

Pengaruh Perubahan Sosial dan Perilaku Konsumtif terhadap Fear of Missing Out (FoMO) pada Mahasiswa Muslim di Perkotaan

Social Change and Consumer Behavior as Factors Influencing Fear of Missing Out (FoMO) Among Muslim Students in Urban Areas

Ahmed Fernanda Desky

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan Indonesia

*Email: ahmedfernandadesky@uinsu.ac.id

Abstract

This study examines the impact of social change and consumer behavior on the Fear of Missing Out (FoMO) syndrome among Muslim students in urban settings. Social media and digitalization have influenced communication patterns and consumption behaviors, contributing to the rise of FoMO among younger generations. A quantitative survey was conducted involving 100 undergraduate Muslim students from the State Islamic University of North Sumatra, Medan. Data were collected through structured questionnaires and analyzed using Spearman correlation tests with SPSS version 22 to identify the relationships between social change, consumer behavior, and FoMO. The findings show significant relationships between social change and FoMO ($r = 0.761$), consumer behavior and FoMO ($r = 0.866$), and social change and consumer behavior ($r = 0.693$). Consumer behavior exerts a stronger influence on FoMO, suggesting that social media promotions and consumption trends drive impulsive buying and social anxiety. Muslim students face challenges in balancing modern social pressures with religious values. Strengthening self-regulation, family support, and digital literacy is essential to mitigate the negative effects of FoMO. Future research should expand the scope to include a broader population for a more comprehensive understanding.

Keywords: *Fear of Missing Out, Social Change, Consumer Behavior, Muslim Students,*

Abstrak

Penelitian ini mengkaji pengaruh perubahan sosial dan perilaku konsumtif terhadap sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) di kalangan mahasiswa muslim di lingkungan perkotaan. Media sosial dan digitalisasi telah memengaruhi pola komunikasi dan konsumsi, yang berkontribusi pada peningkatan FoMO di kalangan generasi muda. Penelitian ini menggunakan survei kuantitatif dengan melibatkan 100 mahasiswa S1 muslim di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur dan dianalisis menggunakan uji korelasi Spearman dengan bantuan SPSS versi 22 untuk mengidentifikasi hubungan antara perubahan sosial, perilaku konsumtif, dan FoMO. Penelitian menemukan hubungan signifikan antara perubahan sosial dan FoMO ($r = 0,761$), perilaku konsumtif dan FoMO ($r = 0,866$), serta perubahan sosial dan perilaku konsumtif ($r = 0,693$). Perilaku konsumtif memberikan pengaruh yang lebih kuat terhadap FoMO, menunjukkan bahwa promosi media sosial dan tren konsumsi mendorong perilaku impulsif serta kecemasan sosial. Mahasiswa muslim menghadapi tantangan dalam menyeimbangkan tekanan sosial modern dengan nilai-nilai agama. Regulasi diri, dukungan keluarga, dan literasi digital diperlukan

untuk meminimalkan dampak negatif FoMO. Penelitian lanjutan dapat memperluas cakupan populasi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh.

Kata Kunci: *Fear of Missing Out, Perubahan Sosial, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa Muslim*

A. Pendahuluan

Perubahan sosial merupakan fenomena konsisten yang tidak terhindarkan dalam berbagai lapisan masyarakat. Sebagai makhluk sosial yang dinamis, manusia selalu dipengaruhi oleh nilai budaya, norma sosial, dan media massa di sekitarnya. Media sosial, sebagai salah satu elemen penting dalam era digital, memainkan peran besar dalam membentuk opini, sikap, dan perilaku masyarakat (Dianto 2019). Generasi Z, sebagai pengguna utama media sosial, telah mengalami perubahan sosial signifikan yang mencakup struktur, pola, dan nilai interaksi dalam masyarakat. Perubahan ini memungkinkan penyebaran informasi dan tren dengan cepat, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan penggunaan media sosial (Sharma, Kaushal, and Joshi 2023).

Tingginya penggunaan media sosial juga menimbulkan fenomena baru, seperti kecanduan dan rasa keterikatan yang berlebihan. Pengguna sering merasa harus terus terhubung dengan apa yang terjadi di dunia maya, yang kemudian memicu kecemasan dan ketakutan akan tertinggal dari tren dan informasi terkini. Fenomena ini, dikenal sebagai *Fear of Missing Out* (FoMO), dapat menyebabkan individu membandingkan kehidupannya dengan orang lain, sehingga muncul kebutuhan untuk terlihat mengikuti tren agar diakui sebagai bagian dari kelompok sosial tertentu (Clairine, Lestari, and Wiyono 2023).

Saat ini, media sosial populer seperti Facebook, Instagram, TikTok, Threads, dan X (sebelumnya Twitter) menjadi arena utama pembentukan tren. Fenomena seperti "war tiket" konser musisi terkenal atau penawaran *flash sale* di platform belanja daring mencerminkan pengaruh media sosial dalam membentuk pola konsumsi. Penelitian Harisnanda et al. (2023) menunjukkan bahwa partisipasi dalam "war tiket" seringkali bukan didorong oleh kebutuhan

mendalam, melainkan oleh pengaruh media sosial, keinginan untuk mendapatkan pengalaman unik, atau sekadar ikut-ikutan tren.

Fenomena FoMO juga sering dipicu oleh unggahan para influencer yang memengaruhi pandangan netizen terhadap gaya hidup tertentu. Tren ini mengindikasikan adanya pergeseran pola hidup mahasiswa, yang kini lebih terfokus pada pencitraan diri melalui media sosial. Hal ini tidak hanya berdampak pada interaksi sosial, tetapi juga pada kesehatan mental. Tandon et al. (2021) menemukan bahwa FoMO berkorelasi langsung dengan rendahnya motivasi hidup, sedangkan kecemburuan terhadap kehidupan ideal di media sosial dapat memperparah dampak psikologis ini. Sebagai akibatnya, individu yang tidak terhubung dengan media sosial sering mengalami kecemasan, ketegangan, bahkan perasaan terisolasi (Tanhan, Özok, and Tayiz 2022).

Dalam perspektif sosiologis, FoMO merefleksikan perubahan sosial yang mengarah pada budaya populer modern. Sementara itu, dalam kajian psikologis, FoMO adalah manifestasi dari kebutuhan psikis untuk diakui sebagai individu yang *up-to-date*. FoMO juga berkontribusi pada perilaku konsumtif, yang sering kali tidak sejalan dengan kebutuhan nyata. Penelitian Putri et al. (2019) mengungkapkan bahwa mahasiswa yang terindikasi FoMO cenderung menunjukkan pola konsumsi berlebihan akibat dorongan untuk mengikuti tren.

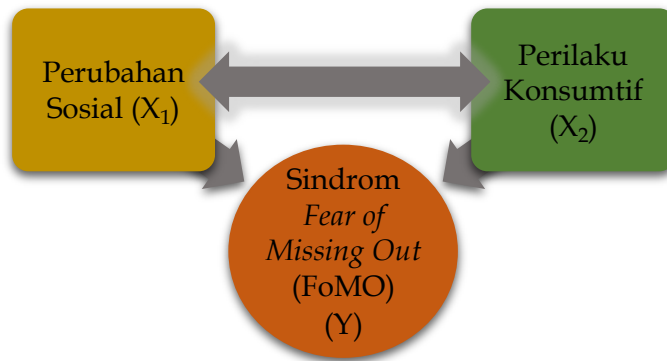
Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji FoMO dari berbagai perspektif, seperti gender (Widiyastono and Santi 2022), tingkat pendidikan, dan pendapatan (Bekman 2022). Namun, penelitian yang menghubungkan FoMO dengan perilaku konsumtif dalam konteks mahasiswa muslim, terutama dari sudut pandang sosiologi dan agama, masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara perubahan sosial, FoMO, dan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa muslim, serta menawarkan perspektif baru yang relevan untuk memahami dinamika sosial di era digital.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei untuk mengidentifikasi hubungan antara perubahan sosial, perilaku konsumtif, dan sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) di kalangan mahasiswa muslim. Pendekatan survei dipilih karena memungkinkan pengumpulan data dalam jumlah besar dalam waktu yang relatif singkat, serta memberikan hasil yang dapat dianalisis secara statistik untuk mengidentifikasi pola dan kecenderungan antar variabel (Sugiyono 2012). Data diperoleh melalui kuesioner terstruktur yang dirancang untuk mengukur variabel perubahan sosial, perilaku konsumtif, dan sindrom FoMO. Responden diminta untuk mengisi kuesioner secara mandiri, sehingga hasil yang diperoleh mencerminkan persepsi mereka secara objektif.

Menurut Morissan (2016), populasi adalah kumpulan subjek, variabel, konsep, atau fenomena. Dari populasi tersebut maka dapat dipelajari setiap anggota suatu kelompok untuk mengetahui ciri-ciri kelompok yang bersangkutan. Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif Strata 1 (S1) di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN SU) Medan. Responden dipilih berdasarkan karakteristik tertentu, yaitu mahasiswa muslim aktif angkatan 2018–2023, berusia 17–23 tahun, berdomisili di Kota Medan (baik asli maupun pendatang), aktif menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, Threads, dan X, serta pernah mengalami gejala sindrom FoMO. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik purposive sampling untuk memastikan responden sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Berdasarkan data dari situs resmi UIN SU pada tahun 2024, jumlah mahasiswa aktif tercatat sebanyak 23.464 orang. Sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Variabel penelitian ini terdiri atas variabel independen dan dependen sebagai berikut:



Gambar 1. Varibel Penelitian

Variabel independen meliputi perubahan sosial (X_1) dan perilaku konsumtif (X_2). Indikator perubahan sosial diadaptasi dari Ubaidillah dan Fitri (2022), mencakup perubahan gaya komunikasi, pola interaksi, penampilan, dan kebiasaan. Sementara itu, perilaku konsumtif diukur menggunakan indikator Mujahidah (2020), seperti prioritas membeli barang keinginan dibandingkan kebutuhan, pembelian berlebihan, dan motivasi untuk meningkatkan status sosial. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah sindrom FoMO (Y), yang diukur berdasarkan konsep Anggraeni (2021), mencakup kecenderungan memeriksa ponsel secara terus-menerus, ketertarikan pada kehidupan orang lain, dan mengikuti tren meskipun tidak sesuai preferensi pribadi.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner berbasis skala Likert, dengan lima opsi jawaban mulai dari sangat tidak sesuai hingga sangat sesuai. Kuesioner dibuat melalui *Google Form* untuk memudahkan distribusi dan pengumpulan data. Setiap pertanyaan dirancang berdasarkan indikator yang relevan dengan tujuan penelitian. Responden dijamin kerahasiaannya untuk menjaga etika penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 22, dengan tahapan meliputi analisis deskriptif, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji hipotesis. Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum tentang karakteristik responden dan distribusi variabel penelitian. Uji normalitas dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov untuk memastikan data residual berdistribusi normal. Berdasarkan rekomendasi Mehta dan Patel (2010), nilai *exact sig.* digunakan sebagai acuan jika ukuran sampel relatif kecil. Hasil pengujian menunjukkan bahwa data memiliki

distribusi normal dengan nilai *exact sig.* sebesar 0,077 (>0,05). Selanjutnya, uji heteroskedastisitas dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi bebas dari gejala heteroskedastisitas, dengan hasil menunjukkan nilai signifikansi masing-masing variabel independen lebih dari 0,05. Akhirnya, uji hipotesis menggunakan uji korelasi Spearman untuk mengukur kekuatan hubungan antara variabel perubahan sosial, perilaku konsumtif, dan sindrom FoMO. Uji ini dipilih karena sesuai dengan skala Likert yang digunakan dalam penelitian dan tidak memerlukan asumsi hubungan linier antar variabel.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil

Demografi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswa muslim di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN SU), yang dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Tabel 1 berikut ini menyajikan profil responden, meliputi jenis kelamin, usia, status domisili, jumlah uang saku, platform media sosial yang digunakan, durasi penggunaan media sosial, serta platform dan durasi penggunaan e-commerce:

Tabel 1. Profil Responden

Karakteristik Dasar	Kriteria	N	%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	50	50.00
	Perempuan	50	50.00
Usia	18 Tahun	1	1.00
	19 Tahun	23	23.00
	20 Tahun	12	12.00
	21 Tahun	17	17.00
	22 Tahun	39	39.00
	23 Tahun	8	8.00
Status Warga Medan	Ya	43	43.00
	Tidak	57	57.00
Uang Saku Per Bulan	< Rp 500.000	22	22.00
	Rp 500.000 s/d < Rp 1.000.000	30	30.00
	Rp 1.000.000 s/d < Rp 1.500.000	35	35.00
	Rp 1.500.000 s/d < Rp 2.000.000	5	5.00
	> Rp 2.000.000	18	18.00
Akun Media Sosial	Facebook	1	1.00
	Instagram	67	67.00
	X (Eks. Twitter)	2	2.00

	Threads	0	0.00
	Telegram	1	1.00
	TikTok	14	14.00
	WhatsApp	13	13.00
	Lainnya	2	2.00
Durasi Menggunakan Media Sosial Per Hari	< 1 jam/hari	6	6.00
	1-2 jam/hari	28	28.00
	2-4 jam/hari	29	29.00
	4-6 jam/hari	22	22.00
	> 6 jam/hari	15	15.00
Platform E-Commerce	Shopee	98	98.00
	Tokopedia	0	0.00
	Lazada	1	1.00
	Blibli.com	0	0.00
	JD.id	0	0.00
	Lainnya	1	1.00
Durasi Menggunakan Platform E-Commerce Per Hari	< 1 jam/hari	61	61.00
	1-2 jam/hari	28	28.00
	2-4 jam/hari	8	8.00
	4-6 jam/hari	4	4.00
	> 6 jam/hari	1	1.00

Sumber: Hasil olah data, 2024

Berdasarkan hasil survey pada tabel 1 profil responden menunjukkan bahwa dari segi jenis kelamin, komposisi responden terbagi sama antara laki-laki dan perempuan, masing-masing sebanyak 50% dari total responden. Hal ini mencerminkan representasi yang seimbang dalam menggambarkan kecenderungan perilaku mahasiswa terkait penggunaan media sosial dan sindrom FoMO. Berdasarkan kategori usia, responden didominasi oleh kelompok usia 22 tahun (39%), diikuti oleh usia 19 tahun (23%), 21 tahun (17%), 20 tahun (12%), dan 23 tahun (8%), sedangkan kelompok usia 18 tahun menjadi yang paling sedikit (1%). Dominasi usia 22 tahun menunjukkan relevansi dengan fase kehidupan mahasiswa yang cenderung terlibat aktif dalam tren sosial, konsumsi digital, dan interaksi media sosial.

Status domisili juga menjadi salah satu faktor penting dalam penelitian ini. Hasil menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah mahasiswa pendatang (57%) dibandingkan dengan mahasiswa asli Kota Medan (43%). Temuan ini mengindikasikan adanya pengaruh lingkungan sosial baru terhadap perilaku mahasiswa pendatang, seperti kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan tren lokal. Hal ini juga menunjukkan potensi tekanan sosial yang lebih

besar, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kerentanan terhadap sindrom FoMO.

Demografi mengenai jumlah uang saku responden menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa memiliki uang saku bulanan dalam rentang Rp 1.000.000 hingga < Rp 1.500.000 (35%), diikuti oleh Rp 500.000 hingga < Rp 1.000.000 (30%), kurang dari Rp 500.000 (22%), lebih dari Rp 2.000.000 (18%), dan Rp 1.500.000 hingga < Rp 2.000.000 (5%). Variasi ini menunjukkan potensi keterkaitan antara kondisi ekonomi mahasiswa dan kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif, terutama dalam mengikuti tren yang dipromosikan melalui media sosial. Mahasiswa dengan uang saku terbatas mungkin lebih rentan terhadap sindrom FoMO akibat tekanan untuk tetap terlihat mengikuti perkembangan sosial.

Penggunaan Media Sosial

Media sosial merupakan platform digital yang memfasilitasi penggunaannya untuk bersosialisasi baik itu berkomunikasi via suara, video, atau tulisan kepada lawan interaksinya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden aktif menggunakan Instagram (67%), diikuti oleh TikTok (14%) dan WhatsApp (13%). Platform lain, seperti X (2%), Facebook (1%), dan Telegram (1%), memiliki tingkat penggunaan yang relatif lebih rendah. Dominasi Instagram mencerminkan preferensi responden terhadap platform berbasis visual yang menawarkan konten tren terkini. Dengan karakteristik visual dan interaktifnya, Instagram memungkinkan eksposur terhadap gaya hidup dan pengalaman sosial, yang berpotensi memicu sindrom FoMO.

Durasi penggunaan media sosial per hari sebagian besar berkisar antara 2-4 jam (29%) dan 1-2 jam (28%), diikuti oleh 4-6 jam (22%) dan lebih dari 6 jam (15%). Data ini mengindikasikan bahwa sebagian besar mahasiswa menghabiskan waktu yang signifikan di media sosial, yang dapat meningkatkan keterpaparan terhadap konten yang memengaruhi perilaku konsumtif dan sindrom FoMO. Responden yang menghabiskan lebih dari 4 jam sehari di media sosial cenderung menunjukkan keterlibatan yang lebih tinggi dengan aktivitas daring, yang menjadi faktor risiko utama sindrom FoMO.

Penggunaan Platform E-Commerce

Hasil penelitian pada tabel 1 juga menunjukkan bahwa Shopee merupakan platform e-commerce yang paling banyak digunakan oleh responden (98%), sedangkan platform lain seperti Lazada dan Tokopedia digunakan oleh jumlah responden yang jauh lebih sedikit (masing-masing 1%). Dominasi Shopee dapat dikaitkan dengan fitur promosi seperti *flash sale* dan batas waktu diskon, yang menciptakan urgensi bagi pengguna untuk melakukan pembelian impulsif.

Durasi penggunaan platform e-commerce per hari bervariasi, dengan mayoritas responden menghabiskan waktu kurang dari 1 jam (61%) atau antara 1-2 jam (28%) per hari. Responden yang menggunakan e-commerce lebih dari 4 jam hanya mencakup 5% dari total sampel. Durasi ini menunjukkan bahwa meskipun e-commerce bukan aktivitas utama, sifat promosi yang agresif dapat memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, terutama dalam konteks sindrom FoMO.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah uji korelasi Spearman. Uji Spearman digunakan untuk menguji hubungan antara dua variabel, karena korelasi rank Spearman merupakan bagian dari statistik non parametrik, sehingga dalam analisis korelasi ini tidak perlu diasumsikan adanya hubungan linier (uji linieritas) antar variabel penelitian. Apabila data penelitian menggunakan skala likert maka interval yang digunakan harus sama dan data penelitian tidak perlu berdistribusi normal (uji normalitas).

Tabel 2
Hasil Uji Spearman

Variabel Independen	Variabel Dependen	Spearman rho	Signifikansi
Perubahan Sosial (X ₁)	Sindrom FoMO(Y)	0.761	0.000
Perilaku Konsumtif (X ₂)		0.866	0.000
Variabel Independen	Variabel Independen	Spearman rho	Signifikansi
Perubahan Sosial (X ₁)	Perilaku Konsumtif (X ₂)	0.693	0.000

Sumber: Hasil olah data, 2024

Berdasarkan pada tabel 4 dalam melihat hasil pengolahan data statistik menggunakan SPSS versi 22 menunjukkan bahwa hasil uji Korelasi Spearman antara variabel X dan Y memiliki beberapa variasi, yaitu:

Pengaruh Perubahan Sosial (X_1) terhadap Sindrom FoMO (Y)

Diketahui bahwa nilai Sig. (2-tailed) variabel Perubahan Sosial X_1 sebesar 0.000, karena nilai Sig. (2-tailed) < dari 0,05 maka artinya ada hubungan yang signifikan antara variabel Perubahan Sosial (X_1) dengan variabel Sindrom FoMO (Y). Berdasarkan output pengujian Spearman rho diperoleh dari angka koefisien korelasi sebesar 0,761, artinya tingkat kekuatan korelasi atau pengaruhnya sangat kuat. Angka koefisien korelasi di atas bernilai positif, yaitu sebesar 0,761, maka arah hubungan variabelnya yaitu positif.

Pengaruh Perilaku Konsumtif (X_2) terhadap Sindrom FoMO (Y)

Diketahui bahwa nilai Sig. (2-tailed) variabel Perilaku Konsumtif (X_2) sebesar 0.000, karena nilai Sig. (2-tailed) < dari 0,05 maka artinya ada hubungan yang signifikan antara variabel Perilaku Konsumtif (X_2) dengan variabel Sindrom FoMO (Y). Berdasarkan output pengujian Spearman rho diperoleh dari angka koefisien korelasi sebesar 0,866, artinya tingkat kekuatan korelasi atau pengaruhnya sangat kuat. Angka koefisien korelasi di atas bernilai positif, yaitu sebesar 0,866, maka arah hubungan variabelnya yaitu positif.

Pengaruh Perubahan Sosial (X_1) terhadap Perilaku Konsumtif (X_2)

Diketahui bahwa nilai Sig. (2-tailed) variabel Perubahan Sosial (X_1) sebesar 0.000, karena nilai Sig. (2-tailed) < dari 0,05 maka artinya ada hubungan yang signifikan antara variabel Perubahan Sosial (X_1) dengan variabel Perilaku Konsumtif (X_2). Berdasarkan output pengujian Spearman rho diperoleh dari angka koefisien korelasi sebesar 0,693, artinya tingkat kekuatan korelasi atau pengaruhnya kuat. Angka koefisien korelasi di atas bernilai positif, yaitu sebesar 0,693, maka arah hubungan variabelnya yaitu positif.

Secara garis besar hasil uji diatas menunjukkan bahwa perubahan sosial (X_1) memiliki hubungan signifikan dengan sindrom FoMO (Y) dengan nilai korelasi 0,761 (positif). Perilaku konsumtif (X_2) memiliki hubungan yang lebih kuat dengan sindrom FoMO (Y), dengan nilai korelasi sebesar 0,866 (positif).

Selain itu, terdapat hubungan signifikan antara perubahan sosial (X_1) dan perilaku konsumtif (X_2), dengan nilai korelasi sebesar 0,693 (positif). Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa perubahan sosial cenderung mendorong perilaku konsumtif, yang pada akhirnya memperkuat sindrom FoMO.

2. Pembahasan

Pengaruh Perubahan Sosial dan Perilaku Konsumtif Terhadap Sindrom Fear of Missing Out (FoMO)

Hasil penelitian ini mengungkap bahwa perubahan sosial dan perilaku konsumtif memiliki pengaruh signifikan terhadap sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) di kalangan mahasiswa muslim. Temuan ini konsisten dengan paradigma sosiologis yang menempatkan FoMO sebagai produk dari dinamika sosial di era digital, di mana interaksi sosial tidak lagi terbatas pada ruang fisik, tetapi juga meluas ke arena digital. Dengan meningkatnya keterlibatan mahasiswa muslim dalam media sosial, perubahan sosial yang terjadi semakin terakselerasi, baik dalam pola komunikasi, interaksi, maupun nilai-nilai sosial.

Hasil analisis menunjukkan bahwa perubahan sosial (X_1) memiliki korelasi positif yang signifikan dengan sindrom FoMO (Y), dengan nilai korelasi sebesar 0,761. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar perubahan sosial yang dialami mahasiswa, semakin tinggi pula kemungkinan mereka terpengaruh oleh sindrom FoMO. Perubahan sosial yang dimaksud mencakup pergeseran dalam struktur, fungsi, dan pola hubungan sosial, yang didorong oleh eksposur tinggi terhadap media sosial. Sebagai contoh, mahasiswa yang aktif di media sosial cenderung menyesuaikan diri dengan standar gaya hidup yang ditampilkan oleh teman sebaya atau influencer, sehingga muncul kebutuhan untuk terus mengikuti tren terkini.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Zahroh dan Sholichah (2022), yang menemukan bahwa konsep diri dan regulasi diri memainkan peran penting dalam mengelola pengaruh FoMO. Dalam konteks ini, mahasiswa muslim yang kurang mampu mengelola perubahan sosial mungkin akan lebih rentan terhadap perasaan cemas akibat membandingkan diri dengan orang lain di media sosial. Selain itu, perubahan sosial yang kompleks, seperti globalisasi dan

digitalisasi, juga dapat menggeser nilai-nilai sosial dari orientasi kolektivitas menuju individualisme berbasis konsumsi (Samsudin 2017).

Perubahan sosial juga terjadi dalam suatu sistem sosial yang kompleks sehingga dapat menimbulkan perubahan nilai, norma, sikap, dan pola perilaku masyarakat yang terindikasi sindrom FoMO. Perubahan sikap juga mencerminkan perubahan penting dalam kehidupan sosial. Dalam hal ini pola perilaku dan interaksi sosial pada berbagai tingkatan, baik individu, komunitas, sosial, budaya, peradaban, dan global (Umar 2005). Perubahan perilaku tersebut biasanya terjadi karena adanya proses interaksi secara intens di media sosial yang dapat mempengaruhi sindrom FoMO mahasiswa muslim, sehingga dapat memicu terjadinya perilaku konsumtif. Penelitian ini memiliki relevansi dengan penelitian Sulastri & Sylvia (2022) yang menemukan adanya proses interaksi sosial secara langsung yang bermasalah sehingga menimbulkan hambatan dalam berinteraksi pada mahasiswa khususnya di lingkungan kampus. Ditambah lagi munculnya perasaan cemas, gugup, selalu memantau notifikasi media sosial di handphone, merasa cemas dan tegang jika tidak bisa terhubung dengan media sosial (Tanhan et al. 2022).

Pada dasarnya masyarakat cenderung termobilisasi, berkembang dan dinamis. Dinamika sosial tersebut terjadi karena faktor internal dan faktor eksternal yang melekat pada komunitas masyarakat itu sendiri. Dinamika yang dimaksud dalam penelitian ini juga relevan dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Mac Iver (dalam Goa 2017), yaitu perubahan yang terjadi di dalam interaksi sosial atau dalam keseimbangan hubungan sosial. Artinya, setiap perubahan yang terjadi baik itu perubahan sosial maupun perubahan perilaku konsumtif dipengaruhi oleh relasi sosial yang dibentuk melalui sistem budaya global yang membuat masyarakat harus mampu beradaptasi dengan perubahan yang terjadi walaupun diantaranya ada yang mampu untuk membatasi diri dan yang lainnya tidak mampu membatasi dirinya dalam menerima perubahan yang berujung terjadinya sindrom FoMO. Sebab, kemunculan sindrom FoMO secara terus menerus tanpa ada pembatas diri pada

mahasiswa muslim dapat menimbulkan pengaruh yang buruk di masa yang akan datang.

Fenomena ini memperkuat argumen bahwa perubahan sosial di era digital tidak hanya memengaruhi dimensi sosial masyarakat, tetapi juga mempercepat pergeseran budaya menuju kapitalisme konsumerisme. Dalam konteks ini, mahasiswa muslim berada di persimpangan antara nilai-nilai agama dan tekanan sosial untuk mengikuti gaya hidup modern. Perilaku konsumtif yang berlebihan tidak hanya berdampak pada kondisi finansial mahasiswa, tetapi juga berkontribusi pada munculnya kecemasan dan ketegangan akibat sindrom FoMO.

Perubahan Sosial sebagai Pendorong Perilaku Konsumtif dan Sindrom FoMO

Perilaku konsumtif dan FoMO sebagai pendorong perubahan sosial di arena digital ternyata dapat menciptakan siklus ekonomi konsumsi yang tak terhindarkan, namun juga berpotensi menyebabkan masalah sosial baru di kalangan mahasiswa muslim perkotaan seperti meningkatnya ketimpangan ekonomi, tekanan finansial pribadi, dan gangguan kesehatan mental. Penelitian ini memberikan arah baru dalam mengeksplorasi respons perubahan sosial yang didorong oleh FoMO dan perilaku konsumtif di arena digital, sekaligus menawarkan wawasan mengenai potensi pergeseran budaya dan dampaknya bagi pembangunan masyarakat di masa depan.

Setiap mahasiswa pasti pernah mengalami sindrom FoMO. Apalagi mahasiswa yang berasal dari daerah lain yang merantau untuk melanjutkan pendidikannya ke Kota Medan mengakibatkan terjadinya perubahan perilaku dan gaya hidup yang dulunya biasa saja kemudian berubah menjadi perilaku khas pada masyarakat perkotaan. Pernyataan tersebut didukung dengan data yang menunjukkan bahwa ternyata kebanyakan mahasiswa muslim yang bukan asli warga Medan sekitar 57%, sedangkan mahasiswa muslim yang asli warga Medan sebanyak sekitar 43%.

Meningkatnya sindrom FoMO juga ada relevansinya dengan perilaku konsumtif seseorang terutama dipengaruhi oleh tingkat pendidikan dan sumber pendapatan (Bekman 2022). Kenyataan tersebut ditambah lagi dengan temuan

peneliti yang menunjukkan bahwa perilaku konsumtif juga dapat dipengaruhi oleh besaran uang saku mahasiswa per bulan. Penyebaran informasi lewat media sosial juga bisa menimbulkan hasrat atau keinginan terkena sindrom FoMO yang diukur dari keadaan ekonominya. Hal ini terlihat dari besaran uang saku Rp 1.000.000 s/d < Rp 1.500.000 sekitar 35% disusul dengan uang saku perbulan sekitar Rp 1.500.000 s/d > Rp 2.000.000 sekitar 23%.

Selain status warga, besaran uang saku perbulan, tingkat pendidikan dan sumber pendapatan ternyata pengaruh pertemanan di dunia nyata maupun di media sosial juga menjadi salah satu faktor penting bagi perubahan sosial mahasiswa muslim yang terkena dampak dari globalisasi yang semakin berkembang. Hal ini ditandai dengan adanya ketergantungan mahasiswa muslim dalam menggunakan media sosial sebagai wadah interaksi di arena sosial digitalnya.

Sebenarnya tidaklah semua mahasiswa muslim di perkotaan mengalami situasi yang sulit untuk melepaskan dirinya dari Sindrom FoMO. Mahasiswa muslim bisa saja mengontrol diri dengan cara mengalihkannya dengan kegiatan-kegiatan lain dan langsung mengintrospeksi diri kalau nafsu atau keinginan harus disesuaikan dengan kemampuan. Penguatan sikap dan mental agar tidak terkena gejala sindrom akut sangat dibutuhkan mahasiswa muslim agar dapat menjadikan gejala tersebut dapat berkurang dengan sendirinya. Namun, yang paling utama dalam meminimalisir terjadinya sindrom FoMO adalah diri sendiri, perhatian keluarga dan ajaran agama secara konsisten dan disiplin sebagai pembenteng diri dan dapat meminimalisir sikap, perilaku ataupun kebiasaan hidup yang hedonis.

Indikasi sindrom FoMO dapat di lihat berdasarkan pada tingkat keimanan seseorang. Oleh sebab itu, peneliti meminjam pernyataan Khan (dalam Syaparuddin 2011) yang membagi tiga asumsi untuk menjelaskan tingkatan perilaku konsumtif seorang muslim berdasarkan level keimanannya. Pertama, ketika tingkat keimanan seseorang berada di tingkat yang tinggi, maka motif konsumsinya akan didominasi oleh tiga faktor utama, yaitu pertimbangan kemaslahatan (kebaikan), kebutuhan, dan kewajiban. Kedua, ketika keimanan

seseorang berada pada tingkat menengah atau kurang baik, maka motifnya bukan hanya didorong oleh pertimbangan kemaslahatan (kebaikan), kebutuhan, dan kewajiban saja, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh dorongan ego, rasionalisme (materialisme), dan keinginan yang bersifat individualis (*selfishness*). Ketiga, ketika keimanan seseorang berada di level paling rendah atau buruk, maka motif konsumsinya hanya akan didominasi oleh nilai-nilai ego, rasionalisme (materialisme), dan keinginan yang bersifat individualis (*selfishness*) saja.

FOMO tidak hanya menjadi fenomena psikologis, tetapi juga memiliki dimensi sosial yang signifikan. Sindrom ini mendorong individu untuk membandingkan dirinya dengan orang lain, terutama di media sosial. Dalam pandangan sosiologis, FoMO dapat dilihat sebagai bentuk baru dari kapitalisme konsumerisme, di mana individu tidak hanya mengejar kebutuhan material, tetapi juga pengakuan sosial. Mahasiswa muslim di perkotaan, khususnya, berada di persimpangan antara identitas religius dan kebutuhan sosial untuk beradaptasi dengan tren modern.

Penelitian ini menemukan bahwa mahasiswa muslim yang aktif di media sosial cenderung lebih terpapar pada sindrom FoMO. Hal ini relevan dengan penelitian Ginting et al. (2023) yang menemukan bahwa media sosial memiliki korelasi signifikan dengan cara individu mengartikulasikan identitas mereka. Namun, sindrom FoMO justru dapat mengaburkan identitas ini, karena individu lebih fokus pada citra diri yang ditampilkan di media sosial daripada esensi kepribadian mereka yang sebenarnya. Dalam menghadapi sindrom FoMO dan perilaku konsumtif, nilai-nilai agama dan keluarga memiliki peran penting sebagai kontrol sosial. Peneliti meminjam pandangan Khan (dalam Syaparuddin, 2011), yang membagi perilaku konsumsi berdasarkan tingkat keimanan seseorang. Mahasiswa dengan tingkat keimanan yang tinggi cenderung memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan, sementara mereka yang memiliki keimanan rendah lebih dipengaruhi oleh nilai ego dan materialisme.

Peran keluarga juga penting dalam membantu mahasiswa mengelola pengaruh media sosial. Dukungan keluarga dapat menjadi sumber kekuatan

bagi mahasiswa muslim untuk tetap berpegang pada nilai-nilai agama dalam menghadapi tekanan sosial. Pendidikan agama yang konsisten dan penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari dapat membantu mahasiswa untuk lebih selektif dalam mengadopsi perubahan sosial.

D. Penutup

Penelitian ini menemukan bahwa perubahan sosial dan perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) di kalangan mahasiswa muslim. Perubahan sosial yang dipicu oleh digitalisasi dan media sosial mendorong mahasiswa untuk menyesuaikan diri dengan standar sosial baru, sehingga meningkatkan kecenderungan terhadap FoMO. Perilaku konsumtif, yang sering kali didorong oleh kebutuhan untuk mengikuti tren yang dipromosikan melalui media sosial, memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan perubahan sosial secara langsung. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa sindrom FoMO tidak hanya menjadi persoalan psikologis individu, tetapi juga terkait erat dengan dinamika sosial dan budaya di era digital.

Dalam konteks mahasiswa muslim, sindrom FoMO menciptakan tantangan tersendiri, terutama dalam menjaga keseimbangan antara nilai-nilai agama dan tekanan sosial modern. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan holistik yang melibatkan penguatan kontrol diri, dukungan keluarga, pendidikan literasi digital, dan regulasi pemasaran digital yang lebih etis. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap kajian sosiologi digital dengan mengkaji hubungan antara FoMO dan perilaku konsumtif, khususnya dalam konteks mahasiswa muslim. Namun, cakupan penelitian yang terbatas pada satu lokasi menjadi batasan utama, sehingga diperlukan penelitian lanjutan untuk menguji temuan ini pada populasi yang lebih luas.

Daftar Pustaka

- Anggraeni, Ellynda Kusuma. 2021. "Fear Of Missing Out (FOMO), Ketakutan Kehilangan Momen." *Artikel DJKN, Kementerian Keuangan Republik Indonesia*.
- Bekman, Müge. 2022. "The Effect of FoMO (Fear of Missing Out) on Purchasing Behavior in Public Relations Practices." *Selçuk İletişim* 15(2):528-57. doi: 10.18094/josc.1116808.
- Clairine, Angela, Eithar Indah Dwi Lestari, and Erica Natasha Wiyono. 2023. "Pengaruh Fear Of Missing Out (FoMO) Terhadap Pola Perilaku Mahasiswa Sebagai Pengguna Media Sosial Di Wilayah Universitas Jember." *Jurnal Insan Pendidikan Dan Sosial Humaniora* 1(4):127-39. doi: 10.59581/jipsoshum-widyakarya.v1i4.1674.
- Dianto, Icol. 2019. "Paradigma Perubahan Sosial Perspektif Change Agent Dalam Al-Quran (Analisis Tematik Kisah Nabi Yusuf As)." *Jurnal Sosiologi Reflektif* 14(1):59. doi: 10.14421/JSR.V14I1.1476.
- Ginting, Elisa Br, Suwarjo Suwarjo, Johannes Sohirimon Lumbanbatu, and Din Oloan Sihotang. 2023. "The Relationship between the Fear of Missing Out (FoMO) and Social Media Use in Articulating Islamic Identity among Muslim Millennials." *International Journal of Islamic Educational Psychology* 4(2):progres. doi: 10.18196/ijiep.v4i2.18457.
- Goa, Lorentius. 2017. "Perubahan Sosial Dalam Kehidupan Bermasyarakat." *SAPA - Jurnal Kateketik Dan Pastoral* 2(2):53-67. doi: 10.53544/sapa.v2i2.40.
- Harisnanda, Rizky, Wiji Setiawan, and Rini Sudarmanti. 2023. "Fenomenologi Minat Pembelian Tiket Konser Pasca Pandemi: War Ticket Konser Coldplay Jakarta Tahun 2023 Phenomenology of Post-Concert Ticket Purchase Interest Pandemi: Jakarta Coldplay Concert War Tickets in 2023." *Sibatik Journal | Volume* 2(9):2905-26.
- Mehta, Cyrus R., and Nitin Patel. 2010. *IBM SPSS Exact Tests*. Cambridge: Cytel Software Corporation and Harvard School of Public Health.
- Morissan. 2016. *Metode Penelitian Survey*. Ke-4. edited by Riefmanto. Jakarta: Kencana.
- Mujahidah, A. Nooriah. 2020. "Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di SMK Negeri 8 Makasar)." Universitas Negeri Makasar.
- Putri, Lisy Septiani, Dadang Hikmah Purnama, and Abdullah Idi. 2019. "Gaya Hidup Mahasiswa Pengidap Fear of Missing Out Di Kota Palembang." *Jurnal Masyarakat & Budaya* 21(2):129-48.
- Samsudin. 2017. *Sosiologi Perkotaan: Studi Perubahan Sosial Dan Budaya*. Pertama. edited by Z. Dali. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sharma, Manu, Deepak Kaushal, and Sudhanshu Joshi. 2023. "Adverse Effect of Social Media on Generation Z User's Behavior: Government Information Support as a Moderating Variable." *Journal of Retailing and Consumer Services*

- 72:103256. doi: 10.1016/j.jretconser.2023.103256.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastrri, Sulastrri, and Ike Sylvia. 2022. "Hambatan Interaksi Sosial Mahasiswa Terindikasi Fear of Missing Out (FoMO) (Studi Kasus: Mahasiswa FIS UNP)." *Jurnal Perspektif* 5(3):324-32. doi: 10.24036/perspektif.v5i3.640.
- Syaparuddin, Syaparuddin. 2011. "Prinsip-Prinsip Dasar Al-Qur'an Tentang Perilaku Konsumsi." *Ulumuna* 15(2):353-74.
- Tandon, Anushree, Amandeep Dhir, Shalini Talwar, Puneet Kaur, and Matti Mäntymäki. 2021. "Dark Consequences of Social Media-Induced Fear of Missing Out (FoMO): Social Media Stalking, Comparisons, and Fatigue." *Technological Forecasting and Social Change* 171(May). doi: 10.1016/j.techfore.2021.120931.
- Tanhan, Fuat, Halil İbrahim Özok, and Volkan Tayiz. 2022. "Fear of Missing Out (FoMO): A Current Review." *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar-Current Approaches in Psychiatry* 14(1):74-85. doi: 10.18863/pgy.942431.
- Ubaidillah, Muhamamad, and Alifa Fitri. 2022. "Pengaruh Eksistensi Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Di Kalangan Masyarakat."
- Umar, Muthiah. 2005. "Propaganda Feminisme Dan Perubahan Sosial." *Mediator: Jurnal Komunikasi* 6(2):205-14. doi: 10.29313/mediator.v6i2.1189.
- Widiyastono, M. .., and Dyan Evita Santi. 2022. "Fear of Missing out Syndrome in Generation Z in Review of Gender Group." *International Conference of Humanities and Social Science (ICHSS)* 1(1):518-22.
- Zahroh, Lailatuz, and Ima Fitri Sholichah. 2022. "Pengaruh Konsep Diri Dan Regulasi Diri Terhadap Fear of Missing Out (FoMO) Pada Mahasiswa Pengguna Instagram." *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 4(3):1349-58.