
Bentuk Fenomena FOMO di Kalangan Mahasiswa Universitas Udayana, Denpasar, Bali

Arnod Brema Karo-Karo¹, Ida Ayu Alit Laksmiwati², Ida Bagus Oka Wedasantara³
^{1,2,3}Universitas Udayana

E-mail: Arnodbrema12@gmail.com¹, alitwong2@yahoo.com², [okawedasantara@unud.ac](mailto:okawedasantara@unud.ac.id)³

Article History:

Received: 18 September 2024

Revised: 02 Oktober 2024

Accepted: 05 Oktober 2024

Keywords: Fenomena FOMO, Mahasiswa, Teknologi Informasi, Pergaulan.

Abstract: Teknologi informasi yang semakin maju dibuktikan dengan hadirnya media sosial memengaruhi kehidupan pergaulan para remaja akhir terkhususnya kalangan mahasiswa. Smartphone dan konten yang ada di media sosial menjadi pemenuh kebutuhan sosial para mahasiswa, menciptakan apa yang dikenal dengan fenomena takut akan ketinggalan (FOMO). Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk FOMO terkhususnya di kalangan mahasiswa Universitas Udayana dengan menggunakan metode kualitatif, serta menggunakan teknik pengumpulan data berbasis wawancara, observasi, dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan sekiranya lima bentuk FOMO yang ada di kalangan mahasiswa Universitas Udayana.

PENDAHULUAN

Kemajuan di bidang teknologi informasi dapat dilihat dan dirasakan salah satunya melalui media sosial yang mudah diakses di mana pun dan kapan pun. Alat yang digunakan untuk mengakses media sosial tersebut adalah gawai atau yang lebih sering didengar dengan sebutan *smartphone*. Gawai pada awal kemunculannya hanya dimiliki oleh orang-orang dari kalangan atas dan pekerja yang memang benar-benar membutuhkannya guna menunjang aktivitas pekerjaan mereka.

Dewasa ini gawai bukan lagi sebagai kebutuhan bagi mereka yang bekerja saja, tetapi juga bagi berbagai kalangan, salah satunya kaum remaja. Gawai menjadi salah satu kebutuhan primer manusia di era modern ini. Jika orang dewasa menggunakan gawai untuk bekerja atau alat untuk mencari uang, maka remaja biasanya menggunakan gawai untuk memenuhi kebutuhan sosial mereka. Kebutuhan sosial merupakan kebutuhan seorang individu manusia dalam menjalani hubungan dengan orang lain agar individu tidak merasa terisolasi dari pergaulannya (Wijono, 2010).

Gawai selain sebagai instrumen komunikasi juga berfungsi sebagai representasi strata sosial dalam pergaulan. Pergaulan merupakan salah satu aspek penting terutama di kalangan mahasiswa yang merupakan masa peralihan remaja awal ke remaja akhir. Mahasiswa kerap kali membutuhkan pengakuan dari lingkungan pergaulan mereka sehingga mereka tidak merasa ketinggalan zaman. Lingkungan menjadi sangat berpengaruh terhadap gaya hidup mahasiswa, terlebih mereka yang hidup sebagai masyarakat urban atau perkotaan dan terkadang mengedepankan kebutuhan sosial yang sejatinya bukan merupakan kebutuhan utama atau kebutuhan pokok manusia pada umumnya.

Tingkat konsumsi mahasiswa memiliki kecenderungan sangat tinggi, mulai dari konsumsi berupa makanan untuk kebutuhan biologis sampai konsumsi berupa barang. Kalangan mahasiswa memiliki tingkat konsumsi lebih tinggi dibandingkan kalangan remaja yang masih duduk di bangku SMP ataupun SMA yang sebagian besar masih dalam pantauan orang tua (Novita dan Handoyo, 2014). Menurut Nurhadi (dalam Wahyuni, 2013) konsumsi adalah kegiatan manusia menggunakan atau memakai barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Namun tingkat konsumsi mahasiswa dalam memenuhi kebutuhannya cenderung melahirkan perilaku konsumtif. Tambunan (dalam Warsidi, 2010) menggambarkan bahwa perilaku konsumtif dapat ditunjukkan dengan adanya perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok. Banyak faktor yang menyebabkan mahasiswa menjadi seorang yang konsumtif. Salah satu faktor munculnya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa adalah gaya hidup. Menurut Chaney (1996) gaya hidup adalah tindakan antara individu dengan individu lain dalam suatu bentuk khusus pengelompokan status modern, mendefinisikan suatu sikap, nilai-nilai, dan posisi sosial dari individu yang mengikuti dalam golongan masyarakat modern.

Kemajuan teknologi informasi juga menjadi salah satu indikator pemicu munculnya fenomena FOMO ditambah lagi dengan mudahnya mengakses berbagai hal di media sosial, mulai dari melihat berbagai tren baru di berbagai negara di dunia sampai memudahkan transaksi ekonomi. Przybylski dkk. (2013) melihat FOMO (*Fear of Missing Out*) sebagai sindrom kecemasan sosial yang ditandai dengan keinginan untuk terus terhubung dengan apa yang dilakukan oleh orang lain. Munculnya perasaan takut akan ketinggalan mengikuti tren baru yang menarik biasanya membuat beberapa mahasiswa akan melakukan segala cara untuk dapat mewujudkannya. Ketakutan akan ketinggalan sesuatu yang baru atau dikenal dengan FOMO menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi gaya hidup yang sering kita lihat di kehidupan beberapa mahasiswa.

Adapun beberapa literatur yang menjadi tinjauan untuk penelitian ini di antaranya artikel jurnal berjudul “Konsumsi Produk Sustainable Beauty di Masa Pandemi: Menjaga Kesadaran Ekologis atautkah FOMO (*Fear of Missing Out*)” oleh Rozalina dan Lukman (2022). Artikel tersebut membahas peningkatan produksi industri kosmetik selama masa pandemi. Masa pandemi yang meningkatkan aktivitas penggunaan internet dan media sosial pada masyarakat berpengaruh terhadap fenomena FOMO para konsumen yang dimudahkan dalam pencarian informasi seputar produk kosmetik ramah lingkungan (*sustainable beauty*). Literatur selanjutnya yakni artikel prosiding berjudul “FOMO ke JOMO: Mengatasi Rasa Takut Akan Kehilangan (FOMO) dan Menumbuhkan Resiliensi terhadap Ketergantungan dari Dunia Digital” oleh Matulesy (2019). Artikel tersebut mengkaji gaya hidup JOMO (*Joy of Missing Out*) yang mampu memberikan dampak positif pada kemampuan seseorang untuk resilien terhadap gaya hidup FOMO.

Fenomena FOMO yang terjadi di kalangan mahasiswa kerap dipandang sebagai perilaku menyimpang karena mahasiswa selalu membandingkan kehidupan sosial mereka dengan kehidupan orang lain melalui media sosial. Namun fenomena FOMO juga memiliki sisi baik atau positif pada kalangan mahasiswa. Ini dapat dilihat dari beberapa mahasiswa yang terpacu untuk mendapat nilai yang tinggi setiap semesternya. Hal ini jelas mendorong kalangan mahasiswa untuk tidak ingin tertinggal dengan teman sekitarnya dalam mendapatkan nilai akademis yang bagus. Dualisme implikasi fenomena FOMO menjadi suatu hal yang menarik untuk diteliti karena selain memiliki sisi negatif, namun juga mengandung sisi positif bagi kehidupan mahasiswa.

LANDASAN TEORI

Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini yakni teori pilihan rasional yang

dikembangkan dan dipopulerkan oleh Coleman (1994) dalam buku yang berjudul *Foundations of Social Theory*. Teori pilihan rasional pada dasarnya merupakan pemahaman dari perkembangan aliran pemikiran paham rasionalitas di Eropa Barat. Menurut Coleman, individu dipandang sebagai pembuat keputusan untuk memaksimalkan kepentingannya dalam kendala tertentu dengan mempertimbangkan preferensi individu lain. Coleman juga meneruskan bahwa individu secara sengaja bertindak menuju arah suatu tujuan yang mana tindakan itu terbentuk oleh nilai-nilai dan pilihan-pilihan.

Teori pilihan rasional mengasumsikan bahwa individu memiliki latar belakang sosial untuk membuat pilihan, tindakan, atau keputusan berdasarkan tujuan dan kepercayaan dari individu itu sendiri. Jadi teori pilihan rasional dimaksudkan untuk menyimpulkan bahwa individu merupakan aktor yang dianggap memiliki tujuan dan pilihan yang bernilai dan digunakan untuk menentukan pilihan atas pertimbangan secara mendalam berdasarkan kesadarannya.

Dalam penelitian ini teori pilihan rasional digunakan untuk menganalisis fenomena FOMO, teori pilihan rasional memandang bahwa manusia adalah makhluk rasional yang selalu berupaya memaksimalkan kepuasan atau keuntungan dalam setiap tindakannya. Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) semakin marak terjadi terkhusus pada kalangan mahasiswa yang sangat terhubung dengan media sosial. FOMO didefinisikan sebagai kecemasan seseorang akan tertinggal informasi penting atau pengalaman menarik yang tengah dialami orang lain. Hal ini mendorong perilaku berlebihan untuk selalu terhubung di media sosial dan takut ketinggalan apa pun.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mengumpulkan data yang bersifat deskriptif dan terstruktur secara sistematis. Menurut Sudjana dan Ibrahim (2007) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berusaha menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari perilaku orang-orang yang diamati. Jenis metode penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian fenomenologi. Penelitian fenomenologi adalah penelitian yang mencoba mengungkap dan memahami suatu fenomena unik yang dialami oleh individu. Edgar dan Sedgwick (1999) menyebutkan bahwa fenomenologi berupaya mengungkapkan suatu makna dari peristiwa atau pengalaman individu, makna yang terdapat di dalamnya tergantung pada hubungan individu dengan peristiwa yang dialaminya.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu sumber data primer, yaitu data yang didapat secara langsung dari lapangan terkait fenomena FOMO kalangan mahasiswa Universitas Udayana di Kota Denpasar melalui teknik observasi dan wawancara. Kedua adalah sumber data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dan sudah pernah disinggung pada penelitian terdahulu. Sumber data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari beberapa studi dokumen seperti buku, artikel jurnal, sumber internet, dan berbagai jenis dokumen lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk Fenomena FOMO pada Mahasiswa Universitas Udayana

Rasa takut akan tertinggal atau *Fear of Missing Out* (FOMO) sudah menjadi fenomena yang lazim terjadi di kalangan mahasiswa. FOMO sering disandingkan dengan seseorang yang tidak bisa lepas dari ponselnya pagi sampai malam untuk memantau tren kekinian yang sedang banyak digemari orang, namun bentuk fenomena FOMO tidak hanya sekedar itu saja. FOMO terhadap produk kekinian seperti *Smartphone* atau ponsel pintar yang selalu mengeluarkan model terbarunya, serta *fashion* yang merupakan bentuk FOMO yang sering terjadi di kalangan

mahasiswa.

1. *Smartphone*

Smartphone atau ponsel pintar sudah menjadi kebutuhan utama dalam menjalani kehidupan sehari-hari, orang dewasa atau kalangan pekerja menggunakan *smartphone* untuk menunjang aktivitas pekerjaan mereka dan terkadang digunakan untuk kebutuhan media sosial mereka. Sama halnya dengan kalangan mahasiswa *smartphone* menjadi salah satu alat gawai penunjang aktivitas mahasiswa dalam menjalani studinya.

Kebutuhan manusia yang semakin meningkat di era sekarang ini pabrikan *smartphone* juga hampir tiap tahunnya mengeluarkan jenis *smartphone* dengan berbagai varian dan beragam keunggulan. Apple merupakan salah satu pabrikan *smartphone* terbaik saat ini, hampir setiap tahun mereka mengeluarkan model terbarunya. Tidak jarang banyak kalangan mahasiswa membeli model ataupun varian terbaru dari *smartphone* buatan Apple walaupun *smartphone* lama mereka masih bagus dan sangat masih layak digunakan. Hal ini terjadi karena mereka merasa tidak ingin tertinggal dengan teman mereka yang sudah mempunyai model *smartphone* terbaru tersebut, dan terpengaruh melalui iklan di media sosial. Hal ini pun diungkapkan oleh beberapa informan di bawah ini.

“Merek *smartphone* gue sekarang iPhone 11 gue belinya bulan juli 2023 pas itu harganya sekitar sembilan jutaan, sebelumnya si merek *smartphone* gue Oppo tapi lupa series berapa yang jadul pokoknya, terus gue sering lihat di instagam gue temen-temen gue pada *selfie mirror* pake iPhone, nah dari situ gua jadi ikut-ikutan pengen beli iPhone juga” (wawancara: 16 April 2024, informan Patrik).

Dari hasil wawancara Patrik dari Fakultas Teknik menyatakan bahwa pengaruh melihat teman yang memiliki iPhone menjadi motivasi atau pendorong mereka untuk memiliki *smartphone* iPhone juga. Selain tidak ingin tertinggal dari lingkungan pertemanan mereka, hasil dari kamera dari iPhone juga menjadi alasan mereka memilih untuk mengganti *smartphone* mereka, dimana Patrik mengatakan bahwa *selfie mirror* atau mengambil foto diri sendiri di depan cermin menggunakan iPhone memiliki gengsi tersendiri.

Sementara dari pernyataan Aristya karena dia sering mengambil foto saat sedang bepergian ke suatu tempat dan iPhone menjadi salah satu *smartphone* dengan hasil kamera terbaik.

“Sekarang *smartphone* gua iPhone 11 sebelumnya gua pake Oppo, awal gua ganti itu karena temen-temen gue di kelas itu pake iPhone semua jadi gua ngerasa agak gimana gitu kalo masi pake Oppo, sama ya gua beli iPhone karna kameranya bagus dan gua orangnya suka ambil foto gitu kalo lagi kemana-mana” (wawancara: 15 April 2024, informan Aristya).

Sementara dari pernyataan Aristya karena dia sering mengambil foto saat sedang bepergian ke suatu tempat dan iPhone menjadi salah satu *smartphone* dengan hasil kamera terbaik. Hal ini jelas mempermudah untuk orang yang suka mengambil foto karena tidak membutuhkan kamera digital yang pastinya lebih mahal dan kurang praktis untuk dibawa bepergian karena ukurannya yang lebih besar.

Dua contoh di atas menunjukkan bentuk adanya FOMO dalam kepemilikan *smartphone* yang kini seakan menjadi kebutuhan primer. Adanya anggapan kepemilikan *smartphone* bermerek tertentu seperti Apple sebagai penunjuk strata sosial menjadi alasan sebagian mahasiswa untuk mengganti *smartphone* lama mereka.

2. *Fashion*

Munculnya rasa FOMO datang dari beragamnya jenis dan model *fashion* terlebih di kalangan mahasiswa. Kalangan mahasiswa sekarang ini memiliki istilah yang sering didengar yaitu OOTD (*Outfit of The Day*) atau dalam bahasa Indonesia adalah pakaian hari ini. Namun pada kalangan mahasiswa OOTD diartikan sebagai cara menampilkan *style* atau gaya busana yang sedang dikenakan sepanjang hari baik di acara resmi tidak resmi.

Dari kutipan wawancara di bawah ini menunjukkan bahwa informan Aristya memiliki perasaan FOMO terhadap tren berpakaian model *crop top*.

“Gue kan FK ya jadi rata-rata outfit teman teman gue ke kampus itu casual saja sih kayak pake kemeja rapi aja cuma kalo FOMO nya lebih ke gaya *fashion crop top* gitu sih, cuma kalo di rumah kurang berani make baju *crop top* soalnya masi sama orang tua merasa ga sopan aja, cuma kalo lagi di Denpasar dan pengen keluar sama teman gue baru gue pake baju *crop top* gitu apalagi di Bali ya bebas aja sebenarnya mau pake baju bagaimana pun orang mah ga bakal peduli banget” (wawancara : 15 April 2024, informan Aristya).

Crop top sendiri merupakan *fashion* dengan model pakaian biasa namun sedikit di potong pada bagian perut atau pinggang sehingga bagian pusar akan sedikit terlihat. Aristya sempat merasa FOMO karena tidak berani memaki *fashion* bermodel *crop top* karena masih tinggal bersama keluarga.

Sementara itu, informan lain yakni Betharia memberikan pandangannya terkait *fashion* yang lekat dengan kaum hawa. *Fashion* bahkan seakan memiliki posisi penting dalam kehidupan tiap perempuan.

“*Fashion* itu kayanya uda jadi kebutuhan wajib dah buat kaum hawa, soalnya ya cewe gua akuin emang ribet si kalo soal pilih memilih baju soalnya gua tipenya gitu, ga semua cewesi tapi rata-rata gitu yang gua perhatiin, kalo model *fashion* gua itu suka banget sama model *dress* gitu, yang namanya *dress* si beragam jenisnya ya nod Cuma kalo gua fomonya sama modelan *dress* terusan gitusi soalnya pas main kepantai banyak orang pake modelan kaya gitu dan biar ga ribet pake kaya ada atasan sama roknya *dress* kan modelan daster tapi versi buat dipakai bepergian” (wawancara : 20 April 2024, informan Betharia).

Dari hasil wawancara dengan keseluruhan informan di atas mengenai rasa FOMO pada tren kekinian di bidang *fashion* maka dapat disimpulkan bahwa benar adanya perasaan FOMO dari keseluruhan informan. Memang sangat beragam alasan dari semua informan mengenai munculnya rasa FOMO terhadap tren *fashion*.

3. *Coffee Shop (Tempat Rekreasi)*

Coffee shop atau kedai kopi merupakan tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi, namun *coffee shop* mengalami perkembangan dan perubahan yang sangat cepat. Sekarang ini *coffee shop* tidak hanya lagi menyediakan minuman jenis kopi saja, melainkan minuman jenis lainnya. Bahkan tidak jarang *coffee shop* juga menyediakan jenis-jenis makanan mulai dari makanan ringan sampai makanana berat. *Coffee shop* juga tergolong ke dalam tempat rekreasi karena pada dasarnya tempat rekreasi diartikan sebagai tempat bersantai dan tempat untuk bersenang-senang.

Sementara pada kalangan mahasiswa ada sedikit pergeseran makna terhadap *coffee shop*, jika awalnya *coffee shop* adalah tempat dan wadah untuk bersantai dan menikmati secangkir kopi maka pada kalangan mahasiswa *coffee shop* sudah menjadi suatu standar dalam gaya hidup. Maka dari itu tidak jarang tempat *coffee shop* menjadi pemicu timbulnya

rasa FOMO pada kalangan mahasiswa karena ada anggapan akan tertinggal dari orang lain jika tidak berkunjung ke *coffee shop*. Terlebih di kota Denpasar sendiri sangat mudah ditemukan karena sudah banyaknya berdiri *coffee shop* di berbagai sudut kota Denpasar.

Hal inilah yang menambah munculnya perasaan FOMO pada kalangan mahasiswa karena muncul perasaan ingin mengunjungi semua tempat *coffee shop* yang ada agar terlihat tidak tertinggal.

“Nah kalo nongkrong sebenarnya gua ada fomonya juga, temen gua kan gabanyak dan rata-rata mereka ini kalo nongki pada di *coffee shop*, nah jadinya pas gua masuk ke mereka jadinya gua fomo dan ikut-ikutan ngopi di *coffee shop* gitu” (wawancara : 16 April 2020, informan Patrik).

Dari hasil kutipan wawancara di atas menunjukkan bahwa adanya rasa FOMO untuk mengunjungi *coffee shop* agar tidak tertinggal dari lingkungan pertemanan. Patrik mengutarakan bahwa dia memang sangat suka berkumpul dengan teman-temannya, namun karena teman-temannya sering berkunjung ke *coffee shop* mengakibatkan dirinya malah menjadi ikut-ikutan untuk mengunjunginya.

“Dulu pas masi di rumah saya juga suka nongkrong orangnya, pastinya pas pindah ke Bali kuliah dan kenal orang-orang baru pasti nemu tongkrongan barula, apalagi anak-anak hukum ni kalo nugas rapat atau bahas apa aja pasti ke coffe shop, dari sini ya jadi ikut-ikutan nongkrong dan yakalo ada temen lagi ditempat *coffee shop* gitu pasti saya langsung menyusul karena gamau ketinggalan aja (wawancara 20 April 2024, informan Junior).

Hal serupa juga dialami oleh Junior mengunjungi *coffee shop* agar tidak tertinggal dari lingkungan pertemanan. Junior mengutarakan bahwa dirinya memang sangat suka pergi ke *coffee shop* bersama teman-temannya. Rasa tidak ingin tertinggal dirasakan oleh Junior sehingga sering kali dia pergi ke *coffee shop* jika temannya juga sudah berada di tempat tersebut.

“Aku emang anaknya suka banget hangout, kalo ke cafe atau coffee shop suka jugasi cuman ga terlalu sering soalnya kan ada kebutuhan lain tapi kadang fomo kalo ngeliat teman upload di ig mereka lagi ngopi di luar denpasar gitu contoh ke ubud kan ubud banyak tempat kopi tu ya kadang FOMO nya karna ngeliat ig temen terus sebelum ke tempat kopi kaya gitu aku biasanya nabung dulu si biar kebutuhan yang lain ga keganggu” (wawancara : 1 Mei 2024, informan Justika).

Sementara Justika yang juga sama-sama menyukai mengunjungi *coffee shop* di luar Denpasar lebih suka mengunjungi *coffee shop* di daerah Ubud yang juga merupakan salah satu daerah destinasi wisata di Bali. Namun rasa FOMO mereka muncul juga akibat dari melihat tempat-tempat *coffee shop* melalui media sosial pribadi mereka, hal ini menekankan bahwa media sosial masih menjadi salah satu faktor utama akan munculnya fenomena FOMO di kalangan mahasiswa.

Rasa FOMO pada diri mahasiswa muncul karena membandingkan kehidupannya dengan orang lain maupun teman-temannya yang sedang atau sudah mengunjungi *coffee shop*. Adanya standar gaya hidup nongkrong pada kalangan mahasiswa menjadi salah satu faktor muncul rasa takut akan ketertinggalan atau FOMO, dimana adanya anggapan pada diri masing-masing mahasiswa akan tertinggal dengan lingkungan pertemanannya jika tidak bisa mengikuti gaya hidup temannya.

Walaupun beberapa mahasiswa menjadikan *coffee shop* menjadi sarana dalam mengerjakan tugas kuliah atau hanya sekedar bersantai untuk melepaskan rasa lelah,

nongkrong di *coffee shop* akhirnya menjadi suatu kebiasaan yang tidak bisa ditinggalkan sehingga menjadi standar gaya hidup para mahasiswa dan memunculkan fenomena FOMO untuk ingin selalu berkunjung ke *coffee shop*.

4. *Online Shop*

Kemajuan teknologi informasi sangat berkembang cepat sekarang ini, hal ini dapat dilihat melalui banyaknya perubahan manusia dalam menjalani kesehariannya. Jika dulu untuk membeli barang kita harus mengunjungi tokonya langsung, sekarang kita dapat mememesannya hanya dari *smartphone* saja. Salah satu faktor perubahan ini adalah *online shop*. *Online shop* merupakan tempat menjual berbagai macam produk secara *online* melalui aplikasi, *website*, dan media sosial, tentu dengan adanya *online shop* akan sangat memudahkan kegiatan jual beli dan sangat memungkinkan manusia melakukan transaksi dari tempat tinggal sendiri tanpa mengeluarkan tenaga dan biaya lebih.

Pada kalangan mahasiswa *online shop* merupakan hal yang lazim dan sering didengar bahkan dipergunakan. *Online shop* mestinya sangat membantu kalangan mahasiswa saat ingin membeli sesuatu untuk kegiatan perkuliahan atau hanya sekedar untuk beraktivitas seperti membeli baju, sepatu, makanan dan keperluan lainnya. Namun tidak jarang muncul fenomena fomo dari hadirnya *online shop* pada kalangan mahasiswa, terlebih sudah sangat mudah untuk mengakses *online shop* hanya melalui *smartphone* saja. *Online shop* akan sangat memungkinkan mahasiswa untuk melihat bahkan membeli berbagai jenis barang yang sebenarnya bukan kebutuhan utama dari para mahasiswa.

“Kalo belanja *online* si ga terlalu sering si bang paling sebulan sekali kalo untuk beli baju atau apalah gitu, cuma aku kan suka drakor-drakor gitu bang pokoknya gamau ketinggalan lah apalagi itu kan ber episode gitu jadi aku sering beli langganan aplikasi Netflix, Vidio.com sama yang lain gitu jadinya lumayan sering si beli langganan gitu dari Shopee daripada belanja yang lain” (wawancara : 17 April 2024, informan Grace).

Dari hasil kutipan wawancara di atas menunjukkan bahwa Grace menggunakan salah satu aplikasi belanja *online* yaitu Shopee untuk membeli dan berlangganan paket *streaming* film untuk menonton drama Korea yang dia suka. Rasa FOMO muncul karena Grace tidak ingin tertinggal dari film drama Korea yang sedang mereka ikuti sehingga sering kali menggunakan aplikasi *Online shop* untuk berlangganan dan membeli paket aplikasi *streaming* film. Tidak jauh berbeda dengan apa yang diungkapkan oleh informan Aristya di bawah ini.

“Gue si lumayan sering pake aplikasi belanja *online* gitu, paling sering si Shopee, kadang pesen makanan juga dari Shopee kalo lagi males keluar cuman kalo belanja barang ga terlalu sering si soalnya gue mendingan datengin langsung aja tokonya, tapi gua lumayan sering beli langganan aplikasi-aplikasi *streaming* film gitu di Shopee si banyak yang jual paketan bulanan ampe tahunan gitu karna gua suka nonton drakor dan gamau ngelewat satu episode pun makanya gua sering beli langganan *streaming* film gitu di Shopee” (wawancara : 15 April 2024, informan Aristya).

Dari hasil wawancara dengan keseluruhan informan maka dapat disimpulkan bahwa benar adanya fenomena FOMO pada kalangan mahasiswa terhadap aplikasi *online shop*. Dari berbagai macam aplikasi *online shop*, Shopee merupakan aplikasi belanja *online* yang paling sering digunakan oleh para mahasiswa. Namun dapat dikatakan bahwa *online shop* hanya menjadi suatu wadah bagi mahasiswa untuk memenuhi rasa FOMO terhadap suatu

tren seperti *fashion*, ataupun tren lainnya. Selain sebagai wadah untuk membeli berbagai barang untuk dapat mengikuti tren *online shop* juga menjadi pemicu dari fenomena FOMO, di mana kemudahan mengakses beragam hal untuk di beli menjadi faktor muncul fenomena FOMO pada kalangan mahasiswa. Jika sebelumnya fungsi dari *online shop* diharapkan dapat mempermudah kegiatan jual beli malah menjadi wadah untuk memenuhi gaya hidup pada kalangan mahasiswa.

5. Nilai Akademik

Berbicara mengenai mahasiswa pasti tidak akan terlepas dari kegiatan akademik yang mereka lakukan sehari-hari di kampus dan merupakan tujuan utama seseorang memilih menjadi seorang mahasiswa. Salah satu kegiatan mahasiswa berupa akademik adalah mengikuti kelas untuk menempuh dan lulus dari mata kuliah yang merupakan syarat yang harus dilakukan mahasiswa jika ingin lulus dari Universitas. Syarat untuk lulus saat menempuh suatu mata kuliah adalah nilai akhir yang tinggi agar mendapat predikat nilai sangat baik serta mendapat nilai mata kuliah yang tinggi akan mempermudah mahasiswa untuk mendapat IPK (indeks prestasi kumulatif) tinggi pada saat kelulusan.

Tidak jarang mendapat nilai tinggi dan baik malah menjadi suatu perlombaan pada kalangan mahasiswa. Selain dapat menjadi kebanggaan tersendiri mendapat nilai tinggi menjadi suatu keharusan dan segera cara akan dilakukan oleh para mahasiswa. Rasa tidak ingin tertinggal jelas akan melekat pada mahasiswa terlebih saat mereka tidak mendapat nilai yang begitu memuaskan, sementara teman-temannya yang menempuh mata kuliah yang sama mendapat nilai lebih tinggi darinya, hal ini yang menyebabkan munculnya perilaku dan perasaan FOMO dari mahasiswa terhadap nilai mata kuliah.

“Kalo gua lumayan ambis si dan pengen cepat kelar lah kuliahnya soalnya kan gua di bali tinggal sama keluarga jadi gapengen lama lama, abis lulus langsung cabut, kalo masalah nilai fomo ga FOMO si bisa dibilang FOMO karna temen gua semua emang pada pinter-pinter lah jadi ya gua pasti gamau ketinggalan dan mau setara lah sama mereka mereka pada” (wawancara : 13 Juni 2024, informan Patrik).

Dari hasil kutipan wawancara di atas dapat dikatakan Patrik adalah mahasiswa yang ambisius dalam pelaksanaan kegiatan kuliahnya, selain agar bisa lulus tepat waktu tidak ingin menjadi beban di keluarga menjadi salah satu alasannya untuk mendapat nilai yang tinggi. Namun Patrik juga menambahkan bahwasanya faktor lingkungan pertemanan juga mempengaruhi dirinya untuk mendapat nilai yang tinggi. Berada di antara teman-teman yang pintar dan tekun dalam menjalani perkuliahan menimbulkan rasa takut akan tertinggal dan dia berusaha sebisanya agar setara dan tidak tertinggal dari teman-temannya.

“Kalo untuk dapat nilai yang bagus atau ipk yang tinggi itu memang jadi kewajiban si buat aku, soalnya buat bayar kerja keras orang tua la yang uda bayar uang kuliah mahal belum lagi uang jajan, jadi harusnya semua orang yang kuliah punya mindset kaya gitu, Cuma kalo ditanya ada fomo atau ngga buat nilai akademik pastinya ada si menurutku, apalagi di prodi ku semua hampir ambis banget anaknya kalo aku si liat adala dua orang temenku yang paling pinter sama aktif di kelas jadi mereka aku jadiin standar ku pas ngikutin kelas aku mau setara sama mereka dan kalo bisa lebih dari mereka, pokonya gaboleh ketinggalan dari mereka gitu” (wawancara : 13 Juni 2024, informan Justika).

Pada kutipan wawancara di atas Justika juga mengatakan bahwa teman yang rajin, aktif dan pintar di kelas dijadikan standar dalam menempuh suatu mata kuliah untuk mendapat nilai yang tinggi. Apa yang dilakukan oleh Justika sejalan dengan pernyataan dari

teori pilihan rasional oleh James S. Coleman, teori pilihan rasional mengasumsikan bahwa individu memiliki latar belakang sosial untuk membuat pilihan, tindakan, atau keputusan berdasarkan tujuan dan kepercayaan dari individu itu sendiri serta teori pilihan rasional dimaksudkan untuk menyimpulkan bahwa individu merupakan aktor yang dianggap memiliki tujuan dan pilihan yang bernilai dan digunakan untuk menentukan pilihan atas pertimbangan secara mendalam berdasarkan kesadarannya.

Dari hasil keseluruhan kutipan wawancara di atas maka dapat disimpulkan bahwa benar adanya fenomena FOMO pada nilai akademik di kalangan mahasiswa Universitas Udayana. Semua hasil wawancara informan di atas merujuk pada munculnya fenomena FOMO terhadap nilai akademik terjadi karena tidak ingin tertinggal dari lingkungan teman mereka masing-masing. Mendapat dan mengusahakan nilai yang tinggi memang sudah menjadi suatu kewajiban untuk seluruh mahasiswa, tidak hanya di Udayana saja namun untuk semua Universitas dan perguruan tinggi sederajat lainnya. Akan tetapi para mahasiswa selalu menanamkan suatu pikiran dalam mengikuti mata kuliah bahwa teman yang dinilai rajin, aktif, dan pintar dijadikan standar dalam mendapat nilai yang tinggi dan bagus. Hal ini dapat dikatakan fenomena FOMO karena adanya anggapan dari mahasiswa tersebut tidak boleh tertinggal dari temannya dalam urusan mendapat nilai tinggi dan bagus.

KESIMPULAN

Pergaulan menjadi salah satu aspek penting bagi remaja akhir terkhususnya di kalangan mahasiswa. Melalui kemajuan di bidang teknologi informasi salah satunya melalui media sosial mempengaruhi dinamika pergaulan mereka. Dampak lebih lanjut menghasilkan sebuah fenomena yang dinamakan FOMO (*Fear of Missing Out*) yang diartikan sebagai kecemasan seseorang akan tertinggal informasi penting atau pengalaman menarik yang tengah dialami orang lain. Hal ini mendorong perilaku berlebihan untuk selalu terhubung di media sosial dan takut ketinggalan apa pun.

Penelitian terhadap mahasiswa di Universitas Udayana menghasilkan temuan berupa bentuk-bentuk fenomena FOMO yang diklasifikasikan melalui beberapa hal, di antaranya: (1) *smartphone*, (2) *fashion*, (3) *coffee shop*, (4) *online shop*, dan (5) nilai akademik. Fenomena-fenomena FOMO tersebut sejatinya tidak hanya membawa dampak negatif, melainkan juga dampak positif sebagaimana yang terlihat pada FOMO di bidang akademik yang memacu mahasiswa untuk lebih produktif sehingga berpengaruh pada nilai akademik yang semakin meningkat.

DAFTAR REFERENSI

- Chaney, D. (1996). *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Routledge.
- Coleman, J. S. (1994). *Foundations of Social Theory*. Harvard University Press.
- Edgar, A., dan Sedgwick, P. (1999). *Key Concept in Cultural Theory*. Routledge.
- Kiding, S., dan Matulesy, A. (2019). Dari FOMO ke Jomo: Mengatasi Rasa Takut akan Kehilangan (FOMO) dan Menumbuhkan Resiliensi terhadap Ketergantungan diri Dunia Digital. *Psisula: Prosiding Berkala Psikologi*, 1, 173-182.
- Novita, L., dan Handoyo, P. (2014). Perubahan Gaya Hidup Konsumtif pada Mahasiswa Urban di Unesa. *Paradigma Jurnal Online Mahasiswa*, 2(3), 1-7.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, R. C., dan Gladwell, V. (2013). Motivational, Emotional, and Behavioral correlates of Fear of Missing Out. *Science Direct*, 29(4), 1841-1848.

- Rozalinna, G. M., dan Lukman, A. C. (2022). Konsumsi Produk *Sustainable Beauty* di Masa Pandemi: Menjaga Kesadaran Ekologis atau FOMO (*Fearing of Missing Out*)?. *Brawijaya Journal of Social Science*, 1(2), 57-79. <https://doi.org/10.21776/ub.bjss.2022.001.02.4>
- Sudjana, N., dan Ibrahim. (2007). *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Sinar Baru.
- Wahyuni, S. (2013). Teori Konsumsi dan Produksi Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Akuntabel*, 10(1), 74-79.
- Warsidi, E. (2010). *Perilaku Konsumtif Merusakkan Karakter Bangsa*. CV Rizky Aditya.
- Wijono, S. (2010). *Psikologi Industri dan Organisasi: Dalam Suatu Bidang Gerak Psikologi Sumber Daya Manusia edisi 1*. Prenadamedia Group.