

DAMPAK PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SECARA BERLEBIHAN TERHADAP FENOMENA FOMO PADA GEN-Z

Fajrul Ilham Ilahi¹, Candrika Kumala Tungga²
fajrulilham51@gmail.com¹, cacandrikakumala@gmail.com²
Institut Seni Indonesia Padang Panjang

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang dampak penggunaan media sosial secara berlebihan terhadap fenomena fomo pada gen z. Tujuan penelitian ini guna memberikan wawasan generasi muda untuk mengontrol dan membatasi diri akan bahaya perilaku fomo yang di sebabkan media sosial. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori fenomenologi yang dikemukakan oleh Alfred Schutz. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data yakni observasi dan wawancara secara mendalam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mengeksploitasi media sosial secara berlebihan menyebabkan FOMO dan mempengaruhi tindakan dan perilaku generasi z.

Kata kunci: Media Sosial, Fomo, Generasi Z.

PENDAHULUAN

Era perkembangan teknologi yang sangat cepat merupakan bagian integral dalam hidup manusia itu sendiri. Salah satu wujud dari perkembangan teknologi saat ini adalah media sosial, menyediakan berbagai platform seperti facebook, tik-tok, instagram, twitter dan sebagainya. Sehingga memudahkan manusia dalam berkomunikasi, berbelanja secara online tanpa ke toko fisik dan mudah mencari hiburan. Hal ini tentu berbeda jauh dengan generasi sebelumnya, yang mana untuk mendapatkan sesuatu harus melalui proses seperti berkomunikasi harus melalui surat menyurat dan berbelanja harus ke toko fisik. Segala kemudahan yang diberikan media sosial pada saat ini tentunya juga menimbulkan dampak negatif terhadap remaja khususnya gen-z.

Generasi-Z disebut juga i-Generation generasi net atau generasi internet. mengerjakan segala sesuatu dalam waktu bersamaan seperti nge-tweet menggunakan hp dan mendengarkan musik menggunakan headset. Apapun yang mereka lakukan biasanya menggunakan media sosial (indrawan, et al., 2020: 2). Generasi ini tumbuh dimana segala kemudahan ada dalam teknologi. Namun, dari segala kemudahan yang ada tidak jarang dari mereka mengalami yang namanya FOMO (Fear Of Missing Out). menurut (Patrick, 2020: 18) FOMO adalah atau ketakutan untuk melewatkan pengalaman atau momen penting yang dialami oleh orang lain. FOMO adalah rasa cemas yang tidak diinginkan yang timbul karena persepsi terhadap pengalaman orang lain yang lebih memuaskan daripada diri sendiri atau perasaan tertinggal atau tersisih dari pengalaman kolektif yang berkesan. dapat menyebabkan stres, kecemasan, dan ketidakpuasan dalam diri individu, terutama ketika mereka melihat postingan teman-teman mereka di media sosial yang menampilkan kehidupan yang tampak sempurna dan menyenangkan.

(Baudrillard, 1981) dalam istilah hiperealitas untuk menjelaskan perekrayaan (dalam pengertian distorsi) makna di dalam media. Hiperealitas komunikasi media dan makna menciptakan suatu kondisi, dimana kesemuanya di anggap lebih nyata daripada kebenaran (Azwar, 2014: 40). Maksudanya di dalam konteks gen-z ini adalah

ketidakmampuan generasi saat ini untuk membedakan mana yang dunia asli dan mana dunia simulasi yang menyebabkan kekacauan dalam realitas mereka yang disebabkan oleh simulasi realitas (media sosial). Di tengah lautan informasi yang tak terbatas memungkinkan generasi-z untuk sering melihat suatu pencapaian, pertemanan, percintaan yang dialami orang lain yang merupakan highlight terbaik dalam hidup seseorang yang diunggah pada media sosial, kemudian mempengaruhi tindakan, perilaku, tujuan dan pemahaman mereka tentang diri mereka sendiri.

TINJAUAN PUSTAKA

Astrid Lingkas Mandas, dkk (2022) jurnal dengan judul “Social self-esteem dan fear of missing out pada generasi Z pengguna media sosial”. Isi jurnal tersebut membahas tentang fear of missing out, bahwasanya semakin rendah sosial self-esteem individu maka semakin tinggi kecenderungan individu mengalami fear of missing out. Generasi Z memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk mengalami fear of missing out karena beberapa karakteristik dari generasi ini menjadi dasar pembentuk fear of missing out.

Lira Aisafitri, dkk (2020) jurnal dengan judul “Sindrom fear of missing out sebagai gaya hidup generasi millennial di kota depok”. Isi jurnal tersebut membahas bahwa millennial yang mengalami sindrom fomo memiliki rasa keinginan yang tinggi dimana mereka selalu mencari tau dan selalu up to date, begitupun dengan karakteristik gaya hidup mereka yang selalu mengecek media sosialnya saat dengan frekuensi yang cukup tinggi. Ini dilatar belakangi dimana millennial yang mengalami sindrom fomo menjadikan media sosial sebagai kebutuhan sehari-hari.

Ahmad Thuriq Alfian, dkk (2022) jurnal dengan judul “Perilaku investasi dan pengguna media sosial: fomo dan keterbukaan diri di media sosial”. Isi jurnal tersebut membahas bahwa generasi z sekarang telah melihat banyak orang yang menghabiskan hidupnya dalam kemewahan dan menghidupi keluarganya, hal ini membuat mereka iri, mereka berfikir jika tidak mencari kesuksesan maka mereka ditinggalkan. Sehingga adanya fenomena fomo membuat orang terpaksa untuk mengakses media sosial agar mereka mengetahui peningkatan di dunia maya.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Menurut Erickson (1968) pada buku (Albi Anggito, 2018: 7) menyatakan bahwa penelitian kualitatif berusaha untuk menemukan dan menggambarkan secara naratif kegiatan yang dilakukan dan dampak dari tindakan yang dilakukan terhadap kehidupan mereka. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk memahami secara mendalam fenomena FOMO dan hubungannya dengan penggunaan media sosial pada generasi Z. Metode kualitatif dipilih untuk mengeksplorasi persepsi, pengalaman, dan makna yang diberikan oleh partisipan terkait dampak penggunaan media sosial secara berlebihan terhadap fenomena FOMO pada gen-z.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang dikemukakan oleh Alfred Schutz. Menurut (Schutz, 1981) fenomenologi berfokus pada cara individu memberikan makna pada pengalaman mereka dalam kehidupan sehari-hari. Teori fenomenologi Schutz membantu kita memahami perspektif subjektif individu untuk mengerti bagaimana mereka menginterpretasikan dunia di sekitar mereka. Schutz mengembangkan konsep "lifeworld" (lebenswelt), yang merupakan dunia kehidupan sehari-hari yang diisi dengan makna dan pemahaman yang dibangun secara sosial.

Dalam penelitian ini, pendekatan fenomenologi digunakan untuk mengeksplorasi persepsi, pengalaman, dan makna yang diberikan oleh partisipan terkait dampak

penggunaan media sosial secara berlebihan terhadap fenomena FOMO pada generasi Z. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menggali pengalaman subjektif dan interpretasi dunia sosial dari perspektif individu dalam generasi Z.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial sebagai bagian dari simulasi realitas yang membaaur dengan kehidupan realitas generasi z saat ini. Mereka saling terhubung dan bersosialisasi dengan orang lain melewati jejaring media sosial yang mereka miliki. Media sosial menyediakan arus informasi tak terbatas tentang apa yang terjadi di dunia saat ini, arus informasi yang terlalu banyak tidak selalu memberikan dampak positif bagi pengguna ponsel khususnya gen z, tentu memberikan dampak candu terhadap penggunanya. Bagi gen z media sosial adalah sebuah bentuk kenyamanan, yang memungkinkan mereka untuk terus tinggal lebih lama agar lebih update tentang apa yang terjadi saat ini, dengan cepatnya arus informasi yang mengalir membuat ketakutan dalam diri mereka. Takut akan ketinggalan trend, kehidupan yang di alami orang lain, ketakutan yang tak berguna ini yang disebut dengan FOMO (fear missing out).

Kertergantungan akibat keseringan main media sosial tidak bisa dielakkan oleh generasi z, media sosial yang memberikan banyak dampak candu akan kenyamanan dan hiburan yang ditawarkan oleh media sosial sehingga memberikan dopamin yang berlebihan kedalam otak manusia itu sendiri. Dopamin yang berlebihan akan menimbulkan rasa ingin tahu yang lebih kuat sehingga meningkatkan rasa stres dan rasa tidak percaya diri orang tersebut. Pepatah jambi kuno mengatakan “ketika sesuatu hal terasa nikmat maka anda lah produknya” hal ini sesuai dengan gen z saat ini dimana mereka dibuai dengan kenyamanan yang di tampilkan media sosial sehingga pemikirin mereka diatur oleh media sosial dan memberikan standar yang tidak realitis terhadap diri mereka sendiri.

Melalui penelitian yang mendalam dengan cara observasi dan wawancara secara langsung peneliti menemukan beberapa informan yang mengalami FOMO akibat kecendrungan bermain media sosial. Seperti yang di ungkapkan oleh salah satu informan generasi z yang ber inisial WP melalui perspektif nya yaitu :

“kalau menurut aku nih ya kalau soal fomo aku fomo sih apalagi keseharian aku tuh kaya bangun tidur cek whatsapp dulu, makan atau berak tetap bawa hp padahal cuma buat scroll sosmed doang kalau ga dilakuin tu kaya kurang aja padahal ya juga ada dampak negatif nya ke aku misalnya lagi nugas kalau mentok langsung scroll sosmed buat hiburan lah istilah nya selain itu yang aku rasain ya aku terlalu ngikutin trend fashion sih misalnya ada fashion yang lagi viral di tiktok biasanya langsung cek shopee, dan ketika aku ngeposting foto atau vidio tentang aku itu harus harus semaksimal mungkinlah karna yang ngeliat bukan cuma kita doang berasa hati-hati gitu loh.” (Wawancara WP, 9 Mei 2024)

WP mengatakan bahwa bermain hp dalam melakukan kegiatan apapun adalah kebiasaan baginya dan bermain sosial media dan merasakan dampak negatif seperti penurunan produktivitas dalam mengerjakan skripsi, takut ketinggalan akan trend dan cukup cemas ketika memilih foto atau video yang ingin dia upload. Sama halnya dengan FP dalam kutipanya sebagai berikut :

“kalau aku fomo nya banyak sih megang hp 1 jam aja udah berasa kurang, ga bisa lepas dari tangan sampe ketiduran ngelepasin hp cuma pas mandi doang selebihnya ya kalo lagi makan main hp, lagi jalan kaki main hp, bahkan pas di kelas dosen nerangin aku tetap nge scroll sosmed kalau ga cahating sama pacar di whatsapp, kalu orang yang punya nomor whatsapp aku mereka pasti tau akau alay nya gimana apapun yang aku alamin dan aku anggap berkesan aku post di whatsapp mikirnya gini rugi banget orang lain ga liat ini

kalau aku ga ngelakuin itu kaya sehari tuh ga berasa aja, atau ini deh soal mantan aku sering banget stalking mantan mantan aku di instagram tapi lebih ke kepo aja sih cuma pengen tau aja cewe nya siapa sekarang itu sih menurut aku.” (Wawancara FP, 13 Mei 2024)

Seperti yang di ungkapkan FP dirinya dalam 24 jam tidak bisa lepas dari hp dan itu sudah menjadi keseharian untuk nya FP juga mengalami yang namanya citra diri ketika dia melakukan atau melihat sesuatu yang dia rasa penting. FP merasa dirinya harus memposting dan beranggapan kalau orang lain perlu melihat apa yang di alaminya Tidak hanya citra diri Beberapa informan gen z lainnya juga mengalami perbandingan diri seperti yang di katakana oleh WMR sebagai berikut :

“Gimana ya aku sih kita semua ga bakal lepas dari sosmed ya karna kita butuh ya tapi kalau dibilang fomo ga fomo banget lah palingan kalau aku udah bikin trend tiktok yang algi viral nanti pas di upload like nya cuma sedikit padahal udah effort banget buat tiktok nya kadang juga sedih liat orang orang like nya ko pada bnayak, kalau ga itu sih biasanya kalau aku posting sesuatu di stories instagram kalau ga di whatsapp sering bolak balik liat siapa aja yang nge liat atau yang ngeliat baru berapa tapi cuma penasaran doang.”(Wawancara WMR, 13 Mei 2024)

WMR menambahkan bahwa suka ber ekspetasi terhadap unggahan vidio tiktok nya dan membandingkan dengan vidio tiktok yang dia buat dengan postingan orang lain WMR, juga menambahkan kalau dia sering melihat jumlah penonton dan siapa saja yang melihat postingan stories instagan dan whatsapp atau yang dinamakan citra diri pada generasi z . Hal yang juga tidak jauh berbeda dengan WMR yaitu informan SR melalui kutipanya sebagai berikut :

“Kalau yang ini fomo ga sih, biasanya tuh sering liat teman teman SMA di stories instagram mereka kuliah di tempat yang mereka suka apalagi juga ikut ikutan organisasi dan aku tuh ngerasa kaya gimna ya kadang juga mikir kok orang orang bisa kuliah di tempat mereka yang aku suka sedangkan aku ga.” (Wawancara SR, 13 Mei 2024)

SR mengungkapkan bahwa ketika melihat prestasi teman-temannya yang bisa berkuliah ditempat impiannya, SR merasa rendah diri akan hal tersebut, informan gen z lainnya MRH membeberkan ke fomoan nya sebagai berikut:

“Kalau gua ada sih, nge lait idola yang gua follow sih misalnya outfit dia biasanya gua tiruin biasanya gua nyicil nyicil beli outfit yang sama kayak dia, kalau soal yang lain palingan gua cewe sih orang yang baru gua kenal terutama cewe ya, biasanya gua nge stalking instagram nya dia biar tau dia tinggal nya dimana, keseharinya gimana jadi kalau pas ngobrol jadi lebih asik di ajak ngobrol dan gua juga lebih percaya diri gitu kalau gua ga gitu nih ya bisa bisa aku ngang ngong kalau ngobrol sama tuh cewe.” (Wawancara MRH, 21 Mei 2024)

MRH mengatakan bahwa kalau dirinya memanfaatkan media sosial untuk mengetahui informasi orang yang baru dia kenal dimana tinggalnya dan gimana kesehariannya, untuk memudahkan dalam berkomunikasi.

Seperti yang di ungkapkan beberapa informan generasi z yang terjangkit fenomena FOMO yang di akibatkan kebiasaan bermain media sosial dimana mereka terbiasa untuk mengikuti tujuan tujuan yang tidak bermakna yang dapat di ukur seperti jumlah like,trend, haus akan validasi dari orang lain, rasa ingin dan takut akan ketinggalan yang tak begitu penting dilihat dan di dengar , mereka terjebak di dalam dunia simulasi yang tampak seperti nyata yang menawarkan kenyamanan sementara, alih alih mereka fokus untuk dirinya di dunia yang seharusnya mereka jalani justru mereka asik membandingkan diri dan mengeksplorasi kehidupan orang lain di jejaring sosial.

Melalui teori fenomenologi penulis dapat memahami bahwa penggunaan media

sosial oleh generasi Z bukan hanya sekadar aktivitas teknis, tetapi juga merupakan cara mereka membangun identitas dan memahami diri mereka sendiri serta dunia di sekitar mereka. Ketika generasi Z menghabiskan waktu di media sosial, mereka secara aktif terlibat dalam membentuk dan memahami realitas sosial mereka. Observasi dan wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa FOMO muncul karena generasi Z merasa perlu terus-menerus memperbarui informasi dan mengikuti perkembangan yang terjadi dalam jaringan sosial mereka. Menurut (Schutz, 1967) tindakan ini dapat dilihat sebagai cara mereka mencoba memahami dan mengintegrasikan diri dalam dunia sosial mereka, yang kini sangat dipengaruhi oleh media sosial

Sebagai contoh, salah satu informan yang diinisialkan sebagai WP mengungkapkan bahwa bermain media sosial adalah kebiasaan sehari-hari yang memberikan dampak negatif seperti penurunan produktivitas dan kecemasan. Perspektif Schutz akan melihat pengalaman WP ini sebagai bagian dari "lifeworld" mereka, di mana interaksi dengan media sosial memberikan makna tertentu yang mempengaruhi perasaan dan tindakan mereka. Dengan demikian, teori fenomenologi Alfred Schutz memberikan kerangka teoretis yang kuat untuk menganalisis bagaimana generasi Z membentuk pemahaman mereka tentang dunia melalui media sosial dan bagaimana hal ini berkontribusi pada fenomena FOMO. Integrasi teori ini membantu menjelaskan dinamika subjektif di balik penggunaan media sosial yang berlebihan dan perasaan ketertinggalan yang dirasakan oleh generasi Z.

KESIMPULAN

Membangun kesadaran untuk melakukan hal yang bernilai adalah sebuah keputusan yang harus di ambil oleh setiap individu, karena dengan tetap bertahan dengan apa yang memberikan kenyamanan dan kemudahan justru membentuk pribadi yang lemah, penuh rasa cemas dan rasa takut yang berlebih, tujuan hidup bukan soal ikut ikutan atas apa yang orang lain lakukan tetapi bagaimana individu harus mampu memahami dirinya sendiri dan melakukan sesuatu yang lebih bermakna.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisafitri, Lira, dkk. (2020). Sindrom fear of missing out sebagai gaya hidup generasi milineal di kota Depok. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, Vol.2 No.4, hlm. 166-177
- Alfan, Ahmad, dkk. (2022). Prilaku investasi penggunaan media sosial : Fomo dan keterbukaan diri dimedia sosial. *Jurnal Masyharif al-Syariah: Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol.7 No.4, hlm. 1378-1394
- Anggito, Albi. dkk. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat, Penerbit CV. Jejak
- Azwar, M. (2014). Teori Simulakrum Jean Baudrillard dan upaya pustakawan mengidentifikasi informasi realitas. *Jurnal Ilmu Perpustakaan & Kearsipan Khizanah Al-Hikmah*, Vol.2 No.1, hlm. 38-48
- Baudrillard, J. (1981). *Simulacra and Simulation*. paris: Éditions Galilée.
- Fear of missing out. (2020). Jakarta, Penerbit : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Indrawan, Irjus, dkk (2020). *Generasi z & Revolusi industri 4.0*. Jawa Tengah, penerbit : CV. Pena Persada.
- Schutz, Alfred. "The Phenomenology of the Social World." Northwestern University Press, 1967.