

**FENOMENA *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DALAM GAYA HIDUP
REMAJA PERKOTAAN KOTA BEKASI**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

Oleh :

ANANDA AULIA FITRIANA

20107020057

Pembimbing:

Agus Saputro, M.Si.

NIP. 19900113 201801 1 003

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2024**



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-405/Un.02/DSH/PP.00.9/03/2024

Tugas Akhir dengan judul : FENOMENA FEAR OF MISSING OUT (FOMO) DALAM GAYA HIDUP REMAJA
PERKOTAAN KOTA BEKASI

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ANANDA AULIA FITRIANA
Nomor Induk Mahasiswa : 20107020057
Telah diujikan pada : Rabu, 21 Februari 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Agus Saputro, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 65e90a563b78



Penguji I
Ambar Sari Dewi, S.Sos., M.Si., P.hD.
SIGNED

Valid ID: 65e874a6d3a1



Penguji II
Dwi Nur Laela Fithriya, S.IP., M.A.
SIGNED

Valid ID: 65e99c378bf50



Yogyakarta, 21 Februari 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 65ea94323a206

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ananda Aulia Fitriana
NIM : 20107020057
Program Studi : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam Gaya Hidup Remaja Perkotaan Kota Bekasi adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penyusun.

Yogyakarta, 5 Februari 2024

Yang menyatakan,



Ananda Aulia Fitriana
20107020057

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Kepada Yth
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta
Assalamualaikum. Wr.Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberi petunjuk serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Ananda Aulia Fitriana
NIM : 20107020057
Prodi : Sosiologi
Judul : FENOMENA FEAR OF MISSING OUT (FOMO) DALAM GAYA HIDUP REMAJA PERKOTAAN KOTA BEKASI

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu Sosiologi.

Harapan saya semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.
Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 7 Februari 2024



Agus Saputro, S.Sos., M.Si
NIP.19900113 2018011 003

MOTTO

“Light will be seen clearly when it’s at a height,”

- Ananda Aulia Fitriana

“Berdoalah niscaya akan dikabulkan,”

“Allah menurut prasangka hamba-Nya,”

“Sesungguhnya Allah tidak pernah menyalahi janji,”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk diri sendiri, semoga dapat menjadi individu yang lebih percaya diri dan bermanfaat bagi banyak orang, terutama kedua orangtua penulis (Bapak Basarudin dan Ibu Riyatni) serta kerabat penulis.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, penulis panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, karunia, hidayah, dan inayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul, “Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam Gaya Hidup Remaja Perkotaan Kota Bekasi”. Tidak lupa pula sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan dan pemberi syafaat di yaumul akhir.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bimbingan, dukungan dan masukan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al-Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Muryanti, S.Sos., M.A. selaku Ketua Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Kedua Orangtua, Bapak Basarudin dan Mama Riyatni yang tidak pernah berhenti memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan, baik moril maupun materil kepada penulis.

5. Bapak Agus Saputro, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi (DPS). Saya ucapkan terima kasih atas bimbingan dan arahnya dalam hal akademik selama saya menjalani kuliah di Program Studi Sosiologi. Terima kasih juga atas waktu, tenaga dan kesabaran yang telah diberikan selama proses penulisan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Ambar Sari Dewi M.Si, P.hD., dan Ibu Dwi Nur Laela Fithriya, S.IP., M.A. selaku Dosen Penguji II dan II yang telah memberikan masukan serta dan arahan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Segenap Dosen Program Studi Sosiologi, yang senantiasa membimbing dan memberikan ilmu serta pengalamannya.
8. Staff Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah membantu mengurus surat-surat yang berhubungan dengan skripsi ini.
9. Seluruh informan yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
10. Teman-teman di Bekasi, Mustap, Nisa, Anita, Sintia, Lutfiyatul, Fauziah, Dini dan Putri, yang telah mendengarkan keluh kesah, memberikan dukungan sekaligus kebahagiaan selama proses penulisan skripsi ini.

11. Teman-teman seperjuangan, Diah, Yesi, Zahra, Yani, Ulfa, Mbak Dilla, N. Suraswati, Roehan, Arsyad, Mumtaz, dan seluruh anggota SMS, yang telah kebersamai serta memberikan pengalaman luar biasa selama masa perkuliahan.
12. Kim Taehyung, Jeon Jungkook, Jung Jaehyun, Watanabe Haruto, Lin Yi, Chen Ze Yuan, Park Jong Seong dan Lee Heesung, yang telah mewarnai masa-masa kegundahan penulis.

ABSTRAK

Fear Of Missing Out atau biasa dikenal dengan istilah FOMO merupakan permasalahan psikologis yang belakangan ini berkembang menjadi fenomena sosial yang mempengaruhi kehidupan masyarakat. Terdapat korelasi antara kecenderungan FOMO dengan penggunaan internet. Remaja adalah kelompok usia dengan tingkat penetrasi internet tertinggi mencapai 99,16%. Sedangkan, Kota Bekasi sendiri menduduki peringkat ketiga sebagai kota penyumbang penggunaan media sosial terbanyak Se-Jawa Barat. Hal inilah yang membuat fenomena FOMO berkembang dalam gaya hidup remaja Kota Bekasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan fenomena *Fear Of Missing Out* (FOMO) dalam gaya hidup remaja Kota Bekasi, meliputi pemaknaan, faktor pendorong dan faktor penghambat, serta dampaknya. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Menggunakan teori masyarakat konsumerisme Jean Baudrillard, penelitian ini menganalisis bagaimana fenomena FOMO mempengaruhi pola konsumsi remaja Kota Bekasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan remaja Kota Bekasi terhadap fenomena FOMO cenderung negatif. Pemaknaan ini berpengaruh terhadap kesadaran mereka akan pengalamannya terkait FOMO. Terdapat empat faktor pendorong (iklan, online shop, teman sepergaulan dan lingkungan sekitar, diskon atau potongan harga, idola atau *role model*) dan satu faktor penghambat (ekonomi atau keuangan) yang mempengaruhi perkembangan fenomena FOMO di kalangan remaja Kota Bekasi. Adapun dampak dari fenomena FOMO diantaranya intensitas penggunaan gadget yang tinggi, hilangnya rasa penghayatan terhadap barang yang dimiliki, jarang bersosialisasi, dan perilaku konsumtif. Menggunakan teori Masyarakat Konsumersime Jean Baudrillard, hasil dari analisis yang dapat disimpulkan yaitu remaja Kota Bekasi telah mengadopsi pola konsumsi berdasarkan pada *sign value* (nilai tanda). Selain itu, konsumsi telah dijadikan sebagai tolak ukur nilai dan identitas.

Keyword: *Fear of Missing Out*, Gaya Hidup, Remaja, Kota Bekasi

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR DIAGRAM.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	7
C. TUJUAN PENELITIAN	7
D. MANFAAT PENELITIAN	8
1. Manfaat Teoritis	8
2. Manfaat Praktis	8
E. TINJAUAN PUSTAKA	9
F. LANDASAN TEORI.....	15
1. <i>Fear of Missing Out</i>	155
2. Gaya Hidup	18
3. Remaja	22
4. Teori Konsumerisme Jean Baudrillard	27

G. METODE PENELITIAN.....	33
1. Jenis Penelitian.....	33
2. Subjek dan Lokasi Penelitian.....	34
3. Metode Pengumpulan Data.....	35
4. Metode Analisis Data.....	39
H. SISTEMATIKA PEMBAHASAN.....	41
BAB II GAMBARAN UMUM	44
A. PROFIL SINGKAT KOTA BEKASI.....	44
B. KONSUMERISME DI INDONESIA	45
C. REMAJA KOTA BEKASI	50
1. <i>Pendidikan</i>	50
2. <i>Sosial</i>	52
3. <i>Gaya Hidup</i>	53
4. <i>Teknologi</i>	54
5. <i>Religiusitas</i>	54
D. PROFIL INFORMAN.....	55
BAB III HASIL TEMUAN.....	57
A. PRAKTIK FENOMENA FEAR OF MISSING OUT (FOMO) DALAM GAYA HIDUP REMAJA KOTA BEKASI	57
B. PEMAKNAAN FENOMENA FEAR OF MISSING OUT (FOMO) BAGI REMAJA KOTA BEKASI.....	62
C. FAKTOR PENDORONG PERKEMBANGAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO) DI KALANGAN REMAJA KOTA BEKASI.....	64
1. <i>Online Shop</i>	64
2. <i>Iklan</i>	66
3. <i>Teman Sepergaulan Dan Lingkungan Sekitar</i>	68

4. Diskon Atau Potongan Harga	69
5. Idola atau <i>Role Model</i>	71
D. FAKTOR PENGHAMBAT PERKEMBANGAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO) DI KALANGAN REMAJA KOTA BEKASI.....	73
E. DAMPAK FEAR OF MISSING OUT (FOMO) TERHADAP GAYA HIDUP REMAJA KOTA BEKASI.....	75
1. Intensitas Penggunaan Gadget Yang Tinggi.....	75
2. Menimbulkan Perasaan Menyesal Atau Bahkan Kehilangan Rasa Penghayatan Terhadap Produk Atau Barang Yang Dimiliki.....	77
3. Kurang Bersosialisasi Dengan Lingkungan Sekitar.....	78
4. Perilaku Konsumtif	80
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	83
A. PROSES SIMULASI DALAM FENOMENA FEAR OF MISSING OUT (FOMO) REMAJA KOTA BEKASI.....	85
B. PROSES HIPERREALITAS DALAM FENOMENA FEAR OF MISSING OUT (FOMO) REMAJA KOTA BEKASI.....	87
C. KONSUMERISME DALAM FENOMENA FEAR OF MISSING OUT (FOMO) REMAJA KOTA BEKASI.....	89
1. <i>SIGN VALUE</i> DALAM PRAKTIK FOMO	90
2. KONSUMSI SEBAGAI IDENTITAS	92
BAB V PENUTUP	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	100
DAFTAR LAMPIRAN	108
CURRICULUM VITAE.....	112

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 <i>Capture</i> bukti pembelian melalui chat dengan informan	70
GAMBAR 2 Foto Jung Jaehyun NCT	72
GAMBAR 3 Foto Informan dengan Jaket Serupa.....	72
GAMBAR 4 Produk <i>Exfoliasi</i> yang Dibeli oleh Informan	81

DAFTAR TABEL

TABEL 1 Pengumpulan Data Wawancara dan Observasi	38
TABEL 2 Rincian Penduduk Kota Bekasi	44
TABEL 3 Jenjang Pendidikan Penduduk Kota Bekasi	50
TABEL 4 Penggunaan <i>Gadget</i> Informan	58

DAFTAR DIAGRAM

DIAGRAM 1 Media Sosial yang paling sering digunakan Remaja	60
---	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Secara definitif, studi-studi sosial membagi masyarakat ke dalam dua tipologi, yaitu masyarakat pedesaan dan masyarakat perkotaan. Masyarakat perkotaan dicirikan sebagai masyarakat modern, berbanding terbalik dengan masyarakat pedesaan yang diidentikkan sebagai masyarakat tradisional, terutama jika ditinjau dari aspek sosial-budaya (kultur) nya.¹ Masyarakat perkotaan cenderung memiliki karakteristik yang individualis, kompetitif, produktif dan terbuka terhadap hal-hal baru, seperti globalisasi. Masyarakat perkotaan juga lebih *aware* terhadap kemajuan teknologi dibanding dengan masyarakat pedesaan. Yulianthi² dalam bukunya, menjelaskan beberapa ciri masyarakat perkotaan, diantaranya adalah interaksi yang terjalin cenderung didasari oleh kepentingan semata, perubahan sosial lebih terlihat karena masyarakat perkotaan lazimnya lebih mudah menerima pengaruh dari luar, adanya perubahan sikap serta pola perilaku masyarakat yang dipengaruhi oleh perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Sikap terbuka masyarakat perkotaan terhadap pengaruh-pengaruh dari luar, termasuk pada perkembangan teknologi, memberikan banyak dampak, salah satunya adalah maraknya penggunaan internet.

Internet merupakan bagian dari perkembangan teknologi yang diciptakan untuk memberikan kemudahan kepada seseorang agar dapat

¹ Cahyono, "Identitas Muslim Urban" (Universitas Kristen Satya Wacana, 2018).

² Yulianthi, *Ilmu Sosial Budaya Dasar* (Sleman: Deepublish, 2015).

mengakses segala hal yang ingin mereka ketahui. Dengan adanya internet, informasi-informasi baru dapat dengan cepat diketahui oleh banyak orang. Internet adalah alat yang sangat penting dalam kehidupan masa kini. Internet bisa digunakan untuk mengeksplorasi dunia, menambah pengetahuan serta melatih kemampuan. Oleh karena itu, penggunaan internet di masyarakat semakin mengalami peningkatan dari tahun ke tahun³, terutama di kalangan remaja.⁴

Menurut Elizabeth Hurlock, remaja merupakan masa transisi dimana individu belum dapat berdiri sendiri, kuat dan penuh tanggung jawab, baik bagi dirinya maupun masyarakat. Sedangkan, menurut Sarwono, remaja cenderung memiliki rasa keingintahuan yang besar, mencoba hal-hal baru serta mudah terpengaruh oleh teman sebaya (peer group) dan lingkungan sekitarnya.⁵ Prof. Dr. Soerjono Soekanto dalam bukunya, menuliskan bahwa terdapat beberapa karakteristik remaja di antaranya perkembangan fisik yang cepat, memiliki keinginan besar untuk melakukan interaksi sosial serta memperoleh kepercayaan dari individu yang lebih dewasa, mulai merencanakan kehidupan secara mandiri (dengan terlepas dari pengawasan), adanya pertumbuhan taraf intelektualitas serta menginginkan hak otonom dalam menentukan nilai-nilai dan norma-norma yang mereka ikuti.⁶ Soerjono

³ Adi Ahdiat, "Penetrasi Internet Di Indonesia Tumbuh Pesat Dalam 10 Tahun Terakhir," databoks, 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/09/penetrasi-internet-di-indonesia-tumbuh-pesat-dalam-10-tahun-terakhir>.

⁴ Dimas Bayu, "Remaja Paling Banyak Gunkan Internet Di Indonesia Pada 2022," Dataindonesia.id, 2022, <https://dataindonesia.id/internet/detail/remaja-paling-banyak-gunakan-internet-di-indonesia-pada-2022>.

⁵ Sarlito Wirawan Sarwono, *Psikologi Remaja* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013).

⁶ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Keluarga*, 3rd ed. (Jakarta: Rineka Cipta, 2009).

Soekanto juga menuliskan bahwa remaja merupakan individu yang membutuhkan bimbingan atau panutan dari pihak lain (seperti, guru, orang tua maupun kerabat) selama proses interaksi sosial guna mencegah dampak negatif yang dapat muncul akibat proses tersebut.

Dengan adanya internet, kebutuhan-kebutuhan remaja dapat terpenuhi sehingga mereka selalu merasa antusias dan bahkan tidak dapat lepas dari penggunaannya. Hal ini menyebabkan penggunaan internet di kalangan remaja lebih tinggi daripada orang dewasa. Sebagaimana survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2021-2022 ditemukan bahwa tingkat penetrasi internet pada remaja usia 13-18 tahun telah mencapai 99,16% dan menjadi yang tertinggi daripada kelompok usia lainnya.⁷ Adapun motivasi remaja dalam mempergunakan internet tidak sekedar untuk mencari informasi, tetapi juga berinteraksi dengan teman lama atau baru serta untuk hiburan.⁸

Pada dasarnya, internet memberikan banyak dampak bagi kehidupan remaja, baik positif maupun negatif. Dampak positif dari penggunaan internet diantaranya yaitu memudahkan remaja dalam memahami pelajaran, menyalurkan hobi dan sebagai tempat untuk melepaskan rasa bosan. Maka tidak heran, jika di Indonesia sendiri remaja menjadi kalangan yang mendominasi penggunaan internet. Terlepas dari dampak positif yang telah

⁷ Bayu, "Remaja Paling Banyak Gunkan Internet Di Indonesia Pada 2022."

⁸ Brs, "98 Persen Anak Dan Remaja Tahu Internet," KOMINFO, 2014, https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/3836/98+Persen-Anak-dan-Remaja-Tahu-Internet/0/berita_satker.

disebutkan, internet juga membawa dampak negatif bagi para remaja, salah satunya adalah perubahan gaya hidup.

Berdasarkan hasil penelitian Shalika Fajrin Triananda, Dinie Anggraeni Dewi dan Yayang Furi Furnamasari berjudul, “Peranan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja”, ditemukan bahwa perubahan gaya hidup remaja dapat dipengaruhi oleh apa yang mereka lihat di media sosial.⁹ Hal inilah yang kemudian menimbulkan keinginan dalam diri para remaja untuk selalu mengikuti perkembangan trend. Karena jika tidak mengikutinya, maka mereka akan merasa kurang up to date. Selain itu, akan muncul rasa takut tertinggal dari teman-teman yang lain. Rasa takut atau cemas tersebut dapat dikenal dengan istilah *fear of missing out*. Selaras dengan penelitian yang dilakukan Felix Setiadi dan Dharmady Agus, berjudul “Hubungan antara Durasi Penggunaan Jejaring Media Sosial dan Tingkat *Fear of Missing Out* di Kalangan Mahasiswa Kedokteran di Jakarta”, ditemukan bahwa terdapat hubungan positif antara durasi penggunaan jejaring media sosial dan tingkat *fear of missing out* di Kalangan Mahasiswa di Jakarta.¹⁰ Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa penggunaan internet (khususnya jejaring media sosial) berpotensi memunculkan *fear of missing out*.

Fear of Missing Out atau biasa dikenal dengan istilah FOMO adalah perasaan gelisah, cemas, dan takut kehilangan peristiwa tertentu yang ditandai

⁹ Shalika Fajrin Triananda, Dinie Anggraeni Dewi, and Yayang Furi Furnamasari, “Peranan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja,” n.d.

¹⁰ Felix Setiadi et al., “Hubungan Antara Durasi Penggunaan Jejaring Sosial Dan Tingkat Fear of Missing Out Di Kalangan Mahasiswa Kedokteran Di Jakarta The Association Between Social Network Usage Duration and Fear of Missing Out Level Among Medical Student in Jakarta,” *Damianus Journal of Medicine*, vol. 19 (Jakarta Utara, 2020).

dengan keinginan selalu mengecek media sosialnya.¹¹ *Fear of Missing Out* ini merupakan permasalahan yang menyerang mental seorang individu. Kemudian, seiring berjalannya waktu *Fear of missing out* telah berkembang menjadi fenomena yang berdampak pada kehidupan sosial masyarakat. Belakangan ini, fenomena FOMO seringkali dijumpai dalam kehidupan sehari-hari dan menjadi tren, terutama di kalangan anak muda. Sebagaimana pernyataan yang disampaikan oleh Penggiat Sosial bernama Damar Juniarto, bahwa sebanyak 68% milenial Indonesia terjangkit fenomena *Fear of Missing Out*.¹²

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), masyarakat Indonesia semakin konsumtif. Hal tersebut dapat terlihat dari adanya penurunan *Marginal Propensity to Save* (MPS) dan kenaikan *Marginal Propensity to Consume* (MPC) dalam 3 tahun terakhir. Perkembangan teknologi memberikan pengaruh pada cara masyarakat Indonesia terhubung dengan produk dan merek. Media sosial dan platform belanja online (*e-commerce*) merupakan dua diantara beberapa media yang telah meningkatkan kesadaran masyarakat terkait merek dan minat terhadap suatu produk. Hal ini turut mengubah pola konsumsi mereka. Kegiatan mengonsumsi tidak hanya didasari kebutuhan hidup, melainkan juga untuk memuaskan keinginan mereka. Masyarakat cenderung melakukan pembelian tanpa pertimbangan

¹¹ Syahrudin et al., *Fenomena Komunikasi Di Era Virtualitas* (CV Green Publisher Indonesia, 2023).

¹² Endra Kurniawan, "Fenomena Viral Di Media Sosial, Pengamat Sebut 68% Milenial Indonesia Terjangkit FOMO," *Tribunnews.com*, 2019, <https://www.tribunnews.com/nasional/2019/11/24/fenomena-viral-di-media-sosial-pengamat-sebut-68-millennial-indonesia-terjangkit-fomo>.

yang rasional dan menyebabkan munculnya perilaku konsumtif. Beberapa faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif adalah kecenderungan berbelanja yang berlebihan, ketertarikan, kebutuhan konsumsi harian, ikut-ikutan tren maupun teman, serta diskon.

Berdasarkan data yang dituliskan oleh Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur¹³, generasi milenial di Indonesia dapat menghabiskan hingga 50 persen pendapatannya pada sektor gaya hidup 4S, yaitu *sugar* (makanan dan minuman), *skin* (perawatan tubuh dan kecantikan), *sun* (liburan dan hiburan), dan *screen* (konsumsi layar digital). Sebagaimana karakteristik dari remaja sendiri yaitu memiliki psikis yang labil sehingga mereka mudah di pengaruhi oleh perilaku konsumtif. Oleh karena itu, tidak sedikit dari remaja Indonesia telah menjadikan kegiatan mengonsumsi sebagai salah satu gaya hidup, yang dikenal dengan gaya hidup konsumerisme.

Kota Bekasi merupakan salah satu kota yang terdapat di Provinsi Jawa Barat. Bekasi memiliki makna serupa dengan Candrabaga yaitu nama sungai yang melewati kota ini. Kota Bekasi adalah kota satelit dengan jumlah penduduk terbanyak se-Indonesia yang masyarakatnya didominasi oleh kaum urban dan sentra industri.¹⁴ Berdasarkan data statistik pengguna media sosial di Jawa Barat dalam Jurnal berjudul “Kemampuan Literasi Digital Masyarakat Kota Bekasi tentang Berita Covid-19 di Line Today”, Kota Bekasi berada pada peringkat ketiga sebagai kota penyumbang penggunaan media sosial

¹³ “Gaya Hidup Generasi Milenial Mampu Dorong Pertumbuhan Ekonomi,” Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur, 2019, <https://kominfo.jatimprov.go.id/read/umum/gaya-hidup-generasi-milenial-mampu-dorong-pertumbuhan-ekonomi>.

¹⁴ McGee T. G., Robinson, and Ira M, *The Mega-Urban Regions of Southeast Asia* (Vancouver: UBC Press, 1995).

terbanyak Se-Jawa Barat dengan total mencapai 1.674.400 pengguna.¹⁵ Selain itu, pemerintah Kota Bekasi juga berencana mengembangkan program smart city yang mendukung penggunaan internet dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.¹⁶

Oleh karena itu, penulis merasa penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui perkembangan fenomena *Fear of Missing Out* dan dampak yang ditimbulkan bagi kehidupan sosial remaja Kota Bekasi, khususnya pada gaya hidup mereka, agar para orangtua dan lembaga yang berkaitan dengan persoalan remaja dapat mengambil langkah-langkah terbaik untuk mengantisipasi maupun menghadapi fenomena tersebut.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan oleh penulis, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana fenomena *Fear of Missing Out* berkembang dalam gaya hidup remaja perkotaan Kota Bekasi?”

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian berguna untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang dituliskan dalam rumusan masalah serta menjadi landasan bagi pokok-pokok permasalahan yang akan dibahas pada bab III. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pemaknaan *Fear of Missing Out* bagi remaja Kota Bekasi.

¹⁵ Sri Wahyuni and Joko Wasisto, “Kemampuan Literasi Digital Masyarakat Kota Bekasi Tentang Berita Covid-19 Di Line Today,” *ANUVA* 7, no. 1 (2023): 63–79.

¹⁶ Tatik Yuniarti and Muhammad Armen, “Implementasi Bekasi Smart City: Pengaruh Karakteristik Pengguna Terhadap Perilaku Komunikasi Pengguna Pengaduan Online Terpadu (POT),” *PIKOM* 21, no. 2 (2020).

2. Untuk mengetahui faktor pendorong dan faktor penghambat berkembangnya fenomena *Fear of Missing Out* di kalangan remaja Kota Bekasi.
3. Untuk mengetahui dampak *Fear of Missing Out* terhadap gaya hidup remaja Kota Bekasi.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu untuk mengembangkan kajian teoritik dalam dunia keilmuan, khususnya pada studi sosiologi pemuda (*youth sociology*), sosiologi keluarga dan psikologi sosial. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi penguat bagi penelitian yang telah dilakukan sebelumnya serta dapat digunakan sebagai dasar pengembangan dan referensi bagi penelitian selanjutnya yang sejenis.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu membantu para orangtua dalam menentukan pola asuh yang tepat. Kemudian, membantu pemerintah, guru-guru serta lembaga kemasyarakatan yang berkaitan dengan persoalan pemuda dalam pengambilan kebijakan yang tepat untuk menangani fenomena tersebut. Selain itu, dapat menjadi pedoman atau landasan ketika ingin membuat program-program pengembangan yang berkaitan dengan remaja. Adapun bagi remaja itu sendiri, penelitian ini diharapkan dapat memunculkan kesadaran atas fenomena yang sedang tren

(marak terjadi) di sekitarnya atau bahkan telah dialami oleh diri mereka sendiri.

E. TINJAUAN PUSTAKA

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Rizki Setiawan Akbar, Audry Aulya, Adra Apsari dan Lisda Sofia berjudul “Ketakutan akan Kehilangan Momen (FoMO) pada Remaja Kota Samarinda”.¹⁷ Menggunakan metode kualitatif dengan data yang diperoleh melalui studi kasus, observasi dan wawancara, penelitian ini menjelaskan bahwa ketakutan akan kehilangan momen muncul karena tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *relatedness* serta tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *self*. Dijelaskan pula jika media sosial merupakan salah satu penyebab seseorang mengalami gejala *Fear of Missing Out*.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Nurendra Riastyanto, Pudji Muljono, dan Siti Amanah berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Fenomena *Fear of Missing Out* pada Nelayan di Wilayah Suradadi, Kabupaten Tegal”.¹⁸ Dengan menggunakan metode campuran (Mix Methode), penelitian ini menemukan bahwa Nelayan di Kecamatan Suradadi memiliki kecenderungan *FoMO* yang tinggi. Kecenderungan itu salah satunya dipengaruhi oleh aplikasi *Maverick* yang membuat para nelayan berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas hasil tangkapannya. Adapun dampak dari

¹⁷ Rizki Setiawan Akbar et al., “Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FoMO) Pada Remaja Kota Samarinda,” *Psikostudia J. Psikol* 7, no. 2 (2019): 38.

¹⁸ Nurendra Riastyanto, Pudji Muljono, and Siti Amanah, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Fenomena Fear of Missing Out Pada Nelayan Di Wilayah Suradadi, Kabupaten Tegal,” *Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan* 7, no. 1 (June 26, 2021): 83, <https://doi.org/10.15578/marina.v7i1.9842>.

fenomena *FoMO* yang dialami oleh para nelayan di Kecamatan Suradadi ini justru dianggap positif.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Andi Cahyadi, berjudul “Gambaran Fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Generasi Z di Kalangan Mahasiswa”.¹⁹ Dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif, penelitian ini menjelaskan bahwa fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Generasi Z di kalangan mahasiswa masih tergolong dalam kategori sedang. Selain itu, kecemasan, kegelisahan dan rasa takut yang dialami oleh mahasiswa ketika mereka tidak selalu terhubung dengan orang lain melalui internet atau dunia maya juga masih dalam kategori sedang.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Salma Nadzirah, Wahidah Fitriani dan Putri Yeni, berjudul “Dampak Sindrom *FoMO* terhadap Interaksi Sosial pada Remaja”.²⁰ Menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui *library research*, penelitian ini menjelaskan bahwa ketakutan akan adanya peristiwa menarik, terstimulasi oleh hal yang ditulis di dalam media sosial seseorang. Adapun dampak dari *Fear Missing Out* sendiri adalah kurangnya interaksi sosial dengan lingkungan sekitar. Hal ini dikarenakan seseorang yang mengalami *FoMO* terlalu sibuk memikirkan informasi yang *up to date* di media sosial dibanding peristiwa di dunia nyata.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Rizky Fitriannisa Ayuningtyas dan Bambang Diby Wiyono, berjudul, “Studi mengenai Kecanduan Internet

¹⁹ Andi Cahyadi Program et al., “Gambaran Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) Pada Generasi Z Di Kalangan Mahasiswa Gambaran Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) Pada Generasi Z Di Kalangan Mahasiswa,” n.d.

²⁰ Salma Nadzirah et al., “Dampak Sindrom FoMO Terhadap Interaksi Sosial Pada Remaja Impact of FoMO Syndrome on Social Interaction in Adolescent,” n.d.

dan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Siswa di SMK Negeri 1 Driyorejo”.²¹ Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat 5 siswa yang mengalami kecanduan internet dan FOMO. Bentuk-bentuk kecanduan internet yang dialami sangat beragam diantaranya seperti sering merasa kesal dan cemas jika handphone yang digunakan tidak dapat tersambung ke internet, melakukan segala cara agar dapat mengakses internet dengan lancar, terlalu asyik mengakses internet hingga melupakan kewajiban-kewajibannya sebagai pelajar, sering menanti waktu untuk mengakses internet ketika sedang tidak melakukannya serta durasi bermain internet yang semakin hari semakin bertambah. Kecanduan internet serta FOMO ini berdampak pada beberapa hal, yaitu akademik siswa, fisik serta finansial.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Michelle Apollo dan Meike Kurniawati, berjudul, “Pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar Kpop Remaja Akhir pada Produk Merchandise KPop”.²² Menggunakan metode kuantitatif, penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap perilaku konsumtif. Jika tingkat *Fear Of Missing Out* (FOMO) seseorang tinggi, maka perilaku konsumtifnya pun tinggi. Dalam konteks penggemar K-

²¹ Rizky Fitriannisa Ayuningtyas and Bambang Dibyoy Wiyono, “Studi Mengenai Kecanduan Internet Dan Fear Of Missing Out (FoMO) Pada Siswa Di SMK Negeri 1 Driyorejo Studi Mengenai Kecanduan Internet Dan Fear Of Missing Out (FoMO) Pada Siswa Di SMK Negeri 1 Driyorejo Rizky Fitriannisa Ayuningtyas Bambang Dibyoy Wiyono,” n.d.

²² Michelle Apolo and Meike Kurniawati, “Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar KPOP Remaja Akhir Pada Produk Merchandise KPOP,” *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 3, no. 6 (2023): 3847–58.

Pop remaja akhir ini ditemukan bahwa mayoritas dari mereka masih berada pada tingkat FOMO yang sedang.

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Wilga Secsio Ratsja Putri, R. Nunung Nurwati & Meilanny Budiarti S, berjudul, “Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Remaja”.²³ Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, penelitian ini menjelaskan bahwa media sosial membawa pengaruh positif dan pengaruh negatif. Pengaruh positif di antaranya dapat menjadi tempat promosi yang baik dan murah, memperluas jaringan pertemanan serta menjadi media komunikasi yang mudah. Sedangkan, pengaruh negatifnya adalah mengganggu kegiatan belajar remaja, bahaya kejahatan serta bahaya penipuan. Kemudian, ditemukan bahwa remaja yang menjadi hiperaktif di media sosial akan sering mengunggah kegiatan sehari-hari mereka yang seakan memvisualisasikan gaya hidup mereka sesuai dengan perkembangan jaman, sehingga dapat dianggap lebih populer di lingkungannya. Namun, apa yang mereka unggah di media sosial pada kenyataannya tidak selalu memvisualisasikan keadaan *social life* mereka yang sebenarnya.

Kedelapan, penelitian yang dilakukan oleh Siti Amallia, berjudul, “FoMO (*Fear of Missing Out*) Among Youth Viewed From Herbert Marcuse’s *Perspective*”.²⁴ Menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan dianalisis berdasarkan pada teori Dimensi Tunggal (*One Dimensional Man*) yang

²³ Wilga Secsio Ratsja Putri, Nunung Nurwati, and Meilanny Budiarti Santoso, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja,” *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2016).

²⁴ Siti Amallia, “FoMO (*Fear of Missing Out*) Among Youth Viewed From Herbert Marcuse’s *Perspective*,” *Refleksi Jurnal Filsafat Dan Pemikiran Islam* 22, no. 2 (February 27, 2023), <https://doi.org/10.14421/ref.2022.2202-02>.

digagas oleh Herbert Marcuse, penelitian ini menjelaskan bahwa fenomena *FOMO* erat kaitannya dengan sosial media karena fungsi media sosial terkadang bisa berubah menjadi tempat untuk memamerkan kehidupan seseorang. *FOMO* sendiri dapat membawa dampak positif yaitu update perkembangan kondisi tetapi pada realitanya dampak yang muncul lebih mengarah pada hal-hal negatif, seperti mengikis rasa percaya diri terhadap keaslian pribadinya sehingga merasa tidak tenang dan khawatir akan ditinggalkan dengan kondisi baru. Kemudian, jika dilihat dari perspektif Herbert Marcuse, kondisi *FOMO* pada remaja merupakan salah satu ciri kehidupan masyarakat modern yang memiliki satu dimensi.

Kesembilan, penelitian yang dilakukan oleh Felix Setiadi dan Dharmady Agus, berjudul, “Hubungan antara Durasi Penggunaan Jejaring Sosial dan Tingkat *Fear of Missing Out* di Kalangan Mahasiswa Kedokteran di Jakarta”.²⁵ Menggunakan metode analitik dengan studi Cross Sectional, penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang bermakna antara durasi penggunaan jejaring sosial dan tingkat *Fear of Missing Out* di kalangan mahasiswa preklinik Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya tahun 2016-2018. Prevalensi tingkat *FoMO* pada mahasiswa sebanyak 23,3% dan cenderung terjadi pada wanita dengan durasi penggunaan jejaring yang tinggi.

Kesepuluh, penelitian yang dilakukan oleh Emma Azizah dan Fahyuni Baharudin, berjudul, “Hubungan antara *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan

²⁵ Setiadi et al., “Hubungan Antara Durasi Penggunaan Jejaring Sosial Dan Tingkat Fear of Missing Out Di Kalangan Mahasiswa Kedokteran Di Jakarta The Association Between Social Network Usage Duration and Fear of Missing Out Level Among Medical Student in Jakarta.”

Kecanduan Media Sosial Instagram pada Remaja”.²⁶ Menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR), penelitian ini menjelaskan bahwa ketergantungan terhadap media sosial dapat menimbulkan dampak-dampak yang buruk bagi seseorang, seperti gelisah, murung, mudah marah serta tertekan. Ketergantungan ini disebabkan oleh ketakutan akan ketinggalan informasi yang mana menjadi salah satu ciri dari *Fear of Missing Out* (FoMO). Semakin tinggi FOMO maka semakin tinggi pula tingkat kecanduan terhadap media sosial. Oleh karena itu, dapat dikatakan jika terdapat korelasi antara FOMO dengan kecanduan Instagram di kalangan remaja.

Penelitian-penelitian terdahulu telah banyak membahas terkait gambaran umum, penyebab maupun dampak *fear of missing out* di kalangan remaja, yang beberapa di antaranya telah peneliti tuliskan di paragraf sebelumnya. Namun, terdapat perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu yaitu :

1. Subjek Penelitian: Penelitian ini lebih memfokuskan pada remaja (dengan rentang usia 15-19 tahun) yang tinggal di wilayah Kota Bekasi.
2. Lokasi Penelitian: Penelitian ini berfokus pada salah satu wilayah perkotaan yaitu Kota Bekasi.
3. Teori: Dalam penelitian ini teori yang akan digunakan untuk menganalisis data adalah teori konsumerisme (masyarakat konsumsi) dari Jean Baudrillard.

²⁶ Emma Azizah and Fahyuni Baharuddin, “Hubungan Antara Fear of Missing Out (FOMO) Dengan Kecanduan Media Sosial Instagram Pada Remaja Oleh,” n.d.

4. Lingkup Pembahasan: Jika pada penelitian-penelitian terdahulu lebih banyak menggunakan sudut pandang psikologi, seperti hubungan antara FOMO dengan *relatedness*, kecemasan dan regulasi diri. Maka penelitian ini, menggunakan sudut pandang sosiologi, yaitu menganalisis hubungan, salah satunya adalah dampak FOMO bagi gaya hidup dengan teori sosial.

F. LANDASAN TEORI

1. *Fear of Missing Out*

a. Sejarah *Fear of Missing Out*

Pada tahun 1996, fenomena *fear of missing out* pertama kali ditemukan oleh seorang ahli strategi pemasaran bernama Dr. Dan Herman yang kala itu sedang melakukan penelitian untuk Adam Bellouch.²⁷ Empat tahun setelah penemuan fenomena tersebut, Dr. Dan Herman menerbitkan sebuah makalah akademis berjudul, "The Journal of Brand Management" yang di dalamnya membahas terkait *fear of missing out*. Menurut Dr. Dan Herman, fenomena serupa dengan FoMO telah dirasakan sebelum adanya internet, yaitu fenomena "mengikuti keluarga Jones".²⁸ Namun, melalui ponsel, SMS dan media sosial, fenomena ini terus berkembang pesat serta menyebar luas. Oleh karena itu, fenomena *fear of missing out* dapat dianggap sebagai hasil generalisasi dan (intensif) fenomena "mengikuti keluarga Jones".

²⁷ Dan Herman, "Introducing Short-Term Brands: A New Branding Tool for a New Consumer Reality," *Journal of Brand Management* 7, no. 5 (2000): 330–40.

²⁸ Herman.

Kemudian, pada tahun 2004, istilah FoMO kembali dipopulerkan oleh Patrick J McGinnis seorang mahasiswa MBA Harvard, melalui sebuah artikel yang ditulisnya di *The Harbus* (surat kabar Harvard Business School) berjudul, "*Social Theory at HBS: McGinnis's Two FOs*".²⁹ Namun, pada awalnya, McGinnis tidak menyebut fenomena ini dengan istilah FoMO tetapi dengan sebutan *Fear of Better Option* (FoBO). Hal yang melatarbelakangi McGinnis berbicara terkait topik FoMO ini adalah kesadaran terhadap rekan-rekannya yang kesulitan dalam membuat rencana kemudian mengaitkan dengan kesadaran akan kebutuhan untuk hidup.³⁰ Di Indonesia sendiri, menurut Meithiana Indrasari, fenomena *fear of missing out* muncul karena arus informasi yang tumpah ruah akibat tingginya penggunaan internet, khususnya media sosial.³¹ Media sosial yang cepat dan mudah digunakan sering kali membawa dampak buruk bagi seseorang.

b. Pengertian *Fear of Missing Out*

Menurut Przyblylski, Murayama, DeHaan dan Gladwell, *fear of missing out* merupakan perasaan takut akan kehilangan momen berharga seseorang atau kelompok lain yang ditandai dengan adanya

²⁹ Wisnu, "FOMO (Fear of Missing Out): Definisi Dan Dampaknya Bagi Karir," Myrobbin.id, 2023, <https://myrobbin.id/untuk-bisnis/fear-of-missing-out/>.

³⁰ Wisnu.

³¹ Astrid Prihatini WD, "Fenomena FOMO Di Indonesia Dipicu Pemakaian Media Sosial," Solopos Style, 2022, <https://lifestyle.solopos.com/fenomena-fomo-di-indonesia-dipicu-pemakaian-media-sosial-1484000>.

keinginan untuk tetap terhubung melalui internet atau dunia maya.³² Sedangkan, menurut Kementerian Keuangan Republik Indonesia, *fear of missing out* adalah perasaan takut tertinggal yang muncul karena tidak ikut serta dalam suatu aktivitas tertentu, seperti berita dan trend.³³ Studi jurnal psychiatry Researh menemukan bahwa *fear of missing out* berkaitan dengan penggunaan media sosial.³⁴ Studi tersebut juga menemukan fakta bahwa fenomena *fear of missing out* dapat terjadi pada laki-laki maupun perempuan dan remaja menjadi kalangan yang rentan terhadap efek dari FOMO. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *fear of missing out* merupakan perasaan takut tertinggal oleh orang lain dan dianggap tidak *up to date* yang dapat dialami oleh masyarakat, terutama pengguna sosial media. *Fear of missing out* dapat dikategorikan sebagai masalah mental yang dapat memberikan dampak pada kehidupan sosial.

³² Andrew K Przyblyski et al., "Motivational, Emotional and Behavior Correlates of Fear of Missing Out," *Computers in Human Behavior* 29, no. 4 (2013): 1841–48.

³³ Santa Regita, "Fear of Missing Out (FOMO), Ketakutan Kehilangan Momen," Kementerian Keuangan Republik Indonesia, accessed March 26, 2023, <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13931/Fear-Of-Missing-Out-FOMO-Ketakutan-Kehilangan-Momen.html>.

³⁴ Elizabeth Scott, "How to Deal with FOMO in Your Life," Very Well Mind, 2022, <https://www.verywellmind.com/how-to-cope-with-fomo-4174664>.

c. Gejala-Gejala *Fear of Missing Out*

Dilansir dari tulisan Kementerian Keuangan Republik Indonesia, terdapat beberapa gejala *fear of missing out* yang dapat dikenali, yaitu³⁵:

- 1) Memiliki rasa ingin tahu yang berlebihan terhadap kehidupan orang lain.
- 2) Tidak dapat lepas dari gadget.
- 3) Lebih peduli terhadap media sosial dibanding dunia nyata.
- 4) Mengeluarkan uang melebihi batas kemampuan dan senang membeli hal yang tidak penting.
- 5) Tidak mau menolak ajakan seseorang walaupun sedang tidak ingin pergi.

Kemudian dalam artikel lain disebutkan bahwa kecenderungan bersikap boros³⁶ dan selalu membeli barang³⁷ atau produk terbaru juga termasuk gejala *fear of missing out*.

2. Gaya Hidup

a. Pengertian dan Konsep Gaya Hidup

Gaya hidup adalah persepsi yang menggambarkan nilai konsumen. Gaya hidup berbeda dengan kepribadian. Gaya hidup memiliki konsep yang lebih modern, utuh dan berguna dari pada

³⁵ Regita, "Fear of Missing Out (FOMO), Ketakutan Kehilangan Momen."

³⁶ Anatasia Anjani, "Mengenal FOMO, Ketakutan Akan Ketinggalan Momen Dan Tips Mengatasinya," *detikedu*, 2022, <https://www.detik.com/edu/edutainment/d-5913212/mengenal-fomo-ketakutan-akan-ketinggalan-momen-dan-tips-mengatasinya>.

³⁷ Yemima Hutapea, "10 Gejala Kamu Memiliki Fomo," *cosmopolitan*, 2018, <https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/10/2018/14854/10-gejala-kamu-memiliki-fomo>.

kepribadian. Menurut Kotler dan Keller, gaya hidup merupakan pola hidup individu yang dimanifestasikan dalam aktivitas, minat dan opininya.³⁸ Gaya hidup memperlihatkan keutuhan diri seseorang dalam beraksi dan bersosialisasi dengan lingkungannya. Sedangkan Alfred Adler, seorang ahli psikologi mengatakan gaya hidup sebagai kumpulan perilaku yang memiliki makna bagi seseorang ataupun orang lain di mana pun dan kapan pun, termasuk ketika dalam hubungan sosial, konsumsi barang, entertainment serta gaya berbusana.³⁹ Adapun menurut Kasali, gaya hidup merujuk pada suatu pola konsumsi yang mendeskripsikan pilihan seseorang terhadap sesuatu serta cara orang tersebut menggunakan uang dan waktunya.⁴⁰ Secara garis besar, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup cenderung mencerminkan perilaku seseorang, meliputi cara hidup, penggunaan harta serta pemanfaatan waktu, yang dimanifestasikan melalui aktivitas, minat maupun opininya.

Terdapat beberapa pokok penting yang terkait dengan konsep gaya hidup yaitu⁴¹:

- a) Gaya hidup terbentuk pada umur 3-5 tahun
- b) Gaya hidup merupakan prinsip yang digunakan untuk memahami tingkah laku individu.
- c) Setiap individu memiliki gaya hidup yang berbeda-beda.

³⁸ Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran*, 12th ed. (Jakarta: Erlangga, 2012).

³⁹ Alfred Adler, *Individual Psychology* (Worcester Mass: Clark Univ Press, 1930).

⁴⁰ Adjunct, Marniati, and Soekidjo Notoatmodjo, *Lifestyle of Determinant: Penderita Penyakit Jantung Koroner*, ed. Shara Nurachma (Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2022).

⁴¹ Sunaryo, *Psikologi Untuk Keperawatan*, ed. Monica Ester (Jakarta: EGC, 2004).

- d) Inferioritas khusus merupakan penentu gaya hidup seseorang.
- e) Gaya hidup adalah bentuk restitusi untuk menutupi ketidaksempurnaan tertentu.

Gaya hidup individu atau kelompok masyarakat bersifat dinamis, yaitu dapat berubah seiring berjalannya waktu. Menurut Amstrong, terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi gaya hidup, yang pertama yaitu faktor internal, yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri, meliputi sikap, pengalaman, pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi. Kedua, faktor eksternal, yang berasal dari luar diri individu, meliputi kelompok referensi, keluarga dan kelas sosial.⁴² Kemudian dalam penelitian yang dilakukan oleh Suci Wahyuni dan Yadi Ruyadi, ditemukan bahwa kebudayaan merupakan faktor eksternal lainnya yang dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang.⁴³

b. Macam-Macam Gaya Hidup

Terdapat beberapa gaya hidup yang mahsyur di kalangan masyarakat era digital, antara lain⁴⁴:

1. Gaya hidup metropolitan

Gaya hidup metropolitan sering dijumpai dalam masyarakat yang biasa hidup di kota-kota besar dan modern.

⁴² PNA Nugrahaeni, "Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau Dari Lokasi Tempat Tinggal" (UMS, 2003).

⁴³ Suci Wahyuni and Yadi Ruyadi, "Faktor Yang Melatarbelakangi Perubahan Gaya Hidup Anak Pada Keluarga Tenaga Kerja Wanita," *Sosietas* 8, no. 1 (2018).

⁴⁴ James Rianto, *Semua Tentang Merek* (Nas Media Pustaka, 2023).

Contohnya adalah terbiasa mengunjungi mall, café, restoran, gym, dan hotel.

2. Gaya hidup hedonis

Seseorang dengan gaya hidup ini seringkali membeli barang-barang bermerek meskipun koleksinya sudah banyak. Hal ini bertujuan untuk mencari kesenangan dan kepuasan yang tiada terbatas.

3. Gaya hidup modern

Seseorang yang memiliki gaya hidup ini cenderung mampu menyesuaikan diri dengan kemajuan zaman di beragam bidang seperti budaya, politik dan teknologi.

4. Gaya hidup aktif

Gaya hidup yang dilakukan seseorang dengan aktivitas yang penuh, senang berbaur melalui media sosial dan bersikap baik terhadap orang lain.

5. Gaya hidup sendiri

Gaya hidup yang berfokus pada kesenangan hidup sendiri dan tidak tergantung kepada orang lain. Gaya hidup ini biasanya dimiliki oleh orang yang masih "single" tetapi telah hidup mapan.

6. Gaya hidup agamis

Seseorang yang memiliki gaya hidup seperti ini adalah orang yang berfokus untuk mengamalkan agama dengan lebih

intens dan mendalam. Mereka akan berusaha untuk tidak melanggar perintah agamanya sedikitpun.

3. Remaja

a. Karakteristik Remaja

Menurut WHO (World Health Organization), remaja adalah individu berusia 10-24 tahun.⁴⁵ Sedangkan Elizabeth Hurlock mengatakan bahwa remaja merupakan usia transisi di mana individu telah beranjak dari masa kanak-kanak yang lemah dan penuh ketergantungan terhadap orang lain, tetapi individu tersebut juga belum bisa berdiri sendiri, kuat dan penuh tanggung jawab, baik untuk diri sendiri maupun masyarakat.⁴⁶ Adapun menurut Soetjningsih, remaja adalah masa peralihan yang ditandai sejak terjadinya kematangan seksual, berkisar antara usia 11 tahun sampai 20 tahun.⁴⁷ Secara sederhana, remaja dapat dipahami sebagai individu berusia 10-24 tahun yang sedang mengalami masa peralihan dari kanak-kanak menuju masa dewasa, yang ditandai oleh adanya kematangan seksual.

Masa peralihan sebagaimana yang telah disebutkan sebelumnya, membuat remaja memiliki ciri atau karakteristiknya sendiri. World Health Organization (WHO) mengungkapkan bahwa remaja memiliki beberapa ciri (karakteristik), di antaranya adalah cenderung memiliki emosi yang tidak stabil (menggebu-gebu),

⁴⁵ "Mental Disorders Fact Sheets," World Health Organization, 2022, <https://www.who.int/news-room/fact/sheets/detail/mental-disorders>.

⁴⁶ Elizabeth Hurlock, *Psikologi Perkembangan*, 2nd ed. (Jakarta: Erlangga, 1991).

⁴⁷ Soetjningsih, *Buku Ajar: Tumbuh Kembang Remaja Dan Permasalahannya* (Jakarta: Sagung Seto, 2004).

karakternya dinamis, memiliki semangat untuk pembaharuan dan tidak realistis. Sedangkan menurut Santrock, karakteristik remaja meliputi kesadaran diri yang tinggi, perkembangan fisik yang cepat dan selalu tertarik untuk melakukan pembaharuan.

b. Karakteristik Remaja

Konsep remaja tidak dapat ditentukan pada kelompok usia tertentu, karena disesuaikan dengan konteksnya. Terdapat beberapa klasifikasi remaja, antara lain:

- 1) Menurut Lembaga-Lembaga di Dunia⁴⁸:
 - (a) Dalam UU Kepemudaan Indonesia tahun 2009, klasifikasi pemuda adalah individu yang berada dalam rentang usia 16 hingga 30 tahun.
 - (b) Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) mengklasifikasikan pemuda berada pada usia 15-24 tahun.
 - (c) United Nations Population Fund (UNFPA) membedakan klasifikasi antara remaja dan pemuda. Remaja adalah individu yang berusia 10-19 tahun sedangkan pemuda adalah mereka yang berusia 15-24 tahun.

⁴⁸ Sri Moertiningsih Adioetomo, Horst Posselt, and Ariane Utomo, "UNFPA Indonesia Monograph Series: Youth in Indonesia" (Jakarta, 2014).

2) Menurut Para Tokoh:

(a) Menurut Marmi, masa remaja dapat dibagi ke dalam tiga kategori, yaitu⁴⁹:

(1) Remaja awal atau dini ((Early Adolescence) :

Individu dengan rentang usia 11 – 13 tahun.

(2) Remaja pertengahan (Middle Adolescence) :

Individu dengan rentang usia 14 -16 tahun.

(3) Remaja lanjut (Late Adolescence): Individu dengan rentang usia 17 – 21 tahun.

(b) Menurut Elizabeth Hurlock, remaja dibagi dalam dua kategori, antara lain⁵⁰:

(1) Remaja awal, yaitu setiap individu yang berusia 12-15 tahun (masih memiliki banyak kekurangan).

(2) Remaja pertengahan (madya), yaitu setiap individu yang berusia 15-18 tahun (masih memiliki banyak kelabilan).

(3) Remaja akhir, yaitu setiap individu yang berusia 17-21 tahun (telah dianggap matang secara hukum).

3) Klasifikasi yang paling biasa digunakan berdasarkan buku UNFPA Indonesia Monograph Series: No. 2 Youth in

⁴⁹ Marmi, *Gizi Dalam Kesehatan Reproduksi* (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2013).

⁵⁰ Hurlock, *Psikologi Perkembangan*.

Indonesia, adalah pengklasifikasian remaja ke dalam tiga kelompok usia, yaitu⁵¹:

(a) *Transitional Youth* : Individu berusia 15-19 tahun yang masih tinggal dan bergantung secara finansial kepada orang tua, penuh kelabilan, tidak dapat mengambil keputusan sendiri serta memiliki keingintahuan yang besar.

(b) *Establishing Youth* : Individu yang berada pada usia 20-24 tahun. Remaja pada usia ini telah mulai memiliki kebebasan dalam mengatur kehidupannya sendiri, walaupun belum secara keseluruhan (masih semi-dependen).

(c) *Established Youth* : Individu dengan rentang usia 25-29 tahun yang telah meninggalkan rumah, menikah, memiliki anak, dapat mengambil keputusan dengan bebas sesuai diri sendiri dan mandiri secara finansial.

c. Remaja Perkotaan

Menurut Bintarto kota merupakan sistem jaringan kehidupan manusia yang diidentifikasi dengan banyaknya jumlah penduduk dan dilingkupi dengan kelas sosial ekonomi yang *heterogen* dan bernilai materialistis.⁵² Bintarto juga menjelaskan beberapa karakteristik dari masyarakat yang tinggal di kota yaitu adanya pelapisan sosial ekonomi

⁵¹ Adioetomo, Posselt, and Utomo, "UNFPA Indonesia Monograph Series: Youth in Indonesia."

⁵² Raden Soerjohirodo Bintarto, *Pengantar Geografi Kota*, 1st ed. (Yogyakarta: Spring, 1997).

dan jarak sosial, masyarakat yang cenderung acuh (individualisme), lebih heterogen (baik dalam hal pekerjaan, kebudayaan, adat dan agama), dan adanya kelas sosial (kesenjangan sosial).⁵³ Adapun karakteristik dari remaja perkotaan (yang tinggal di kota) secara lebih spesifik antara lain⁵⁴:

- 1) Kehidupan keagamaan yang cenderung lebih lemah.
- 2) Sering melakukan tindak kekerasan antar teman sebaya.
- 3) Kurang berinteraksi dengan teman sebaya hanya memiliki beberapa teman saja.
- 4) Hubungan antar individu tidak terlalu erat.
- 5) Banyak terlibat kasus kriminalitas.
- 6) Lebih terbuka terhadap hal-hal baru.

Astuti Nur Qomariah dalam penelitiannya yang berjudul, “Perilaku Penggunaan Internet pada Kalangan Remaja di Perkotaan”, disebutkan bahwa karakteristik dari remaja perkotaan, salah satunya ialah mudah terpengaruh dengan lingkungan, media maupun pergaulan (teman sebaya).⁵⁵ Kemudian, Abd. Aziz Faiz dalam bukunya⁵⁶, menuliskan bahwa remaja perkotaan (yang dikhususkan pada kategori muslimah), lekat dengan gaya hidup beragama. Gaya hidup beragama yang dimaksud adalah mengkolaborasikan beberapa hal, seperti

⁵³ Bintarto.

⁵⁴ Eko A Meinarno and Sarlito W Sarwono, *Psikologi Sosial*, 2nd ed. (Jakarta: Salemba Humanika, 2018).

⁵⁵ Astutik Nur Qomariah, “Perilaku Penggunaan Internet Pada Kalangan Remaja Di Perkotaan,” *Jurnal Universitas Airlangga* 6 (2009): 55–64.

⁵⁶ Abd Aziz Faiz, *Muslimah Perkotaan (Globalizing Life Style, Religion, and Identity)*, 2016.

prestise, kemewahan dan kemajuan sebagai bagian dari ekspresi gaya hidup keberagamaan.

4. Teori Konsumerisme Jean Baudrillard

Konsumerisme adalah tindakan mengonsumsi barang dan jasa dalam rangka memenuhi keinginan yang dapat dipengaruhi oleh struktur dan pranata sosial, bahkan belakangan ini telah menjadi gaya hidup di kalangan masyarakat. Menurut Jean Baudrillard, konsumerisme dapat dikenal sebagai sistem tanda yang berlandaskan pada penafsiran terhadap simbol-simbol sosial, seperti perbedaan kelas sosial, gender, dan ras.⁵⁷ Konsumerisme tidak hanya didasarkan pada kelasnya tetapi juga pada kemampuan konsumsinya. Siapa pun dapat menjadi bagian dari kelompok apa pun apabila mampu mencontoh pola konsumsi kelompok itu. Dalam memahami konsumerisme ini, Baudrillard juga menggunakan istilah yang digunakan oleh Bourdieu, yaitu tentang adanya perbedaan kelas atau biasa disebut sebagai distinction, di mana kelas dominan dapat dibedakan melalui 3 bentuk konsumsi: Pertama, makanan atau minuman; Kedua, budaya; dan Terakhir, penampilan.⁵⁸

Menurut Jean Baudrillard, konsumsi tidak sekadar kenikmatan atau kebahagiaan yang dilakukan masyarakat secara bebas dan rasional, melainkan sesuatu yang terorganisir dan dipaksakan kepada masyarakat seakan-akan menjadi suatu kewajiban yang tidak terelakkan. Konsumsi

⁵⁷ Taufiq Djalal, Arlin Adam, and Syamsu A Kamaruddin, "Masyarakat Konsumen Dalam Perspektif Teori Kritis Jean Baudrillard," *Journal of Social and Educational Studies* 3, no. 2 (2022).

⁵⁸ George dan Goodman, Douglas J Ritzer, *Teori Sosiologi Modern* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2008).

adalah suatu sistem tindakan dari tipuan tanda, sehingga mengonsumsi komoditas tertentu menandakan bahwa seseorang akan setara dengan orang yang mengonsumsi komoditas tersebut. Namun, disaat bersamaan, orang itu juga berbeda dengan orang-orang yang mengonsumsi komoditas yang lain atau yang disebut Jean Baudrillard sebagai kode. Selaras dengan pernyataan Baudrillard yang mengatakan bahwa hanya terdapat satu makna pada logika konsumsi, yakni makna pembeda.

Jean Baudrillard menjelaskan adanya perbedaan logika antara era postmodern dengan era modern dan era pra-modern. Sebagaimana yang dituliskan dalam karya pertamanya, berjudul “The System of Object”, Baudrillard mengungkapkan bahwa individu memaknai keberadaan dirinya melalui komoditi-komoditi yang dibeli dan telah memiliki simbol-simbol tertentu. Masyarakat konsumerisme akan merasa hidup jika telah melakukan kegiatan konsumsi. “*I Shop Therefore I am,*” (aku mengonsumsi, maka aku hidup), adalah slogan yang dapat mendeskripsikan masyarakat konsumerisme pada masa itu. Kemudian, karya keduanya berjudul, “The Consumer Society; Myths and Structures”, Baudrillard menjelaskan bahwa konsumsi berubah menjadi faktor utama dalam dunia manusia. Sedangkan, dalam karya ketiganya yang berjudul “Simulations”, Baudrillard mengemukakan terkait kondisi sosial-budaya masyarakat Barat yang tinggal dalam dunia simulasi. Menurutnya, dalam era kapitalisme, segala sesuatu yang nyata di masa saat ini merupakan sebuah simulasi. Secara sederhana, Baudrillard menggambarkan jika pada

era post modern masyarakat memiliki logika simulasi, sedangkan pada era modern, masyarakat cenderung menggunakan logika produksi. Adapun pada era pra-modern, masyarakat lebih logika pertukaran simbolik.⁵⁹

Masyarakat konsumsi seringkali tidak pernah merasa puas dan tidak pula ada yang mampu memuaskan mereka. Mereka akan terus mencari dan mengonsumsi suatu komoditas hanya demi satu perbedaan semata. Selaras dengan pernyataan Adorno, yang mengatakan bahwa keperluan manusia hanya terpenuhi secara sewaktu-waktu saja, dan memang sulit untuk dielakkan karena garis dan perbedaan antara realitas dengan simulasi kenyataan yang dibentuk oleh iklan serta media massa menjadi semakin kabur.⁶⁰ Dengan adanya pengaruh dari kemajuan teknologi informasi, terutama sistem komputerisasi, apapun bisa dibuat dan direkayasa seperti aslinya. Media tidak lagi menjadi cerminan realitas, namun telah menjadi realitas itu sendiri dan bahkan lebih nyata. Oleh karena itu, banyak dari masyarakat yang lantas menjadi pemboros agung, konsumtif, mengonsumsi terus-menerus, implusif, rakus, dan serakah, akibat pikiran mereka yang selalu ingin tampil beda.

Masyarakat konsumerisme telah mengalami perubahan logika dalam konsumsi, yang mulanya memiliki logika kebutuhan beralih kepada logika hasrat, yakni bagaimana konsumsi menjadi pembebasan akan sistem tanda (*sign value*). Menurut Baudrillard, tanda termasuk elemen

⁵⁹ Indra Setia Bakti and Alwi Nirzalin, "Konsumerisme Dalam Perspektif Jean Baudrillard," n.d., www.kbbi.web.id.

⁶⁰ Fathur Rozy, "Komodifikasi Fesyen Bonek Di Surabaya Selatan," *Universitas Negeri Surabaya*, 2021.

utama dalam masyarakat konsumerisme.⁶¹ Masyarakat sudah tidak membeli suatu produk berdasarkan *use value* atau *exchange value* melainkan berdasarkan pada nilai baru yang dikenal dengan istilah “*symbolic value*”. Misalnya, hampir semua masyarakat saat ini lebih memilih fast food bukan semata-mata menyukai cita rasa makanannya tetapi karena lebih bergengsi dan memiliki simbol prestise daripada makanan tradisional khas Indonesia. Mayoritas produk yang ditawarkan dipasaran cenderung menonjolkan simbol prestise dan gaya hidup mewah. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan keinginan konsumsi masyarakat, karena dengan membeli barang yang memiliki prestise tinggi dapat memunculkan rasa bangga dalam diri mereka.

Mike Featherstone dalam bukunya⁶², memperkenalkan tiga pandangan dasar dalam memaknai budaya konsumen, salah satunya ialah pernyataan mengenai kepuasan yang berawal dari komoditas-komoditas memiliki hubungan dengan akses komoditas-komoditas itu dan terbangun secara sosial dalam suatu momen yang telah ditentukan. Secara sederhana, dapat dipahami bahwa kepuasan dan status sosial bergantung pada penunjukkan dan pemeliharaan perbedaan kondisi inflasi. Fokus perhatiannya yaitu pada berbagai cara berbeda dimana orang-orang mempergunakan suatu komoditas untuk menciptakan ikatan-ikatan atau pembedaan masyarakat berdasarkan kelas dan status sosialnya.

⁶¹ Jean P Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi* (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004).

⁶² Mike Featherstone, *Consumer Culture and Postmodernism*, 2nd ed. (Los Angeles: SAGE Publication, 2007).

Dalam buku karya Bagong Suyanto⁶³, Jean Baudrillard mengatakan bahwa masyarakat pada era post modern cenderung mendefinisikan komoditas berdasarkan apa yang dimaknai oleh mereka yaitu hubungan dengan seluruh sistem komoditas dan tanda, bukan atas kegunaan komoditas itu sendiri. Misalnya, keputusan untuk membeli jam tangan *Rolex*. Apakah keputusan pembelian itu dikarenakan jam tangan merk lain yang harganya jauh lebih murah seringkali tidak sesuai waktu ataukah karena jam tangan rolex dianggap lebih cocok dengan citranya sebagai kelompok borjuis di masyarakat? Alasan tidak logis yang mendorong perilaku konsumsi itulah, yang menurut baudrillard merupakan fakta bahwa yang dikonsumsi sebenarnya ialah tanda atau citra semata, bukan kegunaan dari komoditas yang dibelinya. Masyarakat post modern semakin sulit membedakan realitas sosial yang dialami, realitas yang semu, dan realitas sosial yang melewati garis dirinya sendiri. Mereka tidak dapat membedakan kebutuhan dan hal yang hanya sekadar pemenuhan hasrat (nafsu).

Madzhab frankfurt meyakini bahwa masyarakat di era post modern ini lazimnya tidak lagi mengonsumsi komoditas-komoditas berdasarkan kebutuhan, melainkan lebih kepadakonstruksi dan logika hasrat yang dipengaruhi oleh daya tarik budaya populer. Menurut Madzhab Frankurt, industri budaya telah membentuk selera dan kecenderungan massa, sehingga menciptakan kesadaran melalui penanaman keinginan terhadap

⁶³ Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi*, 1st ed. (Jakarta: KENCANA, 2017).

kebutuhan-kebutuhan palsu. Terdapat dua tanda pokok yang menandai industri budaya yaitu standarisasi dan individualisme semu.

Menurut Jean Baudrillard, bersamaan dengan kemunculan era post modern, prinsip-prinsip modernisme pun tengah menghadapi saat-saat kematiannya. Artinya adalah masyarakat modern lebih berfokus pada produksi dan konsumsi komoditas, sedangkan masyarakat post modern justru berfokus pada simulasi serta permainan citra dan tanda, yaitu situasi dimana kode, model, dan tanda merupakan bentuk-bentuk pengaturan dari tatanan sosial baru yang diatur simulasi.

Simulasi adalah proses pembuatan bentuk nyata berdasarkan model-model yang tidak mempunyai referensi pada realitas aslinya. Simulasi membuat sesuatu yang semula supernatural, ilusi, fantasi, khayali seolah-olah menjadi kenyataan melalui televisi, film dan iklan. Dunia simulasi tampil nyaris sempurna, bahkan tak jarang sangat sempurna.⁶⁴ Jean Baudrillard menyatakan jika simulasi belakangan ini telah membawa masyarakat kontemporer pada suatu kondisi di mana realitas yang asli telah digantikan oleh model-model simulasi realitas, baik dalam bentuk artifisial ataupun superfisial. Dunia simulasi adalah dunia yang terbentuk dari hubungan berbagai tanda dan kode secara acak, yang tidak memiliki kejelasan terkait referensi relational nya. Hubungan ini melibatkan tanda real (fakta) yang tercipta melalui proses produksi serta tanda semu (citra)

⁶⁴ Jean Baudrillard, *Simulation*, ed. Jim Fleming and Sylvere Lotringer (New York: Semiotext(e), Inc, 1983).

yang tercipta melalui proses reproduksi.⁶⁵ Suatu hal yang menjadi dasar realitas, dalam dunia simulasi justru seringkali hanya sebuah citra, yang menutupi dan menyalahgunakan realitas. Citra merupakan sesuatu yang terlihat oleh indra, akan tetapi tidak mempunyai eksistensi substansial.⁶⁶ Realitas yang dihasilkan teknologi telah menaklukkan realitas yang sebenarnya dan menjadi model dasar yang baru bagi masyarakat. Oleh karena itu, yang diproduksi dalam masyarakat simulasi bukan hanya komoditas melainkan citra (image) atau harapan dari komoditas itu sendiri.

Kehidupan pada era post modern ini, digambarkan oleh Jean Baudrillard sebagai hiperrealitas. Hiperrealitas terbentuk dari perkembangan teknologi informasi yang luar biasa cepat pada masyarakat postmodern. Masyarakat pada era post modern bukan hanya mengalami perubahan dalam pola interaksi sosial dan cara berkomunikasi, tetapi juga mengalami perubahan sikap dan perilaku dalam menyikapi realitas sosial yang ada di sekitarnya. Dalam perkembangan masyarakat postmodern, hiperrealitas dianggap sebagai sebuah simulasi yang selalu lebih mempesona dan menarik daripada realitas aslinya.

G. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian merupakan bagian yang penting dalam melakukan suatu penelitian. Menurut Arikunto “Metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh seorang peneliti guna untuk menemukan

⁶⁵ Suyanto, *Sosiologi Ekonomi*.

⁶⁶ Suyanto.

jawaban atas permasalahan yang diteliti”.⁶⁷ Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif-deskriptif. Data yang dianalisis menggunakan metode kualitatif berupa kata-kata bukan angka-angka seperti pada penelitian kuantitatif. Data yang dihasilkan bertujuan untuk mendeskripsikan keadaan secara lebih spesifik dan mendalam. Data yang digunakan untuk menjawab tujuan–tujuan penelitian diperoleh melalui informasi dari sumber yang telah ditentukan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terhadap narasumber, observasi dan dokumentasi.

Terdapat beberapa alasan mengapa peneliti memilih metode kualitatif diantaranya karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perkembangan suatu fenomena dalam masyarakat. Perlu adanya penggalan secara lebih mendalam melalui pendekatan yang intens bahkan personal untuk mengetahuinya, karena tidak akan terjawab jika informan hanya mengisi kuisioner saja. Selain itu, penelitian ini bukan untuk mengujikan maupun membuktikan sebuah teori. Maka metode kualitatif lebih relevan dengan penelitian ini.

2. Subjek dan Lokasi Penelitian

Subjek penelitian menurut Arikunto adalah sumber data variabel suatu penelitian yang diperoleh dari kerangka pikirannya.⁶⁸ Subjek penelitian ini adalah remaja berusia 15-19 tahun yang tinggal di Kota Bekasi. Alasan peneliti memilih remaja dengan rentang usia 15-19 tahun adalah karena individu dalam usia tersebut berada pada kategori remaja

⁶⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, 14th ed. (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).

⁶⁸ Arikunto.

transisional yang memiliki karakteristik di antaranya penuh dengan kelabilan, memiliki rasa ingin tahu yang tinggi serta masih bergantung secara finansial kepada orang tua. Hal ini menjadi persoalan yang sangat merugikan dan memberikan dampak besar tidak hanya bagi remaja itu sendiri tetapi juga keluarga.

Adapun lokasi dalam penelitian ini adalah di Kota Bekasi. Pemilihan lokasi tersebut dilandasi oleh dinamika serta pola perilaku yang terbentuk dalam masyarakat di wilayah tersebut lebih cenderung modern dan *aware* terhadap kemajuan teknologi. Kota Bekasi juga menjadi kota penyumbang penggunaan media sosial terbanyak ketiga se-Jawa Barat. Selain itu, adanya pengembangan program pemerintah yaitu smart city yang mendukung intensitas penggunaan internet. Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya pada bagian latar belakang.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono, wawancara adalah perulasan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk beralih informasi ataupun ide dengan cara tanya jawab sehingga menghasilkan makna dari topik yang diteliti. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengetahui faktor penyebab fenomena *Fear of Missing Out* berkembang di kalangan remaja perkotaan Kota Bekasi serta bagaimana dampaknya bagi gaya hidup mereka. Jenis wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah

wawancara bebas terpimpin), karena pewawancara sudah lebih dulu menyiapkan daftar pertanyaannya tetapi berpotensi memberikan pertanyaan secara bebas yang masih mengacu pada data yang diperlukan. Wawancara dilakukan sebanyak dua kali, yaitu pada tanggal 9-30 November 2023 dan pada tanggal 3-14 Desember 2023.

Mulanya, informan yang diwawancarai dalam penelitian ini adalah remaja yang berdomisili di Kota Bekasi dengan rentang usia 15-19 tahun yang diklasifikasikan ke dalam dua kategori yaitu berpenghasilan dan tidak berpenghasilan. Jumlah informan yang diwawancarai sebanyak 10 orang dengan teknik pemilihan informan menggunakan *Quota sampling*, yaitu menetapkan kuota untuk setiap kategori dan informan akan diambil hingga kuota terpenuhi.

Namun, saat terjun di lapangan, peneliti menemukan beberapa kendala dalam pencarian informan yang tepat, salah satunya adalah kelangkaan informan yang berpenghasilan tanpa dapat uang tambahan dari orangtuanya. Kebanyakan informan yang telah berpenghasilan justru masih diberikan uang tambahan oleh orangtuanya. Oleh karena itu, peneliti akhirnya memilih 10 orang remaja berusia 15-19 tahun yang berdomisili di Kota Bekasi. Teknik yang digunakan juga berubah menjadi *purposive sampling*, dimana peneliti memilih informan yang sesuai dengan kriteria yang relevan dengan penelitian.

b. Observasi

Menurut Riyanto dalam bukunya⁶⁹, observasi adalah metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan baik secara langsung maupun tidak langsung. Metode observasi dilakukan untuk mengetahui dan memahami pengetahuan atau informasi dari sebuah fenomena. Dalam konteks ini peneliti akan mengamati bagaimana gaya hidup remaja perkotaan Kota Bekasi pasca kemunculan fenomena *Fear of Missing Out*. Terdapat beberapa aspek yang diamati dalam observasi kali ini, yaitu penggunaan internet (khususnya media sosial seperti TikTok, Whatsapp, Instagram dan Twitter), aktivitas pembelian produk / barang terbaru (sedang trend), pergaulan atau interaksi terhadap lingkungan sekitarnya serta fashion style yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Observasi dilakukan sebanyak 3 kali, antara lain: 1) Sebelum terjun ke lapangan. Peneliti memperhatikan interaksi serta perilaku sehari-hari para informan. 2) Bersamaan dengan proses wawancara. Sebelum melakukan wawancara, peneliti terlebih dahulu terlibat percakapan, dimana pembahasannya beberapa kali mengacu pada aspek-aspek yang ingin diobservasi. 3) Setelah melakukan wawancara. Peneliti melakukan observasi melalui

⁶⁹ Yatim Riyanto, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Surabaya: SIC, 1996).

aktivitas penggunaan media sosial para informan, salah satunya adalah dari unggahan story Whatsapp mereka.

c. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah sebuah laporan tertulis dari suatu peristiwa yang isinya terdiri dari penjelasan dan pikiran peristiwa itu, dan ditulis dengan sengaja untuk menyimpan atau meneruskan keterangan mengenai peristiwa tersebut.⁷⁰ Studi dokumentasi bertujuan untuk mengidentifikasi, meninjau serta menganalisis literatur ilmiah dan dokumen-dokumen resmi yang relevan dan dapat mendukung penelitian ini. Sumber dari data-data yang diperoleh berasal dari perpustakaan universitas, buku, jurnal ilmiah online, skripsi, dokumen resmi pemerintah, laporan organisasi dan sumber informasi terkait dari media online.

Adapun strategi pencarian yang digunakan untuk mengidentifikasi literatur dan dokumen yang relevan dengan penelitian ini meliputi kata kunci yang digunakan seperti data penggunaan internet pada remaja, *capture* foto pembelian produk serta foto *explore* media sosial informan.

Tabel 1. Pengumpulan Data Wawancara dan Observasi

No	Keterangan	Tanggal	Lokasi
1.	Observasi	27 Juni 2023	Bekasi
2.	Wawancara Ke-1 dan Observasi	9-30 November 2023	Bekasi

⁷⁰ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006).

3.	Wawancara Ke-2	3-14 Desember 2023	Yogyakarta
4.	Observasi	21 Desember 2023	Yogyakarta

4. Metode Analisis Data

Menurut Indrianto, metode analisis adalah bagian dari proses pengujian data yang hasilnya digunakan sebagai bukti yang memadai untuk menarik kesimpulan dari penelitian. Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif-kualitatif, yang mana setelah pengumpulan data selesai dan dianalisis, peneliti memaparkan dan menjelaskan serta menginterpretasikan sedetail mungkin terkait permasalahan yang diteliti. Aktivitas dalam analisis data memiliki 3 alur yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan sebuah proses pengolahan informasi yang dilakukan dengan cara menyeleksi atau memilih data yang telah didapatkan melalui berbagai metode dan penyederhanaan dan abstraksi dari data yang diperoleh. Tujuan dari reduksi ini adalah untuk menyeleksi data-data yang yang sesuai dan dibutuhkan terkait topik yang dipilih. Data yang telah direduksi akan menghasilkan gambaran yang jelas, informasi yang bermakna sesuai dengan penelitian, dan memudahkan dalam melakukan penarikan kesimpulan.

Data yang direduksi dalam penelitian ini adalah data hasil dari wawancara. Peneliti membuat kategorisasi dari pertanyaan-pertanyaan wawancara kemudian menghighlight pernyataan yang sesuai atau dapat menjawab tujuan penelitian. Alur reduksi data yang dilakukan oleh peneliti dimulai dari sebelum terjun ke lapangan, yaitu ketika menyusun pertanyaan-pertanyaan untuk wawancara, peneliti telah mengkategorisasikannya terlebih dahulu, yang mana meliputi faktor pendorong dan penghambat, dampak, pengalaman serta pemaknaan remaja Kota Bekasi terhadap FOMO. Setelah memperoleh data dari hasil wawancara, peneliti kemudian mentranskrip data tersebut dan menghighlight poin-poin kalimat yang dapat dijadikan jawaban dari tujuan penelitian ini.

b. Penyajian Data

Menurut Prastowo, penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Langkah ini dilakukan agar hasil data yang telah direduksi dapat terorganisasikan secara baik dan tersusun secara runtut agar memudahkan pembaca dalam memahami penelitian. Bentuk penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah narasi teks. Bentuk penyajian data dalam penelitian ini adalah narasi teks. Data kualitatif yang telah diperoleh melalui wawancara dan observasi disajikan secara deskriptif melalui kata-kata. Selain berupa narasi

teks, bentuk penyajian data lainnya dalam penelitian ini adalah berupa foto-foto, tabel maupun diagram yang dapat memperkuat hasil temuan peneliti.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan dan verifikasi data merupakan mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Kesimpulan-kesimpulan dari data yang diperoleh diverifikasi dengan menguji kebenaran, kekuatan, dan kecocokan sehingga akan mendapatkan data yang sesuai dengan penelitian. Pada tahap ini, apabila data-data display sebelumnya ditunjang dengan bukti bukti atau data-data yang objektif maka dapat dijadikan kesimpulan yang bersifat credible.

H. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Bab I merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

1. **Latar Belakang** : Fenomena *Fear of Missing Out* yang telah menjadi permasalahan sosial bagi remaja perkotaan, khususnya di Kota Bekasi.
2. **Rumusan Masalah** : Bagaimana *Fear of Missing Out* mempengaruhi gaya hidup remaja Kota Bekasi ?

3. **Tujuan Penelitian** : Mencari faktor pendorong, penghambat, dan dampak *Fear of Missing Out* terhadap gaya hidup remaja perkotaan.
4. **Manfaat Penelitian** : Berisi tentang manfaat praktis dan manfaat teoritis.
5. **Tinjauan Pustaka** : Kumpulan penelitian terdahulu yang sejalan dengan penelitian ini.
6. **Landasan Teori** : *Fear of Missing Out*, Gaya Hidup, Remaja, dan Teori Konsumerisme Jean Baudrillard.
7. **Metode Penelitian** : Kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan studi dokumentasi.
8. **Sistematika Pembahasan** : Memuat penjelasan singkat tentang rangkaian pembahasan yang akan dibahas dalam penyusunan proposal.

Bab II berisi tentang kondisi umum remaja perkotaan serta wilayah yang akan menjadi lokasi penelitian.

Bab III berisi tentang hasil penelitian yang terkait dengan penyebab maraknya *Fear of Missing Out* di kalangan remaja perkotaan serta dampaknya terhadap gaya hidup mereka.

Bab IV mengkaji hasil penelitian dengan teori konsumerisme Jean Baudrillard.

Bab V berisi kesimpulan sebagai jawaban atas permasalahan yang diangkat, saran atau (dedikasi) pemikiran pada penelitian-penelitian terkait serta daftar pustaka.

BAB V

PENUTUP

Bab ini merupakan bagian penutup yang berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan yang dituliskan adalah jawaban terkait bagaimana fenomena *Fear of Missing Out* berkembang dalam Gaya Hidup Remaja Perkotaan Kota Bekasi. Adapun rekomendasi berupa saran akan ditujukan kepada berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dan analisis yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan, sebagai berikut:

Pertama, ditemukan beberapa gejala *fear of missing out* (FOMO) dalam gaya hidup remaja Kota Bekasi, diantaranya adalah tidak dapat lepas dari *gadget* dan selalu penasaran dengan hal yang baru atau sedang tren. Namun, gejala tersebut tidak disadari oleh remaja Kota Bekasi. Mereka cenderung denial ketika ditanya pengalamannya sendiri terkait fenomena FOMO.

Kedua, remaja Kota Bekasi memaknai *fear of missing out* (FOMO) sebagai suatu fenomena yang negatif. Pemaknaan tersebut berpengaruh oleh kesadaran akan keterlibatan mereka terhadap fenomena yang dianggap negatif dan cenderung menjustifikasi teman atau orang disekitarnya. Sementara itu, tanpa disadari, mereka sendiri telah mengalami fenomena *fear of missing out* (FOMO) ini.

Ketiga, terdapat lima faktor pendorong dan satu faktor penghambat perkembangan fenomena fear of missing out (FOMO) dalam gaya hidup remaja Kota Bekasi. Faktor pendorong tersebut antara lain: online shop, konten iklan, pengaruh teman sepeergaulan dan lingkungan sekitar, diskon (potongan harga), serta idola atau role model. Sedangkan, keterbatasan ekonomi atau keuangan yang timbul karena sektor finansial yang masih bergantung pada orang tua menjadi satu faktor penghambat perkembangan fear of missing out (FOMO) yang ditemukan dalam gaya hidup remaja Kota Bekasi.

Keempat, terdapat empat dampak yang ditemukan dari berkembangnya fear of missing out (FOMO) dalam gaya hidup remaja Kota Bekasi, yaitu tingginya intensitas penggunaan gadget (telah melampaui rata-rata penggunaan gadget yang ideal pada remaja), menimbulkan perasaan menyesal dan kehilangan rasa penghayatan terhadap barang yang telah dimiliki, kurang bersosialisasi dengan lingkungan disekitarnya (jarang keluar rumah), memunculkan perilaku konsumtif atau membeli barang tidak berdasarkan apa yang sedang dibutuhkan.

Kelima, hasil analisis dengan menggunakan teori masyarakat konsumerisme Jean Baudrillard, melihat bahwa remaja Kota Bekasi termasuk dalam masyarakat yang tidak lagi memiliki logika konsumsi berdasarkan nilai kebutuhan (*use value*) semata melainkan terdistraksi oleh kebutuhan-kebutuhan semu yang dibangun oleh simulasi dan teknologi. Konsumsi juga telah menjadi tolak ukur nilai-nilai dan identitas kehidupan mereka.

B. Saran

Penelitian ini memiliki beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai saran bagi remaja Kota Bekasi serta pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini, seperti orangtua, guru, dan instansi. Selain itu, penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, untuk kelanjutan ranah keilmuan yang serupa dengan penelitian di masa mendatang, perlu memperhatikan beberapa hal yang peneliti sampaikan, yaitu:

1. Secara Teoritis

- a. Penelitian selanjutnya dengan tema terkait, sebaiknya dapat menggunakan subjek (kriteria informan) yang berbeda yaitu remaja berusia 19 tahun keatas yang sudah tidak bergantung secara finansial kepada orangtuanya. Hal ini dikarenakan remaja berusia 15-19 tahun belum mengalami fenomena FOMO secara masif.
- b. Penelitian ini menggunakan teori masyarakat konsumsi atau konsumerisme dalam menganalisis hasil temuan. Oleh karena itu, pembahasan (hasil analisis) lebih memfokuskan pada gaya hidup konsumerisme. Sebaiknya, jika penelitian selanjutnya akan mengangkat tema serupa dapat menggunakan teori lain untuk menggiring fokus pembahasan pada gaya hidup selain konsumerisme.

2. Secara Praktis

Berdasarkan hasil temuan, remaja Kota Bekasi sebaiknya mengurangi frekuensi mengecek ponsel dalam sehari dan tidak terlalu menggantungkan hubungan sosial mereka pada media online dengan mulai membangun kesadaran bahwa apa yang dilihat di media sosial tidak selalu mencerminkan realitas aslinya. Remaja Kota Bekasi juga dapat lebih fokus terhadap pengembangan diri tanpa membandingkan pencapaiannya dengan orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Adenisa. "FOMO: Strategi Marketing Efektif Memanfaatkan Psikologi Manusia." Krona., April 19, 2023. <https://www.krona.co.id/fomo-strategi-marketing-efektif-memanfaatkan-psikologi-manusia/>.
- Adioetomo, Sri Moertiningsih, Horst Posselt, and Ariane Utomo. "UNFPA Indonesia Monograph Series: Youth in Indonesia." Jakarta, 2014.
- Adjunct, Marniati, and Soekidjo Notoatmodjo. *Lifestyle of Determinant: Penderita Penyakit Jantung Koroner*. Edited by Shara Nurachma. Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2022.
- Adler, Alfred. *Individual Psychology*. Worcester Mass: Clark Univ Press, 1930.
- Ahdiat, Adi. "Penetrasi Internet Di Indonesia Tumbuh Pesat Dalam 10 Tahun Terakhir." databoks, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/09/penetrasi-internet-di-indonesia-tumbuh-pesat-dalam-10-tahun-terakhir>.
- Akbar, Rizki Setiawan, Audry Aulya, Adra A Psari, and Lisda Sofia. "Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FoMO) Pada Remaja Kota Samarinda." *Psikostudia J. Psikol* 7, no. 2 (2019): 38.
- Ana, Ester. "Hubungan Antara Fear Of Missing Out Dan Konformitas Teman Sebaya Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Remaja Awal." Universitas Mercu Buana Yogyakarta, 2020.
- Anggaraini, Retno. "Biar Nggak Ikut-Ikutan, Terapkan Sederet Cara Ini Untuk Memerangi FOMO!" Beautynesia, February 5, 2023.
- Anjani, Anatasia. "Mengenal FOMO, Ketakutan Akan Ketinggalan Momen Dan Tips Mengatasinya." detikedu, 2022. <https://www.detik.com/edu/edutainment/d-5913212/mengenal-fomo-ketakutan-akan-ketinggalan-momen-dan-tips-mengatasinya>.
- Apolo, Michelle, and Meike Kurniawati. "Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar KPOP Remaja Akhir Pada Produk Merchandise KPOP." *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 3, no. 6 (2023): 3847–58.
- Arfian, Denis. "Siswa Hingga Guru Antusias Donor Darah." Radar Bekasi, 2020. <https://radarbekasi.id/2020/01/21/siswa-hingga-guru-antusias-donor-darah/>.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. 14th ed. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.

- Ato, Stefanus. "Kala Remaja Bekasi Mencari Pengakuan Di Jalanan." Kompas, 2022. <https://www.kompas.id/baca/metro/2022/08/21/jalanan-dipilih-remaja-demi-pengakuan>.
- . "Terjangkit FOMO, Bertaruh Segalanya Demi Mengais Perhatian." Kompas.id, 2023. <https://www.kompas.id/baca/metro/2023/06/08/mereka-yang-bertaruh-segalanya-demi-mengais-perhatian>.
- Ayuningtyas, Rizky Fitriannisa, and Bambang Diby Wiyono. "Studi Mengenai Kecanduan Internet Dan Fear Of Missing Out (FoMO) Pada Siswa Di SMK Negeri 1 Driyorejo Studi Mengenai Kecanduan Internet Dan Fear Of Missing Out (FoMO) Pada Siswa Di SMK Negeri 1 Driyorejo Rizky Fitriannisa Ayuningtyas Bambang Diby Wiyono," n.d.
- Azizah, Emma, and Fahyuni Baharuddin. "Hubungan Antara Fear of Missing Out (FOMO) Dengan Kecanduan Media Sosial Instagram Pada Remaja Oleh," n.d.
- Baudrillard, Jean. *Simulation*. Edited by Jim Fleming and Sylvere Lotringer. New York: Semiotext(e), Inc, 1983.
- Baudrillard, Jean P. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004.
- Bayu, Dimas. "Remaja Paling Banyak Gunkan Internet Di Indonesia Pada 2022." DataIndonesia.id, 2022. <https://dataindonesia.id/internet/detail/remaja-paling-banyak-gunakan-internet-di-indonesia-pada-2022>.
- Bekasi, Pemerintah Kota. "Workshop Bela Negara Diikuti 75 Remaja Masjid Se-Kota Bekasi." Bekasikota.go.id, 2017.
- Bintarto, Raden Soerjohirodo. *Pengantar Geografi Kota*. 1st ed. Yogyakarta: Spring, 1997.
- Brs. "98 Persen Anak Dan Remaja Tahu Internet." KOMINFO, 2014. https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/3836/98+Persen-Anak-dan-Remaja-Tahu-Internet/0/berita_satker.
- Cahyono. "Identitas Muslim Urban." Universitas Kristen Satya Wacana, 2018.
- Daon001. "Kemkominfo: Pertumbuhan E-Commerce Indonesia Capai 78 Persen." KOMINFO, February 28, 2019.
- Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur. "Gaya Hidup Generasi Milenial Mampu Dorong Pertumbuhan Ekonomi," 2019. <https://kominfo.jatimprov.go.id/read/umum/gaya-hidup-generasi-milenial-mampu-dorong-pertumbuhan-ekonomi>.
- Djalal, Taufiq, Arlin Adam, and Syamsu A Kamaruddin. "Masyarakat Konsumen

- Dalam Perspektif Teori Kritis Jean Baudrillard.” *Journal of Social and Educational Studies* 3, no. 2 (2022).
- Faiz, Abd Aziz. *Musimah Perkotaan (Globalizing Life Style, Religion, and Indetity)*, 2016.
- Fajrin Triananda, Shalika, Dinie Anggraeni Dewi, and Yayang Furi Furnamasari. “Peranan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja,” n.d.
- Featherstone, Mike. *Consumer Culture and Postmodernism*. 2nd ed. Los Angels: SAGE Publication, 2007.
- Finaka, Andrian W. “Anak Muda Banyak Terjebak Pinjaman Online.” *Indonesiabaik.id*, 2023.
- Gezgin, Deniz Mertkan, Nazire Burcin Hamutoglu, Orhan Gemikonakli, and Ilham Raman. “Social Networks Users: Fear of Missing Out in Preservice Teachers.” *Journal of Education and Practice* 8, no. 17 (2017): 156–68.
- Herman, Dan. “Introducing Short-Term Brands: A New Branding Tool for a New Consumer Reality.” *Journal of Brand Management* 7, no. 5 (2000): 330–40.
- Hurlock, Elizabeth. *Psikologi Perkembangan*. 2nd ed. Jakarta: Erlangga, 1991.
- Hutapea, Yemima. “10 Gejala Kamu Memiliki Fomo.” *cosmopolitan*, 2018. <https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/10/2018/14854/10-gejala-kamu-memiliki-fomo>.
- Ilham, Dwi, and Muhammad Edwar. “E-JOURNAL UNESA PENGARUH GAYA HIDUP, FITUR PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MENGGUNAKAN JEJARING SOSIAL TWITTER DI SURABAYA SELATAN Dwi Ilham Prasetya Dan Muhammad Edwar.” *E-Journal Unesa* 2, no. 2 (2014): 1–16.
- Indriani, Dian, Sri Intan Rahayuningsih, and Sufriani. “Durasi Dan Aktivitas Penggunaan Smartphone Berkelanjutan Pada Remaja.” *Jim Fkep* 5, no. 1 (2021): 124–30. <http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>.
- info pendidikan news. “Puluhan Remaja Di Kota Bekasi Ikut Kompetisi ML,” n.d.
- Iverson, Brent L, and Peter B Dervan. “Statistik Daerah Kota Bekasi 2023,” n.d., 7823–30.
- Kotler, and Keller. *Manajemen Pemasaran*. 12th ed. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Kristi, Agata Melinda. “5 Tanda Kamu Seorang Social Butterfly, Si Jago

- Bersosialisasi.” IDN Times, January 21, 2022.
- Kumparan. “Pengertian Gaya Hidup Modern Dan Dampak Bagi Masyarakat,” 2023. <https://kumparan.com/berita-terkini/pengertian-gaya-hidup-modern-dan-dampak-bagi-masyarakat-1zf1z9LKXqb/1>.
- Kurniawan, Endra. “Fenomena Viral Di Media Sosial, Pengamat Sebut 68% Milenial Indonesia Terjangkit FOMO.” *Tribunnews.com*, 2019. <https://www.tribunnews.com/nasional/2019/11/24/fenomena-viral-di-media-sosial-pengamat-sebut-68-millennial-indonesia-terjangkit-fomo>.
- Librianty, Andina. “Survei: IPhone Populer Di Kalangan Remaja.” *Liputan 6*, 2017. <https://www.liputan6.com/tekno/read/2916773/survei-iphone-populer-di-kalangan-remaja>.
- Marmi. *Gizi Dalam Kesehatan Reproduksi*. Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2013.
- Maulana, Candra. “FENOMENA PENCIPTAAN MAKNA BARU GAMERS MOBILE LEGENDS: BANG BANG (STUDI DESKRIPSI KUALITATIF PADA MOBILE LEGENDS COMMUNITY KALIJAGA YOGYAKARTA),” 2003. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/54163/>.
- Meinarno, Eko A, and Sarlito W Sarwono. *Psikologi Sosial*. 2nd ed. Jakarta: Salemba Humanika, 2018.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.
- Mursalim, Jusmin, and Nur Wulandari. “Pola Asuh Orang Tua Terhadap Kemampuan Bersosialisasi Pada Siswa Kelas IV Di SD Inpres 102 Malanu Kota Sorong.” *Papeda: Publikasi Pendidikan Dasar* 2, no. 1 (January 2020): 1–9.
- Mustajab, Ridwan. “Pengguna E-Commerce RI Diproyeksi Capai 196,47 Juta Pada 2023.” *DataIndonesia.id*, September 4, 2023.
- Na, D E Conduata, and Crise Hipertensiva. “Statistik Kesejahteraan Rakyat Kota Bekasi 2023,” n.d.
- Nadzirah, Salma, Wahidah Fitriani, Putri Yeni, and Iain Batusangkar. “Dampak Sindrom FoMO Terhadap Interaksi Sosial Pada Remaja Impact of FoMO Syndrome on Social Interaction in Adolescent,” n.d.
- Nandy. “Role Model: Pengertian, Manfaat, Dan Bagaimana Cara Memilihnya.” *Gramedia*, n.d.
- Nugraha, Jefri Putri. *Teori Perilaku Konsumen*. Edited by Ahmad Jibril. 1st ed. Pekalongan: Penerbit NEM, 2021.

- Nugrahaeni, PNA. "Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau Dari Lokasi Tempat Tinggal." UMS, 2003.
- Program, Andi Cahyadi, Studi Psikologi, Kampus Kota, Madiun) -Fakultas Psikologi, Universitas Katolik, and Widya Mandala Surabaya. "Gambaran Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) Pada Generasi Z Di Kalangan Mahasiswa Gambaran Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) Pada Generasi Z Di Kalangan Mahasiswa," n.d.
- Przyblyski, Andrew K, Kou Murayama, Cody R DeHaan, and Valerie Gladwell. "Motivational, Emotional and Behavior Correlates of Fear of Missing Out." *Computers in Human Behavior* 29, no. 4 (2013): 1841–48.
- Purwanto, Antonius. "Kota Bekasi: Kota Satelit Yang Jadi Hunian Kaum Urban Dan Sentra Industri." Kompaspedia, 2021. <https://kompaspedia.kompas.id/baca/profil/daerah/kota-bekasi-kota-satelit-yang-jadi-hunian-kaum-urban-dan-sentra-industri>.
- Putri, Wilga Secsio Ratsja, Nunung Nurwati, and Melianny Budiarti Santoso. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja." *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2016).
- Qomariah, Astutik Nur. "Perilaku Penggunaan Internet Pada Kalangan Remaja Di Perkotaan." *Jurnal Universitas Airlangga* 6 (2009): 55–64.
- Rajagukguk, Tri Putra, and Kunto Sofianto. "SIMULAKRA HIPERREALITAS DAN REPRODUKSI TANDA GAME ONLINE-PUBG Studi Kasus Siswa Prosus Inten Jalan Aceh, Kota Bandung, Tahun 2019." *Metahumaniora* 10, no. 1 (2020): 118. <https://doi.org/10.24198/mh.v10i1.22239>.
- Regita, Santa. "Fear of Missing Out (FOMO), Ketakutan Kehilangan Momen." Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Accessed March 26, 2023. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13931/Fear-Of-Missing-Out-FOMO-Ketakutan-Kehilangan-Momen.html>.
- Rianto, James. *Semua Tentang Merek*. Nas Media Pustaka, 2023.
- Riastyanto, Nurendra, Pudji Muljono, and Siti Amanah. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Fenomena Fear of Missing Out Pada Nelayan Di Wilayah Suradadi, Kabupaten Tegal." *Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan* 7, no. 1 (June 26, 2021): 83. <https://doi.org/10.15578/marina.v7i1.9842>.
- Ritzer, George dan Goodman, Douglas J. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2008.
- Riyanto, Yatim. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: SIC, 1996.

- Rohmitriasih, Mimi. "5 Tanda Kamu Pribadi Yang Pandai Bersosialisasi Dengan Sekitar." *Fimela*, June 8, 2023.
- Rozy, Fathur. "Komodifikasi Fesyen Bonek Di Surabaya Selatan." *Universitas Negeri Surabaya*, 2021.
- Sabilla, Syahidah Izzata. "Arti FOMO: Pengertian, Faktor Pendorong, Dampak Hingga Cara Mengatasinya." *Sonora.id*, October 8, 2022.
- Sadya, Sarnita. "Ini Sederet Alasan Konsumen Makin Giat Belanja Online." *DataIndonesia.id*, September 22, 2022.
- Samiun, and Fermatika Oktavia Hana. "Analisis Pengaruh Diskon, Promosi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Mandalika Prodi Manajemen Angkatan 2021." *Visionary: Penelitian Dan Pengembangan Di Bidang Administrasi Pendidikan* 11, no. 2 (November 2023).
- Sanjaya, Yefta Christopherus Asia, and Sari Hardiyanto. "Tiket Konser Coldplay Habis Dikaitkan Dengan FOMO, Fenomena Apa Itu?" *Kompas*, 2023. <https://amp.kompas.com/tren/read/2023/05/19/153000265/tiket-konser-coldplay-habis-dikaitkan-dengan-fomo-fenomena-apa-itu->.
- Santoso, Dr. Kukuh. "FOMO (Fear of Missing Out) Mahasiswa." *Times Indonesia*, 2023. <https://timesindonesia.co.id/kopi-times/462565/fomo-fear-of-missing-out-mahasiswa>.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. *Psikologi Remaja*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013.
- Scott, Elizabeth. "How to Deal with FOMO in Your Life." *Very Well Mind*, 2022. <https://www.verywellmind.com/how-to-cope-with-fomo-4174664>.
- Setia Bakti, Indra, and Alwi Nirzalin. "Konsumerisme Dalam Perspektif Jean Baudrillard," n.d. www.kbbi.web.id.
- Setiadi, Felix, Dharmady Agus, Fakultas Kedokteran, and Ilmu Kesehatan. "Hubungan Antara Durasi Penggunaan Jejaring Sosial Dan Tingkat Fear of Missing Out Di Kalangan Mahasiswa Kedokteran Di Jakarta The Association Between Social Network Usage Duration and Fear of Missing Out Level Among Medical Student in Jakarta." *Damianus Journal of Medicine*. Vol. 19. Jakarta Utara, 2020.
- Setiawan, Rizki, Program Studi, Pendidikan Sosiologi, Universitas Sultan, Ageng Tirtayasa, Liyola Wendysofynia, Program Studi, Pendidikan Sosiologi, Universitas Sultan, and Ageng Tirtayasa. "Perubahan Sosial: Alih Fungsi Lahan Pada Masyarakat Bekasi" 2, no. 1 (2022): 54–65.

- Sianipar, Nicho Alinton, and Dian Veronika Sakti Kaloeti. "Hubungan Antara Regulasi Diri Dengan Fear of Missing Out (FOMO) Pada Mahasiswa Tahun Pertama Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro." *Empati* 8, no. 1 (January 2019): 136–43.
- Siti Amallia. "FoMO (Fear of Missing Out) Among Youth Viewed From Herbert Marcuse's Perspective." *Refleksi Jurnal Filsafat Dan Pemikiran Islam* 22, no. 2 (February 27, 2023). <https://doi.org/10.14421/ref.2022.2202-02>.
- Soedjatmiko, Haryanto. *Saya Berbelanja Maka Saya Ada: Ketika Konsumsi Dan Desain Menjadi Gaya Hidup Konsumeris*. Yogyakarta: Jalusutra, 2007.
- Soekanto, Soerjono. *Sosiologi Keluarga*. 3rd ed. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Soetjningsih. *Buku Ajar: Tumbuh Kembang Remaja Dan Permasalahannya*. Jakarta: Sagung Seto, 2004.
- Sunaryo. *Psikologi Untuk Keperawatan*. Edited by Monica Ester. Jakarta: EGC, 2004.
- Suyanto, Bagong. *Sosiologi Ekonomi*. 1st ed. Jakarta: KENCANA, 2017.
- Syahrudin, Mahdar, Abdul Sarlan, Asmurti, and Muslan. *Fenomena Komunikasi Di Era Virtualitas*. CV Green Publisher Indonesia, 2023.
- T. G., McGee, Robinson, and Ira M. *The Mega-Urban Regions of Southeast Asia*. Vancouver: UBC Press, 1995.
- Wafa, M, Naufal Ramadhan, Kata Kunci, Perilaku Konsumerisme, Jurnal Penelitian, and Gaya Hidup Konsumtif. "Perilaku Konsumerisme Di Kalangan Mahasiswa Universitas Bhayangkara Melalui Media Online Shop (Shopee)." *Prosiding Konferensi Nasional Sosial Politik (KONASPOL)* 1 (2023): 454.
- Wahyuni, Sri, and Joko Wasisto. "Kemampuan Literasi Digital Masyarakat Kota Bekasi Tentang Berita Covid-19 Di Line Today." *ANUVA* 7, no. 1 (2023): 63–79.
- Wahyuni, Suci, and Yadi Ruyadi. "Faktor Yang Melatarbelakangi Perubahan Gaya Hidup Anak Pada Keluarga Tenaga Kerja Wanita." *Sosietas* 8, no. 1 (2018).
- WD, Astrid Prihatini. "Fenomena FOMO Di Indonesia Dipicu Pemakaian Media Sosial." *Solopos Style*, 2022. <https://lifestyle.solopos.com/fenomena-fomo-di-indonesia-dipicu-pemakaian-media-sosial-1484000>.
- Wirasukessa, Kadek, and I Gede Sanica. "Fear of Missing Out Dan Hedonisme Pada Perilaku Konsumtif Milenials: Peran Mediasi Subjective Norm Dan

Attitude.” *Ilmiah Manajemen, Ekonomi & Akuntansi (MEA)* 7, no. 1 (2023): 156–75.

Wisnu. “FOMO (Fear of Missing Out): Definisi Dan Dampaknya Bagi Karir.” Myrobbin.id, 2023. <https://myrobbin.id/untuk-bisnis/fear-of-missing-out/>.

World Health Organization. “Mental Disorders Fact Sheets,” 2022. <https://www.who.int/news-room/fact/sheets/detail/mental-disorders>.

Yulianthi. *Ilmu Sosial Budaya Dasar*. Sleman: Deepublish, 2015.

Yuniarti, Tatik, and Muhammad Armen. “Implementasi Bekasi Smart City: Pengaruh Karakteristik Pengguna Terhadap Perilaku Komunikasi Pengguna Pengaduan Online Terpadu (POT).” *PIKOM* 21, no. 2 (2020).