



Fenomena FOMO : Bagaimana *Self Control* Mempengaruhi Generasi Z

Nia Bening Mutiara^{1*}, Abelia Agustin², Risma Anita Puriani³, Rani Mega Putri⁴

¹⁻⁴ Universitas Sriwijaya, Indonesia

Alamat: Jl. Raya Palembang – Prabumulih No. KM. 32, Indralaya Indah, Kec. Indralata, Kabupaten Ogan Ilir, Sumatera Selatan

Korespondensi penulis: niabmutiara21@gmail.com

Abstract: *Fear of Missing Out or more often abbreviated as FoMO is a phenomenon that shows where an individual experiences anxiety about being left behind by trends so that it brings a lot of influence into the individual's life itself, especially Generation Z who since birth have been faced with technological advances. This study was conducted to see the picture of Self-Control's involvement in influencing Generation Z on this FoMO phenomenon. This study uses a literature study method with a narrative view design from accredited journals 5 years and under. The results of this study indicate that self-control plays a very important role in influencing Generation Z in this FoMO era.*

Keywords: *Self-Control, Generation Z, FoMO*

Abstrak. Fear of Missing Out atau yang lebih sering disingkat dengan FoMO adalah suatu fenomena yang menunjukkan dimana seorang individu mengalami kecemasan akan ketertinggalan trend sehingga membawa banyak pengaruh kedalam kehidupan seorang individu itu sendiri terutama Generasi Z yang sedari lahir sudah dihadapkan dengan kemajuan teknologi. Penelitian ini dilakukan untuk melihat gambaran keterlibatan Self-Control dalam mempengaruhi Generasi Z dalam fenomena FoMO ini. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan desain naratif view dari jurnal-jurnal 5 tahun kebawah yang terakreditasi. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa self control sangat berperan penting dalam mempengaruhi Generasi Z di era FoMO ini

Kata kunci: Kontrol Diri, Generasi Z, FoMO

1. LATAR BELAKANG

Maraknya teknologi pada saat ini memberikan banyak dampak ke kehidupan masyarakat terutama bagi generasi Z yang masih rawan akan dampak negatif dari kemajuan teknologi tersebut. Lestari et al., (2024) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa dampak yang paling menonjol dari kemajuan teknologi ini adalah generasi Z menjadi ketergantungan dengan teknologi sehingga kehidupan sehari-harinya tidak bisa lagi lepas dari yang namanya teknologi seperti handphone dan internet. Selain itu Fitriyadi et al., (2023) juga menambahkan bahwa dengan adanya kemajuan teknologi ini membuat generasi Z menjadi generasi yang tidak sabar dan menyukai hal-hal yang berbau instan. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh dari teknologi yang semakin canggih membawa banyak sekali dampak negatif pada generasi penerus salah satunya adalah generasi Z. Penelitian ini menyoroti Generasi Z, hal ini dikarenakan generasi Z bisa disebut sebagai generasi digital yang dimana sejak mereka baru lahir sudah dikenalkan dan tumbuh bersama dengan teknologi yang semakin canggih. Pendapat ini sejalan dengan

penelitian Muhajirina et al., (2024) yang menyatakan bahwa generasi Z juga sering disebut sebagai iGenerasion atau Generasi Internet.

Pada dasarnya jika dilihat dari sisi positif generasi Z sebenarnya adalah generasi yang sangat bagus untuk membawa inovasi baru pada kehidupan di Indonesia terutama dalam hal pendidikan karena dengan adanya generasi yang sudah memahami dan mendalami teknologi secara lebih dalam dapat membawa perubahan kearah yang lebih baik lagi. Namun sangat disayangkan bahwa disamping itu terdapat tantangan yang besar untuk bisa mencapai tujuan dan mimpi bersama tersebut. Tantangan ini adalah pengaruh dari Internet dan AI yang semakin merajalela membuat Generasi yang masih lemah dan rentan ini menjadi terbawa arus baru yang dinamakan *Fear of Missing Out* (FOMO).

Jo et al., (2024) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) adalah suatu keadaan dimana seorang individu tidak mau ketinggalan akan berita yang tengah trend di media sosial sehingga berusaha untuk meniru dan mengikutinya. Hal ini membuat seorang individu terutama generasi Z mengalami ketakutan akan ketinggalan trend yang tengah *booming* dikalangnya. Pada dasarnya perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) tidak akan berdampak buruk pada diri seorang individu jika individu tersebut memiliki self control yang bagus. Namun sayang disayangkan bahwa self control yang dimiliki oleh Generasi Z bisa dikatakan masih kurang. Hal ini terlihat dari masih banyaknya Generasi Z yang masih ikut-ikutan trend tanpa memikirkan sebab akibatnya dimasa depan. Oleh sebab itu penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat gambaran mengenai bagaimana Self Control dapat mempengaruhi generasi Z dalam fenomena FOMO yang tengah marak ada dimana-mana saat ini.

2. KAJIAN TEORITIS

Fear of Missing Out atau yang lebih sering disebut dengan (FOMO) adalah sebuah fenomena yang tengah menjadi perbincangan panas dikalangan generasi saat ini termasuk Generasi Z. Generasi Z adalah generasi yang menjadi subjek yang terlibat langsung dalam keberlangsungan fenomena ini. (Goldman et al., 2023) Dalam penelitiannya menyatakan bahwa FOMO adalah suatu kekhawatiran atau kepanikan moral akan ketertinggalan berita yang tengah trending. Selain itu maraknya FOMO juga dikarenakan banyaknya influencer media sosial yang bermunculan sehingga tidak sedikit individu yang mengidolakan dan menjadikan panutan sehingga dalam hal berpakaian, makanan, musik, dan hobi pun memiliki keinginan untuk sama dengan idola kesukaannya tersebut. Pada dasarnya fenomena FOMO memang cukup menarik perhatian publik karena banyaknya individu terutama generasi Z yang

berbondong-bondong meramainya dan mengikuti segala hal yang tengah menjadi trend dan sangat takut apabila ketinggalan trend tersebut.

Dinh & Lee, (2024) dalam penelitiannya menyatakan bahwa fenomena FOMO memberikan dampak yang buruk bagi individu seperti konsumsi yang berlebihan, pembelian barang yang tidak penting, meningkatnya Flexing, dan kehidupan dan tingkah laku yang diatur oleh media sosial atau trend. Perilaku ini tentu saja kembali kepada Self Control yang dimiliki masing-masing individu.

Self Control adalah suatu integritas kekuatan keinginan dan tujuan dengan konflik keinginan dan tujuan sebagai aspek godaan dengan tindakan penolakan, (Altstötter-Gleich et al., 2025). Semakin tinggi self control yang dimiliki oleh seorang individu maka semakin rendahnya kemungkinan individu terlibat dalam fenomena FOMO.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan studi literatur dengan desain *narrative review*. Penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan dengan desain *narrative review* yang terdiri dari mengumpulkan informasi atau data, mengidentifikasi, menganalisis, dan menyimpulkan literatur yang sudah diterbitkan. Literatur yang digunakan adalah artikel-artikel jurnal yang terakreditasi, baik nasional maupun internasional. Selain itu artikel jurnal yang digunakan juga adalah artikel jurnal terbaru dengan kurun waktu 5 tahun terakhir. Teknik analisis data yang digunakan yakni dengan mengkaji judul, metode, dan hasil dan pembahasan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1

No	Penulis dan Tahun	Sampel	Metodologi	Tujuan	Hasil
1	Rahmawati et al., (2025)	89 mahasiswa aktif berusia 17 tahun keatas	Kuantitatif deskriptif	Menjelajahi sampai mana FOMO berpengaruh terhadap pemahaman dan kontribusi politik dalam lingkungan mahasiswa generasi Z di Indonesia	Hasilnya dalam dunia politik kebanyakan responden tidak mengalami kecemasan tentang FOMO serta tidak menentukan keputusan politik berdasarkan FOMO tetapi beberapa ada

					yang terpengaruh oleh opini yang tengah beredar dan beberapa lainnya merasa perlu untuk menghindari sikap apatis.
2	Fitri et al., (2024)	Gen-Z berusia 18-26 tahun pengguna media sosial di Banjarmasin	Kuantitatif dengan desain Korelasional	Mengetahui pengaruh <i>self-esteem</i> terhadap <i>fear of missing out</i> (FOMO) pada Generi Z pengguna media sosial	<i>Self-esteem</i> dengan FOMO memiliki hubungan yang erat dan saling mempengaruhi satu sama lain. Semakin tinggi tingkat <i>self-esteem</i> maka semakin rendah Tingkat FOMO begitupun sebaliknya.
3	Zhafirah et al., (2023)	Generasi Z berjumlah 502 orang berusia 18-26 tahun di Bandung	Pendekatan Kuantitatif	Untuk menguji peran FOMO dalam memediasi dampak kontrol diri terhadap nomophobia pada generasi Z di wilayah Bandung Raya.	(1) Kontrol diri berpengaruh negatif signifikan terhadap nomophobia, (2) Kontrol diri berpengaruh negatif signifikan terhadap FOMO, (3) FOMO berpengaruh signifikan terhadap nomophobia, dan (4) Pengaruh Self Control dimediasi oleh FOMO terutama dalam nomophobia secara signifikan pada Generasi Z di Bandung Raya.
4	Ardella et al., (2024)	Generasi Z, lahir antara 1997-2012, hobi belanja makanan online dan mengikuti tren	pendekatan kuantitatif	Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara Fear of Missing Out (FoMO) dan pembelian impulsif untuk pesan-antar	Rasa takut ketinggalan (FoMO) berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian impulsif bahan makanan online pada Generasi Z. Semakin tinggi skor

		makanan, berjumlah 200 responden		makanan online pada generasi Z.	FoMO, semakin banyak pembelian impulsif yang dilakukan.
5	Asyahidda & Azis, (2024)	15 informan berusia 18–25 tahun	Studi kualitatif ini dengan desain wawancara mendalam dan observasi partisipan	Memahami dinamika psikologis dan sosiologis dari <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	FOMO mendorong keterlibatan berlebihan pada tren viral, memperkuat konformitas, dan memicu perilaku negatif seperti perundungan <i>cyber</i> dan penyebaran informasi palsu. Meskipun Generasi Z sadar akan kerentanannya, banyak yang kesulitan mengembangkan strategi kritis dalam berinteraksi dengan konten daring.
6	Suciani & Ayu Rahma Hamida, (2022)	siswa/i SMAS Saint Enoch tingkat 10 – 12 tahun ajaran 2020-2021 berjumlah 45 orang	Pendekatan kuantitatif eksplanatif	untuk menentukan hubungan sebab akibat antara Penonton Platform Streaming dan Pengalaman FoMO	Pengalaman FoMO dipengaruhi secara signifikan oleh penonton platform streaming.
7	Aisafitri & Yusriyah, (2021)		Kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara,	untuk mengetahui bagaimana kecanduan media sosial, juga dikenal sebagai sindrom FoMO, mempengaruhi generasi muda di kota Depok.	Generasi muda mengalami <i>nomophobia</i> yang kemudian mengarah pada (FoMO) memiliki efek positif dan negatif pada kehidupan sehari-hari mereka, karena

			dan dokumentasi.		mereka secara tidak langsung memiliki motivasi untuk melakukan tindakan karena mereka selalu belajar tentang hal-hal baru.
8	Perdana et al., (2024)	39 orang Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bengkulu	Metode kualitatif, dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi	Untuk mengetahui fenomena FOMO pada pengguna media sosial Instagram Gen Z, khususnya mahasiswa Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bengkulu yang aktif menggunakan Instagram.	Menunjukkan bahwa Fenomena FOMO terjadi pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bengkulu terhadap bentuk informasi di media sosial.
9	Chyquitita, (2024)	24 artikel yang diterbitkan dalam kurun waktu tahun 2018-2023 pada jurnal bereputasi Nasional dan Internasional.	Kualitatif melalui kajian pustaka	Untuk mengeksplorasi fenomena FOMO di kalangan remaja	Kaum muda rentan terhadap FOMO karena dilandasi dengan nomophobia sehingga adanya keinginan untuk terus bersatu dengan orang lain, kebutuhan untuk pujian dan pengakuan, rasa takut bahwa mereka kehilangan kendali diri rendah dan momen-momen penting.
10	Istiqomah, K. (2024)	Mahasiswa aktif universitas hasyim asy'ari yang berasal	Pendekatan kualitatif dengan jenis data primer melalui observasi, wawancara,	Untuk menguraikan Fenomena FOMO yang terdapat di media sosial mahasiswa	Ditemukan terdapat kecemasan akan ketinggalan informasi yang tengah dibicarakan publik di media sosial serta

		dari prodi yang berbeda beda	dan dokumentasi, serta data sekunder dari buku, artikel jurnal, dan literatur terkait.	Universitas Hasyim Asy'ari	keinginan untuk mengikuti tren di media sosial.
11	Kurnia et al., (2024)	376 mahasiswa sebagai populasi dan 183 mahasiswa sebagai sampel	Metode kuantitatif deskriptif	Untuk mengeksplor fenomena <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) di kalangan mahasiswa pengguna media sosial	Fenomena <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) pada mahasiswa pengguna media sosial berkategori tinggi dengan penyumbang terbanyak adalah mahasiswa angkatan 2023.
12	Hasan Asyhuri et al., (2023)	Lima publikasi ilmiah berdasarkan kriteria yang telah ditentukan	Studi literatur	Untuk melihat hubungan yang muncul dari intensitas penggunaan media sosial, perasaan FOMO, dan kepribadian menurut Big Five Theory,	Masing-masing aspek dari big five theory memiliki dampak yang berbeda-beda dalam menjelaskan FOMO yang dialami oleh seseorang berdasarkan seberapa intens mereka menggunakan media sosial.
13	Istharini & Arianti, (2022)	50 responden dengan rentang usia 12-15 tahun dan pengguna media sosial yang aktif	Kuantitatif dengan uji Kruskal-Wallis	Untuk mengetahui perbedaan tingkat FOMO pada remaja ditinjau dari 4 tipe kepribadian	Tingkatan FoMO memiliki perbedaan disetiap remaja

14	Pramudiani & Leon, (2024)	166 responden dengan Teknik purposive sampling	Structural Equation Model (SEM) dengan menggunakan software AMOS 21	Menganalisis pengaruh Imitation of Influencer, Materialism, Social Comparision, FOMO terhadap Buying Intention	Mereka yang meniru orang terkenal memiliki efek positif terhadap perbandingan sosial dan materialisme; namun, perbandingan sosial tidak mempengaruhi FOMO, dan FOMO mempengaruhi keinginan membeli; perbandingan sosial tidak mempengaruhi materialisme dan Materialisme membantu niat pembelian.
15	Yusuf et al., (2023)	Mahasiswa Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Makassar	Penelitian kualitatif deskriptif	Untuk mengetahui bagaimana fenomena FOMO di kalangan mahasiswa Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Makassar	Mahasiswa yang mengalami Nomophobia yang kemudian merambat pada FoMO dicirikan dengan penggunaan sosial media dengan durasi yang lama yaitu > 5 jam
16	Kharisma Adzan Muhammad, (2024)	Mahasiswa psikologi Universitas Trunojoyo Madura	Metode Kualitatif analisis resepsi	Untuk mengetahui Fenomena perilaku FOMO atau Fear Of Missing Out dalam penggunaan media sosial berlebih	daerah dan lingkungan mahasiswa yang berbeda sangat mempengaruhi dalam meresepsikan fenomena FOMO pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura.
17	Hilmawan et al., (2025)	357 siswa dari SMPN 5 Kota Tasikmala	Observasi yang dilakukan	Untuk mengetahui gambaran pemahaman FoMO sebelum	Penyuluhan yang dilakukan melalui pengabdian Masyarakat terbukti

		ya dan SMPN 1 Cikoneng Ciamis	secara langsung	dan setelah dilakukan pengabdian masyarakat.	dapat meningkatkan pemahaman FoMO pada remaja.
18	Azzahra et al., (2024)	300 mahasiswa dari berbagai fakultas	Metode campuran dengan data dikumpulkan melalui survei online dan wawancara mendalam	Untuk mengetahui seberapa umum FOMO dan bagaimana berdampak pada prestasi akademik, kesehatan mental, dan interaksi sosial siswa	Menunjukkan bahwa mayoritas siswa mengalami FOMO sedang hingga tinggi, yang sangat terkait dengan penggunaan media sosial yang intens.
19	Maria et al., (2024)	pengguna Twitter tentang fenomena FOMO tahun 2023, yang terjadi selama konser K-pop di Indonesia.	Metode KDD (Knowledge Discovery in Database)	Untuk menggunakan algoritma Support Vector Machine dalam mengkategorikan perasaan terkait fenomena FOMO.	Bahwa algoritma Support Vector Machine memiliki nilai akurasi sebesar 90% dalam mengklasifikasikan sentimen adanya fenomena FOMO pada konser K-Pop di Indonesia, dengan prepersisi pembagian data sebanyak 60 data pelatihan dan 40 data pengujian.
20	Pratknjo, (2024)	200 responden WNI dengan KTP, berusia minimal 18 tahun, dan memiliki pengalaman berinvestasi di pasar modal selama	Skala interval	Menggunakan FOMO sebagai mediator di Indonesia untuk menganalisis pengaruh bias perilaku terhadap keputusan investasi.	Menunjukkan betapa pentingnya memahami dinamika bias perilaku yang memengaruhi keputusan investasi. Ini terutama berkaitan dengan perilaku herding behavior dan overconfidence yang berlebihan.

		minimal satu tahun.			
21	Fernanda & Sahrani, (2025)	355 partisipan (28 pria dan 327 wanita) berusia 20-30 tahun yang melakukan binge-watching	Metode kuantitatif non-eksperimental	Mengkaji peran Fear of Missing Out (FoMO) sebagai pengendali hubungan kesepian (kesepian) dan perilaku menonton maraton pada dewasa awal	Bahwa kesepian dapat menyebabkan perilaku binge-watching, terutama pada orang dewasa muda. Namun, FOMO tidak mempengaruhi perilaku ini secara signifikan, jadi ada alasan lain yang mungkin berperan.

Tren *Fear out missing out* (FOMO) dalam *self control* pada diri generasi Z di Indonesia menunjukkan hasil yang beragam dalam 5 tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian lebih lanjut tentang fenomena FOMO dan pengaruh *self control* didalamnya sangat penting. Untuk memahami fenomena FOMO yang dialami generasi Z pada tahun 2021, dalam penelitian yang dilakukan oleh Suciani & Ayu Rahma Hamida, (2022), dengan pendekatan kuantitatif eksplanatif, melibatkan 45 siswa/i SMAS Saint Enoch tingkat 10 hingga 12 pada tahun ajaran 2020-2021. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan hubungan sebab-akibat antara penonton platform streaming dan pengalaman FoMO. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman FoMO dipengaruhi secara signifikan oleh penonton platform streaming. Sementara itu, Aisafitri & Yusriyah, (2021) melakukan penelitian dengan pendekatan kualitatif fenomenologi untuk memahami bagaimana kecanduan media sosial, yang dikenal sebagai sindrom FoMO, mempengaruhi generasi muda di kota Depok. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasilnya menunjukkan bahwa Generasi muda yang mengalami kecanduan media sosial (FoMO) mengalami efek positif dan negatif pada kehidupan sehari-hari mereka, di mana mereka secara tidak langsung terdorong untuk melakukan tindakan karena selalu belajar tentang hal-hal baru melalui media sosial.

Pada tahun 2022 dalam jurnal yang ditulis oleh Hasan Asyhuri et al., (2023) melakukan studi literatur dengan mengkaji lima publikasi ilmiah berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial, perasaan FOMO (Fear of Missing Out), dan kepribadian menurut Big Five

Theory. Hasilnya menunjukkan bahwa masing-masing aspek dari Big Five Theory memiliki dampak yang berbeda dalam menjelaskan FOMO yang dialami seseorang, tergantung pada seberapa intens mereka menggunakan media sosial. Di sisi lain, Isthari & Arianti, (2022) melakukan penelitian kuantitatif dengan uji Kruskal-Wallis terhadap 50 responden berusia 12-15 tahun yang merupakan pengguna aktif media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan tingkat FOMO pada remaja berdasarkan empat tipe kepribadian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat FOMO pada remaja di SMP Kristen 1 Purwokerto berbeda-beda menurut empat tipe kepribadian Eysenck.

Di tahun 2023 penelitian tentang fenomena *fear of missing out* (FOMO) dan pengaruh *self control* didalamnya menunjukkan dalam penelitian kuantitatif yang dilakukan oleh Zhafirah et al., (2023) melibatkan 502 orang Generasi Z yang berusia antara 18 dan 26 tahun di Bandung. Temuan penelitian menunjukkan bahwa FOMO berpengaruh negatif terhadap nomophobia, kontrol diri juga berpengaruh negatif terhadap FOMO, dan FOMO juga berpengaruh negatif terhadap nomophobia. Disisi lain Yusuf et al., (2023) melakukan penelitian kualitatif deskriptif untuk menentukan fenomena FOMO di kalangan mahasiswa Pendidikan Sosiologi di Universitas Negeri Makassar. Studi ini menemukan bahwa siswa yang mengalami FOMO cenderung menghabiskan waktu lebih dari lima jam di media sosial. Terakhir, Maria et al., (2024) mengkategorikan perasaan yang berkaitan dengan fenomena FOMO selama konser K-pop di Indonesia dengan menggunakan metode KDD (Knowledge Discovery in Database) dan algoritma Support Vector Machine. Hasil penelitian menunjukkan bahwa algoritma tersebut memiliki akurasi sebesar 90% dalam mengklasifikasikan sentimen FOMO yang muncul selama acara tersebut, dengan proporsi pembagian data 60% untuk data pelatihan dan 40% untuk data pengujian.

Pada tahun 2024 penelitian tentang fenomena FOMO didapati hasil untuk menentukan pengaruh FOMO dan self-esteem pada pengguna media sosial generasi Z di Banjarmasin, Fitri et al., (2024) melakukan penelitian kuantitatif dengan desain korelasional. Hasilnya menunjukkan bahwa tingkat self-esteem yang lebih tinggi terkait dengan tingkat FOMO yang lebih rendah, dan sebaliknya. Dalam penelitian kuantitatif mereka, Haura dan kawan-kawan mencoba menentukan apakah ada hubungan antara FOMO dan pembelian impulsif pada pesan-antar makanan online pada Generasi Z. Mereka menemukan bahwa FOMO berdampak positif pada pembelian impulsif, dan semakin tinggi skor FOMO semakin banyak pembelian impulsif yang dilakukan. Untuk memahami dinamika sosiologis dan psikologis FOMO, Ardella et al., (2024) melakukan studi kualitatif dengan melakukan wawancara dan observasi. Hasilnya

menunjukkan bahwa FOMO menyebabkan keterlibatan berlebihan pada tren viral, konformitas, dan perilaku negatif seperti perundungan siber dan penyebaran informasi palsu. Chyquitita, (2024) melakukan penelitian literatur untuk mempelajari FOMO di kalangan remaja dan menemukan bahwa ini lebih mungkin terjadi pada remaja karena kehidupan mereka sangat dipengaruhi oleh media sosial, seperti kebutuhan mereka akan pujian dan pengakuan. Istiqomah, K. (2024) menggunakan metode kualitatif untuk mempelajari fenomena FOMO di kalangan mahasiswa Universitas Hasyim Asy'ari. Mereka menemukan kecemasan akan kehilangan pengetahuan dan keinginan untuk mengikuti tren media sosial.

Rindia, Kurnia et al., (2024) melakukan penelitian kuantitatif deskriptif dan menemukan bahwa fenomena FOMO di kalangan siswa yang menggunakan media sosial sangat kuat, dengan siswa tahun 2023 yang menyumbang jumlah terbesar menggunakan Structural Equation Model (SEM) untuk melihat bagaimana imitasi pengaruh, materialisme, perbandingan sosial, dan FOMO mempengaruhi niat membeli. Mereka menemukan bahwa FOMO mempengaruhi niat membeli. Kharisma Adzan Muhammad, (2024) menyelidiki fenomena FOMO pada siswa Universitas Trunojoyo Madura melalui analisis resepsi, dan menemukan bahwa persepsi siswa terhadap FOMO sangat dipengaruhi oleh lingkungan mereka. Azzahra et al., (2024) menggunakan metode campuran untuk mengetahui dampak FOMO pada prestasi akademik, kesehatan mental, dan interaksi sosial, dan menemukan bahwa FOMO sangat terkait dengan penggunaan media sosial yang intens. Pratikno, (2024) menganalisis pengaruh bias perilaku terhadap keputusan investasi di pasar modal dengan FOMO sebagai mediator, menunjukkan pentingnya memahami dinamika bias perilaku dalam pengambilan keputusan investasi, khususnya terkait dengan perilaku herding behavior dan overconfidence.

Di tahun ini yaitu 2025 fenomena *fear of missing out* menunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati et al., (2025) melakukan penelitian kuantitatif deskriptif terhadap 89 mahasiswa aktif berusia 17 tahun ke atas untuk menjelajahi pengaruh FOMO terhadap pemahaman dan kontribusi politik di kalangan mahasiswa generasi Z di Indonesia. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak merasakan kecemasan terkait FOMO dalam dunia politik, dan tidak menentukan keputusan politik mereka berdasarkan FOMO. Namun, beberapa responden terpengaruh oleh opini yang tengah beredar, sementara yang lainnya merasa perlu menghindari sikap apatis. Sementara itu, Hilmawan et al., (2025) melakukan observasi langsung terhadap 357 siswa dari SMPN 5 Kota Tasikmalaya dan SMPN 1 Cikoneng Ciamis untuk mengetahui gambaran pemahaman FOMO sebelum dan setelah

dilakukan pengabdian masyarakat. Penelitian ini menunjukkan bahwa penyuluhan melalui pengabdian masyarakat terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman FOMO pada remaja. Di sisi lain, (Sahrani, 2025) mengkaji peran FOMO dalam hubungan kesepian dan perilaku binge-watching pada 355 partisipan (28 pria dan 327 wanita) berusia 20-30 tahun. Penelitian kuantitatif non-eksperimental ini menemukan bahwa kesepian dapat menyebabkan perilaku binge-watching, terutama pada dewasa muda. Namun, FOMO tidak mempengaruhi perilaku tersebut secara signifikan, yang menunjukkan bahwa faktor lain mungkin berperan dalam perilaku binge-watching tersebut.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kemajuan teknologi terutama di kalangan generasi Z, membawa dampak signifikan, baik positif maupun negatif. Teknologi telah memberikan banyak manfaat, seperti kemudahan dalam akses informasi dan potensi inovasi, khususnya di bidang pendidikan. Namun, di sisi lain, teknologi juga membawa tantangan, terutama terkait dengan fenomena Fear of Missing Out (FOMO), yang semakin marak di kalangan generasi Z. FOMO adalah perasaan takut akan ketinggalan informasi atau tren yang sedang berkembang di media sosial, yang dapat memengaruhi perilaku individu, seperti konsumsi berlebihan, pembelian impulsif, atau perilaku yang dikendalikan oleh tren media sosial. Penelitian juga menunjukkan bahwa fenomena ini terjadi karena kurangnya kontrol diri (self-control) pada generasi Z, yang sering kali terjebak dalam tren tanpa mempertimbangkan akibat jangka panjang. Meskipun demikian, self-control yang tinggi dapat mengurangi dampak buruk dari FOMO, memungkinkan individu untuk lebih selektif dalam berinteraksi dengan tren dan media sosial. Oleh karena itu, penting bagi generasi Z untuk mengembangkan kemampuan self-control yang baik agar dapat menghindari dampak negatif dari FOMO dan memanfaatkan teknologi dengan lebih bijak.

Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) pada generasi Z menunjukkan bahwa FOMO memiliki pengaruh yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan generasi ini, baik dalam hal psikologis, sosial, maupun perilaku konsumtif. Selama lima tahun terakhir, penelitian menunjukkan variasi dalam pengaruh FOMO terhadap berbagai hal, seperti penggunaan media sosial, pembelian impulsif, hingga kontribusi politik. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa fenomena FOMO banyak dipengaruhi oleh intensitas penggunaan media sosial, dengan dampak negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, kesehatan mental, dan prestasi akademik. Selain itu, FOMO juga terkait erat dengan rendahnya tingkat self-control, yang membuat generasi Z rentan terjebak dalam tren atau keputusan yang tidak dipikirkan secara

matang. Namun, penelitian juga menunjukkan bahwa FOMO bisa berperan positif dalam mendorong perubahan, misalnya dalam meningkatkan pemahaman politik atau memotivasi tindakan-tindakan positif jika diiringi dengan penyuluhan atau pemahaman yang baik. Oleh karena itu, penting untuk terus mendalami fenomena ini dan memberikan edukasi yang dapat membantu generasi Z mengembangkan kontrol diri yang lebih baik, serta memanfaatkan teknologi dan media sosial secara bijaksana.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan hormat, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak/Ibu Dosen Pengampu Mata Kuliah yang telah membimbing kami dengan sabar dan penuh dedikasi selama penulisan artikel ini. Kami juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada Program Studi Bimbingan dan Konseling Universitas Sriwijaya yang telah menjadi wadah bagi kami untuk terus berkembang, terutama dalam keterampilan menulis artikel. Semoga bimbingan dan dukungan yang telah diberikan dapat membawa kami menuju kesuksesan yang lebih baik di masa depan.

DAFTAR REFERENSI

- Aisafitri, L., & Yusriyah, K. (2021). Kecanduan media sosial (FOMO) pada generasi milenial. *Jurnal Audience*, 4(01), 86–106. <https://doi.org/10.33633/ja.v4i01.4249>
- Altstötter-Gleich, C., Prestel, E., Grommisch, G., & Lischetzke, T. (2025). Multidimensional perfectionism and daily self-control episodes [Accepted manuscript]. *Personality Science*, 6, 1–13. <https://doi.org/10.1177/27000710241310361>
- Ardella, H., Paramadina, U., Chris, H., & Paramadina, U. (2024). Pengaruh fear of missing out (FOMO) terhadap pembelian impulsif. December. <https://doi.org/10.56013/jcbkp.v7i2.2982>
- Asyahidda, F. N., & Azis, A. (2024). Konformitas dan penyimpangan: Perspektif sosiologis tentang pengalaman FOMO di kalangan generasi Z pada media sosial TikTok. 11, 120–132.
- Azzahra, L., Nurmansyah, Putri, M., Juliaska, A., & Erni, S. (2024). Trend FOMO mahasiswa UIN Suska Riau. *Journal of Creative Student Research*, 2, 86–95.
- Chyquitita, T. (2024). Mengurai fenomena FOMO di kalangan remaja. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 6(4), 3763–3771. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v6i4.7406>

Dinh, T. C. T., & Lee, Y. (2024). Fear of missing out and consumption-sharing behavior on social media: The moderating role of self-presentation desire and social network type. *SAGE Open*, 14(4), 1–14. <https://doi.org/10.1177/21582440241295847>

Fernanda, B. N., & Sahrani, R. (2025). Loneliness dan binge-watching pada dewasa awal: Peranan FOMO sebagai moderator. *Jurnal Intensi: Integrasi Riset Psikologi*. <https://doi.org/10.22219/psikologi.vxiiy.xxyy>

Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandy, G. A. (2024). Pengaruh self-esteem terhadap fear of missing out (FOMO) pada generasi Z pengguna media sosial. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 21. <https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2823>

Fitriyadi, M. Y., Rahman, M. R., Azmi, M. R., Religion, J., Agama, J., Fitriyadi, M. Y., Rahman, M. R., Azmi, M. R., Ilham, M. A., Aibina, O. I., Hesda, N., & Al, F. (2023). Pengaruh dunia IT terhadap perilaku remaja generasi Z. *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 1(2), 21–37.

Goldman, I., Davis, C. H., & Clark, R. A. (2023). Exploring subjective sociocultural understandings of “fear of missing out” (FOMO) and the unsettled self in a time of deep mediatization. *New Media and Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448231177966>

Hasan Asyhuri, A. L. E.-D., Danang A. G. P., Azra R. N. R., & Khasdyah D. D. S. (2023). Big five theory di media sosial: Ditinjau dari fenomena fear of missing out (FOMO). *Flourishing Journal*, 2(12), 760–765. <https://doi.org/10.17977/um070v2i122022p760-765>

Hilmawan, R. G., Marlina, L., & Daryanti, E. (2025). Peningkatan pemahaman fear of missing out (FOMO) pada remaja dalam aktivitas media sosial. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat*, 15, 1-15. 8, 315–327.

Islam. (2024). Fenomena fear of missing out (FOMO) pada mahasiswa pengguna media sosial di program studi bimbingan dan konseling UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. *An-Nahdlah: Jurnal Pendidikan Islam*, 4(2), 345–351.

Istharini, E., & Arianti, R. (2022). Perbedaan tingkat fear of missing out pada remaja ditinjau dari empat tipe kepribadian Eysenck. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 4(1), 31–40. <https://doi.org/10.33024/jpm.v4i1.5603>

Jo, H., Yang, F., & Yan, Q. (2024). Spreaders vs victims: The nuanced relationship between age and misinformation via FOMO and digital literacy in different cultures. *New Media and Society*, 26(9), 5169–5194. <https://doi.org/10.1177/14614448221130476>

Kharisma Adzan Muhammad. (2024). Fenomena perilaku fear of missing out (FOMO) dalam penggunaan media sosial berlebih pada mahasiswa Universitas Trunojoyo. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(1). <https://doi.org/10.62281/v2i1.138>

Lestari, E., Fatonah, U., Syifa, N., Rahmayanti, N., & Faidah, A. N. (2024). Sosialisasi dampak perkembangan teknologi dan internet pada generasi Z di Banjarmasin. *Damhil: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 82–93.

Maria, G., Garno, G., & Nur Padilah, T. (2024). Analisis sentimen fenomena FOMO pada konser K-pop di Indonesia menggunakan support vector machine. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 7(4), 2548–2554. <https://doi.org/10.36040/jati.v7i4.7104>

Muhajirina, D., Mukhlis, A. L. S., Luthfiah K., Khovifah K., Adinda D. F., Hifza H., Anggina C. K. S., Nurul R., Rizq A. S., Rahmi I. S., Rosi A. R. L., & Hubban F. M. (2024). Identifikasi generasi milenial golongan Z di desa Tuntungan II Kecamatan Pancur Batu. *PENDIS (Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial)*, 2(2). <https://doi.org/10.61721/pendis.v2i2.35>

Perdana, D. D., Widiayanti, W., Gushevinalti, G., & Perdana, D. D. (2024). Fenomena fear of missing out (FOMO) pada generasi Z pengguna media sosial Instagram. *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 54. <https://doi.org/10.35308/source.v10i1.8381>

Pramudiani, J. P., & Leon, F. M. (2024). Fenomena FOMO yang mengakibatkan minat beli produk kosmetik yang di-endorse oleh influencer media sosial terhadap mahasiswa di Indonesia. *EBID: Ekonomi Bisnis Digital*, 2(1), 89–98. <https://doi.org/10.37365/ebid.v2i1.277>

Pratknjo, M. L. (2024). Pengaruh bias perilaku terhadap keputusan investasi dengan fear of missing out (FOMO) sebagai mediator di Indonesia. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 10(2), 489–502.

Rahmawati, Y., Lestari, B. P., Saputra, D. K., Surya, R., Lingga, D., & Siti, L. (2025). Kemandirian generasi Z dalam politik: Studi tentang FOMO dan media sosial. *Jurnal Komputer, Informasi dan Teknologi*, 1, 1–12.

Suciani, & Ayu Rahma Hamida. (2022). FoMO dalam kebiasaan generasi Z menonton platform streaming. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 75–88. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v2i2.1079>

Yusuf, R., Arina, A., Samhi Mu'awwan A. M., M., Syukur, M., & Ridwan Said Ahmad, M. (2023). Fenomena fear of missing out (FOMO) pada mahasiswa pendidikan sosiologi Universitas Negeri Makassar. *COMSERVA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(12), 3075–3083. <https://doi.org/10.59141/comserva.v2i12.713>

Zhafirah, F., Kosasih, E., & Zakariyya, F. (2023). Pengaruh kontrol diri terhadap nomophobia yang dimediasi oleh fear of missing out (FOMO) pada generasi Z di Bandung Raya. *Jurnal Diversita*, 9(2), 249–259. <https://doi.org/10.31289/diversita.v9i2.9554>