

## Analisis Perilaku FoMO Mahasiswa Universitas Jember Dalam Perspektif Masyarakat Konsumsi-Baudrillard

Jenny Fernanda , Muhammad Faisal Azka , Achmadiannisa Putri R.A.

Universitas Jember

Alamat: Jalan Kalimantan No 37 Kampus Tegalboto, Sumbersari, Jember

Korespondensi penulis: [jennyfernandabwi@gmail.com](mailto:jennyfernandabwi@gmail.com)

**Abstract.** *FoMO or Fear of Missing Out behavior is a type of behavior that is very widespread these days. The aim of this study is to analyze and dissect the FoMO behavior. In particular, it concerns shoe fashion, which is widespread among students. The existence of different types of faculties spread across universities with the grouping of saintek and soshum certainly has consequences for students. It provides a perspective on a phenomenon. Of course, there are differences between the two large groups. It is this difference that provides an interesting proposition for why this research was conducted. This research uses a qualitative method with a phenomenological approach. The results of the study showed that FoMO behavior has consequences for students buying or consuming goods, especially shoes with brand value. The authenticity of an item also influences students' shopping interest. They prefer to buy original or genuine shoes, which guarantee quality, rather than branded but fake or imitation (KW) shoes. Thus, it can be concluded that there is still relevance between the theory of consumer society by Jean P. Baudrillard and the condition of contemporary students of Jember University.*

**Keywords:** *FoMO; Shoe; Students of Jember University; Theory of Consumer Society; Baudrillard.*

**Abstrak.** Perilaku FoMO atau Fear of Missing Out merupakan perilaku yang menyebar secara masif pada dewasa ini. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis dan membedah perilaku FoMO, khususnya pada fesyen sepatu yang menyebar luas di kalangan mahasiswa. Adanya pelbagai jenis fakultas yang tersebar di perguruan tinggi dengan pengelompokan saintek dan soshum tentunya memberikan konsekuensi bagi mahasiswa dalam memberikan perspektif tentang suatu fenomena. Tentunya ditemukan perbedaan di antara dua kelompok besar tersebut, dari perbedaan inilah yang memberikan penawaran menarik mengapa penelitian ini dilakukan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian ditemukan bahwa perilaku FoMO mendatangkan konsekuensi bagi mahasiswa untuk membeli atau mengkonsumsi barang, khususnya sepatu yang memiliki merek atau nilai tanda. Keaslian suatu barang juga mempengaruhi minat belanja mahasiswa, di mana mereka lebih memilih untuk membeli sepatu asli atau original yang terjamin kualitasnya daripada sepatu bermerek namun palsu atau tiruan (KW). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa masih ditemukan relevansi antara teori masyarakat konsumsi milik Jean P Baudrillard dengan kondisi mahasiswa Universitas Jember kontemporer ini.

**Kata kunci:** FoMO; Sepatu; Mahasiswa Universitas Jember; Teori Masyarakat Konsumsi; Baudrillard.

### LATAR BELAKANG

Perkembangan zaman identik dengan berbagai hal akan pembaruan yang ada di masyarakat. Dengan didukungnya teknologi modern tentunya semakin memudahkan seseorang dalam menjalani hidup, baik itu dalam hal berinteraksi maupun berbuat sesuatu lainnya. Globalisasi dan modernisasi yang menjalar di berbagai belahan dunia tentunya memberikan pengaruh tinggi terhadap perkembangan zaman, serta menjadikan sebuah keadaan yang tak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini. Kehadiran media sosial yang dibawakan oleh teknologi dapat diartikan agar penggunaanya dapat mempresentasikan diri dengan berbagai macam cara seperti dengan melakukan interaksi, kerja sama, dan membangun hubungan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015). Oleh karena keadaan perkembangan yang tidak bisa dihindarkan,

Received September 30, 2023; Revised Oktober 2, 2023; Accepted November 30, 2023

\* Jenny Fernanda, [jennyfernandabwi@gmail.com](mailto:jennyfernandabwi@gmail.com)

kebaruan khususnya di era digital ini membentuk kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses informasi secara lebih cepat dan efisien dari belahan sudut manapun. Kemudahan tersebut dapat diakses oleh siapa saja dari semua kalangan pengguna telepon seluler-smartphone.

Dari banyaknya pengguna internet dapat kita ketahui, wabah penggunaan internet tidak hanya menjangkit orang dewasa saja melainkan anak-anak hingga lansia. Menurut Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) kebanyakan pengguna internet adalah remaja. Maraknya situs pertemanan di Indonesia atau media sosial yang beredar disambut oleh masyarakat Indonesia yang kebanyakan penggunanya adalah remaja. Hal tersebut dikarenakan remaja bersifat cenderung mengikuti lifestyle yang terupdate, serta pada masa pencarian jati diri. Peralihan budaya pada remaja sekarang ini dapat kita lihat masyarakat menjadi lebih terbuka dengan informasi-informasi yang terbaru (Rabathy, 2018).

Kampus atau Perguruan Tinggi merupakan tempat bagi seseorang untuk melanjutkan studinya setelah tamat sekolah menengah ke atas atau sekolah menengah kejuruan (SMA atau SMK). Hal ini menambah peran sosial seseorang, yakni menjadi mahasiswa. Dapat kita ketahui *lifestyle* mahasiswa sekarang ini begitu beragam akan makna sosial yang mereka konstruksikan mulai dari pakaian rapi selaras dengan peraturan hingga gaya hidup pakaian yang mewah dan mahal akan nilainya. Konstruksi ini tidak hanya direpresentasikan pada dunia nyata, melainkan juga pada dunia maya-media sosial. Kondisi perkembangan zaman yang sudah disebutkan di atas bisa diketahui menjadi salah satu penyebab meningkatnya konsumsi masyarakat khususnya mahasiswa yang beragam akan gaya hidupnya. Konsumsi yang berlebihan dan dilakukan secara terus-menerus akan menjadi ironi jika tidak diimbangi dengan pengetahuan mengenai manfaat apa yang ia peroleh. Individu akan merasa kehilangan visi hidup sebab selalu mengikuti perkembangan yang ada tanpa memikirkan apakah perkembangan tersebut menjadi kepribadian aslinya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku FOMO yang dilatarbelakangi oleh masifnya perkembangan media sosial serta teknologi elektronik-*handphone* atau *smartphone* pada mahasiswa Universitas Jember. Perbedaan atau keterbaruan dari penelitian sebelumnya terletak pada keterkaitan fenomena FOMO khususnya pada fesyen sepatu dengan teori masyarakat konsumsi milik Baudrillard, selain itu juga terletak pada pengaruh media dalam mengkonstruksi perilaku FOMO mahasiswa Universitas Jember tersebut. Perbedaan lainnya juga terdapat dalam analisis pengaruh lingkungan atau latar belakang setiap informan yang tentunya memiliki keunikan khusus tersendiri-hal ini diperoleh dari metode yang

digunakan, yakni fenomenologi. Manfaat penelitian ini adalah untuk menambah pengetahuan dalam khazanah ilmu sosiologi kontemporer masa kini.

## **KAJIAN TEORITIS**

### ***Fear of Missing Out***

Istilah FOMO merupakan perasaan gelisah dan disertai ketakutan perasaan tertinggal, apabila lingkungan sekitarnya atau teman-temannya merasakan lebih menyenangkan dengan suatu hal baru daripada dengan dirinya atau apa yang dimilikinya. Individu yang mengalami atau terpapar virus ini tidak akan memiliki rasa tenang ketika melihat individu lain memiliki hal baru lebih cepat daripada dirinya. FOMO dapat dikatakan salah satu bentuk kecemasan yang ditandai dengan adanya keinginan untuk mengetahui sesuatu apa yang orang lain lakukan terutama dipengaruhi oleh peran media sosial (Putri et al., 2019). Dengan adanya media sosial menjadikan suatu hal yang tak dapat bisa dipisahkan dari para pengguna teknologi. Karena media sosial sekarang bukanlah sebuah *trend* tapi sudah menjadi kebutuhan. Sekarang ini dapat kita lihat berinteraksi dengan orang lain dapat dilakukan secara online melalui situs jejaring sosial atau umumnya yang disebut dengan media sosial (Putri et al., 2019).

### **Teori Masyarakat Konsumsi dan Peran Media**

Menurut Baudrillard, konsumsi merupakan satu struktur eksternal yang memaksa individu pada tatanan makna 'objek', kode, atau tanda. Aspek manipulasi lekat dengan fenomena ini, artinya kegiatan konsumsi yang dilakukan oleh masyarakat diwarnai dengan paksaan atau kepalsuan bahwa mereka merasa puas, bahagia, maupun terbebaskan. Media sosial yang penuh akan gambar, tanda, pesan, dan lainnya dikonsumsi oleh para pengguna, sehingga kemungkinan akan paparan sifat hedonis dan konsumtif semakin tinggi.

Keterbukaan mahasiswa terhadap teknologi serta media sosial dapat memberikan konsekuensi ketergantungan. Gaya hidup mahasiswa baik dalam hal berkomunikasi, berpakaian, maupun perilaku lain memiliki keterkaitan dengan konsep *drugstore* dalam teori masyarakat konsumsi milik Baudrillard. Di *drugstore* pusat kebudayaan menjadi integral dari pusat perdagangan, serta memiliki sifat dibudayakan atau non alami (Baudrillard, 2004). Sama halnya dengan konsep tersebut, ketergantungan perilaku mahasiswa yang dipengaruhi oleh media sosial tentu bukan menjadi sebuah fenomena alamiah. Kondisi ini dikonstruksi oleh elit kapitalis dengan kepentingan tertentu. Para kelompok elit ini menginginkan agar masyarakat dapat selalu berperilaku ketergantungan dan bersifat konsumtif.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Ningsih et al., 2023) menyebutkan bahwa adopsi media sosial dilakukan untuk berkomunikasi, berinteraksi, dan mempromosikan sebuah

produk dan layanan yang sudah ada untuk melihat pertumbuhan yang besar dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Artinya pada era ini media sosial tidak hanya sarana untuk berkomunikasi saja, melainkan juga dapat mereformasi cara berinteraksi dan praktik promosi sebuah produk sehingga dapat menarik minat individu untuk membeli serta secara langsung dapat meningkatkan nilai penjualan. Media sebagai medium yang tepat dan efisien untuk menarik penonton agar membeli suatu produk jika kegiatan promosi dikemas secara aktif dan interaktif. Bahkan, dengan kondisi saat ini di mana masyarakat diibaratkan penikmat tanda bukan nilai guna.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang bertujuan untuk mengeksplorasi fakta sebenarnya di lapangan, serta bertujuan untuk mereduksi pengalaman individu pada fenomena menjadi deskripsi tentang esensi universal “pemahaman tentang sifat yang khas dari sesuatu,” (Manen, 1990: 177). Menurut Moustakas (1994) dalam (Creswell, 2015) prosedur fenomenologi, yakni mengidentifikasi fenomena penelitian, mengurung pengalaman pribadi peneliti, dan mengumpulkan data dari informan yang sesuai kriteria penelitian. Setelah itu, peneliti melakukan analisis data dengan merubah data menjadi pernyataan krusial menjadi sebuah tema, serta menyatakan data penting dari pengalaman informan.

Waktu dan tempat penelitian dilakukan mulai bulan September sampai dengan Oktober tahun 2023 dengan mengambil lokasi di lingkungan kampus Universitas Jember. Penelitian ini menggunakan teknik random sampling dalam penentuan informan. Hal ini dilakukan sebab untuk memudahkan penelitian dalam mencari data. Kendati demikian, peneliti tidak sembarangan dalam menetapkan seorang agar menjadi informan. Terdapat beberapa kriteria yang harus dimiliki seseorang agar dapat masuk menjadi informan, seperti mahasiswa aktif di Universitas Jember, terdaftar sebagai salah satu mahasiswa dari fakultas sains dan teknologi maupun sosial humaniora, memiliki pengetahuan mengenai perilaku FoMO, serta mengenakan sepatu bermerek.

Peneliti menetapkan lima informan, yang terdiri dari dua mahasiswa dari rumpun sains dan teknologi, yakni dengan program studi Matematika (Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam) dan program studi Agroteknologi (Fakultas Pertanian) serta tiga dari rumpun sosial humaniora, yakni dengan program studi Manajemen (Fakultas Ekonomi Bisnis), program studi Sastra Inggris (Fakultas Ilmu Budaya), dan program studi Perpajakan (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik). Kelima mahasiswa ini merupakan individu yang memenuhi

kriteria penentuan informan, serta berhubungan langsung dengan tema penelitian dan sesuai dengan pokok pembahasan, yakni mengenai analisis perilaku FoMO di kalangan mahasiswa Universitas Jember.

Metode penggalan data dilakukan dengan observasi dan wawancara. Observasi dilakukan dengan mengamati keadaan atau lingkungan sekitar fakultas dari masing-masing informan agar mendapat gambaran mengenai perilaku, gaya penampilan, serta merek sepatu yang dikenakan oleh mahasiswa, metode wawancara menggunakan deep interview dengan para informan terpilih untuk mendapatkan data terperinci. Hasil dari setiap data tersebut diuji keabsahannya serta dilakukan analisis dengan metode triangulasi untuk menghasilkan data sah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dewasa ini, perkembangan fesyen begitu cepat dan sangat dinamis seiring dengan perubahan zaman. Hal ini merupakan salah satu konsekuensi dari adanya upaya globalisasi dan modernisasi yang gencar dilakukan di dalam ruang lingkup media. Ketergantungan atau kecanduan, rasa penasaran atau keingintahuan yang tinggi, serta tidak memiliki pendirian yang kuat menjadi alasan mengapa perilaku konsumtif, khususnya dalam hal fesyen dapat terjadi. Selain itu adanya tokoh idola--*influencer* yang bekerja memberikan *review* untuk menarik penggemar agar membeli suatu produk juga menjadi penyebab naiknya daya jual yang tinggi.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Wisnu & Rosa, 2021) menyebutkan bahwa artis, penggemar, dan radio adalah bagian dari pertukaran makna bagi individu untuk melebur dalam lingkungan budaya tertentu. Maksudnya adalah ketiga unsur tersebut memiliki peran atau andil untuk mempengaruhi individu agar masuk ke dalam sistem budaya yang ada. Hal ini serupa dengan cara kerja di mana para *influencer*, pengikut, dan media sosial menjadi satu sistem bagian yang saling terikat, sehingga menyebabkan individu terperangkap dengan sistem yang telah diciptakan. Hal tersebut tentunya dengan tujuan untuk mempengaruhi seseorang agar mengkonsumsi apa yang telah ditawarkan oleh sistem.

Fenomena FoMO dapat dilihat pada salah satu universitas di Provinsi Jawa Timur, yaitu Universitas Jember. Universitas yang menawarkan berbagai macam fakultas ini mengatur mahasiswanya untuk memakai sepatu pada saat berkuliah. Seiring perkembangan zaman serta dengan adanya peraturan tersebut mengkontruksi mahasiswa untuk berpenampilan rapi, bahkan memiliki rasa ingin lebih daripada yang lain. Perasaan tidak ingin ketinggalan mode serta gengsi tinggi membuat perilaku konsumtif. Banyaknya macam *fashion style* membuat mahasiswa Universitas Jember bebas untuk mengekspresikan dirinya saat kuliah dan masih

menunjukkan identitasnya sebagai seorang mahasiswa. Seperti yang sudah diungkapkan oleh informan dari fakultas ekonomi dan bisnis, yaitu.

*“Gaya hidup FoMO memang ada kaitannya sama latar belakang pendidikan, makanya aku kayak gini, sebenarnya kalau untuk pakai sepatu yang bermerek gitu bukan untuk pamer sih tapi lebih untuk ningkatin kepercayaan diri aku aja si.”*

Sama halnya dengan yang diungkapkan oleh informan selanjutnya dari fakultas ilmu dan budaya, bahwa fesyen terutama dalam sepatu sangat menciptakan identitas diri mahasiswa. Fesyen sepatu juga menjadi sebuah kebutuhan bagi mahasiswa.

*“Kalo sepatu saya beli karena kebutuhan dan juga lagi pengen, kalo di bilang nunggu trend ya gak juga sih. saya kalo beli sepatu bisa dikatakan juga mandang merek pas lagi budgetnya juga ada. dan memang kalau pakai sepatu yang bermerek lebih percaya diri.”*

Jika ditinjau dari pernyataan informan di atas, dapat dijelaskan bahwa mahasiswa soshum lebih percaya diri jika memakai *fashion style* terutama sepatu yang bermerek agar penampilan mereka lebih fresh. Karena memakai sesuatu sesuai dengan keinginan membuat mereka jauh lebih baik dalam mengekspresikan diri di dalam kampus.

FoMO dalam ranah fesyen sepatu ini bisa muncul dari kegiatan mahasiswa di waktu luang yang diisi dengan *scroll* atau kecanduan menelusuri suatu hal. Kegiatan menggeser layar ponsel dari bawah ke atas tersebut menjadikan mahasiswa tidak bisa berhenti dengan mudah, biasanya kegiatan ini berlangsung cukup lama. Bahkan untuk individu yang memiliki sifat penasaran berlebihan terhadap sesuatu dapat menjadikannya fokus dengan ponsel dan menjadi lupa akan waktu yang terus berjalan.

Perasaan penasaran yang tidak berujung ini sebenarnya memang sudah didesain dari awal oleh pencipta aplikasi guna para pengguna sulit lepas atau meninggalkan kegiatan *scrolling*. Konsep yang diterapkan pada aplikasi jenis media sosial ini sama dengan konsep yang terdapat dalam game atau permainan yang ada di ponsel. Pengguna memang didesain untuk berlama-lama menggunakan aplikasi tersebut. Ungkapan mengenai kegiatan *scroll* dan peran penting media dalam menyebarluaskan fenomena FoMO dilontarkan oleh salah satu informan yang berasal dari rumpun soshum Fakultas Ilmu Budaya program studi Sastra Inggris, yakni.

*I: ..., ya kan pas kalau nggak ada kegiatan kan scroll, kadang ya lewat sendiri di reels, lagi ada promo segini tanggal sekian, kalau misal ada budget ya berangkat*

*J: Berarti lumayan memengaruhi ya mas kalau media ini*

*I: Iya kayak gitu sih*

Meskipun demikian, jika kegiatan *scroll* diatur disiplin jaminan mendapat informasi penting lainnya akan tercapai, seperti tanggal dan tempat-tempat barang dengan promosi yang dapat memudahkan dan meringankan pengguna untuk membeli sesuatu—khususnya sepatu. Empat dari kelima informan yang telah diwawancara memiliki persamaan dalam hal ini. Para informan juga mengatakan bahwa mereka lebih memilih untuk membeli langsung dari toko daripada lewat aplikasi online. Pendapat mereka ini disebabkan oleh beberapa keuntungan jika belanja di toko langsung, seperti dapat menyentuh dan mencoba sebelum memutuskan untuk membeli barangnya, lebih dapat memastikan keaslian barang yang hendak dibeli, serta kemungkinan mendapat garansi.

Pada era ini, kebanyakan individu kesulitan untuk membedakan barang original atau ori dan barang palsu atau kw. Jika pembeli asal-asalan dalam memilih toko bukan tidak mungkin mereka akan tertipu, sehingga hal tersebut menimbulkan kerugian. Meskipun harga di toko offline lebih mahal daripada toko online, keuntungan seperti dapat mencoba barang secara langsung menjadi kelebihan yang tidak bisa didapatkan jika membeli sepatu secara online atau daring. Berbeda dengan pendapat keempat informan lain yang memilih untuk membeli sepatu original walaupun mereknya tidak terkenal atau populer, salah satu informan yang berasal dari Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam memiliki pemikiran yang menyebutkan bahwa.

*J: ... Apa namanya menurut sampean itu lebih mending liat merek atau ori atau gimana mas?*

*Dari barangnya.*

*I: Tergantung si, kalau semisal ada kw yang bagus ya mungkin kw, tapi ya tergantung uang juga si.*

*J: Tergantung uangnya*

*I: Iya, tapi kalau aku si lebih prefer semisal kw tapi bagus ya gapapa.*

Informasi yang dilontarkan oleh informan di atas tentunya memiliki tendensinya sendiri, yakni hal ini dipengaruhi oleh *budget* dan kualitas yang ditawarkan oleh sepatu palsu tersebut. Artinya, jika tidak memiliki dana yang cukup untuk membeli sepatu original, informan beranggapan bahwa membeli sepatu palsu tidak apa-apa, namun yang terpenting adalah harus melihat kualitas sepatu palsu tersebut. Jika dirasa kualitas yang ditawarkan bagus dan tidak terlalu jauh dari versi aslinya atau merasa nyaman jika digunakan sehari-hari lebih baik membeli versi kw tersebut. Sedangkan, terdapat perspektif berbeda yang dilontarkan oleh keempat informan lainnya di mana menyebutkan bahwa mereka memilih untuk membeli sepatu asli yang jelas memiliki kualitas lebih baik daripada sepatu kw. Salah satu informan yang berasal dari rumpun soshum Fakultas Ilmu Budaya mengatakan bahwa.

*I: Iya, asal nggak kw aja, kalau kw kan brandnya ada cuman kualitasnya beda, mungkin gampang rusak ta apa?*

Dari perspektif tersebut dapat dikatakan bahwa informan memiliki pendirian untuk membeli sepatu yang original daripada membeli sepatu kw dengan kualitas beda dan dinilai gampang rusak. Pendapat serupa juga dilontarkan oleh mahasiswa dari rumpun soshum Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang mengatakan bahwa.

*I: Lek aku yo mending ori atau ngga e dari sudut pandangku yo, ngomongne sebagai olahragawan yo. Mending ori soale apa? Spon yang dipake ini kalo KW itu spon yaitu keras. Ini aku ga ngomong ne gengsi yo tapi iki tenanan. Daadi mending ori soale spon iki eh duduk spon se lek jare arek-arek iki in out sol-e itu keras dadi lek digawe jarak 10.000 KM iku wes lepas (sambil menunjukan bagian bawah sol sepatunya) dadi lek seng ori-ori lek dikekne ngga seenggae dia nggak ngelepas atau nglupak. Dan ini ga aku jahit jadi ori itu kek gitu. Dadi nek KW iku yo nggak nglarang pisan soale tergantung kemampuan e mereka sisan tapi usahain beli ori lah, dadi apa susahe kalian beli brand yang murah asli tapi daripada beli brand yang kelihatan mahal tapi ngga asli. Ini tentang fomo tok ga liyane liyane?*

*(Kalau aku ya lebih baik ori atau nggak dari sudut pandangku sebagai olahragawan-atlet lari jarak jauh ya mending original, sebab apa? Spon yang dipakai kalau KW itu keras. Ini aku nggak ngomong terkait gengsi ya tapi beneran, lebih baik ori soalnya spon eh bukan kata temen-temen nyebutnya in out sol-nya itu keras, jadi kalau digunakan lari jarak 10.000 KM itu sudah lepas (sambil menunjuk sol sepatunya), jadi kalau yang original jika digunakan setidaknya tidak mengelupas. Dan sepatu ini tidak aku jahit, jadi original itu ya kayak gini. Jadi kalau KW itu ya tidak melarang juga soalnya tergantung kemampuan mereka juga tapi usahakan beli original lah, jadi apa susahnya kalian beli brand yang murah tapi asli daripada beli brand yang kelihatan mahal tapi tidak asli).*

Informan yang notabene seorang atlet lari jarak jauh tentunya memiliki pertimbangan untuk memilih dan membeli jenis maupun merek sepatu yang ia gunakan. Kenyamanan dan keaslian produk sepatu menjadi prioritas utamanya. Hal ini tentu dilakukan untuk menunjang aktivitasnya sehari-hari. Ia juga menyebutkan bahwa dirinya termasuk dalam FoMO, namun dalam lingkup sepatu olahraga. Informan menyebutkan bahwa dirinya menyukai sepatu dengan brand besar, seperti Nike, Adidas, Hoka, NB, Astec, dan lain sebagainya. Hal tersebut dilatarbelakangi tentang perspektifnya yang menyebutkan bahwa sepatu yang memiliki nama atau brand besar di pasaran pasti selalu menjaga kualitas barangnya. Sebelum beredar dan diperjualbelikan, sepatu dengan merek besar tersebut tentu sudah melewati proses pengecekan



atau quality control yang ketat untuk menjaga kualitas produk serta kepercayaan pelanggannya agar tetap membeli produknya.

Menjamurnya jenis sepatu dengan merek yang juga beragam menarik mahasiswa untuk memilih sepatu apa yang sesuai dan nyaman untuk digunakan sehari-hari. Dari kelima informan baik dari rumpun saintek maupun soshum ditemukan data bahwa mereka memiliki sepatu lebih dari satu. Jenis dan merek sepatu yang mereka miliki juga tidak monoton, artinya mereka memiliki jenis sepatu tertentu yang disesuaikan dengan kegiatannya sehari-hari, seperti untuk olahraga mereka memiliki sepatu khusus, untuk jalan-jalan atau hangout ke luar rumah mereka juga memiliki sepatu tersendiri, serta untuk kegiatan kampus yang diwajibkan untuk mengenakan sepatu mereka juga menggolongkannya tersendiri.

Penelitian yang dilakukan oleh (Rosa, 2016) menyatakan bahwa proses internalisasi membutuhkan pengetahuan yang dipelajari untuk bersosialisasi dengan tujuan sebagai penghubung dalam kesadaran seseorang atas struktur sosial yang menjadi objektivasi. Di dalam kehidupan manusia mempunyai rangkaian waktu yang di mana setiap individu menginduksikan untuk ikut terlibat di dalam proses dialek sosial. Artinya, individu tidak bisa lepas dan akan selalu menyesuaikan diri dengan struktur sosial di mana ia tinggal. Struktur sosial tersebut menjadi suatu hal yang objektif, sehingga jika mahasiswa tergabung menjadi bagian dari suatu universitas atau perguruan tinggi tertentu maka ia memiliki peran sebagai mahasiswa tersebut serta harus mengikuti aturan yang ada. Contohnya seperti kewajiban mahasiswa untuk memakai sepatu pada saat pelaksanaan kuliah, jika mahasiswa tersebut tidak menggunakan sepatu maka ia dianggap telah mencederai aturan yang ada, kecuali jika terjadi keadaan terdesak.

Berkebalikan dengan FoMO, *Joy of Missing Out* (JoMO) merupakan cara hidup individu yang di mana individu tersebut lebih santai dan tidak merasa keberatan jika terlambat atau ketinggalan untuk mengetahui sebuah *trend*. Individu yang menunjukkan perilaku JoMO biasanya lebih fokus terhadap hal-hal yang mereka sukai tanpa mempedulikan *trend*. Selain itu, mereka juga bisa mengurangi ketergantungan terhadap teknologi dan media sosial. Perilaku JoMo sendiri memberikan kepada individu untuk menjalani kehidupan yang biasanya berfokus pada relasi dengan orang lain dan memberi kesempatan kepada masing-masing individu untuk merasakan emosi yang ada di sekitar lingkungan. Menurut (Hussain & Pontes, 2019) suka ataupun tidak suka, pada kenyataannya manusia juga membutuhkan sebuah teknologi, hanya saja manusia tidak membutuhkan teknologi sebanyak itu dan menjadi JoMO adalah bagaimana individu menemukan keseimbangan tersebut.

Dalam hal ini, sebenarnya jika ditinjau perilaku FoMO lebih banyak dibandingkan dengan perilaku JoMO. Karena di zaman sekarang banyak teknologi maju yang membuat individu ingin selalu tahu tentang dunia media sosial. Apalagi jika media sosial tersebut menyuguhkan individu dengan berbagai macam fesyen yang membuat para individu tertarik untuk membelinya. Tapi ada juga individu yang memang tidak terlalu tertarik dengan media sosial hanya untuk membeli fesyen yang saat itu sedang *trend*. Seperti yang sudah diungkapkan oleh salah satu informan yang berasal dari fakultas pertanian, yaitu.

*“Kalo saya sendiri jujur nggak ya, misal dari trend-trend shopee gitu kayak tertarik juga karena saya memang bukan pengguna online shop juga kebetulan. contohnya saja sekarang ada sepatu yang lagi ngetrend, kebetulan saya sudah dibelikan sama orang tua sudah lama dan walaupun bentuk atau modelnya sama itu sama bukan karena saya ngikutin trend tapi kebetulan sudah punya dari lama.”*

Jika ditinjau dari pernyataan di atas, dapat dijelaskan bahwa mahasiswa Saintek tidak tertarik dengan *trend* yang ada di media sosial atau bisa dibilang mahasiswa tersebut tergolong JoMO. Mahasiswa tersebut bukan memutuskan koneksinya dengan media sosial tapi ia hanya tidak tertarik dengan media sosial seperti online shop. Sudah menjadi rahasia umum bahwa media sosial saat ini sudah mempengaruhi interaksi sosial kita dengan lingkungan sekitar. Perubahan pola interaksi sosial hanya akan membuat sikap individu menjadi lebih individualis.

Dari data yang diperoleh dapat disebutkan bahwa tidak ada keterkaitan antara mahasiswa dengan latar belakang program studi dan rumpun ilmu yang dipilih dengan tindakan FoMO–*Fear of Missing Out* tersebut. Hal yang mempengaruhi perilaku FoMO tersebut bukan dari latar belakang pendidikan seseorang, melainkan berasal atau disebabkan dari faktor lingkungan dan prinsip pribadi masing-masing individu. Jika lingkungan yang ditinggali oleh mahasiswa mendukung dan membiarkan perilaku FoMO maka individu tersebut dapat berbuat hal demikian. Artinya, jika lingkup pertemanan yang dimiliki mahasiswa menyukai atau tidak mau ketinggalan suatu hal viral, individu yang tergabung di dalamnya juga akan mengikuti model perilaku yang telah dibuat struktur sosial tersebut. Sebaliknya, jika individu memiliki pendirian kuat dan lingkungan sosial yang berupaya membentuk karakteristik unik masing-masing, maka kemungkinan individu terpapar FoMO bernilai kecil.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan paparan data di atas dapat dijelaskan bahwa mahasiswa merupakan salah satu elemen yang menjadi target sasaran mengenai produk-produk sepatu yang terbesar di dunia ini. Keberadaannya di tengah kehidupan masyarakat menjadikan dirinya sebagai subjek

yang mempresentasikan makna masyarakat konsumsi yang dimuat dalam teori milik Baudrillard. Pada kontemporer ini, individu maupun kelompok memang didesain untuk mengkonsumsi nilai tanda daripada nilai guna dalam hidupnya, termasuk pada fesyen sepatu. Hal ini merupakan fenomena non alami yang telah dibentuk para elit kapitalis. Perilaku konsumsi tersebut disebarluaskan dengan cepat seiring dengan adanya perkembangan media dan teknologi komunikasi elektronik. Media yang menjadi medium untuk menyebarkan informasi dengan efektif dan efisien tentu saja berimbas pada masyarakat yang semakin terbuka. Keterbukaan yang dilandasi tanpa adanya prinsip kuat akan memudahkan sifat konsumerisme menjangkit setiap individu yang memiliki akses, bahkan keadaan ini akan semakin parah apabila mahasiswa mudah terpengaruh alur stigma yang diciptakan oleh struktur sosial.

Adanya peran media dalam menciptakan suatu hal menjadi populer di internet atau media sosial menarik individu untuk turut mengikuti dan mengkonsumsi hal yang viral tersebut tanpa memikirkan keselarasan dan kebermanfaatannya untuk kehidupannya. Fenomena agar dinilai atau dianggap selalu *up to date* oleh orang lain ini merupakan makna dari istilah *Fear of Missing Out* (FoMO). Meskipun dinilai negatif karena selalu mengikuti hal-hal trend dan dinilai tidak memiliki *style* unik dan khasnya sendiri, fenomena dan tindakan FoMo ini secara tidak sadar telah diikuti atau diterapkan oleh mahasiswa.

Meskipun demikian, masih ditemukan mahasiswa yang memiliki pendirian kuat dan tidak mudah terpengaruh akan adanya hal viral. Keadaan seperti ini disebut dengan *Joy of Missing Out* (JoMO) atau kebalikan dari FoMO. Perilaku FoMo yang semakin lama dapat membawa konsekuensi tidak tenang bagi pelakunya. Bahkan untuk memenuhi ego tersebut, individu rela membeli barang palsu. Artinya, mereka lebih memilih membeli barang dengan harga yang lebih murah namun terdapat logo *brand* tertentu daripada barang original namun mereknya belum terkenal. Hal tersebut dianggap sebagai alternatif di tengah kondisi yang kekurangan agar tetap dapat memenuhi keinginan untuk mengikuti *trend*.

Penelitian ini dapat diterapkan ataupun dikembangkan dalam mengkaji fenomena terbaru pada era kontemporer ini. Fenomena sosial FoMO khususnya pada fesyen sepatu menjadi fenomena dinamis yang dapat bergerak atau berubah menurut struktur sosial. Penelitian ini tentu memiliki keterbatasan, sehingga untuk menyempurnakan dapat dilakukan pengembangan penelitian lanjutan dengan tema yang terkait dengan fenomena FoMO dengan kebutuhan elit kapitalis yang di dalamnya juga memuat mengenai struktur kelas serta konsekuensinya, baik bagi kelas borjuis maupun proletar.

## DAFTAR REFERENSI

- Alutaybi, A., Al-Thani, D., & Ali, R. (2020). Combating Fear of Missing Out (FoMO) on Social Media: The FoMO-R Method. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17,6128. Doi:103390/ijerph17176128
- Azizah, E., & Baharuddin, F. (2021). HUBUNGAN ANTARA FEAR OF MISSING OUT (fomo) DENGAN KECANDUAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA REMAJA. *Jurnal Psikologi HUMANISTIK '45 9(1) 15-25*.
- Azmi, N. (2019). HUBUNGAN ANATARA *FEAR OF MISSING OUT (FoMO)* DENGAN KECANDUAN MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA. (Tesis). Psikologi, UIN Sultan Syarif Kasim, Riau.
- Baudrillard, J. P. (2004). *Masyarakat Konsumsi* (A. Sumrahadi & H. Purwanto, Eds.). Kreasi Wacana.
- Christina, R., Yuniardi, M. S., & Prabowo, A. (2019). Hubungan tingkat neurotisme dengan fear of missing out (FoMO) pada remaja pengguna aktif media sosial. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(2), 105-117. <https://doi.org/10.23917/indigenous.v4i2.8024>
- Christy, C. C. (2022). *FoMo* di media sosial dan e-WoM : pertimbangan berbelanja daring pada *marketplace*. *Jurnal Studi Komunikasi*, 6(1).
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset Memilih di antara Lima Pendekatan (Edisi Ke-3)* (S. Z. Qudsy, Ed.; Vol. 1). Pustaka Pelajar.
- Daravit, K. S. (2021). HUBUNGAN ANTARA KEPUASAN HIDUP DENGAN *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* PADA MAHASISWA FAKULTAS PSIKOLOGI UIN MALANG PENGGUNA MEDIA SOSIAL. (Tesis). Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang.
- Fathadhika, S. & Afriani. (2018). *SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT SEBAGAI MEDIATOR ANTARA FEAR OF MISSING OUT DENGAN KECANDUAN MEDIA SOSIAL PADA REMAJA*. *JPSP: Jurnal Psikologi Sains dan Profesi*, 2(3).
- Hariadi, A. F. (2018). HUBUNGAN ANTARA *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* DENGAN KECANDUAN MEDIA SOSIAL PADA REMAJA. (Tesis). Psikologi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya.
- Hussain, Z., & Pontes, H. M. (2019). Personality, Internet Addiction, and Other Technological Addictions. In *Internet and Technology Addiction* (pp. 335–361). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-8900-6.ch020>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ningsih, R. N., Wahyuni, S., Zulianto, M., & Prasetyo, H. (2023). IMPLEMENTATION OF THE CONTENT MARKETING STRATEGY BY SMJ BY MBOK JUDES BANYUWANGI TO INCREASE CUSTOMER ENGAGEMENT. In *Soedirman Economics Education Journal Approved*. <http://jos.unsoed.ac.id/index.php/seej/>
- Puspitarini, D. S. & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada *Happy Go Lucky House*). *Jurnal Common*, 3(1).
- Putri, L. S., Purnama, D. H., & Idi, A. (2019). Gaya Hidup Mahasiswa Pengidap Fear Of Missing Out di Kota Palembang. In *Jurnal Masyarakat & Budaya* (Vol. 21, Issue 2).

- Rabathy, Q. (2018). Nomophobia Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa Generasi Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1).
- Rahardjo, L. K. D., & Soetjningsih, C. H. (2022). *Fear of Missing Out (FOMO)* dengan kecanduan Media Sosial pada Mahasiswa. *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, 4(2). <https://doi.org/10.51214/bocp.v4i3.328>
- Rosa, D. V. (2016). *KOPI TIGA DIMENSI: PRAKTIK TUBUH, RITUAL/FESTIVAL, DAN INOVASI KOPI USING*. <http://repository.unej.ac.id/handle/123456789/77215>
- Watie, E. D. S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2).
- Wisnu, W. B., & Rosa, D. V. (2021). On Air: Representing Osing Identity in Community Radio. *Journal of Contemporary Sociological Issues*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.19184/csi.v1i1.17712>