



Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) di Media Sosial terhadap Kesehatan Keuangan Generasi Z

Moch Diki Yulianto¹, Monicha Dewi Anggraeni², Alivia Alviasari³, Muhammad Adi Wicaksono⁴, Maya Maya⁵, Rahma Amelia⁶, Rama Wijaya Abdul Rozak⁷

¹⁻⁷ Universitas Pendidikan Indonesia

Alamat: Jl. Dr. Setiabudi No.229, Isola, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40154

Korespondensi penulis: dikiyulianto30@upi.edu

Abstract. *Social media has become a crucial platform for Generation Z to stay updated on the latest trends and access information. The influence of influencers and celebrities on social media often encourages Generation Z to participate in these trends, even if it means compromising their financial stability. This study aimed to investigate the extent to which the fear of missing out (FoMO) affects Generation Z's financial well-being. Using a quantitative approach and comparative causal research method, 101 Generation Z respondents were involved in the study. The analysis revealed that FoMO has a significant impact on Generation Z's financial health, including the use of debt to keep up with the latest trends, which can ultimately lead to serious financial problems. The results showed that the fear of missing out on social media significantly contributes to the financial health of Generation Z, with a regression equation of $Y = 39.220 - 0.572 X$ and a significance value (p) of 0.000 (less than 0.05), indicating that the hypothesis is accepted. In other words, the fear of missing out on social media has a significant negative impact on the financial health of Generation Z, accounting for 48.3% of the financial health of Generation Z.*

Keywords: : Fear of Missing Out (FoMO), Financial Health, Social Media, Generation Z.

Abstrak. Media sosial telah menjadi platform utama bagi generasi Z untuk mengakses informasi dan mengikuti tren terkini. Pengaruh dari influencer dan selebriti di media sosial sering kali mendorong generasi Z untuk terlibat dalam tren tersebut, bahkan jika itu berarti mengorbankan stabilitas keuangan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu sejauh mana pengaruh fear of missing out (FoMO) terhadap kesehatan keuangan generasi Z. Melalui pendekatan kuantitatif dan metode penelitian kausal komparatif, 101 responden generasi Z dilibatkan dalam penelitian ini. Hasil analisis menunjukkan bahwa FoMO secara signifikan memiliki pengaruh besar terhadap kesehatan keuangan generasi Z yang merugikan, termasuk penggunaan utang untuk mengikuti tren terkini, yang pada akhirnya dapat mengarah pada masalah keuangan yang serius. Dalam skala FoMO, tujuh item yang valid memiliki reliabilitas (α) sebesar 0,775, sedangkan dalam skala kesehatan keuangan, tujuh item yang valid memiliki reliabilitas (α) sebesar 0,668. Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi $Y = 39,220 - 0,572 X$. Nilai signifikansi (p) adalah 0,000 (kurang dari 0,05), yang menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Dengan kata lain, rasa takut ketinggalan di media sosial memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap kesehatan keuangan generasi Z. Rasa takut ketinggalan di media sosial berkontribusi sebesar 48,3% terhadap kesehatan keuangan generasi Z.

Kata kunci Fear of Missing Out (FoMO); Kesehatan keuangan; Media Sosial; Generasi Z.

LATAR BELAKANG

Generasi Z saat ini tidak luput dari penggunaan media sosial. Menurut hasil survei McKinsey (dalam DataIndonesia.id, 2023) 48% dari responden generasi Z sering mengakses media sosial, persentase ini jauh lebih tinggi dibandingkan dengan milenial, generasi X, dan baby boomers (Hura, Sitasari, & Rozali, 2021). Selain menjadi penyedia dan membagikan informasi, media sosial menjadi tempat dimana pengaruh *influencer* dan *actrees* sangat besar sehingga mampu menciptakan tren-tren yang sering di ikuti oleh generasi Z, perilaku ini

disebut FoMo. FoMO di media sosial merujuk pada rasa takut kehilangan untuk berpartisipasi dalam aktivitas atau memiliki produk yang dianggap sedang tren di masyarakat khususnya di media sosial. FoMO dalam dunia psikologis di cirikan dengan orang-orang yang memiliki rasa cemas berlebihan dan memiliki obsesi pada hal-hal tertentu yang dilakukan oleh orang lain atau pada sesuatu yang sedang tren (Savitri & Psikologi, 2019). Perilaku FoMO ini menjadikan generasi Z sering melakukan pembelian impulsif, menjadi konsumtif, dan memiliki hutang. Hal ini karena generasi Z memaksakan diri untuk memiliki produk yang sama dengan para *influencer* dan *actrees* yang mereka ikuti di sosial media (Saputra, Fitriyah, & Sari, 2021).

Perilaku FoMO yang ada pada generasi muda saat ini menimbulkan dampak diantaranya mereka menjadi konsumtif, memiliki keputusan pembelian yang impulsif, sehingga pada akhirnya mereka terjatuh hutang, dan kesulitan membayar. Kondisi seperti ini dapat disimpulkan bahwa kesehatan finansial generasi muda sedang dalam keadaan yang tidak baik (Saputra, Fitriyah, & Sari, 2021). Penelitian ini sendiri akan menguji bagaimana pengaruh perilaku FoMO di media sosial terhadap kesehatan finansial pada generasi Z. Dengan adanya penelitian yang dilakukan ini dapat memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana perilaku FoMO di media sosial dapat memengaruhi kebijakan pengelolaan keuangan seseorang yang dapat berdampak buruk pada kesehatan finansial. Maka dari itu, penelitian ini dapat menjadi dasar ilmu atau rujukan dalam membantu mengembangkan strategi pendidikan finansial yang lebih efektif untuk mendukung kesehatan finansial yang lebih baik.

Adapun penelitian-penelitian terdahulu mengenai perilaku FoMO diantaranya yaitu penelitian Savitri A,J. 2023 . Berdasarkan penelitian yang telah dilakukannya, bahwa terdapat hubungan negatif antara *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan kesejahteraan psikologis pada pengguna media sosial ditahap usia *emerging adulthood* di *DIY*. Selain itu, ada juga penelitian yang menunjukkan bahwa semakin besar rasa takut ketinggalan, semakin besar kemungkinan seorang remaja menggunakan ponsel. Di sisi lain, semakin sedikit rasa takut ketinggalan, semakin kecil kemungkinan remaja tersebut menggunakan telepon (Hura et al., 2021).

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, belum ada yang meneliti mengenai hubungan perilaku FoMO dengan kesehatan finansial. Maka dari itu, penelitian ini sebagai pembaharuan untuk menyelidiki sejauh mana dampak *Fear of Missing Out* (FoMO) di media sosial terhadap kesehatan keuangan generasi Z. Tujuan penelitian ini berfokus kepada pemahaman yang mendalam terkait sejauh mana FoMO memengaruhi keputusan keuangan, perilaku konsumtif, dan pola tabungan generasi Z.

KAJIAN TEORITIS

Fear of Missing Out

Digambarkan dengan perasaan “ketakutan, kekhawatiran, dan kecemasan” yang mungkin dialami oleh beberapa individu saat berpartisipasi dalam suatu acara, pengalaman dan diskusi. FoMO memungkinkan untuk membuat suatu individu merasa tidak aman yang diakibatkan oleh penggunaan smartphone secara terus-menerus dalam situasi sosial. Kecemasan ini terkait dengan kehilangan informasi yang sangat penting dari layanan jejaring sosial, kepuasan kebutuhan, kepuasan hidup dan suasana hati yang semuanya ini terkait dengan tingkat kecanduan smartphone (Nuzulia, 1967).

Kesehatan Keuangan

Kesehatan keuangan adalah kemampuan seseorang untuk mengelola kebutuhan keuangan mereka saat ini serta masa depan, sambil siap menghadapi situasi tak terduga dalam aktivitas keuangan mereka (Canada Financial Health Index, 2017). Keadaan finansial yang stabil dan aman dapat dianggap sebagai kesehatan finansial yang baik. Hal ini tercermin dalam pendapatan yang melebihi pengeluaran, memiliki tingkat tabungan yang signifikan, dan kemampuan untuk melunasi utang dengan baik (Soekarno).

Terdapat penjelasan dari Seddon (2012) dan Joe serta Garman (1998), kesehatan finansial merupakan bagian integral dari kesejahteraan finansial. Hal ini mencakup kepuasan terhadap aspek material dan non-material, sehingga kesehatan finansial dapat menjelaskan pandangan tentang kecukupan sumber daya finansial. Supaya mempunyai kesehatan finansial yang optimal memerlukan praktik manajemen keuangan yang cermat, yang sayangnya sering diabaikan oleh banyak individu.

Menurut Klontz dan Klontz (2009), terdapat beberapa pemahaman yang menandakan adanya ketidaksehatan dalam keadaan finansial seseorang. Para peneliti tersebut mengklasifikasikan pemahaman tersebut ke dalam tiga kategori utama. Pertama, terdapat gangguan dalam perilaku penghindaran terhadap keuangan, yang mencakup perilaku penolakan terhadap pengelolaan keuangan, sikap yang berlebihan dalam menahan diri untuk mengeluarkan uang, dan ketakutan yang berlebihan terhadap risiko keuangan. Kedua, terdapat gangguan dalam perilaku pemujaan terhadap keuangan, yang meliputi kecenderungan untuk menimbun uang secara berlebihan, pengambilan risiko yang tidak masuk akal, perilaku judi yang berlebihan, ketergantungan pada pekerjaan, pengeluaran yang berlebihan, dan kecenderungan untuk berbelanja secara impulsif. Ketiga, terdapat gangguan dalam hubungan keuangan, yang mencakup perilaku ketidaksetiaan dalam masalah keuangan, pola hubungan

yang tidak sehat dengan uang, keengganan untuk mengelola keuangan dengan baik, dan ketergantungan yang berlebihan pada sumber keuangan eksternal. (Silaya, 2020).

Fomo dan Kesehatan Keuangan

FoMO atau "*Fear of Missing Out*", terkait erat dengan keterlibatan dalam media sosial, di mana seseorang merasa cemas karena melewatkan aktivitas menarik di lingkaran sosial mereka. Melalui media sosial, seseorang dapat melihat apa yang sedang terjadi di sekitarnya, seperti postingan tentang perjalanan atau acara sosial. Namun, keterlibatan yang berlebihan dapat memicu ketertarikan yang berlebihan, mendorong perilaku impulsif, seperti pembelian tiket atau komitmen pada aktivitas yang tidak direncanakan (Barry & Wong, 2020).

Dalam kehidupan sehari-hari, media sosial telah memberikan peluang yang sangat luas bagi manusia untuk terus memantau, mengamati, dan mengikuti aktivitas orang lain. Namun, ini juga telah menghasilkan beberapa efek negatif, seperti kecanduan dan penggunaan berlebihan media sosial yang dapat disebabkan oleh *Fear of Missing Out*. FOMO sendiri dapat berhubungan dengan kekaguman dan persaingan narsis yang umum terjadi di kalangan pengguna media sosial (Ivantchev & Ivantcheva, 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif non eksperimental dengan jenis penelitian kausalitas. Populasi penelitian ini adalah generasi Z di daerah Bandung yang berjumlah 634.929 dengan rentang usia 10-24 tahun (Badan Pusat Statistik, 2024). Hasil sampel dari penelitian ini adalah 101 generasi Z. Penelitian ini menggunakan teknik sampling *non probability* sampling dengan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016). Pertimbangan dari penelitian ini adalah responden harus memenuhi karakteristik sampel yaitu generasi Z, dan memiliki media sosial. Pengambilan data penelitian ini menggunakan kuisioner tertutup dengan instrumen penelitian skala Likert. Indikator FoMO merujuk pada teori (Przybylski et al. 2013) yang terdiri dari aspek tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *relatedness* dan tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *self*. Sedangkan indikator kesehatan keuangan merujuk pada *Center for Financial Services Innovation* (CFSI) yang terdiri empat komponen utama yaitu dari pengeluaran, tabungan, pinjaman, dan perencanaan keuangan.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas dan reliabilitas adalah dua aspek penting dalam pengukuran dalam penelitian. Uji validitas alat ukur dalam penelitian ini menggunakan rumus perhitungan pearson product moment, dengan item dikatakan valid jika $r \geq 0,3$. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa

terdapat 7 item valid pada skala FoMO dan 7 item valid pada skala kesehatan keuangan. Untuk uji reliabilitas, digunakan rumus Cronbach alpha (α), di mana nilai alpha (α) > 0,60 menunjukkan reliabilitas yang baik. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai alpha (α) untuk alat ukur kesehatan keuangan sebesar 0,775 dan FoMO sebesar 0,668.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Responden Penelitian

Data penelitian ini didapatkan dari 101 partisipan generasi z. Dimana partisipan dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin dan usia. Dalam kategori jenis kelamin, responden perempuan dalam penelitian ini memiliki kuantitas yang lebih dominan dibanding responden laki-laki. Adapun jumlah dari responden perempuan dalam penelitian ini adalah 74 orang (73,3%). Kemudian responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 27 orang (26,7%). Menurut usia, jumlah responden yang paling banyak adalah yang berusia 19 tahun, yaitu 39 (38,6%). Selanjutnya, yang berusia 18 tahun adalah 29 (28,7%), yang berusia 20 tahun adalah 13 (12,9%), yang berusia 17 tahun adalah 7 (6,9%), yang berusia 15 tahun adalah 4 (4%), yang berusia 16 tahun adalah 2 (2%), dan yang berusia 13,21,22 dan 23 tahun masing-masing adalah 1 (1%).

Hasil Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalias	
	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

Dengan nilai sig (p) sebesar 0,200 yang tertera pada tabel 1. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data pada kedua alat ukur pada penelitian ini berdistribusi normal. Karena nilai sig (p) lebih besar dari 0,05, maka teknik analisis regresi linear dapat digunakan untuk menganalisis pengaruh antara *Fear of Missing Out* di media sosial dengan kesehatan keuangan generasi Z.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 2. Hasil Nilai Anova						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	991.535	1	991.535	92.579	.000 ^b
	Residual	1060.305	99	10,710		
	Total	2051.841	100			

Berdasarkan hasil nilai Anova yang tertera pada Tabel 2 dapat dilihat nilai F sebesar 92.579 dan nilai sig. p sebesar 0,000 ($p < 0,05$) yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara *Fear of Missing Out* di media sosial terhadap kesehatan keuangan generasi z. FoMO bisa mendorong orang untuk mengikuti arus tren, mengeluarkan uang secara tidak terencana, dan menjaga gaya hidup yang mungkin melebihi kapasitas keuangan mereka. Hal ini bisa menyebabkan ketidakstabilan finansial, akumulasi utang, dan tekanan finansial yang merugikan kesejahteraan secara keseluruhan (Przybylski, Murayama, DeHaan, & Gladwell, 2013).

Tabel 3.

Nilai Koefisien

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	39.220	1.215		32.288	0.000
	X_FOMO	-0.572	0.059	-0.695	-9.622	0.000

Berdasarkan Hasil Nilai Koefisien yang tertera pada Tabel 3 persamaan regresi linear $Y = 39,220 - 0.572X$ dengan nilai sig p sebesar 0,000 ($< 0,05$) artinya hipotesis diterima yakni terdapat pengaruh negatif *Fear of Missing Out* di media sosial terhadap kesehatan keuangan generasi z. Dengan demikian, semakin tinggi *Fear of Missing Out* generasi Z di media sosial maka kesehatan keuangan generasi Z tersebut semakin rendah. Sebaliknya semakin rendah *Fear of Missing Out* generasi Z di media sosial maka kesehatan keuangan generasi Z tersebut semakin tinggi.

Koefisien -0.572 dalam persamaan regresi linear mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam Y, atau rasa takut ketinggalan di media sosial, menyebabkan penurunan sebesar -0.572 unit dalam kesehatan keuangan generasi Z. Selanjutnya, nilai 39.220 pada persamaan regresi linear adalah konstanta (a) yang menunjukkan bahwa jika rasa takut

ketinggalan di media sosial memiliki nilai 0, maka kesehatan keuangan generasi Z akan memiliki nilai 39.220. Ketika seseorang terobsesi dengan apa yang terjadi di platform-media sosial dan merasa perlu untuk terus-menerus terlibat atau terlihat terlibat dalam aktivitas yang mahal atau mengikuti tren, ini dapat memiliki dampak negatif pada kesehatan finansial mereka (Lee & Robbins, 1995).

Koefisien -0.572 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan dalam FoMO di media sosial berhubungan dengan penurunan sebesar -0.572 satuan dalam kesehatan finansial. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat FoMO, semakin mungkin seseorang akan menghabiskan uang secara *impulsif* atau tidak terencana. Kemudian, konstanta (a) pada persamaan regresi linear adalah 39.220. Ini menunjukkan bahwa ketika tingkat FoMO di media sosial bernilai nol, kesehatan finansial generasi Z masih memiliki nilai sebesar 39.220. Hal ini menunjukkan bahwa bahkan tanpa adanya FoMO, masih ada faktor-faktor lain yang memengaruhi kesehatan finansial generasi Z, seperti kebiasaan pengeluaran, pengelolaan uang, dan faktor-faktor ekonomi lainnya (Vogel, Rose, Okdie, Eckles, & Franz, 2015).

Dalam kehidupan sehari-hari, Generasi Z seringkali mengalami kecemasan dan gelisah karena FOMO (*Fear of Missing Out*), yakni takut diabaikan atau ketinggalan oleh teman sebaya yang memiliki pengalaman yang lebih menarik. Hal ini mendorong mereka untuk secara berlebihan memantau aktivitas teman-teman mereka di media sosial, yang pada akhirnya berdampak pada perilaku konsumtif. Studi oleh Twenge dan Campbell (2018) menunjukkan bahwa Generasi Z lebih rentan terhadap FOMO dibandingkan generasi sebelumnya.

Kecemasan akan tertinggal dalam hal pengalaman atau kepemilikan yang dimiliki teman-teman mereka mendorong Generasi Z untuk terus-menerus memperhatikan apa yang diposting oleh teman-teman mereka di platform media sosial. Hal ini menimbulkan perasaan tidak puas dengan diri sendiri dan sering kali memicu impulsivitas dalam keputusan pembelian. Sebuah penelitian oleh Przybylski et al. (2013) menemukan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan berkorelasi dengan perilaku konsumtif yang tidak terencana.

Tabel 4.

Hasil Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.695 ^a	0.483	0.478	3.273

Berdasarkan hasil model summary yang tertera pada tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai R Square besaran pengaruhnya sebesar 48,3%. Artinya bahwa sekitar 48,3% dari alasan mengapa generasi Z mengalami kesehatan finansial yang buruk, hal ini karena perilaku FoMO. Namun, terdapat 41,7% lagi dari varians kesehatan keuangan generasi Z yang kemungkinan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diselidiki dalam penelitian ini., seperti pendapatan, pola pengeluaran, tingkat pendidikan, dan kondisi ekonomi makro, mungkin juga berperan dalam mempengaruhi kesehatan finansial generasi Z (Ramadhani, Ds, & Halidy, 2022).

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang negatif antara *Fear of Missing Out* di media sosial dan kesehatan finansial generasi Z. *Fear of Missing Out* (FoMO) dapat berdampak buruk pada kesehatan keuangan generasi Z karena mendorong mereka untuk mengambil keputusan finansial yang *impulsif*, diantaranya seperti perilaku membeli barang-barang yang tidak diperlukan atau mengikuti gaya hidup yang tidak sesuai dengan kemampuan finansial mereka (Harahap, Soemitra, & Nawawi, 2023). Hal ini dapat berakibat pada penumpukannya hutang, kurangnya tabungan, dan kesulitannya untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang.

DAFTAR REFERENSI

- Barry, C. T., & Wong, M. Y. (2020). Fear of missing out (FoMO): A generational phenomenon or an individual difference? *Journal of Social and Personal Relationships*, 37(12), 2952–2966. <https://doi.org/10.1177/0265407520945394>
- Harahap, M. I., Soemitra, A., & Nawawi, Z. M. (2023). Analysis of the effect of Fear of Missing Out (FOMO) and the use of paylater application on impulse buying behavior (review of Maqashid Syariah). *Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 67. DOI:10.24123/jmb.v22i2.682
- Hura, M. S., Sitasari, N. W., & Rozali, Y. A. (2021). Pengaruh Fear of Missing Out Terhadap Perilaku Phubbing Pada Remaja. *Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi*, 19(2), 34–45.

- Ivantchev, B., & Ivantcheva, M. (2024). FOMO effect: social media and online traders. *Journal of Management and Financial Sciences*, XVI(48). <https://doi.org/10.33119/jmfs.2023.48.4>
- Lee, R. M., & Robbins, S. B. (1995). Measuring Belongingness: The Social Connectedness and the Social Assurance Scales. *Journal of Counseling Psychology*, 42(2), 232–241. DOI:10.1037/0022-0167.42.2.232
- Nuzulia, A. (1967). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Ramadhani, Y., Ds, R., & Halidy, A. El. (2022). Pengaruh FoMO, Kesenangan Berbelanja dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana di E-Commerce Shopee Pada Waktu Harbolnas. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 1–11.
- Saputra, N., Fitriyah, F. K., & Sari, I. N. (2021). Kesehatan finansial dan mental: Berdampakkah terhadap personal resilience para pendidik semasa Covid-19? *The Ary Suta Center Series on Strategic Management*, 52(January), 153–178. DOI:10.0110/ASCSeriesonStrategicManagement.2022790665
- Savitri, J. A., & Psikologi, J. (2019). *Acta Psychologia Fear of Missing Out dan Kesejahteraan Psikologis Individu Pengguna Media Sosial di Usia Emerging Adulthood*. *Acta Psychologia*, 1(1), 87–96. Retrieved from <http://journal.uny.ac.id/index.php/acta-psychologia>
- Silaya, M. (2020). Financial health : suatu kajian pustaka. *Silaya: Financial Health*, 14(1), 99–110.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Okdie, B. M., Eckles, K., & Franz, B. (2015). Who compares and despairs? The effect of social comparison orientation on social media use and its outcomes. *Personality and Individual Differences*, 86, 249–256. DOI:10.1016/j.paid.2015.06.026