

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Fenomena FOMO menjadi sangat umum di kalangan generasi Z. FOMO semakin sering diperbincangkan setelah JWT Intellegence mengeluarkan laporan penelitian mengenai FOMO pada 2012. Penelitian tersebut mendefinisikan FOMO sebagai perasaan gelisah dan takut tertinggal yang dialami individu. Perasaan ketika individu merasakan khawatir jika melewatkan tren yang sedang terjadi di kehidupan sosialnya.¹

Fear of Missing Out atau biasa disebut dengan FOMO ini pertama kali dicetuskan oleh Patrick J. McGinnis tahun 2004 pada sebuah artikel berjudul “*Social Theory at HBS: McGinnis’ Two Fos*”. Artikel tersebut diterbitkan pada koran mahasiswa *Harvard Business School* (HBS) yaitu *The Harbus*. Umumnya mahasiswa HBS mengalami rasa takut ketinggalan berita terbaru, gelisah jika tidak mengikuti informasi terbaru baik di dalam kampus ataupun di luar kampus.²

Istilah FOMO populer di kalangan mahasiswa MBA Amerika Serikat dan dijadikan sebagai kata sehari-hari antarmahasiswa bahkan antarkampus. FOMO menjadi wabah di kampus-kampus bisnis ternama di Amerika pada 2007. Lulusan dari kampus ternama tersebut membawa dunia FOMO serta memperkenalkannya ke khalayak yang lebih luas, yaitu ke ranah profesional dan pada saat itu

¹ Salwa Nafisa dan Irma Kusuma Salim, “Hubungan Antara *Fear of Missing Out* dengan Kecanduan Media Sosial,” *Journal of Islamic and Contemporary Psychology* 2, no. 1 (August 22, 2022): 41–48, <https://doi.org/10.25299/jicop.v2i1.9406>.

² Rizki Setiawan Akbar et al., “Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FoMo) Pada Remaja Kota Samarinda,” *Psikostudia: Jurnal Psikologi* 7, no. 2 (December 15, 2018): 38–47, <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v7i2.2404>.

bersamaan dengan pertumbuhan media sosial dan kemajuan teknologi sehingga istilah FOMO populer di seluruh dunia.³

Penelitian yang dilakukan oleh *Royal Society of Public Health* (RSPH) yakni suatu lembaga independen kesehatan masyarakat Inggris, mengungkapkan bahwa terdapat 40% pengguna media sosial mengidap FOMO. Selain itu hasil survei organisasi profesi psikologi Australia (*Australian Psychology Society*) menunjukkan bahwa remaja memiliki kemungkinan besar mengalami FOMO, dilihat dari prevalensi FOMO 50% atau dua kali lipat dari orang dewasa.⁴ Selanjutnya, pada hasil temuan lapangan yang dilakukan oleh penggiat media sosial, Damar Juniarto, menjelaskan bahwa 68% generasi milenial Indonesia terkena FOMO.⁵

FOMO adalah perasaan cemas atau takut yang berasal dari dalam diri seseorang akan ketinggalan suatu momen atau peristiwa yang sedang dialami oleh orang lain dan orang tersebut tidak ikut hadir di dalamnya. FOMO ditandai dengan keinginan seseorang untuk terus terhubung dengan informasi terkini. FOMO memicu dorongan yang kuat dari diri seseorang untuk berperilaku akan pentingnya mengikuti momen atau tren terkini yang populer di media sosial, sehingga FOMO dapat diartikan sebagai rasa takut ketinggalan tren yang ada pada media sosial.⁶

³ Patrick McGinnis, *FOMO—Fear of Missing Out: Bijak Mengambil Keputusan di Dunia yang Menyajikan Terlalu Banyak Pilihan* (Gramedia Pustaka Utama, 2020). hal 8-10.

⁴ Rifi Maulidya, "FOMO (*Fear of Missing Out*) pada Mahasiswa Penggemar Budaya Korea (Studi Deskriptif Mahasiswa Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta)" (Skripsi, Universitas Negeri Jakarta, 2023), <http://repository.unj.ac.id/37319/>.

⁵ Muhammad Khatami, "Analisis Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen On-FOMO Dengan Pemodelan Rasch" (doctoral, Universitas Negeri Jakarta, 2021), <http://repository.unj.ac.id/20390/>.

⁶ Sri Muchlis et al., "*Fear of Missing Out* Dan Kasus Seks Bebas pada Remaja di Wilayah Hukum Polres Batubara," *JURNAL SIMBOLIKA Research and Learning in Communication Study* 8, no. 2 (2022): 84–95, <https://doi.org/10.31289/simbolika.v8i2.6311>.

Salah satu tren yang populer di media sosial adalah tren busana. Tren busana selalu berkembang mengikuti perkembangan zaman setiap tahunnya. Selama beberapa tahun terakhir, tren busana yang tengah populer di Indonesia adalah tren busana muslimah.⁷ Pada tren busana muslimah yang berkembang di Indonesia menghadirkan berbagai macam model, seperti yang sering digunakan oleh generasi Z yaitu jenis busana gamis, blus, kulot, rok dan lainnya.⁸



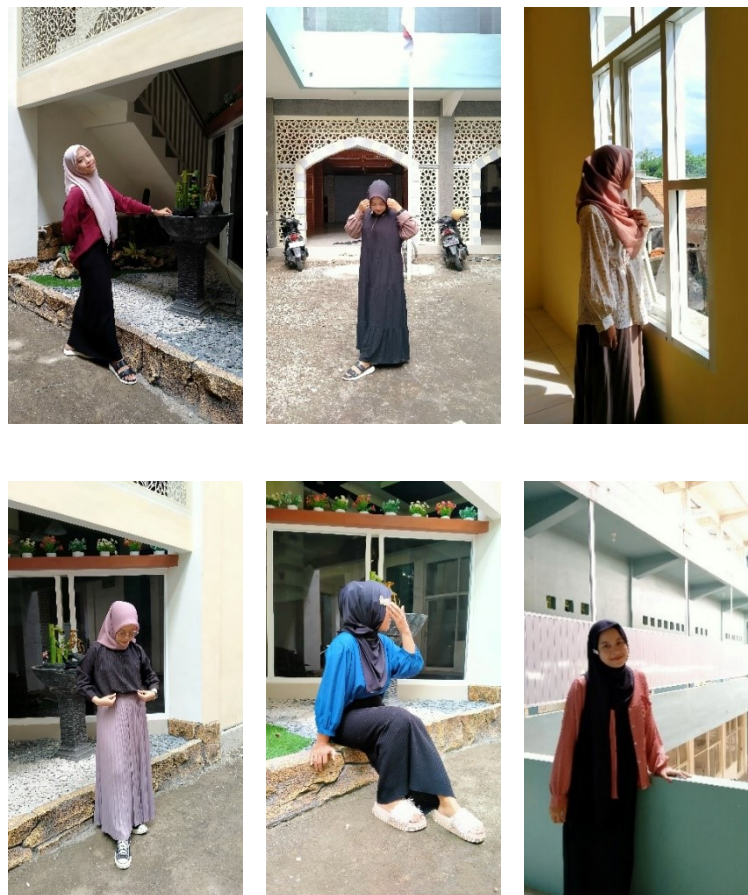
Gambar 1. 1 Tren Busana Muslimah yang Berkembang di Indonesia

Sumber: *Google Images*, diakses pada 20 April 2024

⁷ Hutari Tirsyah, Hilda, dan Syamsiar Zahrani, “Pengaruh Trend Fashion dan Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Di Toko Dazzle Outfit Palembang,” *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)* 2, no. 2 (October 2, 2023): 360–66, <https://doi.org/10.47233/jemb.v2i2.1175>.

⁸ Linda Rania dan M. Pd Sri Widarwati, “Pengaruh Trend Busana Muslimah terhadap Gaya Busana Kuliah Muslimah Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta,” *Jurnal Fesyen: Pendidikan dan Teknologi* 7, no. 7 (December 17, 2018), <https://doi.org/10.21831/teknik>.

Tren busana muslimah yang semakin berkembang menghadirkan muslimah yang mengikuti perkembangan tren dengan menggunakan busana muslimah sebagai gaya berpakaian kesehariannya.⁹ Seperti yang difokuskan pada penelitian ini yaitu santri Al-Fath Rejomulyo Kediri merupakan muslimah yang mengikuti perkembangan tren busana muslimah. Terlihat ketika santri Al-Fath Rejomulyo Kediri sedang melakukan aktivitas sehari-harinya, yaitu kuliah, jalan-jalan, belanja, atau kegiatan yang lainnya.¹⁰



Gambar 1. 2 Busana santri Al-Fath dalam aktivitas sehari-hari

Sumber: Dokumentasi pada observasi awal di PP Al-Fath, 22 Januari 2024

⁹ Rania dan Sri Widarwati.

¹⁰ "Observasi Awal Pada Santri Al-Fath Rejomulyo Kediri Mengenai Busana Yang Dikenakan Santri Dalam Aktivitas Sehari-Hari." (Rejomulyo Kediri: PP Al-Fath, 22 Januari, 2024).

Pesantren Pelajar Al-Fath adalah salah satu pesantren modern yang ada di Kota Kediri. Pesantren ini merupakan pesantren putri yang dikhususkan untuk para pelajar tingkat SMA serta mahasiswi tingkat S1 ataupun S2 yang sedang berkuliah di IAIN Kediri.¹¹ Santri yang berada di PP Al-Fath Rejomulyo Kediri ini terdiri dari santri yang berusia sekitar 17-25 tahun atau lahir pada 1998-2006.¹²

Alasan memilih penelitian pada santri Al-Fath Rejomulyo Kediri karena santri Al-Fath Rejomulyo Kediri didominasi dari kalangan perekonomian menengah dan bawah. Dibuktikan dengan lebih dari 100 santri mendapatkan bantuan beasiswa pendidikan karena berasal dari keluarga tidak mampu atau disebut dengan beasiswa KIP-Kuliah. Akan tetapi, mereka memiliki kebiasaan ingin tampil *trendy* sesuai perkembangan zaman dengan menggunakan busana yang kekinian.¹³

Santri Al-Fath Rejomulyo Kediri rela membeli busana terbaru dengan mengorbankan uang yang seharusnya digunakan untuk membeli buku kuliah, tetapi mereka gunakan untuk membeli busana. Fifin Andriani yang merupakan salah satu santri Al-Fath Rejomulyo Kediri melakukan pembelian busana dalam satu bulan minimal satu kali. Hal tersebut disebabkan oleh konsumsi TikTok yang berlebih.¹⁴

Pesantren Pelajar Al-Fath Rejomulyo Kediri masuk dalam kategori pesantren pelajar yang modern dan tidak melarang santrinya untuk menggunakan

¹¹ Fadila Ita Qulloh, "Pengembangan Literasi Dalam Peningkatan Minat Baca Santri Pada Perpustakaan Mini Pesantren Pelajar Al-Fath Rejomulyo Kediri," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara* 1, no. 2 (March 20, 2021): 71–78, <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/165>.

¹² Ahmad Rohman dan Qurrotun Ayu, "Etika Santri Di Pesantren Al-Fath Dalam Perspektif Etika Plato," *Abrahamic Religions: Jurnal Studi Agama-Agama* 3 (September 30, 2023): 257, <https://doi.org/10.22373/arj.v3i2.20173>.

¹³ Hasil wawancara dengan Nuril Pengurus PP Al-Fath Rejomulyo Kediri, 26 Desember, 2023.

¹⁴ Hasil wawancara dengan Fifin Andriani santri Al-Fath Rejomulyo Kediri, Wawancara Pembelian busana dalam satu Bulan, 22 Januari, 2024.

ponsel sehingga santri dibebaskan untuk bermain ponsel sesukanya. Jika tidak ada kegiatan atau sedang ada waktu luang, santri Al-Fath Rejomulyo Kediri akan menghabiskan waktunya untuk mengonsumsi TikTok dan melihat tren busana muslimah yang sedang *booming*. Santri Al-Fath Rejomulyo Kediri yang terkena FOMO dalam tren busana muslimah di TikTok akan langsung membeli dan menggunakan busana tersebut agar tidak terlihat ketinggalan zaman.¹⁵

TikTok menjadi salah satu aplikasi yang sangat populer dan diminati di seluruh dunia. Berdasarkan laporan We Are Social, pengguna TikTok di dunia diperkirakan mencapai 1,09 miliar pada April 2023 dan 38,5% pengguna TikTok berasal dari usia 18-24 tahun.¹⁶ Indonesia berada di urutan kedua sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak di dunia, yaitu 106,52 juta pengguna.¹⁷

TikTok masuk dalam urutan pertama aplikasi yang paling banyak diunduh di Indonesia. Berdasarkan data dari perusahaan riset aplikasi Business of Apps, TikTok telah diunduh 67,4 juta kali di Indonesia pada 2023. TikTok menjadi aplikasi favorit oleh masyarakat Indonesia dengan jumlah pengguna terbanyak dibandingkan dengan aplikasi lainnya.¹⁸

¹⁵ Poppy Linggawati Aror, "Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen Aplikasi Gojek (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Al-Fath Rejomulyo Kota Kediri)" (Skripsi, IAIN Kediri, 2023), <https://etheses.iainkediri.ac.id/11299/>.

¹⁶ Clarisa Natania Putri Arinka, "Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador terhadap Minat Beli Produk (Studi Kuantitatif Eksplanatif Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Natasha Surya Terhadap Minat Beli Produk Polki oleh Followers Akun TikTok @natasha.surya)" (Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2023), <https://e-journal.uajy.ac.id/30532/>.

¹⁷ Cindy Mutia Annur, "Indonesia Punya Pengguna TikTok Terbanyak ke-2 di Dunia," 22 November, 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/22/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia>.

¹⁸ Nabilah Muhammad, "TikTok, Aplikasi yang Paling Banyak Diunduh di Indonesia pada 2023 |," February 27, 2024, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/tiktok-aplikasi-yang-paling-banyak-diunduh-di-indonesia-pada-2023>.



Gambar 1. 3 Negara dengan Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia

Sumber: databoks.katadata.co.id, diakses pada 22 April 2024



Gambar 1. 4 Aplikasi yang Paling Banyak Diunduh di Indonesia

Sumber: databoks.katadata.co.id, diakses pada 22 April 2024

TikTok pertama kali diluncurkan pada 2016 oleh perusahaan asal Tiongkok, ByteDance, dengan nama Douyin yang berfokus pada video berdurasi pendek. Douyin berhasil menarik perhatian 100 juta pengguna dan mencatat 1 miliar tayangan video setiap harinya dalam waktu satu tahun. Popularitas Douyin setiap harinya terus meningkat. Kemudian, melebarkan sayapnya di luar China dengan nama TikTok. TikTok menduduki peringkat kedua dalam unduhan harian setelah Whatsapp dengan jumlah pengguna sekitar 1,5 miliar setiap harinya.¹⁹

TikTok melambung naik pada 2019, terutama di kalangan artis. Sebagai platform hiburan, TikTok berhasil meraih perhatian dari berbagai kelompok usia, termasuk anak-anak, remaja, dewasa dan orang tua. Terdapat sekitar 10 juta pengguna aktif TikTok di Indonesia dengan mayoritas berasal dari kalangan remaja, anak milenial, usia sekolah, atau yang lebih dikenal sebagai generasi Z.²⁰ Kesuksesan dan kepopuleran TikTok tergambar dalam eksistensinya sebagai media berbasis video, dengan durasi sekitar 15 detik, yang diperkaya berbagai efek dan filter untuk mendukung konten kreatif di TikTok.²¹

TikTok menyajikan beragam konten mulai dari edukasi, tips dan trik, tutorial, berita terkini, rekomendasi tempat wisata, busana, *spill outfit*, tren busana dan konten hiburan yang lainnya.²² Tren busana muslimah menjadi topik utama

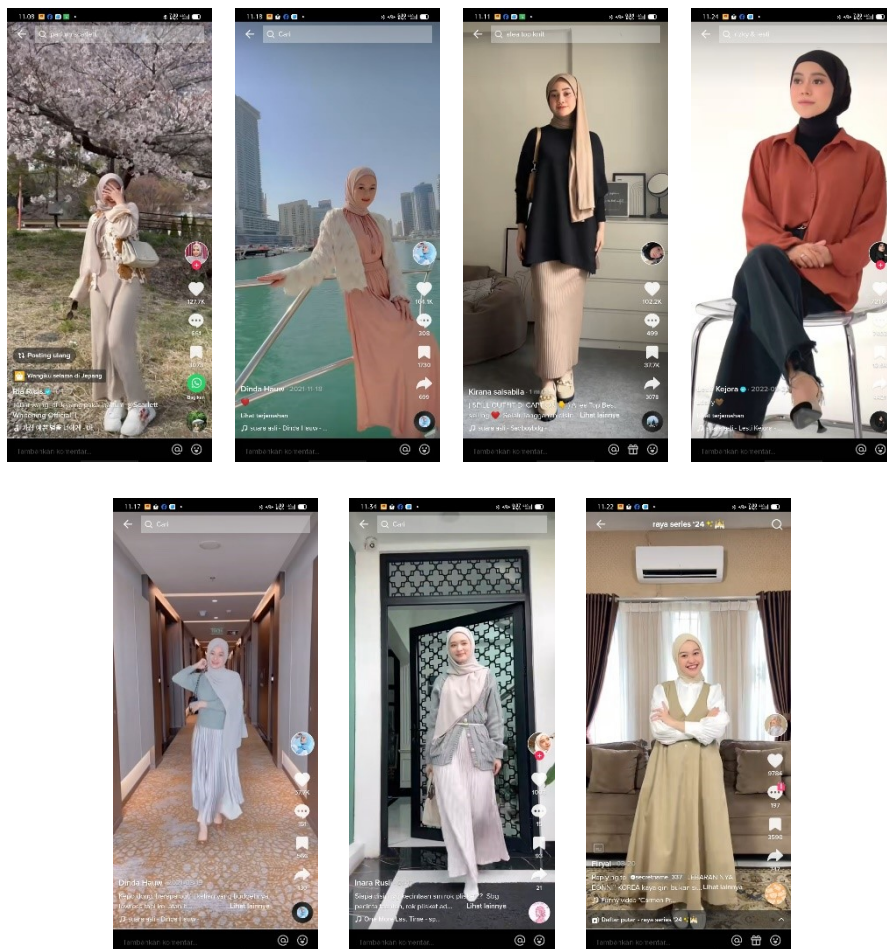
¹⁹ Dwi Putri Robiatul Adawiyah, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang," *Jurnal Komunikasi* 14, no. 2 (October 23, 2020): 135–48, <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>.

²⁰ Fajar Nurdiansyah dan Titin Suhartini, "Nilai Edukasi pada Aplikasi TikTok di Kalangan Remaja Kota Bandung," *Komunikasiana: Journal of Communication Studies* 3, no. 2 (December 27, 2021): 138–46, <https://doi.org/10.24014/kjcs.v0i0.14212>.

²¹ Abdul Mutib, "Hubungan intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan fenomena *fear of missing out* FOMO pada remaja awal" (undergraduate, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2023), <http://etheses.uin-malang.ac.id/54961/>.

²² Dhina Chahyanti, "26 Ide Konten Video TikTok yang Menarik dan Disukai - TIMES Indonesia," accessed January 19, 2024, <https://timesindonesia.co.id/glutera-news/464792/26-ide-konten-video-tiktok-yang-menarik-dan-disukai>.

di kalangan muslimah di Indonesia. Desain busana muslimah dibuat lebih menarik dan tidak ketinggalan zaman. *Influencer* atau artis-artis Indonesia mengenakan tren busana muslimah terbaru dalam kontennya di TikTok sehingga muslimah masa kini terobsesi untuk menirukan tren busana muslimah di TikTok.²³



Gambar 1. 5 Tren Busana Muslimah yang Digunakan Influencer dan Artis-Artis Indonesia dalam Konten di TikTok

Sumber: <https://www.tiktok.com>, diakses pada 29 April 2024

²³ Yayuh Khufibasyaris dan Hendi Suhendi, "Pengaruh Tren Hijab Fashion di Media Sosial Tiktok terhadap Cara Berpakaian Islami Mahasiswa Unisba Fakultas Dakwah Angkatan 2019," *Hikmah : Jurnal Dakwah Dan Sosial*, 30 Maret, 2024, 1–10, <https://doi.org/10.29313/hikmah.v4i1.3361>.

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk memahami lebih mendalam tentang perilaku FOMO (*Fear of Missing Out*) dalam tren busana muslimah oleh santri Al-Fath Rejomulyo Kediri. Dalam hal ini, peneliti melakukan observasi awal dan menemukan lebih dari 50% santri terkena FOMO dalam tren busana muslimah di TikTok dengan jumlah keseluruhan 281 santri.²⁴ Peneliti juga melakukan wawancara awal terhadap enam santri Al-Fath Rejomulyo Kediri.

Peneliti telah melakukan pengamatan awal yang menunjukkan bahwa santri mengalami FOMO dalam tren busana muslimah karena mengetahui busana muslimah terbaru melalui TikTok dan santri tersebut ingin mengikutinya. Fifin Andriani termasuk santri yang berperilaku FOMO dalam tren busana muslimah. Setiap ada tren terbaru di TikTok, Fifin merasa harus mempunyai busana muslimah tersebut. Fifin membeli busana muslimah terbaru setiap satu bulan satu kali bahkan sampai tiga kali.²⁵

Peneliti juga melakukan wawancara dengan Putri, Nila, Iklima, Fatma dan Aisyah. Mereka setiap malam selepas kegiatan diniyah selalu *scroll* TikTok. Apabila menemukan tren busana muslimah terbaru di TikTok, mereka akan membeli dan menggunakannya pada aktivitas sehari-harinya, seperti kuliah, diniyah, belajar kelompok, belanja dan jalan-jalan.²⁶

Berdasarkan observasi dan wawancara awal yang telah peneliti lakukan, santri Al-Fath Rejomulyo Kediri yang didominasi dari kalangan perekonomian menengah dan bawah rela menggunakan uang yang seharusnya untuk membeli buku, tapi digunakan untuk membeli tren busana muslimah. Dalam hal ini, santri

²⁴ Hasil wawancara dengan Nuril Pengurus PP Al-Fath Rejomulyo Kediri, 26 Desember 2023.

²⁵ Hasil wawancara dengan Fifin Andriani santri Al-Fath Rejomulyo Kediri, Wawancara Pembelian busana dalam satu Bulan.

²⁶ Santri Al-Fath Putri, Nila, Iklima, Fatma dan Aisyah, Aktivitas Scroll TikTok, 22 Januari, 2024.

Al-Fath Rejomulyo Kediri berperilaku FOMO dalam tren busana muslimah di TikTok. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Perilaku FOMO (*Fear Of Missing Out*) dalam tren busana muslimah di Tiktok oleh Santri Al-Fath Rejomulyo Kediri”.

B. Fokus Penelitian

Dengan mengacu pada konteks yang telah dijelaskan, peneliti mengambil fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk-bentuk perilaku FOMO (*Fear of Missing Out*) dalam tren busana muslimah di TikTok yang ditunjukkan oleh santri Al-Fath Rejomulyo Kediri?
2. Mengapa santri Al-Fath Rejomulyo Kediri berperilaku FOMO (*Fear of Missing Out*) dalam tren busana muslimah di TikTok?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk memahami bentuk-bentuk perilaku FOMO (*Fear of Missing Out*) dalam tren busana muslimah di TikTok yang ditunjukkan oleh santri Al-Fath Rejomulyo Kediri.
2. Untuk memahami alasan santri Al-Fath Rejomulyo Kediri berperilaku FOMO (*Fear of Missing Out*) dalam tren busana muslimah di TikTok.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoretis

- a. Diharapkan bahwa hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi secara teoretis dan wawasan mengenai perilaku FOMO (*Fear of Missing Out*) dalam tren busana muslimah di TikTok yang berkaitan dengan psikologi komunikasi.
- b. Menjadi referensi penelitian, terkhusus untuk penelitian-penelitian tentang perilaku FOMO (*Fear of Missing Out*) dalam tren busana muslimah yang berkaitan dengan media sosial.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat memberi manfaat untuk menggali ilmu pengetahuan, wawasan dan informasi peneliti mengenai perilaku FOMO dalam tren busana muslimah.

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian diharapkan mampu digunakan sebagai acuan bagi pihak lain yang hendak melakukan penelitian seputar FOMO di dunia komunikasi serta memberikan pemahaman mengenai perilaku FOMO dalam tren busana muslimah di media sosial.

c. Bagi Pengguna Informasi

Hasil penelitian diharapkan mampu menyajikan informasi positif dan bermanfaat. Selain itu, bisa digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dengan masalah penelitian yang berkesinambungan.

E. Definisi Konsep

1. Perilaku FOMO (*Fear of Missing Out*)

FOMO (*Fear of Missing Out*) merupakan rasa takut akan ketinggalan suatu momen yang sedang dialami oleh orang lain dan individu tidak ikut serta pada momen tersebut. FOMO menjadikan seseorang yang hanya berfokus pada dunia luar. Perilaku FOMO dapat ditandai ketika seseorang ingin selalu tampil *up to date* dan tidak ingin ketinggalan zaman yang disebabkan berlebihan dalam menggunakan media sosial.²⁷

2. Tren Busana Muslimah

Tren busana muslimah adalah tren yang mengikuti prinsip-prinsip Islam. Individu yang mengenakan busana muslimah mencerminkan komitmen sebagai seorang muslimah yang taat terhadap ajaran agamanya dalam berbusana sehari-hari. Busana muslimah bukan hanya merupakan sebuah simbol, melainkan dengan mengenakannya menunjukkan bahwa seorang muslim, muslimah, atau santri telah mematuhi aturan dan telah mengabdikan diri kepada ajaran agama Islam.²⁸

3. TikTok

TikTok adalah sebuah aplikasi berbasis jejaring sosial dan video musik yang *launching* dari tahun 2017. TikTok merupakan aplikasi yang dikembangkan oleh *ByteDance* China yang bergerak pada bidang teknologi.

²⁷ Siti Nuriyah Fathul Jannah dan Thalitha Sacharissa Rosyidiani, "Gejala *Fear of Missing Out* dan Adiksi Media Sosial Remaja Putri di Era Pandemi Covid-19," *Jurnal Paradigma: Jurnal Multidisipliner Mahasiswa Pascasarjana Indonesia* 3, no. 1 (10 Agustus, 2022), <https://doi.org/10.22146/jpmmppi.v3i1.73583>.

²⁸ Anis Nur'aini, "Pemaknaan Busana Remaja Muslim di Tengah Arus Modernisasi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta)" (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2011), <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/5689/>.

TikTok membuat ponsel pengguna layaknya studio berjalan, pengguna dapat berinteraksi melalui video konten berdurasi 15 detik- 3 menit. Video konten yang disajikan di TikTok juga beragam, seperti vlog, video tutorial, kegiatan sehari-hari, *review* barang atau makanan, berita terkini, edukasi, rekomendasi wisata serta tren busana muslimah.²⁹

F. Penelitian Terdahulu

1. Jurnal *FOMO di Media Sosial dan E-Whom: Pertimbangan Berbelanja Daring pada Marketplace* oleh Caroline Claudia Christy, Universitas Indonesia dalam Jurnal Studi Komunikasi pada tahun 2022. Jurnal ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pandangan yang subjektif dari pengalaman pengguna media sosial yang aktif memakai platform *marketplace* dalam kebutuhan belanja online mengenai keterkaitan antara FOMO, *eWhom* dengan pertimbangan belanja di *marketplace* baik dari sisi penerima maupun pengirim pesan *eWhom*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh informan menyatakan bahwa FOMO dan *eWhom* di media sosial memiliki kecenderungan untuk mendorong respon aktif untuk menggali informasi dan membagikan kepada orang terdekat sehingga dapat menentukan pertimbangan belanja baik di toko online atau di *marketplace*.³⁰

²⁹ Sofiatun Nisa, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok terhadap Tingkat Interaksi Sosial Siswa Kelas VII di SMP Negeri 17 Kota Jambi" (Skripsi, bimbingan konseling, 2022), <https://repository.unja.ac.id/43289/>. hal.12.

³⁰ Caroline Claudia Christy, "FOMO Di Media Sosial dan E-WoM : Pertimbangan Berbelanja Daring Pada Marketplace," *Jurnal Studi Komunikasi* 6, no. 1 (March 20, 2022): 331–57, <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jsk/article/view/4446>.

Tabel 1. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Jurnal FOMO di Media Sosial dan <i>E-Wom</i> : Pertimbangan Berbelanja Daring pada <i>Marketplace</i> oleh Caroline Claudia Christy. Universitas Indonesia dalam Jurnal Studi Komunikasi pada tahun 2022.	Penelitian ini sama-sama meneliti FOMO yang berkaitan dengan media sosial dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Penelitian ini tidak membahas mengenai tren busana muslimah.

Sumber: ejournal.unitomo.ac.id

2. Jurnal *Sindrom Fear Of Missing Out Sebagai Gaya Hidup Generasi Milenial di Kota Depok* oleh Lira Aisafitri dan Kiayati Yusriyah Universitas Gunadarma dalam Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi tahun 2020. Jurnal ini menetapkan fokus penelitian pada gaya hidup generasi milenial dan sindrom FOMO di Kota Depok, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan fenomenologi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami dan menganalisis fenomena sindrom FOMO yang muncul pada generasi milenial di Kota Depok dengan menerapkan teori Interaksi Simbolik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi milenial yang mengalami sindrom FOMO cenderung menunjukkan pola hidup yang sering melibatkan penggunaan ponsel, dan bagi mereka, akses ke media sosial menjadi sangat signifikan.³¹

³¹ Lira Aisafitri dan Kiayati Yusrifah, "Sindrom *Fear Of Missing Out* sebagai Gaya Hidup Milenial di Kota Depok," *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi* 2, no. 4 (18 September, 2020): 166–77, <https://doi.org/10.24014/jrmdk.v2i4.11177>.

Tabel 1. 2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Jurnal <i>Sindrom Fear Of Missing Out Sebagai Gaya Hidup Generasi Milenial di Kota Depok</i> oleh Lira Aisafitri dan Kiayati Yusriyah.	Penelitian ini sama-sama meneliti FOMO yang berkaitan dengan gaya hidup dan menggunakan metode kualitatif.	Studi ini menggunakan teori Interaksi Simbolik.

Sumber: ejournal.uin-suska.ac.id

3. Jurnal *Gejala Fear of Missing Out dan Adiksi Media Sosial Remaja Putri di Era Pandemi Covid-19* oleh Siti Nuriyah Fatkhul Jannah dan Thalitha Sacharissa Rosyidiani UIN Syarif Hidayatullah dalam Jurnal Paradigma tahun 2022. Jurnal ini mengambil masalah fenomena yang saat ini terjadi pada masyarakat tentang *fear of missing out* sebagai wujud ketergantungan atas media sosial remaja yang menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi berbagai bentuk FOMO yang dirasakan oleh remaja perempuan sebagai manifestasi dari ketergantungan pada media sosial. Hasil studi mengindikasikan bahwa remaja perempuan menunjukkan gejala FOMO terhadap media sosial yang kemudian berkontribusi pada adiksi media sosial.³²

Tabel 1. 3 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Jurnal <i>Gejala Fear of Missing Out dan Adiksi Media Sosial Remaja Putri di Era Pandemi Covid-19</i> oleh Siti Nuriyah Fatkhul Jannah dan Thalitha Sacharissa Rosyidiani UIN Syarif Hidayatullah dalam Jurnal Paradigma tahun 2022.	Penelitian ini sama-sama meneliti FOMO dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Penelitian ini tidak membahas mengenai tren busana muslimah.

Sumber: jurnal.ugm.ac.id

³² Jannah dan Rosyidiani, "Gejala *Fear of Missing Out* dan Adiksi Media Sosial Remaja Putri di Era Pandemi Covid-19."

4. Jurnal *Gaya Hidup Mahasiswa Pengidap Fear of Missing Out di Kota Palembang* oleh Lisy Septiani Putri, Dadang Hikmah Purnama dan Abdullah Idi, Universitas Sriwijaya dalam Jurnal Masyarakat dan Budaya tahun 2019. Jurnal ini memfokuskan pada gaya hidup mahasiswa yang mengalami sindrom FOMO di Palembang dengan menerapkan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik gaya hidup mahasiswa pengidap FOMO dan pembentukan citra dari gaya hidup, serta ruang sosial yang digunakan. Temuan dari penelitian ini mencerminkan bahwa karakteristik mahasiswa yang mengalami FOMO tercermin dalam gaya hidup mereka, citra diri, dan lingkungan sosial yang mereka ciptakan. Fenomena ini terbentuk sebagai hasil dari kebiasaan dan ketergantungan mahasiswa pada perangkat gawai.³³

Tabel 1. 4 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Jurnal <i>Gaya Hidup Mahasiswa Pengidap Fear of Missing Out di Kota Palembang</i> oleh Lisy Septiani Putri, Dadang Hikmah Purnama dan Abdullah Idi, Universitas Sriwijaya dalam Jurnal Masyarakat dan Budaya tahun 2019.	Penelitian ini sama-sama meneliti FOMO yang berkaitan dengan gaya hidup dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Penelitian ini tidak menjelaskan FOMO yang disebabkan oleh media sosial.

Sumber: jmb.lipi.go.id

³³ Lisy S. Putri, Dadang Hikmah Purnama, dan Abdullah Idi, "Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna Media Sosial di Kota Palembang (Studi pada Mahasiswa FOMO di Universitas Sriwijaya dan Universitas Muhammadiyah Palembang)," *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, November 9, 2019, 129–48, <https://doi.org/10.14203/jmb.v21i2.867>.

5. Jurnal *Hubungan antara Fear of Missing Out (FOMO) dengan Kecanduan Media Sosial pada Remaja Pengguna Media Sosial* oleh Ayu Pratiwi dan Anggita Fazriani, STIKES YATSI Tangerang dalam Jurnal Kesehatan tahun 2020. Jurnal ini mengambil masalah keterkaitan antara FOMO dengan Media sosial pada remaja. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana remaja pengguna media sosial Facebook di SMAN 14 Kabupaten Tangerang menunjukkan kecenderungan dan pengetahuan terkait dengan *Fear of Missing Out (FOMO)*, dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan uji Chi Square, nilai P-Value yang diperoleh adalah 0,000, yang lebih rendah dari tingkat signifikansi alpha sebesar 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *Fear of Missing Out (FOMO)* dan kecanduan media sosial.³⁴

Tabel 1. 5 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Jurnal <i>Hubungan antara Fear of Missing Out (FOMO) dengan Kecanduan Media Sosial pada Remaja Pengguna Media Sosial</i> oleh Ayu Pratiwi dan Anggita Fazriani, STIKES YATSI Tangerang dalam Jurnal Kesehatan tahun 2020.	Penelitian ini sama-sama meneliti FOMO yang mempunyai hubungan dengan penggunaan media sosial dan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Penelitian ini tidak membahas mengenai gaya hidup atau tren busana dan menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Sumber: jurnal.uym.ac.id

³⁴ Ayu Pratiwi dan Anggita Fazriani 21 Dosen STIKes YATSI Tangera, "Hubungan Antara *Fear of Missing Out (FOMO)* dengan Kecanduan Media Sosial Pada Remaja Pengguna Media Sosial," *Jurnal Kesehatan* 9, no. 1 (May 30, 2020): 1–13, <https://jurnal.uym.ac.id/index.php/kesehatan/article/view/152>.