

Analisis *Fear of Missing Out* dan Perbandingan Sosial sebagai Determinan Persepsi Kesejahteraan: Narasi Generasi Z di Bojonegoro

Taufiq Hidayat^{1*}, Rika Pristian Fitri Astuti²

^{1,2} Pendidikan Ekonomi, IKIP PGRI Bojonegoro

E-mail Correspondence: taufiq_hidayat@ikippgribojonegoro.ac.id

Abstract

The rapid growth of Indonesia's digital ecosystem has intensified debates about how Fear of Missing Out (FOMO) and social comparison shape the well-being of Generation Z. This study investigates how these dynamics influence subjective well-being within a collectivist, highly connected cultural context. Using a qualitative design with thematic analysis, in-depth interviews were conducted with 34 Indonesian youths aged 18–26 who actively engage with social media. The findings identify four interconnected themes: persistent anxiety when digitally absent, reliance on social metrics for validation, upward comparison that generates emotional ambivalence, and emerging coping strategies to regain digital balance. These themes reveal that FOMO and social comparison operate as a self-reinforcing cycle driven by platform structures and social expectations, contributing to unstable perceptions of well-being.

Keywords: *Fear of Missing Out, Perceived well-being, Social comparison*

Abstrak

Pertumbuhan ekosistem digital Indonesia yang pesat telah meningkatkan perdebatan tentang bagaimana *Fear of Missing Out* (FOMO) dan perbandingan sosial membentuk kesejahteraan Generasi Z. Penelitian ini menyelidiki bagaimana dinamika ini memengaruhi kesejahteraan subjektif dalam konteks budaya yang kolektif dan sangat terhubung. Menggunakan desain kualitatif dengan analisis tematik, wawancara mendalam dilakukan terhadap 34 anak muda Indonesia berusia 18-26 tahun yang secara aktif menggunakan media sosial. Temuan penelitian ini mengidentifikasi empat tema yang saling berhubungan: kecemasan yang terus-menerus ketika tidak hadir secara digital, ketergantungan pada metrik sosial untuk validasi, perbandingan ke atas yang menghasilkan ambivalensi emosional, dan strategi penanggulangan yang muncul untuk mendapatkan kembali keseimbangan digital. Tema-tema ini mengungkapkan bahwa FOMO dan perbandingan sosial beroperasi sebagai siklus yang memperkuat diri sendiri yang didorong oleh struktur platform dan ekspektasi sosial, yang berkontribusi pada persepsi kesejahteraan yang tidak stabil.

Kata kunci: Rasa takut ketinggalan, Kesejahteraan, Perbandingan sosial

PENDAHULUAN

Pertumbuhan teknologi digital dan media sosial yang pesat saat ini telah membentuk kembali cara individu berkomunikasi, membangun identitas, dan mengevaluasi kesejahteraan pribadi. Indonesia adalah rumah bagi lebih dari 212 juta pengguna internet dan sekitar 140 juta akun media sosial aktif, merupakan salah satu ekosistem digital paling dinamis di dunia (Kemp, 2025; We Are Social, 2025). Dalam lingkungan ini, Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, mewakili kelompok yang paling terbenam secara digital, berinteraksi secara ekstensif dengan platform *online* untuk interaksi sosial, hiburan, dan ekspresi diri (GWI, 2024). Meskipun platform ini memfasilitasi konektivitas, mereka juga menumbuhkan kerentanan psikologis baru, khususnya *Fear of Missing Out* (FOMO) dan kecenderungan perbandingan sosial yang meningkat, keduanya telah menjadi pusat diskusi tentang kesejahteraan remaja.

FOMO, yang didefinisikan sebagai kecemasan yang meluas bahwa orang lain mungkin mengalami peristiwa yang bermanfaat tanpa partisipasi seseorang (Przybylski et al., 2013), menangkap ketegangan emosional inti dari kehidupan digital kontemporer. Berbagai penelitian telah mengidentifikasi FOMO sebagai prediktor kuat keterlibatan *online* yang kompulsif, penggunaan ponsel cerdas yang bermasalah, kelelahan emosional, dan tekanan psikologis (Rautela S Sharma, 2022; Dhir et al., 2018; Elhai et al., 2019). Dari perspektif ekonomi perilaku, FOMO mencerminkan bias pengambilan keputusan seperti penyesalan yang diantisipasi dan keengganan terhadap kerugian, yang memotivasi individu untuk tetap terhubung secara konstan guna menghindari kerugian sosial atau informasi yang dirasakan. Pola-pola ini sangat relevan dalam masyarakat kolektif seperti Indonesia, dimana rasa memiliki kelompok dan visibilitas relasional merupakan penanda penting penerimaan sosial (Kim et al., 2008).

Proses perbandingan sosial semakin mengintensifkan dinamika ini. Platform media sosial, yang disusun di sekitar konten yang dikurasi dan umpan balik sosial yang terukur, menyediakan lahan subur untuk perbandingan ke atas, kecenderungan untuk membandingkan diri dengan individu yang dianggap lebih sukses, menarik, atau dihargai secara sosial (Pope, 2015). Paparan terhadap

penggambaran *online* yang ideal telah terbukti mengurangi harga diri, meningkatkan rasa iri, dan menurunkan kesejahteraan subjektif di kalangan remaja dan dewasa muda (Liu S Ma, 2019; Vogel et al., 2014; Fumagalli et al., 2021). Penelitian selama pandemi COVID-19 menunjukkan bahwa peningkatan keterlibatan dengan situs jejaring sosial meningkatkan kesepian yang dimediasi melalui FOMO, sedangkan pesan interpersonal menguranginya, yang mengindikasikan bahwa jenis interaksi digital secara fundamental membentuk hasil emosional (Fumagalli et al., 2021). Di Indonesia, kekhawatiran ini tercermin dalam survei kesehatan mental nasional yang melaporkan peningkatan tingkat stres dan gejala depresi di kalangan remaja yang banyak menggunakan media sosial (I-NAMHS, 2023).

Selain konstruksi psikologis, para sarjana telah menyoroti dimensi emosional, naratif, dan sosiokultural yang membentuk FOMO dan perbandingan. Episode emosional, termasuk kesedihan, kasih sayang, atau ketakutan, dapat mengganggu pemrosesan kognitif dan memengaruhi pengambilan keputusan dalam lingkungan *online* (Lloyd, 1996). Penceritaan media sosial yang dikurasi memperkuat standar pencapaian dan rasa memiliki yang tidak realistis, membentuk lanskap emosional pengguna (Orr, 2007). Ketakutan itu sendiri, sebagai mekanisme emosional, dapat memobilisasi individu dalam pengaturan kolektif (Degerman et al., 2020), sementara visibilitas berbasis platform memperkenalkan bentuk-bentuk baru partisipasi publik yang terkait dengan identitas dan kebebasan (Dose S Waton, 2025). Sementara itu, toleransi, empati, dan lingkungan sosial yang mendukung berpotensi mengurangi tekanan emosional yang disebabkan oleh perbandingan dan persaingan digital (Pamungkas, 2014).

Meskipun penelitian terdahulu tentang FOMO, perbandingan sosial, dan kesejahteraan telah berkembang pesat, kesenjangan penting masih ada. Pertama, sebagian besar literatur mengandalkan desain kuantitatif lintas-seksional, yang membatasi wawasan tentang mekanisme kognitif-emosional yang mendasari interaksi siklik antara FOMO, pencarian validasi, evaluasi diri komparatif, dan kesejahteraan yang dirasakan. Kedua, penelitian dalam ekonomi digital yang sedang berkembang belum cukup membahas bagaimana aspirasi sosial ekonomi, kinerja

identitas, dan struktur platform berinteraksi untuk membentuk hasil emosional di kalangan kaum muda.

Untuk mengatasi kesenjangan di atas, penelitian saat ini menyelidiki bagaimana FOMO dan perbandingan sosial secara bersamaan membentuk kesejahteraan yang dirasakan oleh orang dewasa muda Indonesia. Mengacu pada ekonomi perilaku, psikologi sosial, dan perspektif teknososial, penelitian ini mengkaji mekanisme emosional, kognitif, dan sosiokultural yang menjadi ciri pengalaman digital remaja di salah satu pasar *online* dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Penelitian ini penting karena memberikan pemahaman yang mendalam dan kontekstual tentang bagaimana *Fear of Missing Out* (FOMO) dan perbandingan sosial membentuk persepsi kesejahteraan subjektif Generasi Z di Indonesia dalam ekosistem digital yang semakin terintegrasi dengan kehidupan sehari-hari. Selain kontribusi itu, penelitian ini juga memberikan dasar empiris untuk strategi literasi digital yang peka budaya dan intervensi kesehatan mental yang mengatasi realitas digital unik kaum muda di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menyelidiki bagaimana *Fear of Missing Out* (FOMO) dan perbandingan sosial memengaruhi pandangan individu muda tentang kesejahteraan pribadi di Indonesia. Pendekatan ini memungkinkan untuk mengidentifikasi dan menjelaskan motif-motif yang berulang dalam narasi peserta mengenai keterlibatan digital, penilaian sosial, dan kesejahteraan.

Informan Penelitian dan Teknik Sampling

Informan dalam penelitian ini terdiri dari anggota Generasi Z (usia 18–26 tahun) yang tinggal di berbagai Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur, Indonesia (Tabel 1). Kelompok usia ini dipilih karena mereka mewakili generasi yang paling terbenam secara digital, dengan tingkat keterlibatan media sosial yang tinggi dan kerentanan terhadap perilaku terkait FOMO.

Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik sampling bertujuan (*purposive sampling*), dengan fokus pada individu yang aktif menggunakan platform media sosial (Instagram dan TikTok) untuk interaksi sosial, ekspresi diri, atau mencari informasi. Keanekaragaman gender, latar belakang sosial ekonomi, dan wilayah dipertimbangkan untuk memastikan keterwakilan pengalaman digital. Sampel akhir mencakup 25 informan dengan rentang yang sesuai untuk mencapai saturasi data (Guest, Bunce, S Johnson, 2006). Partisipasi bersifat sukarela, dan semua peserta memberikan persetujuan setelah mendapatkan informasi sebelum wawancara.

Tabel 1. Data Demografi Informan

Karakteristik	Kategori	Frekuensi (N)	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	10	40%
	Perempuan	15	60%
Usia	18-20 Tahun	8	32%
	20-23 Tahun	11	44%
	24-26 Tahun	6	24%
Kelompok	Mahasiswa	18	72%
	Lulusan Baru	5	20%
	Bekerja	2	8%
Domisili	Kec. Bojonegoro	8	32%
	Kec. Dander	4	16%
	Kec. Kalitidu	3	12%
	Kec. Babat	3	12%
	Kec. Balen	3	12%
	Kec. Sumberejo	2	8%
	Kec. Ngraho	2	8%

Sumber: Data Diolah (2025)

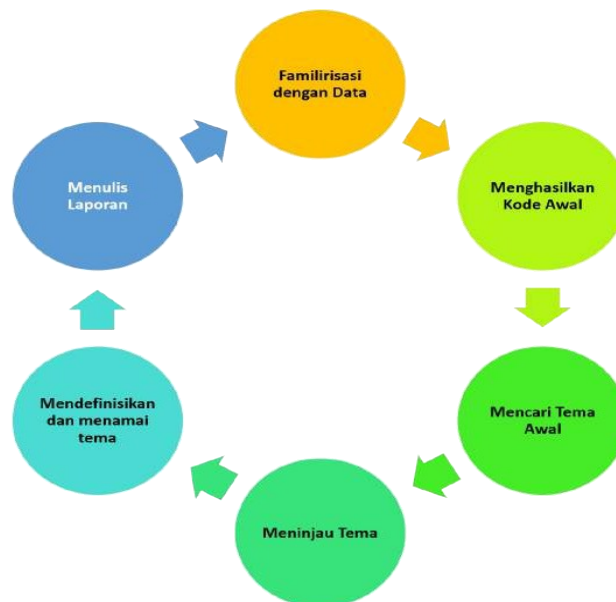
Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur, yang dilakukan tatap muka dan *online* sesuai dengan ketersediaan dan lokasi informan. Pedoman wawancara dirancang untuk menggali refleksi tentang: (1) pengalaman peserta tentang FOMO dalam kehidupan digital sehari-hari; (2) bagaimana mereka terlibat dalam dan memandang perbandingan sosial di media sosial; (3) perasaan kepuasan, kepemilikan, dan harga diri mereka; dan (4) bagaimana interaksi *online* memengaruhi persepsi mereka tentang kesejahteraan pribadi.

Analisis Data

Data penelitian ini dianalisis menggunakan analisis tematik mengikuti prosedur enam fase Braun dan Clarke (2006) (Gambar 1). Pertama, peneliti membaca dan membaca ulang transkrip untuk mendapatkan gambaran umum tentang makna (familiarisasi dengan data). Kedua, menghasilkan kode awal dengan cara mengidentifikasi pernyataan atau ekspresi yang relevan terkait dengan FOMO, perbandingan, dan kesejahteraan. Ketiga, mencari tema dengan mengelompokkan kode ke dalam pola konseptual yang lebih luas (misalnya, kecemasan akan pengucilan, mencari validasi, harga diri komparatif). Keempat, meninjau tema dengan memeriksa koherensi di seluruh data dan menyempurnakan subtema. Kelima, mendefinisikan dan menamai tema, yaitu melakukan penafsiran atas setiap tema dalam kaitannya dengan konstruksi teoretis dari ekonomi perilaku dan psikologi sosial. Keenam, menyusun laporan dengan mengintegrasikan temuan tematik dengan literatur yang ada untuk membentuk narasi konseptual.

Dalam proses analisis tematik, perangkat lunak NVivo 12 Plus digunakan untuk membantu mengorganisasi data. Selain itu, penggunaan perangkat ini juga dimaksudkan untuk meningkatkan transparansi analitik.



Gambar 1. Proses Analisis Tematik

Sumber: Braun S Clarke (2006)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis tematik terhadap data penelitian mengungkapkan empat tema yang saling terkait yang menjelaskan bagaimana *Fear of Missing Out* (FOMO) dan perbandingan sosial memengaruhi kesejahteraan yang dirasakan oleh Generasi Z di era digital. Tema-tema itu antara lain; (1) kecemasan karena tidak hadir secara digital, (2) validasi dan pencarian harga diri sosial, (3) evaluasi diri komparatif dan ambivalensi emosional, serta (4) koping, refleksi, dan pencarian keseimbangan (Tabel 1). Setiap tema diuraikan di bawah ini dengan kutipan representatif yang menggambarkan lanskap emosional bersama Generasi Z di Indonesia.

Tema 1: Kecemasan Akibat Ketiadaan Digital

Hampir semua peserta menggambarkan kecemasan yang mendasarinya ketika mereka tidak terhubung ke media sosial. Kecemasan ini mencerminkan ketidaknyamanan emosional dan kekhawatiran kognitif terhadap ketakutan tertinggal.

“Ketika saya bangun, hal pertama yang saya periksa adalah ponsel saya. Saya khawatir ada sesuatu yang terlewatkan semalam, mungkin berita yang sedang tren atau pembaruan dari teman-teman saya.” (GZ-02).

“Bahkan jika saya sibuk di tempat kerja, saya akan membuka Instagram atau TikTok selama beberapa detik hanya untuk memastikan saya tetap terkini.” (GZ- 05).

“Rasanya aneh tidak tahu apa yang orang lain lakukan. Terkadang saya membuka aplikasi tanpa menyadarinya, seolah-olah itu otomatis” (GZ-08).

Bagi banyak peserta, FOMO bukan hanya rasa ingin tahu, tetapi kebutuhan psikologis akan koneksi dan rasa memiliki. Terputus koneksi disamakan dengan ketidakberadaan sosial.

“Ketika saya tidak memposting atau membalas dengan cepat, orang-orang melupakan saya. Saya merasa seperti menghilang dari dunia mereka” (GZ-11).

“Jika teman-teman saya bersenang-senang dan saya tidak ada di sana, saya merasa ketinggalan — bahkan jika itu adalah sesuatu yang biasanya tidak akan saya ikuti” (GZ-14).

Saya pikir ketakutannya bukan karena melewatkan acara, tapi karena melewatkan perasaan menjadi bagian darinya” (GZ-16).

Kecemasan digital ini sering kali mengarah pada pola keterlibatan yang kompulsif. Peserta mengakui sering memeriksa notifikasi atau membuka beberapa aplikasi sekaligus.

“Saya tidak tahan melihat gelembung notifikasi. Saya harus segera membukanya; kalau tidak, itu terus mengganggu saya” (GZ-18).

“Terkadang saya menggulir berjam-jam tanpa menyadarinya. Saya tidak bisa berhenti karena selalu ada sesuatu yang baru” (GZ-20).

Dari perspektif ekonomi perilaku, perilaku ini mencerminkan keengganan terhadap kerugian, ketakutan kehilangan potensi imbalan sosial atau informasi lebih besar daripada kesenangan nyata yang diperoleh dari berada di dunia daring. Kesejahteraan peserta dengan demikian menjadi bergantung pada kehadiran digital yang berkelanjutan, menciptakan kelelahan emosional dan mengurangi kesadaran.

Tema 2: Validasi dan Pencarian Harga Diri Sosial

Tema kedua menyoroti bagaimana pengalaman FOMO mendorong pencarian validasi. Umpan balik media sosial—suka, komentar, pengikut—berfungsi sebagai bentuk mata uang sosial yang menegaskan nilai dan rasa memiliki seseorang. Jujur, saya merasa lebih bahagia ketika banyak orang menyukai postingan saya. Rasanya seperti bukti bahwa saya ada.

“Terkadang saya memeriksa siapa yang melihat cerita saya berulang kali. Saya ingin tahu siapa yang memperhatikan saya” (GZ-06).

“Jika postingan saya sedikit yang menyukai, saya merasa malu. Saya bahkan menghapusnya agar orang tidak melihat betapa tidak populernya itu” (GZ-09).

“Ketika saya melihat unggahan teman-teman saya mendapatkan ratusan komentar, saya bertanya-tanya apa yang salah dengan saya” (GZ-12).

Sejumlah peserta mengakui bahwa meskipun mereka sadar betapa dangkalnya metrik ini, mereka tetap memperoleh kepuasan emosional dan keyakinan diri dari metrik tersebut.

“Konyol sih, tapi kadang jumlah suka memengaruhi suasana hati saya sepanjang hari” (GZ-19).

“Meskipun saya tahu itu hanya angka, itu membuat saya merasa dihargai” (GZ- 21).

Pencarian validasi ini sering kali menciptakan siklus kebahagiaan singkat yang diikuti oleh kecemasan baru. Kesenangan emosional dari persetujuan digital bersifat sementara, yang mengarah pada ketergantungan.

“Ketika orang berkomentar sesuatu yang baik, saya merasa luar biasa. Tapi ketika berhenti, saya mulai meragukan diri sendiri lagi” (GZ-22).

“Rasanya seperti mengejar persetujuan. Kamu merasa baik untuk sesaat, lalu hampa” (GZ-03).

Beberapa peserta mengaitkan perasaan ini dengan perbandingan sosial, mencatat bahwa popularitas *online* telah menjadi ukuran harga diri dalam kelompok sosial mereka.

“Teman-teman saya berbicara tentang pengikut seolah-olah itu adalah status sosial. Jika kamu tidak punya banyak, kamu tidak terlihat” (GZ-04).

Tema ini menekankan bahwa perilaku mencari validasi, yang didorong oleh FOMO, terkait erat dengan harga diri komparatif, memengaruhi kesejahteraan emosional dan identitas sosial yang dirasakan.

Tema 3: Evaluasi Diri Komparatif dan Ambivalensi Emosional

Tema dominan di antara hampir semua peserta adalah perbandingan sosial ke atas, membandingkan diri dengan orang lain yang dianggap lebih sukses, menarik, atau lebih bahagia. Perbandingan ini sering kali memicu emosi yang ambivalen: kekaguman bercampur dengan iri hati dan rasa tidak mampu.

"Ketika saya melihat orang-orang seumuran saya sudah bepergian ke luar negeri atau membeli rumah, saya merasa seperti tertinggal dalam hidup" (GZ- 01).

"Melihat-lihat Instagram terkadang membuat saya bangga pada teman-teman saya, tetapi juga sedih karena saya belum sampai di sana." (GZ-04).

“Saya mulai bertanya pada diri sendiri: mengapa saya tidak bisa terlihat seperti mereka atau memiliki gaya hidup mereka?” (GZ-07).

“Sepertinya semua orang hidupnya sudah teratur. Saya merasa cemas karena saya tidak” (GZ-10).

Bagi sebagian orang, paparan konstan terhadap gambaran keberhasilan yang ideal ini menyebabkan evaluasi diri yang terdistorsi.

“Orang hanya memposting momen terbaik mereka. Saya tahu itu, tapi tetap saja, itu membuat saya merasa kurang” (GZ-15).

“Sulit bagi saya untuk mengingatkan diri bahwa apa yang saya lihat sudah disaring. Otak saya masih membandingkan” (GZ-23).

Dampak emosionalnya terwujud dalam kepuasan hidup yang menurun dan perasaan stagnasi. Peserta menggambarkan perasaan terjebak antara aspirasi dan kelelahan.

“Saya merasa termotivasi untuk sementara, tapi kemudian saya sadar betapa jauhnya saya dari mereka, dan itu menyedihkan” (GZ-17).

“Terkadang saya hanya menutup aplikasi karena itu merusak suasana hati saya” (GZ-18).

Namun, beberapa peserta menyatakan bahwa perbandingan terkadang mendorong mereka untuk meningkatkan diri, yang menunjukkan interpretasi yang lebih halus.

“Ketika saya melihat orang lain berhasil, itu sedikit menyakitkan, tapi itu juga membuat saya ingin melakukan lebih baik” (GZ-24).

Tema ini mengungkapkan bagaimana perbandingan sosial berfungsi sebagai pemicu stres emosional sekaligus motivator, berkontribusi pada apa yang dapat digambarkan sebagai ambivalensi emosional, persepsi kesejahteraan yang berfluktuasi, dibentuk oleh pencapaian relatif daripada absolut.

Tema 4: Mengatasi, Refleksi, dan Mencari Keseimbangan

Meskipun sebagian besar peserta mengakui merasa terjebak dalam siklus perbandingan dan validasi, banyak pula yang menggambarkan upaya sadar untuk mendapatkan kembali kendali atas keterlibatan digital mereka. Strategi koping ini berkisar dari penarikan diri sementara hingga kerangka ulang kognitif penggunaan media sosial.

“Saya mulai membatasi waktu layar saya. Saya hanya memeriksa media sosial setelah bekerja” (GZ-13).

“Saya membisukan beberapa akun yang membuat saya merasa buruk tentang diri saya” (GZ-25).

“Saya sekarang mengikuti halaman motivasi, bukan influencer yang memamerkan barang mewah” (GZ-20).

“Terkadang saya mengambil akhir pekan 'detoks digital', dan saya benar-benar merasa lebih tenang” (GZ-01).

Beberapa peserta merefleksikan bahwa kesadaran akan FOMO itu sendiri menjadi titik balik untuk pengaturan diri.

“Saya menyadari bahwa FOMO saya berasal dari rasa tidak aman. Setelah saya menerima itu, saya berhenti mengejar setiap tren” (GZ-23).

“Sekarang, saya menikmati memposting untuk diri sendiri, bukan untuk mendapatkan persetujuan orang lain” (GZ-09).

Subset yang lebih kecil melaporkan mencapai kesejahteraan digital yang lebih seimbang, melihat media sosial sebagai alat daripada sumber harga diri.

“Saya menggunakannya untuk terhubung dan belajar, bukan untuk membandingkan lagi” (GZ-20).

“FOMO masih ada, tapi saya mengatasinya. Saya mengingatkan diri sendiri bahwa ketinggalan itu tidak apa-apa” (GZ-08).

Namun demikian, banyak peserta mengakui bahwa menjaga keseimbangan ini sangat menantang dan tidak stabil secara emosional. Godaan untuk kembali terlibat tetap kuat, terutama ketika validasi sosial mudah didapatkan.

“Bahkan setelah membatasi penggunaan, terkadang saya kembali ke kebiasaan lama. Ini seperti kecanduan, Anda membutuhkan kesadaran konstan” (GZ-09).

Tema ini menunjukkan bahwa meskipun refleksi diri dan koping dapat mengurangi efek negatif FOMO dan perbandingan sosial, ekosistem digital yang lebih luas terus memperkuat kecenderungan ini, menjadikan regulasi emosi sebagai proses yang dinamis dan berkelanjutan.

Pembahasan

Temuan penelitian ini mengungkapkan gambaran yang kompleks dan dinamis tentang bagaimana Generasi Z di Indonesia mengalami interaksi antara *Fear of Missing Out* (FOMO), perbandingan sosial, dan kesejahteraan subjektif di lingkungan digital. FOMO dan perbandingan sosial tidak muncul sebagai fenomena psikologis yang terisolasi, melainkan sebagai proses sosio-emosional yang saling terkait, dibentuk oleh arsitektur platform digital dan ekspektasi budaya mengenai visibilitas, rasa memiliki, dan kebutuhan akan pengakuan sosial. Hasil ini sejalan

dengan pandangan bahwa identitas dan emosi kaum muda saat ini juga dibangun melalui ekosistem media digital yang mereka alami sehari-hari (Bayer et al., 2020; Boyd, 2014).

Satu pola yang muncul dalam narasi informan adalah munculnya kecemasan digital yang berasal dari kebutuhan untuk selalu terhubung. Rasa tidak nyaman yang dirasakan saat terputus dari ruang digital mencerminkan konsep dasar FOMO sebagai ketakutan akan ketinggalan pengalaman sosial yang bermakna (Przybylski et al., 2013). Namun, penelitian ini memperluas makna FOMO dalam konteks Indonesia: ketakutan yang dialami generasi muda bukan hanya tentang ketinggalan dari kegiatan sosial, tetapi juga perasaan "tidak terlihat" dari kelompok mereka. Hal ini sejalan dengan karakter masyarakat kolektivis, di mana visibilitas dalam kelompok merupakan indikator penting penerimaan sosial (Kim et al., 2010). Dengan demikian, FOMO dalam konteks ini lebih bersifat relasional, tidak seperti penelitian di negara-negara Barat yang sering menempatkannya sebagai kecenderungan psikologis individu.

Tekanan untuk mempertahankan kehadiran digital juga diperkuat oleh mekanisme kuantifikasi sosial yang tertanam dalam platform media sosial. Banyak peserta menggambarkan suka, komentar, dan jumlah pengikut sebagai bentuk nilai sosial, meskipun mereka menyadari bahwa konten media sosial dikurasi. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa metrik digital berfungsi sebagai "mata uang sosial" yang mendorong pencarian validasi eksternal (Burke S Kraut, 2016; Marwick, 2015). Literatur sebelumnya menunjukkan bahwa metrik-metrik ini memperkuat kecenderungan perbandingan sosial ke atas (Vogel et al., 2014), dan pola ini terlihat dalam fluktuasi emosional informan yang mengalami siklus kepuasan jangka pendek dan kecemasan berulang. Studi ini memperluas temuan sebelumnya dengan menunjukkan bahwa dampak emosional dari metrik platform jauh dari stabil; sebaliknya, ia mudah berubah, bergantung pada dinamika visibilitas algoritma dan respons sosial dari lingkungan.

Ambivalensi emosional ini terlihat jelas ketika peserta menggambarkan bagaimana perbandingan sosial dapat memotivasi mereka, tetapi pada saat yang sama menekan dan menurunkan kepercayaan diri mereka. Sejalan dengan teori

perbandingan sosial (Festinger, 1954), perbandingan ke atas dapat berfungsi sebagai inspirasi. Namun, seperti yang ditemukan dalam penelitian terbaru (Verduyn et al., 2020), perbandingan ke atas yang terjadi di ruang digital cenderung meningkatkan afek negatif ketika kesenjangan prestasi terasa tidak realistis. Pola ini terlihat jelas dalam dinamika yang dialami informan: FOMO mendorong mereka kembali ke media sosial, yang kemudian membuat mereka terpapar lebih banyak perbandingan sosial. Siklus ini memperkuat temuan Dhir et al. (2018), yang menunjukkan hubungan timbal balik antara FOMO, pemeriksaan media yang kompulsif, dan tekanan psikologis.

Disisi lain, informan juga menggambarkan berbagai strategi koping digital untuk menjaga keseimbangan emosional, seperti membatasi waktu layar, memilih mematikan notifikasi, atau melakukan detoks digital. Strategi-strategi ini sejalan dengan literatur tentang regulasi diri digital dan penggunaan media yang lebih sadar (Roberts et al., 2020; Wiederhold, 2018). Beberapa peserta bahkan menunjukkan kemampuan reflektif untuk menilai kembali sifat konten digital dan memisahkan harga diri dari metrik sosial. Praktik-praktik ini memberikan bukti bahwa Generasi Z memiliki kapasitas untuk membangun ketahanan digital (Odgers S Jensen, 2020), sehingga intervensi literasi digital dapat dirumuskan dengan memanfaatkan kapasitas reflektif yang ada.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan tiga kontribusi penting. Pertama, ini menegaskan bahwa FOMO tidak dapat dipahami hanya sebagai fenomena intrapersonal, tetapi harus dilihat dalam konteks budaya dan struktur platform. Kedua, penelitian ini menunjukkan bagaimana fitur teknis platform, seperti metrik kuantitatif dan algoritma visibilitas, membentuk emosi dan proses perbandingan sosial, sehingga mendukung pendekatan yang menggabungkan teori psikologis dengan studi teknososial (Berryman et al., 2018). Ketiga, dinamika berulang yang diamati antara FOMO, perbandingan sosial, dan respons emosional menunjukkan perlunya model longitudinal yang lebih baik menangkap sifat temporal dari proses-proses ini.

Temuan ini konsisten dengan dan memperluas bukti empiris sebelumnya. Kaitan antara FOMO dan penggunaan media yang kompulsif memperkuat temuan

Przybylski dkk. (2013) dan Elhai dkk. (2020). Penekanan pada pencarian pengakuan sosial mendukung temuan Liu dan Ma (2019) mengenai peran kebutuhan sosial sebagai mediator. Selanjutnya, perbedaan pengalaman antara interaksi digital publik dan pribadi mencerminkan temuan Fumagalli dkk. (2021). Dengan menyediakan bukti kualitatif dari Indonesia, penelitian ini memperkaya pemahaman global tentang FOMO dan perbandingan sosial, yang selama ini didominasi oleh perspektif budaya Barat.

Secara keseluruhan, penelitian ini menggambarkan pengalaman digital Generasi Z Indonesia sebagai proses yang penuh ketegangan antara koneksi dan tekanan, visibilitas dan kerentanan, inspirasi dan kecemasan. Memahami dinamika ini penting untuk merancang intervensi yang lebih peka budaya, baik melalui literasi digital, desain platform yang lebih etis, atau dukungan kesehatan mental guna menciptakan pengalaman digital yang lebih sehat dan berkelanjutan bagi generasi muda.

KESIMPULAN

Fear of Missing Out (FOMO) dan perbandingan sosial membentuk persepsi kesejahteraan subjektif Generasi Z Indonesia melalui interaksi antara kebutuhan akan visibilitas sosial, struktur platform digital, dan dinamika budaya kolektif. FOMO menimbulkan kecemasan akan kehilangan koneksi dan pengakuan, yang mendorong keterlibatan digital yang kompulsif dan ketergantungan pada metrik sosial sebagai penanda harga diri. Pada saat yang sama, paparan terhadap konten yang dikurasi memicu perbandingan sosial ke atas, menghasilkan ambivalensi emosional, perasaan terinspirasi dan tertekan, yang pada akhirnya mengurangi stabilitas kesejahteraan psikologis. Meskipun beberapa peserta menunjukkan strategi koping digital dan refleksi diri, kemampuan ini belum cukup untuk sepenuhnya menahan tekanan struktural platform dan norma sosial yang menuntut kehadiran konstan. Temuan ini mengonfirmasi bahwa FOMO dan perbandingan sosial adalah proses psikososial siklis yang dipengaruhi oleh konteks budaya dan teknologi, memerlukan intervensi literasi digital dan dukungan emosional yang lebih sensitif dan berkelanjutan.

DAFTAR RUJUKAN

- Bayer, J. B., Ellison, N. B., Schoenebeck, S. Y., S Falk, E. B. (2015). Sharing the small moments: ephemeral social interaction on Snapchat. *Information Communication & Society*, 19(7), 956–97. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2015.1084349>
- Berryman, C., Ferguson, C. J., S Negy, C. (2017). Social Media Use and Mental Health among Young Adults. *Psychiatric Quarterly*, 89(2), 307–314. <https://doi.org/10.1007/s11126-017-9535-6>
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: the social lives of networked teens* (pp. ix–273) [Book]. Yale University Press. <https://www.danah.org/books/ItsComplicated.pdf>
- Braun, V., S Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Burke, M., S Kraut, R. E. (2016). The relationship between Facebook use and Well-Being depends on communication type and tie strength. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 21(4), 265–281. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12162>
- Degerman, D., Flinders, M., S Johnson, M. T. (2020). In defence of fear: COVID-19, crises and democracy. *Critical Review of International Social and Political Philosophy*, 26(6), 788–809. <https://doi.org/10.1080/13698230.2020.1834744>
- Dhir, A., Yossatorn, Y., Kaur, P., S Chen, S. (2018). Online social media fatigue and psychological wellbeing—A study of compulsive use, *Fear of Missing Out*, fatigue, anxiety and depression. *International Journal of Information Management*, 40, 141–152. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.01.012>
- Dose, F., S Waton, F. R. (2025). Hubungan antara Politik dan Kebebasan menurut Hannah Arendt. *DISKURSUS – Jurnal Filsafat dan Teologi STF Driyarkara*, 21(2), 221–245. <https://doi.org/10.36383/diskursus.v21i2.793>
- Elhai, J. D., Yang, H., Fang, J., Bai, X., S Hall, B. J. (2019). Depression and anxiety symptoms are related to problematic smartphone use severity in Chinese young adults: *Fear of Missing Out* as a mediator. *Addictive Behaviors*, 101, 105962. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2019.04.020>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Fumagalli, E., Dolmatzian, M. B., S Shrum, L. J. (2021). Centennials, FOMO, and

Loneliness: An investigation of the impact of Social Networking and Messaging/VOIP apps usage during the initial stage of the coronavirus pandemic. *Frontiers in Psychology*, 12, 620739.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.620739>

Guest, G., Bunce, A., S Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59–82.
<https://doi.org/10.1177/1525822X05279903>

GWJ. (2024). Connecting with Gen Z: Global Digital Behavior Report. GlobalWebIndex. Indonesia – National Adolescent Mental Health Survey (I-NAMHS) Report (Bahasa Indonesia). (2023). Queensland Centre for Mental Health Research (QCMHR). <https://qcmhr.org/outputs/reports/12-i-namhs-report-bahasa-indonesia> Kemp, S. (2025). Digital 2025: Indonesia Data Reportal – Global Digital Insights. Data Reportal Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>

Kim, H. S., Sherman, D. K., S Taylor, S. E. (2008). Culture and social support. *American Psychologist*, 63(6), 518–526. <https://doi.org/10.1037/0003-066x>

Liu, C., S Ma, J. (2019). Adult attachment orientations and social networking site addiction: the mediating effects of *online* social support and the *Fear of Missing Out*. *Frontiers in Psychology*, 10, 2629.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02629>

Marwick, A. E. (2015). Instafame: Luxury selfies in the attention economy. *Public Culture*, 27(1), 137–160. <https://doi.org/10.1215/08992363-2798379>

Odgers, C. L., S Jensen, M. R. (2020). Annual Research Review: Adolescent mental health in the digital age: facts, fears, and future directions. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 61(3), 336–348.
<https://doi.org/10.1111/jcpp.13190>

Orr, J. (2007). Hitchcock and Hume Revisited: Fear, Confusion and Stage Fright. *Film-Philosophy*, 11(1), 49–60. <https://doi.org/10.3366/film.2007.0003>

Pamungkas, C. (2014). Toleransi Beragama dalam Praktik Sosial: Studi Kasus Hubungan Mayoritas dan Minoritas Agama di Kabupaten Buleleng. *Epistemé Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman*, 9(2).
<https://doi.org/10.21274/epis.2014.9.2.285-316>

Pope, R. (2015). Attention deficit hyperactivity disorders, panic attacks, epileptic fits, depressions and dementias from missing out on appropriate fears and hopes. *Mind & Society*, 14(1), 107–127. <https://doi.org/10.1007/s11299-015-0165-0>

Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., S 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>

Rautela, S., S Sharma, S. (2022). *Fear of Missing Out* (FOMO) to the joy of missing out (JOMO): shifting dunes of problematic usage of the internet among social media users. *Journal of Information Communication and Ethics in Society*, 20(4), 461–479. <https://doi.org/10.1108/jices-06-2021-0057>

Roberts, J. A., Pullig, C., S Manolis, C. (2015). I need my smartphone: A hierarchical model of personality and cell-phone addiction. *Personality and Individual Differences*, 79, 13–19. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.01.049>

Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., S Kross, E. (2017). Do social network sites Enhance or undermine subjective Well-Being? A critical review. *Social Issues and Policy Review*, 11(1), 274–302. <https://doi.org/10.1111/sipr.12033>

Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., S Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206–222. <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>