

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Mahasiswa sebagai bagian dari masyarakat perkotaan memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap perkembangan teknologi, khususnya internet dan media sosial. Menurut data statista (2025) sekitar 80% pengguna media sosial melalui platform instagram dan tiktok yang menyebabkan intensitas penggunaan media sosial yang berlebihan. Hal ini kemudian membuka jalan bagi munculnya berbagai tren sosial baru, termasuk *Fear of Missing Out* (selanjutnya disingkat FOMO), yaitu perasaan takut tertinggal informasi atau pengalaman tertentu yang tengah dialami orang lain.. Dengan adanya kemudahan akses digitalisasi yang menyebabkan adanya fenomena *Fear of Missing Out* dalam gaya hidup mahasiswa manajemen Universitas Sangga Buana Bandung. FOMO atau rasa takut tertinggal merupakan kondisi psikologis yang ditandai dengan munculnya kegelisahan, kecemasan, serta kekhawatiran untuk melewatkan suatu peristiwa, yang biasanya terlihat dari dorongan untuk terus- menerus memantau media sosial (Syahrudin, 2023).

FOMO pada awalnya menyerang aspek mental individu, namun seiring perkembangan waktu, fenomena ini meluas hingga memberi dampak pada kehidupan sosial masyarakat. Saat ini, FOMO kerap ditemui dalam keseharian dan bahkan menjadi tren di kalangan generasi muda. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Wardana. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan wardana yang mengungkapkan bahwa sekitar 69% generasi Z di Indonesia mengalami fenomena ini (Wardana, 2025). Berdasarkan data himpunan mahasiswa manajemen (HIMA), sekitar 70% mahasiswa mengaku pernah mengalami FOMO. Data tersebut menunjukkan bahwa fenomena FOMO

relevan terjadi di lingkungan kampus terutama Universitas Sangg Buana Bandung.

Dalam bukunya *Fear of Missing Out: Practical Decision-Making in a World of Overwhelming Choice*, Patrick J. McGinnis menjelaskan bahwa istilah FOMO pertama kali populer di kalangan mahasiswa *Master of Business*

Administration (MBA) di Amerika Serikat. Para mahasiswa merasakan pengalaman yang sama, sehingga mudah memahami konsep ini dan kemudian menjadikannya bagian dari istilah sehari-hari di berbagai perguruan tinggi (McGinnis, 2020). Fenomena tersebut bahkan sempat dilaporkan secara satir oleh *Businessweek* (kini *Bloomberg Businessweek*) pada tahun 2007 dengan menyebut bahwa kampus-kampus bisnis ternama di Amerika tengah dilanda “wabah” FOMO. Fenomena FOMO ini dapat mempengaruhi gaya hidup individu ataupun kelompok.

Gaya hidup merupakan cara hidup seseorang untuk menghabiskan waktu (aktivitas) yang mereka lakukan dalam lingkungannya, dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan lingkungan sekitarnya. Gaya hidup mahasiswa sangat berkaitan dengan perkembangan zaman dan teknologi, sehingga mahasiswa cenderung memperhatikan penampilan dan gaya hidup yang sedang trend, sebagian besar didorong oleh pengaruh media sosial. Pencitraan diri di media sosial semakin penting karena mahasiswa ingin terlihat modern berpartisipasi dalam trend yang sedang viral. Gaya hidup mahasiswa FOMO tentu berbeda dengan mahasiswa pada umumnya. Mahasiswa FOMO berpendapat bahwa mendapatkan informasi terkait pengalaman atau aktivitas orang lain adalah sebuah kebutuhan yang menjadi keinginan. Tindakan serta aktivitas yang dilakukan tentunya akan menjadi kebiasaan oleh mahasiswa FOMO, yang membuat mereka mengabaikan aktivitas sendiri demi mengetahui aktivitas orang lain.

FOMO tidak hanya terjadi di kalangan mahasiswa luar negeri, tetapi juga dapat ditemukan di berbagai perguruan tinggi di Indonesia. Fenomena ini muncul karena dunia perkuliahan dipandang sebagai ruang penting bagi mahasiswa dalam membentuk jati diri sekaligus membangun citra sosialnya. Tidak sedikit mahasiswa yang mengalami FOMO karena adanya dorongan untuk tidak tertinggal dari teman sebayanya serta keinginan memperoleh pengakuan atau validasi dari lingkungan sekitar (Perdana, 2024).

Dalam konteks ini, mahasiswa Universitas Sangga Buana (USB) Bandung, khususnya jurusan manajemen, tidak terkecuali. Berdasarkan data himpunan mahasiswa manajemen (HIMA), sekitar 70% mahasiswa mengaku pernah mengalami FOMO. Di analisis melalui pengamatan awal, mahasiswa tampak memiliki minat tinggi untuk mengikuti tren yang sedang ramai

di media sosial, misalnya berkunjung ke tempat kuliner viral, mencoba makanan pedas yang tengah populer, atau mengikuti tantangan di platform seperti TikTok dan Instagram. Selain itu, mereka suka mengikuti gaya hidup baru mulai dari berpakaian, penggunaan *makeup*, hingga perawatan kulit wajah yang sedang tren. Tidak jarang mahasiswa ini membeli produk tertentu yang banyak digunakan atau direkomendasikan *influencer* di media sosial, meskipun pada akhirnya produk tersebut tidak sepenuhnya dipakai atau diganti dengan yang lain ketika dirasa tidak cocok atau terlalu mahal.

Berdasarkan pada fenomena di atas, penelitian ini akan mengkaji FOMO dan dampaknya terhadap gaya hidup mahasiswa dengan fokus kajian pada mahasiswa Program Studi Manajemen di Universitas Sangga Buana (USB) Bandung. Kajian diarahkan untuk memahami bentuk FOMO yang muncul dalam kehidupan mahasiswa, menganalisis faktor sosial yang membentuk fenomena tersebut, serta melihat bagaimana FOMO berdampak pada gaya hidup mereka di era digital. Penelitian ini berupaya mengungkap bagaimana tekanan sosial, budaya digital, dan dinamika media sosial memengaruhi pola konsumsi, aktivitas sosial, serta pembentukan identitas mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sangga Buana (USB).

B. Identifikasi Masalah

1. Tingginya Intensitas Penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sangga Buana Bandung(USB) Bandung yang menyebabkan terjadinya fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO).
2. Adanya tekanan sosial dari lingkungan sosial yang mendorong mahasiswa Program Studi Manajemen USB untuk tidak tertinggal dari teman sebaya dalam mengikuti gaya hidup dan tren populer.

3. Perubahan pola konsumsi pada mahasiswa Program Studi Manajemen USB yang dipengaruhi oleh rekomendasi influencer dan trend media sosial.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa bentuk-bentuk *Fear of Missing Out* (FOMO) yang terjadi dalam gaya hidup mahasiswa Program Studi Manajemen di Universitas Sangga Buana (USB) Bandung?
2. Bagaimana bentuk-bentuk *Fear of Missing Out* (FOMO) tersebut berdampak pada mahasiswa Program Studi Manajemen di Universitas Sangga Buana (USB) Bandung?
3. Mengapa *Fear of Missing Out* (FOMO) marak terjadi di kalangan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sangga Buana (USB) Bandung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian dapat diuraikan sebagai berikut merumuskan rumusan masalah sebagai berikut;

1. Untuk mengetahui bentuk-bentuk *Fear of Missing Out* (FOMO) yang terjadi dalam gaya hidup mahasiswa Program Studi Manajemen di Universitas Sangga Buana (USB) Bandung.
2. Untuk mengetahui dampak dari *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap mahasiswa Program Studi Manajemen di Universitas Sangga Buana (USB) Bandung, khususnya yang berkaitan dengan gaya hidup dan aktivitas keseharian mahasiswa.

3. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan *Fear of Missing Out* (FOMO) marak terjadi di kalangan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sangga Buana (USB) Bandung.

E. Kegunaan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan, baik secara akademis maupun praktis.

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya pengetahuan di bidang ilmu sosial, khususnya sosiologi, serta menjadi bahan rujukan ilmiah yang relevan bagi penelitian-penelitian berikutnya. Kajian mengenai fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam gaya hidup mahasiswa juga dapat menambah koleksi literatur akademik yang berhubungan dengan isu-isu sosial di era digital, terutama yang berkaitan dengan perilaku generasi muda dalam penggunaan media sosial.
2. Sementara itu, secara praktis penelitian ini bermanfaat bagi berbagai pihak. Bagi mahasiswa, penelitian ini dapat membantu meningkatkan pemahaman mengenai fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) sehingga mereka lebih mampu mengendalikan diri dalam menggunakan media sosial secara sehat dan seimbang. Bagi institusi pendidikan, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam mengembangkan program literasi digital dan pembinaan mahasiswa agar mampu mengantisipasi dampak negatif penggunaan media sosial. Adapun bagi masyarakat luas, penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan tentang pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap gaya hidup generasi muda, sehingga dapat dijadikan bahan refleksi dalam menghadapi perubahan sosial di era perkembangan teknologi.

F. Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini, teori konsumerisme Jean Baudrillard menjadi landasan kuat dan sangat relevan dalam menganalisis penelitian tersebut. Teori Konsumerisme memperjelas bahwa perubahan ini mendorong budaya konsumsi di mana nilai diri diukur dari kepemilikan barang atau pengalaman. Menurut Jean Baudrillard dalam bukunya yang berjudul *The Consumer Society: Myths and Structures* yang diterbitkan pada tahun 1998 menyatakan bahwa konsumsi pada masyarakat modern tidak lagi sekadar bertujuan memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi telah berubah menjadi sistem tanda (*sign system*) berupa simbol makna sosial. Objek yang dikonsumsi, menurutnya, bukan hanya memiliki nilai guna (*use value*) atau nilai tukar (*exchange value*), tetapi juga nilai tanda (*sign value*) yaitu makna simbolik yang melekat pada suatu barang sebagai representasi status, identitas, dan gengsi sosial. Mahasiswa terjebak dalam siklus membeli produk (seperti gadget terbaru atau pakaian tren) untuk mengatasi FOMO, yang didorong oleh iklan di media sosial (Baudrillard, 1998).

Adapun empat dimensi yang mencakup dalam teori konsumerisme tersebut adalah sebagai berikut;

a. Konsumsi sebagai Sistem Tanda (*Sign System*)

Baudrillard menekankan bahwa dalam masyarakat modern, konsumsi tidak lagi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan fungsional. Barang, merek, dan aktivitas dikonsumsi sebagai tanda simbolik yang menunjukkan identitas, status sosial, dan gaya hidup individu. Dalam konteks mahasiswa, konsumsi simbolik ini terlihat dari pemilihan fashion, gadget, tempat nongkrong, atau kegiatan sosial yang dipandang “trendy” oleh teman sebaya (Hidayat, 2020).

b. Hiperrealitas

Hiperrealitas adalah kondisi di mana realitas yang ditampilkan media sosial tampak lebih nyata atau lebih ideal dibandingkan kenyataan sebenarnya. Individu cenderung menyesuaikan diri dengan standar yang diciptakan oleh media, bukan realitas objektif (Yuliani, 2019).

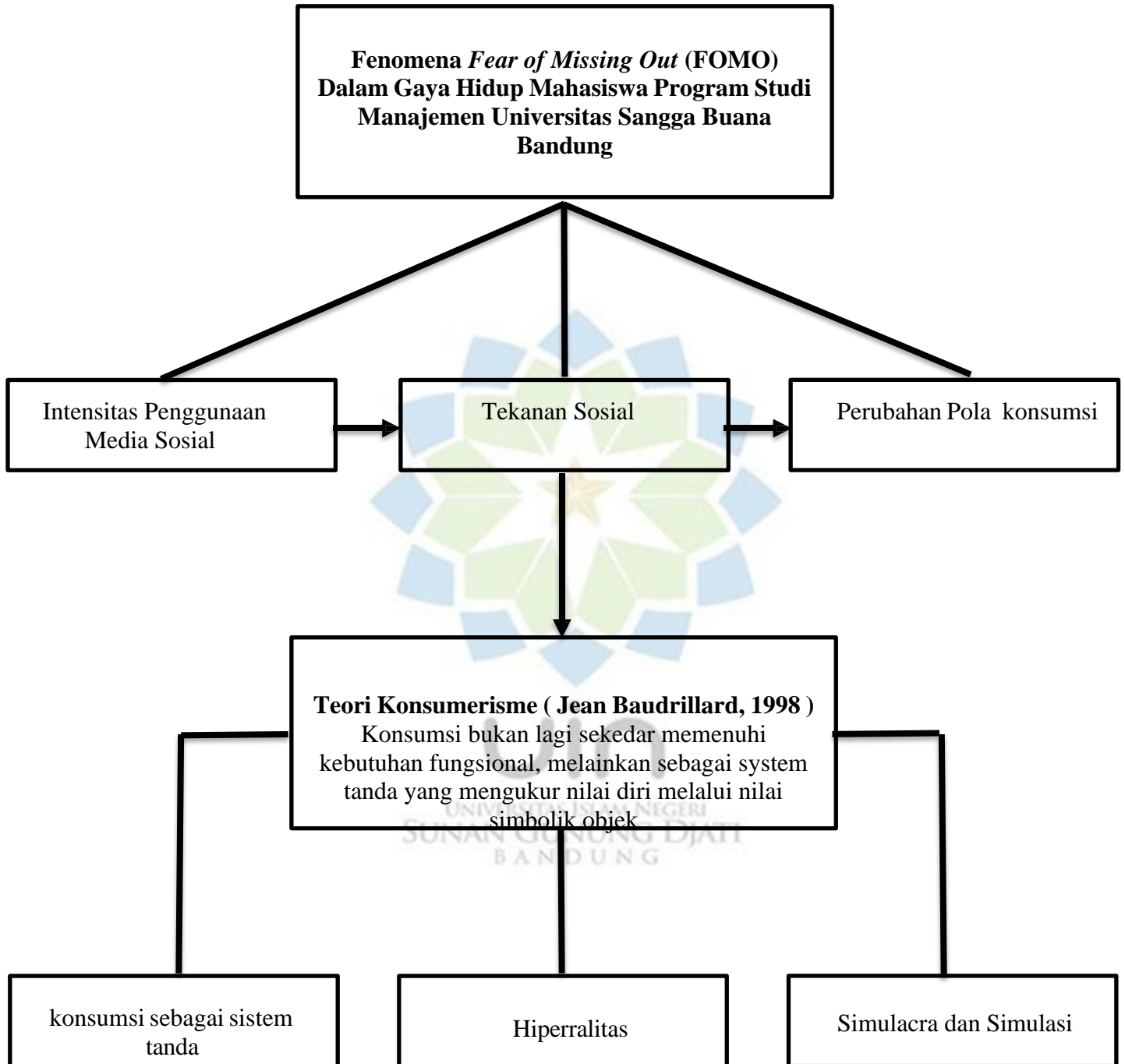
c. Simulacra dan Simulasi

Simulacra adalah citra atau representasi yang tidak lagi merujuk pada realitas asli, sementara simulasi adalah proses penciptaan citra tersebut sehingga tampak nyata. Simulasi adalah proses menciptakan citra tersebut hingga tampak seperti kenyataan (Cahyono, 2018). Dalam masyarakat konsumtif modern, mahasiswa mengikut citra gaya hidup yang ditampilkan di media sosial, bukan berdasarkan pengalaman atau kebutuhan nyata. Fenomena FOMO muncul ketika mahasiswa membandingkan diri dengan simulacra ini, bukan realitas asli.

Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam gaya hidup mahasiswa manajemen Universitas Sangga Buana Bandung berangkat dari masalah perkembangan teknologi dan media sosial, kemudian kemudahan akses dan tekanan sosial, dan yang terakhir perubahan pola perilaku dan gaya hidup. Dianalisis dan diperkuat melalui teori konsumerisme dari Jean Baudrillard. Oleh karena itu kerangka berpikir dalam penelitian digambarkan pada Gambar 1.1.



Kerangka Berpikir



Gambar 1. 1 Skema konseptual kerangka berpikir