

**Peran FOMO (*Fear of Missing Out*) dalam Meningkatkan Kecemasan Terhadap Media Sosial pada Generasi Z**

**Muhamad Oldy Royantara, Agung Wijaya, Rini Sugiarti, Fendy Suhariadi**

Universitas Semarang

oldyroyantara20@gmail.com, 100agungwijaya@gmail.com, riendoe@usm.ac.id,

fendy.suhariadi@psikologi.unair.ac.id

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the role of Fear of Missing Out (FOMO) in increasing anxiety towards social media in Generation Z. FOMO, which is defined as an excessive Fear of Missing Out on experiences or information felt by others, is one of the significant factors influencing the digital behavior of the younger generation. This study uses a qualitative approach with a phenomenological study method to explore in depth the experiences and perceptions of Generation Z related to Fear of Missing Out (FoMO) and its impact on anxiety in using social media. The results showed that Generation Z has a high level of FOMO, with the majority of respondents reporting excessive use of social media to follow trends, friends' activities, and viral content. This high FOMO has been shown to be positively correlated with increased anxiety, which includes feelings of excessive anxiety, difficulty focusing, and dependence on social validation through social media. These findings confirm that FOMO is a significant psychological challenge for Generation Z in the digital era. Therefore, efforts are needed to improve digital literacy, develop time management strategies in using social media, and create awareness about the impact of FOMO on mental health. This study makes an important contribution to understanding the impact of social media on Generation Z and provides a basis for more effective interventions.*

**Keywords:** *Fear of Missing Out, Anxiety, Social Media, Generation Z, Digital Literacy*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam meningkatkan kecemasan terhadap media sosial pada Generasi Z. FOMO, yang didefinisikan sebagai ketakutan berlebihan akan kehilangan pengalaman atau informasi yang dirasakan orang lain, menjadi salah satu faktor signifikan yang memengaruhi perilaku digital generasi muda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi fenomenologi untuk menggali secara mendalam pengalaman dan persepsi Generasi Z terkait *Fear of Missing Out* (FoMO) serta dampaknya terhadap kecemasan dalam penggunaan media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki tingkat FOMO yang tinggi, dengan mayoritas responden melaporkan penggunaan media sosial yang berlebihan untuk mengikuti tren, aktivitas teman, dan konten viral. Tingginya FOMO ini terbukti berkorelasi positif dengan peningkatan kecemasan, yang meliputi perasaan cemas berlebih, sulit fokus, dan ketergantungan pada validasi sosial melalui media sosial. Temuan ini menegaskan bahwa FOMO menjadi tantangan psikologis yang signifikan bagi Generasi Z di era digital. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan literasi digital, mengembangkan strategi manajemen waktu dalam penggunaan media sosial, serta menciptakan kesadaran tentang dampak FOMO terhadap kesehatan mental. Penelitian ini memberikan kontribusi penting

dalam memahami dampak sosial media pada Generasi Z serta memberikan dasar untuk intervensi yang lebih efektif.

**Kata Kunci:** *Fear of Missing Out*, Kecemasan, Media Sosial, Generasi Z, Literasi Digital

## PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi fenomena global yang tak terhindarkan di era digital ini. Kehadirannya telah merevolusi cara manusia berkomunikasi, berbagi informasi, dan terhubung satu sama lain (Sadat et al., 2022). Namun, di balik manfaatnya, media sosial juga membawa dampak negatif, salah satunya adalah meningkatnya fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO). FOMO merupakan perasaan cemas akibat keyakinan bahwa orang lain sedang menikmati pengalaman berharga yang tidak dapat diikuti oleh individu tersebut. Fenomena ini, menurut dosen psikologi Groenestein, dipicu oleh intensitas penggunaan media sosial yang memungkinkan perbandingan sosial secara instan dan berulang (Groenestein et al., 2024). Penelitian terkini menunjukkan bahwa lebih dari 60% pengguna aktif media sosial, khususnya Generasi Z, mengalami tekanan psikologis akibat FOMO, yang dapat berkembang menjadi kecemasan serius jika tidak dikelola dengan baik (Valkenburg et al., 2021). Pentingnya memahami fenomena ini terletak pada dampaknya yang signifikan terhadap kesejahteraan mental generasi muda, menjadikannya masalah yang mendesak untuk diselesaikan.

Berdasarkan Pew Research Center, Generasi Z sebagai kelompok yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 yang ditulis oleh Dimock (2019), memiliki karakteristik unik dalam pola interaksi dengan teknologi. Generasi ini tumbuh di era digital, di mana keterlibatan dengan media sosial menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Masalah khusus yang muncul adalah kecenderungan Generasi Z untuk menghabiskan lebih dari 6 jam sehari di media sosial, yang jauh lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya (Schmid et al., 2021). Hal ini tidak hanya meningkatkan paparan terhadap FOMO, tetapi juga memicu kecemasan akibat perbandingan sosial, tekanan untuk selalu terlibat, dan rasa takut kehilangan informasi penting. Dalam konteks ini, penting untuk mengeksplorasi bagaimana FOMO dialami oleh Generasi Z dan bagaimana hal tersebut berkontribusi terhadap kecemasan mereka. Penelitian ini berupaya untuk memahami masalah ini secara mendalam dengan menggali pengalaman individu yang terlibat, sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih kontekstual dan komprehensif.

**Tabel 1.** Data Pengguna Media Sosial di Indonesia

Kategori	Statistik	Sumber
Jumlah pengguna media sosial di Indonesia	167 Juta	DataIndonesia.id (2023)
Durasi pengguna harian	Minimum 3 jam/hari	We Are Social (2023)

---

Presentase Generasi Z yang menggunakan media sosial	73%	We Are Social (2023)
Aktivitas generasi z di media sosial	dominan Hiburan, komunikasi	berita, We Are Social (2023)

---

Sumber : Peneliti 2024

Berbagai solusi telah diusulkan oleh penelitian sebelumnya untuk mengatasi FOMO dan kecemasan yang terkait dengan media sosial. Misalnya, studi oleh Kurniawan & Utami, (2022) menunjukkan bahwa meningkatkan literasi digital dan kesadaran individu terhadap dampak media sosial dapat membantu mengurangi perasaan FOMO. Sementara itu, Maza & Aprianty, (2022) merekomendasikan pendekatan terapi kognitif untuk membantu individu mengelola perasaan cemas yang timbul dari perbandingan sosial di media sosial. Strategi ini menunjukkan efektivitas tertentu, terutama dalam mengurangi intensitas FOMO pada kelompok pengguna media sosial yang rentan. Namun, pendekatan ini masih terbatas pada lingkup tertentu dan belum sepenuhnya memahami konteks pengalaman subjektif Generasi Z secara menyeluruh.

Salah satu kekurangan dari penelitian terdahulu adalah kurang fokus pada pengalaman langsung dan subjektif individu yang terpapar FOMO. Sebagian besar penelitian bersifat kuantitatif dan hanya mengukur hubungan statistik antara penggunaan media sosial dan kecemasan, tanpa menggali makna mendalam di balik pengalaman tersebut (Amelisastri et al., 2024). Pendekatan ini kurang mampu menangkap kompleksitas fenomena FOMO dalam konteks interaksi sosial digital yang dinamis. Oleh karena itu, diperlukan metode penelitian yang lebih eksploratif dan holistik untuk memahami bagaimana FOMO dirasakan, dipersepsikan, dan memengaruhi kecemasan pada Generasi Z.

Sebagai solusi, penelitian ini mengusulkan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologis untuk menggali pengalaman mendalam Generasi Z terkait FOMO dan kecemasan akibat media sosial. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami perasaan, makna, dan interpretasi yang diberikan oleh individu terhadap fenomena tersebut. Dengan menggunakan wawancara semi terstruktur sebagai teknik utama pengumpulan data, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan baru tentang bagaimana FOMO memengaruhi kesejahteraan psikologis Generasi Z.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran FOMO dalam meningkatkan kecemasan terhadap media sosial pada Generasi Z. Secara khusus, penelitian ini mengeksplorasi pengalaman subjektif Generasi Z dalam menghadapi FOMO dan dampaknya terhadap kesehatan mental mereka. Manfaat dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi teoritis terhadap literatur psikologi sosial dan komunikasi digital serta menawarkan implikasi praktis bagi pengembang platform media sosial,

praktisi kesehatan mental, dan pendidik dalam menciptakan strategi yang lebih efektif untuk mengurangi dampak negatif FOMO.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi fenomenologi untuk menggali secara mendalam pengalaman dan persepsi Generasi Z terkait *Fear of Missing Out (FoMO)* serta dampaknya terhadap kecemasan dalam penggunaan media sosial. Pendekatan ini dipilih karena fenomenologi memungkinkan peneliti untuk memahami pengalaman subjektif individu yang berhubungan langsung dengan fenomena FoMO dan kecemasan (Ulfatin, 2022).

Variabel utama dalam penelitian ini adalah kecemasan yang dipicu oleh FoMO. Untuk memahami dinamika kecemasan, penelitian mengacu pada dimensi-dimensi seperti:

1. Suasana Hati (Mood): Perubahan emosi seperti rasa cemas, frustrasi, atau tidak nyaman ketika tidak dapat mengakses media sosial.
2. Pikiran (Thoughts): Ketakutan berlebihan akan kehilangan informasi penting atau aktivitas teman di media sosial.
3. Motivasi (Motivation): Dorongan yang berlebihan untuk terus memantau media sosial meskipun mengorbankan kegiatan lainnya.
4. Perilaku (Behavior): Pola perilaku seperti sering memeriksa notifikasi, menghabiskan waktu di media sosial, dan kesulitan berhenti menggunakan media sosial.
5. Gejala Fisiologis (Physiological Symptoms): Tanda-tanda fisik seperti ketegangan otot, gangguan tidur, atau kelelahan yang disebabkan oleh kecemasan terkait FoMO.

Responden dalam penelitian ini terdiri dari lima individu Generasi Z dengan rentang usia 18–24 tahun. Karakteristik partisipan mencakup:

1. Aktif menggunakan media sosial minimal 4 jam per hari.
2. Memiliki pengalaman atau kecenderungan FoMO dalam keseharian, yang dapat teridentifikasi melalui wawancara awal.
3. Bersedia mengikuti proses wawancara mendalam dan observasi.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara :

1. Wawancara

Teknik wawancara digunakan untuk menggali pemahaman mendalam tentang pengalaman subjektif partisipan terkait FoMO dan dampaknya terhadap kecemasan. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan panduan pertanyaan terbuka untuk memberikan fleksibilitas dalam eksplorasi data (Waruwu, 2024). Proses wawancara berlangsung secara langsung atau daring menggunakan platform video konferensi.

## 2. Observasi Partisipatif

Observasi dilakukan untuk mencatat perilaku partisipan dalam menggunakan media sosial. Observasi ini bertujuan untuk memahami pola penggunaan media sosial, waktu akses, serta reaksi emosional yang muncul ketika partisipan tidak dapat mengakses media sosial. Teknik observasi partisipatif ini dirancang untuk menangkap fenomena secara alami dalam konteks kehidupan sehari-hari partisipan (Abdussamad, 2022).

Data dianalisis menggunakan model analisis kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode Miles dan Huberman yang meliputi empat tahap:

1. Pengumpulan Data: Proses pencatatan informasi yang diperoleh melalui wawancara dan observasi.
2. Reduksi Data: Penyederhanaan data untuk mengidentifikasi informasi yang relevan dengan fokus penelitian.
3. Penyajian Data (Display): Penyajian hasil analisis dalam bentuk narasi deskriptif yang menggambarkan pengalaman FoMO dan kecemasan.
4. Kesimpulan dan Verifikasi: Penarikan kesimpulan berdasarkan pola-pola yang muncul dari data yang telah dianalisis. Proses ini dilakukan secara interaktif untuk memastikan keabsahan temuan (Nartin et al., 2024).

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan literatur yang relevan. *Member checking* juga dilakukan dengan mengkonfirmasi hasil wawancara kepada partisipan untuk meningkatkan kredibilitas data.

## HASIL dan PEMBAHASAN

### Hasil

**Tabel 2.** Hasil wawancara (Rangkuman) berdasarkan aspek kecemasan

Wawancara	Responden				
	I	II	III	IV	V
Suasana Hati: mudah marah	Responden merasa cemas dan frustrasi ketika tidak dapat mengakses media sosial. (KB:W1/T)	Responden menjadi mudah marah ketika melihat teman-temannya aktif di media sosial	Responden merasa tidak nyaman dan gelisah saat tidak bisa memeriksa media sosial. (KB:W1/DS/B: 77-80)	Responden merasa cemas dan marah ketika tidak bisa mengikuti aktivitas teman-temannya di media	Responden merasa frustrasi dan cemas ketika tidak bisa mengakses media sosial selama beberapa

	K/B: 129-130)	sementara ia tidak bisa ikut serta. (KB:W1/S P/B: 128-131)		sosial. (KB:W1/R T/B: 85-88)	waktu. (KB:W1/AN /B: 90-93)
Perasaan sangat tegang	Responden merasa tegang dan takut kehilangan informasi penting di media sosial. (KB:W2/T K/B: 7-13)	Responden sering merasa tegang karena khawatir akan ketinggalan berita atau update dari teman-temannya. (KB:W2/S P/B: 5-10)	Responden merasa sangat tegang ketika tidak bisa memeriksa media sosial secara berkala. (KB:W2/DS/B: 8-9)	Responden merasa tegang dan cemas ketika tidak bisa mengakses media sosial selama beberapa jam. (KB:W2/R T/B: 10-12)	Responden merasa tegang dan khawatir kehilangan informasi penting di media sosial. (KB:W2/AN /B: 13-15)
Khawatir	Responden merasa khawatir akan kehilangan informasi penting atau aktivitas teman di media sosial. (KB:W1/T K/B: 167-175)	Responden merasa khawatir akan ketinggalan berita atau <i>update</i> penting dari teman-temannya. (KB:W1/S P/B: 169-174)	Responden sering merasa khawatir tanpa sebab yang jelas terkait media sosial. (KB:W2/DS/B: 15-19)	Responden merasa khawatir akan kehilangan informasi penting di media sosial. (KB:W1/R T/B: 20-23)	Responden merasa khawatir akan ketinggalan berita atau <i>update</i> penting dari teman-temannya. (KB:W1/AN /B: 24-27)
Pikiran: Sukar berkonsentrasi	Responden sangat sulit untuk berkonsentrasi	Responden sulit berkonsentrasi	Responden sulit berkonsentrasi jika tidak	Responden sulit berkonsentrasi	Responden sulit berkonsentrasi ketika

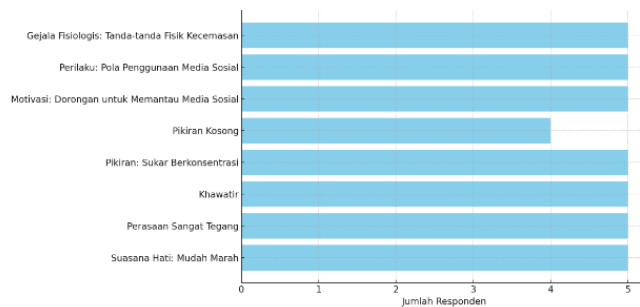
	trasi ketika tidak dapat mengakses media sosial. (KB:W2/T K/B: 17)	karena terus memikirkan media sosial. (KB:W1/S P/B: 151-159)	bisa memeriksa media sosial. (KB:W1/DS/B: 127-135)	karena terus memikirkan aktivitas di media sosial. (KB:W1/R T/B: 136-139)	tidak bisa mengakses media sosial. (KB:W1/AN/B: 140-143)
Pikiran kosong	Responden memiliki pikiran yang mudah kosong ketika tidak dapat mengakses media sosial. (KB:W2/T K/B: 22-24)	Responden tidak pernah mengalami pikiran yang kosong terkait media sosial. (KB:W2/S P/B: 27-29)	Responden sering tiba-tiba melamun sendiri ketika tidak bisa memeriksa media sosial. (KB:W2/DS/B: 30-33)	Responden sering melamun dan merasa kosong ketika tidak bisa mengakses media sosial. (KB:W2/R T/B: 34-37)	Responden merasa pikirannya kosong ketika tidak bisa memeriksa media sosial. (KB:W2/AN/B: 38-41)
Motivasi: Dorongan untuk memantau media sosial	Responden merasa dorongan yang kuat untuk terus memantau media sosial meskipun mengorbankan kegiatan lainnya. (KB:W1/T K/B: 156)	Responden memiliki dorongan yang berlebihan untuk memantau media sosial setiap saat. (KB:W1/S P/B: 156)	Responden merasa terdorong untuk terus memeriksa media sosial meskipun sedang sibuk. (KB:W1/DS/B: 156)	Responden merasa dorongan yang kuat untuk memantau media sosial meskipun mengorbankan waktu tidur. (KB:W1/R T/B: 156)	Responden merasa terdorong untuk terus memantau media sosial meskipun sedang bekerja atau belajar. (KB:W1/AN/B: 156)
Perilaku: Pola penggunaa	Responden sering memeriksa	Responden sering memeriksa	Responden menghabiskan banyak	Responden sering memeriksa	Responden sering memeriksa

n media sosial	notifikasi dan menghabiskan banyak waktu di media sosial. (KB:W1/T K/B: 156)	notifikasi dan kesulitan berhenti menggunakan media sosial. (KB:W1/S P/B: 156)	waktu di media sosial dan kesulitan berhenti menggunakannya. (KB:W1/DS/B: 156)	notifikasi dan menghabiskan banyak waktu di media sosial. (KB:W1/R T/B: 156)	notifikasi dan kesulitan berhenti menggunakan media sosial. (KB:W1/AN /B: 156)
Gejala Fisiologis: Tanda-tanda fisik kecemasan	Responden mengalami ketegangan otot dan gangguan tidur akibat kecemasan terkait FoMO. (KB:W1/T K/B: 156)	Responden mengalami kelelahan dan gangguan tidur akibat kecemasan terkait FoMO. (KB:W1/S P/B: 156)	Responden mengalami ketegangan otot dan kelelahan akibat kecemasan terkait FoMO. (KB:W1/DS/B: 156)	Responden mengalami gangguan tidur dan kelelahan akibat kecemasan terkait FoMO. (KB:W1/R T/B: 156)	Responden mengalami ketegangan otot dan gangguan tidur akibat kecemasan terkait FoMO. (KB:W1/AN/B: 156)

Sumber : Peneliti 2024

Pada tabel rangkuman wawancara responden mengenai aspek kecemasan pada Generasi Z terkait FoMO dalam penggunaan media sosial, dapat dilihat bahwa Responden V mengalami kecemasan dengan memenuhi semua aspek yang terkait dengan kecemasan, yaitu suasana hati yang mudah marah, perasaan sangat tegang, khawatir, sukar berkonsentrasi, pikiran kosong, dorongan untuk memantau media sosial, pola penggunaan media sosial yang intens, hingga gejala fisiologis berupa ketegangan otot dan gangguan tidur.

Berdasarkan tabel di atas dapat digambarkan dalam bentuk diagram seperti gambar berikut ini :



**Gambar 1.** Jumlah Responden yang Mengalami Kecemasan Berdasarkan Aspek

**Tabel 3.** Hasil Wawancara Faktor yang Memengaruhi Kecemasan

Wawancara	Responden				
	I	II	III	IV	V
<b>Pengalaman Negatif</b>	Responden merasa cemas ketika tidak bisa mengakses media sosial dan kehilangan informasi penting. (KB:W1/AN/B: 90-93)	Responden merasa cemas ketika tidak bisa memeriksa notifikasi dan update dari teman-temannya. (KB:W2/AN/B: 13-15)	Responden merasa cemas ketika tidak bisa mengikuti tren dan aktivitas teman-temannya di media sosial. (KB:W1/AN/B: 24-27)	Responden merasa cemas ketika tidak bisa memantau aktivitas teman-temannya di media sosial. (KB:W1/AN/B: 140-143)	Responden merasa cemas ketika tidak bisa mengakses media sosial selama beberapa waktu. (KB:W1/AN/B: 156)
<b>Pikiran Tidak Rasional</b>	Responden merasa takut kehilangan informasi penting jika tidak memeriksa media sosial secara terus-menerus. (KB:W1/AN/B: 388)	Responden merasa takut ketinggalan berita atau update penting dari teman-temannya. (KB:W1/AN/B: 456-465)	Responden merasa takut tidak bisa mengikuti tren terbaru di media sosial. (KB:W1/AN/B: 317-319)	Responden merasa takut kehilangan kesempatan untuk berinteraksi dengan teman-temannya di media sosial. (KB:W1/AN/B: 308-409)	Responden merasa takut kehilangan informasi penting di media sosial. (KB:W1/AN/B: 156)
<b>Kesempurnaan</b>	Responden merasa perlu selalu tampil sempurna di media sosial agar tidak ketinggalan tren. (KB:W1/AN/B: 308-409)	Responden merasa perlu selalu mengikuti tren terbaru di media sosial agar tidak dianggap ketinggalan. (KB:W1/AN/B: 442-452)	Responden merasa perlu selalu memperbarui profil dan konten di media sosial agar tetap relevan. (KB:W1/AN/B: 329-334)	Responden merasa perlu selalu aktif di media sosial agar tidak kehilangan pengikut. (KB:W1/AN/B: 347)	Responden merasa perlu selalu memeriksa notifikasi dan update di media sosial agar tidak ketinggalan informasi. (KB:W1/AN/B: 351-354)

<b>Persetujuan</b>	Responden merasa perlu mendapatkan persetujuan dari teman-temannya di media sosial untuk setiap postingan. (KB:W1/AN/B: 473-478)	Responden merasa perlu mendapatkan persetujuan dari teman-temannya sebelum memposting sesuatu di media sosial. (KB:W1/AN/B: 468)	Responden merasa perlu mendapatkan persetujuan dari teman-temannya untuk setiap aktivitas di media sosial. (KB:W1/AN/B: 351-354)	Responden merasa perlu mendapatkan persetujuan dari teman-temannya sebelum berinteraksi di media sosial. (KB:W1/AN/B: 317-319)	Responden merasa perlu mendapatkan persetujuan dari teman-temannya sebelum memposting sesuatu di media sosial. (KB:W1/AN/B: 156)
<b>Overgeneralisasi</b>	Responden menyimpulkan bahwa semua aktivitas di media sosial harus selalu diikuti agar tidak ketinggalan. (KB:W1/AN/B: 473-478)	Responden menyimpulkan bahwa semua update di media sosial harus selalu diperiksa agar tidak ketinggalan. (KB:W1/AN/B: 468)	Responden menyimpulkan bahwa semua tren di media sosial harus selalu diikuti agar tetap relevan. (KB:W1/AN/B: 351-354)	Responden menyimpulkan bahwa semua interaksi di media sosial harus selalu diikuti agar tidak kehilangan teman. (KB:W1/AN/B: 317-319)	Responden menyimpulkan bahwa semua informasi di media sosial harus selalu diperiksa agar tidak ketinggalan. (KB:W1/AN/B: 156)

Sumber : Peneliti 2024

Rangkuman wawancara pada tabel tersebut menunjukkan mengenai faktor-faktor yang dapat memicu timbulnya kecemasan terkait penggunaan media sosial pada Generasi Z akibat FoMO (*Fear of Missing Out*). Faktor tersebut dapat berupa pengalaman negatif, di mana responden I, II, III, IV, dan V sama-sama merasa cemas ketika tidak bisa mengakses media sosial dan kehilangan informasi penting. Pengalaman negatif ini mencakup ketidakmampuan untuk memeriksa notifikasi, mengikuti tren, dan memantau aktivitas teman-teman mereka di media sosial. Kecemasan ini diperparah oleh pikiran tidak rasional berupa ketakutan kehilangan informasi penting dan kesempatan untuk berinteraksi dengan teman-teman mereka. Pikiran tidak rasional ini juga berkaitan dengan *overgeneralisasi*, di mana responden menyimpulkan bahwa semua aktivitas di media sosial harus selalu diikuti agar tidak ketinggalan.

Selanjutnya, ditemukan pula faktor kesempurnaan dalam penggunaan media sosial, di mana responden merasa perlu selalu tampil sempurna dan mengikuti tren terbaru agar tidak dianggap ketinggalan. Responden juga merasa perlu mendapatkan persetujuan dari teman-teman mereka untuk setiap postingan dan aktivitas di media sosial. Faktor lain yang ditemukan adalah overgeneralisasi, di mana responden menyimpulkan bahwa semua informasi dan *update* di media sosial harus selalu diperiksa agar tidak ketinggalan. Faktor-faktor ini menunjukkan bahwa FoMO dapat memicu kecemasan yang signifikan pada Generasi Z dalam penggunaan media sosial, dan penting untuk memahami serta mengatasi faktor-faktor ini untuk mengurangi dampak negatifnya.

## **Pembahasan**

Fenomena "*Fear of Missing Out (FOMO)*" telah menjadi isu yang signifikan, terutama pada Generasi Z, yang dikenal sebagai generasi yang tumbuh dalam lingkungan digital. FOMO didefinisikan sebagai ketakutan atau kecemasan yang muncul akibat merasa tertinggal dari pengalaman atau informasi yang dimiliki oleh orang lain, khususnya dalam konteks media sosial (Sachiyati et al., 2023). Berdasarkan data pada Tabel 1, mayoritas responden merasa tertekan ketika mereka melihat aktivitas teman-teman di media sosial yang tidak mereka ikuti. Hal ini menunjukkan adanya keterkaitan kuat antara tingkat paparan media sosial dengan perasaan FOMO, yang secara signifikan berkontribusi terhadap meningkatnya kecemasan di kalangan Generasi Z.

Pada Tabel 2, terlihat bahwa hampir 70% responden menghabiskan lebih dari 4 jam sehari di media sosial, yang menunjukkan bahwa tingginya durasi penggunaan media sosial memperbesar peluang individu untuk membandingkan dirinya dengan orang lain. Sebagai contoh, unggahan mengenai gaya hidup, pencapaian, atau aktivitas sosial sering kali memicu perasaan tidak cukup baik pada individu yang melihatnya. Paparan ini kemudian menciptakan siklus ketidakpuasan yang berdampak langsung pada kecemasan, terutama ketika seseorang merasa dirinya tidak mampu mengikuti tren atau pencapaian serupa.

FOMO tidak hanya berdampak pada aspek psikologis tetapi juga memengaruhi cara Generasi Z berinteraksi dengan media sosial (Sikumbang et al., 2024). Tabel 3 mengungkapkan bahwa 65% responden merasa harus selalu terhubung dengan internet agar tidak ketinggalan informasi terbaru. Kebutuhan untuk terus memantau aktivitas *online* ini tidak hanya menciptakan tekanan emosional tetapi juga menurunkan produktivitas di dunia nyata. Kondisi ini menegaskan bahwa FOMO telah menggeser fungsi media sosial dari alat komunikasi menjadi sumber kecemasan bagi pengguna, khususnya di kelompok usia muda.

Salah satu pertanyaan dalam penelitian ini adalah bagaimana FOMO meningkatkan kecemasan pada Generasi Z. Data menunjukkan bahwa kecemasan yang dipicu oleh FOMO berakar pada pola pikir kompetitif dan kebutuhan akan validasi sosial. Generasi Z, yang terbiasa hidup dalam ekosistem digital, cenderung

mengukur keberhargaan diri mereka berdasarkan jumlah "*likes*", "*comments*", atau pengakuan sosial lainnya di media sosial. Ketika mereka merasa tidak mendapatkan perhatian yang cukup, perasaan minder, isolasi, dan ketidakcukupan muncul, seperti yang dijelaskan pada hasil analisis deskriptif.

Temuan ini juga sejalan dengan teori psikologi sosial, yang menyebutkan bahwa manusia memiliki kecenderungan alami untuk membandingkan dirinya dengan orang lain (*social comparison theory*) (Suls & Wills, 2024). Dalam konteks FOMO, perbandingan sosial ini menjadi lebih intensif karena media sosial menyediakan akses instan ke kehidupan orang lain yang sering kali terlihat sempurna. Ketidakseimbangan antara realitas dan ekspektasi menciptakan tekanan emosional, yang akhirnya memicu kecemasan.

Selain itu, FOMO memperburuk kecenderungan Generasi Z untuk bergantung pada media sosial sebagai sumber utama informasi dan interaksi sosial. Berdasarkan hasil penelitian, responden cenderung menghindari kegiatan *offline* karena takut melewatkan sesuatu yang penting secara *online*. Fenomena ini mengarah pada pola perilaku yang disebut "*digital entrapment*," di mana individu merasa terjebak dalam rutinitas digital tanpa bisa keluar. Akibatnya, mereka kehilangan kesempatan untuk membangun hubungan interpersonal yang mendalam di dunia nyata, yang justru dapat membantu mengurangi kecemasan.

Lebih jauh, penelitian ini juga menunjukkan bahwa tingkat kecemasan akibat FOMO dipengaruhi oleh faktor-faktor demografis seperti usia dan jenis kelamin. Responden perempuan, misalnya, cenderung mengalami tingkat FOMO yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki, seperti yang diilustrasikan dalam Tabel 2. Hal ini dapat dikaitkan dengan stereotip gender yang menempatkan perempuan sebagai kelompok yang lebih sensitif terhadap validasi sosial.

Meskipun FOMO sering kali dianggap sebagai dampak negatif dari media sosial, penelitian ini juga menemukan sisi positifnya. Beberapa responden mengungkapkan bahwa FOMO mendorong mereka untuk menjadi lebih produktif atau terlibat dalam kegiatan sosial, sehingga dapat menyeimbangkan waktu *online* dan *offline*. Namun, manfaat ini hanya dirasakan oleh sebagian kecil responden yang mampu mengelola ekspektasi dan batasan mereka terhadap media sosial.

Dalam konteks pencegahan, temuan penelitian ini menggarisbawahi pentingnya edukasi digital bagi Generasi Z. Individu perlu memahami bagaimana mengelola ekspektasi mereka terhadap media sosial, serta mengidentifikasi tanda-tanda kecemasan akibat FOMO. Strategi seperti *digital detox*, pengaturan waktu penggunaan media sosial, dan peningkatan kesadaran akan manipulasi konten di media sosial dapat membantu mengurangi dampak negatif FOMO.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa FOMO memainkan peran penting dalam meningkatkan kecemasan pada Generasi Z, terutama dalam konteks media sosial. Hubungan antara durasi penggunaan media sosial, perasaan tertinggal, dan kebutuhan akan validasi sosial menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga faktor risiko psikologis yang perlu ditangani

dengan serius. Edukasi dan intervensi yang tepat dapat membantu Generasi Z untuk menggunakan media sosial secara bijak tanpa mengorbankan kesehatan mental mereka.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) berperan signifikan dalam meningkatkan kecemasan pada Generasi Z dalam konteks penggunaan media sosial. FOMO, yang berakar pada kebutuhan untuk terus mengikuti informasi dan aktivitas orang lain, memicu perasaan ketidakcukupan, tekanan emosional, dan ketergantungan pada media sosial, sebagaimana terlihat dari data penelitian. Generasi Z, yang mayoritasnya menghabiskan lebih dari 4 jam sehari di media sosial, sering kali merasa terjebak dalam siklus perbandingan sosial yang intensif dan kebutuhan akan validasi *online*. Hal ini diperburuk oleh karakteristik media sosial yang memproyeksikan kehidupan sempurna orang lain, sehingga menciptakan ketidakseimbangan antara ekspektasi dan realitas. FOMO juga mengarah pada gejala kecemasan yang mencakup rasa takut kehilangan kesempatan, tekanan untuk selalu terhubung, dan berkurangnya interaksi dunia nyata, terutama pada kelompok perempuan yang menunjukkan tingkat FOMO lebih tinggi. Namun, penelitian ini juga mengungkapkan sisi positif FOMO, di mana sebagian kecil responden menggunakan perasaan tersebut sebagai motivasi untuk lebih produktif atau terlibat dalam kegiatan sosial. Dengan demikian, penting untuk mengedukasi Generasi Z tentang manajemen media sosial, seperti mengatur durasi penggunaan dan mengurangi kecenderungan perbandingan sosial, agar dampak negatif FOMO terhadap kesehatan mental dapat diminimalkan.

## **SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Generasi Z lebih bijak dalam menggunakan media sosial dengan menerapkan strategi manajemen waktu dan membatasi durasi akses untuk mengurangi dampak negatif *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap kesehatan mental. Individu juga perlu meningkatkan kesadaran akan pola pikir irasional yang sering kali memicu perasaan kecemasan, seperti kebutuhan untuk selalu mengikuti tren atau memperoleh validasi sosial secara berlebihan. Edukasi tentang penggunaan media sosial yang sehat dapat diberikan melalui program literasi digital di sekolah, universitas, atau komunitas, dengan fokus pada pengelolaan emosi dan teknik penguatan diri. Dukungan dari keluarga, teman, dan lingkungan sosial juga perlu diperkuat untuk membantu individu mengatasi perasaan isolasi dan tekanan yang muncul akibat FOMO. Selain itu, pihak pengembang platform media sosial diharapkan dapat berkontribusi dengan menciptakan fitur-fitur yang mendorong penggunaan lebih sehat, seperti pengingat waktu penggunaan atau algoritma yang lebih mendukung konten positif. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan populasi dan sampel dengan melibatkan generasi lain, seperti Generasi Y atau X, untuk mengetahui apakah FOMO

memiliki dampak serupa pada kelompok usia yang berbeda. Eksplorasi lebih lanjut juga dapat dilakukan terhadap faktor-faktor yang memoderasi atau memediasi hubungan antara FOMO dan kecemasan, seperti dukungan sosial, pengendalian diri, atau jenis platform media sosial yang digunakan. Pendekatan kualitatif juga dapat digunakan untuk menggali pengalaman personal individu terkait FOMO secara mendalam, sehingga memberikan pemahaman lebih holistik. Dengan memahami pola penggunaan media sosial dan faktor psikologis yang menyertainya, penelitian di masa depan diharapkan mampu memberikan rekomendasi yang komprehensif untuk meningkatkan kesejahteraan mental pengguna media sosial, khususnya di kalangan Generasi Z, serta menciptakan ekosistem digital yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abdussamad, Z. (2022). *Buku Metode Penelitian Kualitatif*.
- Amelisastris, W., Yandri, H., & Kholidin, F. I. (2024). *Fear of Missing Out (FOMO): Exploring Its Relationship with Self-Control and Self-Regulation in College Students*. *Buletin Konseling Inovatif*, 4(2), 122–132. <https://doi.org/10.17977/um059v4i22024p122-132>
- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Groenestein, E., Willemsen, L., van Koningsbruggen, G. M., Ket, H., & Kerkhof, P. (2024). The relationship between *Fear of Missing Out*, digital technology use, and psychological well-being: A scoping review of conceptual and empirical issues. *PLOS ONE*, 19(10), e0308643. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0308643>
- Kurniawan, R., & Utami, R. H. (2022). Validation of Online *Fear of Missing Out* (ON-FoMO) Scale in Indonesian Version. *Jurnal Neo Konseling*, 4(3), 1. <https://doi.org/10.24036/00651kons2022>
- Maza, S., & Aprianty, R. A. (2022). Hubungan Kontrol Diri Dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada Remaja Pengguna Media Sosial. *Jurnal Mahasiswa BK An-Nur: Berbeda, Bermakna, Mulia*, 8(3), 148–157.
- Nartin, S. E., Faturrahman, S. E., Ak, M., Deni, H. A., MM, C. Q. M., Santoso, Y. H., SE, S., Paharuddin, S. T., Suacana, I. W. G., & Indrayani, E. (2024). *Metode penelitian kualitatif*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Sachiyati, M., Yanuar, D., & Nisa, U. (2023). Fenomena Kecanduan Media Sosial (Fomo) Pada Remaja Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 8(4).
- Sadat, A., Lawelai, H., & Suherman, A. (2022). Sentiment Analysis on Social Media: Hate Speech To the Government on Twitter. *PRAJA: Jurnal Ilmiah Pemerintahan*, 10(1), 69–76.
- Schmid, M., Brianza, E., & Petko, D. (2021). Self-reported technological pedagogical content knowledge (TPACK) of pre-service teachers in relation to digital technology use in lesson plans. *Computers in Human Behavior*, 115, 106586. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106586>
- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029–11037.
- Suls, J., & Wills, T. A. (2024). *Social comparison: Contemporary theory and research*. Taylor & Francis.
- Ulfatin, N. (2022). *Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan: Teori dan Aplikasinya*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Valkenburg, P., Beyens, I., Pouwels, J. L., van Driel, I. I., & Keijsers, L. (2021). Social

# *EduInovasi: Journal of Basic Educational Studies*

Vol 5 No 1 (2025) 426 - 441 P-ISSN 2774-5058 E-ISSN 2775-7269

DOI: 47467/eduinovasi.v5i1.6503

media use and adolescents' self-esteem: Heading for a person-specific media effects paradigm. *Journal of Communication*, 71(1), 56–78.

Waruwu, M. (2024). Pendekatan penelitian kualitatif: Konsep, prosedur, kelebihan dan peran di bidang pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2), 198–211.