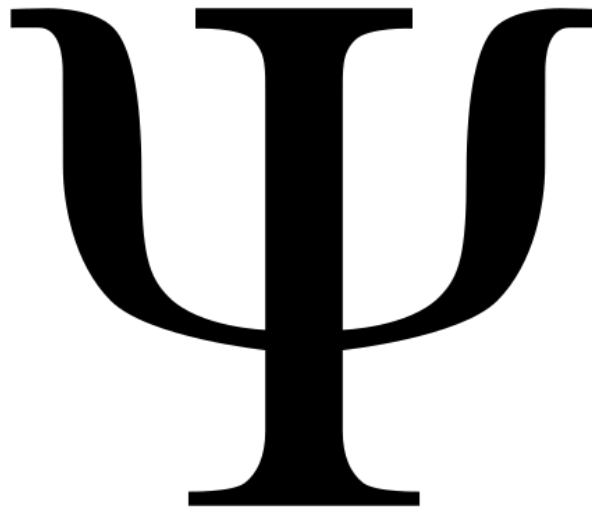


BAB II. Permasalahan *Fear of Missing Out* Pada Usia Remaja dan Solusinya

II.1 Landasan Teori *Fear of Missing Out* (FoMO)

FoMO merupakan akronim dari *Fear of Missing Out*. Menurut KBBI daring, akronim merupakan singkatan berupa kombinasi suku kata yang ditulis dan diucapkan seperti kata alami. Istilah ini merupakan suatu bentuk fenomena psikologi kepribadian seseorang yang belum masuk kedalam jenis gangguan mental seperti *anxiety disorder*. Bilamana memasukkan kata kunci FoMO di Google, maka akan menemukan hasil lebih dari sepuluh juta hasil informasi. Menurut (Woodworth dan Marquis, 1957) dalam jurnal psikologi nya mengatakan bahwa psikologi mempelajari berbagai aktivitas individu, baik aktivitas motorik, kognitif, maupun afektif.



Gambar II.1 Simbol Psikologi
Sumber: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Psi2.svg>
(Diakses pada 08/01/2022)

Pada gambar diatas merupakan simbol psikologi yang berbentuk trisula. Simbol ini adalah huruf Yunani ke-23. Simbol tersebut disebut dengan “psi” yang memiliki nilai jumlah 700. Sigmund Freud merupakan tokoh yang pertama kali memaknai simbol trisula ini sebagai simbol psikologi. Dikarenakan simbol

tersebut mewakili tiga aspek mendasar dari perilaku manusia terhadap lingkungan dan menjadi dasar lahirnya perilaku manusia yang dinamis yaitu Id, Ego dan Superego.



Gambar II.2 Id, Ego, Superego

Sumber: [https://1.bp.blogspot.com/-](https://1.bp.blogspot.com/-T4kyfjb_lbg/YPnq4EH_6mI/AAAAAAAAACnQ/WoDkMcudlvoVgyy86kkPxcpAlehIV_pSwCLcBGAsYHQ/w499-h306/id%252Cego%252Cdan-superego-sigmund-freud.jpeg)

[T4kyfjb_lbg/YPnq4EH_6mI/AAAAAAAAACnQ/WoDkMcudlvoVgyy86kkPxcpAlehIV_pSwCLcBGAsYHQ/w499-h306/id%252Cego%252Cdan-superego-sigmund-freud.jpeg](https://1.bp.blogspot.com/-T4kyfjb_lbg/YPnq4EH_6mI/AAAAAAAAACnQ/WoDkMcudlvoVgyy86kkPxcpAlehIV_pSwCLcBGAsYHQ/w499-h306/id%252Cego%252Cdan-superego-sigmund-freud.jpeg)

(Diakses pada 15/01/2022)

Dalam gambar diatas terdapat penjelasan yang tertuang dalam buku Manusia dalam Pandangan Psikologi. Dijelaskan bahwa Id, Ego, Superego merupakan potensi psikopatologi. Psikopatologi merupakan ilmu yang mempelajari tentang penyakit mental, tekanan mental dan perilaku abnormal atau maladaptif.

Id, merupakan bahasa latin yang memiliki arti sesuatu. Id memiliki fungsi sebagai penyimpanan insting manusia yang sudah ada sejak lahir. Namun, konsep Id itu sendiri adalah bagian dari kepribadian yang mempertahankan dorongan biologis manusia dan merupakan pusat naluri ketika didefinisikan sebagai kesenangan dalam agama.

Sigmund Freud berkata bahwa permulaan Ego berkembang dikarenakan tidak mampu nya Id untuk memenuhi kebutuhan individu itu sendiri. Walaupun Id bisa membuat keinginan, tetapi Id tidak bisa memuaskannya, maka Ego bertugas sebagai jembatan penghubung Id dengan realitas dunia luar. Sedangkan untuk

Superego menurut (Rahayu, 2006) Superego memiliki fungsi sebagai pengontrol Ego, bersikap kritis terhadap aktivitas Ego bahkan menghantam dan menyerang ego.

Sedangkan psikologi sendiri menurut (Walgito, 1980) dalam bukunya yang berjudul Pengantar Psikologi Umum memberikan pengertian bahwa psikologi itu memberikan pemahaman mengenai ilmu tentang jiwa, tetapi karena jiwa tidak terlihat, maka yang dapat diamati adalah perilaku atau aktivitas yang merupakan manifestasi penjelmaan dan refleksinya dalam kehidupan sebanding dengan tindakan. Psikologi perilaku mencakup perilaku terbuka (*overt behaviour*) dan tidak terlihat (*innert behaviour*).

Selain psikologi memiliki simbol trisula, psikologi juga identik dengan warna ungu. Kenapa demikian, karena menurut (SehatQ, 2021) dalam artikelnya warna ungu memiliki makna kemewahan, dunia kerajaan, kebijaksanaan, keberanian dan kreativitas.

FoMO ini merupakan sebuah suatu fenomena psikologi. Menurut KBBI daring, fenomena adalah sesuatu yang dapat dirasakan oleh panca indera dan dapat dijelaskan serta dievaluasi secara ilmiah. FoMO ini terjadi pada suatu individu akibat timbulnya sebuah perilaku. Dalam psikologi, perilaku mencakup perilaku reflektif dan non-reflektif. Perilaku reflektif adalah perilaku respon spontan terhadap rangsangan dalam suatu organisme. Misal, mata akan bereaksi dengan kedipan apabila kena sinar; jari bereaksi menarik apabila terkena api. Namun, perilaku non-reflektif adalah perilaku yang dikendalikan oleh pusat kesadaran, yaitu otak, dirangsang oleh reseptor pada penerimaan dan diteruskan ke pusat kesadaran.

Kita bisa melihatnya dalam kehidupan sehari-hari bahwa pembentukan perilaku biasanya terjadi dari kondisi lingkungan dan juga kebiasaan. Menurut Skinner (Notoatmodjo, 2001) suatu respon atau tingkah laku yang ditanggapi oleh seseorang terhadap suatu stimulus atau rangsangan dari luar.



Gambar II.3 Pembentukan Ekspresi Perilaku

Sumber:

https://t3.ftcdn.net/jpg/04/40/23/26/240_F_440232634_8b8i7MunMKYZ6QpIe3LOGdM_KLgfAGILF.jpg

(Diakses pada 15/01/2022)

Berikut merupakan 3 pembentukan perilaku menurut psikologi yang tertuang dalam buku Pengantar Psikologi Umum:

1. Pembentukan perilaku dengan kebiasaan/kondisioning.

Dengan cara melakukan kebiasaan positif yang diharapkan, yang akhirnya membentuk sebuah kebiasaan. Contohnya, membiasakan diri untuk rajin beribadah, membiasakan diri untuk rajin minum air putih, dan sebagainya.

2. Pembentukan perilaku dengan pengertian. (*Insight*)

Pembentukan perilaku juga bisa dapat dicapai melalui pemahaman. Misalnya dari teori buku ataupun nasehat dari orangtua atau ahli seperti jangan begadang, memakai sabuk pengaman saat berkendara, jangan begadang agar tidak datang terlambat, dan lain-lain.

3. Pembentukan perilaku dengan menggunakan model/contoh.

Dalam kasus ini bisa diberi contoh bahwa orangtua merupakan contoh bagi anaknya atau pemimpin merupakan contoh bagi bawahannya. Dari contoh ini bisa dilihat bahwa pembentukan perilaku menggunakan model.

Jika berbicara mengenai psikologi itu banyak ruang lingkungannya yaitu psikologi perkembangan, psikologi sosial, psikologi pendidikan, psikologi kepribadian, psikopatologi, psikologi kriminal dan psikologi perusahaan. Lalu, FoMO termasuk kedalam ruang lingkup psikologi yang mana? Karena FoMO merupakan sebuah fenomena perilaku seorang individu maka, FoMO masuk kedalam ruang lingkup psikologi kepribadian.

Selain itu, terdapat akronim yang mirip dengan FoMO yaitu KEPO. KEPO dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yaitu rasa ingin tahu yang berlebihan mengenai kepentingan dan urusan orang lain. Sedangkan FoMO memiliki arti takut tertinggal dari orang lain yang berarti fenomena FoMO ini memiliki rasa keingintahuan yang tinggi dan ada rasa ingin terlibat dalam momen yang sedang terjadi diluar sana.

II.2 *Fear of Missing Out (FoMO)*

Fear of Missing Out atau FoMO jika diartikan kedalam bahasa Indonesia yaitu takut ketinggalan. Sebenarnya, FoMO itu merupakan istilah yang saat ini marak didengar karena terjadinya peningkatan ketertarikan masyarakat dalam dunia kesehatan mental. Perasaan FoMO ini dibentuk dan timbul oleh situasi lingkungan.

Federasi Kesehatan Mental Dunia atau biasa kita kenal dengan WHO (*World Federation for Mental Health*) mengatakan bahwa kesehatan mental merupakan kondisi yang memungkinkan perkembangan fisik, intelektual dan emosional, yang optimal selama sesuai dengan keadaan orang lain.

FoMO sebenarnya sudah ada sebelum media sosial dan teknologi semarak sekarang. Namun, kombinasi FoMO dengan kemunculan internet, keterbukaan informasi, dan teknologi yang maju membuat FoMO semakin menjadi. FoMO tidak terbatas pada hal yang ada di media sosial. Tetapi media sosial juga yang membuat FoMO semakin buruk.

Untuk Istilah FoMO sendiri sudah ada dalam *Oxford English Dictionary* sejak tahun 2013. Untuk menambah pengakuan status ini FoMO juga dimasukkan kedalam *Merriam-Webster Unabridged Dictionary* pada tahun 2016. Menurut Patrick J. McGinnis dalam bukunya yang berjudul *Fear of Missing Out: Bijak Mengambil Keputusan di Dunia yang Menyajikan Terlalu Banyak Pilihan* bahwa pelaku FoMO dinamai dengan sebutan *Fomosapiens*. *Fomosapiens* selalu merasa dimanapun dan kapanpun akan terjadi hal yang lebih baik sedang terjadi ditempat

lain. Ciri-ciri dari *fomosapiens* dalam buku ciptaan Patrick J. McGinnis adalah merasa tertekan, minder, iri, cemas saat melihat postingan yang diunggah ke dalam media sosial yang sudah diberi *filter* di sunting sedemikian rupa yang menimbulkan sesak dalam diri saat melihatnya. Lalu *fomosapiens* juga selalu fokus pada *handphone* nya untuk mengakses media sosial dan menganggap bahwa setiap orang yang dirinya lihat memiliki kehidupan yang jauh lebih menarik, mengasyikkan, dan lebih sukses daripada dirinya.

Ungkapan FoMO dicetuskan oleh Patrick J. McGinnis sebagai penderita FoMO pada 2013 ketika Patrick menempuh pendidikannya di Harvard University. Saat itu Patrick merasa bahwa dirinya tidak mengetahui berita terkini dari temannya yang lain yang mengikuti *trend*. Sehingga dari perasaan tersebut Patrick J. McGinnis mulai banyak menulis mengenai FoMO.



Gambar II.4 Patrick J. McGinnis

Sumber:

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/4/4e/Patrick_James_McGinnis.jpg
(Diakses pada 15/01/2022)

Pada gambar di atas merupakan foto dari Patrick J. McGinnis sang pencetus *Fear of Missing Out (FoMO)*. Patrick juga membuat buku yang berjudul “*Fear of Missing Out: Practical Decision-Making in a World of Overwhelming Choice.*” Atau judul yang sudah diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia menjadi *Fear of Missing Out: Bijak Mengambil Keputusan di Dunia yang Menyajikan Terlalu Banyak Pilihan.*



Gambar II.5 Buku *Fear of Missing Out* Bahasa Indonesia
Sumber: <https://gpu.id/data-gpu/images/img-book/93329/620221062.jpg>
(Diakses pada 24/01/2022)

Pada gambar diatas merupakan tampilan dari buku yang dibuat oleh Patrick J. McGinnis yang sudah diterjemahkan kedalam Bahasa Indonesia. Buku tersebut sangat laku terjual pada toko buku pada bagian buku pengembangan diri. Harga jual buku tersebut dipasar Indonesia adalah delapan puluh lima ribu rupiah dengan jumlah 300 halaman.

Mungkin sebelum meningkat nya media sosial akhir-akhir ini, masyarakat lebih mengenal istilah rumput tetangga lebih hijau daripada rumput sendiri. Sama halnya dengan FoMO. Jika seseorang mengalami fenomena FoMO maka seseorang tersebut lebih banyak membanding-bandingkan. Padahal, perilaku tersebut juga merupakan hal yang tidak sehat. Dikarenakan bagaimana seseorang tersebut tidak belajar menerima apa yang menjadi miliknya sendiri, dan hanya fokus kepada apa yang dimiliki oleh orang lain.

Pada gambar dibawah ini merupakan ilustrasi bagaimana timbul nya perilaku dan perasaan cemas. Fenomena tersebut timbul karena adanya perilaku seorang individu yang tidak merasa bahagia dengan kehidupannya saat ini dan selalu cemas maka dari itu selalu timbul perasaan takut tertinggal.



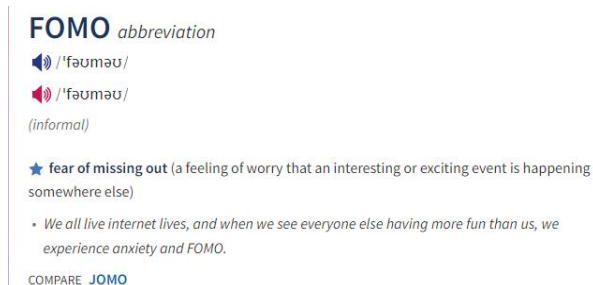
Gambar II.6 Perilaku Cemas

Sumber:

https://newsinhealth.nih.gov/sites/nihNIH/files/styles/featured_media_breakpoint-large/public/2016/March/illustration-worried-man-apart-circle-friends_0.jpg?itok=BEkIrrCZ
(Diakses pada 15/01/2022)

II.2.1 Pengertian *Fear of Missing Out* (FoMO)

Menurut kamus Oxford, FoMO merupakan kecemasan akan adanya peristiwa menarik yang terjadi ditempat lain, dimana kecemasan ini terstimulasi oleh hal-hal yang ditulis di dalam media sosial seseorang.



Gambar II.7 Pengertian FoMO dalam kamus Oxford *online*

Sumber:

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/fomo?q=fomo>
(Diakses pada 08/01/2022)

Patrick J. McGinnis sang pencetus FoMO mengungkapkan 2 definisi FoMO melalui bukunya. Pertama FoMO merupakan rasa cemas yang tidak diinginkan yang timbul karena persepsi terhadap pengalaman orang lain yang lebih memuaskan daripada diri sendiri, biasanya lewat terpaan media sosial.

Kedua, tekanan sosial yang datang dari perasaan akan tertinggal suatu peristiwa, atau tersisih dari pengalaman kolektif yang positif atau berkesan.

(Hodkinson & Poropoot, 2014) mendefinisikan bahwa *Fear of Missing Out* itu sebagai ketakutan individu untuk tertinggal dan kehilangan seseorang. Sedangkan menurut penelitian (Przybylski dkk, 2013) tertulis bahwa *Fear of Missing Out* merupakan ketakutan yang dirasakan individu ketika individu tersebut tidak mengetahui pengalaman atau kegiatan orang lain yang menarik.

(Alt, 2015) mendefinisikan bahwa *Fear of Missing Out* adalah fenomena dimana individu merasa ketakutan orang lain memperoleh pengalaman yang menyenangkan namun tidak terlibat secara langsung sehingga menyebabkan individu berusaha untuk tetap terhubung dengan apa yang orang lain lakukan melalui media dan internet.

Menurut (Travers, 2020), (Ocklenburg, 2021) dan (Emamzadeh, 2020) *Fear of Missing Out* atau FoMO ini merupakan kecemasan terus menerus ketika tahu orang lain sedang mengalami hal yang menyenangkan dan kita tidak ada disitu dan tidak terlibat di dalamnya.

(Alwisol, 2004) FoMO merupakan suatu kondisi munculnya ketakutan saat kebutuhan psikologis seseorang untuk terhubung dengan orang lainnya tidak terpenuhi dengan ditandai dengan munculnya kecemasan tentang apa yang akan ia lewatkan di sosial media ketika ia tidak memiliki waktu maupun uang yang cukup, atau karena ia memiliki keterbatasan lainnya untuk terus terhubung dengan jaringan internet sepanjang waktu.

Lalu apa sangkut paut nya FoMO dengan media sosial? Dikarenakan FoMO menyebabkan kecemasan dan ketidaknyamanan. Untuk menghilangkan perasaan tersebut, maka perlu untuk melupakan apa yang sedang terjadi dan menghabiskan lebih banyak waktu di media sosial. Alih-alih tenggelam dalam apa yang terjadi atau apa yang ada didepan, FoMO berfokus pada apa yang terjadi.

II.2.2 Jenis-Jenis *Fear of Missing Out* (FoMO)

FoMO sendiri hadir dalam beberapa jenis. Bukan hanya fenomena yang ada pada psikologi. Berikut ini terdapat tiga jenis FoMO. Pertama FoMO di dalam Trading dan Investasi, kedua FoMO di dalam suatu trending produk, ketiga FoMO di dalam psikologi. Berikut ini akan dijelaskan pengertian-pengertian dari ketiga jenis FoMO ini:

- FoMO di dalam Investasi Crypto

Sama dengan arti nya takut ketinggalan. Tetapi disini takut ketinggalan nya didalam pasar saham. Misalnya saja, *Trader* atau *Investor* membeli Bitcoin padahal tidak tahu menahu mengenai Bitcoin itu sendiri. Fenomena ini terjadi karena *Trader* atau *Investor* tersebut takut ketinggalan harga yang terus naik sehingga memaksakan diri untuk membeli padahal belum tahu apa itu dan bahkan membeli nya diharga yang terlalu tinggi.



Gambar II.8 FoMO dalam Investasi

Sumber:

<https://assets.promediateknologi.com/crop/0x0:0x0/x/photo/2021/09/10/1903469914.jpg>

(Diakses pada 15/01/2022)

Investasi Kripto atau mata uang Kripto adalah jenis investasi yang menawarkan pengembalian tinggi atau return tinggi. Kripto adalah mata

uang digital yang hanya ada dan hanya bisa digunakan di dunia maya. Umumnya, mata uang virtual digunakan untuk membeli layanan *game*, dan membeli barang untuk digunakan. Contoh *cryptocurrency* termasuk Ethereum, Ripple, Litecoin, Dogecoin, Mrai, Dashcoin. Investasi kripto terutama Bitcoin pertama kali diperkenalkan pada Januari 2009 oleh Satoshi Nakamoto.

- FoMO di dalam suatu Trending Produk

Hal ini terjadi ketakutan tertinggal dalam suatu trend produk yang ada di pasaran. Biasanya terjadi pada suatu *brand* perusahaan yang memutar otak dan selalu mengikuti perkembangan zaman agar produk-produk yang akan dijual tidak tertinggal zaman.



Gambar II.9 Contoh Strategi FoMO dalam Marketing
Sumber: https://www.nudgify.com/wp-content/uploads/2020/01/fomo_marketing_image-250x250.jpg
(Diakses pada 15/01/2022)

Sehingga membuat konsumen ingin memiliki produk tersebut agar sama-sama bisa memakai trend tersebut dan memiliki rasa takut kehabisan atau tertinggal.

- FoMO di dalam Psikologi



Gambar II.10 #FoMO *Fear of Missing Out*
Sumber: <https://cdn.okemom.com/wp-content/uploads/2021/07/17123904/Bahaya-Fomo-Kecemasan-Sosial-1140x570.jpg>
(Diakses pada 15/01/2022)

Pada penelitian ini, FoMO yang dibahas yaitu pada bagian sisi psikologinya. Bagaimana FoMO bisa mempengaruhi psikolog seseorang khususnya dalam hal takut tertinggal yang menyebabkan perasaan cemas dan gelisah.

FoMO yang terjadi pada seorang individu yang mengakibatkan perilaku kecemasan dan ketakutan untuk tertinggal sesuatu yang sedang naik daun saat itu. Biasanya terjadi akibat adanya perkembangan media sosial yang semakin meningkat. Menimbulkan rasa kurang puas, tidak percaya diri dan selalu membanding-bandingkan.

II.2.3 Dampak *Fear of Missing Out* (FoMO)

FoMO adalah fenomena perilaku pada suatu individu tentunya memberikan dampak dan bahaya jika dilakukan berkepanjangan. Bahkan dengan terjadinya FoMO bagi kehidupan seseorang bisa menyebabkan sulitnya anak muda untuk berkarya dan menjadi kurang kreatif.

Lebih lagi menurut peneliti, dampak yang diberikan FoMO pada seseorang ini yaitu mempengaruhi kepercayaan diri seseorang dalam lingkungan

kehidupan. Masih banyak lagi dampak dari FoMO ini, berikut ini merupakan dampak yang mungkin dianggap sepele bagi sebagian orang akibat terjadinya FoMO:

- Kecemasan



Gambar II.11 Perilaku Cemas

Sumber: <https://media.suara.com/pictures/970x544/2021/08/26/99807-ilustrasi-anxiety-disorder-gangguan-kecemasan-wanita-cemas-takut.jpg>
(Diakses Pada 15/01/2022)

Kecemasan atau biasa didengar dengan *anxiety* adalah keadaan dari ketakutan atau disforia yang umum. Kecemasan adalah respon normal terhadap ancaman, tetapi menjadi abnormal ketika kecemasan melebihi tingkat ancaman yang sebenarnya, atau ketika itu terjadi tanpa alasan, yaitu bila bukan sebagai respon terhadap perubahan lingkungan.

- Ketakutan berlebihan



Gambar II.12 Perilaku Takut Berlebihan

Sumber: <https://media.suara.com/pictures/970x544/2021/08/26/99807-ilustrasi-anxiety-disorder-gangguan-kecemasan-wanita-cemas-takut.jpg>
(Diakses Pada 15/01/2022)

Merupakan perilaku yang timbul akibat rasa takut yang dialami. Biasanya rasa takut yang datang ketika kondisi emosional tersebut tidak sesuai dengan situasi yang dihadapi. Ketakutan berlebih ini termasuk kedalam psikologi abnormal. Psikologi abnormal atau *abnormal psychology* memiliki arti sebagai salah satu cabang psikologi yang mempelajari cara-cara untuk membantu orang dengan perilaku abnormal dan gangguan mental.

- Rasa rendah diri



Gambar II.13 Ilustrasi Rasa Rendah Diri
Sumber: <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-219f73ca0d8033e59d222a807322c3ac>
(Diakses pada 15/01/2022)

Rasa rendah diri biasanya berasal dari orang yang sering membandingkan diri mereka dengan orang lain sepanjang waktu dalam jangka waktu yang lama.

- *Insecure*



Gambar II.14 Ilustrasi *Insecure*
Sumber: https://lh4.googleusercontent.com/Os-b4H3qaRyAxY5V5zJGMDAv134WiWLn71Onuvy9Hg0yokVawFqbIEP2I20lsEuHpdR50KDoXN72oqWhTK8UT_6K2Ay2xQGcXYMm4dI2pRAa4-uWb-MPBANQCG1NMSqO30AVf447
(Diakses pada 15/01/2022)

Menurut (Dr. Rizal Fadli, 2021) dalam Halodoc mengatakan bahwa *insecure* adalah kondisi mental yang bisa menurunkan kualitas hidup seseorang dikarenakan timbulnya rasa tidak aman.

- Depresi



Gambar II.15 Depresi

Sumber:

<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fciputrahospital.com%2Fdepresi-dan-kecemasan-gangguan-kesehatan-mental-yang-perlu-kita-waspada%2F&psig=AOvVaw3gmp8rktXvp-2tdzsPood&ust=1642349810018000&source=images&cd=vfe&ved=0CAsQjRxqFwoTCPCd2MSUtPUCFQAAAAAdAAAAABAY>
(Diakses pada 15/01/2022)

Depresi adalah gangguan perasaan atau gangguan kesehatan mental yang membayangi berbagai aspek kehidupan untuk jangka waktu yang lama dan berulang-ulang.

- Membanding-bandingkan diri



Gambar: II.16 Membandingkan Diri

Sumber:

https://res.cloudinary.com/dk0z4ums3/image/upload/v1604256323/attached_image/berhenti-membandingkan-dirimu-dengan-orang-lain-begini-caranya-0-alodokter.jpg
(Diakses pada 16/01/2022)

Membandingkan diri merupakan sebuah perilaku yang dilakukan akibat melihat pencapaian orang lain dan selalu merasa tidak puas dalam dirinya sendiri.

- *Burn Out*



Gambar: II.17 *Burn Out*

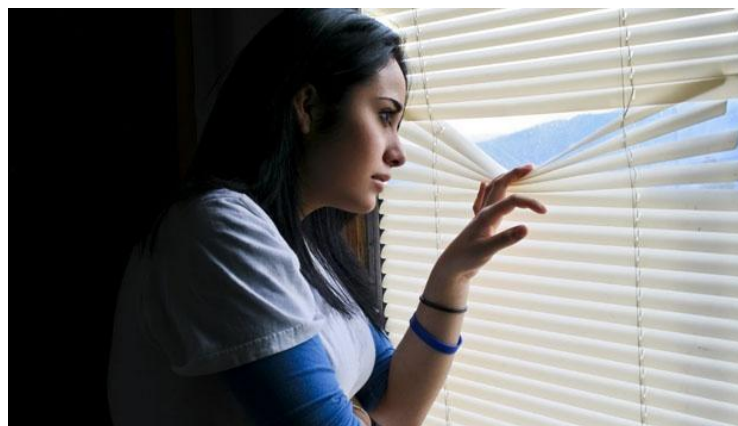
Sumber:

https://res.cloudinary.com/dk0z4ums3/image/upload/v1607354601/attached_image/ciri-ciri-burnout-dan-cara-mengatasinya.jpg

(Diakses pada 16/01/2022)

(Siagian, 2009) memberikan pengertian bahwa *burn out* adalah kondisi mental, emosional dan kelelahan fisik yang disebabkan stres yang berkelanjutan dan tidak teratasi.

- Menutup diri



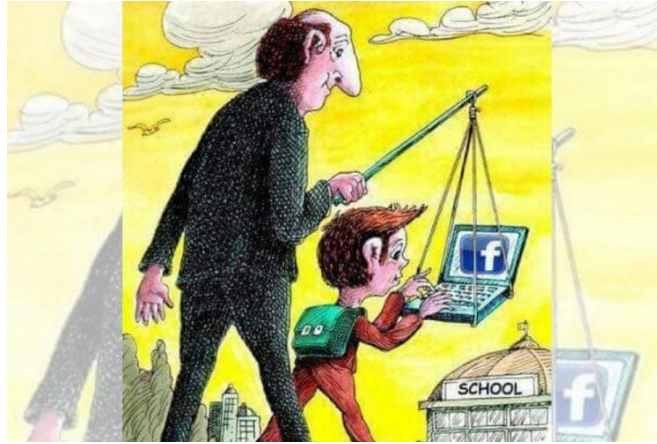
Gambar: II.18 Menutup Diri

Sumber: https://statik.tempo.co/data/2013/06/18/id_194173/194173_620.jpg

(Diakses pada 16/01/2022)

Menutup diri merupakan sebuah perilaku yang membuat seseorang menjadi tertutup dari dunia luar. Lebih senang menyendiri, dan terlihat kesepian.

- Membuka media sosial secara terus menerus

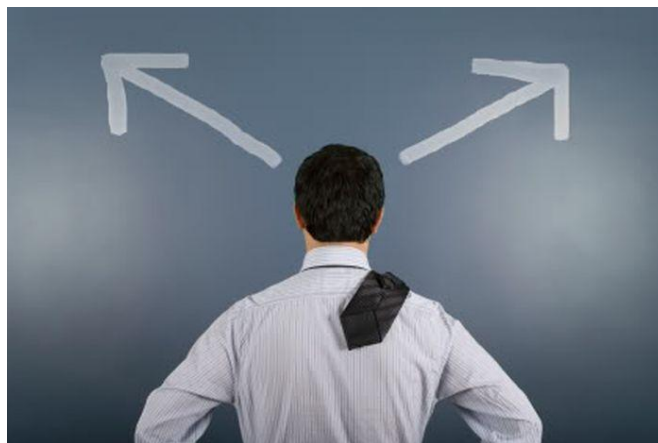


Gambar: II.19 Kecanduan Media Sosial

Sumber: https://cdn.popbela.com/content-images/post/20190206/untitled-design-36-7aab34f229590af58efb684a680dc887_750x500.jpg
(Diakses pada 16/01/2022)

Membuka media sosial terus menerus atau kecanduan biasanya terjadi pada masyarakat di zaman sekarang. Sudah merupakan hal yang umum. Sebagai akibat dari perkembangan teknologi yang terus berkembang ini menciptakan ketergantungan sosial.

- Sulit mengambil keputusan



Gambar: II.20 Ilustrasi Sulit Mengambil Keputusan

Sumber: <https://1.bp.blogspot.com/-akbQV-ROpV4/X6wFEnD4N1I/AAAAAAAAALHY/LTvcFt5mQZQAY3n979k1xpdQ1g2-BYsAQCLcBGAsYHQ/s700/42.jpg>
(Diakses pada 16/01/2022)

Seperti yang tertulis pada buku *Fear of Missing Out: Tepat Mengambil Keputusan di Dunia yang Menyajikan Terlalu Banyak Pilihan*. Berarti, salah satu dampak negatif FoMO yaitu sulit mengambil keputusan, sehingga menjadi *concern* pada buku tersebut dan menjadi sub judul.

Jika merasa dampak FoMO sudah berkepanjangan dan merasa sudah semakin berbahaya bagi pelakunya, maka lebih disarankan untuk konsultasi terhadap ahlinya. Seperti ke psikologi atau psikiater untuk ditindaklanjuti. Dibeberapa artikel internet diberitahukan bahwa sebenarnya FoMO lebih berbahaya dari yang diduga. Apalagi di zaman sekarang yang menuntut semua orang untuk mengikuti perkembangan yang sangat cepat melalui teknologi.

II.3 Analisis Permasalahan *Fear of Missing Out* (FoMO)

Masyarakat saat ini sedang terbuka mengenai kesehatan mental, sehingga para psikolog yang dahulu bertugas untuk menyuarakan agar masyarakat bisa lebih paham apa itu kesehatan mental tetapi sekarang beralih haluan menjadi para psikolog harus meluruskan pengertian yang dipahami oleh masyarakat agar tidak menimbulkan pemahaman yang salah yang membuat masyarakat menjadi *self-diagnose*.

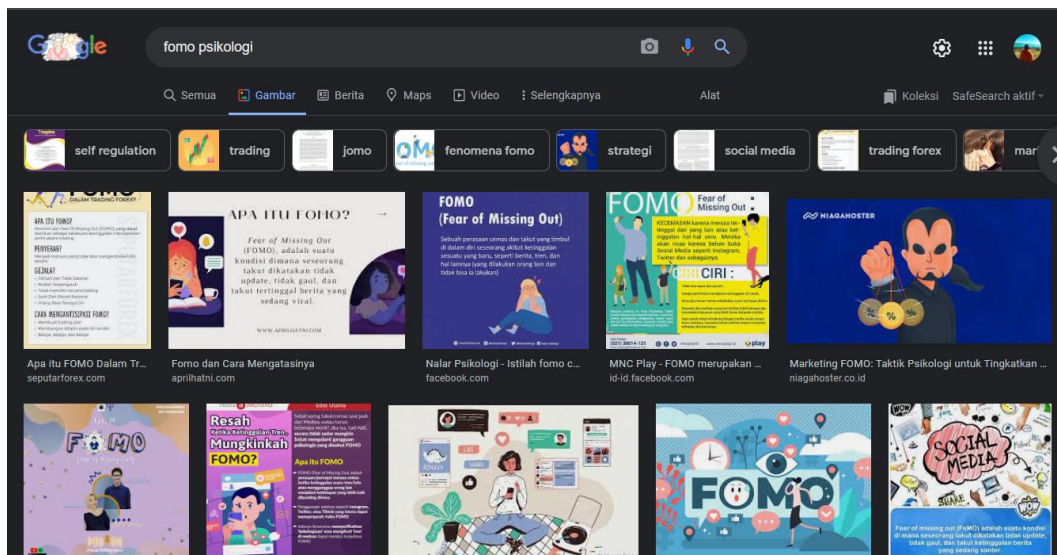


Gambar: II.21 Ilustrasi *Self-Diagnose*

Sumber: <https://pittnews.com/wp-content/uploads/2016/08/self-diagnosis-MR.jpg>
(Diakses pada 16/01/2022)

Menurut (White & Horvitz, 2009), *self-diagnose* adalah upaya untuk menentukan bahwa seseorang memiliki penyakit berdasarkan informasi atau pengetahuan yang diketahui terkait dengan pengalaman yang dirasakan.

Istilah FoMO sendiri semakin harum dimasyarakat akibat adanya pandemi ini. Istilah-istilah dalam psikologi yang dahulu tabu sekarang bukan menjadi hal yang tabu lagi. Menurut (Kurbalija, 2011), internet terus berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, dan penggunaan internet terus meningkat. Terlihat juga dari ramainya perbincangan yang dilakukan oleh para pakar kesehatan mental dan media sosial yang memberikan info mengenai FoMO.



Gambar: II.22 Beberapa Contoh Perbincangan FoMO di Google
Sumber: Data Pribadi (2022)

Bagi masyarakat, mungkin beberapa orang merasa bahwa dirinya terkena FoMO dan ada juga beberapa masyarakat yang tidak merasa bahwa dirinya sedang dilanda oleh fenomena FoMO.

Fenomena FoMO ini juga bisa membuat pelakunya hanya mementingkan 1 hal saja. Misalnya hanya fokus pada media sosial. Dimana masyarakat bisa memanipulasi kehidupannya dan membagikannya di media sosial miliknya. Karena, apa yang di posting di media sosial merupakan versi terbaik dirinya sendiri dan selalu menginginkan hal yang baik dan bagusnya saja yang akan

tampil di media sosial. Semua ini terjadi salah satunya karena butuh nya pengakuan dan validasi dari orang lain.

Menurut (Sugiharto, 2016) Media sosial juga merupakan salah satu sarana komunikasi yang paling populer saat ini, dengan kalangan remaja sebagai pengguna terbesar di Indonesia. Salah satu alasan remaja saat ini mejadi mayoritas pengguna media sosial adalah karena mereka adalah remaja dan dewasa awal yang lahir dan tumbuh dengan pesatnya perkembangan informasi dan era digital.



Gambar: II.23 Macam-macam Media Sosial

Sumber: <https://i0.wp.com/rdk.fidkom.uinjkt.ac.id/wp-content/uploads/2020/11/Sosial-media-620x330.jpg?fit=620%2C330>
(Diakses pada 16/01/2022)

Pada gambar diatas, terdapat berbagai bentuk media sosial yang memungkinkan penggunaanya memiliki banyak akun dan media sosial. Menurut (Anasari & Handoyo, 2015) media sosial merupakan media eksistensi diri sebagai wadah untuk melanjutkan segala aktivitas yang dilakukan dan membagikannya di media sosial. Menurut survei (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2017) hasil tahun 2017 sebanyak 2.500 responden dan 87,13% pengguna internet di Indonesia memiliki media sosial.

II.3.1 Observasi

Observasi hingga saat ini masih dilakukan secara daring mengandalkan internet. Fenomena FoMO pada remaja hingga dewasa awal di Indonesia bisa dilihat dengan adanya data mengenai hasil survei data oleh *Taylor Nelson Sofrens* (TNS)

di Indonesia, yaitu sebesar 39% pengguna *handphone* di Indonesia dikuasai oleh kalangan remaja berusia 16-21 tahun.



Gambar: II.24 Contoh Fenomena FoMO pada Usia Remaja
Sumber: <https://cdn-2.tstatic.net/tribunnews/foto/bank/images/penggiat-media-sosial-damar-juniarto-2.jpg>
(Diakses pada 17/01/2022)

Pada gambar diatas, merupakan salah satu contoh terjadinya FoMO pada usia remaja. Usia remaja, semua dilakukan untuk mencari ketenaran dan penguasaan pada media sosial. Dikarenakan, saat ini untuk mengakses media sosial sangat mudah. Untuk melihat suatu pembedaan pada media sosial bisa dilihat dari jumlah tayangan, jumlah suka, jumlah bagikan, jumlah menyimpan dan juga jumlah mengomentari konten tersebut.



Gambar: II.25 Fenomena FoMO Mengantre Makanan Baru
Sumber: https://akcdn.detik.net.id/community/media/visual/2021/10/15/antrean-subway-indonesia-di-citos_169.jpeg?w=700&q=90
(Diakses pada 17/01/2022)

Pada gambar diatas, kasus fenomena FoMO nya terdapat saat sedang mengantre makanan yang baru saja masuk di Indonesia. Makanan tersebut merupakan roti lapis Subway yang biasanya hanya bisa dibeli di luar negeri. Antrean Subway di toko nya yang berlokasi di Cilandak Town Square (Citos) membuat terjadinya penumpukan orang. Pasalnya, masyarakat sudah mulai mengantre sebelum toko tersebut buka, yaitu sebelum jam 08.00 WIB.



Gambar: II.26 Fenomena FoMO pada Keke Challenge

Sumber: [https://cdn0-production-images-kly.akamaized.net/GQpcANWegWN9D_p8tFiGkmAehRo=/640x360/smart/filters:quality\(75\):strip_icc\(\):format\(jpeg\)/kly-media-production/medias/2289858/original/048501600_1532423783-maxresdefault.jpg](https://cdn0-production-images-kly.akamaized.net/GQpcANWegWN9D_p8tFiGkmAehRo=/640x360/smart/filters:quality(75):strip_icc():format(jpeg)/kly-media-production/medias/2289858/original/048501600_1532423783-maxresdefault.jpg)
(Diakses pada 17/01/2022)

Pada gambar diatas merupakan salah satu fenomena FoMO juga pada media sosial. Dimana pelakunya harus menari disamping pintu mobil yang sedang berjalan sembari menggunakan musik dari Drake berjudul *In My Feelings*. Tantangan ini sempat menjadi perbincangan negatif saat itu. Dikarenakan hal ini bisa sangat berbahaya bagi para pelakunya dan juga orang lain.



Gambar: II.27 Fenomena FoMO Kecanduan Media Sosial pada Remaja
Sumber: <http://news.unair.ac.id/wp-content/uploads/2016/06/ketika-smartphone-jadi-candu.jpg>
(Diakses pada 17/01/2022)

Pada gambar diatas, terlihat bahwa sekumpulan usia remaja yang sedang berkumpul namun sama-sama fokus pada *handphone* nya masing-masing. Sehingga ada kalimat yang menyatakan bahwa yang dekat menjauh, yang jauh mendekat. Perilaku ini membuat suatu pertemanan menjadi tidak sehat dan tidak menyenangkan karena jika bertemu tidak lagi bertegur sapa melainkan fokus bersama media sosial dan pertemanan menjadi semu.

Sebelum adanya media sosial dan FoMO ini, biasanya anak remaja hingga dewasa awal jika bertemu itu melakukan aktivitas-aktivitas fisik yang menyenangkan. Seperti bermain bola bersama, mengobrol bersama, makan bersama, bermain lompat tali, bermain lari-larian kesan kemari, menjahili teman nya yang satu dengan yang lain. Yang intinya memang waktu yang dipergunakan saat bertemu itu dengan menyenangkan sehingga meningkatkan hormon dopamin dan pertemanan yang sehat.



Gambar: II.28 Dampak FoMO pada Model Cantik

Sumber: [https://obs.line-](https://obs.line-scdn.net/0huUXyCoM4Knp1AAI_bVVLV9WKRvWbDI5ATZ7ZDVudE4cM24kXTJmT0kBdB4fMG0kDGdsHkcDMUbsNDI_CzNm/w1200)

[scdn.net/0huUXyCoM4Knp1AAI_bVVLV9WKRvWbDI5ATZ7ZDVudE4cM24kXTJmT0kBdB4fMG0kDGdsHkcDMUbsNDI_CzNm/w1200](https://obs.line-scdn.net/0huUXyCoM4Knp1AAI_bVVLV9WKRvWbDI5ATZ7ZDVudE4cM24kXTJmT0kBdB4fMG0kDGdsHkcDMUbsNDI_CzNm/w1200)

(Diakses pada 17/01/2022)

Pada gambar diatas merupakan seorang model cantik bernama Madalyn Davis yang tewas terjatuh dari tebing di Sydney setinggi 30 meter. Madalyn naik ke atas tebing yang pada awalnya ingin mengabadikan momen swafoto dirinya. Madalyn memanjat pagar-pagar agar dapat duduk di ujung tebing untuk melihat matahari terbit, Hal ini bisa terjadi akibat Madalyn terdampak fenomena FoMO dimana

Madalyn ingin mengabadikan liburan nya dan mengunggahnya ke media sosial miliknya. Terlihat dari status Madalyn sebagai model, yang biasanya memiliki media sosial dengan jumlah pengikut yang banyak dan menuntut untuk sering mengunggah hal-hal yang bagus dan menyenangkan. Namun, hal tragis pun terjadi akibat dirinya tidak waspada dan hanya mementingkan media sosial saja.

II.3.2 Wawancara

Untuk melengkapi data-data pada laporan ini maka dilakukan wawancara kepada narasumber ahli psikologi. Wawancara baru diwakilkan oleh seorang psikolog yang sudah berpengalaman selama kurang lebih 7 tahun. Hal ini dikarenakan cukup untuk mewakili data-data yang diperlukan untuk laporan ini. Wawancara dilakukan pada hari Jumat, 07 Januari 2022 pukul 16.00 WIB pada *Google meet*. Berikut ini merupakan biodata singkat narasumber:



Gambar II.29 Irdha Zahra M.Psi, Psikolog
Sumber: Data pribadi
(2022)

Nama	: Irdha Zahra M.Psi
Pekerjaan	: Psikolog Klinis Dewasa, Dosen
Pendidikan	: Lulusan Universitas Padjajaran
Tempat Tinggal	: DKI Jakarta
Nomor STR	: 1224821213495665

Dalam wawancara ini, Ibu Irdha dengan cukup jelas dalam menjawab pertanyaan dan sedikit meluruskan dari pertanyaan apa yang diberikan. Ada 8 Pertanyaan yang di ajukan mengenai FoMO.

Draft Pertanyaan Wawancara Mengenai Fear of Missing Out (FoMO)

Oleh Noviani Gabriela

1. Apa itu pengertian dari Fear of Missing Out (FoMO) menurut pandangan psikologi?
2. Apakah FoMO ini merupakan sebuah sindrom bagi kesehatan mental?
3. Apa dan Bagaimana dampak negatif yang diberikan FoMO bagi pelakunya? Dan apakah berbahaya bagi kesehatan mental jika berkepanjangan?
4. Apa saja contoh perilaku bahwa seseorang tersebut mengidap sindrom FoMO?
5. Apakah FoMO ada dampak positifnya?
6. Di usia berapa seseorang rentan terdampak oleh FoMO ini?
7. Bagaimana cara untuk mengurangi FoMO ataupun mencegah FoMO ini?
8. Apakah FoMO selalu berkaitan dengan ketakutan/kecemasan tertinggal sosial media?

Gambar II.30 Draft pertanyaan saat wawancara
Sumber: Data pribadi
(2022)

Pada pertanyaan pertama, Ibu Irdha menjawab bahwa istilah FoMO sebenarnya baru muncul saat ini tetapi perasaan yang seperti FoMO itu sudah lama ada. Bahkan ada pepatah mengatakan bahwa rumput tetangga selalu lebih hijau sebagai cerminan perasaan FoMO. Muncul fenomena FoMO yang distimulasi lebih banyak karena adanya media sosial yang membuat kita merasa takut tidak *update*, ada perasaan membandingkan diri pada hal yang ada di media sosial.

Sedangkan pada psikologi, FoMO ini muncul diakari oleh perasaan cemas dari suatu individu yang akhirnya individu tersebut mencari dari media sosial. Biasanya terlihat dari membandingkan kompetensi diri, relasi dengan orang lain, pencapaian dan sebagainya.

Pertanyaan selanjutnya, dijawab bahwa FoMO merupakan sebuah bentuk pola pikir perasaan takut tertinggal. Bukan suatu atau jenis penyakit. FoMO sendiri lebih tepatnya fenomena yang nyata adanya. Sedangkan mengenai dampak negatif dan bahaya fenomena FoMO jika berlebihan berdampak pada rasa cemas berlebih, depresi, perasaan rendah diri, tidak percaya diri, selalu merasa kurang,

ketidaknyamanan hidup, adiksi media sosial, mengganggu pola makan dan pola tidur.



Gambar II.31 Dokumentasi saat wawancara
Sumber: Data Pribadi
(2022)

Jawaban Ibu Irdha pada pertanyaan contoh perilaku FoMO yang ditunjukkan yaitu membuka media sosial secara terus menerus, rasa ketidaknyamanan yang menetap diakibatkan melihat media sosial, muncul perasaan kurang yang terus menerus walaupun sudah membuka media sosial. Intinya lebih ke perilaku kesehatan yang mengganggu pola hidup.



Gambar: II.32 Gambar Remaja dan Dewasa Awal
Sumber:

https://www.unicef.org/indonesia/sites/unicef.org.indonesia/files/styles/hero_mobile/public/UN0249851.jpg?itok=ejGDO0WY
(Diakses pada 17/01/2022)

Pada gambar diatas merupakan gambar anak remaja dan dewasa awal yang menurut Ibu Irdha, semakin muda usia seseorang semakin rentan terhadap fenomena FoMO. Seperti remaja sampai dewasa awal adalah usia yang rentan. Secara tuntutan perkembangan bagi remaja dan dewasa awal pertemanan dan pandangan dari orang lain merupakan hal yang penting bagi dirinya.

Semakin dewasa seseorang, lebih bisa mengendalikan dan memiliki perasaan bodo amat. Lalu memiliki pola pikir yang tidak memikirkan apa kata orang dan memiliki prinsip sendiri sehingga tidak terpengaruh fenomena FoMO.

Pada pertanyaan bagaimana cara mengurangi atau mencegah fenomena FoMO ini, Ibu Irdha menjawab dengan salah satunya dengan konsep yang berlawanan dengan FoMO yaitu *Joy of Missing Out* (JoMO) yang menurut Ibu Irdha merangkum apa yang diperlukan FoMO. Lalu, menyadari apa kekurangan diri sendiri dan apa yang kita cari-cari diluar, mulai berfokus pada hal-hal yang menyenangkan jika tidak *update*, sesekali perlu puasa media sosial.

Menurut Ibu Irdha, melihat dari penelitian-penelitian bahwa fenomena FoMO hampir lebih banyak dikaitkan kepada kecemasan takut tertinggal pada penggunaan media sosial. Tetapi perasaan FoMO dirasakan sebelum adanya media sosial, misal dahulu sebelum adanya media sosial perasaan takut tidak diajak perayaan ulang tahun teman ataupun takut tidak tahu berita tersebut.

Jawaban Ibu Irdha dari pertanyaan terakhir mengenai dampak positif yang diberikan FoMO yaitu memaksa kita untuk *update* terhadap sesuatu. Menjadi orang yang lebih tahu berita terkini, lebih banyak pengetahuan dari orang lain, lebih banyak koneksi di media sosial, memiliki *personal branding* yang bagus karena fenomena FoMO.

II.3.3 Kuesioner

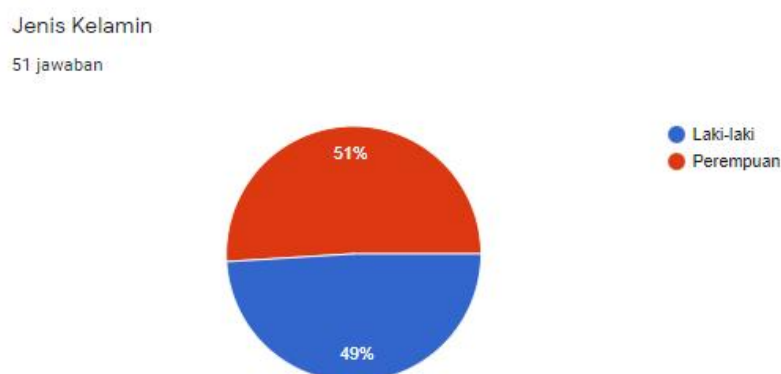
Untuk kelengkapan data, tidak cukup hanya dengan wawancara saja. Melainkan membutuhkan tanggapan masyarakat mengenai kuesioner. Kuesioner dilakukan

secara *online* melalui *google form* yang disebar pada hari Jumat, 07 Januari 2021 pukul 12.00 WIB. Pertanyaan-pertanyaan yang ditanyakan dalam kuesioner dibawah ini mengacu dari pertanyaan kuesioner yang sudah dilakukan oleh Klinik psikologi UGM pada 2018 yang bisa diakses pada situs *website* nya klinik.psikologi.ugm.ac.id.

Kuesioner dilakukan secara *online* untuk menjangkau target audien yang diinginkan serta kuesioner dibagikan pada usia 10-25 Tahun yang merupakan usia remaja hingga dewasa awal menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN). Kuesioner hingga saat ini baru diisi oleh 51 responden.

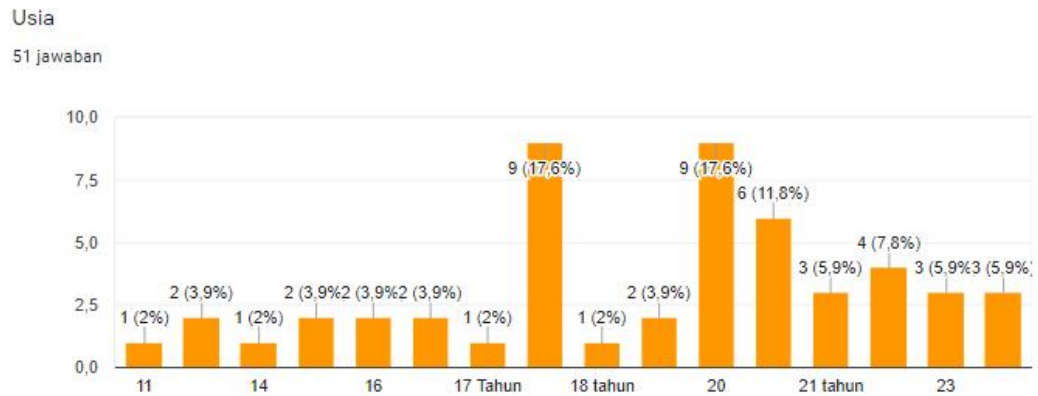
Memilih target audien diusia remaja hingga dewasa awal seperti yang disebutkan narasumber psikolog saat wawancara bahwa usia tersebut adalah usia yang memang rentan mengalami fenomena FoMO. Menurut survei Deloitte (2014) pada tahun 2013, jumlah pengguna telepon seluler dari data statistik menunjukkan bahwa pengguna terbanyak sebagian besar adalah usia 18-24 tahun, jumlah ini adalah 80% dari total pengguna di kelompok usia. Dimana diumur itulah kondisi rentan seseorang mengalami fenomena FoMO ini.

Dari hasil kuesioner online yang disebar maka berikut ini merupakan *pie chart* kuesioner yang sudah didapatkan:



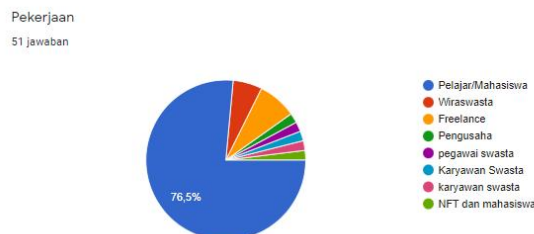
Gambar II.33 Chart jenis kelamin responden
Sumber: Data pribadi
(2022)

Pada gambar diatas, merupakan *pie chart* jenis kelamin responden pada kuesioner *online*. Diisi oleh 26 orang perempuan (51%) dan 25 orang laki-laki (49%)



Gambar II.34 Grafik usia responden
Sumber: Data pribadi (2022)

Pada gambar diatas ini, merupakan grafik dari usia responden kuesioner *online*. Kuesioner diberikan kepada usia 10-25 tahun, namun pada grafik yang mengisi kuesioner ini terlihat diusia 11-25 Tahun. Usia 11 tahun diisi oleh 1 orang (2%), usia 12 tahun diisi oleh 2 orang (3,9%), 14 tahun oleh 1 orang (2%), 15 tahun oleh 2 orang (3,9%), 16 tahun oleh 2 orang (3,9%), 17 tahun oleh 2 orang (3,9%), 17 tahun oleh 2 orang (3,9%), 17 tahun oleh 1 orang (2%), 18 tahun oleh 9 orang (17,6%), 18 tahun lagi oleh 1 orang (2%), 19 tahun oleh 2 orang (3,9%), 20 tahun diisi oleh 9 orang (17,6%), 21 tahun oleh 6 orang (11,8%), 21 tahun lagi oleh 3 orang (5,9%), usia 22 tahun 4 orang (7,8%), usia 23 tahun 3 orang (5,9%) dan usia 25 tahun oleh 3 orang (5,9%).

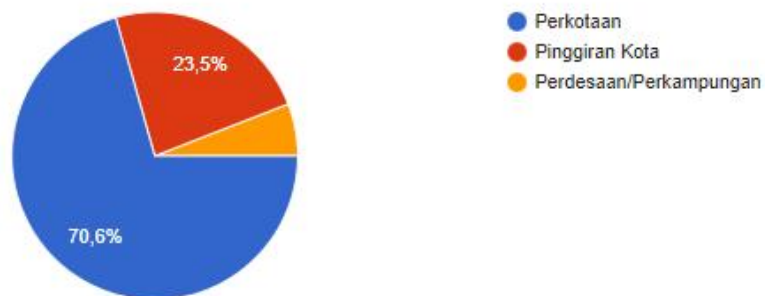


Gambar II.35 Chart pekerjaan responden
Sumber: Data pribadi (2022)

Pada gambar diatas merupakan pekerjaan responden, yang di dominasi oleh pelajar/mahasiswa sebanyak 39 orang (76,5%), *freelance* 4 orang (7,8%), wiraswasta 3 orang (5,9%), pengusaha 1 orang (2%), pegawai swasta 1 orang (2%), karyawan swasta 1 orang (2%), NFT dan mahasiswa 1 orang (2%)

Tempat Tinggal

51 jawaban

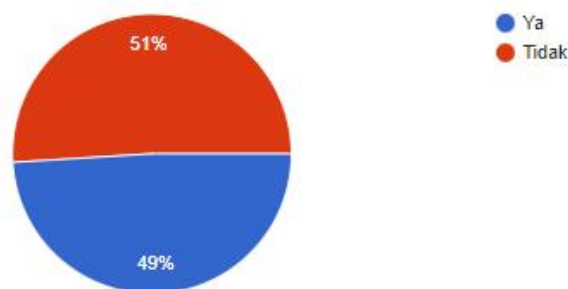


Gambar II.36 Chart tempat tinggal responden
Sumber: Data pribadi (2022)

Pada gambar diatas yang merupakan data dari tempat tinggal responden. Di dominasi oleh 36 orang (70,6%) tinggal di perkotaan, disusul oleh 12 orang (23,5%) di pinggiran kota dan 3 orang (5,9%) di pedesaan/perkampungan.

Sebelumnya, apakah kamu pernah mendengar apa itu Fear of Missing Out (FoMO)?

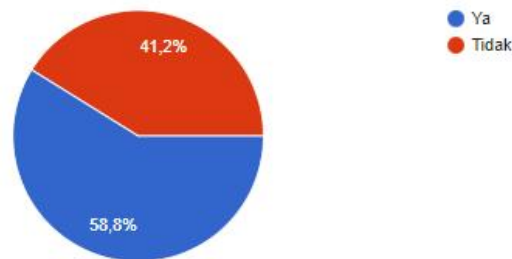
51 jawaban



Gambar II.37 Chart jawaban responden
Sumber: Data pribadi (2022)

Pada gambar diatas terdapat pertanyaan apa responden pernah mendengar apa itu FoMO? Lalu hanya ada 2 pertanyaan ya atau tidak. Pertanyaan yang dominan dijawab oleh tidak diisi oleh 26 orang (51%) dan ya diisi oleh 25 orang (49%).

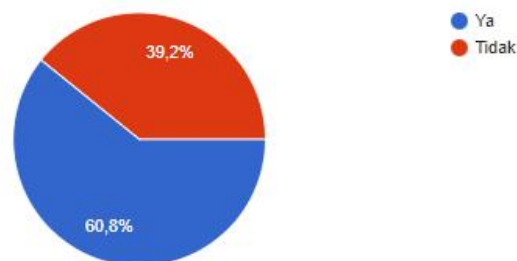
Apa kamu tahu bahwa FoMO itu berbahaya bagi kesehatan mental dalam jangka waktu yang lama?
51 jawaban



Gambar II.38 Chart jawaban responden
Sumber: Data pribadi
(2022)

Selanjut nya pada gambar diatas, pertanyaan mengenai pengetahuan responden apakah responden tahu bahwa FoMO itu ternyata berbahaya bagi kesehatan mental dalam jangka waktu yang lama. Jawaban di dominasi oleh jawaban ya yang diisi oleh 30 orang (58,8%) dan tidak oleh 21 orang (41,2%)

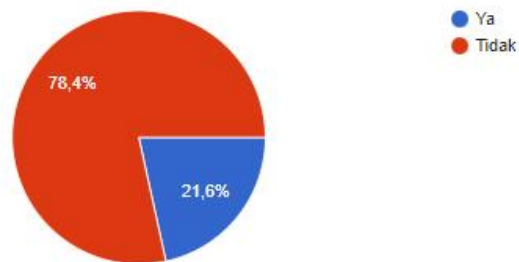
Menurut kamu, hidup akan sangat membosankan kalau tidak mengikuti update terbaru dari lingkaran pertemanan ataupun keluarga?
51 jawaban



Gambar II.39 Chart jawaban responden
Sumber: Data pribadi
(2022)

Pada gambar diatas merupakan jawaban dari pertanyaan pendapat responden apakah responden setuju atau tidak kalau akan membosankan jika tidak mengikuti perkembangan dari lingkaran pertemanan. Jawaban di dominasi oleh ya yang diisi oleh 31 orang (60,8%) dan tidak oleh 20 orang (39,2%).

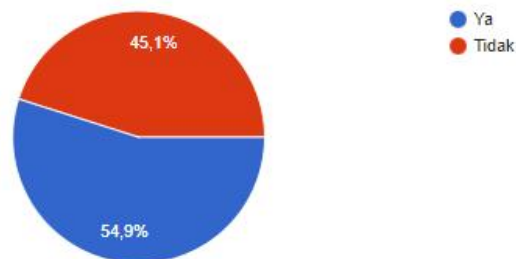
Kamu selalu merasa cemas dan gelisah kalau tidak ikut kegiatan/aktivitas yang sedang ramai di bicarakan saat ini?
51 jawaban



Gambar II.40 Chart jawaban responden
Sumber: Data pribadi
(2022)

Pada gambar diatas, bertanya kepada responden lagi apakah responden merasa cemas atau gelisah jika tidak mengikuti aktivitas yang sedang ramai dibicarakan. Jawaban di dominasi oleh tidak yang diisi oleh 40 orang (78,4%) dan jawaban ya oleh 11 orang (21,6%).

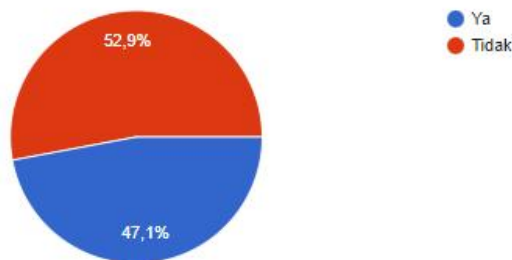
Kamu merasa sedih dan gelisah ketika melewatkan kesempatan untuk bertemu (nongkrong) dengan teman-teman?
51 jawaban



Gambar II.41 Chart jawaban responden
Sumber: Data pribadi
(2022)

Pada gambar diatas, pada pertanyaan responden merasa sedih dan gelisah ketika melewati kesempatan untuk bertemu dengan teman-teman. Jawaban di dominasi oleh ya yang diisi oleh 28 orang (54,9%) dan tidak oleh 23 orang (45,1%).

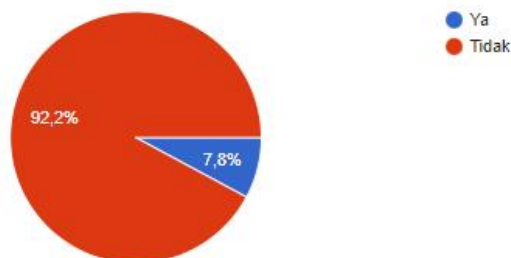
Kamu jadi gelisah dan cemas saat mengetahui teman-teman kamu bersenang-senang tanpa kehadiran kamu?
51 jawaban



Gambar II.42 Chart jawaban responden
Sumber: Data pribadi
(2022)

Pada gambar diatas dalam pertanyaan responden menjadi gelisah dan cemas saat mengetahui teman-teman responden bersenang-senang tanpa kehadiran responden di dominasi oleh pertanyaan tidak yang diisi oleh 27 (52,9%) dan 24 orang (47,1%).

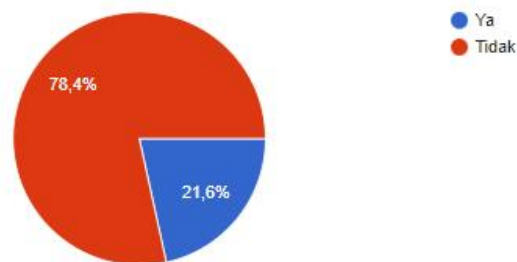
Kamu wajib datang dan mencoba ke tempat cafe/wisata yang sedang hits di media sosial walaupun harus rela mengantre?
51 jawaban



Gambar II.43 Chart jawaban responden
Sumber: Data pribadi
(2022)

Pada gambar diatas dengan pertanyaan mengenai apakah responden wajib mendatangi cafe/wisata yang sedang ramai diperbincangkan saat itu. Di dominasi oleh jawaban tidak diisi oleh 47 orang (92,2%) dan ya diisi oleh 4 orang (7,8%).

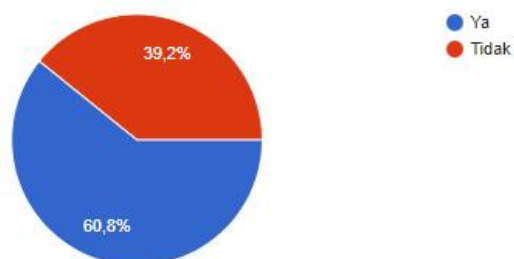
Apa kamu merasa cemas ketika teman kamu menceritakan pengalaman yang lebih berharga daripada kamu?
51 jawaban



Gambar II.44 Chart jawaban responden
Sumber: Data pribadi
(2022)

Pada gambar diatas merupakan jawaban atas pertanyaan apakah responden cemas ketika teman responden curhat pengalaman yang lebih berharga dari pada dirinya? Jawaban di dominasi oleh jawaba tidak yang diisi oleh 40 orang (78,4%) dan 11 orang (21,6%).

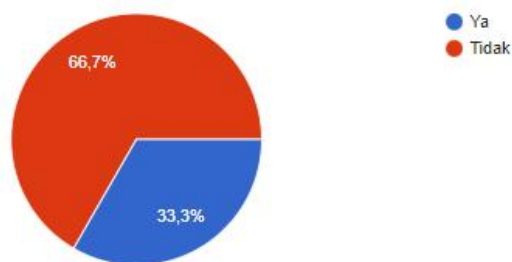
Kamu akan gelisah apabila dalam 1 hari tidak membuka media sosial ataupun menonton televisi?
51 jawaban



Gambar II.45 Chart jawaban responden
Sumber: Data pribadi
(2022)

Pada gambar diatas merupakan pertanyaan apakah responden akan gelisah jika dalam 1 hari tidak menonton televisi ataupun menggunakan media sosial. Jawaban di dominasi oleh ya yang diisi dengan 31 orang (60,8%) dan tidak 20 orang (39,2%).

Ketika aku mengunjungi tempat wisata/cafe yang keren, aku akan langsung mengunggah foto ke media sosial?
51 jawaban



Gambar II.46 Chart jawaban responden
Sumber: Data pribadi
(2022)

Pada gambar di atas ingin mengetahui perilaku responden dalam melakukan penggunaan media sosial. Apakah setelah mendatangi tempat wisata/cafe yang keren responden wajib mengabadikan momen dan mengunggahnya ke media sosial atau tidak. Jawaban di dominasi oleh jawaban tidak dengan 34 orang (66,7%) dan ya 17 orang (33,3%).

II.3.4 Analisis 5W+1H

5W+1H merupakan akronim dari *What* (apa), *Where* (dimana), *Why* (mengapa), *When* (kapan), *Who* (siapa) dan *How* (bagaimana). Hal ini bertujuan untuk menjelaskan singkat namun jelas dan memudahkan pembaca untuk mengerti objek studi kasus terkait. Berikut ini merupakan 5W+1H pada FoMO:

- *What* (apa)

Laporan perancangan Tugas Akhir ini mengenai *Fear of Missing Out* (FoMO). Jika diartikan ke dalam Bahasa Indonesia yaitu takut tertinggal.

- *Where* (dimana)

Perancangan Tugas Akhir ini dilakukan di Kota Bandung yang mana dalam pengaplikasian kampanye persuasif nya bisa diterapkan secara nasional.

- *Why* (mengapa)

Karena keterbukaan media sosial yang memudahkan seseorang dalam mengetahui hal yang sedang terjadi pada orang lain. Apa yang terjadi di media sosial bisa sangat berpengaruh kedalam kehidupan nyata. Dan juga fenomena FoMO yang semakin marak dikalangan usia remaja dan dewasa awal dikarenakan adanya perkembangan dan keterbukaan media sosial.

- *When* (kapan)

Laporan perancangan TA ini dilakukan selama 1 semester saat menyelesaikan pendidikan S1 di UNIKOM.

- *Who* (siapa)

Objek dalam perancangan Tugas Akhir ini dikhususkan kepada rentan usia remaja akhir. Yaitu di usia 18-19 Tahun yang mengacu pada rentang usia akhir yang ditentukan oleh Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN).

- *How* (bagaimana)

Untuk melengkapi laporan ini, maka pengumpulan data menggunakan studi pustaka, observasi, wawancara dan kuesioner sebagai pelengkap data.

II.4 Resume

Setelah melalui pengumpulan informasi yang sudah dikumpulkan pada hasil wawancara kepada ahli pakar dan kuesioner, maka dapat disimpulkan bahwa perasaan FoMO sudah ada sejak lama yang terstimulasi oleh media sosial yang membuat kita merasa takut tertinggal dengan orang lain dan membandingkan diri pada hal yang terjadi pada media sosial. FoMO merupakan suatu fenomena psikologis bukan penyakit gangguan mental. Bahayanya berdampak pada rasa cemas berlebih, depresi, perasaan rendah diri, tidak percaya diri, selalu merasa kurang, ketidaknyamanan hidup, dan adiksi media sosial. FoMO hampir lebih banyak dikaitkan kepada kecemasan takut tertinggal pada penggunaan media sosial.

Pada hasil kuesioner mengenai informasi pengertian FoMO, responden kurang lebih sudah mengetahui apa itu FoMO. Responden merasa hidup akan bosan jika tidak mengikuti *update* terbaru dari lingkaran pertemanan serta keluarga, merasa gelisah jika dalam 1 hari tidak membuka media sosial dan merasa sedih sekaligus gelisah jika melewatkan kesempatan untuk bertemu dengan teman-temannya yang sedang bersenang-senang tanpa kehadirannya.

II.5 Solusi Perancangan

Dengan adanya *resume* diatas, maka dapat disimpulkan solusi perancangan untuk *Fear of Missing Out (FoMO)* yang akan dilakukan yaitu perlunya upaya untuk membuat kampanye sosial. Dengan tujuan untuk mengajak masyarakat untuk tidak menjadi *Fomosapiens* dan merubah pola pikir khalayak sasaran.