



FEAR OF MISSING OUT (FOMO) DAN KONSEP DIRI GENERASI-Z: DITINJAU DARI ASPEK KOMUNIKASI

Imaddudin

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email: imaddudin@dsn.ubharajaya.ac.id

Abstrak

Media sosial memiliki dua sisi yang menguntungkan dan merugikan, keaktifan dalam mengakses media sosial bisa menimbulkan problematika di kehidupan manusia. *Fear of Missing Out (FoMO)* menjadi salah satu dampak kecanduan penggunaan media sosial, sehingga secara tidak langsung akan membentuk konsepsi diri bagi si penggunanya tersebut. Pendekatan penelitian ini secara kualitatif dengan metode deskriptif interpretatif dari narasumber dikalangan generasi Z. Hasil menjelaskan kaitan FoMO dengan konsepsi diri akan saling berpengaruh karena pembentukan seorang individu akan lahir dari apa yang dilihatnya, diamatinya berdasarkan pengalaman baik pribadi maupun orang lain. FoMO akan menjadi potensi dalam pembentukan diri yang positif jika disadari sebagai modal dalam menyebarkan pesan dan informasi untuk tetap berkomunikasi dengan sekitar maupun khalayak luas. Namun sebaliknya, FoMO akan menjadi konsepsi diri yang negatif jika terus memperburuk kondisi dengan kegelisahan dan ketidakpercayaan diri tersebut. Potensi yang ada akan mendorong berkomunikasi baik di media sosial maupun lingkungan sekitar secara interpersonal, kelompok maupun massa atau khalayak luas. Penelitian ini mendorong penderita FoMO untuk mengenali dirinya dengan memahami serta mengajak untuk lebih bijak dalam bermedia sosial sebagai cerminan individu. Sehingga akan mencapai aspek Komunikasi dalam membentuk pribadi yang terbuka, empati, saling mendukung, bersikap positif dan keselarasan.

Kata Kunci: FoMO, Media Sosial, Konsep Diri

Abstract

Social media has two advantages and disadvantages, activeness in social media can cause problems in human life. Fear of Loss (FoMO) is one of the causes of addiction to the use of social media, so that it will immediately create a self-conception for the user. This research method uses interpretive descriptive method from the source of generation Z. The results that explain the argument of FoMO with self-conception will be interrelated because the individual who will be born from what he sees, observes can help others. FoMO will be a potential in positive self-formation if it is realized as capital in disseminating messages and information to keep communicating with a broad and wide audience. But on the contrary, FoMO will become a negative self-conception if it continues to renew with such anxiety and self-distrust. The existing potential will encourage both social media and the interpersonal environment, groups and masses or broad audiences. This research encourages FOMO sufferers to encourage

themselves by considering and inviting to be wiser in social media as a reflection of individuals. Help achieve communication aspects in forming an open, empathetic, mutually supportive, positive choosing and harmony person.

Kata Kunci: FoMO, Media Sosial, Konsep Diri

PENDAHULUAN

Media sosial (instagram, facebook, twitter, whatsapp, line dan lain sebagainya) pada remaja kini tidak bisa dipandang sebagai hal biasa. Kebiasaan mengakses media sosial tersebut, terkadang menimbulkan suatu problematika, dan tanpa disadari menimbulkan sisi-sisi pengaruh pada kehidupan manusia. Berdasarkan hasil riset Wearesocial Hootsuite yang dirilis Januari 2019 pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi. Jumlah tersebut naik 20% dari survei sebelumnya. Sementara pengguna media sosial *mobile (gadget)* mencapai 130 juta atau sekitar 48% dari populasi. (databoks.katadata.co.id). Ini seiring dengan penggunaan internet di Indonesia yang tiap tahunnya mengalami peningkatan, terlihat dari hasil survei penetrasi pengguna internet dibawah ini:

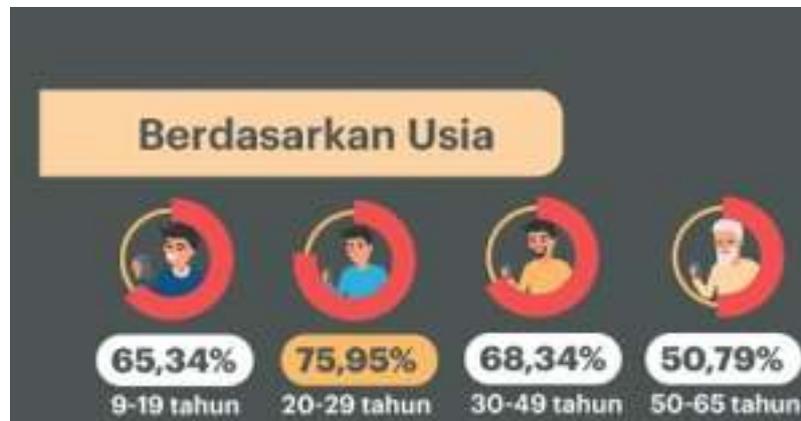
Gambar 1. Hasil Survei Penetrasi Pengguna Internet



Sumber: APJI, 2018

Data diatas menunjukkan mayoritas masyarakat Indonesia merupakan pengguna internet. Terlebih dengan kemudahan dalam mengakses hanya dengan menggunakan alat komunikasi yang kerap dilakukan oleh remaja generasi Z

Gambar 2. Pengguna Smartphone berdasarkan usia



Sumber: indonesiabaik.id/infografis

Hasil survei menunjukkan bahwa masyarakat pada rentang usia 9-19 tahun sebesar 65,34% dan rentan usia 20 – 29 tahun adalah kelompok usia dengan tingkat penetrasi *smartphone* yang paling tinggi (75,95%). Namun jika diperhatikan, persentase kepemilikan di semua kelompok usia telah mencapai lebih dari 50% dari total masyarakat pada rentang usia tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa *smartphone* populer tidak hanya di kalangan anak-anak dan remaja tetapi juga di kalangan masyarakat berusia lanjut. (indonesiabaik.id). Data diatas menunjukkan generasi Z termasuk kelompok yang sudah familiar dengan *handphone* atau *smartphone*, sehingga selaras dengan jumlah penetrasi internet yang memang tinggi di kelompok ini.

Sejak kelahirannya, generasi Z tidak hanya mengenal teknologi, tetapi mereka sudah akrab dengan teknologi dan gawai yang canggih. Mereka juga mampu melakukan berbagai kegiatan yang berhubungan dengan dunia maya dalam satu waktu. (beritagar.id). Termasuk penggunaan pada media sosial yang dapat diakses dengan mudah melalui teknologi alat komunikasi seluler yang tersambung dengan internet. Dimana media sosial sebagai media daring yang mudah diadaptasi serta partisipasi dalam berbagi serta menciptakan konten-konten informasi dan komunikasi ke dalam dunia virtual. Kehadirannya menimbulkan dampak positif dan negatif, salah satunya *Fear of Missing Out (FoMO)*.

FoMO didefinisikan oleh Przybylski, Murayama, Dehaan dan Gladwell (2013) sebagai kekhawatiran yang pervasif ketika orang lain memiliki pengalaman yang lebih memuaskan/berharga dan dicirikan dengan adanya dorongan untuk selalu terhubung dengan



orang lain. Dalam memahami FoMO, Przybylski, dkk (2013) mengacu pada *Self-Determination Theory* (SDT) yang diusulkan oleh Deci dan Ryan (1985), dimana FoMO mengindikasikan regulasi diri yang buruk pada seseorang yang timbul karena tidak terpenuhi kebutuhan psikologis secara berkepanjangan. (Nicho & Dian, 2019: 136-143).

Fear of Missing Out merupakan jenis kecemasan yang umum dirasakan oleh generasi-Z. Dimana FoMO kondisi seseorang takut dikatakan tidak update, tidak gaul, dan takut ketinggalan berita yang sedang santer atau kekinian. Rasa takut dan cemas ini nantinya dapat menyebabkan efek samping pada fisik maupun psikologis. Orang-orang yang terdampak FoMO mereka bisa merasakan kecemasan bila belum mengupdate kegiatan atau hal yang baru diwaktu tersebut. Ketergantungan media sosial oleh generasi Z ini yang secara tidak sadar menciptakan konsep dan gambaran dirinya akan seperti apa, mau menjadi apa dan bagaimana. Pandangan-pandangan ini akhirnya membentuk konsep diri pada individu secara khusus generasi Z sebagai generasi yang mengenal dan akrab dengan internet sejak lahir.

Menurut Calhaoun dan Acocella (M. Nur Ghufon dan Rini Risnawati S, 2012: 13-14) mendefinisikan konsep diri sebagai gambaran mental diri seseorang. Pandangan akan dirinya secara tidak sadar akan terbentuk dengan penggunaan media sosial yang semakin mendominasi dalam kesehariannya. Baik bentukan secara positif maupun negatif dalam dirinya. Konsep diri yang terbentuk akan mengarahkan pada suatu aktivitas keseharian baik penerapannya pada kehidupan bermasyarakat maupun untuk diri sendiri. Hal inilah yang memberikan pengaruh pada pola tingkah laku individu termasuk komunikasi. Apa yang dialami oleh generasi Z dengan terpaan informasi dari berbagai media sosial ini akan menjadi problematika yang tidak bisa diremehkan lagi, karena dampaknya akan membentuk karakter dalam konsep diri yang salah yang berpengaruh pada komunikasi antar sesama maupun khalayak luas.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini secara kualitatif, penelitian kualitatif menurut Creswell (2012:4) menjelaskan bahwa:

Pendekatan kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap



berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari para partisipan, menganalisis data secara induktif mulai dari tema-tema yang khusus ketema-tema yang umum, dan menafsirkan makna data.

Metode pada penelitian ini secara deskriptif interpretatif yang memaparkan bagaimana sindrom media sosial dengan dampak *fear of missing out* dalam penggunaannya sehingga membentuk konsep diri pada generasi Z. Menurut Arief Furchan (2004:54), metode deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menunjukkan fenomena yang ada baik itu fenomena saat ini maupun fenomena yang sudah lama terjadi. Melalui metode penelitian ini, memaparkan dampak *fear of missing out* (FoMO) yang secara tidak langsung membentuk konsep diri individu yang mempengaruhi pola komunikasi kesehariannya.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini telah berlangsung dari bulan oktober 2019 hingga Maret 2020 dengan mengumpulkan beberapa sumber melalui wawancara mendalam kepada Generasi Z yang diwakili oleh beberapa Siswa-Siswi yang menempuh pendidikan di bangku SMP dan SMA di beberapa wilayah di Serang, Bekasi, Jakarta dan Bandung dengan kaitan *fear of missing out* (FoMO) dan konsep diri generasi Z.

Kecanduan Media Sosial

Kemudahan dalam berkomunikasi baik yang dilakukan secara aktif maupun pasif oleh pengguna. Hal tersebut akan menyebabkan kecanduan bermedia sosial. Dimana media sosial akan menjadi sumber utama baik informasi maupun komunikasi dalam berinteraksi, dampak kecanduan bermedia sosial bisa berdampak dalam beberapa hal, salah satunya *fear of missing out* (FoMO).

Dampak tersebut akibat kecanduan media sosial yang dianggap sebagai pusat segala hal baik informasi maupun komunikasi, akan tetapi secara tidak langsung karena keterlebitannya tidak tatap muka maka yang terjadi tanpa konfirmasi, tanpa memandang latar belakang alasannya terjadi, tanpa memahami apa yang dilihat itu tidak harus kita jalani serupa sama persis karena perbedaan kondisi dan situasi tersebut. Sehingga kecanduan media sosial tersebut berdampak pada ketakutan tertinggal informasi, ketakutan kurangnya

eksistensi, menganggap pengguna media sosial adalah pihak yang paling update. “sering sekali buka media sosial, hampir disetiap waktu kecuali tidur dan sekolah karena kebetulan harus disimpan” (Rizki, Wawancara 14 Desember 2019) hal ini pun serupa “dari bangun tidur sampe tidur lagi buka media sosial”. (Ocha, wawancara 25 Oktober 2019).

Fear of Missing Out (FoMO) yang menimbulkan diluar batas kewajaran. Menurut Department of Psychology, School of Social Sciences, Nottingham Trent University, Inggris, menyebutkan bahaya dari FoMO adalah membuat seseorang bisa berlaku di luar batas kewajaran di media sosial. Tidak hanya takut ketinggalan berita di media sosial, orang muda yang mengalami FoMo juga sengaja memasang gambar, tulisan, atau bahkan mempromosikan diri yang belum tentu benar hanya demi terlihat *update*. Ironisnya, banyak kalangan yang menganggap ini hanya sebagai cari sensasi dan kebahagiaan mereka di media sosial dirasa palsu. (www.halodoc.com)

FoMO akibat dari kecanduan pada media sosial ini lah yang kerap tak disadari, sebenarnya manusia butuh asupan interaksi langsung, pemahaman apa yang dilihat itu tak semudah dijalalani dan tak seindah yang dibayangkan. Sehingga pandangan tersebut terlihat baik adanya, serta mendorong keterlibatan untuk harus berpartisipasi, ini sejalan dengan terlihat dari seringnya penggunaan internet dari hasil survei yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia) dibawah ini:

Gambar 3. Penggunaan Internet dalam Satu Hari



Sumber: APJII, 2018

Sebanyak 19.6 % pengguna internet selama 8 jam ke atas, 14.1% berdurasi 3-4 jam menggunakan internet. Hal ini tidak dipungkiri dengan membuka ragam platform media sosial sebagai media informasi dan komunikasi. Salah satu pertanyaan peneliti kepada narasumber, terkait lebih baik ketinggalan dompet atau *handphone*, dan ternyata hampir semua narasumber menjawab *handphone* sebagai benda yang wajib dibawa kemana-mana.

“ya pilih *handphone*, kan segala ada di *handphone*” ujar rizki (wawancara, 14 Desember 2019). Sejalan dengan ana “bisa puter balik tuh kalau lupa bawa *handphone* ketimbang dompet” (ana, wawancara 03 Februari 2020). Penggunaan internet dengan diiringi *smartphone* dalam kesehariannya ini disertai dengan pemenuhan kebutuhan tiap individu, tak luput dengan generasi Z yang memiliki motivasi yang mendorong untuk dipenuhi. Media sosial menjadi teman keseharian dalam kehidupan generasi Z, terlihat dari survei yang menunjukkan generasi Z kerap bersahabat dengan internet.

Gambar 4. Infografis Penetrasi Pengguna Internet Berdasarkan Usia



Sumber: APJII, 2018

Penggunaan media sosial ini mengubah paradigma komunikasi yang tidak hanya berlangsung secara tatap muka dengan pihak komunikan atau komunikatornya. Melainkan bisa melangsungkan komunikasi dengan cara yang berbeda tanpa sekat jarak, dengan kondisi dan situasi yang berbeda-beda dan bisa direspon cepat atau lambat sesuai tujuan komunikasi tersebut. Komunikasi di level media sosial, berlangsung dalam beberapa bentuk baik secara komunikasi interpersonal, kelompok, bahkan massa. “kalau aku sih memang sering



berkomunikasinya melalui media sosial sama temen-temen” (Ocha, wawancara 25 Oktober 2019). Sejalan dengan pernyataan Sarah “ngomongin tugas sekolah sampe ngomongin orang juga seringnya ya dimedia sosial” (Sarah, wawancara 20 Februari 2020)

Kemudahan perangkat yang bisa diaplikasikan dalam keseharian tersebutlah yang membentuk mereka berkomunikasi lebih sering melalui media sosial. Media sosial menjadi momok yang memiliki 2 sisi pisau tajam, disisi lain memberikan kemudahan dalam berkomunikasi yang bisa terjadi kapanpun dan dimanapun, namun disisi lain media sosial menjadikan penggunaanya lebih akrab dengan dunia maya ketimbang dunia aslinya, yang belum tentu mampu dijalani dengan baik karena kebiasaan tersebut, dimana biasanya hanya memberikan komentar melalui *chat* aktif, *like*, *subscribe*, *repost* dan membuat serta menyebarkan konten-konten informasi baik melalui video atau gambar.

Kaitan dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) dalam berkomunikasi dilevel media sosial, seorang terdampak FoMO baik pribadi yang *ekstrovert* maupun *introvert* akan menyikapi dan menjalani dengan hal yang berbeda. Pribadi yang *ekstrovert* akan menjadikan FoMO ini sebagai dorongan untuk terus meng update, menggali kesamaan dengan apa yang diamati sehingga terpenuhi segala kebutuhannya. “saya suka update apa aja yang dilihat atau yang seru terjadi” (Ana, wawancara 3 Februari 2020). Sejalan dengan Farel “*comment* dengan jokes-jokes yang seru aja” (wawancara 15 Februari 2020).

Sebaliknya seorang yang *introvert* akan membatasi dirinya dalam berkomunikasi dilevel media sosial ini karena ketakutan dan kegelisahan yang mengawalinya. Hanya muncul perasaan yang terus mengintai pola pikir dan berujung pada pengaruh komunikasi yang secukupnya bahkan jarang.

Komunikasi secara online dalam hal ini dilihat lebih murah, cepat, dan mudah. (Adler & Rodman, 2006:189-190). Kemudahan tersebut lah yang enggan terlewatkan oleg generasi Z, sehingga kehadiran media sosial mampu merubah teori-teori dari para ahli terdahulu dimana komunikasi di level media sosial, bisa terjadi secara personal, kelompok bahkan secara massa. Komunikasi di level media sosial, inilah memiliki kecenderungan penggunaanya lebih berani mengungkapkan apa yang dirasakan, apa yang ingin ditunjukkan agar diketahui oleh sasaran informasi dan komunikasinya tersebut.



PEMBAHASAN

Kebutuhan Sosial & Konsep Diri

Pengakuan akan eksistensi dilingkungan, perhatian dari lingkungan sekitar dan kebutuhan-kebutuhan lainnya yang menjadi bagian penting bagi semua individu. Ternyata hidup bukan sekedar ketahanan dalam bidang pangan, sandang dan papan saja. Melainkan kebutuhan-kebutuhan sosial yang lahir dari lingkungan serta individu pun akan menjadi dorongan untuk segera dipenuhi. Kaitan dengan Teori Motivasi dalam kajian pustaka diatas, menunjukkan dampak *Fear of Missing Out* (FoMO) bukan hanya sekedar seringnya menggenggam *handphone* akan tetapi ada kebutuhan yang terlahir di tiap individu untuk segera dipenuhi.

“lihat temen bisa sering ke mall, bisa nongki-nongki aja kayaknya seru gitu, asyik gitu litany” ujar Ana (wawancara 03 Februari 2020). Sejalan dengan Sarah “ya kita memang harus ngehits, eksis biar dianggap gitu. Kalau cupu sih yaaa gitu deh ga ada temen kali” (wawancara 20 Februari 2020)

Keterlibatan dalam suatu kegiatan baik dilingkungan sekitar maupun diluar juga menjadi suatu kebutuhan yang harus dipenuhi, pengakuan akan kehadiran si pengguna pun turut menjadi kebutuhan, belum lagi penghargaan atau apresiasi dalam bentuk sederhananya pujian saja juga menjadi turut perhatian dalam pemenuhan kebutuhan sosial. Selain manusia sebagai mahluk sosial, pada dasarnya manusia adalah mahluk komunikasi. Komunikasi dengan sang pencipta, komunikasi dengan dirinya, antar pribadi, kelompok bahkan massa. Kehadiran media sosial membantu proses interaksi dan komunikasinya beralih dari dunia nyata ke dunia virtual terlebih dengan dampak *fear of missing out* (FoMO) ini akan membentuk konsepsi diri ditiap individunya. Keseringan mengakses media sosial mengakibatkan perubahan signifikan dalam pola interaksi langsung antar individu. Tiga kebutuhan yang menjadi motivasi dalam kasus terdampak FoMO ini, sebagai berikut:

1. Kebutuhan sosial. Generasi Z akan membutuhkan dan menuntut untuk terpenuhi, rasa persahabatan dengan jumlah followers, like, subscribe, comment, dan lain sebagainya. “paling seneng postingan kita tuh banyak yang ngelike, terus followersnya banyak juga” Ujar Ana (wawancara 03 Februari 2020). Lebih dari 5 miliar video ditonton setiap hari oleh lebih dari 1,3 miliar pengguna global YouTube. 80% dari audiens global yang berusia antara

18 sampai dengan 49 tahun mengaku menonton video di YouTube secara reguler. 95% Generasi Z mengakui bahwa mereka adalah pengguna setia YouTube. (imarketology, 2020). Interaksi rutin di media sosial pun menjadi suatu kebutuhan bagi Generasi Z, dengan kemudahan yang diberikan media sosial tersebut lah membentuk Generasi Z akan lebih rutin dan lumrah menjalani pola komunikasinya di media sosial.

“ada lumayan lah group wa, belum di line juga padahal 1 sekolah, Cuma kita bikin group ini itu” (farel, wawancara 15 Februari 2020). Sejalan dengan Rizki “suka seru bisa mabar (main bareng) ga perlu ketemu langsung cukup mabar aja ketahuan siapa yang hebat hehe” (wawancara, 14 Desember 2019).

Keaktifan dengan pengakuan dalam persahabatan secara virtual tanpa kehadiran langsung, membuat generasi Z merasa lebih nyaman dan menemukan dunia barunya.

2. Kebutuhan penghargaan, Generasi Z akan membutuhkan pengakuan dan penghargaan dari pihak eksternal. Keberadaan generasi Z bukan sekedar tercantum dalam data kependudukan setempat, melainkan pengakuan dan penghargaan akan keberadaannya. Dengan segala keterbatasan jarak dan ruang namun media sosial bisa membuat mereka menjadi dihargai dan diakui, karena tanpa di sadari dalam dunia nyata, banyak yang masih membandingkan, banyak yang merasa minder secara langsung sehingga mereka akan mencari pelarian untuk memenuhi kebutuhan tersebut dengan cara bermedia sosial. “kalau lagi sama keluarga kan suka dibanding-bandingin aja dengan si A, B. padahal kita kan beda-beda” (Ana, wawancara 03 Februari 2020). Dampaknya bisa dengan pelariannya menyendiri pada si anak tersebut. Survey dalam penelitian Irianto, dkk. Menunjukkan 58,5% anak lebih sering menyendiri saat bermain game dibanding berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. (Irianto, dkk. 2019). Berinteraksi didunia maya terkadang akan lebih merasa nyaman dikarenakan pengguna media sosial tidak merasakan dampak atau tekanan secara langsung dari orang-orang sekitarnya.
3. Kebutuhan aktualisasi diri. Generasi Z masih menjadi masa pertumbuhan baik secara fisik, mental dan jati diri ini lah yang akan menyelimuti dan mendorong segala aktivitas dan komunikasi mereka sehari-hari. *Fear of Missing Out* menjadi dampak negatif dari penggunaan media sosial yang berlebihan, Tak heran generasi Z yang sudah mengenal internet sejak lahir, hampir kesehariannya dikendalikan oleh pengaruh internet baik secara

positif dan negatif. Secara positifnya dengan memanfaatkan internet dan media sosial secara maksimal dan dijalur yang positif.

Komunikasi Konsepsi Diri

Seseorang yang terdampak *fear of missing out* (FoMO) akan memiliki perasaan gelisah, merasa dirinya berbeda, merasa ingin dihargai, di apresiasi dan diakui oleh khalayak karena kebutuhan-kebutuhan sosial itulah yang menjadi bagian dari kebutuhan dalam keseharian kehidupan generasi Z. Sehingga tanpa disadari ini berdampak secara positif dan negatif pada individu yang terbentuk dan menjadi pola komunikasi seseorang.

Secara aspek komunikasi akan menimbulkan keterbukaan secara pola pikir, informasi dan wawasan, dalam bermedia sosial terlebih terdampak FoMO ini akan menunjukkan perasaan dan simpatisan dari apa yang dilihatnya. Konsepsi diri pada FoMO akan mendukung terpenuhnya kebutuhan baik dirasakan secara pribadi maupun khalayak luas, yang diimplikasikan melalui sikap-sikap positif dengan keselarasan.

“ya ada perasaan ingin bergabung dan ingin kaya mereka, enak gitu dilihatnya, bisa berkecukupan, jalan-jalan, punya segalanya, keren” ujar Sarah (wawancara, 20 Februari 2020). Apalagi apa yang dirasakan rizki “saya tuh suka minder kenapa dia bisa dideketin sama banyak cewek, terus punya ini itu padahal sama-sama sekolah” (wawancara 14 Desember 2019). Apa yang dilihatnya ini, secara tidak sadar menjadikan penurunan pada ketidakpercayaan pada dirinya, pada potensi yang dimilikinya, karena setiap orang berbeda-beda. “jujur saya lebih banyak chat atau interaksi di media sosial ketimbang ngomong langsung, malah bisa jadi saya bingung sendiri mau ngomong apa kalau ketemu langsung” (Farel, wawancara 15 Februari 2020). Sama halnya yang dirasakan Ocha “saya ga tau apa sudah termasuk FoMO apa belum ya, tapi memang saya hampir tidak lepas genggamannya dari handphone saya, bahkan kalau ujian dan belajar bisa bebas bawa handphone saya bawa dah. Karena saya ngerasa disana lebih seru aja gitu, banyak hal yang seru yang saya temukan, daripada ngobrol langsung suka bingung sendiri” (Ocha, wawancara 25 Oktober 2019).

“saya punya kenalan di IG saya, sampe sekarang itu deket tapi kita ga pernah ketemu, tapi seru juga orangnya” (ocha, wawancara 25 Oktober 2019). “saat ini tuh bisa dengan mudah tinggal googling (penelusuran di google) aja apa yang kita cari bisa dapatin tuh



infonya” (rizki, wawancara 14 Desember 2019). Pembentukan diri dari terpaan informasi, kecanduan media sosial, sampai terdampak FoMO ini merupakan dampak dari proses yang dialami oleh individu dari sebuah ketakutan, kecenderungan, dan perubahan sikap ini lah yang akan terus membentuk dan menyelimuti diri tiap individunya.

Mulanya konsep komunikasi pada media berlangsung secara 1 arah saja, pengguna media hanya mampu menikmati konten saja, yang ditampilkan oleh media. Namun seiringnya perkembangan Komunikasi pada media bisa berlangsung secara interaktif atau dua arah. Kehadiran media sosial secara tidak langsung merubah paradigma komunikasi, dimana mampu berlangsung dimanapun, kapanpun dan tanpa jeda dan jarak.

Secara definisi Komunikasi merupakan proses manusia merespon perilaku simbolik dari orang lain. (Ad-ler & Rodman, 2006: 4). Dalam hal ini komunikasi yang terjadi melalui media, dengan penyebaran pesan yang ditujukan pada khalayak luas. Maka, Komunikasi massa terdiri dari pesan-pesan yang ditransmisikan ke sasaran *audience* yang banyak dan tersebar luas, dengan menggunakan Koran, majalah, televisi, radio, dan internet. (Adler & Rodman, 2006: 8).

Media sosial menjadi perangkat bantuan dalam komunikasi dari komunikator kepada komunikan banyak, maka dapat dikatakan komunikasi melalui media massa (internet). Media sosial berlangsung bisa secara personal, maupun khalayak luas, maka bisa juga gabungan antara interpersonal dan massa tergantung kebutuhan dan tujuan komunikasi tersebut.

Terdampak FoMO akan membentuk konsepsi diri secara pribadi yang ekstrovert dan introvert yang akan mempengaruhi pola pikir dan komunikasi dengan struktur baik. *Fear of missing out* (FoMO) ini akan menjadi maksimal jika keaktifannya didunia maya tersebut disiasati langkah positif, bukan hanya gelisah karena merasa minder tanpa aksi, kurang percaya diri, ketakutan akan kurang update, kurang gaul ini akan menjadi akan tetapi dengan konsep diri yang lebih mengarahkan pada penggunaan media sosial ini kita alihkan dengan kegelisahan yang memotivasi untuk terus meningkatkan kualitas diri. Gelisah belum update hal ini bisa disiasati dengan membuat konten-konten menarik dan positif. Gelisah tidak bisa bergabung dengan teman-teman akan berubah menjadi positif jika terdampak membuat suatu kegiatan yang menarik dan mengundangnya. Sehingga hal-hal negatif tersebut akan

berpindah haluan jika kita membentuk diri kita untuk menjadi pribadi yang lebih baik lagi dengan beberapa hal sebagai berikut:

1. Kenali kekurangan diri, mengenal kekurangan akan menjadi modal awal karena kita tidak akan menggunakan hal tersebut untuk batu loncatan dalam melangkah.
2. Berkomunikasi pada diri sendiri, mengenal dan berkomunikasi pada diri sendiri akan membentuk pribadi yang lebih ekspresif dan mengenal apa saja kekurangan dan kelebihanannya.
3. Mencoba suatu hal dan tantangan baru, ini akan melatih pribadi yang memiliki kegelisahan, ketakutan dengan memulai suatu hal dan tantangan yang mengasah kreatifitas, ketanggapan, kekuatan mental dan komunikasi baik melalui media sosial maupun lingkungan nyata.

Mengkomunikasikan pada diri kita sama saja dengan kita mengkonsepsikan pribadi kita. FoMO akan menjadi luar biasa jika bisa memanfaatkan dampak tersebut untuk menggali potensi kita baik untuk diri kita maupun bagi orang lain.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Fear of Missing Out (FoMO) menjadi dampak dari penggunaan media sosial yang berlebihan. Kegelisahan, ketakutan dan ketidakpercayaan serta penurunan kekuatan mental inilah yang dialami oleh seorang terdampak tersebut. Dampak yang terjadi akan membentuk konsepsi diri, namun konsep diri bisa terbentuk dengan apa yang dilihat dan dialami berdasarkan pengalaman pribadi maupun pengalaman orang lain. serta apa yang kita amati dari lingkungan virtual maupun sosial sekitar.

Hubungan antara *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan konsep diri generasi Z, kebutuhan yang terus ingin dipenuhi oleh generasi Z, baik kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan dan kebutuhan aktualisasi diri. Kecemasan, kegelisahan tersebut akan mendorong pribadi dalam membentuk konsepsi diri dengan cepat, sehingga mental dan jati diri terbentuk. FoMO yang ekstrovert memusatkan dirinya dengan orang lain, sehingga terdampak FoMO ekstrovert akan merasa menjadi bagian dari apa yang dilihatnya, dengan ikut mengupdate, mengikuti hal-hal yang kekinian sampai berkomunikasi aktif dengan

pengguna media sosial lainnya. Sedangkan pribadi FoMO introvert berfokus pada dirinya sendiri, sehingga lebih cenderung malu dan minder untuk melakukan segala hal setelah apa yang dilihatnya, bahkan sekedar mengupdate atau menunggah suatu postingan pun akan memikirkannya secara matang.

Kaitan dengan komunikasi, pembentukan diri akan menunjukkan komunikasi seorang individu. Introvert dan ekstrovert mampu memaksimalkan pribadinya dengan bagaimana pesan dan informasi yang dirasakan tersebut tersampaikan, bagaimana pembentukan diri ini menjadi modal dalam berkomunikasi secara interpersonal, kelompok bahkan massa baik melalui media sosial maupun secara langsung. Komunikasi terdampak FoMO akan menjadi potensi yang besar jika mampu memaksimalkan hal-hal yang dirasakan dan dialaminya tersebut, dengan membalikan hal-hal negatif menjadi modal langkah positif melalui pembentukan diri yang baik. Kenali kekurangan diri, berkomunikasi pada diri sendiri, dan mencoba suatu hal dan tantangan baru menjadi langkah dalam berkomunikasi konsepsi diri dengan dampak yang dialami yaitu FoMO. Penderita FoMO bukanlah orang yang gagal, namun FoMO bisa menjadi potensi diri dengan mengenalnya lebih

Saran

1. Penderita *fear of missing out* (FoMO) baiknya mengikuti terapi, atau melatih diri untuk berinteraksi dan berkomunikasi diluar media sosial.
2. Lebih bijak dalam bermedia sosial, apa yang disampaikan dalam media sosial merupakan cerminan individu.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, Furchan. (2004). *Pengantar Penelitian Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Anggawinata, Felicia & Setianto, Ferry. (2018) *Antologi Teknologi Informasi*. Program Studi Manajemen Universitas Ma Chung Fakultas ekonomi dan bisnis. Malang: Seribu Bintang.
- Creswell, John W. (2012). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hendroyono, Handoko. (2012). *Semua Orang Adalah Brand Gardener*. Jakarta: Literati
- Jalaludin, Rakhmat. (2007). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.



- Kaplan, Andreas M, Michael Haenlein. (2010). *Users of the world, opportunities of Social Media*. Bloomington: Bussines Horizons.
- Makaraao, Nurul Ramadhani. (2010). *NLP (Neuro Linguistik Programming Komunikasi Konseling*. Bandung: Alfabeta.
- Nasrullah, R. (2019). *Komunikasi Budaya dan Dokumentasi Kontemporer*. Jatinangor: Unpad Press.
- Puspasari, Amaryllia. (2007). *Mengukur Konsep Diri Anak*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ronald B. Adler & George Rodman. (2006) *Understanding Human Communi-cation*, New York: Oxford Uni-versity Press.
- Stephen P. Robbins & Timothy A. Judge. (2008). *Perilaku Organisasi*. Edisi ke-12 (Terjemahan). Jakarta: Salemba Empat.
- Stillman, David & Stillman, Jonah. (2019). *Generasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wartana, Eka. (2009). *Mind Web Konsep Berfikir Tanpa Mikir*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Jurnal & Data Online

- Al Menayes, Jamal. (2016). *The Fear of Missing out Scale: Validation of the Arabic Version and Correlation with Social Media Addiction*. Department of Mass Communication, College of Arts, Kuwait University. *International Journal of Applied Psychology* 2016
- Aprilisa, Ema. (2017). 3 Gejala Gangguan Fear of Missing Out. Diakses 26 Mei 2020. Pukul 23.19 WIB. <http://www.teen.co.id/read/5862/ini-3-gejala-gangguan-fomo-atau-fear-of-missing-out-kamu-termasuk-salah-satunya>.
- Ardina, Ika. (2017). Mengenal Generasi Z. Diakses pada 20 Mei 2020. Pukul 21.30 WIB. <https://beritagar.id/artikel/gaya-hidup/mengenal-generasi-z>.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2018). *Infografis: penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia*. Jakarta.
- Florenzia, Gabriella. (2019). Bahaya FoMO. Diakses 28 Mei 2020 pukul 7.17 WIB. <https://www.halodoc.com/bahaya-fomo-buat-anak-muda-sulit-berkarya>.
- Imarketology. (2020). *Seputar Youtube Influencer Marketing*. Diakses pada 29 Mei 2020 Pukul 20.44 WIB. <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/yang-perlu-diketahui-seputar-youtube-influencer-marketing>.



- Patricia R. Hetz, Christi L. Dawson & Theresa A. Cullen. (2015). *Social Media Use and the Fear of Missing Out (FoMO) While Studying Abroad*. Journal of Research on Technology in Education.
- Pradipta Irianto, Putri Wisnu, dkk. (2019). Game Online dan Pengaruhnya Terhadap Komunikasi Dalam Keluarga (Studi Kasus Tambakbayan Yogyakarta). SEBATIK Volume 23 Nomer 2 Desember 2019 STMIK Widya Cipta Dharma.
- Sianipar, Nicho Alinton & Kaloeti, Dian Veronika Sakti. (2019). Hubungan Antara Regulasi Diri Dengan Fear of Missing Out (FoMO) Pada Mahasiswa Tahun Pertama Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati, Volume 8, Nomor 1, Januari 2019, Halaman 136-143*.
- Syafiullah, Ananda. (2018). Infografis Masyarakat Memiliki Smartphone. Diakses 28 Mei 2020, pukul 08.33 WIB. <http://indonesiabaik.id/infografis/663-masyarakat-indonesia-memiliki-smartphone-8>.
- Tirto.id. (2020). Generasi Z. Diakses pada 20 Mei 2020, Pukul 19.45 WIB. <https://tirto.id/q/generasi-z-fql>.
- Widianti, Nisita. (2018). Mengenal FoMO. Diakses 27 Mei 2020 Pukul 12.48 WIB. <https://journal.sociolla.com/lifestyle/mengenal-fomo/>.
- Wearesosial Hootsuite. (2019). Pengguna Media Sosial Indonesia. Diakses 21 Januari 2020 Pukul 11.13 WIB. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia>.
- Wikipedia. Generasi Z. diakses 20 Mei 2020, Pukul 20.05 WIB. https://id.wikipedia.org/wiki/Generasi_Z.