



DOI: <https://doi.org/10.38035/jpsn.v4i2.657>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) pada Generasi Z dalam Prespektif Filsafat Eksistensial

Sri Rahmawati Rahayuningsih¹, Sudrajat², Satriyo Wibowo³

¹Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia, srio208fisip.2025@student.uny.ac.id

²Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia, sudrajat@uny.ac.id

³Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia, satriyowibowo@uny.ac.id

Corresponding Author: srio208fisip.2025@student.uny.ac.id¹

Abstract: *The development of digital technology and social media has brought about major changes to the social interaction patterns of Generation Z. The high intensity of social media use has given rise to the phenomenon of Fear of Missing Out (FOMO), namely the fear of missing out on information, experiences, and social activities that are considered important by the digital environment. This phenomenon not only impacts the psychological condition of individuals, but is also related to the issue of existence and the search for self-meaning of modern humans. This study aims to analyze the phenomenon of FOMO in Generation Z, examine FOMO through the perspective of existential philosophy, and understand the existence and self-authenticity of Generation Z in social media. The study uses a qualitative approach with a descriptive research type. Data were obtained through literature studies and observations of the phenomenon of social media use in Generation Z. Data analysis was carried out descriptively-interpretively by linking the phenomenon of FOMO to existential philosophy concepts such as freedom, existential anxiety, self-authenticity, and the search for the meaning of life. The results show that social media has become a space for identity formation and social validation for Generation Z. FOMO arises from the drive to gain social recognition and the fear of being left behind in the digital environment, thus giving rise to existential anxiety, social comparison behavior, and the tendency to build an inauthentic self-image. Thus, FOMO is part of the existential crisis of modern humans in the digital era that can be faced through self-awareness and existential reflection.*

Keyword: *FOMO, Generation Z, Social Media, Existential Philosophy, Self-Authenticity.*

Abstrak: Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa perubahan besar terhadap pola interaksi sosial Generasi Z. Tingginya intensitas penggunaan media sosial memunculkan fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO), yaitu rasa takut tertinggal informasi, pengalaman, maupun aktivitas sosial yang dianggap penting oleh lingkungan digital. Fenomena tersebut tidak hanya berdampak pada kondisi psikologis individu, tetapi juga berkaitan dengan persoalan eksistensi dan pencarian makna diri manusia modern. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena FOMO pada Generasi Z, mengkaji FOMO melalui

perspektif filsafat eksistensial, serta memahami eksistensi dan autentisitas diri Generasi Z di media sosial. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data diperoleh melalui studi literatur dan observasi terhadap fenomena penggunaan media sosial pada Generasi Z. Analisis data dilakukan secara deskriptif-interpretatif dengan mengaitkan fenomena FOMO pada konsep filsafat eksistensial seperti kebebasan, kecemasan eksistensial, autentisitas diri, dan pencarian makna hidup. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang pembentukan identitas dan validasi sosial bagi Generasi Z. FOMO muncul akibat dorongan untuk memperoleh pengakuan sosial dan ketakutan tertinggal dari lingkungan digital, sehingga memunculkan kecemasan eksistensial, perilaku perbandingan sosial, serta kecenderungan membangun citra diri yang tidak autentik. Dengan demikian FOMO merupakan bagian dari krisis eksistensial manusia modern di era digital yang dapat dihadapi melalui kesadaran diri dan refleksi eksistensial.

Kata Kunci: FOMO, Generasi Z, Media Sosial, Filsafat Eksistensial, Autentisitas Diri.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital pada era modern telah membawa perubahan besar dalam pola komunikasi dan interaksi sosial masyarakat. Kehadiran internet dan media sosial membuat individu dapat terhubung dengan cepat tanpa batas ruang dan waktu (Nurjanah & Mesra, 2025). Platform seperti TikTok, Instagram, dan X menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, khususnya bagi Generasi Z yang tumbuh bersama perkembangan teknologi digital. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai tempat mencari informasi, membangun relasi sosial, dan mengekspresikan identitas diri (Herawati et al., 2022). Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi membuat Generasi Z memiliki keterikatan kuat terhadap aktivitas digital dan lebih aktif berinteraksi di ruang maya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh besar terhadap pola pikir dan perilaku sosial masyarakat modern (Wardani Putri & Budi Hapsari, 2024).

Di tengah tingginya penggunaan media sosial, muncul berbagai dampak positif dan negatif terhadap kondisi psikologis maupun sosial individu, terutama pada Generasi Z. Media sosial memang memberikan kemudahan dalam memperoleh informasi dan membangun relasi, tetapi penggunaan yang berlebihan juga dapat memunculkan tekanan emosional dan kecemasan sosial (Utami, 2023). Salah satu fenomena yang banyak terjadi adalah *Fear of Missing Out* (FOMO), yaitu kondisi ketika individu merasa takut tertinggal informasi, pengalaman, atau tren yang sedang berkembang di lingkungan sosialnya. Fenomena ini mendorong individu untuk terus memantau media sosial agar tetap dianggap eksis dan relevan dalam pergaulan (Santoso et al., 2025). Hal tersebut mengakibatkan muncul perilaku membandingkan diri dengan orang lain yang dapat menimbulkan kecemasan, overthinking, kebutuhan validasi sosial, hingga ketidakpuasan terhadap diri sendiri. Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial juga memengaruhi cara individu memandang eksistensi dirinya di ruang digital (Nurul et al., 2025).

Fenomena FOMO telah menjadi perhatian dalam berbagai penelitian sebelumnya, khususnya dalam bidang psikologi dan komunikasi digital. Beberapa penelitian menjelaskan bahwa FOMO berkaitan dengan kecemasan sosial yang muncul akibat tingginya intensitas penggunaan media sosial. Penelitian Chakrabarti (2024) menunjukkan bahwa individu yang mengalami FOMO cenderung memiliki tingkat stres, kecemasan, dan gangguan emosional yang lebih tinggi dibandingkan pengguna media sosial biasa. Selain itu, Fitria et al., (2023) menunjukkan bahwa FOMO ada hubungannya dengan rendahnya self-esteem akibat kebiasaan membandingkan diri dengan orang lain di media sosial. Penelitian Herawati et al., (2022) juga menemukan bahwa FOMO dapat memberi pengaruh pada perilaku konsumtif karena individu

terdorong mengikuti tren yang berkembang di lingkungan sosial digital. Kajian-kajian tersebut memperlihatkan bahwa media sosial memiliki pengaruh besar terhadap kondisi psikologis dan perilaku sosial pengguna. Dengan demikian, FOMO dipahami sebagai fenomena sosial digital yang memiliki dampak cukup kompleks bagi kehidupan Generasi Z.

Meningkatnya fenomena FOMO pada Generasi Z menjadikan penelitian mengenai hal tersebut penting untuk dilakukan. FOMO tidak hanya berkaitan dengan penggunaan media sosial secara berlebihan, tetapi juga menyangkut bagaimana individu memaknai dirinya di tengah kehidupan sosial digital (Nurjanah & Mesra, 2025). Banyak individu merasa keberadaannya kurang bernilai ketika tidak terlibat dalam aktivitas atau tren tertentu di media sosial. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa FOMO berkaitan dengan kebutuhan manusia untuk diterima dan diakui dalam lingkungan sosialnya (Wardani Putri & Budi Hapsari, 2024). Oleh karena itu, fenomena ini tidak hanya dapat dipahami melalui aspek psikologis, tetapi juga perlu dilihat dari sisi filosofis mengenai makna keberadaan manusia. Salah satu pendekatan yang relevan untuk memahami fenomena tersebut adalah filsafat eksistensial.

Filsafat eksistensial merupakan aliran filsafat yang menekankan keberadaan manusia sebagai individu yang memiliki kebebasan, kesadaran, dan tanggung jawab terhadap hidupnya sendiri (Wijanarko, 2024). Tokoh-tokoh seperti Jean-Paul Sartre, Søren Kierkegaard, dan Martin Heidegger menjelaskan bahwa manusia sering mengalami kecemasan eksistensial ketika berusaha menemukan makna hidup dan memahami keberadaannya (Herlina & Hidayat, 2019). Dalam konteks media sosial, kecemasan tersebut dapat muncul dalam bentuk ketakutan tertinggal dari orang lain atau merasa tidak memiliki nilai ketika tidak terhubung dengan dunia digital. Meskipun penelitian mengenai FOMO telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada aspek psikologis dan sosial. Kajian yang menghubungkan FOMO dengan konsep eksistensi, autentisitas diri, kebebasan, dan kecemasan eksistensial masih relatif terbatas. Oleh karena itu, perspektif filsafat eksistensial penting digunakan untuk memahami fenomena FOMO pada Generasi Z secara lebih mendalam.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini memiliki kebaruan dalam penggunaan perspektif filsafat eksistensial untuk mengkaji fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) pada Generasi Z. Penelitian ini tidak hanya melihat FOMO sebagai bentuk kecemasan sosial akibat media sosial, tetapi juga sebagai bagian dari pencarian makna dan eksistensi diri manusia modern. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena FOMO pada Generasi Z, mengkaji FOMO melalui perspektif filsafat eksistensial, serta memahami bagaimana Generasi Z memaknai eksistensi dirinya melalui media sosial. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai media sosial, Generasi Z, dan filsafat eksistensial dalam ranah humaniora. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi bagi Generasi Z agar lebih bijak dan sadar dalam menggunakan media sosial di era digital modern.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan memahami fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) pada Generasi Z secara mendalam melalui perspektif filsafat eksistensial. Penelitian ini berfokus pada bagaimana Generasi Z memaknai pengalaman penggunaan media sosial serta bentuk kecemasan eksistensial yang muncul akibat tuntutan untuk selalu terhubung dengan dunia digital. Selain itu, penelitian ini juga berupaya memahami hubungan antara media sosial, kebutuhan pengakuan sosial, dan pencarian eksistensi diri dalam kehidupan modern. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena FOMO secara sistematis berdasarkan realitas sosial yang terjadi di lingkungan digital saat ini.

Data penelitian diperoleh melalui studi literatur dan observasi terhadap fenomena penggunaan media sosial pada Generasi Z. Sumber data berasal dari jurnal ilmiah, buku, artikel

akademik, serta berbagai konten digital yang relevan dengan tema penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menelaah berbagai referensi yang membahas FOMO, media sosial, Generasi Z, dan filsafat eksistensial. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan teknik deskriptif-interpretatif dengan mengaitkan fenomena FOMO pada Generasi Z dengan konsep-konsep filsafat eksistensial, seperti kebebasan, autentisitas diri, kecemasan eksistensial, dan pencarian makna hidup. Melalui metode tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena FOMO sebagai bagian dari dinamika eksistensi manusia di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena FOMO pada Generasi Z di Era Digital

Perkembangan teknologi digital dan media sosial menjadikan Generasi Z sebagai kelompok yang paling aktif menggunakan platform digital dalam kehidupan sehari-hari. Generasi ini tumbuh bersamaan dengan perkembangan internet sehingga memiliki keterikatan tinggi terhadap media sosial seperti TikTok, Instagram, dan X sebagai sarana komunikasi, hiburan, pencarian informasi, serta pembentukan identitas diri (Fitria et al., 2023). Tingginya intensitas penggunaan media sosial membuat individu merasa perlu untuk selalu terhubung dengan lingkungan sosial digital agar tidak tertinggal tren, informasi, maupun aktivitas yang sedang berkembang. Kondisi tersebut memunculkan fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO), yaitu rasa takut tertinggal pengalaman atau informasi yang dianggap penting oleh lingkungan sosialnya. Dengan demikian, media sosial menjadi faktor utama yang memengaruhi munculnya FOMO pada Generasi Z di era digital (Santoso et al., 2025).

Fenomena FOMO terlihat melalui berbagai perilaku sosial digital yang berkembang pada Generasi Z, seperti kebiasaan memeriksa notifikasi secara berulang, mengikuti konten viral, hingga merasa gelisah ketika tidak membuka media sosial dalam waktu tertentu. Penelitian Herawati et al., (2022) menunjukkan bahwa individu dengan tingkat FOMO tinggi cenderung menggunakan media sosial secara berlebihan dan memiliki dorongan kuat untuk terus mengikuti aktivitas orang lain. Selain itu, Nurul et al., (2025) juga menjelaskan bahwa banyak individu merasa perlu menampilkan aktivitas pribadinya atau gaya hidupnya melalui unggahan foto, video, atau story agar tetap dianggap eksis dan relevan di lingkungan sosial digital. Kehadiran fitur seperti live streaming, trending content, jumlah viewers, likes, dan followers semakin memperkuat kebutuhan akan validasi sosial. Hal itu menjadikan media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga menjadi ruang pembentukan citra diri dan eksistensi sosial individu.

Dampak FOMO tidak hanya memengaruhi perilaku penggunaan media sosial, tetapi juga berkaitan dengan kondisi psikologis dan sosial individu. Budaya perbandingan sosial di media digital sering membuat individu membandingkan kehidupannya dengan kehidupan orang lain yang terlihat lebih ideal. Kondisi tersebut dapat memunculkan kecemasan, stres, overthinking, rendahnya self-esteem, hingga ketidakpuasan terhadap diri sendiri (Chakrabarti, 2024). Tekanan untuk selalu aktif dan memperoleh pengakuan di media sosial juga dapat menyebabkan kelelahan emosional serta menurunkan kualitas interaksi sosial di kehidupan nyata. Dalam jangka panjang, individu menjadi lebih bergantung pada validasi digital dibandingkan hubungan sosial secara langsung (Utami, 2023). Oleh karena itu, fenomena FOMO pada Generasi Z tidak hanya menjadi persoalan penggunaan media sosial, tetapi juga berkaitan dengan dinamika psikologis dan kehidupan sosial manusia modern di era digital.

FOMO dalam Perspektif Filsafat Eksistensial

Filsafat eksistensial memandang manusia sebagai individu yang memiliki kebebasan untuk menentukan makna hidupnya sendiri (Nurjanah & Mesra, 2025). Dalam pandangan eksistensialisme, manusia tidak hanya hidup sebagai bagian dari kerumunan sosial, tetapi sebagai subjek yang sadar akan keberadaannya (Herlina & Hidayat, 2019). Jean-Paul Sartre

menjelaskan bahwa manusia merupakan makhluk yang bebas dan bertanggung jawab atas pilihan hidupnya melalui konsep *existence precedes essence*. Artinya, manusia tidak memiliki makna hidup yang telah ditentukan sebelumnya, melainkan harus membentuk identitas dan makna hidup melalui tindakan serta keputusan yang diambil (R. Saputra et al., 2024). Dalam konteks media sosial, kebebasan tersebut sering kali berubah menjadi tekanan sosial karena individu merasa harus terus mengikuti tren dan standar digital agar tetap diakui oleh lingkungannya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kebebasan di era digital tidak selalu menghasilkan ketenangan, tetapi juga dapat memunculkan kecemasan eksistensial (Nurjanah & Mesra, 2025).

Kecemasan eksistensial menjadi salah satu konsep penting dalam memahami fenomena FOMO pada Generasi Z. Søren Dalam eksistensialisme, kebebasan manusia tidak selalu menghadirkan ketenangan, tetapi juga melahirkan kecemasan eksistensial. Søren Kierkegaard menjelaskan bahwa kecemasan muncul ketika manusia dihadapkan pada berbagai kemungkinan dan pilihan hidup. Menurut Kierkegaard, setiap pilihan memiliki konsekuensi sehingga manusia sering mengalami ketakutan dan keraguan dalam menentukan arah hidupnya (Awang & Malelak, 2024). Dalam fenomena FOMO, kecemasan tersebut tampak ketika individu merasa takut tertinggal informasi, pengalaman, atau pengakuan sosial di media sosial. Individu kemudian terdorong untuk terus memantau aktivitas digital orang lain agar tidak merasa terasing dari lingkungan sosialnya. Hal itu membuat media sosial menjadi ruang yang memunculkan tekanan psikologis karena individu selalu merasa harus hadir dan mengikuti arus digital yang berlangsung secara cepat.

Fenomena FOMO dapat dipahami sebagai bentuk kecemasan eksistensial yang muncul dalam kehidupan digital masyarakat modern. Individu yang mengalami FOMO merasa takut tertinggal informasi, pengalaman, atau aktivitas sosial yang dianggap penting oleh lingkungannya. Ketakutan tersebut mendorong individu untuk terus memantau media sosial agar tetap mengetahui perkembangan terbaru di lingkungan digital (Santoso et al., 2025). Dengan demikian media sosial menjadi ruang yang memperkuat perasaan cemas karena individu selalu dihadapkan pada berbagai kemungkinan sosial yang terus berubah.

Dalam hal tersebut, Kierkegaard menekankan pentingnya menjadi individu yang autentik dan tidak larut dalam “kerumunan”. Menurutnya, manusia yang hanya mengikuti massa tanpa kesadaran diri akan kehilangan identitas eksistensialnya (Tjaya, 2022). Fenomena tersebut sangat relevan dengan perilaku Generasi Z di media sosial yang cenderung mengikuti tren, gaya hidup, dan standar sosial digital demi memperoleh validasi dari lingkungan. Banyak individu membentuk citra diri berdasarkan ekspektasi publik, bukan berdasarkan kesadaran akan dirinya sendiri (Chakrabarti, 2024). Dalam kondisi tersebut, media sosial dapat menciptakan eksistensi palsu karena individu menampilkan kehidupan yang berbeda dari kondisi nyata demi memperoleh pengakuan sosial. Sehingga, FOMO dapat dipahami sebagai bentuk ketakutan eksistensial ketika individu merasa keberadaannya tidak cukup bernilai tanpa pengakuan dari orang lain.

Pemikiran Martin Heidegger juga memberikan pemahaman penting mengenai fenomena FOMO di era digital. Heidegger menjelaskan konsep *Dasein* sebagai manusia yang sadar akan keberadaannya di dunia (Saputra, 2025). Menurut Heidegger, manusia dapat hidup secara autentik apabila mampu memahami dirinya sendiri dan mengambil keputusan berdasarkan kesadaran pribadi, bukan semata-mata mengikuti lingkungan sosial (Sihombing, 2026). Namun, perkembangan teknologi digital sering kali membuat manusia terjebak dalam sistem sosial yang membentuk cara berpikir dan perilakunya. Media sosial kemudian menjadi ruang yang membingkai pandangan individu mengenai kebahagiaan, kesuksesan, dan eksistensi diri. Individu tidak lagi bebas sepenuhnya karena cara pandangannya telah dipengaruhi oleh standar sosial digital yang terus berkembang. Hal tersebut menyebabkan manusia kehilangan

kedalaman refleksi diri dan lebih fokus pada pencitraan serta pengakuan sosial di dunia maya (Awang & Malelak, 2024).

Berdasarkan uraian perspektif filsafat eksistensial diatas, fenomena FOMO pada Generasi Z bukan hanya persoalan kecanduan media sosial atau kecemasan psikologis semata, tetapi juga berkaitan dengan pencarian makna hidup dan pengakuan eksistensi diri. Ketakutan tertinggal dari orang lain menunjukkan adanya kebutuhan manusia untuk diterima, diakui, dan merasa memiliki nilai dalam lingkungan sosialnya. FOMO mencerminkan krisis eksistensial manusia modern yang berusaha menemukan identitas dirinya di tengah kehidupan digital yang kompetitif dan serba cepat. Oleh karena itu, pendekatan eksistensial membantu memahami bahwa penyelesaian fenomena FOMO tidak hanya dilakukan dengan mengurangi penggunaan media sosial, tetapi juga melalui kesadaran diri, refleksi eksistensial, dan keberanian untuk hidup secara autentik sesuai nilai yang diyakini individu.

Eksistensi dan Autentisitas Diri Generasi Z di Media Sosial

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, media sosial pada era digital telah berkembang menjadi ruang pembentukan identitas diri bagi Generasi Z. Platform seperti TikTok, Instagram, dan X tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi media untuk menampilkan kepribadian, gaya hidup, pemikiran, serta aktivitas sehari-hari. Generasi Z cenderung memanfaatkan media sosial untuk membangun citra diri dan menunjukkan keberadaannya di ruang publik digital. Kehadiran fitur seperti unggahan foto, video, story, dan live streaming memungkinkan individu membentuk identitas digital sesuai dengan citra yang ingin ditampilkan kepada publik.

Perkembangan media sosial menunjukkan adanya hubungan erat antara eksistensi digital dan kebutuhan validasi sosial. Banyak individu merasa dihargai ketika memperoleh likes, komentar, followers, atau perhatian dari pengguna lain. Validasi sosial tersebut kemudian menjadi ukuran tidak langsung mengenai penerimaan sosial dan popularitas individu di lingkungan digital (Herawati et al., 2022). Menurut perspektif eksistensialisme, kebutuhan akan pengakuan merupakan bagian dari dorongan manusia untuk merasa keberadaannya diakui oleh orang lain (Herlina & Hidayat, 2019). Namun, ketika pengakuan sosial dijadikan sebagai pusat penilaian diri, individu menjadi lebih bergantung pada respons lingkungan digital dibandingkan pemahaman terhadap dirinya sendiri (Sihombing, 2026).

Ketergantungan terhadap validasi sosial sering kali memunculkan perilaku tidak autentik pada Generasi Z di media sosial. Banyak individu menampilkan kehidupan yang tampak ideal, bahagia, dan sempurna meskipun tidak selalu sesuai dengan kondisi nyata (Nurul et al., 2025). Dalam konteks tersebut, media sosial mendorong individu untuk membangun citra tertentu demi memperoleh perhatian dan penerimaan sosial. Individu kemudian cenderung menyesuaikan gaya hidup, perilaku, bahkan cara berpikinya agar sesuai dengan standar sosial digital dan tren yang sedang populer (Saputra et al., 2024). Dengan begitu media sosial tidak lagi hanya menjadi ruang ekspresi diri, tetapi juga menjadi ruang kompetisi sosial yang membentuk tekanan terhadap identitas individu.

Pemikiran Heidegger mengenai otentisitas memberikan pemahaman bahwa manusia seharusnya hidup berdasarkan kesadaran dirinya sendiri, bukan semata-mata mengikuti tuntutan lingkungan sosial. Namun, perkembangan teknologi digital dan sistem algoritma media sosial sering kali memengaruhi cara individu memandang dirinya, orang lain, serta standar kehidupan ideal (Sihombing, 2026). Budaya viral, tren digital, dan pencitraan di media sosial secara tidak langsung membentuk pola pikir Generasi Z mengenai kesuksesan, kebahagiaan, dan nilai diri. Dalam kondisi tersebut, individu berisiko kehilangan ruang refleksi diri karena terlalu fokus pada kehidupan virtual dan pencitraan digital yang dibangun di media sosial (Saputra, 2025).

Oleh karena itu, diperlukan upaya membangun kesadaran diri agar penggunaan media sosial menjadi lebih sehat dan tidak menghilangkan autentisitas individu. Generasi Z perlu

memahami bahwa eksistensi diri tidak sepenuhnya ditentukan oleh validasi sosial di dunia digital. Kesadaran mengenai nilai diri, kemampuan refleksi, serta keberanian untuk menerima diri secara apa adanya menjadi langkah penting dalam menghadapi tekanan media sosial. Pendekatan eksistensial menekankan bahwa manusia memiliki kebebasan untuk menentukan makna hidupnya sendiri tanpa harus terus mengikuti standar sosial yang dibentuk lingkungan digital. Dengan demikian, media sosial seharusnya digunakan sebagai sarana komunikasi dan pengembangan diri, bukan sebagai alat utama untuk menentukan nilai dan keberadaan manusia.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) pada Generasi Z di era digital tidak hanya berkaitan dengan tingginya penggunaan media sosial, tetapi juga berhubungan dengan persoalan eksistensi dan pencarian makna diri. Media sosial telah berkembang menjadi ruang pembentukan identitas, validasi sosial, dan pengakuan eksistensi individu sehingga mendorong Generasi Z untuk terus terhubung dengan lingkungan digital.

Dalam perspektif filsafat eksistensial, FOMO dapat dipahami sebagai bentuk kecemasan eksistensial modern yang muncul akibat ketakutan tertinggal dari lingkungan sosial serta dorongan untuk memperoleh pengakuan dari orang lain. Pemikiran Jean-Paul Sartre, Søren Kierkegaard, dan Martin Heidegger menunjukkan bahwa manusia sering kehilangan autentisitas dirinya ketika terlalu bergantung pada standar sosial dan validasi digital. Oleh karena itu, fenomena FOMO mencerminkan krisis eksistensial manusia modern yang berusaha menemukan identitas dan keberhargaan diri di tengah kehidupan digital yang kompetitif dan serba cepat.

Dari hasil penelitian maka diharapkan Generasi Z dapat menggunakan media sosial secara lebih bijak dan tidak menjadikan validasi digital sebagai tolok ukur utama nilai diri. Kesadaran diri, kemampuan refleksi, dan keberanian untuk hidup secara autentik penting dikembangkan agar individu tidak mudah terpengaruh tekanan sosial di media digital. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji fenomena FOMO secara lebih mendalam melalui pendekatan psikologis maupun empiris.

REFERENSI

- Awang, H. D. R., & Malelak, D. P. (2024). Filsafat Eksistensialisme Dalam Pandangan Soren Aabye Kierkegaard Terhadap Spiritualitas Pada Remaja Akhir Generasi Z. *Jurnal Budi Pekerti Agama Kristen Dan Katolik*, 2(2), 311–323. <https://doi.org/10.61132/jbpakk.v2i2.390>
- Chakrabarti, D. (2024). A Study on How Social Media FOMO (Fear of Missing Out) Impacts the Gen Z Audience. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4964157>
- Fitria, N., Al Hadromi, F., & Ekmarinda, E. Y. (2023). *FOMO and Its Effect on Gen Z Performance* (pp. 142–146). https://doi.org/10.2991/978-94-6463-346-7_27
- Herawati, I., Rizal, I., & Amita, N. (2022). The Impact of Social Media on *Fear of Missing Out* Among Z Generation: A Systematic Literature Review. *Journal of Islamic and Contemporary Psychology (JICOP)*, 2(2), 92–98. <https://doi.org/10.25299/jicop.v2i2.11179>
- Herlina, U., & Hidayat, A. (2019). Pendekatan Eksistensial dalam Praktik Bimbingan dan Konseling. *Indonesian Journal of Educational Counseling*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.30653/001.201931.80>
- Nurjanah, S., & Mesra, R. (2025). Manifestasi FoMO dalam Pola Interaksi dan Konsumsi Digital di Kalangan Siswi: Studi Fenomenologi Pada Siswi Sekolah Islam Plus Tahfihz IBNU UMAR Ciputat. *Jurnal Masyarakat Digital*, 1(2), 62–76. <https://doi.org/10.64924/arvp7b19>

- Nurul, K., Puja, L., Siti, A., & Rizanna, R. (2025). MEDIA SOSIAL DAN GENERASI Z: ANTARA KESADARAN SOSIAL DAN FENOMENA FOMO. *Journal of Governance and Public Administration*, 2(3), 645–657. <https://doi.org/10.70248/jogapa.v2i3.2201>
- Santoso, A. S. A., I Wayan Radityakara Wirasena Yassa, Dyah Arista Putri, & Nur Aulia Ahya Ningsih. (2025). The Impact of *Fear of Missing Out* on Self-Confidence Among Generation Z in the Social Media Era. *Jurnal Biologi Tropis*, 25(4), 5659–5767. <https://doi.org/10.29303/jbt.v25i4.10134>
- Saputra, E. E. (2025). Relevansi Filsafat Eksistensialisme dalam Kehidupan Modern. *Journal of Humanities, Social Sciences, and Education*, 1(3), 118–129. <https://doi.org/10.64690/jhuse.v1i3.61>
- Saputra, R., Ritonga, M., & Arrasyid. (2024). SOREN KIERKEGAARD'S EXISTENTIALISM: A STUDY ON HOW TO ENJOY LIFE DURING THE POST-TRUTH ERA. *Al-A'raf: Jurnal Pemikiran Islam Dan Filsafat*, 21(1), 131–156. <https://doi.org/10.22515/ajpif.v21i1.8819>
- Sihombing, E. S. (2026). Otentisitas Diri dalam Media Sosial: Refleksi Bersama Martin Heidegger: Self-Authenticity in Social Media: Reflections with Martin Heidegger. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 9(1), 101–115.
- Tjaya, T. H. (2022). *Kierkegaard dan Pergulatan Menjadi Diri Sendiri*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Utami, F. P. (2023). PERAN MINDFULNESS UNTUK MENGATASI *FEAR oF MISSING OUT* (FoMO) MEDIA SOSIAL REMAJA GENERASI Z : TINJAUAN LITERATUR. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Borneo*, 4(2). <https://doi.org/10.35334/jbkb.v4i2.3261>
- Wardani Putri, T. A., & Budi Hapsari, M. T. (2024). Hubungan self acceptance dan *Fear Of Missing Out* (Fomo) Mahasiswa Generasi Z Pengguna Aplikasi Tiktok. *Jurnal Consulenza : Jurnal Bimbingan Konseling Dan Psikologi*, 7(1), 59–73. <https://doi.org/10.56013/jcbkp.v7i1.2624>
- Wijanarko, R. (2024). Mengkonstruksi Makna Hidup. *Seri Filsafat Teologi*, 34(33), 1–15. <https://doi.org/10.35312/serifilsafat.v34i33.249>