media sosial.” (Wawancara JF, 28 April 2020)*

JF mengungkapkan bahwa dirinya selalu mengecek handphonenya untuk mengakses media sosial pada setiap waktu, baik pagi, siang, sore, malam, dan pada saat dirinya tidak melakukan aktivitas apapun. Hal yang sama juga terjadi pada informan Milenial lainnya yang mengalami sindrom *FoMO* ketika peneliti menanyakan hal apa yang dicari pada saat bangun tidur, dan berikut ungkapannya yang disampaikan oleh RP.

*“Ya nyari HP sih, kalo pagi pertama liat chat dulu, abis itu baru liat media sosial soalnya kadang pengen tau aja berita-berita yang apa ada yang terjadi tadi malem atau gimana.” (Wawancara RP, 6 Mei 2020)*

RP juga mengatakan hal yang serupa dimana hal pertama yang dilakukan dirinya saat bangun tidur yaitu langsung mencari handphonenya untuk melihat chat dan mencari informasi dimedia sosialnya mengenai sesuatu yang sedang terjadi untuk memenuhi rasa keingintahuannya. Sama halnya dengan yang diungkapkan oleh NK dalam kutipannya sebagai berikut:

*“Hmm... ini kalo misalnya hari-hari normal ya, biasanya bangun tidur pertama kali pasti buka hp, terutama Line atau WhatsApp soalnya harus ngecek kalo misalnya ternyata ada apa ya? Kabar atau info apapun gitu, terus kalo misalnya kuliah, kalo lagi kuliah itu ya mandi, sarapan, dan sebagainya terus berangkat kuliah. Nah kalo di kampus, kalo misalnya ada kelas ya ngelas lah ya, kalo misalnya nggak, main sama temen-temen dan kalo main sama temen-temen tuh sering banget juga kita saling buka hp atau medsos gitu buat apa ya? Kayak ngomongin gitu yang lagi terjadi dimedsos gitu. Terus juga kalo misalnya dikelas, dikelas kalo misalnya dosennya belum datang atau dan sebagainya colong-colong buka hp juga, terus pulang ke kost-an biasanya sekitar abis isya, mungkin biasanya nugas atau lain sebagainya, bersih-bersih sebagainya, terus sebelum tidur tuh pasti buka medsos yang terutama Twitter sampe akhirnya jam satu atau jam dua baru tidur sih.” (Wawancara NK, 22 April 2020)*

NK mengungkapkan bahwa aktivitas normal yang biasa dilakukan dirinya saat bangun tidur yaitu membuka handphone untuk melihat kabar atau mengecek informasi apapun melalui platform seperti Line atau WhatsApp. Tidak hanya pada saat bangun tidur saja, tetapi saat NK sedang berada dikelas atau sedang bersama dengan teman-temannya NK juga selalu menyempatkan dirinya untuk mengakses media sosialnya, dan biasanya topik pembicaraan NK dengan teman-temannya bersumber dari media sosial. Selain itu mereka juga akan menggunakan media sosial untuk melihat kegiatan yang dilakukan oleh teman-teman mereka pada postingan dimedia sosial. Seperti yang diungkapkan oleh NK dalam kutipannya sebagai berikut:

*“Hmm, iya sih, karena menurutku seru ya ngeliat kayak misalnya temen-temenku atau orang lain sih kayak keadaannya tuh kayak gimana? Mungkin mereka lagi ngapain, itu menurut aku seru. Apa ya? Kayak yang tadi aku bilang sih, karena pengen tau juga apalagi terutama temen-temen aku sih, kayak aku kurang suka ngeliat orang lain secara random gitu, lebih ke pengen tau kayak misalnya temenku keadaannya kayak gimana ya? Kemudian lagi ngapain? Lagi dimana? Lagi sibuk apa? Gitu sebenarnya pengen tau aja sih, jadi kayak biar, biar nggak keputus gitu loh tali pertemanannya itu.” (Wawancara NK, 22 April 2020)*

Menurut NK dengan melihat kegiatan teman-temannya dimedia sosial merupakan hal yang seru baginya, karena dengan melihat kegiatan teman-temannya dimedia sosial NK jadi tahu dengan keadaannya teman-temannya, kegiatan yang dilakukan oleh teman-temannya, dimana hal itu dilakukan NK agar menjaga tali pertemanan NK dengan teman-teman dimedia sosialnya. Hal yang sama juga diungkapkan oleh RP dalam kutipannya sebagai berikut:

*“Gimana ya? Ya pengen, kalo untuk temen-temen dekat ya pengen tau sih kadang-kadang, dikarenakan ya pengen tau aja gitu, cuma kalo misalnya sama yang temen yang biasa gitu nggak pengen tau banget. Ya karena punya ini sih hubungan emosional yang lebih dekat gitu loh jadi ketika kita tau mereka lagi ngapain atau apa biasanya lebih berintensitas untuk comment apa yang mereka lakuin, ketemen-temen dekat ya kayak mereka lagi ngapain kita jadi tau dan itu tuh jadi kita tuh jadi tau beberapa hal lebih dalam tentang temen dekat kita itu juga.” (Wawancara RP, 6 Mei 2020)*

RP menambahkan bahwa dengan adanya hubungan emosional yang lebih dekat, hal tersebut dapat mempengaruhi diri RP untuk melihat aktivitas teman-temannya di media sosial. Tidak hanya itu, dengan RP melihat aktivitas yang dilakukan oleh teman dekatnya menjadi membuka peluang bagi dirinya untuk berkomunikasi dengan temannya di media sosial dengan cara *comment* postingan temannya. Beda halnya dengan LN yang melihat aktivitas yang diposting oleh teman-teman di media sosial untuk membandingkan dirinya dengan teman-temannya seperti yang diungkapkannya dalam kutipannya sebagai berikut:

*“Pengen tau aja kegiatan dia apa sih kayak ngapain aja sih biar bisa ngebandingin juga, misalnya orangnya lebih produktif terus kayak kok kita gini-gini aja sih, terus kayak mau tau aja orang lagi ngapain aja nih? Ngapain nih? Pada ngapain sih orang tuh? Apakah gue ini apa ya kayak apa ya bahasanya yang no live banget gitu, apakah gue ini yang no live sendirian atau ternyata temen-temen gue juga no live juga. Jadi kayak apa cuma gue nih yang kayak gini nih? Pengen tau orang-orang lagi pada ngapain emangnya? Jadi kalo misalkan ada orang yang ternyata misalkan aku gabut terus ternyata orang juga gabut, terus kayak yes punya temen gitu.” (Wawancara LN, 1 Mei 2020)*

Menurut LN dengan dirinya melihat aktivitas yang dilakukan oleh teman-temannya membuat dirinya selalu membandingkan diri dengan teman-temannya seperti halnya saat teman-teman LN melakukan hal yang produktif dan LN merasa dirinya tidak seproduktif mereka, sehingga LN mencari tahu kegiatan teman-temannya yang lain dimana mereka melakukan hal yang serupa dengan dirinya.

Seperti yang telah diungkapkan oleh beberapa informan Milenial yang mengalami sindrom *FoMO* dimana dengan adanya hubungan emosional yang terjalin membuat Milenial yang mengalami sindrom *FoMO* sering kali memperhatikan postingan teman-temannya di media sosial, dimana mereka tertarik untuk mencari tahu kegiatan yang dilakukan oleh teman mereka, mencari tahu keadaan mereka, melihat perkembangan mereka seperti apa, dan terkadang mereka suka membandingkan dirinya dengan teman-temannya di media sosial. Bagi mereka hal tersebut merupakan hal yang wajar, karena manusia memiliki fitrah dimana tidak pernah merasa puas dan selalu ingin lebih, sehingga menimbulkan perasaan iri dalam diri mereka, dimana mereka selalu merasa tidak puas dengan kehidupan yang mereka jalani karena adanya keterbatasan pada diri mereka.

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

Gaya hidup juga berkaitan sangat erat dengan perkembangan zaman dan teknologi, sehingga gaya hidup sering disalahgunakan oleh sebagian besar remaja khususnya pada generasi Milenial, dimana mereka cenderung bergaya hidup dengan mengikuti *trend*, dimana beberapa dari mereka menggunakan media sosial untuk mencari tahu informasi yang berkaitan dengan minat, hobi, maupun situasi yang sedang terjadi. Seperti halnya mereka suka mengamati *trend* yang sesuai dengan minat yang ada pada dirinya sehingga memanfaatkan media sosialnya

untuk mendapatkan informasi *terupdate*, dimana hal tersebut dilakukan mereka untuk memenuhi rasa keingintahuan mereka. Seperti yang diungkapkan oleh CM dalam kutipannya sebagai berikut:

*“Selalu ngikutin tren itu nggak, bahkan sampai sekarang aku masih nggak main tiktok, sebenarnya itu ini aja sih, apa kayak tantangan terbesar gitu kayak aku pokoknya nggak mau bikin tiktok dan nggak mau ikut-ikutan main tiktok, kan tren sekarang lagi tiktokkan, ya hampir semua orang bikin video tiktok buat apalagi setelah lagi pada dirumah aja ginikan, bingung mau ngapain, nah itu aku nggak, jadi kalo dibilang selalu ngikutin tren, nggak sama sekali, kenapa? Karena aku ngerasa nggak perlu aja, kayak apa ya, kan nggak semua tren itu sesuaikan sama yang aku mau, kalo jadi gimana ya, Dibilang ngikutin tren iya atau nggak? Nggak selalu, bahkan seringnya nggak, jarang banget ngikutin tren, walaupun ngikutin tren itu paling aku ngikutin yang sesuai sama diri aku, misalnya kayak lagi tren mukbang-mukbang gitu, nah itu aku jadi suka konten yang dalgona itu loh dalgona gitu-gitu, nah itu aku ikutan bikin, itu juga karena ya dirumahku kan ramekan, banyak sepupu-sepupu, nah itu mereka pada buat, yaudah aku ikut-ikutan aja gitu, nggak yang diniatin, kenapanya ya itu tadi karena aku ngerasa ya nggak semua tren itu sesuai sama diri aku dan nggak ngerasa itu perlu gitu.”* (Wawancara CM, 23 April 2020)

CM mengatakan bahwa dirinya tidak selalu mengikuti *trend* yang terjadi karena menurutnya tidak semua *trend* harus dilakukan, dan biasanya CM mengikuti *trend* yang sesuai dengan dirinya atau sesuai dengan hal yang diminati oleh dirinya seperti *trend* mukbang dengan konten dalgonanya yang membuat dirinya tertarik untuk mencoba membuatnya. Begitu juga yang terjadi pada MU dalam untkapannya sebagai berikut:

*“Kalo trend iya, karena aku ngefollow salah satu akun trend buat style gitu, aku kayak biat nggak takut ketinggalan jaman gitu loh. Motifnya gimana ya karena aku tipe orang yang lebih mengutamakan fashion gitu, kayak menurutku penting gitu loh, karena kan style juga kan diliat sama orang “ini orang rapihnya gimana?”, “ini orang dari cara busananya bagaimana?” gitu.”* (Wawancara MU, 9 Mei 2020)

MU mengungkapkan bahwa dirinya mengikuti *trend* sesuai dengan minat yang ada pada dirinya, dimana MU meminati bidang *fashion* karena baginya *fashion* merupakan hal yang penting untuk diketahuinya, seperti bagaimana cara memadukan *style* yang cocok pada dirinya. Sehingga hal tersebut mempengaruhi MU untuk mem *follow* akun *trend* khusus *style* agar dirinya tidak tertinggal informasi mengenai gaya busana.

Adapula yang mengikuti *trend* yang sedang terjadi hanya untuk memenuhi kebutuhan pribadinya seperti mencari perhatian teman-temannya dimedia sosial. Seperti yang diungkapkan oleh LN.

*“Iya ngikutin trend karena biar nggak ketinggalan jaman aja. Biar nggak ketinggalan aja, yang satu biar caper tuh jadi kalo misalkan capernya kudetkan kayak “ih apa sih basi” gitu, jadi harus bener-bener misalkan kayak ada apa nih? Langsung update biar kayak kita tuh nomor satu, nggak nomor satu juga sih maksudnya nggak basi gitu loh. Udah sih intinya Cuma buat caper, apapun infonya mau penting mau nggak ya caper.”* (Wawancara LN, 1 Mei 2020)

LN mengatakan bahwa dirinya selalu mengikuti *trend* agar tidak ketinggalan zaman dan tidak dicap *kudet* (kurang *update*) oleh teman-temannya, dimana hal itu LN lakukan untuk mencari perhatian teman-temannya. Berbeda halnya dengan RP, dimana dirinya hanya ingin tahu dengan *trend* yang sedang terjadi tetapi tidak sampai untuk mencobanya seperti LN, berikut ungkapan RP dalam kutipannya sebagai berikut:

*“Hmm nggak juga sih, paling kalo lagi ada trend suka sih ngeliatin orang-orang, cuma kalo misalkan bikin sendiri itu nggak, karena ya mager aja gitu kayak mainstreamlah. Hmm... ya sebenarnya ini terkait ini sih sama kepribadian gua juga sih kalo gua tuh emang kalo di deskripsiin tentang FOMO ya, gua tuh emang yang pengen tau gitu tentang apa yang terjadi,*

*tapi nggak sampai yang gua melakukan hal itu gitu, nggak sampe mencoba, jadi kalo misalnya ada beberapa trend gitu ya maksudnya cukup tau aja tapikan nanti misal nih sama temen kita bakal berbincang kan ya ngomongin tentang trend itu, intinya tuh gua nggak mau ketinggalan inilah ketinggalan info kalo ada yang hal yang baru gitu.” (Wawancara RP, 6 Mei 2020)*

Bagi RP dirinya lebih suka untuk mengamati *trend* yang sedang terjadi dibandingkan untuk melakukan atau mencobanya, karena hal terpenting baginya hanya cukup untuk mengetahui tanpa harus melakukan atau mencobanya, agar dirinya tidak tertinggal informasi apapun saat sedang berinteraksi dengan teman-temannya. Selain itu saat mengakses media sosial mereka juga mencari informasi berdasarkan situasi yang sedang terjadi seperti yang diungkapkan oleh CM dalam kutipannya sebagai berikut:

*“Kalo informasi itu biasanya informasi yang lagi sesuai sama situasi sekarang, misalnya sekarang yang lagi terjadi apa kayak misalnya sekarang Covid-19 nah aku cari-cari tentang itu, terus seperti apa? Seperti apa lagi ya biasanya? Informasi-informasi yang kayak berhubungan sama apa-apa yang aku minatin gitu, misalnya aku suka kucing berarti aku cari informasinya di Youtube lagi seringnya tentang kucing, terus aku nyari tentang review-review make up juga aku sering cari informasi-informasi kayak gitu ntah di google, ntah di Youtube, sama apa ya biasanya yang berkaitan sama hobi sih, sama hobi sama minat, terus juga berkaitan sama situasi sekarang kayak kebutuhan yang aku lagi butuhin sekarang gitu.” (Wawancara CM, 23 April 2020)*

CM mengatakan bahwa dirinya mencari informasi tidak hanya berhubungan dengan minat dan hobinya saja, tetapi berkaitan juga dengan situasi dan kebutuhannya, seperti halnya pada saat situasi tertentu seperti sedang saat ini sedang terjadi Covid-19, maka CM sering mencari informasi mengenai Covid-19 pada media sosialnya.

Seperti yang sudah diungkapkan oleh beberapa informan Milenial yang mengalami sindrom *FoMO* dimana beberapa dari mereka menggunakan media sosial untuk mencari informasi yang berkaitan dengan minat, hobi, maupun situasi yang terjadi, karena bagi mereka media sosial merupakan wadah untuk memenuhi nalurinya dalam berinteraksi dan untuk memenuhi hasrat yang ada pada dirinya dalam mencari tahu, sehingga hal tersebut menjadi sebuah kepuasan tersendiri bagi diri mereka, dimana dari kebiasaan yang mereka lakukan berubah menjadi sebuah kebutuhan, dan pada setiap kegiatan mereka tidak dapat dipisahkan dari media sosial, karena dengan mengakses media sosial mereka dapat mengetahui informasi terupdate, dan tidak akan ketinggalan informasi.

Melalui teori Interaksi Simbolik menurut Mead dengan melihat pikiran (*mind*) dan dirinya (*self*) menjadi bagian dari perilaku manusia yaitu bagian dari interaksinya dengan orang. Begitu pun dengan citra diri seseorang yang tergantung pada nilai diri individu tersebut, dimana Milenial yang mengalami sindrom *FoMO* memiliki pandangan yang berbeda mengenai diri mereka di media sosial dan di dunia nyata, yang didukung dengan pernyataan George Herbert Mead, dimana cara manusia mengartikan dunia dan dirinya sendiri berkaitan erat dengan masyarakatnya.

Milenial yang mengalami sindrom *FoMO* akan menampilkan citra diri yang positif dimana mereka di media sosial memperlihatkan sesuatu yang baik-baik saja, tidak ingin menampilkan kelemahan mereka, dengan memposting suatu hal yang ingin dilihat oleh orang lain, begitu pun dengan gambaran diri yang ditampilkan tidak jauh berbeda dengan kehidupan nyata karena mereka ingin diakui keberadaannya di media sosial. Seperti yang diungkapkan oleh LN dalam kutipannya sebagai berikut:

*“Hmm tentunya berbeda tapi nggak begitu berbeda, karenakan di media sosial kita nara apa yang pengen diliat sama orang gitu.” (Wawancara LN, 1 Mei 2020)*

Bagi LN gambaran dirinya dimedia sosial dan dikehidupan nyata tidak jauh berbeda, karena baginya media sosial itu merupakan wadah dimana kita memposting suatu hal yang ingin dilihat oleh orang lain. Lain halnya dengan CM dalam kutipannya sebagai berikut:

*“Kalo dibilang sangat terbuka, nggak. Normal-normal aja, normal maksudnya netral aja sih maksudnya, hmm... ya, yakan dimedia sosial isinya bukan orang-orang yang kita mau doangkan, apalagi kadang aku suka ngepublic akun aku kan, kadang aku private, kadang aku public, kalo lagi dipublic gitu ya aku juga mikir gitu loh maksudnya nggak semua orang disitu tuh orang yang aku kenalkan, jadi ya aku berusaha mungkin nggak terlalu ngebuka diri aku gitu, jadi kayak informasi-informasi yang pada umumnya mereka, apaya? Mereka perlu tau ya aku kasih tau, tapi kalo misalnya kayak yang perihal-perihal yang udah kayak private banget gitu aku nggak sih, makanya itu juga aku kenapa, akhirnya aku bikin second account gitukan, terus karena ngikutin temen aku juga, terus temen-temen aku juga pada bikin, terus juga aku ngerasa kayak perlu juga sih second account karena disecound account itukan yang aku follow sama yang follow aku itu orang-orang yang dekat sama aku, jadi aku kayak ngerasa lebih nyaman aja, ngerasa lebih amanlah misalnya mau terbuka, sementara kalo dimedia sosial yang utamanya ya aku nggak seterbuka itu sih, terus kalo yang aku terbukain itu biasanya ya tentang kegiatan, bukan tentang kegiatan sih tentang apa ya? Apa ya yang biasanya kayak misalnya ohh cerita-cerita kucing sih aku selalu terbuka, terus juga cerita tentang temen-temen, kegiatan sehari-hari juga lumayan terbuka kok, kalo yang nggak terbuka itu ya paling konflik-konflik yang aku alamin kayak misalnya hari itu aku lagi kesel kenapa terus itu biasanya aku close friend atau nggak ya nggak aku share atau nggak aku share di second account gitu paling.”* (Wawancara CM, 23 April 2020)

Bagi CM dirinya biasa saja dalam memposting sesuatu di media sosialnya, karena menurut CM tidak semua orang dimedia sosial CM kenal, sehingga CM tidak terlalu membuka dirinya dimedia sosial, tetapi untuk memposting sesuatu yang bersifat pribadi, CM membuat akun kedua yang berisikan hanya teman dekatnya, dimana dirinya merasa lebih nyaman untuk memposting sesuatu yang bersifat pribadi pada akun keduanya dibandingkan dengan akun pertamanya.

Tidak hanya itu, di dalam kehidupan sehari-hari seseorang juga cenderung ingin memiliki sesuatu yang mencerminkan gaya dirinya yang dapat mendefinisikan dirinya, dengan cara mengekspresikan dirinya melalui media sosial, seperti yang diungkapkan oleh JF dalam kutipannya sebagai berikut:

*“Ya apa adanya aja sih, nggak terlalu over banget maksudnya nggak terlalu high juga ya nampilinnya kayak reallife aja, kayak kehidupan aslinya aja.”* (Wawancara JF, 28 April 2020)

JF menampilkan dirinya dengan apa adanya, tidak terlalu berlebihan dalam mengekspos mengenai dirinya. Berbeda halnya dengan ungkapkan LN dalam kutipannya sebagai berikut:

*“Citranya pengennya yang baik-baik sih tapi nggak sih, kalo pengen terlihat apayah? Gatau sih dari yang aku posting itu kayak terlihat gila dan pasti nggak yang sedih. Ya pokoknya mau menampilkan kebahagiaannya aja, jarang banget nampilin yang sedih-sedih gitu, jadi orang nggak perlu tau kesedihan aku gitu.”* (Wawancara LN, 1 Mei 2020)

LN ingin memperlihatkan hal yang baik-baik saja kepada teman-temannya dimedia sosial, dimana LN hanya memperlihatkan hal-hal yang terlihat bahagia tanpa perlu menampilkan kesedihannya dimedia sosial, karena baginya teman-teman dimedia sosialnya tidak perlu tahu mengenai kesedihan yang dialaminya.

Seperti yang telah diungkapkan oleh beberapa informan Milenial yang mengalami sindrom *FoMO* dimana gambaran diri mereka dimedia sosial dan dikehidupan nyata tidak jauh berbeda, karena bagi mereka media sosial merupakan wadah untuk mengekspresikan diri

mereka, dimana mereka memposting suatu hal yang ingin dilihat oleh orang lain. Seperti yang dilakukan oleh MU dalam kutipannya sebagai berikut:

*“Hal yang aku posting sering banget itu tentang diri aku, kayak foto-foto segala macam dikarenakan kayak aku suka banget mengekspresikan diri aku gitu, mungkin kepedean atau apa tapi emang suka aja gitu, dikarenakan setiap foto tuh mempunyai outfit yang berbeda-beda.”* (Wawancara MU, 9 Mei 2020)

MU lebih sering memposting dirinya dimedia sosial, karena bagi MU media sosial merupakan wadah baginya untuk mengekspresikan dirinya. Hal yang serupa diungkapkan juga oleh LN dalam kutipannya sebagai berikut:

*“Lebih seringnya posting foto sama video kalo bikin TikTok. Karena biar ada interaksi, kalo misalkan nggak posting nanti nggak ada orang yang ngechat.”* (Wawancara LN, 1 Mei 2020)

LN mengatakan lebih suka memposting foto dan video TikTok pada media sosialnya, karena menurutnya dengan dirinya memposting hal itu membuat adanya interaksi dengan teman-temannya dimedia sosial. Berbeda halnya dengan ungkapan yang disampaikan oleh CM, dimana dirinya tidak pernah memposting foto dirinya dimedia sosial. Tidak hanya itu, Milenial yang mengalami sindrom FoMO juga memposting dimedia sosial untuk pencitraan diri mereka, dimana isi dari postingan mereka dimedia sosial tidaklah *real time*, seperti yang diungkapkan oleh LN dalam ungkapannya sebagai berikut:

*“Iya pernah. Karena biar kelihatan apa namanya biar kelihatan nggak ngapa-ngapain gitu biar kelihatan ada kerjaan aja, kayak tadi sih lebih ke balik lagi kepencitraan gitu.”* (Wawancara LN, 1 Mei 2020)

LN mengungkapkan bahwa dirinya pernah memanipulasi waktu pada postingannya dimedia sosial, seperti halnya pada saat LN tidak melakukan aktivitas apapun tetapi dirinya memposting pada media sosialnya bahwa dia sedang mengerjakan sesuatu, hal itu dilakukan LN untuk pencitraan dirinya saja pada media sosialnya. Hal yang serupa diungkapkan juga oleh RP dalam kutipannya sebagai berikut:

*“Pencitraan.... kadang-kadang, kadang-kadang kalo misalnya lagi apa, ya misal ditempat-tempat tertentu, kayak misal lagi apa ya? Tempat-tempat tertentu yang orang-orang tuh jarang kesitu gitu. Ya contoh misal kayak lagi bulan puasanya biasanya itikaf tuh, kadang-kadang iya, kan kayak biar memotivasi orang gitu loh, kalo pun pencitraan tapi untuk memotivasi orang juga.”* (Wawancara RP, 6 Mei 2020)

RP mengaku bahwa dirinya pernah melakukan pencitraan saat memposting kegiatannya dimedia sosial, dimana hal tersebut RP lakukan untuk memotivasi teman-temannya dimedia sosial, dan bagi RP terkadang memposting sesuatu dimedia sosial merupakan hal penting, seperti yang dijelaskannya pada kutipan berikut:

*“Hmm, terkadang penting ketika menurut gua hal yang gua jalanin atau hal yang gua alamin itu apa ya? Hmm, bisa bermanfaat itulah buat orang lain, ketika dia ngeliat itu dia termotivasi buat ngelakuin juga atau bisa atau postingan gua itu juga nyenengin orang lain itu menurut gua juga penting gitu, nah sama atau kebutuhan gua sendiri ketika gua ngepost itu seneng ya why not? gua nggak ngepost itu.”* (Wawancara RP, 6 Mei 2020)

RP mengungkapkan memposting dimedia sosial dapat dianggap penting jika hal yang diposting RP dapat bermanfaat bagi teman-temannya, dapat termotivasi dengan postingannya, atau dapat membuat teman-teman dimedia sosialnya senang. Sama halnya dengan MU yang memposting sesuatu ke media sosial hanya untuk berbagi kesenangannya, berikut kutipan yang disampaikan oleh MU.

*“Kalo buat aku sih penting ya, aku tipe orang yang terlalu update, jadi ya iseng aja gitu kayak membagi kesenangan keorang-orang gitukan, orang-orang yang gabut dirumah bisa*

*ngeliat postingan-postingan aku gitu, ada hal kontenlah yang dilihat.” (Wawancara MU, 9 Mei 2020)*

Menurut MU memposting di media sosial merupakan hal yang penting baginya, karena dengan memposting di media sosial, dirinya dapat membagi kesenangan dengan teman-temannya di media sosial, karena bagi MU hal yang dipostingnya merupakan konten mengenai kegiatan sehari-harinya. Berbeda halnya dengan CM dalam ungkapannya sebagai berikut:

*“Kalo dibilang penting sih nggak biasa aja, tapi kayak kadang tuh ngerasa apaya? Kalo misalnya abis ada kegiatan tertentu tuh kayak wajib gitu, nggak tau sih kenapa, mungkin karena ngerasa kalo nggak ngepost tuh nggak ngalamin itu, padahalkan nggak juga ya? Kan yang ngerasain kita gitu, nggak perlu pembuktian orang, kita ngerasain itu atau nggak tapi sejujurnya pernah ada difase itu gitu loh, kayak ngerasa abis ngelakuin kegiatan apa harus di post, kayak ngerasanya kalo orang-orang tau ya berarti gua beneran ngelakuin itu gitu, kalo orang-orang nggak tau ya berarti gua nggak ngelakuin itu sebenarnya gitu, itu sih paling.” (Wawancara CM, 23 April 2020)*

CM pernah berada di fase dimana dirinya selalu memposting aktivitasnya, dan baginya hal itu wajib dilakukan, karena menurutnya dengan memposting kegiatan itu maka dirinya memang mengalami hal itu. Dimana dengan CM memposting kegiatannya ke media sosial, postingan itu menjadi pembuktian bagi dirinya bahwa dia melakukan hal tersebut, dan dari postingan tersebut CM menginginkan agar mendapatkan pengakuan dari teman-temannya di media sosial.

Bagi Milenial yang mengalami sindrom *FoMO* menganggap memposting sesuatu di media sosial merupakan hal yang penting dan wajib, sebab dengan mereka memposting di media sosial hal tersebut dapat menjadi bukti dimana mereka akan mendapatkan pengakuan dari teman-temannya di media sosial.

Terdapat tiga tema besar yang mendasari tujuh asumsi dari teori Interaksi Simbolik, yang salah satu dari ketiga tema besar tersebut dapat mengulik karakteristik gaya hidup Milenial yang mengalami sindrom *FoMO*. Adapun salah satu dari ketiga tema tersebut mengenai pentingnya makna bagi perilaku manusia, dimana tema ini mendukung tiga asumsi dari Herbert Blumer.

Asumsi pertama, manusia bertindak terhadap sesuatu atas dasar makna-makna yang dimiliki benda-benda itu bagi mereka. Sebagaimana bagi mereka gadget merupakan hal yang penting, karena bagi mereka media sosial merupakan wadah untuk memenuhi naluri dalam berinteraksi dan juga memenuhi hasrat yang ada dalam diri mereka seperti mencari tahu yang menjadi sebuah kepuasan tersendiri bagi diri mereka, dimana dengan kebiasaan yang mereka lakukan berubah menjadi sebuah kebutuhan.

Asumsi kedua, makna-makna itu merupakan hasil dari interaksi sosial dalam masyarakat. Seperti halnya pada saat Milenial yang mengalami sindrom *FoMO* memposting suatu hal yang berhubungan dengan kehidupan banyak orang, kemudian pada saat mereka mendapatkan notifikasi seperti comment, direct message, like dari teman-teman di media sosialnya, hal tersebut membuat diri mereka merasa senang karena bagi mereka hal itu merupakan sebuah apresiasi yang didapatkan dirinya dari teman-temannya di media sosial.

Asumsi ketiga, makna dimodifikasi melalui proses interpretif. Sebagaimana bagi Milenial yang mengalami sindrom *FoMO* memposting di media sosial merupakan hal yang penting dan wajib, karena bagi mereka postingan tersebut dapat menjadi bukti dimana mereka akan mendapatkan pengakuan dari teman-temannya di media sosial. Selain itu, jika postingan mereka di repost oleh teman-temannya di media sosial mereka merasa sangat senang dan bahagia, hal itu terjadi karena adanya hubungan emosional yang terjadi, sehingga hal itu menjadi sebuah kepuasan tersendiri pada diri mereka.

## Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Milenial yang mengalami sindrom FoMO memiliki rasa keingintahuan yang tinggi, dimana mereka selalu mencari tahu dan selalu *up to date*. Begitupun dengan karakteristik gaya hidup mereka yang selalu mengecek media sosialnya setiap saat dengan frekuensi yang cukup tinggi, hal tersebut dilatarbelakangi dimana Milenial yang mengalami sindrom FoMO menjadikan media sosial sebagai kebutuhan sehari-hari karena bagi mereka media sosial merupakan wadah untuk memenuhi nalurinya dalam berinteraksi dan untuk memenuhi hasrat yang ada pada dirinya dalam mencari tahu, sehingga diri mereka selalu terupdate dengan informasi-informasi terbaru setiap harinya, dimana menjadi lebih banyak tahu informasi dan memiliki wawasan yang membuat dirinya menjadi termotivasi untuk melakukan suatu hal dimana untuk mengasah hobi mereka menjadi lebih produktif. Selain itu mereka juga merasa penilaian orang lain mengenai dirinya sangatlah penting, dimana dengan memposting sesuatu yang dapat memancing *like*, *direct message*, *comment* membuat mereka senang.

## Referensi

- Abel, J. P. (2016). Social Media and the Fear of Missing Out. Scale Development and Assessment. *Journal of Business & Economics Research – First Quarter, 14 (1): 47-65*.
- Anggraini, Laras. (2014). Fenomena FoMO (Fear of Missing Out) sebagai Salah Satu Bentuk Motivasi Konsumen Millennial. (Makalah Non Seminar). Depok: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.
- APJII. 2018. *Penetrasi & Profil Prilaku Pengguna Internet Indonesia*. <https://apjii.or.id/survei2018> (diakses pada 11 Oktober 2019).
- Ayokuliah. 2020. *Ranking Universitas*. <https://ayokuliah.id> (diakses pada 13 Maret 2020).
- Carolina, Monica. & Gayes Mahestu. (2020). Prilaku Komunikasi Remaja dengan Kecenderungan FoMO. *Jurnal Riset Komunikasi, Vol.11 No.1, hlm. 69-92*.
- Christina, Riska., Muhammad Salis Yuniardi, & Adhyatman Prabowo. 2019. Hubungan Tingkat Neurotisme dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Remaja Pengguna Aktif Media Sosial. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi, vol.4 No.2, hlm. 105-117*.
- Dossey, L. 2014. *FOMO, digital dementia, and our dangerous experiment*. *Exploration, 10(2):69-73*.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Martha, dkk. 2009. Korelasi Harga Diri Ditinjau dari Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswa Universitas Diponegoro. *Jurnal Psikologi Universitas Diponegoro*.
- Maysitoh, Ifdil, & Zadrian Ardi. 2020. Tingkat Kecenderungan FoMO (Fear of Missing Out) pada Generasi Millennial. *Journal of counseling, Education and Society, vol.1 No.1, pp. 1-4*.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Diterjemahkan oleh Putri Iva Izzati. Jakarta: Salemba Humanika.
- 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*.
- Putri, Lisy Septiani, Dadang Hikmah Purnama, & Abdullah Idi. 2019. Gaya Hidup Mahasiswa pengidap Fear of Missing Out di Kota Palembang. *Jurnal Masyarakat dan Budaya, vol.21 No.2, hlm. 129-148*.
- Social. W.A., Hootsuite. 2020. *Digital 2020: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia> (diakses pada 13 Maret 2020).