

FoMO: Kecemasan Digital di Kalangan Pengguna TikTok

Dyan Paramitha Darmayanti¹, Iqbal Arifin², Muh. Inayah A. M.³

Universitas Negeri Makassar¹⁾

Universitas Sulawesi Barat^{2) 3)}

Correspondence author: dyanparamitha@unm.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords:

Social Media, TikTok, Digital, FoMO, and Anxiety

How to cite:

Darmayanti, D. P., Arifin, I., & Inayah, M. A. M. (2023). FoMO: Kecemasan Digital di Kalangan Pengguna TikTok. *Emik*, 6(2), 198-215

ABSTRACT

TikTok is one of the most popular social media today and has even become one of the social media that triggered the emergence of fear of missing out (FoMO) phenomenon. FoMO is a feeling of anxiety, discomfort, and restlessness felt by a person when he/she feels missing out on opportunities, experiences, or even interesting events presented by other TikTok users. While the existing literatures mostly focus on the psychological aspects of FoMO and the reasons behind its occurrence, a novel contribution of this article is the different levels of FoMO experienced by those who experience it.

Using a qualitative approach, this study was conducted between May 2023 and August 2023. There were ten participants involved in this study who had experienced or were currently experiencing FoMO. They varied in terms of gender (four males and six females) and age (between 18 and 24 years old), status (six university students, two employees and the other two high school students). Data were collected using in-depth interview and observation.

The research shows that FoMO is the fear of something happening and going viral on TikTok, but when someone misses it or experience it, then he/she will feel left behind, which is popularly termed as "not updated". TikTok is very significant in causing FoMO because it contains unlimited content, is presented in a short duration, is easily accessed, so it can stimulate its users to always scroll (up, down, left, right), and poison its users. When they can't control themselves, they become addicted. There are four main levels of FoMO on TikTok: first, mild FoMO which is just a curiosity to participate in viral content; second, moderate FoMO, where users feel anxious about not being able to follow viral content and create a greater desire to engage; third, severe FoMO which can make users feeling stress and trying to always be connected to TikTok, even to the point of interfering with their daily activities; and finally, extreme FoMO which is the most dangerous level of FoMO because they feel trap by excessive FoMO, even to the point of wanting to end their lives. It is argued in this article that what level a person is at depends on how a person controls him/herself over the use of TikTok. Therefore, TikTok users must be careful from the beginning to control themselves, so that this super strong social media does not dominate its users.

1. Pendahuluan

Di era digital saat ini yang semakin hari semakin maju media sosial khususnya TikTok menjadi salah satu media yang cukup memengaruhi kehidupan masyarakat. Ini dibuktikan dengan data Business of Apps yang menunjukkan bahwa TikTok telah berhasil menggaet lebih dari 1.67 miliar pengguna aktif bulanan di seluruh dunia pada kuartal pertama tahun 2023, yang meningkat dari kuartal keempat tahun sebelumnya

sebesar 1,6 miliar.¹ Jika dilihat berdasarkan negara pada April 2023, maka Indonesia menduduki posisi kedua setelah Amerika dengan jumlah pengguna bulanan sebanyak 112,97 juta pengguna. Ini hanya berselisih 3,52 juta dari pengguna Amerika (116,49 juta pengguna).² Hal ini membuktikan bahwa Indonesia menjadi pangsa pasar TikTok yang sangat diperhitungkan.

Di balik banyaknya pengguna TikTok ternyata ini menghadirkan banyak tantangan sosial dan psikologis yang cukup memengaruhi interaksi di TikTok, dan dapat menyebabkan kecanduan (Hariadi 2018; Pratiwi dan Fazriani 2020). Detiknews Indonesia, misalnya, mengungkapkan bahwa 6,4% pengguna TikTok berisiko mengalami kecanduan.³ Meskipun angka 6,4% ini bukan merupakan angka yang cukup besar, namun ini berpotensi menimbulkan dampak negatif dalam kehidupan sehari-hari penggunanya, sehingga akan sulit bagi penggunanya untuk mengendalikan perilakunya yang dikuasai oleh keinginan untuk senantiasa mengakses aplikasi TikTok (Jani dan Weisman 2021:80). Pengguna TikTok yang telah mengalami kecanduan mengakses TikTok dengan intensitas yang tinggi karena dengan demikian mereka merasa telah memenuhi kepuasan mereka (Wulandari dan Netrawati 2020:42). Menurut Yuniardi dan Prabowo (2019:108), ada keterkaitan antara kepuasan hidup dengan penggunaan media sosial yang berlebihan.

Penggunaan aplikasi TikTok bahkan dianggap serupa dengan konsep perjudian karena memunculkan sikap adiktif yang dapat membuat penggunanya memiliki ketergantungan yang tinggi. Dr. Julie Albright, salah seorang sosiolog yang mengkaji komunikasi dan budaya digital, menjelaskan bahwa konten-konten yang terdapat pada TikTok mampu menumbuhkan efek dopamin,⁴ sehingga akan terus-menerus mendorong penggunanya untuk *scroll*⁵ ke konten berikutnya, berlanjut terus dan dapat menyebabkan kecanduan.⁶

Pemakaian media sosial yang terlalu banyak menyebabkan kecanduan karena berbagai macam video yang di-*posting* yang durasinya relatif singkat, mudah diakses, menarik, sehingga membuat orang terstimulasi untuk menontonnya, dan TikTok merupakan salah satu media sosial yang berisi video dan memungkinkan penggunanya untuk menonton serta membuat video dengan durasi dari 15 detik hingga 10 menit. Jika dibandingkan dengan media sosial lainnya, TikTok cukup memiliki banyak keunggulan. Misalnya, TikTok memiliki algoritma yang beroperasi berdasarkan kebutuhan dan minat penggunanya. Algoritma tersebut berbentuk FYP (*For Your Page*). Sistem FYP ini tidak hanya memunculkan video atau konten yang sedang viral, tetapi juga memunculkan konten yang berkaitan dengan hal-hal yang disukai penggunanya, sehingga akan sangat mudah bagi penggunanya untuk mengakses segala jenis informasi yang menarik bagi mereka. Selain itu, eksistensi berbagai fitur, seperti jenis efek, musik, kreativitas pengguna lain yang semakin membuat pengguna betah berlama-lama menggunakan TikTok, dan jika tidak maka ini menimbulkan kecemasan pada penggunanya.

¹<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/06/jumlah-pengguna-TikTok-global-bertambah-lagi-pada-kuartal-i-2023#:~:text=TikTok%20telah%20menggaet%201%2C67,menurut%20data%20Business%20of%20Apps>, diakses tanggal 20 Oktober 2023.

²<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-TikTok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>, diakses tanggal 20 Oktober 2023.

³<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6711749/studi-mudah-tersinggung-hingga-cemas-ini-tanda-tanda-kecanduan-TikTok>, diakses tanggal 19 Oktober 2023.

⁴ Dopamin adalah salah satu jenis hormon yang berperan untuk menyampaikan rangsang ke seluruh bagian tubuh. Banyak dikatakan, dopamin termasuk jenis hormon yang mengendalikan emosi dan memengaruhi aktivitas sehari-hari. Hormon ini berpengaruh terhadap perasaan menyenangkan, jatuh cinta, percaya diri, dan bahagia.

⁵ Kata *scroll* berasal dari kata Bahasa Inggris berarti menggulir atau gulir. Biasanya kata *scroll* sering digunakan dalam dunia teknologi, terutama dalam konteks komputer dan perangkat seluler untuk menggambarkan tindakan menggulir atau menggeser konten yang sedang ditampilkan di layar. Ini berarti memindahkan tampilan konten ke atas atau ke bawah (atau ke samping dalam beberapa kasus) untuk melihat bagian yang tidak terlihat pada layar.

⁶<https://medium.com/yardcouch-com/TikTok-is-slowly-destroying-a-new-generation-804cfd6bae03>, diakses tanggal 20 Oktober 2023.

Kecemasan digital berakar langsung pada penggunaan teknologi dan kebiasaan dalam menggunakan media sosial. Salah satu bentuk kecemasan digital adalah *Fear of Missing Out* (FoMO), dan rasa iri yang berasal dari konsumsi media sosial serta perasaan kesepian dan isolasi sosial karena menghabiskan terlalu banyak waktu di depan layar. TikTok adalah salah satu media sosial yang sangat populer, tidak saja sebagai ajang menunjukkan kreativitas dan tren, tapi juga menjadi hiburan bagi masyarakat. FoMO dan TikTok adalah dua hal yang saling berhubungan satu sama lain, FoMO ditandai dengan adanya perasaan takut atau cemas akan ketinggalan berbagai informasi, sehingga dapat menjadi salah satu penyebab kecanduan dalam penggunaan TikTok (Hidayah dan Nastiti 2023:1).

FoMO merupakan kecemasan diri sendiri saat melihat orang lain memiliki pengalaman yang lebih menarik dan ada keinginan untuk selalu terhubung dengan individu lainnya (Przybyski dkk. 2013:1843). Keinginan seseorang untuk terus-menerus *up to date* dapat membuat seseorang mengalami kecemasan akan ketinggalan dengan berbagai jenis informasi. Namun, temuan Abel dkk. (2016) menunjukkan adanya perbedaan signifikan dalam konsumsi media sosial di seluruh tingkatan FoMO dan dalam penggunaan media sosial tertentu berdasarkan tingkatan FoMO seseorang. Namun, tingkatan FoMO itu sendiri, jika pun ada, masih sangat terbatas dalam literatur. Artikel ini mengisi celah tersebut.

Individu yang merasa FoMO akan mengalami dampak psikologis, seperti merasa kesepian, tidak percaya diri, mengalami kecemasan serta perubahan pada suasana yang tidak stabil, FoMO pada TikTok memiliki keterkaitan dengan kepuasan hidup penggunaannya dan hal ini beragam antara satu individu dengan individu lainnya. Ada orang akan mampu mengelola FoMO yang dirasakan dengan baik dan dapat merasa puas dengan hidupnya, sementara orang lain dapat merasa lebih terbebani atau kehilangan kepuasan hidupnya akibat FoMO yang dirasakan (Ismi dkk. 2022:96). Individu yang merasa FoMO akan merasakan kecemasan, kekhawatiran bahkan ketidakpercayaan diri karena merasa melihat pencapaian orang lain di media sosial lebih baik dibandingkan dirinya, dan ini membuatnya merasa tidak cukup atas apa yang terjadi pada dirinya (Halimah 2020:9).

Menurut *self determination theory* (SDT), FoMO tentang media sosial adalah keadaan situasional saat tidak terpenuhinya pemenuhan kebutuhan psikologis pada *self* (diri sendiri) dan *relatedness* (kebutuhan untuk merasa terkoneksi dengan orang lain). Sejumlah riset menunjukkan bahwa remaja Indonesia rentan mengalami FoMO (Adriansyah dkk. 2019; Pratiwi dan Fazriani 2020). Dalam studinya tentang FoMO pada remaja di Samarinda, Akbar dkk. (2018:32) menemukan bahwa FoMO terjadi karena remaja merasa ada kebutuhan psikologis terkait *relatedness* dan *self*. Artinya, remaja tidak memiliki kedekatan dengan orang lain dan merasa dirinya kurang nyaman atau tidak dapat memenuhi keinginan dirinya sendiri.

Kajian Tresnawati (2016) tentang keterkaitan antara lima besar ciri kepribadian⁷ dan FoMO tentang media sosial di kalangan mahasiswa menunjukkan bahwa ciri kepribadian yang berkorelasi positif dengan FoMO tentang media sosial adalah *extraversion* (kemampuan dalam menjalin hubungan dengan dunia luar) dan *agreeableness* (patuh dan menghindari konflik). Semakin tinggi *extraversion* dan *agreeableness*, maka semakin tinggi pula perasaan FoMO tentang media sosial dan sebaliknya.

⁷ Lima besar ciri kepribadian (*the big five personality traits*) adalah *openness*, *conscientiousness*, *extraversion*, *agreeableness* dan *neuroticism* (OCEAN).

Jannah dan Rasydiani (2022:8) mengemukakan tiga gejala FoMO yang terjadi pada remaja putri di masa pandemi Covid-19, yaitu ingin selalu meng-*update* dirinya di media sosial, ingin selalu terhubung dengan orang lain, dan ingin selalu membuka media sosial meskipun tanpa kepentingan tertentu. Studi Aisafitri dan Yusriah (2020:54) tentang FoMO mengindikasikan bahwa mereka yang mengalami sindrom FoMO memiliki karakteristik gaya hidup yang ditandai dengan lebih seringnya mereka menghabiskan waktu dengan *handphone*. Media sosial digunakan tidak saja untuk menjalin hubungan emosional dengan memerhatikan postingan teman-teman mereka di dunia maya, tapi juga untuk membuat postingan agar dilihat oleh orang lain. Namun, mereka hanya menampilkan postingan yang baik-baik saja karena tidak ingin orang lain mengetahui kekurangan atau kelemahan mereka. Ini menunjukkan pentingnya mereka menjaga imej agar penilaian orang lain terhadap mereka menjadi positif.

Di TikTok, FoMO dapat dilihat dengan berbagai bentuk, seperti memiliki keinginan untuk mengikuti konten yang sedang viral, menghabiskan waktu yang cukup lama untuk mengonsumsi video pada aplikasi di TikTok, mengomentari atau membagikan konten video TikTok, dan berusaha untuk membuat konten yang dapat menjadi viral. Fenomena FoMO di TikTok telah menjadi “kokain digital” bagi banyak orang dan membawa dampak terutama pada perilaku penggunaannya. Hal ini menimbulkan pertanyaan bagaimana FoMO meracuni penggunaannya, sehingga mereka selalu terpicu untuk ber-TikTok.

Pembahasan dalam artikel ini dimulai dengan bagaimana asal usul FoMO dan definisi FoMO berdasarkan emik perspektif. Ini dilanjutkan dengan pembahasan tentang bagaimana TikTok menjadi racun dalam kehidupan netizen. Pada bagian akhir akan membahas tentang level-level FoMO yang dialami oleh mereka yang merasa FoMO.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara *online* melalui aplikasi TikTok antara bulan Mei dan Agustus 2023. Media sosial TikTok dipilih karena TikTok merupakan salah satu media sosial yang marak digandrungi oleh pengguna internet di dunia. Berdasarkan data We Are Social tahun 2023, Indonesia menduduki peringkat kedua setelah Amerika Serikat sebagai pengguna TikTok terbesar di dunia.⁸

Informan dalam penelitian ini terdiri dari 10 orang yang berusia antara 18 dan 24 tahun dengan status yang bervariasi, yakni: sebagai karyawan (dua orang), mahasiswa (enam orang), dan siswa (dua orang). Pemilihan informan dilakukan secara *purposive sampling* berdasarkan kriteria, yaitu: pengguna TikTok yang intensif dan yang telah/sedang/pernah mengikuti tren di TikTok, serta mengalami FoMO. Karakteristik informan penelitian dapat dilihat pada **Tabel 1** berikut ini.

Tabel 1. Informan Penelitian				
No.	Nama	Jenis Kelamin	Umur (tahun)	Pekerjaan
1.	Arief	Laki-laki	24	Karyawan
2.	Lia	Perempuan	23	Karyawan
3.	Yanti	Perempuan	21	Mahasiswa
4.	Siska	Perempuan	20	Mahasiswa
5.	Eka	Perempuan	20	Mahasiswa
6.	Ibe	Laki-laki	21	Mahasiswa
7.	Doni	Laki-laki	19	Mahasiswa
8.	Faisal	Laki-laki	19	Mahasiswa
9.	Rani	Perempuan	18	Siswa SMA
10.	Indah	Perempuan	18	Siswa SMA

⁸<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-TikTok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>, diakses tanggal 19 Oktober 2023.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan pengamatan (*observation*). Wawancara mendalam dilakukan untuk mengeksplorasi bagaimana FoMO didefinisikan oleh informan, penyebab FoMO, dan dampak FoMO dalam memengaruhi perilaku para pengguna TikTok. Sementara pengamatan dilakukan untuk mengamati konten-konten yang sedang viral, komentar netizen, *sharing* video, cara netizen memanfaatkan berbagai fitur di TikTok, dan komentar para pengguna TikTok terhadap konten yang sedang viral atau tren.

Analisa data dilakukan dengan menyandingkan antara transkrips wawancara mendalam dan catatan pengamatan. Setelah membaca keduanya, kemudian teridentifikasi tema-tema, yaitu definisi FoMO, asal usul FoMO, racun TikTok, konten FoMO, pengalaman FoMO, tingkatan FoMO. Data kemudian dikategorikan berdasarkan tema-tema tersebut. Ini dilanjutkan dengan interpretasi dan pemaknaan data, sebelum akhirnya menarik kesimpulan.

Persetujuan informan untuk berpartisipasi dalam penelitian diperoleh setelah terlebih dahulu bersepakat untuk bertemu secara langsung untuk meminta kesediaan berpartisipasi dengan terlebih dahulu menjelaskan maksud kedatangan, topik, tujuan, dan manfaat penelitian. Jika kami mendapatkan persetujuan untuk berpartisipasi dalam penelitian ini, maka mereka dimintai persetujuan untuk diwawancarai. Sebelum wawancara berlangsung, informan diminta kesediaannya untuk direkam, namun tidak ada seorangpun informan yang bersedia direkam karena mereka merasa tidak percaya diri dan kurang nyaman untuk direkam. Semua nama yang digunakan dalam artikel ini adalah nama samaran untuk memroteksi identitas mereka.

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Asal-usul dan Definisi FoMO

FoMO pertama kali dipelajari oleh seorang ahli strategi pemasaran yaitu Dr. Dan Herman pada tahun 1996. Namun, kemungkinan istilah FoMO sendiri sudah ada sejak beberapa abad yang lalu. Pada tahun 2004 seorang mahasiswa Harvard, Patrick McGinnis, memopulerkan istilah ini ketika ia ingin menerbitkan sebuah tulisan di sebuah koran mahasiswa *Harvard Business School* dengan judul "*Social Theory at HBS: McGinnis's Two FOs*". Pada mulanya McGinnis hanya menjelaskan mengenai *Fear of Better Option* (FoBO) yaitu ketakutan akan pilihan yang lebih baik. Namun ternyata ia dan teman-temannya memerhatikan bahwa beberapa dari rekan mereka mengalami kesulitan untuk berkomitmen pada sebuah rencana dan kemudian menghubungkannya dengan ketakutan terhadap kematian.

Dalam perkembangannya McGinnis menyadari bahwa hal yang dirasakan oleh rekan-rekannya bukanlah sebuah rasa takut untuk memilih sesuatu yang bukan terbaik atau takut untuk berkomitmen akan sesuatu, tapi lebih ke arah ketakutan akan kehilangan sebuah pengalaman yang belum pernah dialaminya. McGinnis perlahan-lahan memerhatikan bahwa perasaan yang dialami rekan-rekannya terus berkembang menjadi perasaan "takut ketinggalan" terhadap kegiatan atau sebuah peluang yang nantinya akan dapat membentuk jalur karir mereka. McGinnis kemudian menggunakan istilah *Fear of Missing Out* (FoMO) yang akhirnya istilah ini kemudian merambat ke budaya populer hingga istilah ini dapat digunakan secara lebih luas untuk menggambarkan kecenderungan individu yang merasa ketakutan akan melewatkan sebuah momen atau tren yang sedang berlangsung terutama dalam era digital saat ini.⁹

Dalam dunia *cyberpsychology*, istilah FoMO pertama kali didefinisikan oleh Przybylski (2013:1844) sebagai rasa takut, cemas, gelisah saat individu mengetahui bahwa orang lain memiliki pengalaman atau kehidupan yang lebih dari dirinya di media sosial. Sementara Hariadi (2018:9) mendefinisikan FoMO sebagai rasa ketinggalan

⁹ <https://www.techtarget.com/whatis/definition/FOMO-fear-of-missing-out>, diakses tanggal 18 Oktober 2023

terhadap sesuatu di dunia maya. Timbung (2017:12) mengemukakan bahwa FoMO dapat diartikan sebagai ketakutan yang dirasakan saat orang tersebut ketinggalan *update* yang cukup menarik dibandingkan orang lain, hingga akhirnya mereka akan mengejar ketinggalan di media sosial.

Dalam konteks penelitian ini, emik perspektif terkait dengan bagaimana mereka mendefinisikan FoMO sebagaimana dapat dilihat pada pendapat mereka berikut ini:

- FoMO adalah perasaan takut yang dirasakan saat seseorang yang tidak dapat mengikuti atau merasakan sesuatu yang sedang viral di media sosial, sehingga akan berusaha untuk mengikuti hal tersebut agar tidak merasa tertinggal (Siska, 20 tahun).
- FoMO merupakan salah satu hal yang bisa memengaruhi seseorang dari segi perasaan takut dan khawatir tidak dianggap *update* dalam *circle* pertemanannya (Rani, 18 tahun).
- FoMO itu adanya kekhawatiran atau rasa cemas yang dirasakan seseorang saat ia melewatkan kesempatan atas pengalaman yang menarik atau seru (Lia, 23 tahun).
- FoMO merupakan perasaan yang tidak puas karena tidak ikut terlibat dalam sesuatu yang mengasyikkan (Arief, 24 tahun).
- FoMO itu timbulnya perasaan yang dialami seseorang, khususnya rasa takut saat orang tersebut tidak dapat mengikuti tren yang terdapat di media sosial, salah satunya TikTok (Doni, 19 tahun).
- FoMO adalah perasaan yang mendorong seseorang untuk dapat memastikan tidak melewatkan apapun yang dianggap menarik di media sosial (Yanti, 21 tahun).
- FoMO adalah perasaan tertekan yang dirasakan oleh seseorang karena senantiasa membandingkan kehidupan yang dimiliki dengan yang ditampilkan di media sosial (Eka, 20 tahun).
- FoMO menggambarkan mengenai perasaan takut tertinggal dari suatu aktivitas yang dianggap penting dan menarik di media sosial (Faisal, 19 Tahun).
- FoMO adalah rasa ingin tahu berlebihan terhadap apa yang dilakukan orang lain dan menimbulkan keinginan untuk ikut terlibat dalam hal tersebut (Ibe, 21 tahun).
- FoMO itu perasaan takut untuk tidak dapat diterima atau tidak diakui oleh lingkungan seorang individu karena melewatkan sesuatu yang penting (Indah, 18 tahun).

Jika merujuk pada definisi-definisi di atas dapat disimpulkan FoMO adalah sesuatu yang merujuk kepada perasaan cemas atau takut yang dialami oleh seseorang akan ketinggalan sebuah peristiwa atau pengalaman yang dianggapnya penting. Ada sebuah respon emosional bagi orang yang mengalami FoMO bahwa kehidupan orang lain lebih baik dan lebih memuaskan dibandingkan kehidupan dirinya sendiri atau merasa bahwa ada sebuah peluang penting yang terlewatkan, sehingga kehidupan yang dijalani tidak sebaik kehidupan yang dijalani orang lain.¹⁰

Media sosial, seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan TikTok, merupakan media sosial yang sangat signifikan dalam menimbulkan perasaan FoMO. Pada media sosial ini orang-orang bisa dengan mudah untuk berbagi (*share*) apa saja, mulai dari momen kehidupan yang telah dilalui atau akan jalani, acara besar yang dihadiri, atau bahkan momen-momen kecil namun seru, yang mungkin dilakukan orang untuk berbagi pengalaman, kebahagiaan, atau bahkan sekedar untuk menyimpan kenangan tersebut di media sosial; meski ada juga yang memang bermaksud *flexing* di media sosial. Namun, ini justru menjadi sumber munculnya perasaan FoMO.

¹⁰ <https://www.techtarget.com/whatis/definition/FOMO-fear-of-missing-out> , diakses tanggal 18 Oktober 2023.

Siska (20 tahun), seorang mahasiswa di salah satu perguruan tinggi ternama di Makassar, memberikan contoh situasi saat ia merasakan FoMO. Misalnya, saat teman-temannya sedang pergi ke café atau tempat nongkrong baru yang sedang *hits* di TikTok kemudian menguploadnya ke TikTok sebagai bukti bahwa mereka telah mendatangi café yang *hits*, sementara ia tidak dapat pergi karena harus mengerjakan sesuatu. Ini membuat Siska merasa melewatkan momen yang seru, sehingga membuatnya merasa cemas dan merasa rendah diri. FoMO juga membuatnya banyak menghabiskan waktu untuk terus menggulir (*scroll*) di media sosial agar tetap terhubung dengan teman-temannya dan dapat melihat perkembangan yang terjadi di media sosial. Menurut Aurelya (2021: 80), FoMO memengaruhi perilaku dan perasaan individu, sehingga ia merasa terasing di dunia maya.

Hal serupa juga dialami oleh Rani (18 tahun), yang merupakan siswa SMA, yang menjelaskan bahwa ia seringkali merasa FoMO akibat video atau konten yang muncul pada akun TikTiknya. Tak jarang pula ia merasa FoMO saat beberapa temannya *tagging* (menandai) ia pada kolom komentar, baik pada konten yang berisi isu yang sedang viral atau sekedar tempat makan yang sedang viral (lihat **Gambar 1**). Salah satu komen yang ada dalam konten TikTok ini adalah “cuss air *minummo* dipesan wkwk” yang mengindikasikan bahwa meskipun yang dipesan hanya air minum, namun ia merasa *update* dengan mengunjungi café yang sedang viral tersebut. Dalam konteks FoMO, ini menunjukkan pentingnya seseorang untuk selalu *update* di media sosial.



Gambar 1. *Tagging* teman/kerabatnya pada kolom komentar terkait café yang sedang viral

“Racun” TikTok dan FoMO

Di era media digital dan jejaring sosial yang saat ini sedang *hits*, TikTok telah menjadi salah satu media sosial yang digandrungi oleh banyak pengguna mulai dari kanak-kanak hingga dewasa (Rosdiana dan Nurnazmi 2021).

Pada dasarnya TikTok sebagai salah satu media sosial yang saat ini sangat populer tidak secara langsung “meracuni” penggunaannya namun adanya algoritma canggih yang menampilkan konten-konten viral dan banyak diminati pengguna membuat para pengguna TikTok menjadi kecanduan dan menghabiskan banyak waktu

untuk membuka TikTok. TikTok menjadi salah media sosial yang menggunakan aplikasi namun aplikasi TikTok tidak terlalu membutuhkan *gadget* yang canggih bahkan *gadget* dengan spesifikasi rendah juga mampu mengakses TikTok. Oleh karena itu, hampir semua kalangan bisa menggunakan aplikasi TikTok kapan saja dan dimana saja.¹¹

Hal ini dijelaskan oleh Yanti (21 tahun) bahwa TikTok merupakan satu aplikasi yang bisa membuat orang kecanduan, tidak hanya karena kemudahan untuk mengakses dan menggunakannya, tapi juga karena TikTok berisi banyak konten yang disajikan dalam durasi yang cukup singkat, sehingga tidak membuat penggunanya jenuh. Selain itu, kontennya juga tak terbatas, sehingga dapat membuat penggunanya terstimulasi untuk menggulir (*scroll*) TikTok tanpa henti dan meracuni penggunanya jika tidak dapat mengontrol dirinya.

Menurut Wijaya (2021:2611), ketidakmampuan untuk mengontrol diri mahasiswa dalam penggunaan media sosial sangat memengaruhi terjadinya FoMO. Banyaknya stimulus dalam mendapatkan sebuah informasi membuat individu selalu berusaha untuk mendapatkan informasi terbaru dan akan menimbulkan perilaku yang adiktif dalam penggunaan media sosial, sehingga rentan menjadi FoMO.

FoMO di media sosial seperti TikTok dapat semakin memperkuat perasaan FoMO seseorang dikarenakan TikTok sangat memungkinkan seseorang untuk berbagi momen seru dan menarik dalam sebuah video berdurasi singkat, sehingga ketika seseorang melihat video-video dari pengguna lain yang sedang melakukan sesuatu yang sedang viral, menarik dan seru, maka ia akan merasa sedang kehilangan atau tertinggal jika ia belum melakukannya. Misalnya, seseorang melihat temannya sedang merayakan ulang tahun, dan ia merasa tertekan atau cemas karena tidak bisa ikut berpartisipasi di acara tersebut dan ia membandingkan dirinya dengan orang lain dan TikTok membuat perasaan ini semakin intensif (Fauziah 2023). TikTok menjadi salah satu media sosial dengan banyak *influencer*¹² dan berbagai macam pengguna TikTok yang seringkali menampilkan berbagai kegiatan mereka (pergi ke café, tempat liburan, dll.), yang ketika seseorang menelusuri *feed* pada *influencer* dan pengguna TikTok lainnya, mereka berhadapan dengan berbagai konten yang menarik dan dapat menimbulkan rasa iri jika tidak ikut serta atau terlibat dalam momen yang sedang viral.

Adanya fitur *scroll* (menggulir) yang tanpa terbatas pada TikTok membuat netizen dapat mengonsumsi konten secara terus-menerus hingga berjam-jam, bahkan orang seringkali menjadi lupa waktu. *Scroll* tanpa henti dari TikTok dapat membawa dampak negatif terhadap produktivitas seseorang. Pengguna TikTok yang tidak memiliki kontrol diri membuat diri mereka menjadi tidak dapat bertanggung jawab atas aktivitas penting yang harus dilakukannya karena daya tarik dari berbagai macam konten di TikTok.

TikTok secara umum memiliki peran penting dalam memperkuat terjadinya FoMO. Ini disebabkan oleh dua hal utama. *Pertama*, TikTok memiliki algoritma yang sangat canggih dan berisi konten yang sangat relevan dengan hal-hal yang sedang viral atau *hits*, sehingga membuat seseorang merasa harus selalu memeriksa TikTok agar tidak melewatkan sesuatu yang sedang viral. *Kedua*, TikTok memiliki banyak pengguna yang memamerkan kehidupan mereka dalam bentuk video yang seringkali dianggap sangat mengagumkan bagi netizen, sehingga membuat pengguna lainnya ingin ikut memiliki dan mengikuti apa yang sedang viral.

Eka (20 tahun), misalnya, menyatakan bahwa TikTok merupakan salah satu media sosial yang berisi konten yang sedang tren atau viral, sehingga segala hal yang viral di TikTok akan sangat mudah menjadi viral pada media-media sosial lainnya, seperti

¹¹ <https://eraspace.com/artikel/post/5-alasan-aplikasi-TikTok-mampu-bikin-penggunanya-lupa-waktu>, diakses tanggal 8 November 2023.

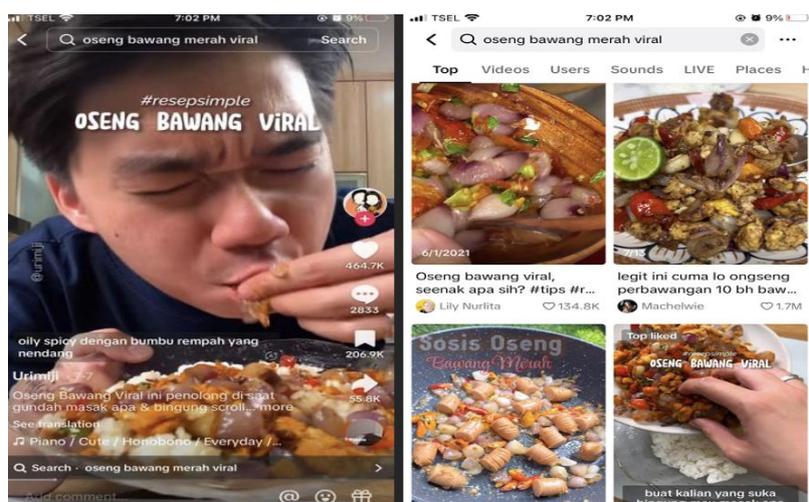
¹² *Influencer* adalah seseorang yang memiliki kemampuan menggerakkan orang lain dalam jumlah banyak (massa), untuk melakukan suatu tindakan tertentu dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Secara umum, siapa saja yang dapat mempengaruhi massa untuk melakukan sesuatu, maka ia sebenarnya memiliki kemampuan sebagai *influencer*.

Instagram, Facebook, dll. Hal serupa juga dijelaskan oleh Yanti (21 tahun), bahwa TikTok ibarat kekuatan hebat yang dapat memengaruhi banyak orang. Apapun yang viral di TikTok sangat mampu membuat seseorang merasa FoMO dan merasa kurang *update* jika tidak turut melakukan hal viral tersebut, baik itu berupa tari-tarian, makanan, minuman, café/tempat makan, hingga berbagai jenis kasus atau isu-isu sosial. **Gambar 2** di bawah ini menunjukkan tarian (*dance*) dari seorang nenek yang disertai musik sebagai latar belakangnya yang viral yang berasal dari potongan sebuah video klip salah seorang personel *girlband* Korea, yaitu Ji Soo *Blackpink*, berjudul *Flower*. Hal ini mampu membuat banyak orang, dari anak-anak hingga orang tua, ikut membuat konten serupa agar tidak merasa tertinggal (*tidak update*).



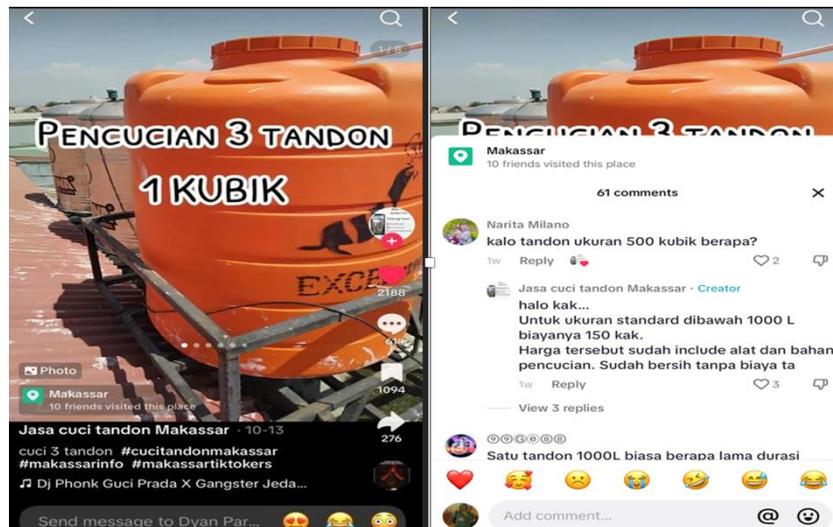
Gambar 2. Joget viral seorang nenek yang FoMO (kiri) yang berasal dari konten potongan video klip Ji Soo *Blackpink* (kanan)

Contoh lainnya adalah resep makanan yang viral menjadi salah satu konten yang cukup banyak menarik minat para pengguna TikTok yang merasa FoMO (lihat **Gambar 3**), agar dapat merasakan resep viral tersebut. Salah satu resep viral yang banyak dibuat kembali (*remake*) oleh pengguna TikTok yang FoMO adalah resep oseng bawang merah, bukan hanya karena rasanya yang enak dan cara membuatnya yang mudah, tapi juga bahan-bahannya yang mudah diperoleh membuat makin banyak orang ingin mencoba resep tersebut.



Gambar 3. Salah satu konten viral di TikTok (kiri) dan konten makanan yang dibuat pengguna TikTok yang FoMO (kanan)

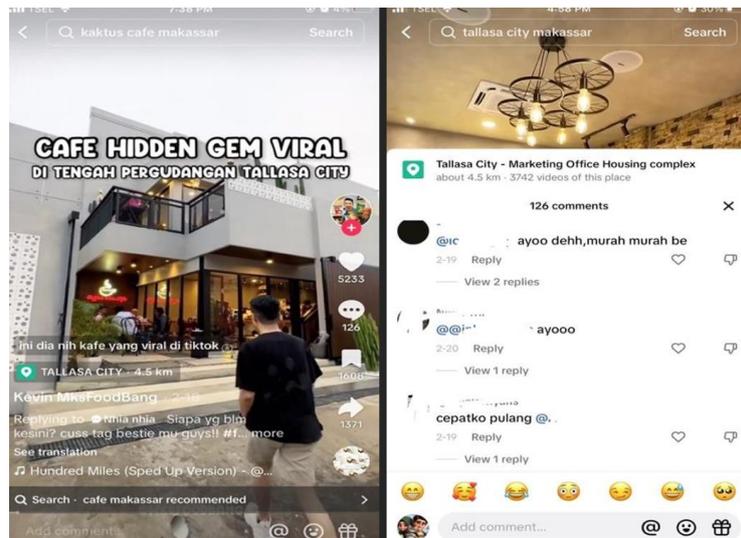
Kekuatan TikTok (*the power of TikTok*) telah menjadi “racun” bagi netizen dan dikenal dengan istilah “racun TikTok”¹³ akan sangat mudah membuat seseorang merasa FoMO, sehingga orang akan berusaha untuk ikut melakukannya. Tidak mengherankan jika saat ini TikTok dijadikan wadah oleh para pengusaha untuk mengiklankan produk atau layanannya di TikTok, seperti *fashion*, *skincare*, *café*, klinik kecantikan, bahkan jasa pembersih tandon air juga ikut serta dibuatkan konten agar viral. Konten tersebut berhasil viral dan membuat banyak orang yang ingin menggunakan jasa pembersihan tandon tersebut (lihat **Gambar 4**).



Gambar 4. Konten usaha jasa cuci tandon air di Makassar (kiri) dan video jasa cuci tandon air yang viral (kanan)

TikTok sangat kuat dalam memengaruhi netizen dan membuat netizen merasa FoMO juga diungkapkan oleh Faisal (19 tahun). Sebagai pengguna TikTok yang kesehariannya banyak diisi dengan menggulir (*scroll*) di TikTok, ia masih saja selalu merasa tertinggal atau kurang *update*, sehingga saat ada *café* baru khususnya di Kota Makassar yang viral, maka ia akan berusaha untuk mendatangi *café* tersebut agar dianggap selalu *update*. Dengan mendatangi *café* tersebut, ia tidak merasa FoMO. Ia juga seringkali menandai (*tag*) temannya agar bisa bersama-sama ke *café* yang sedang viral (lihat **Gambar 5**).

¹³ Racun TikTok adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan tentang sebuah tren yang menampilkan konten-konten yang berisi informasi mengenai suatu produk, seperti *unboxing* atau *review* menarik, sehingga menarik minat para penontonnya untuk ikut berbelanja *online* atau mencobanya.

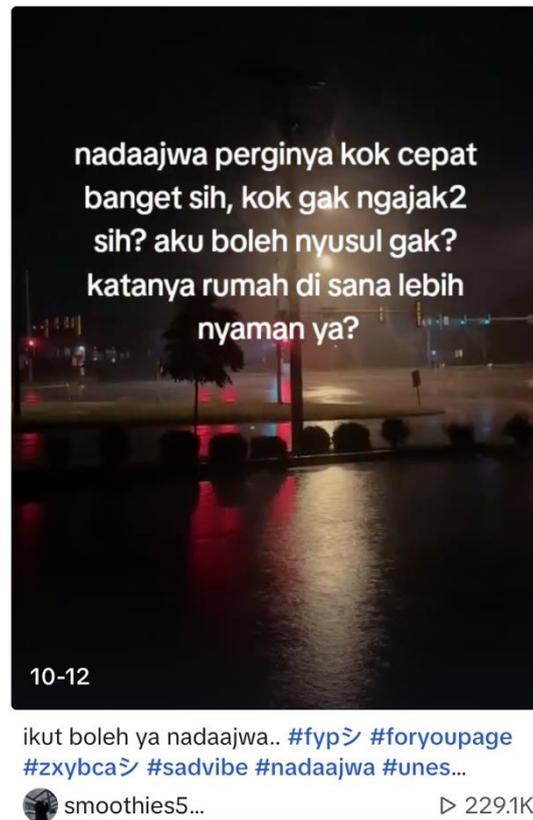


Gambar 5. *Café* yang viral di Makassar (kiri) dan komentar pada konten *café* viral (kanan)

Doni (19 tahun), yang sehari-hari dari bangun hingga tidur kembali selalu membuka TikTok karena seringkali jika ia tidak secara rutin membuka TikTok, ia merasa FoMO atas tren baru dan merasa sangat tertinggal (tidak *update*) jika terlewatkan, terutama jika teman-temannya mulai membahas tren tersebut.

FoMO tidak hanya membuat seseorang merasa tertinggal, tapi juga dapat menjadi pemicu seseorang untuk melakukan aksi nekat, tergantung pada tingkatan FoMO seseorang (yang akan dibahas pada sesi berikutnya). Meskipun tidak ada data statistik yang menunjukkan angka bunuh diri karena FoMO, ini menjadi salah satu isu tren di TikTok. Menurut Indah (18 tahun), isu bunuh diri di TikTok menjadi pemicu (*trigger*) bagi dirinya untuk juga melakukan bunuh diri. Ia kemudian mengomentari beberapa akun pengguna TikTok yang bunuh diri dengan komentar yang berisi bahwa ia juga ingin ikut meninggal karena sudah merasa sangat lelah dengan kehidupannya. Hal ini dilakukan Indah bukan hanya karena merasa FoMO jika tidak ikut berkomentar seperti netizen lainnya, tetapi Indah juga merasa agar yang melakukan bunuh diri tersebut mendapat banyak perhatian.

Indah merasa selama hidupnya kurang mendapatkan perhatian dari orang tua, saudara ataupun dari teman-temannya. Sementara di TikTok ia selalu melihat video tentang keluarga harmonis, kehidupan yang lebih dari cukup, badan yang bagus, wajah yang mulus, teman-teman yang selalu ada. Ia iri dengan apa yang dilihatnya secara virtual di TikTok. Ketika kasus bunuh diri Nadaajwa viral di TikTok, banyak yang prihatin dan mendoakannya, Indah merasa ingin ikutan bunuh diri agar mendapatkan perhatian yang sama dari netizen lainnya dan seakan apa yang dialami oleh Nadaajwa lebih nyaman (lihat **Gambar 6**), dibandingkan dengan kehidupan yang sedang dijalannya yang diibaratkannya sebagai kehidupan yang “begitu-begitu saja” (untuk selanjutnya, baca Sesi Tingkatan FoMO di bawah).



Gambar 6. Salah seorang pengguna TikTok yang ingin ikut bunuh diri akibat viralnya kasus bunuh diri Nadya Ajwa

FoMO TikTok pada dasarnya adalah sebuah impian yang berawal dari sesuatu yang dirasakan oleh individu yang selalu melihat milik orang lain lebih baik, lebih menarik, lebih sukses dibandingkan dari apa yang dimilikinya (McGinnis 2020:3). Artinya, tekanan yang dialaminya adalah sesuatu yang diciptakannya sendiri.

Namun, Arief (24 tahun) menyatakan bahwa FoMO di TikTok memiliki dua sisi, yakni sisi negatif dan sisi positif. FoMO menjadi negatif jika ini membuat individu merasa harus mengikuti apa yang sedang viral di TikTok bila tidak ingin ketinggalan. Orang seperti ini “dipaksa” atau “memaksakan diri” untuk mengikutinya dan merasa tak berdaya untuk mengabaikannya. Untuk mengikuti apa yang sedang tren, misalnya *café* yang sedang viral, orang kemudian berupaya untuk mengunjungi *café* tersebut yang seringkali menghabiskan banyak biaya hanya untuk mendapatkan pengakuan dari teman pergaulannya. Contoh lain adalah dalam membeli barang-barang mahal, seperti tas, sepatu baru, atau *gadget* baru, yang bukan didasarkan pada kebutuhan akan barang tersebut, tapi untuk mendapatkan pengakuan dari teman-temannya agar ia terlihat *update* dan menjadi “anak gaul, keren dan *hits*”. Dalam konteks ini, FoMO tidak hanya dilakukan agar seseorang tidak merasa tertinggal (tidak *update*), tapi FoMO juga memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan seseorang dalam membeli atau menggunakan sesuatu.

FoMO dapat juga menjadi positif karena ketertinggalan justru menjadi pemicu seseorang untuk bekerja lebih keras untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik. Dengan demikian, mereka akan berupaya untuk meningkatkan (*upgrade*) diri untuk menjadi lebih baik, yang dalam konteks ini FoMO yang negatif menjadi FoMO yang positif. Ketertinggalan juga menjadi pemicu seseorang untuk mengejanya, sebagaimana yang dikemukakan oleh Lia (23 tahun), bahwa FoMO di TikTok akhirnya membuatnya selalu berusaha untuk berpenampilan menarik dengan berbagai konten

TikTok yang viral, seperti cara berpakaian (sehingga ia memerhatikan penampilannya); kecakapan dalam *public speaking* (sehingga ia belajar *public speaking*).

Tingkatan FoMO

Tingkatan FoMO dalam TikTok berkembang seiring dengan sejauh mana perasaan para pengguna TikTok menghadapinya, sehingga tingkatan FoMO bisa berbeda antar individu. Menurut Pratiwi dan Fazriani (2020:1), ada empat tingkatan FoMO di TikTok, yaitu FoMO ringan, FoMO sedang, FoMO berat, dan FoMO ekstrim, dan ini berkelindan dengan temuan penelitian ini, sebagaimana dijabarkan dalam **Tabel 2** berikut ini.

Tabel 2. Tingkatan FoMO	
Tingkatan	Deskripsi
Ringan	Mengalami kecemasan karena melihat konten yang viral, namun tidak menjadi masalah jika tidak mengikutinya, meskipun ia menjadi "tidak <i>update</i> ".
Sedang	Mengalami kecemasan akan takut ketinggalan dengan konten yang viral, namun kecemasan ini masih dapat dikelola dengan baik.
Berat	Mengalami kecemasan, sehingga merasa tertekan dan terkucilkan jika tidak mengikuti konten yang viral. Seseorang seringkali tidak dapat menyelesaikan tanggung jawab dalam kehidupan sehari-harinya.
Ekstrim	Mereka mengorbankan kesehatan mental dan keseimbangan hidup mereka demi mengatasi perasaan ketinggalan yang dirasakannya. Ini merupakan Tingkatan FoMO yang paling berbahaya.

FoMO Ringan

Pada tingkatan FoMO ringan ini, seseorang merasakan kecemasan ketika melihat konten yang sedang viral, tapi kecemasan tersebut tidak menjadi masalah dan tidak mengganggu kehidupan sehari-harinya.

Dalam kaitan dengan ini, Arief (24 tahun) mengungkapkan bahwa ia berada pada tahapan FoMO ringan karena saat ada tren yang nampak di TikTok, saya akan berusaha untuk mengkondisikan dengan situasinya. Jika waktu dan finansial memungkinkan, maka ia akan mengikuti tren tersebut. Namun, jika ini tidak memungkinkan dari segi waktu dan finansial maka ia tidak akan melakukannya. Meskipun hal ini menimbulkan perasaan cemas karena dianggap tidak *update*, tapi hal tersebut tidak sampai mengganggu dan ia masih dapat menjalani kehidupan sehari-harinya seperti biasa. Hal serupa juga dijelaskan oleh Lia (23 tahun), bahwa ia hanya membuka TikTok jika ia sedang tidak melakukan apa-apa atau jika sedang memiliki waktu luang karena ia menyadari bahwa menggulir (*scroll*) TikTok secara terus-menerus sangat menyita waktu. Artinya baik Arief maupun Lia masih dapat mengontrol dirinya dalam kaitan dengan mengikuti atau tidak mengikuti apa yang sedang viral di TikTok.

FoMO Sedang

Pada tingkatan FoMO sedang, perasaan FoMO lebih kuat dan lebih mengganggu dibandingkan dengan FoMO ringan. Pengguna TikTok akan tertekan dan akan berusaha untuk mengikuti berbagai jenis tren yang ada di TikTok. Pengguna TikTok yang sedang merasakan FoMO pada tingkatan sedang akan mengalami kecemasan jika tidak dapat berpartisipasi atau tidak dapat mengikuti tren yang ada pada TikTok atau tidak dapat bersaing dengan pengguna TikTok lainnya.

Yanti (21 tahun), misalnya, menjelaskan bahwa TikTok telah menjadi salah satu hal penting dalam hidupnya, ia belajar banyak hal di TikTok, sehingga saat ingin membeli sesuatu, seperti baju, *make up*, ataupun *skincare*, maka ia akan melihat rekomendasi dari TikTok. Demikian juga jika ada sesuatu yang viral, maka ia merasa harus

mengikutinya. Hal serupa juga dialami oleh Rani (18 tahun), bahwa TikTok telah menjadi salah satu *spot* bagi Rani untuk mencari sesuatu. Melalui TikTok Rani tidak saja mencari rekomendasi atas barang, tempat (seperti café, tempat untuk *healing*, dll.). Jika ada sesuatu yang sedang viral di TikTok, maka ia berupaya keras mengikutinya. Ini mengindikasikan bahwa ada dorongan yang kuat pada Yanti dan Rani untuk mengikuti konten yang sedang viral.

FoMO Berat

Orang yang mengalami FoMO tingkatan berat ini berpengaruh negatif terhadap perilaku dan mental seseorang. Pengguna TikTok yang berada pada tingkatan FoMO berat merasa tertekan dan berusaha untuk selalu aktif di TikTok, bahkan hingga mengabaikan tanggung jawab sehari-harinya (seperti kuliah, pekerjaan, dll.). Jika mereka tidak update, mereka merasa stres, cemas yang berlebihan, bahkan depresi dan akan terus-menerus berusaha untuk membuka TikTok agar tidak melewatkan sesuatu yang menarik atau penting.

Doni (19 tahun) menyadari dirinya bahwa ia telah berada pada FoMO tingkatan yang berat karena ia merasa bahwa TikTok adalah hidupnya, merasa tidak semangat atau ada yang hilang jika tidak membuka TikTok, dan perlahan tapi pasti TikTok sudah mulai mengganggu aktivitas kesehariannya. Ia merasa ia telah kecanduan TikTok dan merasa bahwa ia tidak dapat mengontrol dirinya saat membuka TikTok. Pengalaman serupa dialami oleh Ibe (21 tahun), yang sudah merasa sangat tergantung pada TikTok dalam segala bidang kehidupan, mulai dari mencari rekomendasi barang ataupun tempat, resep makanan, mencari isu-isu terbaru. Ia bahkan seringkali merasa terkucilkan dan tidak dianggap oleh teman sepeergaulan jika ada sesuatu yang ia lewatkan di TikTok. Padahal ia membuka TikTok hampir setiap saat, ikut berkomentar pada konten yang sedang membahas isu viral, atau berusaha untuk mencari informasi jika ada yang terlewatkan. Salah satu komentar pengguna TikTok yang FoMO dan berusaha mencari informasi yang terlewatkan dapat dilihat pada **Gambar 7** berikut ini.



Gambar 7. Komentar pengguna TikTok yang FoMO

FoMO Ekstrim

FoMO pada tingkatan ekstrim adalah tingkatan yang paling berbahaya dari semua tingkatan FoMO. Pengguna TikTok akan merasa terjebak pada perasaan FoMO yang

berlebihan, bahkan hingga muncul keinginan untuk mengakhiri hidupnya. Tingkatan ini adalah tingkatan yang paling serius dan memerlukan bantuan profesional.

Indah (18 tahun) adalah contoh pengguna TikTok yang mengalami FoMO ekstrim. Sejak awal merebaknya wabah Covid-19, ia mulai bermain TikTok dan hampir setiap hari ia menghabiskan waktunya untuk melihat atau menggulir (*scroll*) TikTok. Ia seringkali melihat postingan seseorang, baik yang dikenalnya ataupun yang tidak dikenalnya di TikTok, yang membuatnya membanding-bandingkan dirinya dengan kehidupan orang lain. Indah tidak pernah merasa puas dengan kehidupannya dan merasa kehidupan orang lain lebih baik dari dirinya. Ia tidak saja merasa tertekan, tidak berharga, dan mengalami kecemasan yang berlebihan. Ia bahkan pernah berupaya bunuh diri. Setelah ditangani oleh psikiater, Indah mulai mengurangi aktivitas bermedia sosialnya, termasuk TikTok.

Meskipun Ibe (21 Tahun) tidak mengalami FoMO tingkat ekstrim, namun ia dapat menjelaskan berdasarkan pengalaman dari kerabatnya yang mengalami FoMO ekstrim. Menurutnya, jika seseorang memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap penggunaan TikTok, maka ia masuk dalam kategori FoMO ekstrim. Orang yang berada pada tingkatan ini mengalami “kekosongan” jika tidak menggunakan TikTok, kesulitan untuk mengontrol hidupnya karena terlalu sibuk dengan TikTok. Orang pada tingkatan FoMO ekstrim mengalami gangguan kesehatan mental yang memerlukan konsultasi tenaga profesional.

FoMO ekstrim dapat berdampak negatif pada kesehatan mental, gangguan finansial bahkan hubungan personal, dan hal ini pada awalnya akan menimbulkan berbagai macam gejala yaitu rasa penasaran yang sangat tinggi terhadap setiap tren yang ada, dan mengalami kekhawatiran tinggi untuk kehilangan kesempatan yang menguntungkan menurut dirinya¹⁴

4. Penutup

FoMO adalah sebuah fenomena yang menggambarkan mengenai kecemasan atau ketakutan yang dialami oleh seseorang yang berkaitan dengan ketinggalan pengalaman atau kegiatan yang dianggap menarik atau penting, terlebih lagi jika individu tersebut melihat orang lain melakukan hal tersebut.

TikTok sebagai salah media sosial tidak hanya menciptakan konten yang menarik karena memiliki berbagai fitur, namun pengguna TikTok cenderung menjadi FoMO. Walaupun secara tidak langsung “meracuni” penggunaannya, namun penggunaan TikTok yang berlebihan dapat membuat seseorang kecanduan bahkan dapat berdampak buruk pada kesehatan mental penggunaannya.

FoMO pada TikTok terdiri atas empat tingkatan, yaitu FoMO ringan, FoMO sedang, FoMO berat, dan FoMO ekstrim. Seseorang dengan tingkatan FoMO ringan hanya sebatas ingin melihat dan mengetahui konten TikTok yang sedang viral dan jikapun timbul kecemasan, tingkatan kecemasannya masih tergolong ringan. FoMO tingkatan sedang ditunjukkan dengan kecemasan karena tidak dapat mengikuti konten yang viral di TikTok atau yang sedang *booming* dan menimbulkan keinginan untuk mengikuti atau ikut terlibat. Tingkatan FoMO berat adalah ketika seseorang merasa tertekan dan akan berusaha untuk tetap terhubung dengan TikTok bahkan hingga mengganggu aktivitasnya sehari-harinya. Seemntara FoMO ekstrim merupakan FoMO yang paling berbahaya dari semua tingkatan FoMO karena pengguna TikTok yang merasakan FoMO pada tingkatan ini cenderung memiliki keinginan untuk melakukan hal-hal ekstrim, termasuk bunuh diri. Diargumentasikan bahwa pada level apa

¹⁴ <https://rise-indonesia.org/FoMO-pemicu-kecemasan-dan-rendah-diri-pada-remaja/> diakses tanggal 7 Desember 2018.

seseorang berada bergantung pada bagaimana seseorang mengontrol dirinya sendiri atas penggunaan TikTok.

FoMO merupakan di antara permasalahan yang saat ini ada pada era gempuran media sosial. Oleh karenanya, pengguna TikTok harus berhati-hati sejak awal untuk dapat mengontrol dirinya agar TikTok super kuat ini tidak mendominasi penggunaannya. Informan penelitian ini masih terbatas pada remaja, sementara informan dewasa awal masih sangat minim. Untuk penelitian lanjutan, topik-topik yang potensil untuk diteliti adalah bunuh diri karena FoMO, *cyber bullying*, dll.

Acknowledgments

Terima kasih kepada semua informan dalam penelitian ini atas kesediaan mereka dalam memberikan informasi dan atas kesediaan mereka untuk diterbitkan dalam artikel ini.

Conflicts of Interest

Penelitian ini tidak memiliki konflik kepentingan.

Daftar Pustaka

- Abel, J. P.; Buff, C.L.; dan Burr, S.A. 2016. "Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment," *Journal of Business and Economics Research*, First Quarter, 14 (1): 47-65, <https://clutejournals.com/index.php/JBER/article/view/9554>, diakses tanggal 20 Oktober 2023.
- Adriansyah, M. A.; Munawarah, R.; Aini, N.; Purwati, P.; dan Muhliansyah, M. 2019. "Pendekatan Transpersonal Sebagai Tindakan Preventif 'Domino Effect' dari Gejala FoMO (Fear of Missing Out) pada Remaja Milenial", *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 6(1):33-40, <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v6i1.236>, diakses tanggal 1 September 2023.
- Aisafitri, L. dan Yusrifah, K. 2020." Sindrom Fear of Missing Out Sebagai Gaya Hidup Milenial di Kota Depok", *JRMDK: Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 2(4):166-177, <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jrmdk/article/view/11177>, diakses tanggal 20 Oktober 2023.
- Akbar, R.S.; Aulya, A.; Apsari, A.; dan Sofia, L. 2018. "Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FoMO) Pada Remaja Kota Samarinda", *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, Desember, 7(2):38-47, <https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/PSIKO/article/view/2404>, diakses tanggal 20 Oktober 2023.
- Aurelya, C. H. 2021. *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Munculnya Sindrom Fear of Missing Out (FoMO): Studi Kasus Media Sosial TikTok di Kalangan Generasi Z*. Disertasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta, <https://E-Journal.Uajy.Ac.Id/26243/>, diakses tanggal 18 Oktober 2023.
- Christina, R.; Yuniardi, M. S.; dan Prabowo, A. 2019. "Hubungan Tingkat Neurotisme Dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Remaja Pengguna Aktif Media Sosial", *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(2):105-117, <https://Journals.Ums.Ac.Id/Index.Php/Indigenous/Article/View/8024>, diakses tanggal 18 Oktober 2023.
- Fauziyah, N. 2023. *Hubungan Antara Spiritual Well-Being Dengan FoMO Pengguna TikTok pada Mahasiswa Psikologi*. Disertasi, Universitas Mercu Buana Jakarta, Jakarta, <https://Repository.Mercubuana.Ac.Id/76304/>, diakses tanggal 20 Oktober 2023.
- Halimah, D. N. 2020. "Studi Deskriptif Mengenai *Happiness* pada Mahasiswa Pengguna

- Media Sosial di Kota Bandung”, *Jurnal Riset Psikologi*, 1(1):7-11, <https://Journals.Unisba.Ac.Id/Index.Php/Jrp/Article/View/87/115>, diakses tanggal 20 Oktober 2023.
- Hariadi, A. F. 2018. *Hubungan Antara Fear of Missing Out (FoMO) dengan Kecanduan Media Sosial pada Remaja*. Skripsi, Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, http://Digilib.Uinsa.Ac.Id/26312/1/Aisyah%20firdaus%20hariadi_J71214031.Pdf, diakses tanggal 19 Oktober 2023.
- Hidayah, Aminatul dan Dwi Nastiti. 2023. “The Relationship of Fear of Missing Out (FoMO) with Social Media TikTok Addiction in Adolescents”, Skripsi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, <https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/view/2808/version/2800>, diakses tanggal 7 Desember 2023.
- Ismi, A.; Nurbayani, S.; dan Sartika, R. 2022. “Detox Sosial Media Sebagai Upaya Mengatasi Social Media Addiction dan FoMO (Fear of Missing Out)”, *Jurnal Sosialisasi*, 9(3):92-101, <https://Pdfs.Semanticscholar.Org/F2ad/5cfafe159673335b64d78e7fd6dd272ab615f.Pdf>, diakses tanggal 17 Oktober 2023.
- Jani, S. dan Weismann, I.T.J. 2021. “Pengaruh Kecanduan Media Sosial Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswi Asrama Di Sekolah Tinggi Filsafat Jaffray Makassar”, *Repository Skripsi Online*, Maret, 3(1):158-165, <https://Skripsi.Sttjaffray.Ac.Id/Index.Php/Skripsi/Article/View/120>, diakses tanggal 17 Oktober 2023.
- Jannah, S.N.F. dan Rosyidiyani, T.S. 2022. “Gejala Fear of Missing Out dan Adiksi Media Sosial Remaja Putri di Era Pandemi Covid-19”, *Jurnal paradigma: Jurnal Mutidisipliner Pascasarjana Indonesia*, 3(1):1-14, <https://jurnal.ugm.ac.id/paradigma/article/view/73583/pdf>, diakses tanggal 15 Oktober 2023.
- McGinnis, P. 2020. *FoMO—Fear of Missing Out: Bijak Mengambil Keputusan di Dunia yang Menyajikan Terlalu Banyak Pilihan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Pratiwi, A. dan Fazriani, A. 2020. “Hubungan Antara Fear of Missing Out (FoMO) dengan Kecanduan Media Sosial pada Remaja Pengguna Media Sosial”, *Jurnal Kesehatan*, 9(1):1-13, <https://jurnal.uym.ac.id/index.php/kesehatan/article/view/152>, diakses tanggal 5 September 2023.
- Przybylski, A. K.; Murayama, K.; Dehaan, C. R.; dan Gladwell, V. 2013. “Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out”, *Computers in Human Behavior*, 29(4):1841-184, <https://Www.Sciencedirect.Com/Science/Article/Abs/Pii/S0747563213000800>, diakses tanggal 17 Oktober 2023.
- Rosdiana, A. dan Nurnazmi, N. 2021. “Dampak Aplikasi TikTok Dalam Proses Sosial di Kalangan Remaja Rabadompu Timur”, *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 4(1):100-109, <https://Jurnal.Stkipbima.Ac.Id/Index.Php/Es/Article/View/490>, diakses tanggal 20 Oktober 2023.
- Timbung, A. A. P. (2018). *Hubungan Antara Fear of Missing Out Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram pada Mahasiswa di Universitas Kristen Satya Wacana*. Disertasi, Program Studi Psikologi, FPsi-UKSW, Salatiga, <https://Repository.Uksw.Edu/Handle/123456789/17487>, diakses tanggal 18 Oktober 2023.

- Tresnawati, F.R. 2016. "Hubungan Antara the Big Five Personality Traits dengan Fear of Missing Out about Social Media pada Mahasiswa", *Intuisi: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(3):179-185, <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/INTUISI/article/view/8661/5708>, diakses tanggal 1 September 2023.
- Wulandari, E. dan Wijaya, S. H. B. 2021. "Utilization Of The TikTok Video Application As A Means Of Showing Existence And Self-Disclosure of Teenagers On Social Media", *International Journal of Social Science And Human Research*, 4(9):2610-2616, <https://Www.ljsshr.ln/V4i9/Doc/48.Pdf> , diakses tanggal 18 Oktober 2023.
- Wulandari, R. dan Netrawati, N. 2020. "Analisis Tingkat Kecanduan Media Sosial Pada Remaja" *JRTI: Jurnal Riset Tindakan Indonesia*, 5(2):4-46 , <https://Jurnal.licet.Org/Index.Php/Jrti/Article/View/653>, diakses tanggal 18 Oktober 2023.