

## **Prilaku Komunikasi Remaja dengan Kecenderungan FoMo**

**Monica Carolina**

Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis

*Bina Nusantara*

monicarolina98@gmail.com

089635463323

**Gayes Mahestu**

Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis

*Universitas Telkom*

gmahestu@telkomuniversity.ac.id

081322699699

### **ABSTRAK**

Semakin berkembangnya teknologi selalu beriringan dengan dampak negatif yang muncul FoMo adalah salah satu sindrom ketakutan atas ketinggalan berita, sindrom ini berkembang seiring dengan adanya kecanduan dalam penggunaan internet. Kecanduan internet sendiri dapat diidentifikasi dengan berapa banyak waktu yang dihabiskan untuk menggunakan internet dan juga ketidakmampuan individu dalam mengontrol diri dalam menggunakan internet. Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana perilaku komunikasi pada remaja dengan kecenderungan FoMo. Menggunakan metodologi kualitatif studikasus. Hasil temuan menunjukkan sosial media, merupakan platform dimana mereka dapat memamerkan kehidupannya sehingga mereka dapat memiliki kepuasan sendiri dan merasa dianggap oleh lingkungannya, menjadi unik dengan melakukan sosmed editing, thematic dan lainnya. Disamping itu adanya FoMo ini memperluas relasi pengguna.

**Kata kunci:** *fomo, kecanduan internet, remaja, sosial media*

## **Youth Communication Behavior with FoMo Trends**

### **ABSTRACT**

*The development of technology always goes hand in hand with the negative impact that appears FoMo is one of the syndrome of fear of missing the news, this syndrome develops along with the addiction in the use of the internet. Internet addiction itself can be identified by how much time is spent to use the internet and also the inability of individuals to control themselves in using the internet. This research is to find out how communication behavior in adolescents with the tendency of FoMo. Using a qualitative study methodology. The findings show social media, is a platform where they can show off their lives so they can have their own satisfaction and feel considered by their environment, to be unique by doing social media editing, thematic and others. Besides that, the presence of FoMo is expanding user relations.*

**Keywords:** *fomo, internet addiction, teenager, social media*

### PENDAHULUAN

Generasi Y dan Z masih dapat dikategorikan sebagai young adult, atau remaja dimana pada masa ini, merupakan masa yang penting untuk melakukan eksplorasi untuk pencarian dan pembentukan identitas. Konsep diri merupakan aspek psikologis pertama antara remaja dan berhubungan erat dengan pembentukan identitas diri. Pembentukan ini memiliki pengaruh yang erat melalui internet, lingkungan sosial dan keluarga, sedangkan seperti yang kita sudah ketahui dari penjelasan diatas remaja menghabiskan banyak waktunya menggunakan internet untuk melakukan apapun termasuk berhubungan dengan orang lain melalui sosial media.

Kehidupan di dunia maya kemudian menjadi mengarah ke konsep diri ideal bagi penggunanya, membuat para remaja berlomba-lomba membentuk citranya sesuai dengan keinginannya dengan cara apapun. (Beyens, Frison, & Eggermont, 2016) Disisi lain, fenomena ini membuat remaja merasa lebih dihargai dengan adanya timbal balik berupa pujian dan likes dari orang lain dalam media sosial sehingga membuat remaja menjadi lebih berani untuk memaparkan dirinya dan membuat orang lain terkesan dengan citra yang dibangun.

*“Anxiety that an exciting or interesting event may currently be happening elsewhere, often aroused by posts seen on social media.”*  
(Turner, 2012)

FoMo (Przybylski, Murayama, Dehaan, & Gladwell, 2013) sebenarnya merupakan sebuah ketakutan dan kecemasan dari seseorang yang merasa bahwa akan ada sebuah kejadian menarik dan menyenangkan yang akan terjadi di suatu tempat, sehingga menimbulkan keinginan kompulsif dari orang tersebut untuk mengharuskan dirinya berada di lokasi dan ikut mengalami kejadian yang ada disana. FoMo tidak termotivasi dari apa yang akan didapatkan namun dari apa yang mungkin akan terlewatkan dari lingkungan sekitar. FoMo merupakan fenomena yang sedang berkembang dan merupakan faktor yang membuat generasi ini mengeluarkan uang lebih banyak dan maraknya aplikasi sosial. Seperti yang disebutkan sebelumnya generasi ini ingin memenuhi kebutuhan emosional mereka sehingga mereka menyerah pada tekanan sosial meskipun mereka tidak memiliki uang yang cukup. Merasa tidak aman akan ditinggalkan dan melewatkan sesuatu, menyulitkan generasi ini untuk mengatakan tidak, dan fenomena ini merupakan salah satu faktor mengapa adanya syndrome FoMo, sedangkan faktor utama pendukungnya merupakan adanya

sosial media. Sebagai media baru yang cepat dalam penyebaran informasi sosial media menambah gambaran kehidupan orang-orang disekitar dan diri sendiri.

FoMo sebenarnya merupakan fenomena yang sudah lama terjadi dan terpicu sejak adanya Word of Mouth. Pada awal FoMo mulai muncul pada kehidupan masyarakat di awal tahun 2000an, teknologi masih belum secanggih pada hari ini sehingga perkembangan fenomena FoMo masih sangat rendah sampai akhirnya teknologi memberikan jalan untuk setiap orang mengirim pesan singkat secara massal (SMS) sehingga kejadian ini membukakan jalan untuk berkembangnya fenomena FoMo dengan sangat cepat. FoMo berhubungan erat dengan emosi dan perasaan yang terbentuk dari lingkungan, semakin banyak yang membicarakan sebuah kejadian semakin sang pendengar ingin mengikuti dan ikut serta dengan kejadian tersebut karena adanya rasa rewarding (dari kebutuhan psikologi) dengan mengikuti perkembangan dan berhubungan dengan yang bersangkutan secara online. Seperti yang sudah disebutkan diatas, berkembangnya sosial media memperkuat FoMo untuk terus berkembang juga, ditambah dengan adanya ponsel pintar yang bisa dibawa kemana

saja, FoMo juga akan terus dibawa kemanapun oleh pengguna internet.

Andrew Przybylski(Przybylski et al., 2013) mencari cara untuk mengukur FoMo berdasarkan keterlibatan partisipan dengan sosial media, kepuasan hidup dan bagaimana kemandirian, kompetensi dan hubungan dengan orang lain dirasakan pada kehidupan sehari-hari partisipan. Hasilnya, semakin partisipan merasakan kurangnya kemandirian, kompetensi dan hubungan dengan orang lain mereka akan cenderung lebih mengalami FoMo dan artinya lebih sering menggunakan sosial media dibandingkan dengan partisipan yang merasa aman dan nyaman dengan hubungannya dengan orang lain karena merasa tidak ada paksaan untuk terus berhubungan dengan orang lain. Walaupun banyak yang menganggap sosial media dan FoMo merupakan fenomena yang negatif seperti ajang pamer, membuat masyarakat menjadi tidak sabaran dan kurang bersyukur, namun masih ada sisi positif dari fenomena ini karena dengan fenomena ini, millennials dapat menggunakan emosinya untuk memaksa diri sendiri untuk mencoba dan melihat hal-hal baru. Sosial media telah berhasil untuk menghancurkan batasan-batasan komunikasi dan membukakan cara-cara baru untuk masyarakat dapat berkomunikasi. Saat ini seluruh informasi

dapat dengan mudah didapatkan dan kenangan dapat dibagikan kapanpun kepada dunia.

Pengguna media sosial di Indonesia terus berkembang dari tahun ke tahun. Seperti dilansir dari kompas.com menurut penelitian yang dilakukan We Are Social, perusahaan media asal Inggris yang bekerja sama dengan Hootsuite, rata-rata orang Indonesia menghabiskan tiga jam 23 menit sehari untuk mengakses media sosial. (Kompas.com, 2018). Terdapat 160,0 juta pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2020. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia meningkat sebesar 12 juta (+ 8,1%) antara April 2019 dan Januari 2020. Penetrasi media sosial di Indonesia berdiri di 59% pada Januari 2020. (HootSuite, 2019)

Menurut pakar informasi teknologi (IT) Nukman Luthfie generasi ini dengan mudah mengadopsi tren yang ada di dunia karena akses internet yang sudah mudah didapatkan. Dengan adanya sosial media seperti facebook, twitter snapchat youtube dan Instagram yang ramai digunakan anak remaja, eksistensi remaja pada dunia maya juga beragam. Nukman membagi pengguna internet menjadi dua kategori creator dan conversationalist. (CNNIndonesia, 2018) Creator biasa disebut dengan influencer membuat beragam konten yang dapat

dilihat dan dinikmati orang lain, sedangkan conversationalist merupakan kalangan yang hanya menikmati apa yang dibuat oleh creator dan membagikannya kepada kerabatnya sehingga konten yang dibuat menjadi viral. Hal ini didukung karena adanya ruang yang bisa digunakan untuk berkreasi di media sosial, terlebih lagi dengan banyaknya pendukung dari teknologi seperti ponsel pintar.

Risey dari Pew Research Center (Pew Research Center, 2015) menjelaskan bahwa yang mencolok dari generasi ini merupakan penggunaan teknologi dan budaya pop karena generasi ini tidak dapat dipisahkan dari teknologi terutama internet dan hiburan yang sudah menjadi bagian dari kebutuhan pokok kehidupan generasi milenial memiliki jumlah usia produktif yang melampaui generasi sebelumnya sehingga millennials akan menjadi generasi yang mendominasi angkatan kerja modern dan akan terus bertambah setidaknya satu dekade ke depan. Dominasi dalam usia produktif ini juga membentuk pola komunikasi masa depan dimana kecenderungannya sekarang ini menurut Larry Alton, seorang kontributor dari Forbes sebagai generasi sosial, generasi ini secara terus menerus berhubungan dengan teman dan lingkungannya secara online yang dapat dilakukan dimanapun dan

kapanpun dengan mudah. (Larry Alton, 2018)

Kegiatan online kemudian terserap dan sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, sehingga kebutuhan emosional yang didapatkan dari internet juga mencakup bagian dari interaksi sosial, tidak hanya untuk hiburan semata. Karena kegiatan ini sudah terserap dan menjadi kegiatan sehari-hari, generasi Y dan Z menjadi semakin tak terpisahkan dari gadgetnya masing-masing. Berdasarkan laporan yang berjudul Millennials, Breaking the Myth, 83% generasi millennials diketahui tidur dengan ponsel pintarnya, sebanyak dua dari tiga orang mengakui menggunakan ponsel saat menyetir, dan 32% dari setengah yang lebih muda mengakui mengakses sosial media saat sedang di dalam toilet. (Nielsen, 2014)

Maka dari itu penelitian ini ingin mengetahui bagaimana Prilaku Komunikasi Remaja dengan Kecenderungan FoMo. Adapun demi kenyamanan informan, identitas nama disamarkan sesuai dengan permintaan. data adalah sebagai berikut:

1. CS merupakan Co-Founder agensi Digital Unitree, seorang pria berumur 28 tahun berdomisili pada Jakarta Barat
2. HA merupakan executive sosial media pada salah satu perusahaan e-commerce di Jakarta, seorang pria berumur 25 Tahun dan berdomisili pada Jakarta Pusat.
3. JN merupakan senior executive Public Relation perusahaan , seorang wanita berumur 22 tahun yang sedang mendalami jurusan Corporate Public Relation sebagai peminatannya, berdomisili pada Jakarta Selatan
4. CSY merupakan mahasiswi Universitas Bina Nusantara, seorang wanita berumur 21 tahun yang sedang mendalami jurusan Marketing Public Relation sebagai peminatannya dan sudah menggunakan media sosial instagram sejak tahun 2015, Berdomisili pada Jakarta Barat
5. FL merupakan mahasiswi Esmod Jakarta, seorang wanita berumur 20 tahun yang sedang mendalami fashion design, berdomisili pada Jakarta Utara

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan

masalah manusia, penekankan sifat realitas yang terbangun secara sosial, hubungan erat antara peneliti dengan subjek yang diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan mengetahui bagaimana sebuah fenomena sindrom FoMo dapat berhubungan dengan pembentukan diri pada remaja. Dengan melakukan pendekatan induktif yang berfokus dengan realitas yang terjadi dan dihubungkan dengan teori yang berhubungan untuk membuat sebuah kesimpulan. Untuk memastikan pendekatan dilakukan pada saat observasi telah dibuat survei terhadap 249 responden menanyakan kecenderungan penggunaan media sosial dan komunikasi, hal ini dilakukan untuk menyortir informan sehingga pemilihan informan dengan kecenderungan FoMo berdasar. Informan kemudian ditentukan dengan purposive sampling dengan kriteria yang mewakili, gender, penggunaan sosial media, usia dan juga pekerjaan, diarpkan hal ini akan memberikan gambaran yang lebih baik terkait prilaku komunikasi pada remaja dengan kecenderungan FoMo.

Metode penelitian merupakan hal yang penting yang dapat membantu penelitian untuk mengetahui urutan dan cara penelitian akan dilakukan. Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif dimana metodologi ini merupakan

prosedur penelitian yang dilandasi oleh filsafat postpositivisme, untuk meneliti kondisi objek alamiah dimana peneliti merupakan instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data yang dilakukan secara purposive, dengan teknik pengumpulan triangulasi, analisis data yang bersifat induktif dengan hasil penelitian yang menekankan makna daripada generalisasi. Penelitian kualitatif bertumpu pada latar belakang yang alamiah dan holistik, menggunakan manusia sebagai alat penelitian dan lebih mementingkan proses daripada hasil, serta hasil yang dilakukan dari penelitian ini disepakati oleh peneliti dan subjek penelitian. “Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. (Sugiyono, 2017) Dengan tujuan untuk meneliti hubungan sebuah fenomena dengan pembentukan diri, penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus untuk mendapatkan data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian studi kasus menurut merupakan cara untuk menjelaskan bagaimana keberadaan dan mengapa kasus tersebut dapat terjadi (Mudzakir, 2008). Penelitian studi kasus tidak sekedar menjawab pertanyaan “apa” objek yang diteliti, namun menjawab secara menyeluruh dan komprehensif dengan menjawab

pertanyaan “bagaimana” dan “mengapa”. Pertanyaan “apa” ditujukan untuk memperoleh pengetahuan deskriptif, “bagaimana” untuk memperoleh pengetahuan eksplanatif yang menjelaskan mengenai proses terjadinya sebuah peristiwa dan “mengapa” untuk memperoleh pengetahuan eksploratif dan mencari alasan mengapa peristiwa tersebut terjadi. Penelitian ini menggunakan studi kasus karena studi kasus merupakan salah satu metode penelitian yang dapat fokus meneliti ilmu sosial dari sebuah peristiwa.

### PEMBAHASAN

Pesatnya perkembangan dunia digital terutama berkembangnya media sosial seperti diketahui telah menggeser media – media tradisional seperti koran, televisi, atau radio yang membutuhkan biaya besar untuk dapat mengaksesnya, sedangkan dengan media sosial yang membutuhkan biaya relatif lebih kecil telah menjadi sebuah media penyebar informasi layaknya media tradisional. Media sosial yang merupakan alat sosialisasi dan komunikasi karena keunggulannya yang bersifat lebih personal dan efektif semakin banyak digandrungi terutama di kalangan remaja. Teknologi yang terus berkembang, membuat kemudahan akses dan akses informasi dan fantasi terbuka lebar.

Generasi millennials mendapatkan banyak sekali paparan teknologi menjadi pengguna internet terbanyak di dunia. Paparan teknologi ini tentunya baik secara langsung maupun tidak langsung akan berpengaruh terhadap individu sehingga muncul potensi anak dan remaja mengalami kecanduan internet dan FoMo.

*Kalau untuk social media Iphone si, alasannya baterenya gede kapasitasnya dan kameranya bagus, yang satunya hp nokia jadul yang cuma buat telfon hheh... Yang paling seru.. Instagram sih, soalnya.. banyak gitu loh fituranya, baik dari segi stories, explore, feeds ada banyak informasi yang unik gitu, hahaha .. hm .. Paling males sih twitter mungkin yak. Sampe sampe pernah gue apus karena uda jarang banget yang update di sana. (HA)*

Paparan HA tersebut senada dengan survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada 2016, pengguna Instagram (19,9 juta atau 15%) menempati peringkat kedua sebagai media sosial yang paling sering dikunjungi setelah Facebook (71,6 juta atau 54%). Dua media sosial ini paling banyak digunakan untuk menampilkan diri mereka secara online dalam berbagai bentuk. Instagram lebih diminati untuk digunakan karena adanya kemudahan dan variasi dari fitur yang ditawarkan, pendapat

HA ini senada dengan yang diungkapkan oleh JN

*... untuk sosmed gue punya Instagram, twitter sama facebook.. eeee sebenarnya si ee lebih sering kedua mungkin ya atau engga lebih ke instagramnya sih. Kayak Kenapa pake media social. Karena butuh banget sih. gue ngerasa kek dizaman sekarang kalau ga ada medsos kayaknya gak mungkin banget gitu karena juga ee apa ya kek banyak banget deh yang bisa kita dapet kalau misalnya sosmed sharing macem macem juga nyari info, nambah temen dan sebagainya. Gitu. Dari yang ketiga yang gue punya sekarang ini jarangnya twitter ya (JN)*

Sosial media telah dianggap menjadi sebuah kebutuhan hidup bagi sebagian orang terutama remaja milenials suka atau tidak, sebagai sebuah produk industri istilah ada permintaan ada penawaran sesuai untuk keberadaan sosial media. Seperti yang dijelaskan dalam determinasi teknologi (Merritt Roe Smith, 1994) Perkembangan teknologi seperti reka baru atau bisa juga disebut inovasi, penemuan-penemuan baru, dan hal-hal lain yang bertujuan mengembangkan teknologi untuk mempermudah kegiatan-kegiatan manusia, memberikan pengaruh yang besar kepada perkembangan nilai-nilai sosial dan kehidupan dalam masyarakat.

FoMo yang seperti telah dijelaskan sebelumnya merupakan memiliki hubungan erat dengan adiktifitas

penggunaan handphone dan sosial media. Semakin sering individu menggunakan sosial media pada handphonenya semakin tinggi pula kemungkinan individu memiliki kecenderungan FoMo yang berlebih hingga dapat membahayakan diri sendiri maupun orang lain. Hector (2017). Terkait dengan intensitas penggunaan handphone, berikut diparkan bagaimana narasumber dengan kecenderungan FoMo ini menggunakan handphonenya.

*hmm, 4-6 jam mungkin, Sebenarnya selalu sih, setiap ada waktu luang tapi ya sebentar-sebentar aja. (CS)*

*hmmm ga pasti ya, tapi seharian. Paling tiap setengah jam gue ngecek hp. 15 menit gitu. Tapi gue ga tau rangen waktunya gitu..hmmm cep 12 jem lah, 12 jam. (FL)*

*hemmm sehari 24 jam sebenarnya hampir setiap saat sih.tapi kayak gak setiap saat banget banget juga. Karena kan juga ada aktivitas kan. Cuman kalau ada waktu luang gitu nyempetin banget sih. Kalau lagi bosan apalagi. Jadi kayak itung itung mungkin hemmm berapa ya. 7 jam kurang lebih mungkin (JN)*

Rerata narasumber menggunakan handphone ini diatas 4 jam, dan empat dari lima narasumber ini menggunakan sekitar 7-12 jam gadget dalam sehari. Waktu ini bukanlah waktu yang ideal untuk penggunaan gadget karena menurut penelitian yang dilakukan oleh Andrew

Przybylski dalam artikel yang disadur labana.id dari telegraph.co.uk durasi ideal untuk melakukan aktivitas online dalam sehari adalah 257 menit atau sekitar 4 jam 17 menit. Dengan durasi tersebut, peneliti meyakini remaja tidak hanya memiliki kemampuan yang mumpuni dalam hal teknologi, tetapi juga bisa bersosialisasi. Jika di atas 4 jam 17 menit, maka gadget dianggap mampu mengganggu kinerja otak remaja.

Kecanduan dalam menggunakan internet juga dapat membuat individu merasa bahwa dunia maya merupakan dunia yang lebih menarik dibandingkan dengan dunia nyata (Kim, 2013) Penjelasan ini membuat individu memiliki ketergantungan dalam kehidupan sosialnya yang juga dapat berdampak pada kesulitan individu dalam mengikuti dan menyesuaikan diri di dunia nyata sehingga kualitas hidup dapat menurun ataupun hilang sama sekali. Selain itu kecanduan penggunaan internet dibagi menjadi dua jenis yaitu *Specific Pathological Internet Use* atau kecanduan internet spesifik yang didefinisikan sebagai individu yang kecanduan hanya pada satu macam fasilitas yang ditawarkan internet dan *Generalized Pathological Internet Use* atau kecanduan internet umum yang diartikan sebagai individu yang kecanduan pada semua

fasilitas yang ditawarkan internet seperti *media sosial, instant messaging, belanja online dan entertainment* (Soetjipto, 2005)

FoMo merupakan ketakutan atas ketinggalan berita, sindrom ini berkembang seiring dengan adanya kecanduan dalam penggunaan internet. Kecanduan internet sendiri dapat diidentifikasi dengan berapa banyak waktu yang dihabiskan untuk menggunakan internet dan juga ketidakmampuan individu dalam mengontrol diri dalam menggunakan internet. Menurut ahli, pengguna internet dapat dibagi menjadi dua kelompok yaitu *Non Dependent* dan *Dependent*. *Non dependent* merupakan pengguna internet normal yang menghabiskan 4 hingga 5 jam per minggu dalam menggunakan internet sedangkan *Dependent* merupakan pecandu internet yang menghabiskan waktu 20 hingga 80 jam per minggu dalam menggunakan internet, seorang *Dependent* menggunakan internet sebagai komunikasi dua arah untuk bertemu, bersosialisasi, dan bertukar ide dengan orang-orang yang baru dikenal melalui internet (Young, 2010)

*Sekarang ini hampir semuanya si, facebook, intagram, dan twitter ...  
Sebenarnya sih biar gue ga ketinggalan informasi ajaa sih hahahaha (HA)*

*Alasan karna... ngikutin pergaulan.. karena temen-temen gue bikin jadi gue bikin... biar bisa tetep kontekan sam temen temen dan bisa bikin*

*kayak halaman sendiri buat diri sendiri gitu. hmm kenapa ya? Ga tau juga mungkin larena kalau di instaram kan harus sama foto, tapi kalau di path bisa tulisan doang, bisa lagi dengerin apa, bis lagi dimana, terus biasanya kan oranorang suka kayak gapenting-ga penting ya gitu sih (CY)*

Hal ini senada dengan studi yang mengungkapkan tentang penggunaan Facebook, FoMo ditemukan memberikan kontribusi terbesar terhadap kecanduan SNS dan dapat dianggap sebagai mekanisme maladaptif yang mengarah pada peningkatan motivasi bawah sadar untuk keterlibatan SNS” (Pontes, Taylor, & Stavropoulos, 2018) dari kutipan tersebut menunjukkan juga bahwa preferensi platform yang digunakan oleh remaja untuk berinteraksi dipacu oleh salah satu faktornya yaitu FoMo. Hasil penelitian ini mendukung teori tersebut dimana responden menggunakan media sosial karena lingkungan yang melakukan hal yang sama sehingga mereka mengikuti dan menggunakan platform yang sedang digunakan oleh lingkungannya atas perasaan takut tertinggal oleh teman sebayanya dan menjadi takut untuk menolak ataupun mengatakan tidak.

*Motivasi penggunaan sosial media paling besar karena mengikuti pergaulan, karena lingkungan yang*

*melakukan hal yang sama sehingga memudahkan komunikasi bersama teman dan bisa membuat halaman mengenai diri sendiri karena fiturnya yang lebih menarik dibanding instant messaging pada umumnya (CY)*

*Sosial media sudah menjadi kebutuhan. Dizaman sekarang kalau ga ada medsos kayaknya gak mungkin banget karena, ada banyak banget yang bisa kita dapat, misalnya sosmed sharing macem-macem juga nyari info, nambah temen dan sebagainya, khususnya di instagram soalnya gue ngerasa di Instagram gue uda dapatin semuanya info yang gue mau. Kalau di twitter udah ga se-happening dulu kan. Kayak sekarang mau ngetweet juga bingung juga mau tweet apa? trus cari info segala macem update trend nya juga lebih nyamannya di Instagram aja sih. Jadi udah move ke Instagram (JN)*

Anggapan ini senada dengan pandangan determinisme teknologi yang menganggap pentingnya ide-ide manusia dalam menciptakan teknologi yang kemudian teknologi tersebut mempengaruhi kehidupan sosial manusia. Determinisme teknologi yang diartikan suatu susunan otonom yang berbasis teknologis yang kemudian mengklaim bahwa teknologi sebagai suatu faktor yang dominan dari terjadinya perubahan-perubahan sosial yang pengaruhnya sendiri berangkat dari makna kebudayaan dan kegunaan yang bisa diberikan oleh teknologi tersebut, sebab pada dasarnya

dalam determinisme teknologi, inovasi yang ditemukan oleh para penemu di dalam masyarakat juga ditujukan untuk masyarakat (Bimber, 1990)

Disisi lain adanya sosial media tidak hanya untuk bersosialisasi saja namun juga untuk mendapatkan banyak sekali informasi yang merupakan pemicu atau alasan mengapa banyak sekali remaja yang tidak ingin tertinggal dalam mengikuti trend penggunaan sosial media. Mengetahui banyak informasi mengenai lingkungan sekitar, mendapatkan pembaruan beragam informasi dari sosial media merupakan sebuah kebutuhan remaja untuk melakukan eksplorasi dirinya mencari hal-hal yang menarik dan menjadi sebuah inspirasi untuk dirinya walaupun hal tersebut berada diluar zona nyaman maupun berbanding terbalik dengan latar belakang individu.

*“Influencer pada sosial media seperti Anaz Siantar dan Abel Cantika merupakan panutan fashion blogger yang harus diikuti untuk gue karena feeds mereka sama dengan interest dan hobi gw. Jadi pas aja kalo gue mau cari referensi langsung liat ke mereka” (JN)*

*“Motivasi dan inspirasi yang diberikan oleh akun yang diikuti menjadikan mereka sebuah “idola” untuk orang tertentu hingga mendorong saya untuk memiliki kapabilitas yang selevel dengan mereka” (CS)*

*“Idola pada sosial media membantu memberikan motivasi terhadap ketertarikan, motivasi idola untuk diri sendiri seperti agar rajin olahraga atau motivasi hidup yang membuat merasa bahagia” (HA)*

Dalam melakukan eksplorasi diri remaja mencari dan menirukan apa yang dirasa menarik untuknya, sehingga ada banyak influencer pada sosial media yang berhasil membentuk trend dan bermacam-macam golongan remaja pada sosial media tidak sedikit yang kemudian berhasil memotivasi remaja menjadi seperti influencer tersebut dan menemukan jati dirinya dengan adanya bantuan dari sosial media. Walaupun begitu ada juga remaja yang tetap menjaga zona nyamannya dalam melakukan eksplorasi diri seperti terus mencari dan mengikuti hal hal yang relevan saja untuk dirinya sehingga membentuk ketertarikannya sendiri yang berbeda dalam mencari sebuah informasi yang dapat digali lebih dalam oleh individu sesuai dengan latar belakang masing-masing individu.

*“Konten-kontennya menarik karena dia memiliki apa yang gue cari saat butuh hiburan, idola gue ini juga suka bercerita di story, sharing dan apa yang diomongin tuh relevan jadi menarik. Dan ini memacu gue untuk ingin buat account yang bisa relate dengan banyak orang dan disukai banyak orang juga” (CY)*

*“Mengikuti banyak influencer, karena mereka hits dan influenced banget kayak apa si lifestyle mereka, terkadang mereka kasih informasi yang kayak tempat hits yang di Jakarta gitu, kadang juga kepikiran pengen sekali-kali menjadi mereka. “  
(FL)*

Seperti pembahasan sebelumnya individu mencari dan tertarik pada konten-konten yang sesuai dan menarik untuk kepuasan dan ekspresi diri sendiri sehingga dapat menjadi sebuah motivasi bagi individu untuk berkembang dan membentuk diri, ini berhubungan dengan penelitian sebelumnya dimana dijelaskan bahwa konten vlog dapat mempengaruhi pembentukan sikap pada subjek karena adanya relevansi dari kesenangan tersebut hingga keinginan menjadi seperti orang tersebut. Walaupun begitu dengan adanya kebebasan berekspresi tersebut membuat remaja berkecenderungan negatif sehingga banyak juga trend-trend yang negatif seperti penggunaan Bahasa kasar dan tindakan-tindakan yang dapat merugikan orang lain. Tentunya baik buruk dari perlakuan idola dan influencer akan berpengaruh bagaimana mereka menjadi inspirasi oleh remaja karena pembentukan diri cenderung tentatif dari sudut pandang positif maupun negatifnya.

Pada dasarnya kecenderungan FoMo dapat dialami semua orang yang

menggunakan sosial media karena sifatnya yang mudah menyebar menjadi salah satu pemicu untuk FoMo terus berkembang, namun di sisi lain dapat kita lihat bahwa ketakutan atas ketinggalan informasi dapat membantu remaja untuk menemukan dan menjalankan kehidupan sesuai yang digemarinya, ini juga membuat remaja secara tidak langsung menjadi lebih kreatif dan bersemangat dalam menekuni kegemarannya. Idola maupun influencer yang digemari oleh setiap subjek memberikan motivasi dan memberikan keinginan secara tidak langsung untuk para pengikutnya mengikuti apa yang dilakukannya maupun menjadi seperti idolanya tersebut. Tentunya baik buruk dari perlakuan idola dan influencer akan berpengaruh bagaimana mereka menjadi inspirasi oleh remaja.

*Hm.. Postingan yang buat bahagia itu..Ee.. ketika lihat postingan keluarga atau teman yang sedang happy sih... hm, kalau postingan yang bikin bangga, kalau saya sih ketika teman mendapatkan penghargaan, dan ada postingan juga dimana foto kita di puji. Saya sedih ketika ada postingan mengenai bencana, kesusahan, atau announcement tentang siapa yang meninggal atau kehilangan (CS)*

*Merasa bahagia dengan cerita yang bikin lu merasa oh gue related dengan cerita itu .. kalau ga related biasanya gue ga lanjutin baca tp mungkin di postingan berikutnya*

*kalo gue baca itu relate ya gue suka. apa ya, hmm kayak misalnya di postingan mereka ada gue nya, terus kayak misalnya temen dekat gue lg chare mrka lagi happy karena apa kayak misalnya kmrn tmn gue baru jadian trus di share foto bersamanya ...Nga ada postingan yang bikin bangga .. aneh banget kayaknya nga (CY)*

Remaja yang berkecenderungan FoMo tidak selalu memiliki adiksi terhadap telepon genggamnya walaupun FoMo disebut merupakan salah satu pemicu aktivitas tersebut, tetapi tentunya remaja memiliki banyak pertimbangan lainnya untuk menggunakan telepon genggam seperti mempermudah komunikasi maupun mencari uang. Hal ini terjadi karena walaupun remaja yang berkecenderungan FoMo takut sekali tertinggal, melewatkan atau tidak dapat membagikan pengalamannya pada sosial media, mereka akan tetap mencari dan melakukan kehidupan sehari-hari pada dunia nyata agar dapat dipamerkan pada sosial media.

Adanya platform yang luas, dan cepat digunakan untuk berpartisipasi dengan mudah membuat penggunaannya semakin banyak dan aktif untuk membuat, mengembangkan dan juga membagikan hal maupun informasi baru, sehingga sekarang ini media sosial tidak hanya digunakan sebagai platform untuk

berkomunikasi dan berbagi informasi tapi juga sebagai tempat untuk mengekspresikan diri, mencari inspirasi dan membentuk komunitas. Walaupun begitu, kemudahan akses pada internet yang aktif terus-menerus juga membawa generasi ini pada kecemasan akan melewati sesuatu yang tidak pasti di dunia maya.

Seseorang yang mengidap FoMo mengedepankan apapun yang dapat membuat dirinya diterima dan dilihat oleh orang banyak. Di Indonesia, fenomena FoMo dapat dengan mudah ditemukan pada media sosial seperti Instagram, salah satu fitur yang dapat digunakan merupakan Insta Story. Fitur ini mudah sekali digunakan untuk membagikan momen dengan cepat. Seperti membagikan potongan rekaman lagu tertentu untuk mewakili perasaan hati mereka dengan menuliskan lirik lagunya ataupun ditambahkan dengan stiker maupun GIF yang menjelaskan apa yang mereka rasakan kepada orang yang dituju walaupun orang itu tidak memahami atau menyadari. Selain itu juga fenomena membagikan foto mengenai makanan apapun yang dikonsumsi ataupun juga kegiatan bersama teman atau lingkungan sekitarnya setiap saat. Orang-orang ini biasanya akan merasa cemas apabila mereka ataupun orang lain tidak melakukan

update pada sosial medianya karena takut dilupakan dan ditinggalkan oleh orang lain.

*hmm..Posting feeds sih.. jarang ya, kalo stories mungkin tiap hari.. iya, tiap hari sih yang ga penting gitu masuk story gue pasti...Yang dipost ga penting haha..Biasa sih kalo lagi ada jalan jalan, kalo ga emang lagi pengen aja gitu hahah keseharian gw, tapi itu di stories. Kalo di feed ya lebih di pilih yang emang bagus dan pas momentnya...hmm..aesthetic sih nga.. gue sih ga mentingin tema ya, paling cuman banyak warnanya aja yang kelihatan fun biar kelihatan seru. Kalo edit fotonya sih cepet paling lama 15 menit mungkin.. hmm kalo caption kadang bisa seharian. Pernah juga sampe 2-3 hari gitu hahahaha Bikin aturan – aturan posting ya biar banyak yang liat dong haha ... buset, edit paling paling lama setengah jam lah .. impas sih kayaknya, ya banyak likes dan comment lah haha...Biasanya sih pagi atau jam makan siang, karena gue riset jam segitu yang banyak likenya. Biar banyak yang liat juga (HA)*

Fenomena ini didukung juga dengan kehadiran Influencer ataupun Content Creator yang telah berhasil menjadi idola dengan menjaga citranya pada sosial media dari para pengguna sosial media lainnya, adanya kehadiran dan kreatifitas yang terus berkembang dari mereka menjadi motivasi dan inspirasi remaja untuk berkembang sesuai dengan idolanya, membuat remaja semakin kreatif dan inovatif untuk mengejar eksistensinya maupun menjalani

kehidupannya meskipun dengan situasi yang menjadi lebih kompetitif. Maupun seluruh ketertarikan dan hiburan dapat mereka dapatkan dari kemudahan akses media sosial generasi ini masih menghargai dan memilih untuk berbicara secara langsung untuk menghilangkan ambiguitas maupun kesalahan komunikasi dengan adanya intonasi ekspresi dan gestur saat komunikasi, namun tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial memberikan rasa nyaman yang baru untuk berkomunikasi.

*Termasuk stories dan facebook dan sebagainya ya? Udah jarang sih sbenarnya, kayak dalam waktu seminggu lah ya ya kalau misalnya stories mungkin gue bisa seminggu 5 kali ? jadi kayak sehari sekali ... mungkin ya 5 sampe 7, ya anggep ada seminggu stories minimal 5-7 yang pasti ada lah. .Kalo di stories biasanya itu bener bener lebih yang kayak ya apa yang lagi gue rasain kayak misalnya gue lagi bete atau gue lagi suka apa, atau gw lagi seneng karena apa, atau ada kejadian lucu apa saat itu, kayak gitu sih punya bener bener apa yang gue alami saat itu juga (CY)*

Dengan upaya untuk memahami diri remaja berkecenderungan fomo identifikasi diri remaja memegang peran yang sama pentingnya karena identifikasi diri terbentuk oleh identifikasi yang terbentuk selama remaja melakukan eksplorasi diri dalam menemukan jati dirinya dan kehidupan yang diinginkannya. Identifikasi

diri dapat dilihat dari bagaimana individu membentuk pola kebiasaan dalam penggunaan sosial media yang merupakan cerminan diri untuk remaja dan bagaimana dirinya ingin dipandang orang lain. Mereka juga sangat menjaga hal-hal apa saja yang akan dibagikan pada sosial media yang sesuai dengan citra yang dibangunnya dengan berbagai macam cara seperti mencari tahu prime-time pada sosial medianya agar mendapatkan hasil dan respon yang memuaskan, membentuk sebuah tema dan merapikan feeds untuk menggambarkan dirinya.

Remaja pada generasi Y dan Z yang memiliki kecenderungan FoMo membentuk konsep diri mereka dengan bantuan sosial media karena sosial media membantu memaparkan dan memetakan apa saja yang menarik maupun tidak menarik untuk setiap individu, dengan ketertarikan yang muncul ini kemudian muncul perasaan yang besar untuk terus mengikuti zaman yang dirasa "sesuai dengan dunianya" yang dapat digali lebih dalam oleh individu, sehingga terbentuklah banyak cabang trend yang mereka terus ikuti demi perkembangan diri dan kenyamanan diri mereka. Dengan adanya platform media sosial para remaja dapat menunjukkan kapabilitas dan eksistensi mereka pada sosial media dengan

mengikuti kelompok yang membuatnya merasa nyaman dengan mengikuti zaman.

*Kalau saya sih.. biar orang lebih tau ciri khas saya, sebagaimana saya mau di branding...Per..pernah sih. Delete post karena merasa kurang bagus, tapi jarang...Eee.. Delete komen pernah sih, karena merasa komen nya tidak baik untuk yang orang yang dikomen ...Postingan yang menyebarkan ... tipe postingan yang terlalu di setting agar terlihat baik, pencitraan level tinggi.. walaupun saya lakuin juga kadang haha (CS)*

Perlakuan yang sedemikian rupa dilakukan demi mendapatkan hasil dan tujuan yang sama dari setiap remaja yaitu keinginan untuk dilihat, dianggap berbeda dan menonjol dengan karakter dan citra yang dibangunnya. Remaja ini akan mendapatkan perasaan puas karena adanya timbal balik yang memuaskan seperti tingginya hubungan individu dengan teman sosial medianya yang diukur dari komen dan like pada sosial media. Ada juga yang memiliki kepuasannya sendiri karena berhasil menjadi sebuah inspirasi atau membawa orang lain merasakan apa yang dirasakan dengan melihat post pada sosial medianya. Senada dengan yang diungkapkan JN dan FL seperti berikut

*iya jamnya. kalao di feeds, eee gue kadang" merhatiin juga sih. kayak Mungkin di jam jam orang lagi buka*

*Instagram banget, peak hoursnya nih. Sekitar jam malam. jam 8 mungkin. Apa jam makan siang. Kayak gitu sih gue merhatiin jam jam kek gitu karena supaya orang mungkin lebih engage ke post gw. Supaya like dan comment... harapan gw, postingan gue kayak eee bisa bikin orang happy sih. Kayak ada hal positif. Yang orang liat postingan gue kayak " oh iya" kayak dibawa mood yang gue emang ada difoto itu. Misalnya gue emang share foto gue pas lagi happy. Ada event apa ada apa, gue berharap orang yang liat itu juga keikut juga ... (JN)*

*gimana ya, biar kliatan kayak up to date basically cuman kayak biar orang ngeliat gue up to date gitu lo. Ga cuman orang yang ga outgoing bisa d bilang... menurut gue itu macaim mencerminkan diri gue gitu sih, gue sukanya yang kayak teratur dan enak dilihat gitu. gue ga mau sembarang post... yaaaa kadang senang aja sih terus kek bair orang orang kek ngeliatnya enak ga sih. Kek yaa pencitraan lah anggapnya hahaha... yak biar get impression dari temen gue (FL)*

Identifikasi diri pada sosial media berhubungan dengan Image Brand, sebagaimana individu bersikap untuk dipandang oleh orang lain. Ini didukung dengan kutipan yang disebutkan oleh para subjek mengenai pengertian dan cara pandang sosial media untuk mereka sendiri. Pembentukan identifikasi diri pun beragam tergantung dengan bagaimana informan mempromosikan dan me-label dirinya

untuk publik sesuai dengan karakteristik maupun kelebihan setiap individu. Tidak dapat dipungkiri sosial media memegang peran penting dalam kehidupan para informan hingga pembentukan citranya sebagaimana mereka ingin dipandang dengan keunikannya masing-masing atau dengan menonjolkan ciri khasnya untuk membedakan dirinya dengan orang lain. Sosial media dianggap sebagai cerminan diri penggunanya dimana dengan hanya dilihat dari feeds saja orang lain sudah dapat menebak kepribadian pemilik akun tersebut. Kehadiran Stories juga sangat penting untuk informan membagikan momen secara langsung dalam durasi singkat dan banyak demi kesenangan dan kepuasan diri sendiri.

*Tanpa handpone ya? Pernah sih, wah ga banget deh, bisa bosen dan ketinggalan banyak informasi gue ... (HA)*

*pernah, terus kayaknya bosen tapi ya yaudah bosen aja ga sampe ga bisa idup ... lebay gimana gitu (CY)*

*.. engga mungkin banget sih, kayak wah gilaa kalo misalnya ga ada handphone udah, ga tau deh kayak gimana (JN)*

Adanya konsep diri yang mulai terbangun melanjutkan tahapan kepada indentifikasi diri dimana individu memasuki tahapan siap bertindak dengan

membentuk peran sesuai dengan yang diinginkan berdasarkan kesadaran penuh atas tindakannya dan memposisikan dirinya pada masyarakat sesuai dengan citra yang ingin dibangun pada sosial medianya. Seperti keinginan di pandang dengan citra tertentu, penggambaran diri yang sesuai dengannya dapat mulai dibangun dengan tindakan individu terhadap postingan dan tulisan yang dibagikan secara sadar pada sosial media. Seiring dengan terbentuknya konsep diri, ada pembangunan relasi yang pasti dijalani, memasuki tahap norma kolektif, individu sudah memahami baik buruk penggunaan sosial media untuk dirinya, mengikuti norma sosial media yang ada dan memahami target audiens sesuai dengan pencitraan yang telah dibangun pada sosial media sehingga pada tahap ini individu dapat menggunakan sosial media untuk tujuannya.

Kehidupan remaja yang sangat erat dengan teknologi dan internet telah merubah kebiasaan dan pola komunikasi pada remaja. Hubungan antar remaja menjadi semakin luas tanpa adanya batas yang menghalangi. Waktu dan jarak tidaklah lagi menjadi penghalang komunikasi berkat bantuan internet. Melekatnya sosial media dengan kehidupan remaja sangat berpengaruh dengan

kehidupan remaja dalam menjaga dan menjalin sebuah relasi.

*Eee... Media komunikasi dan cara sosialisasi manusia jaman sekarang selain chat, telp, dan ngobrol (CS)*

*Rame.. hmm social media seru, bisa nambah banyak temen... dah, wakakwkaw bingung (JN)*

*kalo menurut gue ya, kalo menurut gue sih sebenarnya kaloo ehhhh pamer kehidupan sih... (FL)*

Pandangan ketiga narasumber tersebut menunjukkan sosial media sebagai alat dalam menjalin relasi yang mana jika dilihat dari teori interaksi simbolik, interaksi pada sosial media dapat terjalin hanya dengan sebuah post gambar dan ikon yang disajikan pada platform tersebut. Komunikasi intrapersonal dalam hal ini sebagai suatu proses yang pertukaran pesan-pesan untuk mencapai kesamaan makna antara individu dengan individu lain dalam situasi tertentu, yang biasanya dilakukan dengan tatap muka, namun dengan adanya teknologi komunikasi interpersonal bergeser dengan penggunaan teknologi sebagai medium. Dari kelima narasumber sebetulnya semuanya masih menyukai tatap muka langsung dalam berkomunikasi

*Gw pribadi, pastinya di langsung .. soalnya pastinya lebih jelas. lebih jelas, dan gue bisa liat lawan bicara gue ngomongnya, ekspresinya segala macemnya kayak mau ngejelasin sesuatu juga komunikasi lebih gampang.. (CN)*

*Tetep lebih banyak ngobrol sama orang sih kayaknya, kayak gue masih ga yang se addict itu walaupun selalu buka tapi kayak, kayaknya gue tetep lebih ngobrol sama orang-orang yang ada di sekitar gue (CY)*

Komunikasi digunakan untuk menjalin sebuah hubungan atau relasi antara individu dengan individulainya, sebagai makhluk sosial komunikasi menjadi sebuah kebutuhan, namun komunikasipun diakui memang membutuhkan kemampuan supaya tetap terjalin efektif dan tidak salah paham. Ini memberikan tantangan tersendiri oleh karena itu diakui narasumber lawanbicara menjadi salahsatu pertimbangan dalam berkomunikasi baik langsung maupun melau sosial media.

*Tergantung sih sebenarnya, tergantung gue ngobrolnya sama siapa... jadi kalo misalnya ada beberapa orang yang bikin gue lebih nyaman kalo misalnya ngobrolnya via chat aja karena ternyata misalnya mereka kalo ngomong lebih nyebelin atau misalnya orang dichat kayak jutek banget tapi ternyata kalo aslinya maksud dia ga kayak gitu .. soalnya chat kan emang Cuma tulisan kan jadi ya karena tiap orang beda-beda ya kecendrungan gue*

*sama orang juga beda-beda suka chat atau ngomong langsung (CY)*

*2-2nya sih, tapi mungkin sosmed ya. Karena menurut gue yah bisa reach temen temen gue di luar gitu gak cuman di indo (FL)*

Individu didorong untuk berinteraksi dengan dirinya dalam membuat setiap keputusan dalam sosial media sehingga individu sadar dengan dirinya sendiri dan kemudian melanjutkan tindakannya atas kesadaran dan keinginan individu, keputusan yang diambil pun merupakan hasil dari konstruksi komunikasi sebagaimana dirinya menempatkan diri dan ingin dipandang di sosial media. Aksi yang dilakukan di dalam media sosial seperti challenge terbentuk atas dasar objek, khayalan dan abstrak yang dilakukan saat melakukan aksi yang ditentukan oleh minat dan makna yang ingin disampaikan melalui objek yang dibagikan pada sosial media individu agar dapat berlanjut kepada interaksi sosial.

*Pernah sih, random gitu gue ga inget apa aja.. biasanya karena d ajakin temen aja buat seru seruan hahahaha.. ya kalau temen-temen sepermainan gue ya, karena emang bareng kita... komen positif semua sih, pada suka dan banyak yang justru jadikan challenge kita hiburan gitu hahahaha (M14, HA)*

*he emm. Giveaway gue pastinya ikut sih. Hahahhaa apa ya? gue ikutan tapi ga gue post sih d sosmed. Kayak buat pribadi aja atau gue share ke temen temen gitu. karena menurut gw, itu seru dan sekali lagi gue pengen tetep ikut yang lagi sedang trend. Update gitu sih...Banyak temen ngelakuin yang sama .. ya, mereka tanggapannya kayak ketawa pasti, trus kayak kepengen ikutan juga. Komen komen. Gitu sih (M14, JN)*

Karena ini identifikasi diri pada sosial media remaja dapat menunjukkan sebuah pola kebiasaan individu. Pada remaja yang memiliki kecenderungan FoMo, pola ini terlihat lebih monoton karena mereka terus menerus membagikan kegiatannya di sosial media karena para remaja ini percaya bahwa sosial media merupakan ajang pamer kehidupan, karena itu mereka berlomba-lomba untuk menjadi individu yang menonjol, tidak jarang juga identifikasi diri seseorang ditentukan oleh berapa banyak *likes* dan komentar pada sebuah post yang dapat memberikan kepuasan sendiri. Likes dan komentar yang diberikan oleh lingkungan dapat menjadi motivasi para remaja yang berkecenderungan FoMo untuk terus membagikan hal-hal serupa dengan harapan dirinya dapat menghasilkan likes dan komentar yang lebih banyak lagi dan dirinya dilihat oleh orang lain. Pola yang

terus berulang inilah yang kemudian menjadi identifikasi diri individu, mengkategorikan individu sesuai dengan gaya, hobi, bahkan lagu kesukaan. Tidak jarang individu-individu ini kemudian menjadi terkenal sehingga mendapat sebutan *influencer*, *blogger*, *content creator* dan banyak lagi sebutan lainnya yang bisa juga menjadi sebuah tujuan dan motivasi remaja menggunakan sosial media.

*Teman – teman di sosial media yang juga berteman di dunia nyata .. Hmm sekitar 70% mungkin .. Frekuensi hang out sekitar 40%, biasanya sih ke tempat kopi atau minum dengan aktivitas ngobrol, dan bersenang-senang aja ...Aktivitas nya lebih ke update kehidupan di dunia nyata dengan bales DM dan stories kirim-kirim memes gitu aja sih.. sekedar keep in touch dan kepoin hidupnya.. (CS)*

*hmmm entar ya hehe follower gue sekarang followers ada 1000-an gitu seingat gue kalo follow emmm hehe follow gue ad 900-an..kalau yang dekat sama gue lumayan sih, kek ada 20 orang yang langsung dekat sama gw, kalo misalnya yang temen temen gue di kuliah atau di SMA atau dibangku sekolah gitu hmmm ada kali 300-an...yang 600 sisanya kadang gue ga tau hehe atau ga temannya dari temen gue gitu atau kenal doing... gue hang out sering sih, kadang pulang kuliah gue hang out, weekend juga kalo ga ad tugas hang out pasti sama tmen gitu.. eee biasanya ke café juga ngopi sih. Kalo*

*ga makan.. eeee yang dekat dekat paling PIK gitu atau puri (FL)*

Pola relasi pertemanan yang ada pada sosial media berbeda dengan pertemanan yang ada di dunia nyata. Pada media sosial semua orang dapat merasa mengenal dan telah menjadi teman dengan siapapun, walau tidak dikenalnya sekalipun hanya karena orang tersebut saling follow pada sosial media pergaulan yang lebih luas tanpa batasan ini yang berhubungan erat dengan pertanyaan nomor dua dimana informan sangat menjaga reputasi dan citranya pada sosial media. Pembentukan relasi yang lebih cepat dan luas ini tentunya tidak akan sebanding kualitasnya dibandingkan dengan relasi yang dibangun pada dunia nyata, disisi lain media sosial dapat meningkatkan kualitas relasi yang dibangun di dunia nyata karena adanya media sosial dapat membuat topik pembicaraan baru disaat remaja jenuh ataupun kehabisan topik pembicaraan.

### SIMPULAN

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas, dapat ditarik kesimpulan sebagai Berikut:

- a) Sosial media dirasa penting karena pada sosial media individu dapat mengekspresikan dan membentuk karakter sesuai dengan yang

diinginkan dengan menonjolkan karakteristik tertentu sebagaimana dirinya ingin dipandang dan kenal oleh orang-orang yang melihatnya, karena itu remaja berlomba lomba menunjukkan sisi terbaiknya pada sosial media. Remaja yang berpotensi FoMo menganggap hal ini sangatlah penting karena adanya perasaan cemas dan takut atas apabila dirinya tidak berhasil mencerminkan dirinya pada sosial media yang digunakannya karena adanya penilaian-penilaian dari orang lain dan teman sebayanya. Remaja ini menganggap bahwa dengan adanya sosial media, merupakan platform dimana mereka dapat memamerkan kehidupannya sehingga mereka dapat memiliki kepuasan sendiri dan merasa dianggap oleh lingkungannya. Mengikuti perkembangan dari pergaulan lingkungan menjadi kunci yang penting dalam pembentukan konsep diri remaja yang berkecenderungan FoMo dan menjadi sulit untuk remaja tersebut mengatakan tidak demi menjalankan eksistensinya, meskipun itu membahayakan sekalipun.

b) Identifikasi diri pada sosial media merupakan citra dan pandangan dari lingkungan terhadap individu dan sosial medianya. Remaja yang berkecenderungan FoMo menganggap identifikasi ini sebagai bagian yang sangat penting dalam hidupnya karena mereka dapat menonjolkan keunikannya dari orang lain, membuat mereka merasa masuk dan menjadi bagian dari komunitas tertentu sehingga lingkungannya dapat mengkategorikan dirinya dengan berbagai macam label yang ada sesuai dengan sebagaimana remaja mempromosikan dirinya kepada publik. Identifikasi diri dapat dilihat dari bagaimana individu memilah foto, mengedit, maupun menuangkan pemikirannya kepada platform tersebut, selain itu dengan adanya *story* sebagai fitur baru di berbagai sosial media, identifikasi diri dan penilaian dari orang lain semakin mudah terbentuk. Tujuannya tentu saja untuk mengekspos dirinya menunjukkan apa yang dilakukan, apa yang berhasil dicapai, dan terlihat berbeda dengan ciri khasnya

masing-masing setiap saat. Fenomena ini juga merupakan alasan mengapa banyak sekali individu yang berhasil mendapatkan popularitas tanpa adanya alasan yang pasti. Karena adanya tujuan tersebut dalam penggunaan sosial media, ini mendorong remaja memiliki kebiasaan baru untuk terus *update* sosial medianya mengenai segala hal yang sedang dilakukan oleh individu.

c) Dengan adanya sosial media relasi remaja menjadi semakin luas setiap saat karena internet tidak memiliki batas apapun. Pada remaja yang berpotensi FoMo relasi pada sosial media sangatlah penting untuk dijaga, walaupun hanya dengan sekedar basa basi ringan terhadap teman yang bahkan tidak pernah berjumpa tatap wajah. Dengan ini remaja memiliki pemikiran bahwa pada sosial media, semua orang merupakan teman. Remaja yang berpotensi FoMo cenderung memiliki kualitas relasi yang kurang baik di sosial media karena komunikasi yang sering terjalin berupa membalas *story* saling

mengirimkan *memes* maupun berbalasan komentar walaupun hubungan tersebut tidak memiliki nilai yang berarti, hanya sekedar menjaga relasi terhadap orang yang baru dikenalnya tersebut juga menjaga reputasinya pada sosial media. Walaupun begitu para remaja ini tetap memiliki relasi yang cukup baik pada dunia nyata dan menghargai komunikasi tatap wajah. Adanya sosial media juga memberikan hal yang berguna untuk relasi individu pada dunia nyata, dengan adanya sosial media, menambah adanya topik pembahasan yang baru untuk para remaja sehingga saat ini penggunaan sosial media telah membentuk kebiasaan baru pada masyarakat dan penggunaan *handphone* saat berbicara menjadi hal yang lumrah.

### SARAN

- a) Munculnya era digital tidak memungkinkan remaja untuk tidak terikat dengan gadget atau sosial medianya, maka diperlukan ruang – ruang publik yang mendorong kolaborasi, aktualisasi dan

eksistensi remaja ini terpenuhi. Ruang publik ini bisa berupa tempat kegiatan dan aktivitas sosial yang pada satu sisi akan membantu menciptakan iklim “terlepas” dari gadget tetapi disisi lain juga menunjang secara positif kebutuhannya

- b) Diperlukan adanya intergrasi dalam penyampaian isi pesan kepada generasi dengan kecenderungan FoMo dimulai dari lingkungan keluarga, Sekolah kuliah dan masyarakat atau bahkan pekerjaan yang mana cara penyampaian yang dikemas dengan memperhatikan karakteristik generasi ini diharapkan akan mendorong komunikasi yang lebih positif dan mengikat kesadaran secara terkait bentuk pemenuhan diri, pentingnya relasi dan aktualisasi diri diri yang produktif.

### DAFTAR PUSTAKA

- Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). “I don’t want to miss a thing”: Adolescents’ fear of missing out and its relationship to adolescents’ social needs, Facebook use, and Facebook related stress.

- Computers in Human Behavior*.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083>
- Bimber, B. (1990). Karl Marx and the Three Faces of Technological Determinism. *Social Studies of Science*, Vol. 20, pp. 333–351.  
<https://doi.org/10.2307/285094>
- CNNIndonesia. (2018). Radikalisme, Facebook dan “Hujan” Informasi Generasi Milenial. Retrieved March 31, 2020, from  
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180616170023-192-306607/radikalisme-facebook-dan-hujan-informasi-generasi-milenial>
- HootSuite. (2019). Digital in Mauritius — DataReportal – Global Digital Insights. In 2019. Retrieved from  
[https://datareportal.com/digital-in-indonesia?utm\\_source=Reports&utm\\_medium=PDF&utm\\_name=Digital\\_2019&utm\\_content=Country\\_Link\\_Slide](https://datareportal.com/digital-in-indonesia?utm_source=Reports&utm_medium=PDF&utm_name=Digital_2019&utm_content=Country_Link_Slide)
- Kim, H. (2013). Exercise rehabilitation for smartphone addiction. *Journal of Exercise Rehabilitation*, 9(6), 500–505.  
<https://doi.org/10.12965/jer.130080>
- Kompas.com. (2018). Riset ungkap pola pemakaian medsos orang indonesia. *Kompas.Com*. Retrieved from  
<https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>
- Larry Alton. (2018). Workplace Changes Are Accelerating: Why And What Millennials Should Do About It. Retrieved March 31, 2020, from Forbes website:  
<https://www.forbes.com/sites/larryalton/2018/02/01/workplace-changes-are-accelerating-why-and-what-millennials-should-do-about-it/#7e89ca4d2def>
- Merritt Roe Smith, L. M. (Ed.). (1994). *Does Technology Drive History?: The Dilemma of Technological Determinism - Google Books*. Retrieved from  
<https://books.google.co.id/books?id=WWztFfsA-QEC&printsec=frontcover&dq=determinasi+teknologi+smith&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjWgIiApcXoAhVEfSsKHdrzCMYQ6AEIKTAA#v=onepage&q&f=false>
- Mudzakir, M. D. (2008). *Studi Kasus : Desain dan Metode Robert K. Yin*. PT RajaGrafindo Persada.
- Nielsen. (2014). Millennials: Breaking the Myths – Nielsen. Retrieved March 31, 2020, from Nielsen website:  
<https://www.nielsen.com/us/en/insigh>

- ts/report/2014/millennials-breaking-the-myths/  
Pew Research Center. (2015). Social Media Fact Sheet. *PewInternet.Org*.  
[https://doi.org/10.1016/S0021-9797\(03\)00214-5](https://doi.org/10.1016/S0021-9797(03)00214-5)
- Pontes, H. M., Taylor, M., & Stavropoulos, V. (2018). Beyond “facebook Addiction”: The Role of Cognitive-Related Factors and Psychiatric Distress in Social Networking Site Addiction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(4), 240–247.  
<https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0609>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Soetjipto, H. P. (2005). Pengujian Validitas Konstruk Kriteria Kecanduan Internet. *Jurnal Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada*, 32(2), 74–91.
- Sugiyono. (2017). *Metode Kuantitatif, Kualitatif dan RND*. Bandung: Alfabeta.
- Turner, G. (2012). Film as social practice, fourth edition. In *Film as Social Practice, Fourth Edition*.  
<https://doi.org/10.4324/9780203825198>