



Pengaruh FoMO terhadap Gaya Hidup Gen Z Pengguna TikTok

Alya Putri Noviani^{1*}, Hendika Suryawinata², Siti Rania Maelani³, Sri Mulyeni⁴

¹⁻⁴Fakultas Ekonomi, Universitas Nasional Pasim, Indonesia

Email : alyaptrrvnn@gmail.com^{1*}, hendiksuryawinata@gmail.com²,
raniamaelani13@gmail.com³

*Penulis Korespondensi: hendiksuryawinata@gmail.com

Abstract. *The advancement of social media platforms, especially TikTok, has drastically changed the behavioral patterns and lifestyles of Generation Z. One psychological impact of intensive social media use is Fear of Missing Out (FoMO), which is the worry of missing out on news, trends, or viral social activities. This study aims to reveal how FoMO affects the lifestyle of Generation Z active on TikTok, focusing on aspects of mental health, shopping habits, and the balance of social interactions. This research uses a literature study approach with a qualitative descriptive method, through in-depth analysis of 21 scientific articles published between 2019 and 2025. The findings show that FoMO is associated with increased anxiety, depression, personal dissatisfaction, and excessive social media use among Generation Z. Furthermore, FoMO also drives impulsive consumption patterns and purchases triggered by online trends as well as the desire for social approval. On the other hand, internal factors such as self-confidence and self-control ability have proven to reduce the level of FoMO and its negative effects. This study concludes that FoMO is a complex phenomenon that impacts the mental health and lifestyle of Generation Z, thus requiring measures such as increasing digital literacy, strengthening self-control, and using social media wisely to reduce the negative impacts of FoMO in the long term.*

Keywords : Digital Lifestyle; Fear of Missing Out; Generation Z; Social Media; TikTok.

Abstrak. Kemajuan platform media sosial, khususnya TikTok, telah mengubah pola perilaku dan cara hidup Generasi Z secara drastis. Salah satu dampak psikologis dari penggunaan media sosial yang intens adalah Fear of Missing Out (FoMO), yaitu rasa khawatir ketinggalan berita, tren, atau kegiatan sosial yang sedang viral. Kajian ini dimaksudkan untuk mengungkap bagaimana FoMO mempengaruhi gaya hidup Generasi Z yang aktif di TikTok, dengan fokus pada aspek kesehatan jiwa, kebiasaan belanja, dan keseimbangan interaksi sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur dengan metode deskriptif kualitatif, melalui analisis mendalam terhadap 21 artikel ilmiah yang terbit antara tahun 2019 hingga 2025. Temuan menunjukkan bahwa FoMO terkait dengan peningkatan rasa cemas, depresi, ketidakpuasan pribadi, serta penggunaan media sosial yang berlebihan di kalangan Generasi Z. Selain itu, FoMO juga mendorong pola konsumsi impulsif dan pembelian yang dipicu oleh tren online serta keinginan mendapat persetujuan sosial. Di pihak lain, faktor internal seperti rasa percaya diri dan kemampuan mengontrol diri terbukti dapat mengurangi tingkat FoMO dan efek buruknya. Penelitian ini menyimpulkan bahwa FoMO adalah fenomena kompleks yang berdampak pada kesehatan mental dan pola hidup Generasi Z, sehingga perlu langkah-langkah seperti meningkatkan pengetahuan tentang digital, memperkuat pengendalian diri, dan menggunakan media sosial dengan bijak untuk mengurangi dampak negatif FoMO dalam jangka panjang.

Kata kunci: Generasi Z; Gaya Hidup Digital; Media Sosial; Takut Ketinggalan; Tik Tok.

1. LATAR BELAKANG

FoMO adalah sebuah fenomena psikologis yang merepresentasikan perasaan cemas akan ketinggalan dari momen, pengalaman, atau tren yang sedang berlangsung di sekitar individu.. Menurut (Safitri et al., 2024), media sosial berperan besar dalam membentuk arus informasi dan trend sosial yang dapat memengaruhi perilaku penggunanya. Kondisi ini membuat banyak individu merasa perlu terus terhubung agar tidak tertinggal dari orang lain. (Pasaribu, 2020) menambahkan bahwa FoMO biasanya muncul karena kebutuhan sosial untuk diterima dan diakui dalam lingkungan digital. Kondisi ini menegaskan bahwa media sosial

tidak hanya dimanfaatkan untuk komunikasi, melainkan juga berkontribusi pada pembentukan identitas sosial pengguna.

Perkembangan teknologi digital di Indonesia membawa pengaruh signifikan terhadap perilaku dan gaya hidup masyarakat, terutama pada Generasi Z yang tumbuh di era internet. Lebih dari sebanyak 60% pengguna media sosial di Indonesia berasal dari kelompok usia 18 hingga 24 tahun, dengan mayoritas merupakan individu yang tergolong pelajar dan mahasiswa. Platform seperti TikTok menjadi media utama yang dimanfaatkan Generasi Z untuk menyalurkan ekspresi, berbagi ide, dan mengikuti berbagai tren populer. Namun, kebiasaan ini sering kali menyebabkan tekanan sosial untuk selalu terlihat aktif dan relevan di dunia maya (Quraini Tiara Romadhoni & Rahayu, 2022).

FoMO berhubungan erat dengan perubahan gaya hidup digital yang semakin konsumtif dan instan. Pengguna media sosial, terutama TikTok, cenderung meniru gaya hidup influencer atau figur publik yang mereka kagumi. (Rahmadania et al., 2025) menjelaskan bahwa FoMO dapat menimbulkan perilaku kompulsif dalam menggunakan media sosial, yang berujung pada kecanduan dan gangguan kesehatan mental. Sementara itu, (Romadhoni & Rahayu, 2025) menemukan bahwa individu dengan tingkat FoMO tinggi lebih mudah merasa cemas, tidak puas dengan diri sendiri, serta mengalami kesulitan fokus pada aktivitas di dunia nyata. Tekanan sosial di dunia maya dapat menggeser keseimbangan antara kehidupan digital dan kehidupan pribadi seseorang. Selain memengaruhi kesejahteraan psikologis, FoMO juga berdampak pada interaksi sosial di dunia nyata. Individu yang terlalu sering terpapar media sosial cenderung mengalami isolasi sosial karena lebih fokus pada kehidupan digital dibandingkan hubungan nyata. (Deandra Rafiq Daffa et al., 2024) bahwa pemakaian media sosial secara berlebihan dapat menurunkan empati dan perhatian terhadap lingkungan sekitar. Kondisi ini berpotensi menurunkan kualitas komunikasi interpersonal dan menumbuhkan rasa kesepian yang justru berlawanan dengan tujuan awal media sosial sebagai alat koneksi sosial.

Fenomena FoMO juga memengaruhi pola konsumsi dan produktivitas Generasi Z. Penelitian oleh (Sundava, 2025) menunjukkan bahwa pengguna media sosial dengan tingkat FoMO tinggi cenderung melakukan pembelian impulsif terhadap produk yang sedang tren. Mereka terdorong untuk membeli sesuatu bukan karena kebutuhan, tetapi agar tidak tertinggal dari tren yang ramai di media sosial. Di sisi lain, (Maza & Aprianty, 2022) menemukan bahwa tingginya eksposur terhadap media sosial dapat menurunkan tingkat konsentrasi dan produktivitas belajar, karena individu lebih sering memantau aktivitas digital dibandingkan fokus pada tugas di dunia nyata.

2. KAJIAN TEORITIS

Fenomena FoMO menggambarkan perasaan cemas dan kecemasan akan ketinggalan dari pengalaman, informasi, atau peristiwa signifikan yang dialami oleh individu lain atau peristiwa signifikan yang dialami oleh individu lain atau peristiwa signifikan yang dialami oleh individu lain atau peristiwa signifikan yang dialami oleh individu lain. Menurut (Safitri et al., 2024), FoMO merupakan prediktor signifikan terhadap kesejahteraan psikologis individu dengan kontribusi sekitar 9,9% terhadap variasi kondisi emosional pengguna media sosial. Temuan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan tingkat FoMO berhubungan dengan penurunan tingkat kesejahteraan psikologis individu. Hal ini diperkuat oleh penelitian (Rahmawati & Nuriyatul Muthi'ah, 2025) yang mengungkapkan bahwa FoMO berperan sebagai variabel mediasi antara penggunaan media sosial dan perilaku konsumtif di kalangan gen z, di mana intensitas penggunaan media sosial dapat memperkuat dorongan untuk terus mengikuti tren.

Sebuah penelitian telah diidentifikasi adanya korelasi positif yang signifikan antara FoMO dan kecanduan media sosial pada pengguna TikTok. Individu dengan tingkat FoMO yang tinggi cenderung menghabiskan waktu lebih lama di media sosial untuk memastikan bahwa mereka tidak ketinggalan informasi atau aktivitas terkini. Hasil tersebut konsisten dengan penelitian internasional yang dilaksanakan oleh (Maulana & Hariyanto, 2024), yang menyatakan bahwa FoMO dapat memicu gejala emosional negatif pada remaja melalui mekanisme stres akibat pengabaian sosial di dunia maya dan peningkatan kecanduan media sosial. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa FoMO tidak hanya berdampak pada perilaku digital, tetapi juga berpengaruh terhadap keseimbangan emosional pengguna.

Berdasarkan berbagai penelitian tersebut (Rahmawati & Nuriyatul Muthi'ah, 2025), dapat disimpulkan bahwa FoMO memiliki hubungan erat dengan tingkat kecemasan, penggunaan media sosial yang berlebihan, dan penurunan kesejahteraan emosional individu. Hasil survei pendukung menunjukkan bahwa sekitar 40% responden mengalami dorongan kuat untuk terus-menerus memeriksa media sosial, dengan skor rata-rata 3,5, menandakan bahwa media sosial kini merupakan bagian penting dari kehidupan sehari-hari. Rata-rata skor kecemasan sebesar 3,1 ketika responden tidak dapat mengakses media sosial menunjukkan adanya ketergantungan emosional yang nyata. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial secara berlebihan dapat memperburuk dampak negatif FoMO terhadap kesejahteraan emosional individu.

FoMO dianggap sebagai konsekuensi dari kemajuan teknologi dan internet yang secara signifikan terkait dengan meningkatnya ketergantungan terhadap media sosial. Individu yang memiliki tingkat FoMO yang tinggi cenderung berupaya untuk secara terus-menerus mengikuti perkembangan informasi demi tetap memperoleh pengetahuan yang terkini tentang peristiwa yang terjadi di lingkungan mereka. Menurut (Pasaribu, 2020) FoMO muncul sebagai perasaan cemas dan takut tertinggal dari aktivitas sosial di dunia maya, terutama di kalangan pengguna media sosial aktif. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara berlebihan dapat menimbulkan rasa tidak puas terhadap kehidupan pribadi serta dorongan untuk terus mengetahui aktivitas orang lain.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode studi literatur dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pemilihan metode ini bertujuan untuk menganalisis berbagai hasil penelitian yang berkaitan dengan topik FoMO serta gaya hidup pengguna TikTok dari Generasi Z. Pendekatan studi literatur digunakan karena dapat memberikan pemahaman yang dalam mengenai konsep tanpa melakukan pengumpulan data primer sebanyak 40 sampel, (Tegar & Riduwan, 2024). Penelitian ini tidak melibatkan pengumpulan data langsung dari responden, melainkan dengan menganalisis data sekunder yang telah tersedia dalam berbagai publikasi ilmiah. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari 21 artikel ilmiah yang dipublikasikan antara tahun 2019 hingga 2025, yang mencakup baik jurnal nasional maupun internasional. Artikel-artikel tersebut dikumpulkan melalui pencarian di basis data akademik seperti Google Scholar, ResearchGate, dan DOAJ, dengan menggunakan kata kunci seperti *Fear of Missing Out*, FoMO, media sosial, Generasi Z, serta gaya hidup digital.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah hasil studi literatur yang di sajikan dalam bentuk tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Literatur.

Judul	Metode	Hasil Penelitian
Pengaruh FoMO Terhadap Kecemasan dan Depresi Kepada Generasi Z: Analisis Mediasi Penggunaan Media Sosial	Kuantitatif	Penelitian ini mengindikasikan bahwa adanya tingkat FoMO yang tinggi dapat memicu penggunaan media sosial secara berlebihan, yang pada gilirannya meningkatkan risiko terjadinya gangguan kesehatan mental. Penelitian ini menekankan pentingnya literasi digital, kesadaran dalam penggunaan media sosial. Serta perlunya program detoksifikasi media sosial. Desain penelitian yang bersifat crosssectional membatasi kemampuan untuk menarik kesimpulan yang bersifat kausal.

(Rahmadania et al., 2025) Perilaku FoMO Pada Gaya Hidup Generasi Z di Media Sosial(Sa fitri et al., 2024)	Kualitatif	Penelitian ini mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial yang intens mendorong perbandingan sosial di kalangan generasi Z. Penelitian ini mengidentifikasi kebutuhan untuk meningkatkan kesadaran tentang dampak penggunaan media sosial..
Dampak Sosial Media terhadap Syndrom Fomo pada Perilaku Remaja (Fauzi & Fredian, 2024)	Kualitatif	Fomo dalam kehidupan seseorang dapat menyebabkan kesulitan untuk berkarya dan kurang kreatif. Muncul ketakutan yang berlebihan, rasa tidak percaya diri, dan rasa tidak aman. Kondisi mental yang buruk ini mempengaruhi kualitas hidup seseorang dan membuat mereka merasa tidak nyaman. Mereka sering mengukur atau membandingkan diri dengan orang lain, merasa rendah diri, dan menghadapi kesulitan dalam mengambil keputusan, yang dapat menyebabkan depresi.
Pengaruh kecenderungan FoMO pada generasi(gen z) di Indonesia(Pang gabean & Beru Brahmana, 2021)	Literatur	Di tengah kemajuan teknologi yang semakin cepat, banyak tantangan yang muncul dan berdampak pada kualitas generasi ini. Salah satu dampak teknologi adalah munculnya tren FoMo. FoMO terkait erat dengan Kecanduan media sosial, karena orang-orang sering berusaha tetap up-to-date dengan informasi di media sosial. Kecanduan ini memiliki efek positif dan negatif. Generasi Z yang mengalami FoMO mungkin lebih bersyukur dengan apa yang mereka miliki, serta memiliki banyak teman di media sosial. Namun, sering mengakses media sosial juga dapat menjadi berbahaya, dan Kecanduan media sosial dapat menyebabkan seseorang lalai dalam menjalankan tanggung jawabnya dan selalu ingin bermalas-malasan. Beberapa hal lain yang dipengaruhi oleh FoMO adalah phubbing, kepuasan hidup, harga diri, aktualisasi diri, perilaku komunikasi, dan gaya hidup remaja.
Fenomena FoM O Outfit pada Perempuan :Antara Identitas Diri dan Gaya Hidup konsumtif (Rahmawati & Nuriyatul Muthi'ah, 2025)	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pakaian berfungsi untuk membangun citra diri, meningkatkan kepercayaan diri, dan meningkatkan status sosial. Selain itu, pakaian juga memicu perilaku konsumtif yang didorong oleh tren media sosial, tekanan kelompok, dan dorongan psikologis untuk tetap terlibat dalam interaksi sosial. Hasilnya menunjukkan bahwa mahasiswa harus lebih memahami cara mengelola gaya hidup mereka dan penggunaan media sosial mereka, karena pakaian dapat digunakan sebagai alat yang bermanfaat untuk membangun identitas mereka tanpa terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan
Fenomena Mahasiswa Terhadap Sindrom FOMO (Rosjayani et al., 2024)	Kualitatif	Studi menunjukkan bahwa mahasiswa yang tertarik dengan tren di media sosial akan mengikutinya hingga mereka dapat mewujudkannya, meskipun menghadapi tantangan memerlukan usaha tambahan. FoMo berdampak pada perilaku mereka melalui peningkatan tingkat intensitas dan durasi penggunaan media sosial, perubahan kebiasaan tidur, terganggunya aktivitas belajar, serta kendali dalam berinteraksi dengan orang lain di dunia nyata
Pengaruh Fenomena FoMO Karakter Labubu terhadap Penjualan Produk Berbasis Tren Pada Gen-Z (Nur & Jans, 2025)	Literatur	Studi ini menemukan bahwa orang yang tidak memiliki produk karakter Labubu dalam kelompok teman mereka sering merasa terasing secara sosial. Sebaliknya, memiliki produk Labubu dapat meningkatkan rasa penerimaan sosial dan memperkuat identitas sosial seseorang dalam kelompok tersebut. Kondisi ini memicu perilaku konsumtif yang di dorong oleh FoMo, dimana orang merasa perlu membeli barang untuk mempertahankan status sosial mereka .
Analisis dampak FoMO terhadap kesehatan mental GEN Z	Kualitatif	Studi menunjukkan bahwa Generasi Z lebih rentan merasa cemas dan tidak penting karena tekanan dari dunia digital. Selain itu, kebiasaan terus mengikuti aktivitas di media sosial mengganggu siklus tidur, lebih sulit untuk berkonsentrasi, dan lebih buruk untuk belajar dan bekerja. Akibatnya,

(Zacky et al., 2025)		Generasi Z harus memperhatikan penggunaan media sosial mereka, meningkatkan harga diri mereka, dan menjaga keseimbangan antara produktivitas, kehidupan sosial, dan kesehatan mental, agar dapat menghindari dari dampak negatif FoMO
Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fomo pada Generasi Z Pengguna Media Sosial(Fitri et al., 2024)	Kuantitatif	Hasil menunjukkan bahwa semakin tinggi self-esteem seseorang, semakin rendah kecenderungan mereka mengalami FoMO. Riset ini memperjelas bagaimana media sosial memengaruhi mental dan perilaku Gen Z. Solusi yang disarankan adalah membuat program edukasi tentang penggunaan media sosial yang sehat, yang bertujuan menjaga kepercayaan diri tetap tinggi dan mengurangi efek negatif seperti ketakutan akan tertinggal informasi..
Hubungan kontrol diri dengan t FoMO pada remaja pengguna media sosial(Maza & Aprianty, 2022)	Kuantitatif	FoMo ditandai dengan kecemasan berlebih akan tertinggalnya informasi serta obsesi tak terkendali untuk terus menghubungkan aktivitas orang lain di media sosial. Penelitian kuantitatif korelasi ini bertujuan menguji hubungan antara kontrol diri dan FoMO pada 347 remaja pengguna media sosial berusia 18-21 tahun di Banjarmasin. Sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling , sedangkan data dikumpulkan melalui skala Likert dan dianalisis menggunakan uji korelasi Product Moment Pearson . Hasil analisis statistik membuktikan hipotesis yang diterima, yaitu terdapat hubungan negatif yang signifikan ($r = -0,729$; Sig. = 0,000) antara kontrol diri dan FoMO. Semakin tinggi kendali diri remaja, semakin rendah pula tingkat FoMO yang dialami.
Tren TikTok: Mengurai Perilaku Remaja di Era Digital (Maulana & Hariyanto, 2024)	Kuantitatif	Penelitian ini terlihat bahwa TikTok bisa menjadi alat yang baik untuk menyebarkan informasi dan meningkatkan kemampuan digital, tetapi juga bisa menyebabkan kebiasaan belanja yang berlebihan serta sikap menghakimi orang lain. Oleh karena itu, penting bagi pengguna media sosial untuk memanfaatkan platform ini dengan tanggung jawab, agar tidak merugikan kesejahteraan diri sendiri dan lingkungan sosial di sekitar.
Merintis usaha di era digitalisasi oleh gen z fomo dengan strategi pemasaran bersaing tanpa bantuan in fluencer (Tegar & Riduwan, 2024)	Kualitatif	Di era digitalisasi, Gen Z memiliki peluang besar untuk merintis usaha dengan memanfaatkan teknologi dan media sosial. Fenomena FOMO mendorong Gen Z untuk mengikuti trend dan terjun ke dunia bisnis, meskipun persaingan semakin ketat. Artikel ini menunjukkan bahwa meskipun tidak menggunakan influencer, pengusaha baru dapat bersaing dengan menggunakan media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan TikTok. Dengan membuat konten yang kreatif dan mengikuti trend yang sedang viral, mereka dapat memperkenalkan produk mereka secara luas. Inovasi produk juga menjadi kunci keberhasilan, mengingat persaingan yang sangat tinggi di pasar.
Konflik Generasi Z dalam Menyeimbangkan Gaya Hidup Sustainable Fashion dan Tren FOMO (Rahmadania et al., 2025)	Kualitatif	Hasil menunjukkan bahwa tekanan dari lingkungan sosial dan pengaruh media sangat memengaruhi keinginan beli yang tiba-tiba. Namun, kebanyakan narasumber masih kesulitan untuk mengubah kebiasaan belanja yang terus didukung oleh orang lain. Tumbuhnya konflik antara kesadaran lingkungan dan kebiasaan membeli menunjukkan betapa rumitnya masalah ini.
Fenomena FOMO pada Generasi Z dalam Mengikuti Trend Tiktok (Kholizha et al., 2024)	Kualitatif	FoMO sangat berkaitan erat dengan cara Z menggunakan TikTok. Mereka sering terlibat aktif dalam mengejar tren dan konten yang viral supaya tidak ketinggalan, sekaligus merasa termotivasi untuk menghasilkan konten kreatif sendiri. Akan tetapi, fenomena ini juga menciptakan tekanan sosial untuk menyelaraskan diri dengan tren yang sedang booming, yang pada akhirnya mendorong kebiasaan membandingkan diri di kalangan sosial. Pemicu utama FoMO berasal dari konten di For You Page (FYP) yang sedang populer, yang membuat pengguna terus membuka TikTok sebagai sarana hiburan sekaligus sumber ide. Frekuensi penggunaan TikTok yang tinggi dan dilakukan secara

Perilaku Konsumtif Gen Z Dalam Kehadiran TikTok Shop(Fathia Aini et al., 2024)	Kualitatif	harian telah menjadikannya elemen rutin bagi Generasi Z, yang bisa berujung pada ketergantungan dan tanda-tanda kecanduan. Oleh karena itu, TikTok bukan sekadar platform hiburan, melainkan memiliki dampak besar pada interaksi sosial, kemampuan berkreasi, serta tingkat kegelisahan Generasi Z saat mengejar tren digital.
Gen-Z: Eksplorasi Identitas Budaya dan Tantangan Sosial Dalam Era Digital (Deandra Rafiq Daffa et al., 2024)	Kualitatif	Penelitian menunjukkan beberapa cara untuk mengatasi kebiasaan belanja berlebihan, seperti membuat daftar prioritas, mengikuti pelatihan, bergabung dengan kelompok yang baik, mengelola diri sendiri, serta mendapatkan bimbingan dari orang tua atau guru..
Konflik Generasi Z dalam Menyeimbangkan Gaya Hidup Sustainable Fashion dan Tren (Rahmadania et al., 2025)	Kualitatif	Isi artikel mencakup cara teknologi memengaruhi identitas budaya Gen-Z, dampak penggunaan media sosial terhadap kesehatan mental, serta tantangan sosial seperti perilaku di dunia maya dan tekanan untuk memenuhi standar yang diinginkan. Dengan memahami hal-hal ini, kita bisa membuat kebijakan dan strategi yang lebih baik untuk mendukung perkembangan positif Gen-Z di era digital
	Kualitatif	Media sosial memperkuat perasaan takut ketinggalan karena menampilkan gaya hidup yang mewah dan tren yang selalu berubah-ubah. Hal ini membuat orang ingin membeli barang baru agar dianggap penting oleh orang lain. Meskipun banyak orang menyadari bahwa belanja berlebihan bisa merusak lingkungan, tekanan dari lingkungan sosial membuat mereka kesulitan mengubah cara berbelanja. Untuk mengurangi rasa tidak nyaman, banyak orang membenarkan tindakan mereka dengan menganggap belanja sebagai bagian dari kebutuhan sosial atau emosional. Beberapa orang berhasil menyelaraskan nilai dan tindakan mereka dengan memilih gaya hidup sederhana serta melakukan konsumsi secara lebih bertanggung jawab.

Berdasarkan tabel hasil studi literatur, terlihat bahwa FoMO menjadi fenomena yang semakin menonjol di kalangan Generasi Z seiring dengan peningkatan penggunaan media sosial, khususnya TikTok. Platform ini tidak hanya berperan sebagai alat hiburan, tetapi juga sebagai tempat membentuk identitas, berinteraksi secara sosial, dan sumber utama informasi. Paparan terhadap konten viral yang selalu diperbaharui menciptakan dorongan kuat bagi Generasi Z untuk tetap terhubung agar tidak merasa ketinggalan dari lingkungan sosialnya. Situasi ini menjadi pemicu utama munculnya FoMO dan mempengaruhi berbagai bidang kehidupan individu. Dari segi kesehatan mental, FoMO berkontribusi pada peningkatan kecemasan, stres, dan rasa tidak aman. Orang dengan FoMO tinggi cenderung merasa cemas saat tidak bisa mengakses media sosial karena khawatir kehilangan informasi atau momen penting. Tekanan ini mendorong mereka untuk terus memantau aktivitas orang lain di media sosial, yang akhirnya memicu kebiasaan membandingkan diri secara berlebihan. Perbandingan sosial yang berkelanjutan dapat menurunkan kepercayaan diri dan kepuasan hidup, serta berpotensi menyebabkan gangguan emosional jika berlangsung lama. Selain mempengaruhi

kondisi psikologis, FoMO juga memengaruhi perubahan pola hidup Generasi Z. Dorongan untuk mengikuti tren digital membuat individu menghabiskan banyak waktu di media sosial setiap hari. Penggunaan intensif ini berdampak pada penurunan produktivitas, terutama dalam belajar dan bekerja. Banyak orang mengalami kesulitan fokus, menunda tugas, serta gangguan pola tidur karena kebiasaan mengakses media sosial hingga malam hari. Ini menunjukkan bahwa FoMO tidak hanya mempengaruhi emosi, tetapi juga membentuk kebiasaan dan rutinitas harian.

FoMO turut mempengaruhi kualitas interaksi Generasi Z di dunia nyata. Ketergantungan pada media sosial menyebabkan sebagian individu lebih terfokus pada kehidupan digital daripada membangun hubungan langsung dengan orang di sekitarnya. Interaksi langsung berkurang, komunikasi antarpribadi melemah, dan empati terhadap orang lain cenderung menurun. Kondisi ini menciptakan paradoks sosial, di mana individu tampak aktif dan terhubung secara daring, tetapi justru merasa kesepian di kehidupan sehari-hari. FoMO juga berperan signifikan dalam mendorong perilaku konsumtif Generasi Z. Media sosial menjadi ruang promosi yang efektif untuk berbagai produk tren, sehingga mendorong individu melakukan pembelian spontan. Produk yang sedang viral sering dibeli bukan karena kebutuhan, melainkan karena tekanan sosial dan keinginan untuk tetap relevan di kalangan teman. Konsumsi seperti ini tidak hanya mempengaruhi kondisi keuangan, tetapi juga memperkuat siklus FoMO, karena individu terus didorong mengikuti tren yang selalu berubah. Di lain pihak, hasil kajian juga menunjukkan bahwa dampak FoMO dapat dikurangi melalui faktor internal individu. Kepercayaan diri dan kemampuan kontrol diri yang baik membantu Generasi Z menghadapi tekanan sosial digital dengan lebih rasional. Individu yang bisa mengatur penggunaan media sosial secara bijak cenderung tidak mudah terpengaruh oleh tren sementara. Selain itu, kesadaran bahwa konten di media sosial tidak sepenuhnya merepresentasikan realitas kehidupan menjadi faktor krusial dalam mengurangi perbandingan sosial yang berlebihan. Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa FoMO adalah fenomena multidimensi yang mempengaruhi kesehatan mental, pola hidup, interaksi sosial, dan perilaku konsumtif Generasi Z. Media sosial, terutama TikTok, memperkuat kemunculan FoMO melalui paparan tren yang cepat dan berulang. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran pribadi dalam mengelola penggunaan media sosial serta dukungan dari lingkungan untuk menciptakan pola hidup digital yang sehat dan seimbang (Rahmadania et al., 2025)

5. KESIMPULAN

FoMO adalah isu psikologis dan sosial yang semakin relevan dalam kehidupan Generasi Z, terutama di kalangan pengguna media sosial TikTok. Tingkat penggunaan media sosial yang tinggi, ditambah dengan fitur *For You Page* (FYP) di TikTok yang menampilkan konten viral dengan cepat dan berulang, membuat Generasi Z lebih rentan mengalami tekanan sosial digital berupa rasa takut tertinggal informasi, tren, atau aktifitas sosial yang sedang populer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara FoMO dan peningkatan kecemasan serta depresi pada Generasi Z, dengan penggunaan media sosial berperan sebagai faktor yang memediasi. Orang yang memiliki tingkat FoMO tinggi cenderung memperbesar intensitas penggunaan media sosial agar tetap terhubung dengan lingkungan digital, tetapi perilaku ini justru resiko menambahkan gangguan kesehatan mental.

FoMO berdampak pada stres emosional, perasaan tidak puas terhadap diri sendiri, serta kecenderungan membandingkan kehidupan real dengan gambaran ideal di media sosial. FoMO juga mempengaruhi perubahan pola hidup dan perilaku generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dorongan untuk selalu mengikuti tren digital mengakibatkan peningkatan durasi penggunaan media sosial, penurunan produktivitas belajar, gangguan tidur, serta melemahnya interaksi sosial secara langsung. FoMO juga terbukti memengaruhi perilaku konsumtif, di mana Generasi Z sering melakukan pembelian spontan terhadap produk yang sedang tren demi mendapatkan penerimaan sosial dan menjaga identitas diri di lingkungan digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustia Rahmi, A., Hasibuan, N. S., Purba, N. G., Manurung, S. R., & Thohiri, R. (2025). Hubungan stres akademik dan kualitas tidur pada mahasiswa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 3(4), 2017–2024. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.697>
- Aini, N. F., Safitri, D., & Info, A. (2024). Perilaku konsumtif Gen Z dalam kehadiran TikTok Shop. *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 1(2), 878–888.
- Deandra Rafiq Daffa, Arthuro, D., Fernanda, J. A., & Pratama, M. B. W. (2024). Gen-Z: Eksplorasi identitas budaya dan tantangan sosial dalam era digital. *Jurnal Insan Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 2(2), 169–183. <https://doi.org/10.59581/jipsoshum-widyakarya.v2i2.3112>
- Fauzi, T., & Fredian, L. (2024). Dampak sosial media terhadap sindrom FOMO pada perilaku remaja. *POTENSI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(4).

- Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandy, G. A. (2024). Pengaruh self-esteem terhadap Fear of Missing Out (FOMO) pada Generasi Z pengguna media sosial. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 21. <https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2823>
- Kholizha, N., Fahsyah, P. A., & Junaidi, A. (2024). Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) pada Generasi Z dalam mengikuti tren TikTok. *Kiwari*, 4(1), 61–70.
- Maulana, R., & Hariyanto, D. (2024). Tren TikTok: Mengurai perilaku remaja di era digital. *Jurnal (tanpa nama jelas)*, 1, 55–64.
- Maza, S., & Aprianty, R. A. (2022). Hubungan kontrol diri dengan Fear of Missing Out (FOMO) pada remaja pengguna media sosial. *Jurnal Mahasiswa BK An-Nur*, 148–157.
- Nur, F. H., & Jans, R. O. (2025). Pengaruh fenomena FOMO karakter Labubu terhadap penjualan produk berbasis tren pada Gen-Z. *Binus Business Review*, 14.
- Panggabean, N. C., & Beru Brahmana, K. M. (2021). Literatur review: Pengaruh kecenderungan Fear of Missing Out (FOMO) pada Generasi Milenial (Gen Z) di Indonesia. *Southeast Asian Journal of Technology and Science*, 2(2), 104–108.
- Pasaribu, F. (2020). Eksposisi Kolose 2:6–8: Generasi Z yang terpapar sindrom Fear of Missing Out. *Mitra Sriwijaya: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristen*, 5(1), 111–126. <https://doi.org/10.46974/ms.v5i1.112>
- Rahmadania, S., Setiawan, J. H., & Putri, N. A. (2025). Tantangan Generasi Z dalam menyeimbangkan gaya hidup sustainable fashion dan tren FOMO. *MEDIASI: Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi*, 6(2), 148–163. <https://doi.org/10.46961/mediasi.v6i2.1577>
- Rahmawati, A., & Muthi'ah, B. N. (2025). Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) outfit pada perempuan: Antara identitas diri dan gaya hidup konsumtif. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 3(4), 4694–4703.
- Romadhoni, Q. T., & Rahayu, N. F. (2025). Pengaruh FOMO (Fear of Missing Out) terhadap kecemasan dan depresi pada Generasi Z: Analisis mediasi penggunaan media sosial. *AIB Journal of Economic Insights*, 1(1), 1–12.
- Rosjayani, P. A., Idrus, N. I., & Tang, M. (2024). Fenomena mahasiswa terhadap sindrom Fear of Missing Out. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(5), 4284–4298.
- Safitri, D., Roosyidah, A., & Wijaya, S. (2024). Perilaku Fear of Missing Out (FOMO) pada gaya hidup Generasi Z di media sosial. *Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Sosial (SNIIS)*, 1051–1061.
- Sundava, S. (2025). Pengaruh tren FOMO (Fear of Missing Out), konten marketing, dan flash sale terhadap minat beli pada TikTok Shop. *Journal of Business Economics and Management*, 2(1), 1694–1702.
- Tegar, W., & Riduwan, M. T. (2024). Merintis usaha di era digitalisasi oleh Gen Z FOMO dengan strategi pemasaran bersaing tanpa bantuan influencer. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (JEBISMA)*, 2(2), 1–8. <https://doi.org/10.70197/jebisma.v2i2.87>

Zacky, M., Nur, M., & Abdullah, A. (2025). Analisis dampak FOMO terhadap kesehatan mental Gen Z. NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 12(5), 1798–1802.