

FOMO dan Perilaku Komunal di Media Sosial: Perspektif Psikologi Komunikasi Massa

*Aulia Amalia¹, Riya², Nor Fatmah³, Ijang Faisal⁴, Ritchelle W. Origenes⁵

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Palangka Raya, Indonesia

⁴ Universitas Muhammadiyah Bandung, Indonesia

⁵ Mabolo National High School, DepEd Cebu City, Philippines

*Email: auliaameliya1515@gmail.com¹, raiyyaaaa@gmail.com², nor.fatmah@iain-palangkaraya.ac.id³, ijangfaisal@umbandung.ac.id⁴, ritchelleorigenes@gmail.com⁵

Received:	Revised:	Accepted:	Available Online:	Published:
22/5/2025	4/9/2025	5/9/2025	6/9/2025	6/9/2025

Abstract

Social media has become a space of social interaction that connects individuals horizontally as well as vertically, allowing for instant and simultaneous communication. However, the intensity of its use gives rise to a social psychology phenomenon in the form of Fear of Missing Out (FOMO) which has an impact on mental health and communication patterns. This study aims to analyze the influence of FOMO and communal behavior on the psychology of mass communication on social media, especially in millennials and generation Z. The method used is a literature study by examining the latest scientific journals and articles that are relevant to the themes of FOMO, social media, and communication psychology. The results of the study show that FOMO is directly related to increasing the intensity of social media use and forming communal behaviors that are not always constructive. This phenomenon can interfere with mental health and reduce the quality of social communication. The research discussion emphasized the importance of communication and digital literacy as mitigation strategies, both at the individual and community levels. Theoretically, this study enriches the study of the psychology of mass communication by placing FOMO as an important variable in understanding the communication behavior of the digital generation. Practically, these findings have implications for the development of digital literacy programs, psychosocial assistance, and the development of media education policies that are more adaptive to the challenges of the digital society.

Keywords: FOMO, Social Media, Generation Z, Digital Literacy.

Abstrak

Media sosial telah menjadi ruang interaksi sosial yang menghubungkan individu secara horizontal maupun vertikal, memungkinkan komunikasi instan dan simultan. Namun, intensitas penggunaannya memunculkan fenomena psikologi sosial berupa *Fear of Missing Out* (FOMO) yang berdampak pada kesehatan mental dan pola komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh FOMO dan perilaku komunal terhadap psikologi komunikasi massa di media sosial, khususnya pada generasi milenial dan generasi Z. Metode yang digunakan adalah studi literatur dengan menelaah jurnal dan artikel ilmiah terkini yang relevan dengan tema FOMO, media sosial, dan psikologi komunikasi. Hasil kajian menunjukkan bahwa FOMO berhubungan langsung dengan peningkatan intensitas penggunaan media sosial serta membentuk perilaku komunal yang tidak selalu konstruktif. Fenomena ini dapat mengganggu kesehatan mental dan menurunkan kualitas komunikasi sosial. Diskusi penelitian menekankan pentingnya komunikasi dan literasi digital sebagai strategi mitigasi, baik pada level individu maupun komunitas. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian psikologi komunikasi massa dengan menempatkan FOMO sebagai variabel penting dalam memahami perilaku komunikasi generasi digital. Secara praktis, temuan ini memberikan implikasi bagi pengembangan program literasi digital,



Copyrights © Author(s). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-SA 4.0). All writings published in this journal are personal views of the author and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.

pendampingan psikososial, serta penyusunan kebijakan edukasi media yang lebih adaptif terhadap tantangan masyarakat digital.

Kata Kunci: FOMO, Media Sosial, Generasi Z, Literasi Digital.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam dua dekade terakhir telah merevolusi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk pola interaksi sosial dan komunikasi. Internet yang semakin cepat dan terjangkau mendorong pertukaran informasi berlangsung instan, lintas ruang dan waktu. Salah satu transformasi paling signifikan dari kemajuan ini adalah munculnya media sosial sebagai bagian integral dari kehidupan masyarakat modern, terutama di kalangan generasi muda (Boyd & Ellison, 2007). Platform seperti Instagram, Facebook, Twitter (sekarang X), dan TikTok tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, melainkan juga menjadi medium utama untuk membentuk identitas diri, membangun jejaring sosial, bahkan menyuarakan aspirasi publik.

Seiring perkembangan tersebut, media sosial telah melampaui perannya sebagai sarana komunikasi dan menjelma menjadi ruang sosial digital yang memengaruhi pola pikir, perilaku, serta relasi individu. Generasi Z dan Milenial merupakan kelompok yang paling aktif dalam mengakses media sosial, baik untuk memperoleh informasi maupun menjaga eksistensi sosial (Turner, 2015). Namun, intensitas penggunaan yang tinggi membawa konsekuensi psikologis yang serius. Salah satu fenomena yang menonjol adalah Fear of Missing Out (FOMO), yakni perasaan cemas atau takut tertinggal dari pengalaman menyenangkan yang dibagikan orang lain di media sosial (Przybylski et al., 2013).

Fenomena FOMO menimbulkan tantangan baru dalam konteks kesejahteraan psikologis dan perilaku komunal. Individu dengan tingkat FOMO tinggi cenderung melakukan pemantauan media sosial secara kompulsif, yang berpotensi mengganggu keseimbangan hidup dan kesehatan mental, seperti meningkatnya kecemasan, stres, bahkan depresi (Hunt et al., 2018). Lebih jauh, algoritma media sosial yang menghadirkan konten sesuai minat pengguna memperkuat ilusi bahwa orang lain selalu mengalami hal-hal menarik, sehingga memperburuk perasaan tertinggal (Abel et al., 2016). Kondisi ini menimbulkan pertanyaan kritis tentang bagaimana mekanisme komunikasi massa digital membentuk FOMO dan bagaimana dampaknya terhadap psikososial pengguna.

Di sisi lain, keterkaitan fenomena ini dengan ranah pendidikan digital belum banyak dieksplorasi secara mendalam. Padahal, dalam dunia pendidikan, khususnya pendidikan digital yang semakin mengandalkan teknologi interaktif, keberadaan media sosial sering dimanfaatkan sebagai sarana pembelajaran, kolaborasi, maupun pengembangan identitas akademik. Jika FOMO tidak dipahami dan diantisipasi, maka tekanan psikologis dari media sosial dapat mengurangi konsentrasi belajar, menurunkan motivasi, hingga menghambat pencapaian akademik peserta didik. Di sinilah letak gap penelitian yang ingin dijawab, yakni bagaimana fenomena FOMO beroperasi melalui mekanisme komunikasi massa digital, serta bagaimana implikasinya bagi kesejahteraan psikososial Generasi Z dan Milenial yang juga merupakan peserta utama pendidikan digital.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam proses terbentuknya FOMO melalui media sosial dan pengaruhnya terhadap dinamika perilaku komunal serta kondisi psikologis pengguna, khususnya di kalangan Generasi Z dan Milenial. Kedua generasi ini memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi terhadap teknologi digital,

menjadikannya kelompok yang paling rentan mengalami tekanan psikologis akibat eksposur media sosial yang berlebihan. Fokus kajian akan diarahkan pada mekanisme komunikasi massa di media sosial dan dampaknya terhadap kesejahteraan psikososial.

Urgensi kajian ini terletak pada perlunya pemahaman kritis mengenai sisi gelap media sosial yang berdampak pada kualitas hidup dan proses belajar generasi muda. Dengan menelaah mekanisme terbentuknya FOMO serta pengaruhnya terhadap perilaku dan psikologi individu, penelitian ini diharapkan tidak hanya memperkaya literatur akademik, tetapi juga memberikan kontribusi praktis dalam merumuskan strategi intervensi sosial dan edukatif. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pendidik, pembuat kebijakan, dan praktisi digital dalam membangun ekosistem pendidikan digital yang lebih sehat, berkesadaran, dan mendukung perkembangan psikososial peserta didik.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (*library research*) untuk menganalisis fenomena Fear of Missing Out (FOMO) pada Generasi Z dan Generasi Milenial. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali makna mendalam terkait aspek psikologis dan sosial yang tidak dapat diukur secara kuantitatif. Data primer diperoleh dari jurnal ilmiah bereputasi, buku akademik, serta artikel penelitian yang relevan dengan topik FOMO, sementara data sekunder mencakup laporan penelitian, berita daring, dan statistik penggunaan media sosial. Kriteria inklusi literatur meliputi publikasi antara tahun 2015–2024, artikel berbahasa Indonesia atau Inggris, dan membahas FOMO dalam konteks generasi muda. Adapun kriteria eksklusi adalah literatur yang bersifat opini populer, tidak terindeks akademik, atau tidak relevan dengan fokus penelitian.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran sistematis di basis data akademik seperti Google Scholar, PubMed, dan ResearchGate, dengan kata kunci seperti FOMO, media sosial, generasi Z, generasi milenial, dan mental health. Dari hasil pencarian, diperoleh total 42 artikel dan buku yang diseleksi, dengan 25 literatur yang memenuhi kriteria inklusi untuk dianalisis lebih lanjut. Setiap sumber dipetakan dan dikategorikan berdasarkan tema utama, antara lain kecemasan sosial, kebutuhan validasi, serta keterhubungan digital. Langkah ini memungkinkan peneliti menyusun kerangka konseptual yang terstruktur untuk memahami pola perilaku dan dampak psikologis FOMO secara lebih komprehensif.

Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis tematik, yaitu dengan mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menafsirkan tema-tema kunci dari literatur yang terpilih. Validitas penelitian dijaga melalui triangulasi sumber, yakni membandingkan temuan dari berbagai referensi primer dan sekunder untuk memastikan konsistensi hasil. Reliabilitas analisis diperkuat dengan penggunaan prosedur seleksi literatur yang transparan dan terdokumentasi, sehingga proses pengolahan data dapat direplikasi. Dengan metode ini, penelitian diharapkan menghasilkan sintesis konseptual yang relevan, valid, dan dapat memperkaya pemahaman akademik mengenai FOMO dalam konteks generasi muda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi Massa dan Fenomena FOMO di Media Sosial

Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) merupakan respons psikologis yang muncul akibat eksposur terhadap informasi yang menunjukkan aktivitas, pengalaman, atau pencapaian orang lain yang tidak dialami oleh individu secara langsung. Dalam konteks komunikasi massa modern, media sosial telah menjadi arena utama terbentuknya

FOMO, karena sifatnya yang bersifat terbuka, real-time, dan sangat visual. Komunikasi massa dalam bentuk digital telah bertransformasi dari model linier menjadi interaktif, di mana audiens tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga produsen konten (prosumers) (Jenkins, 2006).

Media sosial sebagai bagian dari komunikasi massa digital memfasilitasi terbentuknya lingkungan informasi yang terus-menerus memperlihatkan standar kehidupan ideal, seperti gaya hidup mewah, liburan eksklusif, atau pencapaian pribadi dan profesional. Dalam kerangka ini, komunikasi massa berperan dalam mendiseminasi nilai-nilai yang secara tidak langsung membentuk norma sosial baru di kalangan pengguna media sosial. Ketika individu merasa tertinggal atau tidak terlibat dalam tren atau aktivitas yang ditampilkan, muncullah rasa takut untuk tidak menjadi bagian dari kelompok sosial tersebut (Przybylski et al., 2013).

Proses terbentuknya FOMO dapat dijelaskan melalui teori Uses and Gratifications, yang menempatkan individu sebagai agen aktif dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya, termasuk kebutuhan akan afiliasi sosial dan validasi diri (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974). Namun, dalam konteks media sosial, eksposur yang berlebihan terhadap aktivitas orang lain justru menimbulkan efek sebaliknya: alih-alih merasa puas, individu merasa kurang atau terasing. Di sinilah komunikasi massa memainkan peran ambivalen, yakni sebagai sumber kepuasan sekaligus pemicu kecemasan sosial.

Salah satu mekanisme utama dalam komunikasi massa yang membentuk FOMO adalah agenda-setting. Melalui algoritma dan sistem kurasi konten, media sosial menampilkan isu, aktivitas, atau tren tertentu secara masif dan berulang. Dengan demikian, audiens diarahkan untuk mempersepsikan hal-hal tertentu sebagai penting, layak untuk diikuti, atau bahkan sebagai tolok ukur kesuksesan sosial (McCombs & Shaw, 1972). Proses ini menyebabkan pengguna media sosial merasa terdorong untuk mengikuti tren yang sedang populer, meskipun tidak relevan dengan kebutuhan atau minat pribadi mereka.

Mekanisme lainnya adalah social comparison, di mana media sosial menjadi cermin sosial yang menampilkan identitas dan prestasi orang lain. Festinger (1954) dalam Social Comparison Theory menyatakan bahwa individu secara alamiah akan membandingkan dirinya dengan orang lain sebagai bentuk evaluasi diri. Dalam konteks media sosial, komunikasi massa mempercepat dan memperluas proses ini dengan menampilkan highlight kehidupan orang lain secara selektif dan terkadang manipulatif, sehingga menciptakan persepsi yang tidak realistis tentang kehidupan sosial mayoritas.

Tidak hanya itu, parasocial interaction juga menjadi dimensi penting dalam membentuk FOMO. Hubungan semu antara pengguna media sosial dengan selebritas, influencer, atau bahkan teman-teman virtual menciptakan ilusi kedekatan emosional. Ketika seseorang merasa terhubung secara emosional dengan figur publik yang mereka ikuti, mereka juga merasa terdorong untuk “mengikuti jejak” figur tersebut, atau paling tidak mengetahui setiap perkembangan aktivitas mereka. Ketidakterlibatan dalam wacana atau tren yang diinisiasi oleh figur publik tersebut menciptakan kecemasan sosial (Horton & Wohl, 1956).

Transformasi komunikasi massa dari model broadcasting ke model narrowcasting juga memperkuat fenomena FOMO. Dengan segmentasi konten berdasarkan preferensi algoritmik, pengguna secara terus-menerus dibombardir oleh konten yang seragam dan terfokus, menciptakan filter bubble yang memperkuat norma sosial tertentu. Akibatnya, individu merasa bahwa apa yang mereka lihat adalah realitas sosial umum, padahal

sebenarnya merupakan hasil personalisasi algoritmik (Pariser, 2011). Komunikasi massa digital di sini berfungsi bukan hanya sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai pembentuk persepsi kolektif.

Fenomena FOMO juga dapat dilihat dari perspektif spiral of silence yang diadaptasi dalam konteks media sosial. Ketika seseorang tidak mengikuti tren atau tidak memiliki pengalaman serupa yang dibagikan oleh mayoritas, mereka cenderung diam atau tidak mengekspresikan dirinya karena takut berbeda atau dikucilkan secara sosial (Noelle-Neumann, 1974). Keheningan ini pada akhirnya memperkuat dominasi wacana mayoritas yang terus beredar melalui komunikasi massa digital.

Peran media sebagai agen sosialisasi turut memperkuat fenomena FOMO. Melalui konten-konten yang viral dan dibagikan secara luas, media sosial membentuk norma tentang apa yang “harus” dilakukan, dimiliki, atau dicapai. Konten semacam ini menyoroti aspek psikologis pengguna dengan membentuk harapan-harapan yang bersifat performatif: seseorang merasa perlu memposting pengalaman liburan, pencapaian akademik, atau interaksi sosial agar tidak merasa tertinggal. Ini merupakan hasil langsung dari mekanisme cultural production dalam komunikasi massa digital (Couldry & Hepp, 2017).

Dampak dari mekanisme komunikasi massa terhadap FOMO bersifat multidimensional. Secara psikologis, FOMO dikaitkan dengan peningkatan tingkat stres, gangguan tidur, penurunan harga diri, serta kecanduan media sosial (Oberst et al., 2017). Secara sosial, FOMO dapat mengganggu kohesi sosial karena individu lebih sibuk membandingkan diri daripada membangun koneksi autentik. Oleh karena itu, perlu pendekatan literasi media dan kesadaran digital yang dapat mengurangi dampak negatif dari eksposur komunikasi massa yang berlebihan.

Maka mekanisme komunikasi massa dalam era digital sangat berperan dalam pembentukan dan penguatan fenomena FOMO. Proses ini berlangsung melalui agenda setting, social comparison, parasocial interaction, hingga algoritmik kurasi konten. Media sosial sebagai bentuk komunikasi massa yang sangat personal dan interaktif telah mengubah dinamika kebutuhan sosial manusia menjadi lebih performatif dan kompetitif. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih etis, inklusif, dan berorientasi pada kesejahteraan psikologis pengguna.

Dampak FOMO pada Kesehatan Mental dan Sosial

FOMO didefinisikan sebagai perasaan cemas yang muncul ketika seseorang merasa tertinggal dari pengalaman orang lain, terutama yang terlihat di media sosial (Przybylski et al., 2013). Perasaan ini mendorong individu untuk terus memantau media sosial agar tidak melewatkan momen penting yang dialami oleh orang lain, sehingga berpotensi menimbulkan tekanan psikologis dan gangguan hubungan sosial.

Dalam konteks kesehatan mental, FOMO telah dikaitkan dengan peningkatan kecemasan, depresi, dan stres. Penelitian oleh Elhai, Levine, Dvorak, dan Hall (2016) menunjukkan bahwa individu dengan tingkat FOMO yang tinggi cenderung memiliki skor kecemasan dan depresi yang lebih tinggi. Hal ini disebabkan oleh dorongan kompulsif untuk tetap terhubung dengan dunia maya, yang mengganggu waktu istirahat dan keseimbangan emosional. Ketergantungan terhadap media sosial untuk meredakan rasa kehilangan tersebut justru memperparah tekanan mental yang dialami.

Kecemasan yang dipicu oleh FOMO juga berkorelasi dengan gangguan tidur. Dalam studi yang dilakukan oleh Milyavskaya et al. (2018), individu yang mengalami FOMO cenderung mengalami gangguan tidur karena waktu penggunaan media sosial yang berlebihan, terutama di malam hari. Penggunaan perangkat digital sebelum tidur

diketahui menghambat produksi melatonin, hormon yang berperan dalam mengatur siklus tidur. Kombinasi antara paparan cahaya layar dan tekanan psikologis memperburuk kualitas tidur pengguna.

Selain kesehatan mental, FOMO berdampak signifikan pada kualitas relasi sosial pengguna media sosial. Individu yang terlalu fokus pada kehidupan orang lain di dunia maya sering kali mengabaikan interaksi interpersonal di dunia nyata. Menurut penelitian Abel, Buff, dan Burr (2016), tingkat FOMO yang tinggi berkaitan dengan rendahnya kepuasan dalam hubungan sosial langsung. Hal ini disebabkan oleh perhatian yang terpecah dan kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain secara terus-menerus.

FOMO juga menyebabkan distorsi dalam persepsi realitas sosial. Media sosial menampilkan momen-momen bahagia dan pencapaian personal secara selektif, yang membentuk ilusi bahwa orang lain selalu menjalani kehidupan yang lebih baik. Menurut Tandoc, Ferrucci, dan Duffy (2015), hal ini mendorong individu untuk membandingkan diri mereka secara negatif, yang memperburuk harga diri dan meningkatkan rasa tidak aman. Dampaknya, relasi sosial menjadi semakin rapuh karena individu merasa tidak cukup baik untuk diterima oleh lingkungannya.

Fenomena ini juga memperlihatkan keterkaitan erat antara FOMO dengan meningkatnya penggunaan media sosial secara kompulsif. Dalam kerangka Teori Ketergantungan Media, Ball-Rokeach dan DeFleur (1976) menjelaskan bahwa individu yang merasa tidak aman atau tidak memiliki kontrol atas lingkungannya cenderung bergantung pada media untuk memperoleh informasi dan validasi sosial. Dalam konteks FOMO, media sosial menjadi sumber utama untuk memantau aktivitas sosial dan memperkuat keterikatan emosional yang tidak sehat.

Lebih jauh, FOMO turut memperkuat tekanan sosial dalam jaringan pertemanan. Pengguna yang merasa tertinggal dari aktivitas teman-temannya cenderung memaksakan diri untuk selalu tampil aktif, meskipun secara emosional tidak siap. Studi dari Alt (2015) menunjukkan bahwa mahasiswa yang mengalami FOMO lebih mungkin untuk menghadiri kegiatan sosial hanya demi eksistensi, bukan karena kebutuhan interaksi yang tulus. Hal ini menandakan degradasi nilai relasi sosial menjadi sekadar simbol status sosial.

Dalam tataran yang lebih luas, FOMO juga memengaruhi pola komunikasi interpersonal. Ketergantungan terhadap media sosial menyebabkan banyak individu lebih nyaman berkomunikasi secara daring dibandingkan secara tatap muka. Hal ini berdampak pada penurunan keterampilan komunikasi langsung, empati, dan kemampuan mendengarkan secara aktif (Rettberg, 2017). Akibatnya, kualitas hubungan interpersonal menjadi dangkal dan tidak lagi didasarkan pada kedekatan emosional yang kuat.

Untuk mengurangi dampak negatif FOMO, beberapa studi menyarankan intervensi berupa digital detox dan peningkatan literasi media. Menurut Oberst et al. (2017), individu yang diberikan pelatihan literasi digital dan kesadaran diri dalam menggunakan media sosial menunjukkan penurunan tingkat FOMO yang signifikan. Edukasi tentang bagaimana algoritma media sosial bekerja serta penguatan konsep self-worth yang tidak bergantung pada validasi eksternal menjadi kunci dalam menangani fenomena ini.

Pada akhirnya, FOMO merupakan dampak psikososial yang signifikan dari penggunaan media sosial yang tidak terkontrol. Ia tidak hanya memengaruhi kesehatan mental melalui peningkatan kecemasan dan gangguan tidur, tetapi juga merusak kualitas relasi sosial dan memperlemah keterampilan komunikasi interpersonal. Oleh karena itu, perlu ada pendekatan multidisipliner yang melibatkan komunikasi massa, psikologi, dan

pendidikan digital untuk menanggulangi dampak negatif dari FOMO secara komprehensif.

Strategi Literasi Digital untuk Mencegah FOMO Generasi Milenial dan Z

Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) telah menjadi salah satu isu psikososial yang signifikan dalam era digital, terutama di kalangan Generasi Milenial dan Z. Kedua generasi ini dikenal sebagai digital native yang memiliki keterikatan kuat dengan media sosial dan teknologi informasi (Przybylski et al., 2013). FOMO muncul sebagai dampak dari paparan konstan terhadap kehidupan sosial orang lain yang ditampilkan secara selektif di media digital, sehingga memicu kecemasan akan ketertinggalan informasi, pengalaman, atau hubungan sosial.

Strategi mitigasi terhadap FOMO tidak dapat dilepaskan dari pentingnya literasi digital. Literasi digital bukan hanya mencakup kemampuan teknis dalam menggunakan teknologi, melainkan juga mencakup keterampilan kritis dalam menyaring, memahami, dan menanggapi informasi secara bijak (Livingstone et al., 2017). Dalam konteks ini, literasi digital berfungsi sebagai fondasi untuk membangun kesadaran terhadap mekanisme media sosial dan dampaknya terhadap kesehatan mental individu.

Salah satu pendekatan strategis dalam mitigasi FOMO adalah melalui edukasi literasi digital berbasis nilai. Edukasi ini menekankan pada pemahaman akan algoritma media sosial, bagaimana platform memanipulasi atensi pengguna, serta bagaimana konten dikurasi untuk menampilkan kehidupan yang tampak sempurna (Chou et al., 2012). Dengan memahami hal ini, individu dapat lebih kritis terhadap konten yang dikonsumsi dan tidak mudah terjebak dalam perbandingan sosial yang tidak sehat.

Mitigasi FOMO juga dapat dilakukan melalui pengembangan kesadaran diri (self-awareness) dan manajemen waktu digital. Program-program pelatihan yang menekankan pentingnya jeda digital (digital detox), pemantauan waktu penggunaan media sosial, serta pengaturan notifikasi dapat mengurangi kecenderungan untuk terus-menerus memeriksa pembaruan sosial (Elhai et al., 2017). Strategi ini telah terbukti efektif dalam menurunkan kecemasan digital dan memperkuat kesejahteraan psikologis.

Penguatan keterampilan berpikir kritis juga sangat penting dalam strategi mitigasi. Generasi Milenial dan Z perlu dibekali dengan kemampuan evaluatif untuk membedakan antara informasi yang relevan dan tidak relevan, serta antara konten autentik dan konten yang dimanipulasi. Literasi informasi semacam ini dapat mengurangi ketergantungan emosional terhadap validasi sosial dari media digital (Tandoc et al., 2015).

Intervensi berbasis komunitas juga merupakan strategi yang efektif. Komunitas digital atau offline yang mendorong diskusi terbuka tentang kesehatan mental dan tekanan media sosial dapat menjadi ruang reflektif bagi individu yang mengalami FOMO. Dukungan sosial yang kuat telah terbukti sebagai pelindung terhadap dampak negatif media sosial terhadap psikologis (Frison & Eggermont, 2015).

Dalam konteks institusional, lembaga pendidikan dapat memainkan peran penting dengan mengintegrasikan kurikulum literasi digital yang komprehensif, mulai dari jenjang sekolah menengah hingga perguruan tinggi. Kurikulum ini harus menyentuh aspek emosional, sosial, dan kognitif penggunaan teknologi, serta memberikan simulasi atau studi kasus mengenai dampak negatif penggunaan media sosial yang tidak terkendali (Buckingham, 2015).

Sementara itu, peran media juga tak kalah penting dalam strategi mitigasi. Media massa arus utama dapat berkontribusi dalam kampanye literasi digital dan kesadaran FOMO melalui pemberitaan yang edukatif, dokumenter, dan talkshow. Dengan narasi

yang bersifat humanis dan konstruktif, media dapat membantu membangun kesadaran kolektif tentang pentingnya penggunaan media sosial yang sehat (McQuail, 2010).

Platform media sosial sendiri dapat dilibatkan dalam strategi mitigasi melalui fitur desain yang lebih etis. Misalnya, penghapusan jumlah "like" yang terlihat publik, penyediaan notifikasi untuk jeda penggunaan, atau konten edukatif terkait dampak psikologis media digital. Perusahaan teknologi memiliki tanggung jawab sosial untuk menciptakan ruang digital yang lebih sehat dan inklusif (Andreassen et al., 2017).

Akhirnya, strategi mitigasi FOMO harus dilihat sebagai upaya jangka panjang yang melibatkan sinergi antara individu, keluarga, lembaga pendidikan, media, dan pembuat kebijakan. Pendekatan interdisipliner yang melibatkan psikologi, komunikasi massa, teknologi informasi, dan pendidikan sangat dibutuhkan untuk membentuk generasi yang tidak hanya cakap secara digital, tetapi juga sehat secara emosional dalam menghadapi derasnya arus informasi.

KESIMPULAN

Kesimpulan Penelitian ini menegaskan bahwa FOMO (*Fear of Missing Out*) merupakan konsekuensi nyata dari penggunaan media sosial yang intensif di kalangan Generasi Z dan Milenial. Temuan utama menunjukkan bahwa fenomena ini berdampak signifikan pada kesehatan mental terutama kecemasan, stres, dan isolasi sosial serta memengaruhi pola komunikasi, interaksi sosial, dan keseimbangan antara kehidupan digital dan nyata. Implikasi dari temuan ini menggarisbawahi pentingnya upaya mitigasi FOMO melalui intervensi individual seperti terapi kognitif dan manajemen waktu digital, serta langkah kolektif berupa penguatan literasi digital, peningkatan kecerdasan emosional, dan penguatan kualitas interaksi sosial di dunia nyata. Kolaborasi antara individu, keluarga, institusi pendidikan, dan pembuat kebijakan menjadi kunci untuk membangun ekosistem digital yang sehat dan berkelanjutan. Rekomendasi penelitian ini menekankan perlunya strategi komprehensif untuk mendukung penggunaan media sosial yang lebih seimbang. Prospek penelitian lanjut dapat diarahkan pada kajian longitudinal tentang dampak FOMO jangka panjang, perbandingan lintas generasi dan budaya, serta efektivitas intervensi berbasis teknologi maupun pendidikan dalam mengurangi dampak negatif FOMO.

DAFTAR PUSTAKA

- Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 14(1), 33–44. <https://doi.org/10.19030/jber.v14i1.9554>
- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111–119. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.057>
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287–293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. *Communication Research*, 3(1), 3–21. <https://doi.org/10.1177/009365027600300101>
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Buckingham, D. (2015). Defining digital literacy: What do young people need to know about digital media? *Nordic Journal of Digital Literacy*, 4(1), 21–34.
- Chou, H. G., & Edge, N. (2012). “They are happier and having better lives than I am”: The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117–121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity Press.
- Elhai, J. D., Levine, J. C., Dvorak, R. D., & Hall, B. J. (2016). Fear of missing out, need for touch, anxiety and depression are related to problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 63, 509–516. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.079>
- Elhai, J. D., Levine, J. C., Dvorak, R. D., & Hall, B. J. (2017). Non-social features of smartphone use are most related to depression, anxiety and problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 69, 75–82. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.023>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Frison, E., & Eggermont, S. (2015). The impact of daily stress on adolescents' depressed mood: The role of social support seeking through Facebook. *Computers in Human Behavior*, 44, 315–325. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.070>
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19(3), 215–229.
- Hunt, M. G., Marx, R., Lipson, C., & Young, J. (2018). No more FOMO: Limiting social media decreases loneliness and depression. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 37(10), 751–768. <https://doi.org/10.1521/jscp.2018.37.10.751>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Livingstone, S., Mascheroni, G., & Staksrud, E. (2017). *European research on children's*

- internet use: Assessing the past and anticipating the future. *New Media & Society*, 20(3), 1103–1122. <https://doi.org/10.1177/1461444816685930>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). SAGE Publications.
- Milyavskaya, M., Saffran, M., Hope, N., & Koestner, R. (2018). Fear of missing out: Prevalence, dynamics, and consequences of experiencing FOMO. *Motivation and Emotion*, 42, 725–737. <https://doi.org/10.1007/s11031-018-9683-5>
- Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence: A theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43–51.
- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamarro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of Adolescence*, 55, 51–60. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.008>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Rettberg, J. W. (2017). *Seeing ourselves through technology: How we use selfies, blogs and wearable devices to see and shape ourselves*. Palgrave Macmillan.
- Tandoc, E. C., Ferrucci, P., & Duffy, M. (2015). Facebook use, envy, and depression among college students: Is Facebooking depressing? *Computers in Human Behavior*, 43, 139–146. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.10.053>
- Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and social interest. *The Journal of Individual Psychology*, 71(2), 103–113. <https://doi.org/10.1353/jip.2015.0021>