

Menilik Fenomena FoMO (*Fear of Missing Out*) pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau

Fitria Mayasari¹, Nurrahmi²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Riau

Email: fitria.mayasari@umri.ac.id

Abstract: *As a generation that grew up in the era of internet and digital advances, millennial generation teenagers are teenagers who are always connected to each other. The increasing use of social media among young people has given rise to many new phenomena, such as cancel culture, catfishing, cyberbullying, fear of missing out (FoMO), and others. One interesting thing is the FoMO phenomenon. FoMO can interfere with someone in carrying out activities or activities of daily life which can threaten the individual's social activities. The aim of this research is to examine the phenomenon (Fear of Missing Out) in UMRI Communication Science Study Program Students. This research uses a qualitative approach. The approach used in this research is Husserl's phenomenology, which is a combination of psychology and logic. Phenomenology builds psychological explanations and analyzes of types of subjective mental activity, experience, and conscious action. The data collection method uses observation and interviews on the FoMO scale. The subjects of this research were 5 people, namely students from the UMRI Faculty of Communication Sciences who experienced fear of missing out on moments based on the FoMO scale that had been filled in. The research results show that the fear of missing the moment among UMRI Communication Faculty students arises because excessive social media can make students experience FoMO, students who experience FoMO are influenced by environmental factors and feel less satisfied with what they have.*

Keywords: *FoMO; phenomenon; Instagram; student*

Abstrak: Sebagai generasi yang tumbuh dalam era kemajuan internet dan digital, remaja generasi milenial merupakan remaja yang selalu terhubung satu sama lain. Meningkatnya penggunaan media sosial di kalangan muda menimbulkan banyak fenomena baru, seperti *cancel culture*, *catfishing*, *cyberbullying*, *fear of missing out* (FoMO), dan lain-lain. Salah satu yang menarik adalah fenomena FoMO. FoMO dapat mengganggu seseorang dalam melakukan kegiatan atau aktivitas kehidupan sehari-hari yang dapat mengancam aktivitas sosial individu tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilik fenomena (*Fear of Missing Out*) pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi UMRI. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Fenomenologi Husserl, yaitu gabungan antara psikologi dan logika. Fenomenologi membangun penjelasan dan analisis psikologis tentang tipe-tipe aktivitas mental subjektif, pengalaman, dan tindakan sadar. Metode pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara skala FoMO. Subjek penelitian ini sebanyak 5 orang yaitu Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UMRI yang mengalami ketakutan akan kehilangan moment berdasarkan skala FoMO yang telah diisi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketakutan akan kehilangan momen pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UMRI muncul karena media sosial yang berlebihan dapat membuat mahasiswa mengalami FoMO, mahasiswa yang mengalami FoMO terpengaruh dari faktor lingkungan mereka dan merasa kurang puas dengan apa yang mereka miliki.

Kata kunci: FoMO; fenomena; Instagram; mahasiswa

Pendahuluan

Perkembangan media sosial saat ini begitu pesat. Tiap tahunnya pengguna media sosial terus meningkat. Seiring dengan munculnya beragam *platform* media sosial, seperti TikTok, Instagram, Twitter, Facebook dan aplikasi lainnya. Penggunaan jejaring sosial semakin memudahkan pengguna untuk mempresentasikan dirinya maupun untuk terus terhubung dengan orang lain dalam berbagai hal. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa. Persentasenya lebih tinggi 1,17% poin dibandingkan pada 2021-2022 yang sebesar 77,02%. Berdasarkan jenis kelaminnya, tingkat penetrasi internet terhadap laki-laki di Indonesia sebesar 79,32%, angkanya lebih tinggi dibandingkan penetrasi internet kepada perempuan yang sebesar 77,36%. Adapun tingkat penetrasi internet di wilayah perkotaan sebesar 77,36% pada 2022-2023. Persentasenya pun lebih baik ketimbang di wilayah perdesaan yang sebesar 79,79%. Sebagai informasi, APJII bersama SRA Consulting melakukan survei terhadap 8.510 responden di seluruh Indonesia pada 10-27 Januari 2023. Survei ini dilakukan menggunakan metode *multistage random sampling* dengan tingkat toleransi kesalahan (*margin of error*) 1,14% dan tingkat kepercayaan 95%. (<https://survei.apjii.or.id>).

Remaja Indonesia paling banyak menggunakan internet dibandingkan kelompok usia lainnya. Ini terlihat dari hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di mana tingkat penetrasi internet di kelompok usia 13-18 tahun mencapai 99,16% pada tahun 2021-2022. Posisi kedua ditempati oleh kelompok usia 19-34 tahun dengan tingkat penetrasi internet sebesar 98,64%. Tingkat penetrasi internet di rentang usia 35-54 tahun sebesar 87,30%. Tingkat penetrasi internet di kelompok umur 5-12 tahun sebesar 62,43%. Sedangkan persentasenya di usia 55 tahun ke atas hanya sebesar 51,73%. (<http://DataIndonesia.id>)

Meningkatnya penggunaan media sosial di kalangan muda menimbulkan banyak fenomena baru, seperti *cancel culture*, *catfishing*, *cyberbullying*, *fear of missing out* (FoMO) dan lain-lain. Salah satu yang menarik adalah fenomena FoMO. FoMO pada dasarnya mengacu pada ketakutan yang luas dan berlebihan, dimana individu tersebut akan menganggap bahwa ia akan kehilangan kesempatan untuk berinteraksi sosial dan tidak dapat meraih manfaat yang lebih luas (Przybylski et al., 2013). Penelitian (Ayas, 2013) menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara kecanduan internet terhadap depresi dan kesendirian serta kurangnya korelasi antara kecanduan internet dengan *self-esteem*. Hal ini menunjukkan semakin tinggi kecanduan internet maka semakin mungkin individu mengalami gangguan depresi dan kesendirian. Selanjutnya penelitian (Rizki, dkk : 2018) menunjukkan bahwa media sosial dapat menyebabkan seseorang mengalami FoMO. Adapun dampak yang ditimbulkan dari ketakutan akan kehilangan momen yang dialami seseorang antara lain tidak peduli terhadap diri sendiri dan sekitar, karena sibuk dengan *smartphone*, terganggunya waktu tidur, terganggunya waktu makan, tidak dapat sepenuhnya menikmati kebersamaan di dunia nyata dan cenderung merasa kurang dengan apa yang ia miliki.

FoMO dapat mengganggu seseorang dalam melakukan kegiatan atau aktivitas kehidupan sehari-hari yang dapat mengancam aktivitas sosial individu tersebut, media sosial

itu sendiri menjadi wadah untuk menghabiskan waktu bahkan untuk mengikuti kehidupan dan aktivitas orang lain dan mengabaikan aktivitas diri sendiri demi mengetahui kegiatan yang orang lain lakukan. Permasalahan yang terjadi seiring perkembangan waktu yang terjadi pada masyarakat terkait aspek-aspek sosial budaya. FoMO yang timbul akibat kebiasaan yang dilakukan berulang-ulang sehingga membuat ketergantungan seseorang agar tidak tertinggal informasi di media sosial menjadi permasalahan sosial budaya di kalangan masyarakat.

Kota Pekanbaru salah satu kota di Indonesia yang signifikan penggunaan internetnya dengan jenis konten yang diakses adalah media sosial. Jika dikaitkan dengan fenomena FoMO, maka masyarakat Kota Pekanbaru termasuk ke dalam masyarakat yang menghabiskan waktunya untuk mengakses media sosial, dan dapat diasumsikan hal tersebut sudah masuk ke dalam kategori FoMO, hal ini dibuktikan dari hasil penelitian terdahulu (M. Ali Hasan : 2021) yang menunjukkan bahwa gambaran FoMO di media sosial pada masyarakat Kota Pekanbaru khususnya mahasiswa yang ada di Kota Pekanbaru, sebagian besar berada pada tingkat FoMO sedang dengan jumlah 171 atau 41,8% dan tingkat FoMO terendah adalah kategori sangat tinggi berjumlah 14 atau 3,4% dari 409 subjek penelitian pada tahun 2021.

Hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti mengenai fenomena FoMO ternyata juga terjadi pada mahasiswa di salah satu Perguruan Tinggi Swasta di Kota Pekanbaru seperti di Universitas Muhammadiyah Riau. Merujuk pada penemuan-penemuan di lapangan bahwa ditemui banyak mahasiswa-mahasiswa yang sedang sibuk dengan gadgetnya. Mereka menggunakan gawainya untuk membuka media sosial, hal ini dilakukan tidak hanya di dalam kelas perkuliahan saja tetapi juga dilakukan di luar kelas yang masih mejadi lingkungan kampus, seperti di Perpustakaan, lorong kelas, di depan ruang kelas, di taman, di masjid, di kantin ataupun di ruang publik lainnya yang berada di kampus, bahkan banyak terdapat beberapa mahasiswa yang sedang live di tiktok ataupun instagram, ditemui banyak mahasiswa yang sedang sibuk membuka ponselnya bahkan ada yang sembari mengisi daya ponselnya, seakan tidak bisa terlepas dari gadget yang digunakannya. Mereka memanfaatkan gadgetnya untuk tetap terhubung dengan media sosial. Berdasarkan hal tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menilik fenomena FoMO (*Fear of Missing Out*) yang terjadi pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Riau.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, untuk mencari dan menemukan pengertian atau pemahaman tentang fenomena mengenai apa yang dialami oleh subjek penelitian, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa dalam suatu latar yang berkonteks khusus dan alamiah (Lexy J Moleong, 2016). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi Husserl, yaitu gabungan antara psikologi dan logika. Fenomenologi membangun penjelasan dan analisis psikologis tentang tipe-tipe aktivitas mental subjektif, pengalaman, dan tindakan sadar.

Teknik untuk pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan di dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara skala FoMO. Subjek dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi UMRI dengan kriteria (1) Mahasiswa Ilmu Komunikasi Usia 18-24 Tahun, (2) Informan sering menggunakan gadget

dalam aktivitas sehari-hari, (3) Aktif dalam media sosial dan (4) Memiliki waktu untuk di wawancarai dan dimintai informasi.

Tabel 1. Data Informan

No	Inisial Nama	Usia	Keterangan
1	VS	20	Aktif di medsos
2	ND	24	Aktif di medsos
3	RK	21	Aktif di medsos
4	AP	21	Aktif di medsos
5	MIP	23	Aktif di medsos

Sumber: Data Peneliti, 2023

Hasil dan Pembahasan

Fear of Missing Out merupakan sebuah fenomena yang terjadi ketika seseorang menganggap orang lain memiliki pengalaman atau aktivitas yang lebih berharga dan menyenangkan. Hal tersebut menyebabkan rasa iri dan keinginan untuk terus mencari tahu mengenai yang orang lain lakukan. FoMO merupakan sindrom kecemasan sosial yang ditandai dengan keinginan untuk terus terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain (Przypylsky, A.K., Murayama, K., DeHan, C.R & Gladwell, V, 2013).

Istilah FoMO dalam jurnal (Carolina Monica & Gayes Mahestu, 2020) merupakan sebuah ketakutan dan kecemasan dari seseorang yang merasa bahwa akan ada sebuah kejadian menarik dan menyenangkan yang akan terjadi di suatu tempat sehingga menimbulkan keinginan kompulsif dari seseorang untuk mengharuskan dirinya berada di lokasi dan ikut mengalami kejadian yang ada di sana. FoMO tidak termotivasi dari apa yang akan didapatkan namun dari apa yang akan terlewatkan dari lingkungan sekitar. *Fear of Missing Out* atau FoMO merupakan salah satu fenomena dimana individu merasakan ketakutan ketika tertinggal informasi yang beredar di media sosial (Yusriyah, 2021). (Przypylsky, A.K., Murayama, K., DeHan, C.R & Gladwell, V, 2013) menyatakan bahwa mereka yang mengalami FoMO di media sosial ternyata mengalami pemuasan kebutuhan, *mood*, dan kepuasan hidup yang rendah dalam kehidupan nyata. Keterikatan dengan media sosial tertentu sampai menimbulkan fenomena FoMO menjadi sangat berbahaya karena individu bisa berperilaku irasional untuk mengatasi FoMO-nya, misal untuk terus melakukan pemantauan obsesif terhadap media sosial saat mengemudikan kendaraan. Bagi individu semacam ini terasa tidak bisa terpisahkan sedikitpun dari *smartphone* dan media sosial sasaran, dan merasa galau jika tidak tahu berita terbaru atau bila ada teman yang mempertanyakan mengapa ia tidak tahu berita terbaru. Konsekuensi negatif dari FoMO bagi remaja adalah masalah identitas diri, kesepian, gambaran diri negatif, perasaan inadkuat, perasaan terpinggirkan, dan iri hati.

Individu yang mengalami FoMO cenderung memiliki rasa cemas disaat teman-temannya dapat melakukan sesuatu yang lebih, mengetahui sesuatu yang baru, atau memiliki hal yang lebih banyak dibandingkan dirinya. Sebagai dampak dari perkembangan teknologi dan internet, sindrom ini telah membawa manusia pada posisi determinasi terhadap kebutuhan akan telekomunikasi. Situs media sosial telah menjadi faktor yang berkontribusi besar terhadap sensasi FoMO. Orang mengembangkan perasaan dan emosi negatif dari situs media

sosial karena iri terhadap postingan dan kehidupan orang lain. Media sosial telah menciptakan tempat yang mudah diakses dan pusat bagi orang-orang yang update untuk mencari tahu apa yang dilakukan orang lain pada saat itu.

Seperti yang dikemukakan (Kotler, Kevin Lane Keller, 2012) media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan perusahaan dan sebaliknya. Penelitian ini akan menggunakan teori fenomenologi sebagai landasan berpikir untuk dapat menjawab rumusan masalah. Teori ini merupakan teori yang berhubungan dengan pengalaman hidup seseorang untuk mempelajari bagaimana secara subjektif merasakan pengalaman dan memberikan makna dari fenomena tersebut.

Secara etimologis, fenomenologi berasal dari kata Yunani yaitu *phainomenon* merujuk pada arti yang menampak. Fenomena adalah fakta yang disadari dan masuk ke dalam pemahaman manusia. Sehingga objek ada dalam relasi kesadaran (Kuswarno Engkus, 2009). Fenomenologi menurut Husserl adalah gabungan antara psikologi dan logika. Fenomenologi membangun penjelasan dan analisis psikologis tentang tipe-tipe aktivitas mental subjektif, pengalaman, dan tindakan sadar. Namun, pemikiran Husserl tersebut masih membutuhkan penjelasan yang lebih lanjut khususnya mengenai “model kesengajaan”. Pada awalnya, Husserl mencoba untuk mengembangkan filsafat radikal atau aliran filsafat yang menggali akar-akar pengetahuan dan pengalaman. Hal ini didorong oleh ketidakpercayaan terhadap aliran positivistik yang dinilai gagal memanfaatkan peluang membuat hidup lebih bermakna karena tidak mampu mempertimbangkan masalah nilai dan makna. Fenomenologi berangkat dari pola pikir subjektivisme yang tidak hanya memandang dari suatu objek yang tampak namun berusaha menggali makna di balik setiap gejala tersebut.

Saat ini fenomenologi dikenal sebagai suatu disiplin ilmu yang kompleks, karena memiliki metode dan dasar filsafat yang komprehensif dan mandiri. Fenomenologi juga dikenal sebagai pelopor pemisah antara ilmu sosial dari ilmu alam, yang mempelajari struktur tipe-tipe kesadaran yang dinamakan dengan “kesengajaan” oleh Husserl. Struktur kesadaran dalam pengalaman pada akhirnya membuat makna dan menentukan isi dari penampakkannya. Fenomenologi adalah ilmu tentang penampakan fenomena. Artinya, semua perbincangan tentang esensi dibalik penampakan dibuang jauh-jauh. Ilmu tentang penampakan berarti ilmu tentang apa yang menampakkan diri pada pengalaman subyek. Tak ada penampakan yang tidak dialami, hanya dengan berkonsentrasi pada apa yang tampak dalam pengalaman, maka esensi dapat dirumuskan dengan jernih (Adian, 2010).

Fenomena dapat dipandang dari dua sudut. Pertama, fenomena selalu menunjuk ke luar atau berhubungan dengan realitas di luar pikiran. Kedua, fenomena dari sudut kesadaran kita, karena fenomenologi selalu berada dalam kesadaran kita. Oleh karena itu dalam memandang fenomena harus terlebih dahulu melihat penyaringan rasio, sehingga mendapatkan kesadaran yang murni.

Kehadiran media sosial sebagai sarana komunikasi dapat memberikan kebebasan bagi setiap individu untuk mengekspresikan diri, memberikan dan menerima informasi atau menimbulkan masalah baru terkait fenomena yang terjadi di sekitar mereka. Selain itu fungsi media juga sebagai sarana untuk membangun hubungan atau relasi. Berdasarkan fungsi media sosial dan perkembangan media sosial menjadikan media sosial sebagai kebutuhan sehari-hari

bagi masyarakat terkhusus kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI) yang hidup di era digital, membuat mereka terbiasa berhubungan dengan media sosial. Membuat gaya hidupnya dapat berubah. Tidak hanya itu tuntutan dari dunia perkuliahan juga membuat mahasiswa harus tetap adaptif dengan media sosial agar dapat *survive* di tengah perubahan dan persaingan arah dunia kerja yang semakin cepat.

Disisi lain media sosial membawa dampak negatif. Salah satu isu yang eksis dan tren yang sedang terjadi saat ini dapat kita lihat dari interaksi secara langsung cenderung menurun karena setiap orang sibuk dengan kehidupan maya, yang dipicu dengan adanya ketergantungan dari media sosial sehingga mereka lupa dengan kehidupan mereka yang sebenarnya. Banyaknya mahasiswa yang bersifat apatis dengan lingkungan sekitarnya. Mereka sering mengabaikan hal yang terjadi di sekitar mereka. Dan lebih mementingkan kehidupan di media sosialnya. Mereka merasa cemas karena merasa tertinggal tidak *update*. Kondisi ini disebut *Fear of Missing Out* (FoMO). FoMO didefinisikan sebagai rasa takut ketika tidak berhubungan dengan individu lain melalui media sosial.

Istilah FoMO ini tanpa disadari dirasakan oleh tiap individu dan saling memengaruhi satu sama lain di lingkungan masyarakat. Hal ini terjadi dikarenakan media sosial sudah menjadi kebutuhan dan gaya hidup sehari-hari masyarakat. Media sosial juga dijadikan ajang untuk mendapatkan validasi dari teman-teman media sosial, sehingga tidak heran kita sering melihat dalam kehidupan sehari-hari beberapa masyarakat yang sibuk dengan diri sendiri untuk mengakses sosial medianya disegala tempat dan situasi. Bahkan tidak jarang tempat yang mengharuskan mereka untuk bersosialisasi di lingkungan kampus atau tempat umum lainnya. Karakteristik media sosial yang sering diakses oleh individu pengidap FoMO biasanya mereka menggunakan media sosial yang terkoneksi langsung orang terdekat serta dunia luar yang memiliki berbagai fitur seperti Facebook, Instagram, Twitter (X), dan TikTok.

Pada penelitian ini pernyataan-pernyataan yang diberikan oleh subjek dinilai penting karena berkaitan dengan fenomena yang diteliti kemudian dikategorikan dan diklasifikasikan berdasarkan tema tertentu sehingga membantu peneliti menganalisis fenomena yang dikaji. Tema-tema tersebut menjadi patokan peneliti untuk menilik fenomena FoMO (*Fear of Missing Out*) pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Riau, sehingga dapat menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan.

Subjek VS (Usia 20 tahun)

Subjek VS merupakan mahasiswa aktif di kampus, selama kuliah pernah terlibat di organisasi kampus seperti BEM Fakultas, Hima Prodi maupun kegiatan lainnya. Dalam media sosial subjek VS menggunakan berbagai media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan media sosial lainnya, yang membuat subjek VS tidak bisa membendung dirinya untuk mengikuti tren. Subjek VS selalu melakukan berbagai cara untuk terlihat baik terkhusus di media sosial. Semua aktivitas-aktivitas subjek VS selalu diperlihatkan di media sosial. Subjek VS selalu melakukan pemantauan di media sosial seperti *nge-scroll* media sosial melihat apa yang orang lain lakukan dan terlihat subjek VS sangat ingin untuk mengikuti tren tersebut. Tiada kata jenuh untuk subjek VS untuk menghabiskan waktu dengan media sosialnya,

bahkan subjek VS sampai lupa waktu membuka media sosial. Disaat bangun tidurpun yang pertama kali subjek VS lakukan adalah mengecek *handphone* dengan membuka media sosialnya. Subjek VS bahkan sempat mengunggah *story* di media sosialnya. Dalam setiap harinya subjek VS pasti membuat *story* di media sosialnya. Subjek VS ingin dilihat baik oleh orang lain.

Lingkungan sehari-hari yang dihadapi subjek VS rata-rata pengguna aktif media sosial maka dari itu subjek VS terbawa kebiasaan itu sampai subjek VS mengalami sindrom FoMO dan lagi karena kebutuhan saat ini yang mengharuskan seseorang menggunakan gadget untuk media belajar. Gadget ini dimanfaatkan untuk mencari informasi terkait pembelajarannya, maka mau tidak mau seseorang pasti akan kenal dnegan media sosial, mecari tahu apa yang sedang tren atau marak dibicarakan di media sosial, seperti apa yang dialami oleh subjek VS. subjek VS tidak bisa jauh dari gadgetnya walau hanya sedetik saja. Subjek VS selalu membawa gadgetnya kemanapun dia pergi. Aktivitas itu dilakukan sejak bangun tidur, sebagaimana hasil wawancara berikut:

“Aku tu gak pernah lekap dari hp, mungkin 10 kali lebih lah aku buka tutup hp, bangun tidur yang aku cari duluan itu hp, kadang sampe berjam-jam aku keasyikan main hp baru baru lah aku beranjak dari tempat tidur, kalo gak mikirin kuliah ya asyik sama hp aja” (wawancara dengan VS, 13 Oktober 2023).

Subjek ND (Usia 24 tahun)

Subjek ND juga merupakan mahasiswa aktif di kampus yang juga mengikuti beberapa organisasi di kampus. Subjek ND merupakan seorang pengguna aktif media sosial. Subjek ND selalu mengikuti perkembangan yang ada di media sosial dan tidak pernah lepas dengan gadgetnya, selalu ingin tahu apa yang orang lain lakukan di media sosial. Pernah subjek ND suatu waktu melihat sebuah fenomena yang sedang tren di TikTok dan mendapatkan banyak perhatian dari netizen. Subjek ND berusaha untuk menirunya agar subjek ND juga mendapatkan pengakuan dari netizen bahwa subjek ND tren di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa subjek ND akan berusaha melakukan segala cara agar dikenal oleh orang banyak. Subjek ND juga tidak pernah lupa untuk menceritakan momen-momen kesehariannya di media sosial.

Subjek ND merasa semua bisa dilakukan di *smartphone*, subjek ND tidak bisa lepas dari *smartphone*-nya. Subjek ND selalu membawa *smartphone* ke mana-mana. Menurutnya dengan adanya *smartphone* subjek ND bisa menghibur dirinya. Tanpa harus keluar kamar subjek ND bisa nonton melalui media sosial, mencari informasi yang sedang tren, bahkan belanjapun bisa dilakukan tanpa harus terjun ke tokonya. Lingkungan yang ada disekitar subjek juga merupakan pengguna aktif media sosial sehingga subjek ND juga mengikuti yang yang ada di sekitarnya. Subjek ND tidak ingin dibilang sebagai orang yang “kudet” (kurang update). Subjek ND merasa bahwa *smartphone* adalah bagian dari hidupnya.

Dalam kesehariannya, ND mengaku alasan mengakses media sosial dikarenakan bosan dan kesepian karena anggota keluarga terkadang tidak ada waktu untuk berinteraksi, keluarga ND sibuk bekerja. Dimana di pagi hari sudah berangkat kerja dan pulang kerja di sore hari. Sesampainya di rumah sudah sibuk dengan aktivitasnya masing-masing. Namun hal ini orang

tua berusaha tetap mengontrol aktivitas anak-anaknya di rumah, dan berusaha selalu melakukan interaksi. Berikut petikan wawancara peneliti dengan ND:

“Aku sehari ngescroll media sosial lebih dari 7 jam. Habis gatau juga mau ngapain kan? di rumah bosan sendirian, mama kerja, papa kerja, kakak saya kerja. Jadi di rumah tu iya jarang lah komunikasi, kayak kakak balik kerja masuk kamar, kita gak sekamar, kalo mama dan papa ya adalah dikit-dikit ngomong gitukan, kegiatan saya di rumah kalo malem ya scroll sosmed, non stop tu liatin medsos sampe terkantuk-kantuk, iya ilangin bosan. Mama papa tu sukak khawatir kok aku main hp mulu kapan belajar nya? kapan tidur nya ? kapan istirahatnya” (wawancara dengan ND, 13 Oktober 2023).

Subjek RK (Usia 21 tahun)

Subjek RK merupakan pengguna aktif media sosial. Subjek RK merasa gelisah kalau tidak memegang gadget meskipun itu hanya sedetik. setiap harinya subjek RK menghabiskan waktunya dengan membuka media sosial. Di kampus-pun subjek RK membuka media sosialnya disaat proses belajar dilaksanakan. Subjek RK takut akan tertinggal informasi hal ini dikarenakan subjek RK terlalu sering bermain media sosial. Ada yang membuat subjek RK merasa tidak nyaman disaat ia tidak membuka media sosialnya. Kebiasaan buruk subjek RK ketika sudah bertemu media sosialnya, ia selalu lupa waktu dan tidak memedulikan yang ada di sekitarnya hanya berfokus dengan media sosialnya.

Menurut subjek RK, seseorang harus memiliki media sosial karna menurutnya seseorang yang tidak memiliki media sosial seperti dasingkan dan dianggap “*kudet*”. Media sosial yang subjek RK gunakan untuk mencari sebuah informasi, melihat yang orang lain lakukan, melihat tren atau fenomena-fenomena terbaru yang terjadi. Subjek RK akan meniru atau mengikuti tren-tren yang sedang viral di media sosial. Selain itu, ketika subjek RK ingin mengerjakan tugas kuliahnya, ia tidak perlu keluar rumah, atau bertemu dengan teman-temannya di luar, menurutnya cukup dikerjakan di rumah dengan bantuan *smartphone*. Hal ini yang membuat *smartphone* penting dimiliki oleh seseorang. Berikut petikan wawancara peneliti dengan RK:

“Aku kalo tu di keluarga terkesan cuek, jarang banget berbaur di rumah tu, aku keseringan nongkrong di kamar, dunia aku ya di kamar, kalo udah di rumah buat keluar tu males banget, bawaannya pengen di kamar aja main HP. Dalam sehari lebih dari 5 jam aku mengakses sosmed” (wawancara dengan RK, 13 Oktober 2023).

Di rumah, subjek RK tidak peduli apa yang dilakukan orang tua, bahkan kakaknya di rumah. Subjek RK tidak peduli jika harus seharian di dalam kamar bermain media sosial, karna itu membuatnya senang, bahkan juga subjek RK sampai kelupaan waktu dan bergadang bermain media sosialnya. Ia pun tidak peduli dengan apa yang terjadi di luar sana, subjek RK hanya fokus dengan sesuatu yang lagi tren di media sosial.

Subjek AP (Usia 21 tahun)

Subjek AP merupakan salah satu mahasiswa aktif yang berprestasi di kampus. Subjek AP juga merupakan salah satu pengguna aktif media sosial. Subjek AP sangat aktif di media sosial Instagram. Setiap harinya subjek AP selalu mengunggah *story* di Instagramnya. Subjek

AP merupakan seseorang yang sangat mengikuti tren. Subjek AP tidak ingin terlihat tertinggal dengan apa yang dilakukan orang lain di media sosial. Subjek AP tidak bisa jauh dari *smartphone*-nya. Saat berkumpul dengan teman-temannya, ia tidak bisa lepas dari *smartphone*. Bahkan disaat subjek AP kehabisan kuota internet, subjek AP sesegera mungkin untuk mengisi kuota internetnya. Menurutnya ia tidak bisa absen seharipun untuk tidak membuka media sosial. Berikut petikan wawancara peneliti dengan informan AP:

“Sosial media banget, akutu lebih memperhatikan lingkungan sekitar yang seusia ama aku, tapi bukan berarti aku ga pernah berinteraksi dengan orang yang usianya di atas aku ya. Di lingkungan sekitar aku misal di komplek perumahan aku, aku tetap lakukan komunikasi. Iya aku ga melulu sibuk di hp aja. Tapi ya memang aku pribadi ngerasa gamau ketinggalan dari remaja-remaja lain. Selalu ingin upgrade diri” (wawancara, 13 Oktober 2023).

Menurut subjek AP dengan selalu berinteraksi di media sosial dapat membuat dirinya tidak ketinggalan dari teman-temannya atau remaja-remaja lain. Meskipun subjek AP mengakui bahwa dirinya tidak terlalu sibuk dengan gadgetnya. Ia juga sering berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Subjek AP sangat tergantung dengan kemudahan yang ditawarkan *smartphone* seperti kemudahan berbelanja. Subjek AP sangat suka berbelanja *online* seperti melalui Shopee. Ia sering berbelanja *fashion* dan ingin memperlihatkan dirinya di hadapan orang lain dengan *fashion-fashion*-nya yang setiap hari berganti “*ootd*”nya. Menurut subjek AP media sosial mempermudah segalanya. Dengan media sosial ia bisa berkomunikasi dengan keluarganya yang jauh, dengan teman-temannya tanpa harus bertemu, dan lain sebagainya. Subjek AP merasa cemas jika ia merasa tertinggal oleh sebuah informasi atau sebuah fenomena yang sedang viral. Ia merasa dirinya harus selalu *update*. Oleh sebab itu subjek AP tidak bisa terlepas dari *smartphone*-nya.

Subjek MIP (Usia 23 tahun)

Subjek MIP merupakan mahasiswa aktif di kampus. Di kampus subjek MIP sering melakukan komunikasi dengan teman-teman seusianya. Subjek MIP merasa tidak pernah puas dengan apa yang orang lain lakukan. Sehingga ia ingin sekali melakukan *upgrade* diri. Menurut subjek MIP media sosial media paling nyaman untuk melakukan interaksi. Di manapun subjek MIP berada ia tidak bisa lepas dari rasa cemas dan ketakutan agar tidak ketinggalan informasi dan berusaha tetap terhubung dengan apa yang orang lain lakukan. Bahkan kecanduan internet yang subjek MIP lakukan membawa dampak buruk seperti melupakan kewajibannya sebagai mahasiswa. Hal ini dikarenakan subjek MIP terlalu memikirkan aktivitas-aktivitasnya di media sosial.

“Keseharian aku pasti ada dong interaksi dengan teman-teman di kampus tidak sesering beinteraksi di media sosial sih, kalo lagi ngumpul bareng tu aku suka live di Instagram”(wawancara dengan MIP, 13 Oktober 2023).

Subjek MIP rutin menggunakan media sosial, tidak terkontrol sehingga tidak mengenal keterbatasan waktu dan tempat, tanpa disadari kebiasaan ini menjadi candu dan mempengaruhi hubungan subjek dengan lingkungannya termasuk dengan teman-temannya dan keluarganya. Subjek MIP paling aktif di media sosial TikTok. Subjek MIP juga ingin

terlihat keren di hadapann netizen. Bahkan setiap hari subjek MIP melakukan *live streaming* di akun TikTok-nya untuk mendapatkan pengakuan dari netizen yang menontonnya.

Berdasarkan beberapa petikan wawancara yang dilakukan pada informan penelitian di atas dapat disimpulkan, bahwasanya subjek yang merupakan mahasiswa-mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI) yang terdeteksi FoMO, dalam kesehariannya melakukan interaksi bersama teman-temannya di kampus dengan situasi dan kondisi yang beragam seperti sedang makan di kantin, sedang nongkrong di taman kampus, sedang menunggu dosen, dan lain sebagainya. Namun mereka tidak pernah lepas dari media sosial-nya. Mereka ingin selalu terhubung dengan media sosial. Mahasiswa FoMO seakan-akan menjadikan media sosial sebagai kebutuhan primer.

Informan yang terdeteksi FoMO, dengan adanya hubungan emosional yang terjalin membuatnya kerap kali memperhatikan postingan teman-temannya di media sosial. Di mana mereka tertarik untuk mencari tahu apa kegiatan yang dilakukan oleh teman-temannya di sosial media. Manusia memiliki fitrah di mana tidak pernah merasa puas dan selalu ingin lebih, sehingga menimbulkan perasaan iri hati dalam diri mereka. Di mana mereka selalu merasa tidak puas dengan kehidupan yang mereka jalani karena adanya keterbatasan pada diri mereka. Subjek rutin menggunakan media sosial, tidak terkontrol sehingga tidak mengenal keterbatasan waktu dan tempat, tanpa disadari kebiasaan ini menjadi candu dan mempengaruhi hubungan mahasiswa dengan lingkungannya, termasuk dengan teman-temannya, anggota keluarganya dan lain-lain.

Semua subjek merupakan pengguna aktif *smartphone* dan media sosial. Dalam kehidupan sehari-hari subjek menghabiskan banyak waktu dengan *smartphone* dan media sosialnya. Media sosial dapat menyebabkan seseorang mengalami sindrom FoMO. Ada subjek yang mengabaikan perkuliahannya, lupa dengan waktu dan tempat, tidak memedulikan lingkungan sekitarnya. Media sosial yang berlebihan dapat membuat subjek mengalami FoMO, subjek yang mengalami FoMO terpengaruh dari faktor lingkungan mereka.

Durasi penggunaan media sosial mayoritas berada pada durasi + 10 jam/hari. Seperti yang dikatakan (Gezgin, 2017) menyebutkan tingkat FoMO lebih tinggi pada seseorang yang menghabiskan lebih banyak waktu di media sosial terutama bagi seseorang yang menghabiskan waktu sekitar 5-7 jam/hari. Artinya, 5 orang informan dalam penelitian ini memiliki kebutuhan yang tinggi untuk mengakses media sosial dalam sehari dan termasuk dalam kategori terpapar FoMO. Gambaran keseharian mahasiswa terdeteksi FoMO menyatakan ia tidak bisa lepas dari yang namanya media sosial dan selalu *update* dengan segala hal yang ada di media sosial.

Timbulnya pengalaman subjek dalam penggunaan media secara berlebihan membuat subjek tidak sadar bahwa ia mengalami sindrom FoMO. Hal ini dibuktikan oleh beberapa penelitian yang menyatakan bahwa FoMO memiliki hubungan dengan media sosial. Semakin sering ia menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-harinya, maka semakin tinggi tingkat FoMO seseorang (Przypylsky, A.K., Murayama, K., DeHan, C.R & Gladwell, V, 2013). Dari data di lapangan, juga menunjukkan bahwa subjek menggunakan *smartphone* dan media sosial berawal dari lingkungan sekitar yang juga tidak lepas dari media sosial. Sehingga membuat subjek terus ingin selalu meng-*update* dirinya dan tetap terhubung dengan media sosial. Lebih lanjut dijelaskan bahwa penggunaan media sosial, seseorang mengakses

media sosialnya hingga ratusan kali setiap harinya (Manning, 2016). Hal ini disebabkan subjek terlalu bergantung dengan kemudahan yang ditawarkan oleh *smartphone*. Bagi remaja yang mengalami FoMO, menganggap media sosial itu penting untuk dimiliki karena menurutnya dengan memosting momen-momen kesehariannya di media sosial dapat menjadikan bukti bahwa mereka akan mendapatkan pengakuan dari teman-temannya di media sosial.

Dampak yang timbul dari ketakutan dan kecemasan akan kehilangan momen yang dialami subjek antara lain terganggunya waktu tidur (bergadang), terganggunya waktu perkuliahan atau belajar, terganggunya waktu bersama keluarga, tidak peduli terhadap lingkungannya, tidak dapat sepenuhnya menikmati kebersamaan di dunia nyata karena sibuk dengan media sosialnya dan bahkan cenderung merasa kurang puas dengan apa yang mereka miliki. Fenomena ini terbukti berdampak pada gaya hidup generasi milenial saat ini. Penelitian yang dilakukan (yaputri, Dindin & Haris, 2022) meneliti tentang hubungan antara *fenomena Fear of Missing Out* (FoMO) dengan perilaku konsumen, kepada 125 orang milenial berusia 20 hingga 38 tahun, menggunakan teknik *convenience sampling*. Penelitian ini menemukan adanya korelasi positif antara FoMO dengan perilaku konsumen di kalangan generasi milenial.

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwasanya subjek yang merupakan mahasiswa-mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI) yang terdeteksi FoMO, dalam kesehariannya melakukan interaksi bersama teman-temannya di kampus dengan situasi dan kondisi yang beragam seperti sedang makan di kantin, sedang nongkrong di taman kampus, sedang menunggu dosen, dan lain sebagainya. Namun mereka tidak pernah lepas dari media sosial-nya. Mereka ingin selalu terhubung dengan media sosial. Mahasiswa FoMO seakan-akan menjadikan media sosial sebagai kebutuhan primer. Penggunaan media sosial secara berlebihan dapat menyebabkan *Fear of Missing Out* (FoMO) yang membuat seseorang dapat mengalami perasaan takut dan cemas akan ketinggalan sebuah informasi atau fenomena yang sedang tren. Hal ini terjadi karena adanya pengaruh dari eksternal atau pengaruh lingkungan di sekitarnya yang membuat subjek terbawa suasana di lingkungannya. Subjek sebaiknya mengetahui bagaimana gejala, faktor yang memengaruhi dan dampak dari *Fear of Missing Out* (FoMO) agar dapat dilakukan pencegahan atau mengurangi gejala pada diri sendiri.

Referensi

- Abdulloh Ali Hasan Muhammad. (2018) .*Gambaran Fear of Missing Out (FoMO) pada Mahasiswa Pekanbaru*. Pekanbaru.
- Adian. (2010). *Pengantar Fenomenologi*. Depok.
- Ahmad Thoriq Alfian, dkk (2022). Prilaku Investasi dan Pengguna Media Sosial : FOMO dan Keterbukaan Diri di Media Sosial. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. Volume 7, No. 4. <http://dx.doi.org/10.30651/jms.v7i4.14036>
- Ayas, T & Mehmed. (2013). Relation Between Depression, Loneliness, Self-Esteem and Internet Addiction. *Reseachgate*, 283-290.

- Cahyadi, A (2021). Gambaran Fenomena Fear Of Missing Out (Fomo) Pada Generasi Z Di Kalangan Mahasiswa. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya,(02),149-154. <http://portal.widyamandala.ac.id/jurnal/index.php/warta/article/view/1039>.
- Carolina. M., & Gayes, M. (2020). Prilaku Komunikasi Remaja dengan Kecenderungan FoMo. *Riset Komunikasi*, 69-92.
- DataIndonesia.id. From Retrieved from: [https:// DataIndonesia.id](https://DataIndonesia.id).
- Gezgin. (2017). Social Networks. *Journal of Education and Practice*,, 156–168.
- Henderi, M. Y., Yuliana, I. Graha. (2007). Pengertian Media Sosial. Retrieved from (<http://wlipurn.blogspot.co.id/2017/04/wlipurn.html>,
- Judithya Anggita Savitri. (2019). Fear of Missing Out dan Kesejahteraan Psikologis Individu Pengguna Media Sosial di Usia Emerging Adulthood. *Acta Psychologia*, Volume 1 Nomor 1, 2019, Halaman 87-96. Available online at: <http://journal.uny.ac.id/index.php/acta-psychologia>.
- Kotler, P. Kevin. L. K. (2012). *Marketing Management, 14th Edition*. United States of Amerika: Pearson.
- Kuswarno, E. (2009). *Tradisi Fenomenologi pada Penelitian Komunikasi*. Bandung: Widya Pendjajaran.
- Laporan Survei Internet APJII*. (2022). From Retrieved from: <https://apji.or.id/survei>
- Manning, A., (2016). Teens are crippled by social media-fueled foMO. Redrieved from <https://www.vocativ.com/329926/teen-social-media-fomo/index.html>
- Moleong., L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nadzirah,S.,Fitriani,W & Yeni,P. (2022). Dampak Sindrom Fomo Terhadap Interaksi Sosial Pada Remaja. *Intelegensia: Jurnal Pendidikan Islam*, Volume 10, No.01,54-60. <https://ejournal.unisnu.ac.id/JI/article/view/3350/pdf>
- Putri, L. S., Purnama, D. H., & Idi, A. (2019). Gaya hidup mahasiswa pengidap Fear of missing out di kota palembang. *Jurnal Masyarakat & Budaya*, 21(2), 129–148. <https://jmb.lipi.go.id/jmb/article/view/867>.
- Przypylsky, A.K., Murayama, K., DeHan, C.R & Gladwell, V. (2013). Motivational, Emotional and Behavioral Correlates of fear of missing out. *Computer in Human Behavior*, 1841-1848.
- Rizki Setiawan Akbar, dkk. (2018).Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FOMO) pada Remaja Kota Samarinda. *sikostudia : Jurnal Psikologi* Vol 7, No 2.
- Sarina, dkk. (2023). Self Esteem dan Sindrom *Fear of Missing Out* Mahasiswa Psikologi. *Jurnal Sublimapsi* vol 4(1). Universitas Halu Oleo.
- Siradjuddin Syukri, dkk. (2023). *Fear of Missing Out* (Sebuah Tinjauan Fenomenologi di Universitas Mandala Waluya). *Jurnal Janaloka*. Vol. 1(1). <https://doi.org/10.54883/janaloka.v1i1.293>
- Siti Nuriyah Fatkhul Jannah. (2022). Gelaja *Fear of Missing Out* dan Adiksi Media Sosial Remaja Putri di Era Covid-19. *Jurnal Paradigma : Jurnal Multidisipliner Mahasiswa Pascasarjana Indonesia*, Vol. 3 No.1. UIN Syarif Hidayatullah, Banten.
- Sulastri, S., & Sylvia, I. (2022). Hambatan Interaksi Sosial Mahasiswa Terindikasi Fear of Missing Out (FoMO) (Studi Kasus: Mahasiswa FIS UNP). *Jurnal Perspektif*, 5(3), 324–332. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v5i3.640>.
- Yaputri, M.S.,Dindin., D.,& Haris., H. (2022). Phenomenon And Consumptive Behavior In Millennials. *Journal of Social Science*, 116-124.
- Yusriyah, A. (2021). Kecanduan Media Sosial (FoMO) pada Generasi Milenial. *Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 86 - 106.