JURNAL ILMIAH MUQODDIMAH:
Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora
Vol. 10 No. 4 November 2026
E-ISSN : 2598-6236 (Media Online)
http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/muqoddimah
DOI : https://doi.org/10.31604/jim.v10i4.2026

Dinamika Fear of Missing Out (FoMO) Tren Gaya Hidup dan Implikasinya terhadap Psikologis Generasi Z

Antika Luviana[1)], Satya Irawatiningrum[2)]

Universitas PGRI Ronggolawe Tuban, Indonesia

antikaluviana00@gmail.com[1)]
regzinata@gmail.com[2)]

Submitted: 28/09/2026; Revised: 12/10/2026; Accepted: 21/10/2026; Published: 02/11/2026

Abstrak

Perilaku Fear of Missing Out (FoMO) pada Gen Z menjadi fenomena yang semakin sering muncul di era digital, khususnya dalam mengikuti berbagai tren gaya hidup di lingkungan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implikasi perilaku Fear of Missing Out terhadap tren gaya hidup dan kesehatan psikologis Generasi Z. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Subjek penelitian merupakan mahasiswa Universitas PGRI Ronggolawe Tuban yang termasuk dalam kategori Generasi Z. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku Fear of Missing Out mendorong individu mengikuti tren gaya hidup, seperti mengunjungi kafe viral, mencoba makanan viral, mengikuti tren berpakaian, dan aktivitas hiburan. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh dorongan untuk memperoleh penerimaan sosial dan menghindari perasaan tertinggal dari lingkungan pertemanan. Selain mempengaruhi pola gaya hidup, perilaku tersebut juga berdampak pada kesehatan psikologis individu berupa kecemasan, stres, rasa minder, dan menurunnya rasa percaya diri. Dengan demikian, perilaku Fear of Missing Out memberikan implikasi terhadap kehidupan sosial dan kondisi psikologis Generasi Z.

Kata kunci: Fear of Missing Out, tren gaya hidup, kesehatan psikologis, Generasi Z

Abstract

Fear of Missing Out behavior among Generation Z has become an increasingly common phenomenon in the digital era, particularly in following various lifestyle trends within social environments. This study aims to analyze the implications of Fear of Missing Out behavior on lifestyle trends and the psychological health of Generation Z. This study employed a qualitative method with a phenomenological approach. The research subjects were students of PGRI Ronggolawe University Tuban who were categorized as Generation Z. Data collection techniques were conducted through in-depth interviews and documentation, while data analysis used the Miles and Huberman model, including data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results showed that Fear of Missing Out behavior encouraged individuals to follow lifestyle trends, such as visiting viral cafes, trying viral foods, following fashion trends, and participating in entertainment activities. This condition was influenced by the desire to gain social acceptance and avoid feelings of being left behind by peers. In addition to influencing lifestyle patterns, this behavior also affected individuals' psychological health,

Copyright © 2026 The Author(s). Published by *Fisipol – UMTS Press*.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

JURNAL ILMIAH MUQODDIMAH:
Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora
Vol. 10 No. 4 November 2026
E-ISSN : 2598-6236 (Media Online)
http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/muqoddimah
DOI : https://doi.org/10.31604/jim.v10i4.2026

including anxiety, stress, insecurity, and decreased self-confidence. Therefore, Fear of Missing Out behavior has implications for the social life and psychological condition of Generation Z.

Key words: *Fear of Missing Out, lifestyle trend, psychological health, Generation Z*

PENDAHULUAN

Perubahan gaya hidup merupakan salah satu fenomena sosial yang berkembang seiring dengan perubahan lingkungan, pola interaksi, dan kebutuhan individu dalam kehidupan modern (Y. W. Saputri, Rhodinia, & Setiawan, 2024). Gaya hidup tidak hanya berkaitan dengan cara seseorang memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi juga mencerminkan nilai, preferensi, identitas, serta cara individu menempatkan dirinya dalam lingkungan sosial. Pada Generasi Z, perubahan gaya hidup dapat diamati melalui kecenderungan mengikuti perkembangan tren fashion, kuliner, tempat nongkrong, perjalanan, hiburan, hingga aktivitas yang populer di media sosial (Pratiwi & Adriyani, 2026). Berbagai tren tersebut semakin mudah dikenal dan diikuti karena informasi dapat tersebar secara cepat melalui konten digital dan interaksi antarpengguna. Dalam kondisi ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan pertukaran informasi, tetapi juga menjadi ruang bagi individu untuk menampilkan pengalaman, membangun citra diri, dan memperoleh pengakuan sosial (Pasenrigading, Nur, & Daud, 2025). Akibatnya, keputusan untuk mengikuti suatu tren tidak selalu didasarkan pada kebutuhan atau minat pribadi, tetapi dalam situasi tertentu juga dapat dipengaruhi oleh keinginan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan supaya tidak merasa tertinggal dari orang lain. Salah satu fenomena psikologis yang relevan dengan kondisi tersebut adalah Fear of Missing Out (FoMO), yaitu perasaan khawatir atau takut tertinggal dari pengalaman, informasi, maupun aktivitas menyenangkan yang sedang dialami orang lain. McGinnis (2020) menjelaskan FoMO sebagai kekhawatiran bahwa orang lain mungkin memperoleh pengalaman yang lebih menyenangkan dibandingkan pengalaman yang sedang dijalani diri sendiri (A. E. K. A. Saputri, 2025). Perasaan tersebut dapat mendorong individu untuk terus memantau aktivitas orang lain, mengikuti perkembangan informasi, serta berusaha terlibat dalam berbagai kegiatan yang dianggap populer. Bagi Generasi Z, keberadaan media sosial dapat memperkuat pengalaman tersebut karena individu dapat melihat berbagai pencapaian, aktivitas, dan gaya hidup orang lain secara berulang (Putra & Hayati, 2025). Ketika paparan tersebut menimbulkan perasaan bahwa kehidupan orang lain lebih menarik atau lebih baik, individu berpotensi mengalami ketidakpuasan terhadap kondisi dirinya. Meskipun demikian, FoMO tidak dapat disamakan dengan sekadar keinginan mengikuti tren. Fenomena ini lebih berkaitan dengan kekhawatiran akan kehilangan pengalaman atau kesempatan sosial, terutama ketika individu merasa perlu mengikuti aktivitas orang lain agar tetap diterima dan tidak dianggap tertinggal.

Dinamika FoMO dalam mengikuti tren gaya hidup dapat terlihat melalui proses ketika individu mengenali suatu tren, membandingkan dirinya dengan orang lain, kemudian memutuskan untuk ikut terlibat karena dorongan tertentu (Afrizal, 2026). Misalnya, mahasiswa yang melihat teman-temannya mengunjungi tempat populer, membeli produk yang sedang viral, mengikuti tren fashion, dan membagikan pengalaman tertentu di media sosial. Ketertarikan tersebut pada dasarnya merupakan hal yang wajar selama didasarkan pada minat dan pertimbangan pribadi. Namun, situasinya dapat berbeda ketika keputusan

Copyright © 2026 The Author(s). Published by *Fisipol – UMTS Press*.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

JURNAL ILMIAH MUQODDIMAH:
Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora
Vol. 10 No. 4 November 2026
E-ISSN : 2598-6236 (Media Online)
http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/muqoddimah
DOI : https://doi.org/10.31604/jim.v10i4.2026

mengikuti tren lebih banyak didorong oleh rasa takut tertinggal, kekhawatiran tidak diterima dalam kelompok pertemanan, atau kebutuhan untuk menunjukkan bahwa dirinya juga mampu menjalani gaya hidup yang serupa. Dalam keadaan tersebut, tren gaya hidup tidak lagi hanya menjadi pilihan personal, tetapi dapat berkembang menjadi tekanan sosial yang mempengaruhi cara individu menilai dirinya sendiri. Hal ini menunjukkan pentingnya memahami FoMO bukan hanya berdasarkan aktivitas yang dilakukan individu, melainkan juga berdasarkan alasan, perasaan, dan pengalaman yang melatarbelakangi keterlibatannya dalam suatu tren (Rosjayani, Idrus, & Tang, 2024).

Keterlibatan dalam tren gaya hidup yang dipengaruhi oleh FoMO berpotensi berkaitan dengan kondisi kesehatan psikologis individu (Yunarti, 2024). Kekhawatiran karena merasa tertinggal, kebiasaan membandingkan diri, dan dorongan untuk selalu mengikuti perkembangan lingkungan dapat menimbulkan tekanan emosional apabila berlangsung secara berulang. Individu mungkin merasa cemas ketika tidak dapat mengikuti aktivitas teman sebaya, kurang percaya diri ketika membandingkan kondisi dirinya dengan kehidupan orang lain, atau mengalami ketidakpuasan terhadap pencapaian dan keadaan yang dimiliki (Pasenrigading et al., 2025). Dalam konteks gaya hidup, tekanan tersebut juga dapat berkaitan dengan keputusan konsumsi yang kurang dipertimbangkan apabila individu merasa perlu membeli produk atau mengunjungi tempat tertentu demi menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial. (Ginting et al., 2025) membahas dinamika psikologis Generasi Z dalam era media sosial, termasuk FoMO, konformitas, perbandingan sosial, dan berbagai persoalan kesehatan psikologis. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa FoMO merupakan fenomena yang perlu dipahami secara lebih mendalam. Akan tetapi, hubungan antara FoMO dan kesehatan psikologis tidak dapat digeneralisasi secara mutlak karena pengalaman setiap individu dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, lingkungan sosial, kemampuan mengelola emosi, dan cara memaknai penggunaan media sosial (Manis, Purnami, Lasmawan, & Parmiti, 2026). Untuk memahami dinamika tersebut, penelitian ini menggunakan Social Comparison Theory yang dikemukakan oleh Leon Festinger (1954). Teori perbandingan sosial menjelaskan kecenderungan individu untuk mengevaluasi pendapat, kemampuan, dan kondisi dirinya melalui perbandingan dengan orang lain. Dalam kehidupan sehari-hari, perbandingan sosial dapat membantu individu memperoleh gambaran mengenai dirinya dan lingkungannya (Octa & Devi, 2025). Namun, ketika individu secara terus-menerus membandingkan kondisi aktual dirinya dengan gambaran kehidupan orang lain yang ditampilkan di media sosial, perbandingan tersebut berpotensi menimbulkan perasaan kurang mampu, tertinggal, atau tidak puas terhadap diri sendiri. Dalam kaitannya dengan FoMO, paparan tren gaya hidup dapat menjadi pemicu munculnya perbandingan sosial, terutama ketika individu menganggap pengalaman orang lain sebagai standar yang harus dicapai. Mahasiswa yang melihat teman sebayanya mengikuti tren tertentu, misalnya, dapat mempertanyakan apakah dirinya telah menjalani kehidupan sosial yang dianggap menarik atau sesuai dengan lingkungan pertemanannya. Oleh karena itu, teori perbandingan sosial digunakan sebagai landasan untuk memahami bagaimana mahasiswa menilai dirinya ketika berhadapan dengan tren gaya hidup dan bagaimana proses tersebut berkaitan dengan pengalaman FoMO serta kondisi psikologisnya.

Sejumlah penelitian terdahulu telah memberikan gambaran mengenai fenomena FoMO pada Generasi Z. Hidayati dan Nasution (2025), melalui artikel berjudul Fenomena

Copyright © 2026 The Author(s). Published by *Fisipol – UMTS Press*.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

JURNAL ILMIAH MUQODDIMAH:
Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora
Vol. 10 No. 4 November 2026
E-ISSN : 2598-6236 (Media Online)
http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/muqoddimah
DOI : https://doi.org/10.31604/jim.v10i4.2026

FOMO (Fear of Missing Out) di Era Digital: Studi tentang Dampaknya pada Gen Z, membahas FoMO dan dampaknya terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk tekanan sosial, kesehatan psikologis, aktivitas akademik, serta perilaku konsumsi (Hidayati, Irwan, & Nasution, 2025). Penelitian tersebut memberikan pemahaman mengenai luasnya dampak FoMO dalam kehidupan Generasi Z di era digital. Sementara itu, Ginting (2025), melalui artikel Psikologi Digital: Dinamika Generasi Z dalam Era Media Sosial, mengkaji dinamika psikologis Generasi Z dalam penggunaan media sosial, termasuk keterkaitan FoMO dengan konformitas, perbandingan sosial, dan kesehatan mental (Ginting et al., 2025). Kedua penelitian tersebut menjadi landasan penting bagi kajian FoMO, tetapi masing-masing menempatkan fenomena ini dalam pembahasan yang lebih luas mengenai dampak FoMO dan dinamika psikologi digital. Berdasarkan ruang lingkup kedua penelitian yang ditelaah, masih terdapat peluang untuk mengkaji secara lebih terarah proses ketika FoMO muncul dalam keputusan mengikuti tren gaya hidup serta bagaimana pengalaman tersebut dimaknai oleh mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berfokus pada keberadaan FoMO atau daftar dampaknya, tetapi juga pada pengalaman subjektif mahasiswa ketika menghadapi tren, tekanan sosial, dan perbandingan diri.

Kesenjangan penelitian (research gap) tersebut menjadi dasar penting bagi penelitian mengenai dinamika FoMO dalam mengikuti tren gaya hidup dan implikasinya terhadap kesehatan psikologis mahasiswa Universitas PGRI Ronggolawe Tuban. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus kajian yang menghubungkan tiga aspek secara terpadu, yaitu pengalaman FoMO ketika mengikuti tren gaya hidup, konteks sosial mahasiswa di lingkungan Universitas PGRI Ronggolawe Tuban, dan pemaknaan pengalaman tersebut dalam kaitannya dengan kesehatan psikologis. Pemilihan konteks mahasiswa Unirow Tuban penting karena pengalaman mengikuti tren tidak berlangsung dalam ruang sosial yang seragam, melainkan dipengaruhi oleh lingkungan pertemanan, kebiasaan berinteraksi, kemampuan ekonomi, kebutuhan akan penerimaan sosial, dan penggunaan media sosial. Namun, penelitian ini tidak mengasumsikan bahwa mahasiswa Unirow Tuban secara keseluruhan mengalami FoMO atau bahwa mengikuti tren selalu berdampak negatif. Melalui pendekatan fenomenologis, penelitian diarahkan untuk menggali pengalaman mahasiswa mengenai alasan mengikuti tren, perasaan ketika tidak dapat berpartisipasi dalam aktivitas yang populer, bentuk perbandingan sosial yang dialami, serta cara mereka memahami pengaruh pengalaman tersebut terhadap kondisi psikologisnya (Manis et al., 2026). Fokus ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih kontekstual mengenai FoMO dalam kehidupan mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika Fear of Missing Out (FoMO) dalam mengikuti tren gaya hidup dan memahami implikasinya terhadap kesehatan psikologis Generasi Z, khususnya mahasiswa Universitas PGRI Ronggolawe Tuban, dengan menelaah pengalaman, faktor sosial, dan proses perbandingan diri yang menyertai fenomena tersebut.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk memahami pengalaman subjektif mahasiswa mengenai Fear of Missing Out (FoMO) dalam mengikuti tren gaya hidup serta implikasinya terhadap kesehatan psikologis (Triyani Pujiastuti, 2025). Subjek penelitian adalah mahasiswa Universitas PGRI Ronggolawe Tuban

Copyright © 2026 The Author(s). Published by *Fisipol – UMTS Press*.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

JURNAL ILMIAH MUQODDIMAH:
Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora
Vol. 10 No. 4 November 2026
E-ISSN : 2598-6236 (Media Online)
http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/muqoddimah
DOI : https://doi.org/10.31604/jim.v10i4.2026

dengan jumlah informan sebanyak enam orang. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria inklusi meliputi mahasiswa aktif Universitas PGRI Ronggolawe Tuban, termasuk dalam kelompok Generasi Z sesuai batas usia yang ditetapkan, menggunakan media sosial, serta memiliki pengalaman mengikuti atau merasa tertinggal dari tren gaya hidup. Informan juga harus bersedia berpartisipasi dan menceritakan pengalamannya.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi yang relevan. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali pengalaman informan dalam mengikuti tren gaya hidup, faktor sosial yang mempengaruhi keputusan mereka, pengalaman membandingkan diri dengan orang lain, serta perasaan yang muncul ketika tidak dapat mengikuti tren tertentu. Data yang diperoleh dianalisis melalui tahapan pengorganisasian data, pembacaan transkrip secara berulang, pengodean, pengelompokan kategori, identifikasi tema, dan penafsiran makna pengalaman informan. Hasil analisis disajikan secara deskriptif-tematik dengan menggunakan kutipan wawancara yang relevan. *Social Comparison Theory* dari Festinger (1954) digunakan sebagai landasan interpretasi untuk memahami proses perbandingan sosial yang dialami mahasiswa, tanpa mengesampingkan pengalaman dan pemaknaan informan sebagai dasar utama analisis. Keabsahan data diperiksa melalui triangulasi teknik dan member check, sepanjang prosedur tersebut benar-benar dilaksanakan. Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara dengan data pendukung, seperti catatan lapangan atau dokumentasi yang relevan, untuk memeriksa kesesuaian informasi (Hariawan, Rohiyatun, Najwa, Suhardi, & English, 2025). Sementara itu, member check dilakukan dengan meminta informan meninjau ringkasan wawancara atau interpretasi awal peneliti guna memastikan kesesuaiannya dengan pengalaman yang disampaikan. Peneliti juga menjaga keterlacakan analisis melalui penyimpanan transkrip, catatan pengodean, dan proses pembentukan tema. Penerapan prosedur tersebut bertujuan meningkatkan kredibilitas temuan mengenai dinamika FoMO dalam mengikuti tren gaya hidup dan implikasinya terhadap kesehatan psikologis mahasiswa Universitas PGRI Ronggolawe Tuban.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian terhadap enam informan mahasiswa Universitas PGRI Ronggolawe Tuban menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) muncul dalam perilaku mengikuti tren gaya hidup, keterlibatan dalam aktivitas sosial, dan perbandingan pengalaman dengan teman sebaya. Untuk menjaga kerahasiaan identitas, informan diberi kode K1, K2, K3, K4, K5 dan K6. Temuan wawancara memperlihatkan bahwa keputusan mengikuti tren tidak semata-mata didasarkan pada ketertarikan terhadap suatu aktivitas, tetapi juga berkaitan dengan kekhawatiran tertinggal, keinginan memperoleh pengakuan sosial, dan perhatian terhadap pengalaman yang ditampilkan orang lain. Berdasarkan temuan tersebut, pembahasan dikelompokkan ke dalam dua tema utama, yaitu dorongan konformitas dan konsumsi gaya hidup serta perbandingan sosial digital dan kerentanan emosional Generasi Z.

1. Dorongan Konformitas dan Tren Gaya Hidup Konsumtif

Copyright © 2026 The Author(s). Published by *Fisipol – UMTS Press*.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

JURNAL ILMIAH MUQODDIMAH:
Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora
Vol. 10 No. 4 November 2026
E-ISSN : 2598-6236 (Media Online)
http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/muqoddimah
DOI : https://doi.org/10.31604/jim.v10i4.2026

Hasil wawancara menunjukkan bahwa FoMO berkaitan dengan dorongan individu untuk mengikuti tren yang berkembang di lingkungan sosialnya. Dorongan tersebut terlihat dalam pengalaman K1 yang mengungkapkan, “Saya sering mengikuti tren pergi ke kafe yang sedang ramai dibicarakan supaya tidak merasa ketinggalan dari teman-teman lainnya” (K1). Pengalaman serupa tampak pada K3 yang menyatakan, “Saya pernah FoMO mencoba makanan yang sedang viral karena ingin ikut tren yang sedang populer di media sosial” (K3). Sementara itu, K4 mengungkapkan, “Saya pernah mencoba mengikuti gaya berpakaian yang sedang tren supaya tidak dianggap ketinggalan zaman” (K4). Ketiga pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa kafe, makanan viral, dan fashion menjadi bagian dari praktik gaya hidup yang tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pribadi, tetapi juga dengan upaya menyesuaikan diri terhadap lingkungan sosial.

Fenomena tersebut dapat dipahami melalui konsep *Fear of Missing Out* yang dibahas McGinnis (2020), terutama mengenai kekhawatiran individu ketika merasa orang lain sedang memperoleh pengalaman yang lebih menarik. Dalam penelitian ini, kekhawatiran tersebut tercermin melalui ungkapan tidak ingin tertinggal dan tidak ingin dianggap ketinggalan zaman. Dengan demikian, keputusan mengikuti tren dapat memiliki dimensi sosial karena individu tidak hanya mempertimbangkan manfaat suatu produk atau aktivitas, tetapi juga makna keterlibatannya dalam kelompok pertemanan. Meskipun demikian, mengikuti tren tidak secara otomatis menunjukkan FoMO. Dalam konteks penelitian ini, keterkaitan tersebut terlihat dari alasan yang secara eksplisit disampaikan informan, yakni keinginan untuk tidak tertinggal dari pengalaman yang sedang populer.

Jika ditempatkan dalam perspektif *Digital Society*, pengalaman ketiga informan tersebut menunjukkan bagaimana interaksi sosial semakin berkaitan dengan arus informasi digital. Media sosial seperti TikTok dan Instagram memungkinkan informasi mengenai tempat makan, kafe, produk fashion, dan aktivitas rekreasi beredar melalui video pendek, foto, ulasan, serta unggahan pengalaman pengguna. Konten yang memperoleh perhatian luas dapat menjadi rujukan bagi pengguna lain dalam mengenali tren dan menentukan aktivitas yang ingin dicoba. Popularitas digital dengan demikian berpotensi mempengaruhi cara individu memahami sesuatu yang sedang dianggap menarik, relevan, atau layak diikuti dalam kehidupan sehari-hari. Dalam perspektif ekonomi politik media, fenomena tersebut juga dapat dikaji melalui konsep kapitalisme digital. Platform digital tidak hanya menjadi ruang pertukaran informasi, tetapi juga bagian dari ekosistem ekonomi yang memperoleh nilai dari perhatian pengguna dan aktivitas komersial. Konten gaya hidup dapat terhubung dengan promosi produk, pemasaran berbasis kreator, iklan, dan strategi peningkatan keterlibatan pengguna. Ketika suatu tren mendapatkan perhatian berulang, keinginan untuk mencoba produk atau mengunjungi tempat tertentu berpotensi berkembang seiring dengan paparan konten yang terus berlangsung. Dalam situasi tersebut, perhatian pengguna memiliki nilai ekonomi karena dapat diarahkan pada konsumsi barang, jasa, dan pengalaman tertentu. Namun, hasil wawancara ini belum membuktikan bahwa algoritma TikTok atau Instagram secara langsung menyebabkan FoMO pada K1, K3, dan K4. Data yang tersedia menunjukkan alasan informan mengikuti tren, tetapi belum menjelaskan secara terperinci bagaimana rekomendasi algoritmik, iklan, atau konten berbayar mempengaruhi keputusan mereka. Oleh karena itu, kapitalisme digital ditempatkan sebagai perspektif untuk membaca konteks sosial-ekonomi yang memungkinkan tren berkembang,

Copyright © 2026 The Author(s). Published by *Fisipol – UMTS Press*.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

JURNAL ILMIAH MUQODDIMAH:
Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora
Vol. 10 No. 4 November 2026
E-ISSN : 2598-6236 (Media Online)
http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/muqoddimah
DOI : https://doi.org/10.31604/jim.v10i4.2026

bukan sebagai hubungan sebab-akibat yang telah dibuktikan melalui wawancara.

Konteks mahasiswa di Tuban turut memberikan dimensi lokal terhadap fenomena tersebut. Tren yang beredar secara digital dapat menghubungkan mahasiswa dengan budaya konsumsi yang berkembang di berbagai wilayah, sekaligus mempengaruhi aktivitas yang dilakukan dalam lingkungan lokal. Kafe, kuliner viral, dan fashion menjadi contoh bagaimana referensi gaya hidup yang beredar melalui media digital dapat diterjemahkan menjadi praktik sehari-hari. Meskipun demikian, penelitian ini tidak dapat menyimpulkan bahwa seluruh mahasiswa di Tuban memiliki pola konsumsi yang sama. Pengalaman yang ditemukan menunjukkan adanya keterkaitan antara tren digital dan keputusan gaya hidup pada informan yang diwawancarai.

2. Perbandingan Sosial Digital dan Kerentanan Emosional Generasi Z

Tema kedua memperlihatkan bahwa FoMO tidak hanya berkaitan dengan keputusan mengikuti tren, tetapi juga dengan cara individu menilai keterlibatan sosial dan pengalaman pribadinya melalui perbandingan dengan orang lain. K2 menyampaikan, “Saya merasa overthinking bahkan cemas kalau tidak ikut kegiatan atau acara yang sedang ramai di lingkungan kampus” (K2). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa ketidakikutsertaan dalam aktivitas yang sedang populer dapat menimbulkan kekhawatiran bagi informan. Dalam konteks ini, kegiatan kampus tidak hanya dipandang sebagai kesempatan untuk berpartisipasi, tetapi juga sebagai pengalaman sosial yang dapat mempengaruhi perasaan terhubung dengan lingkungan pertemanan. Pengalaman tersebut dapat dikaitkan dengan *Social Comparison Theory* yang dikemukakan Festinger (1954). Teori ini menjelaskan kecenderungan individu mengevaluasi pendapat dan kemampuannya melalui perbandingan dengan orang lain. Dalam perkembangan masyarakat, perbandingan sosial juga dapat melibatkan pengalaman, aktivitas, dan gaya hidup yang ditampilkan melalui media sosial. Ketika pengguna melihat orang lain mengikuti kegiatan yang sedang ramai, mereka dapat menjadikan pengalaman tersebut sebagai acuan untuk menilai keterlibatan sosialnya sendiri. Namun, penelitian ini hanya menunjukkan kecemasan yang dilaporkan K2 dan belum cukup untuk menentukan sejauh mana paparan media sosial berperan dalam membentuk perasaan tersebut.

Kecenderungan membandingkan pengalaman juga terlihat pada K5 yang menyatakan, “Kadang saya merasa kok bisa ya teman-teman saya sering jalan-jalan dan healing terus di wisata yang sedang populer, sedangkan saya harus kerja dulu baru bisa healing” (K5). Pernyataan tersebut memperlihatkan adanya perbedaan kesempatan antara informan dan teman-temannya dalam mengakses aktivitas rekreasi. Pengalaman orang lain menjadi pembanding bagi kondisi pribadi, sementara kewajiban bekerja menjadi bagian dari situasi yang mempengaruhi kesempatan informan untuk melakukan aktivitas serupa. Dengan demikian, FoMO dalam kasus ini tidak dapat dipahami hanya sebagai persoalan psikologis individual, tetapi perlu ditempatkan dalam konteks perbedaan sumber daya, waktu, dan kesempatan. Dalam perspektif *Digital Society*, perbandingan tersebut relevan dengan karakter media sosial yang memungkinkan pengalaman tertentu terlihat secara berulang dan menjangkau banyak orang. Unggahan perjalanan, kunjungan ke tempat wisata, dan aktivitas hiburan dapat memperlihatkan bagian kehidupan yang dianggap

Copyright © 2026 The Author(s). Published by *Fisipol – UMTS Press*.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

JURNAL ILMIAH MUQODDIMAH:
Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora
Vol. 10 No. 4 November 2026
E-ISSN : 2598-6236 (Media Online)
http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/muqoddimah
DOI : https://doi.org/10.31604/jim.v10i4.2026

menarik untuk dibagikan. Akan tetapi, unggahan tersebut tidak selalu menggambarkan keseluruhan kondisi kehidupan seseorang, termasuk biaya, pekerjaan, persiapan, dan keterbatasan yang mungkin dihadapinya. Apabila pengalaman yang ditampilkan dipahami sebagai gambaran utuh kehidupan orang lain, pengguna berpotensi membandingkannya dengan kondisi pribadinya yang memiliki konteks berbeda.

Pada titik ini, literasi media dan informasi menjadi penting. Kemampuan menggunakan media digital perlu disertai kemampuan mengevaluasi informasi, mengenali kepentingan komersial di balik konten, serta memahami bahwa popularitas tidak selalu menunjukkan kebutuhan atau manfaat yang sama bagi setiap individu. Pengguna juga perlu menyadari bahwa konten yang muncul di media sosial merupakan hasil pilihan pembuat konten dan pada platform tertentu, proses kurasi serta rekomendasi sistem. Pemahaman tersebut membantu pengguna membedakan antara kebutuhan pribadi, tekanan sosial, dan keinginan yang muncul akibat paparan tren. Pengalaman K6 memperlihatkan sisi emosional lain dari fenomena ini. Ia menyatakan, “Saya merasa sedih hidup terasa membosankan, ketika tidak bisa ikut konser yang sedang ramai diikuti oleh teman-teman” (K6). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa ketidakmampuan mengikuti hiburan yang populer dapat memunculkan perasaan kehilangan pengalaman sosial. Konser dalam pengalaman K6 tidak hanya berkaitan dengan hiburan, tetapi juga dengan kesempatan untuk mengalami sesuatu yang sedang dinikmati oleh teman-temannya. Ketika kesempatan tersebut tidak terpenuhi, informan merasakan kesedihan dan menilai pengalamannya sendiri kurang menyenangkan.

Pengalaman K2, K5, dan K6 menunjukkan bahwa kerentanan emosional yang berkaitan dengan FoMO dapat muncul dalam situasi sosial yang berbeda. K2 mengungkapkan kecemasan ketika tidak mengikuti kegiatan kampus, K5 membandingkan kesempatan rekreasi dengan teman-temannya, sedangkan K6 merasa sedih ketika tidak dapat menghadiri konser. Ketiga pengalaman tersebut memiliki kesamaan berupa perhatian terhadap aktivitas orang lain, tetapi konteks dan bentuk respons emosionalnya tidak identik. Temuan ini memperlihatkan pentingnya memahami FoMO berdasarkan pengalaman konkret informan, bukan menganggap seluruh individu mengalami respons yang sama. Dalam kaitannya dengan kapitalisme digital, rasa takut tertinggal dapat menjadi kondisi yang berpotensi dimanfaatkan dalam pemasaran berbasis perhatian. Konten mengenai tempat wisata, konser, kuliner, atau produk yang sedang populer dapat membangun kesan bahwa suatu pengalaman perlu segera dicoba agar individu tidak kehilangan kesempatan. Strategi pemasaran yang menekankan popularitas, eksklusivitas, atau keterbatasan waktu berpotensi memperkuat dorongan tersebut apabila pengguna menafsirkan pesan promosi sebagai tekanan untuk segera berpartisipasi. Meskipun demikian, penelitian ini belum mengidentifikasi secara langsung penggunaan strategi pemasaran semacam itu dalam pengalaman seluruh informan. Hubungan tersebut perlu dipahami sebagai kemungkinan struktural yang relevan untuk penelitian lebih lanjut, bukan sebagai kesimpulan empiris langsung dari data wawancara.

Kedua tema tersebut memperlihatkan bahwa FoMO pada informan penelitian tidak hanya berkaitan dengan perasaan cemas atau sedih, tetapi juga dengan proses pembentukan makna sosial mengenai pengalaman yang dianggap menarik dan layak diikuti. Media digital menyediakan ruang bagi penyebaran tren dan representasi gaya hidup, sedangkan interaksi dengan teman sebaya memberi makna sosial terhadap keterlibatan

Copyright © 2026 The Author(s). Published by *Fisipol – UMTS Press*.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

JURNAL ILMIAH MUQODDIMAH:
Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora
Vol. 10 No. 4 November 2026
E-ISSN : 2598-6236 (Media Online)
http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/muqoddimah
DOI : https://doi.org/10.31604/jim.v10i4.2026

dalam tren tersebut. Pada saat yang sama, kemampuan ekonomi, waktu, dan situasi pribadi menentukan apakah seseorang dapat mengikuti pengalaman yang sedang populer. Oleh sebab itu, fenomena FoMO pada mahasiswa Universitas PGRI Ronggolawe Tuban dapat dipahami sebagai pengalaman yang terbentuk melalui pertemuan antara dinamika sosial digital, praktik konsumsi, perbandingan sosial, dan kondisi kehidupan individu. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa FoMO berpotensi mempengaruhi cara informan memaknai gaya hidup dan keterlibatan sosialnya. Akan tetapi, keenam wawancara ini tidak cukup untuk membuktikan bahwa media sosial secara langsung menyebabkan kecemasan atau bahwa seluruh tren gaya hidup merupakan hasil manipulasi platform digital. Kontribusi utama temuan ini terletak pada penjelasan mengenai bagaimana kekhawatiran tertinggal, keinginan mengikuti tren, dan perbandingan pengalaman hadir dalam kehidupan mahasiswa. Dengan mengintegrasikan perspektif *Digital Society*, literasi media dan informasi, serta kapitalisme digital, FoMO dapat dikaji bukan hanya sebagai pengalaman individual, melainkan juga sebagai fenomena sosial yang berkaitan dengan peredaran informasi, pembentukan standar gaya hidup, dan komersialisasi perhatian dalam masyarakat digital.

Berdasarkan keenam data wawancara tersebut, dapat dipahami bahwa FoMO dalam mengikuti tren gaya hidup muncul dalam konteks yang beragam, meliputi tren kafe, kegiatan kampus, makanan viral, gaya berpakaian, wisata, dan konser. Persamaan yang terlihat adalah adanya perhatian terhadap pengalaman teman sebaya dan keinginan untuk tidak merasa tertinggal dari aktivitas yang sedang populer. Akan tetapi, setiap informan menunjukkan pengalaman yang berbeda. K1, K3, dan K4 lebih menonjolkan dorongan mengikuti tren tertentu, K2 secara langsung mengungkapkan kecemasan dan overthinking, sedangkan K5 memperlihatkan perbandingan kondisi pribadi dengan pengalaman teman-temannya dan K6 menyampaikan kesedihan ketika tidak dapat mengikuti aktivitas hiburan. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa FoMO tidak selalu muncul dalam bentuk emosi yang sama, melainkan bergantung pada situasi dan makna yang diberikan individu terhadap tren yang dihadapinya. Temuan penelitian ini dapat dijelaskan melalui Social Comparison Theory yang dikemukakan oleh Festinger (1954). Teori tersebut membantu memahami bagaimana individu menjadikan pengalaman orang lain sebagai salah satu acuan untuk mengevaluasi keadaan dirinya. Pada informan K4, perbandingan sosial berkaitan dengan penampilan, sedangkan pada K5 berkaitan dengan kesempatan melakukan perjalanan dan rekreasi. Pada K1, K2, dan K6, perhatian terhadap aktivitas teman sebaya tampak dalam keinginan untuk ikut terlibat atau kekhawatiran ketika tidak dapat berpartisipasi. Sementara itu, pengalaman K3 menunjukkan bagaimana tren yang tersebar melalui media sosial dapat mendorong individu untuk mencoba pengalaman yang sedang populer. Dengan demikian, perbandingan sosial memberikan kerangka untuk memahami dinamika FoMO, meskipun tidak semua bentuk keterlibatan dalam tren dapat langsung dianggap sebagai akibat dari proses perbandingan sosial.

Dari sisi kesehatan psikologis, data wawancara memperlihatkan bahwa beberapa informan mengalami respons emosional ketika menghadapi situasi yang berkaitan dengan FoMO. K2 menyebutkan kecemasan dan overthinking, K5 menggambarkan perasaan yang muncul ketika membandingkan kesempatan dirinya dengan teman-temannya, sedangkan K6 mengungkapkan kesedihan ketika tidak dapat mengikuti konser. Pengalaman tersebut

Copyright © 2026 The Author(s). Published by *Fisipol – UMTS Press*.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

JURNAL ILMIAH MUQODDIMAH:
Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora
Vol. 10 No. 4 November 2026
E-ISSN : 2598-6236 (Media Online)
http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/muqoddimah
DOI : https://doi.org/10.31604/jim.v10i4.2026

memperlihatkan bahwa kekhawatiran tertinggal dan perbandingan sosial dapat berkaitan dengan ketidaknyamanan emosional. Namun, data yang tersedia belum cukup untuk menyatakan bahwa FoMO menyebabkan stres, iri, atau penurunan kepercayaan diri pada seluruh informan, karena pernyataan langsung yang diberikan belum menunjukkan semua respons tersebut secara merata. Oleh karena itu, pembahasan mengenai implikasi psikologis perlu dibatasi pada pengalaman yang benar-benar disampaikan oleh informan dan tidak digunakan untuk menetapkan diagnosis psikologis.

Hasil penelitian ini juga memiliki keterkaitan dengan penelitian (Hidayati et al., 2025) yang membahas FoMO pada Generasi Z dalam konteks kehidupan digital dan berbagai aspek kehidupan, serta penelitian (Ginting et al., 2025) mengenai dinamika psikologis Generasi Z dalam era media sosial. Kedua penelitian tersebut memberikan landasan untuk memahami bahwa FoMO berkaitan dengan tekanan sosial, penggunaan media sosial, dan pengalaman psikologis. Adapun penelitian ini memusatkan perhatian pada pengalaman konkret mahasiswa Universitas PGRI Ronggolawe Tuban ketika menghadapi tren gaya hidup dan memaknai keterlibatan sosialnya. Melalui pendekatan fenomenologi, penelitian berupaya menggambarkan bukan hanya jenis tren yang diikuti, melainkan juga alasan dan respons emosional yang menyertainya. Dengan demikian, penelitian ini memberikan gambaran kontekstual mengenai dinamika FoMO pada enam informan, tanpa menggeneralisasikan temuan tersebut kepada seluruh mahasiswa Unirow Tuban atau seluruh Generasi Z. Secara keseluruhan, FoMO pada keenam informan berkaitan dengan dorongan mengikuti tren gaya hidup, perbandingan sosial, dan kekhawatiran tertinggal dari pengalaman teman sebaya. Dalam konteks mahasiswa di Tuban, tren viral dapat menjadi sarana untuk mempertahankan keterhubungan dan memperoleh pengakuan sosial, meskipun penelitian ini belum membuktikan bahwa dorongan tersebut lebih tinggi dibandingkan mahasiswa di kota besar. Media sosial turut membentuk standar penerimaan kelompok melalui konten populer dan respons pengguna yang menjadikan tren tertentu sebagai acuan gaya hidup. Hal ini sejalan dengan teori perbandingan sosial Festinger (1954). Namun, mengikuti tren tidak selalu menunjukkan FoMO, dan respons emosional yang muncul tidak serta-merta menandakan gangguan psikologis.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa FoMO pada enam mahasiswa Universitas PGRI Ronggolawe Tuban muncul melalui dorongan mengikuti tren gaya hidup, seperti mengunjungi kafe viral, mencoba makanan populer, mengikuti tren berpakaian, dan menghadiri kegiatan hiburan. Dorongan tersebut berkaitan dengan keinginan memperoleh penerimaan sosial, perbandingan dengan teman sebaya, serta kekhawatiran tertinggal. Implikasi psikologis yang ditemukan meliputi kecemasan, overthinking, dan kesedihan pada informan tertentu (Mayashifa & Astari, 2026). Media sosial turut menyediakan acuan gaya hidup populer yang dapat mempengaruhi cara mahasiswa menilai pengalaman dan posisi sosialnya.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah informan yang hanya enam orang dan konteks penelitian yang terbatas pada mahasiswa Unirow Tuban, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan kepada seluruh Generasi Z. Penelitian ini juga belum membandingkan pengalaman mahasiswa di daerah dan perkotaan atau mengukur tingkat

Copyright © 2026 The Author(s). Published by *Fisipol – UMTS Press*.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

JURNAL ILMIAH MUQODDIMAH:
Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora
Vol. 10 No. 4 November 2026
E-ISSN : 2598-6236 (Media Online)
http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/muqoddimah
DOI : https://doi.org/10.31604/jim.v10i4.2026

FoMO secara kuantitatif. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan informan yang lebih beragam, membandingkan wilayah berbeda, serta mengkaji lebih mendalam hubungan FoMO, penggunaan media sosial, penerimaan kelompok sebaya, dan kesehatan psikologis.

DAFTAR PUSTAKA

Afrizal, S. (2026). *Fenomena fear of missing out (fomo) dalam gaya hidup thrifting bermerek pada mahasiswa universitas sultan ageng tirtayasa di era media sosial 1,2*. *5*(1), 82–90. https://doi.org/10.55123/sabana.v5i1.7797

Ginting, L. R., Alfarizi, F., Sri, G., Sitorus, R., Situmeang, E. V., & Putri, S. D. (2025). *Psikologi Digital : Dinamika Generasi Z dalam Era Media Sosial Universitas Prima Indonesia , Indonesia*. *5*(3), 132–141.

Hariawan, R., Rohiyatun, B., Najwa, L., Suhardi, M., & English, A. (2025). *Peningkatan Kompetensi Metodologi Kualitatif : Pelatihan Terpadu Manajemen Penelitian , Analisis Data , dan Triangulasi Program Studi Administrasi Pendidikan , Universitas Pendidikan Mandalika , menjadikan metode yang tepat untuk mengungkap makna di balik tindakan , pengalaman , dan dinamika dan temuan yang muncul selama proses penelitian berlangsung . Hal ini sangat*. *4*(2), 93–103.

Hidayati, Y., Irwan, M., & Nasution, P. (2025). *Fenomena FOMO (Fear of Missing Out) di Era Digital : Studi tentang Dampaknya pada Gen Z*. *5*, 1218–1228.

Manis, K., Purnami, S., Lasmawan, I. W., & Parmiti, D. P. (2026). *Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) dan Upaya Pemulihan Kesehatan Mental Siswa SMK di Kabupaten Buleleng Melalui Pendekatan Konseling Mindfulness : Sebuah Studi Fenomenologis*. *5*(3), 2452–2465.

Mayashifa, A. A., & Astari, D. W. (2026). *Pengungkapan Diri dalam Pengelolaan Kesehatan Mental Gen Z Pasca Perceraian Orang Tua melalui Akun Anonim TikTok Self-Disclosure in Managing the Mental Health of Generation Z Following Parental Divorce Through Anonymous TikTok Accounts*. *11*(1), 9–18. https://doi.org/10.56873/jpkm.v11i1.6093

Octa, N., & Devi, R. (2025). *Analisis Social Comparison dan Life Satisfaction pada Mahasiswa Tingkat Akhir dari Perspektif Sosiologi Komunikasi*. *7*, 299–305.

Pasenrigading, A. R., Nur, H., & Daud, M. (2025). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi Diri dan Pembentukan Identitas Remaja*. *2*(April).

Pratiwi, A., & Adriyani, A. (2026). *Terjebak Tren : Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z di Era Media Sosial*. *9*, 411–421.

Putra, Z. R., & Hayati, N. (2025). *Pengaruh Konten Media Sosial terhadap Perilaku Fear of Missing Out (FOMO) untuk meningkatkan Konsumerisme pada Generasi Z*. *02*(02), 175–186.

Rosjayani, A. P., Idrus, N. I., & Tang, M. (2024). *Fenomena Mahasiswa Terhadap Sindrom Fear Of Missing Out*. *4*, 4284–4298.

Copyright © 2026 The Author(s). Published by *Fisipol – UMTS Press*.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

JURNAL ILMIAH MUQODDIMAH:
Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora
Vol. 10 No. 4 November 2026
E-ISSN : 2598-6236 (Media Online)
http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/muqoddimah
DOI : https://doi.org/10.31604/jim.v10i4.2026

Saputri, A. E. K. A. (2025). *Pengaruh herd mentality dan motivasi individu di media sosial terhadap pemilihan karier berbasis tren generasi milenial dan gen-z di daerah khusus jakarta (dkj)*.

Saputri, Y. W., Rhodinia, S., & Setiawan, B. (2024). *Dampak Globalisasi Terhadap Perubahan Gaya Hidup di Indonesia*. *1*(5), 208–217.

Triyani Pujiastuti. (2025). *Dampak Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Kehidupan Diri Mahasiswa Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu*. *4*, 488–498.

Yunarti, D. P. (2024). *ANALISIS DAMPAK MEDIA SOSIAL PADA PERILAKU FOMO GENERASI MILENIAL*. *11*, 31–41.

Copyright © 2026 The Author(s). Published by *Fisipol – UMTS Press*.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.