

**KLASTER PENELITIAN  
PEMBINAAN (KPP)**

**LAPORAN PENELITIAN**



**PENGARUH PERUBAHAN PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP SINDROM  
FEAR OF MISSING OUT (FOMO) PADA MAHASISWA MUSLIM DI KOTA  
MEDAN**

**PENELITI:**

**AHMED FERNANDA DESKY, M.Si. (KETUA)**

Dibiayai oleh Dana DIPA Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
Sesuai Surat Perjanjian tentang Pelaksanaan Bantuan Penelitian  
Pembinaan/Kapasitas Tahun Anggaran 2024  
Nomor: B.24/Un.11.R/L2.3/KS/0.2/03/2024 Tanggal 15 Maret 2024,  
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara,  
Kementerian Agama

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2024**

## LEMBAR PENGESAHAN

1. a. Judul Penelitian : Pengaruh Perubahan Perilaku Konsumtif Terhadap Sindrom Fear of Missing Out (FOMO) Pada Mahasiswa Muslim di Kota Medan
- b. Kluster Penelitian : Penelitian Pembinaan/Kapasitas
- c. Bidang Keilmuan : Ilmu Sosial
- d. Kategori : Kelompok
2. Ketua Peneliti : Ahmed Fernanda Desky, M.Si.
3. ID Peneliti : 20100810110326
4. Unit Kerja : Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan
  
5. Tim Pelaksana :
  - a. Ketua : Ahmed Fernanda Desky, M.Si.
  - b. Anggota : -
  - c. Mahasiswa :
    1. Ardi Nur Wahyu
    2. Widya Permita
    3. Alvira Wiabda Sari Tambunan
6. Waktu Penelitian : 5 s/d 6 bulan Tahun 2024
7. Lokasi Penelitian : UIN Sumatera Utara Medan
4. Biaya Penelitian : Rp. 20.000.000 ,- (*dua puluh juta rupiah*)

Disahkan oleh Ketua  
LP2M UIN SU Medan

**Dr. Nispul Khoiri, M.Ag**  
NIP.197204062007011047

Medan, 2 Oktober 2024  
Peneliti



**Ahmed Fernanda Desky, M.Si.**  
NIP. 199101222020121011

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama : Ahmed Fernanda Desky, M.Si.  
Jabatan : Ketua Peneliti  
Unit Kerja : Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan  
Alamat : Jl. SM. Raja, Garu V No.72 Medan

dengan ini menyatakan bahwa:

1. Judul penelitian “Pengaruh Perubahan Perilaku Konsumtif Terhadap Sindrom *Fear of Missing Out* (FOMO) Pada Mahasiswa Muslim di Kota Medan” merupakan karya orisinal saya.
2. Jika di kemudian hari ditemukan fakta bahwa judul, hasil atau bagian dari laporan penelitian saya merupakan karya orang lain dan/atau plagiasi, maka saya akan bertanggung jawab untuk mengembalikan 100% dana hibah penelitian yang telah saya terima, dan siap mendapatkan sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 2 Oktober 2024  
Yang Menyatakan,



**Ahmed Fernanda Desky, M.Si.**  
NIP. 199101222020121011

## ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang pengaruh perubahan perilaku konsumtif terhadap sindrom *Fear of Missing Out* pada mahasiswa muslim di kota Medan. Hadirnya media sosial di arena sosial mahasiswa muslim ternyata dapat mempengaruhi gaya hidup dan proses interaksi sosial, yang dapat menyebabkan perubahan sosial dan perilaku konsumtif yang terindikasi sindrom *Fear of Missing Out*. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan pengaruh perubahan sosial dan perilaku konsumtif terhadap sindrom *Fear of Missing Out* serta menganalisis perubahan perilaku konsumtif pada mahasiswa muslim yang terindikasi *Fear of Missing Out* dari sudut pandang sosiologi dan sudut pandang Islam. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survey. Responden penelitian ini adalah mahasiswa muslim Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan yang berjumlah 100 Orang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kemudian dianalisis secara deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ternyata setiap variabel yang diuji memiliki pengaruh yang signifikan antara perubahan perilaku konsumtif terhadap sindrom *Fear of Missing Out*. Adanya pengaruh positif antara perubahan sosial terhadap Sindrom *Fear of Missing Out* sebesar 0,761, adanya pengaruh positif antara perilaku konsumtif terhadap Sindrom *Fear of Missing Out* sebesar 0,866 serta adanya pengaruh positif antara perubahan sosial terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,693. Berdasarkan sudut pandang sosiologis, setiap mahasiswa pernah mengalami sindrom *Fear of Missing Out* karena telah dipengaruhi oleh hubungan yang dibentuk oleh sistem budaya global itu sendiri. Mahasiswa dari daerah pedesaan yang merantau melanjutkan studinya ke Kota Medan kini membawa perubahan perilaku dan gaya hidup yang tadinya biasa saja menjadi modern sama halnya seperti masyarakat perkotaan. Dari sudut pandang Islam, sebagian dari mahasiswa muslim mampu mengontrol diri dalam menghadapi perubahan sosial dan perilaku konsumtif yang bisa membangun hubungan pertemanan yang positif. Mereka mampu meminimalisir terjadinya perilaku sindrom *Fear of Missing Out* melalui penanaman nilai-nilai agama dan sangat membutuhkan dalil-dalil berdasarkan Al-Quran dan Hadist agar terhindar dari perilaku yang terindikasi sindrom *Fear of Missing Out*.

**Kata Kunci:** *Perubahan Sosial, Perilaku Konsumtif, Penggunaan Media Sosial, Fear of Missing Out*

## **ABSTRACT**

*This research discusses the influence of changes in consumer behavior on Fear of Missing Out syndrome among Muslim students in the city of Medan. The presence of social media in the social arena of Muslim students can influence lifestyles and social interaction processes, which can cause social changes and consumer behavior which the Fear of Missing Out syndrome indicates. This research aims to describe the influence of social change and consumer behavior on the Fear of Missing Out syndrome and to analyze changes in consumer behavior among Muslim students who are indicated by Fear of Missing Out from a sociological and Islamic perspective. This research uses quantitative methods with a survey approach. The respondents of this research were 100 Muslim students at the Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires and then analyzed descriptively, testing validity and reliability, classical assumption test, and hypothesis testing using SPSS version 22. The study results showed that each variable tested significantly influenced changes in consumer behavior Fear of Missing Out Syndrome. There is a positive influence between social change and the Fear of Missing Out Syndrome of 0.761, a positive influence between consumer behavior and the Fear of Missing Out Syndrome of 0.866, and a positive influence between social change and consumptive behavior of 0.693. Based on a sociological point of view, every student has experienced the Fear of Missing Out syndrome because they have been influenced by the relationships formed by the global cultural system itself. Students from rural areas who have migrated to continue their studies in the city of Medan are now changing behaviors and lifestyles that were previously ordinary to become modern, just like urban communities. From an Islamic perspective, some Muslim students can control themselves in facing social changes and consumer behavior which can build positive friendship relationships. They can minimize the occurrence of Fear of Missing Out syndrome behavior by instilling religious values and need arguments based on the Al-Quran and Hadith to avoid behavior that is indicated by Fear of Missing Out syndrome.*

**Keywords:** *Social Change, Consumptive Behavior, Use of Social Media, Fear of Missing Out*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT tuhan pencipta alam semesta. Tak lupa pula peneliti hanturkan shalawat beriring salam kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, petunjuk, dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian dengan lancar dan sukses. Penelitian ini merupakan penelitian pembinaan yang didanai oleh BOPTN UIN Sumatera Utara Tahun Anggaran 2024 yang berjudul “Pengaruh Perubahan Perilaku Konsumtif Terhadap Sindrom *Fear of Missing Out* Pada Mahasiswa Muslim di Kota Medan”. Penelitian ini dibuat sebagai sarana untuk menambah hasil riset di bidang kajian ilmu terapan di bidang sosial dan sarana referensi ilmiah bagi UIN Sumatera Utara khususnya di dalam kajian ilmu sosial keagamaan.

Dari sudut pandang sosiologi, peneliti mempersepsikan *Fear of Missing Out* sebagai aktivitas seseorang dalam melihat peristiwa-peristiwa yang tidak dapat dilewatkan begitu saja sehingga menimbulkan *Fear of Missing Out* menjadi budaya yang populer saat ini. Namun dalam studi psikologi, *Fear of Missing Out* merupakan salah satu gejala psikologis seseorang yang terus-menerus menggunakan jejaring sosial untuk memuaskan keinginan atau membangun reputasi dan dianggap sebagai orang yang mudah bergaul, modern, dan tidak paham teknologi, selalu memperbarui informasi yang relevan agar dapat dikenali oleh orang lain yang mengulasnya. Perilaku *Fear of Missing Out* dapat berdampak pada kebiasaan seseorang dalam memandang kehidupan orang lain lebih baik dibandingkan kehidupannya sendiri.

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca terutama kalangan peneliti, pemangku kebijakan maupun mahasiswa. Tentu saja pada penelitian ini juga memiliki kekurangan dari berbagai aspek. Oleh karena itu, peneliti berharap adanya kritik maupun saran dari para pembaca untuk menambah kualitas penelitian ini demi menambah hasil pemikiran-pemikiran baru dalam mengembangkan khazanah keilmuan dengan cara melanjutkan riset-riset yang berkaitan dengan judul penelitian ini. Mudah-mudahan penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam perkembangan riset yang relevan dalam mengkaji teori-teori bidang ilmu sosiologi kedepannya. Wallahu a’lam bi shawab.

Medan, Oktober 2024

Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>I</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>II</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>III</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>IV</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>VII</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>VIII</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latarbelakang Masalah.....	1
B. Research Gap .....	4
C. Batasan Masalah .....	5
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB 2 KAJIAN TEORI</b> .....	<b>8</b>
A. Konsep atau Teori yang Relevan.....	8
1. Teori Perubahan Sosial .....	8
a. Konsep Perubahan Sosial .....	9
b. Unsur-Unsur Perubahan Sosial .....	11
2. Perilaku Masyarakat Konsumtif dalam Perpektif Sosiologis .....	12
3. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam.....	13
4. Memahami Sindrom <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO) sebagai Budaya Populer di Indonesia	
15	
a. Mengenal Sindrom Fear of Missing Out (FoMO) .....	15
b. Dampak Negatif dari Sindrom Fear of Missing Out (FoMO).....	16
c. Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) suatu Kajian Budaya Populer dalam	
Bermedia Sosial .....	17
B. Kajian Terdahulu yang Relevan .....	18
C. Kerangka Teori .....	21
D. Hipotesis .....	22
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	<b>23</b>
A. Jenis Penelitian .....	23
B. Identifikasi Variabel Penelitian .....	23

C. Rencana Pembahasan .....	24
D. Tempat dan Waktu Pelaksanaan Penelitian.....	25
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data .....	27
1. Teknik Pengumpulan Data .....	27
2. Instrumen Penelitian .....	28
G. Teknik Analisis Data .....	30
1. Validitas dan Reliabilitas .....	30
a. Uji Validitas .....	30
b. Uji Reliabilitas.....	31
2. Analisis Deskriptif.....	31
3. Uji Asumsi Klasik .....	31
4. Uji Hipotesis .....	32
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
A. Hasil Penelitian.....	33
1. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	33
2. Penyajian Data Analisis Deskriptif.....	33
a. Karakteristik Responden .....	34
b. Deskripsi Variabel Perubahan Sosial dan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Perhitungan Skor Variabel Independen (X) .....	43
c. Deskripsi Variabel Sindrom Fear of Missing Out (FoMO) Berdasarkan Perhitungan Skor Variabel Dependen (Y) .....	48
3. Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	50
a. Uji Validitas .....	50
b. Uji Reliabilitas.....	52
4. Pengujian Asumsi Klasik Data .....	53
a. Uji Normalitas .....	53
b. Uji Heteroskedastisitas .....	53
5. Penyajian Analisis Data Korelasi .....	54
a. Uji Korelasi .....	54
B. Temuan Penelitian .....	56
1. Pengaruh Perubahan Perilaku Konsumtif Terhadap Sindrom Fear of Missing Out (FoMO) .....	56



2.	Perubahan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Muslim yang Terindikasi Sindrom Fear of Missing Out (FoMO) dalam Perspektif Sosiologis dan Perspektif Islam .....	57
	<b>BAB 5 KESIMPULAN .....</b>	<b>61</b>
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>62</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3.1 Rencana Jadwal Penelitian .....	25
Tabel 3.2 Jumlah Populasi Mahasiswa Muslim di UIN Sumatera Utara .....	26
Tabel 3.3 Jumlah Sampel Pada Setiap Fakultas di UIN Sumatera Utara .....	27
Tabel 3.4 Skala Pengukuran .....	29
Tabel 3.5 Variabel Penelitian .....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	34
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Fakultas .....	35
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asli Warga Medan .....	36
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Tempat Tinggal Selama Kuliah.....	36
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan .....	37
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Selama Kuliah .....	38
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Selama Kuliah .....	39
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan.....	40
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Akun Media Sosial yang Dimiliki .....	41
Tabel 4.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Menggunakan Media Sosial per Hari .....	41
Tabel 4.12 Karakteristik Responden Berdasarkan Platform E-Commerce yang Terinstal di HP... ..	42
Tabel 4.13 Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Menggunakan Platform E-Commerce per Hari .....	42
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terkait Perubahan Sosial .....	44
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terkait Perilaku Konsumtif .....	46
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terkait Sindrom Fear of Missing Out (FoMO).....	49
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas .....	51
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	52
Tabel 4.19 Hasil Uji Normalitas .....	53
Tabel 4.20 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	54
Tabel 4.21 Hasil Uji Spearman.....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur berfikir perubahan perilaku konsumtif terhadap sindrom Fear of Missing Out (FoMO) pada mahasiswa muslim pengguna media sosial .....	21
Gambar 3.1 Variabel Independen dan Variabel Dependen .....	23

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latarbelakang Masalah

Perkembangan globalisasi di bidang teknologi digital kini telah menciptakan suatu jaringan kompleks yang menghubungkan negara, perusahaan, dan individu di seluruh dunia termasuk juga terkait tentang konektivitas jaringan melalui internet dan telekomunikasi yang memungkinkan pertukaran informasi, barang, dan ide di seluruh dunia. Internet yang ada di masyarakat saat ini merupakan gagasan ilmuwan Levi C. Finch dan Robert W. Taylor, yang meneliti relasi global pada tahun 1960-an. Pada tahun 1980-an, komersialisasi dan privatisasi Internet di Amerika Serikat memungkinkan beroperasinya *Internet Service Provider (ISP)* (Salinding dan Soetjningsih 2022).

Internet mulai mengalami perkembangan yang begitu cepat pada tahun 1990-an dan menjadi katalis penting yang mengubah pola interaksi dan komunikasi antar manusia. Berdasarkan laporan *We Are Social* menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 213 juta pada Januari 2023. Angka tersebut mewakili 77% dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 276,4 juta jiwa pada awal tahun ini. Jumlah pengguna Internet dalam negeri meningkat 5,44% dibandingkan tahun sebelumnya (year-on-year/yoy). Pada Januari 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia hanya tinggal 202 juta.

Tidak dapat dipungkiri perkembangan globalisasi menimbulkan berbagai perubahan yang dialami oleh masyarakat baik secara general maupun personal. Perubahan sosial konsisten dalam berbagai bentuk tindakan masyarakat yang tidak bisa dihindarkan. Hal ini dikarenakan manusia merupakan makhluk sosial yang senantiasa berkembang dan dinamis serta dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya, norma sosial dan media massa di sekitarnya juga memainkan peran penting dalam mengarahkan perubahan sosial.

Media sosial dianggap memiliki kemampuan besar untuk membentuk opini, sikap, dan perilaku individu maupun masyarakat (Dianto 2019). Pengaruh media sosial khususnya bagi generasi Z seakan mengalami perubahan sosial secara signifikan. Struktur, pola, dan nilai di setiap lapisan masyarakat dalam kurun waktu tertentu mengalami perkembangan semakin cepat pula yang dapat menembus ruang dan waktu sehingga berdampak pada tingginya tingkat penggunaan media sosial yang dapat menimbulkan kekhawatiran di dalam diri mereka terutama terkait pada kecanduan media sosial. Kecanduan ini dapat membuat suatu individu merasa selalu terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain di media sosial sehingga

menimbulkan kecemasan dan ketakutan atas ketertinggalan berita dan trend di masa kini (Clairine, Lestari, dan Wiyono 2023).

Dewasa ini, sering kita lihat fenomena sosial yang lagi trend di media sosial seperti facebook, Instagram, tiktok, threads, dan twitter atau X. salah satunya fenomena *war* (perang) atau *presale* tiket konser Coldplay di Jakarta pada tahun 2023. Penelitian Harisnanda dkk, (2023) menemukan bahwa fenomena *war* tiket konser Coldplay menunjukkan akibat dari perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keinginan untuk memenuhi kebutuhan sosial, keinginan untuk mendapatkan pengalaman unik, serta pengaruh media sosial yang menciptakan kesadaran dan minat terhadap konser yang sebenarnya beberapa orang dari mereka bukanlah dari kalangan fans berat dari band tersebut. Selain konser, ada juga trend berbelanja di *e-commerce* dengan menantikan *flash sale* dari berbagai platform berbelanja seperti Shopee, Lazada, Blibli, Tokopedia dan lain sebagainya. Selanjutnya, ada pula fenomena fashion, olah raga, makanan, minuman, dan lain-lain.

Dari berbagai fenomena tersebut, trend ini malah dirasakan oleh mahasiswa terkesan adanya perasaan penasaran atau hanya sekedar ikut-ikutan momen yang sedang viral. Momen tersebut lalu diunggah sebagian orang di media sosial agar dapat memotivasi masyarakat digital atau disebut sebagai netizen untuk membandingkan hidupnya dengan hidup pengguna media sosial lainnya demi mendapatkan pengakuan bagi orang lain. Perasaan yang didapatkan orang tersebut menjadi daya tarik tersendiri baginya bahwa dia mampu mengikuti perkembangan zaman saat ini.

Media sosial hadir sebagai salah satu faktor pendukung perubahan sosial menimbulkan masalah bagi masyarakat khususnya bagi mahasiswa yang merupakan generasi milenial masa kini. Sindrom *Fear of Missing Out* atau disingkat sebagai FoMO merupakan suatu keadaan seseorang yang merasa takut tertinggal oleh trend yang sedang viral di media sosial. Perasaan yang dialami oleh individu menjadi satu fenomena yang menarik untuk diteliti mengingat bahwa perkembangan masyarakat di arena perkotaan yang sangat cepat dan rentan mengalami perubahan yang cukup pesat. Salinding dan Soetjiningsih (2022) mengatakan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) merupakan suatu perasaan cemas yang intens yang terjadi ketika individu tidak dapat merasakan, melihat, atau memiliki pengalaman yang sama dengan orang lain.

Kehadiran *Fear of Missing Out* (FoMO) di era digital saat ini merupakan salah satu penyebab hadirnya gejala sosial yang diakibatkan dari kurangnya filterisasi media sosial yang berujung pada kecanduan bagi generasi milenial. Penelitian Aresti dkk (2023) menunjukkan bahwa *fear of missing out* (FoMO) dapat mempengaruhi kecanduan dalam menggunakan TikTok pada remaja. Penelitian Zahroh & Sholichah (2022) menunjukkan terdapat korelasi

antara konsep diri dan regulasi diri terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO) di kalangan mahasiswa pengguna Instagram. Berdasarkan jenis kelamin, penelitian Hakim dkk (2023), menunjukkan ternyata perempuan lebih rentan mengalami fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) dibandingkan laki-laki.

Berdasarkan dari sudut pandang sosiologis, peneliti mempersepsikan sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) sebagai suatu aktifitas seseorang dalam melihat peristiwa yang tidak boleh terlewatkan bagi diri sendiri sehingga menjadikan *Fear of Missing Out* (FoMO) sebagai budaya populer di masa kini. Namun, dalam kajian psikologis, *Fear of Missing Out* (FoMO) merupakan salah satu gejala psikis yang dialami seseorang dalam bermedia sosial secara terus menerus demi memuaskan hasrat atau pembentuk prestise diri yang dianggap sebagai seorang yang pandai bergaul, modern, tidak gagap teknologi, selalu *up to date* terkait informasi untuk mendapatkan pengakuan bagi orang lain yang menilainya.

Perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) bisa juga dikaitkan dengan sindrom pada diri sendiri yang tidak diketahui secara nyata bentuk penyakitnya. Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) dapat berdampak sebagai suatu prasangka pada diri seseorang dalam melihat kehidupan orang lain dianggap lebih baik daripada kehidupannya sendiri. Biasanya, sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) dapat dialami seseorang terkait melihat aktivitas sosial, kepemilikan harta, status sosial, pencapaian diri dan kesuksesan karir orang lain.

Fenomena perubahan perilaku konsumtif terhadap perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) di kalangan mahasiswa muslim pengguna media sosial nampaknya menjadi satu kajian baru dalam perspektif sosiologis. Jumlah populasi mahasiswa Islam baik di kampus swasta maupun negeri di kota Medan sangat banyak jumlahnya. Peneliti berfokus melihat meneliti dengan menentukan objek penelitian di UIN Sumatera Utara Medan. Mayoritas mahasiswa di kampus tersebut nampaknya dapat mewakili data penelitian peneliti untuk data digali informasinya sesuai kebutuhan peneliti karena secara demografis kampusnya juga terletak di wilayah perkotaan dan suburban. Berdasarkan data yang diperoleh dari website <https://sipandai.uinsu.ac.id>, jumlah mahasiswa aktif tingkat Sarjana (S-1) di kampus ini sebanyak 23.464 orang. Dari jumlah tersebut peneliti menganggap bahwa objek kajian tersebut dapat mewakili mahasiswa muslim yang ada di kota Medan.

Meskipun kajian ini sudah banyak diteliti oleh disiplin ilmu psikologi, namun, dalam perspektif sosiologis penelitian ini masih minim sehingga menimbulkan novelty tersendiri pada kajian ini. Selain itu, pandangan masyarakat melihat fenomena sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) dapat dihubungkan dengan landasan nilai-nilai keislaman untuk bijak dalam bermedia sosial. Apalagi dalam ajaran islam melarang setiap umat manusia untuk bisa membatasi nafsu

dan keinginannya. Perlu adanya penguatan nilai-nilai dan norma pada diri sendiri untuk bisa mengontrol tindakan yang sebenarnya secara sadar maupun tidak sadar dapat merugikan diri dan orang lain. Tanpa adanya penguatan nilai-nilai dan norma-norma agama maka akan menimbulkan berbagai masalah sosial khususnya dalam aspek perubahan sosial dan perilaku konsumtif yang berlebihan. Sebab, manusia diperintahkan untuk tidak harus berlebihan memamerkan harta maupun aktifitas sosialnya secara berlebihan karena dapat menimbulkan penyakit hasad (iri dan dengki) bagi orang lain yang melihatnya atau bahasa kekiniannya sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO).

## **B. Research Gap**

Berdasarkan latarbelakang di atas, *research gap* pada penelitian ini merujuk pada beberapa kajian terdahulu yang membahas tentang Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) yang pertama yaitu penelitian yang dilakukan Putri dkk (2019) yang menunjukkan hasil bahwa gaya hidup mahasiswa yang terindikasi *Fear of Missing Out* (FoMO) dapat dikenali dari karakteristik, citra diri, dan ruang sosialnya. Hal ini disebabkan oleh kebiasaan FoMO mahasiswa dan kecanduan menggunakan gadget dan media sosial.

Kedua, penelitian penelitian yang dilakukan Aisafitri, L., & Yusrifah, K. (2020) nampaknya penelitian tidak hanya sekedar menganalisis fenomena tersebut menggunakan kajian analisis teori interaksionisme simbolik. Sebab, Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) tidak hanya berbicara simbol atau ciri-ciri remaja dalam membangun relasi emosional yang membuat dirinya lebih sering memperhatikan postingan orang lain yang seolah kondisi hidupnya baik-baik saja.

Ketiga, penelitian Widiyastono & Santi (2022) yang menunjukkan adanya perbedaan kadar FoMO berdasarkan jenis kelamin. Ternyata perempuan memiliki tingkat FoMO yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Keempat, penelitian Sulastri & Sylvia (2022) yang menunjukkan bahwa terdapat proses interaksi sosial pada mahasiswa yang bermasalah sehingga menimbulkan hambatan dalam berinteraksi sosial khususnya di lingkungan kampus cenderung mengurangi interaksi sosialnya secara langsung.

Berdasarkan *research gap* dari penelitian-penelitian terdahulu yang telah diuraikan, maka peneliti menyadari bahwa masih ada beberapa kesenjangan penelitian yang telah dijelaskan oleh peneliti tersebut. Oleh karena itu, peneliti berpendapat bahwa penelitian ini juga memerlukan kebaruan dari penelitian-penelitian sebelumnya, sehingga menghasilkan penelitian terbaru (*novelty*) dengan tema *Fear of Missing Out* (FoMO) yang berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti berupaya

memunculkan sesuatu yang baru dan mengisi kesenjangan yang muncul pada penelitian-penelitian sebelumnya.

Maka dari itu, pada penelitian ini perlu adanya penambahan konsep gejala terjadinya sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) seperti selalu memeriksa handphone/gadget, lebih peduli dengan media sosial, selalu tertarik dengan kehidupan orang lain, selalu ingin tahu gosip terbaru, menghabiskan uang secara berlebih dari kemampuan dan mengikuti semua trend yang lagi viral walaupun tidak menyukainya. Selain itu, pisau analisis dalam perpektif teori sosiologis tidak hanya di lihat dari kacamata teori interaksionsime simbolik melainkan bisa menganalisisnya dengan menggunakan teori perubahan sosial yang dialami secara personal.

Selanjutnya, perilaku sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) tidak hanya diukur secara kuantatif berdasarkan jenis kelamin saja melainkan bisa juga diukur dari aspek durasi menggunakan media sosial setiap hari yang diduga sebagai pecandu media sosial serta cara mahasiswa berperilaku konsumtif sebenarnya juga dapat mempengaruhi oleh media sosial, sehingga penelitian lanjutan ini sangat patut untuk diteliti kembali karena terdapat beberapa fakta yang menunjukkan bahwa dalam mengkonsumsi suatu barang ternyata tidak hanya sekedar untuk mencukupi kebutuhan melainkan juga mengabdikan keinginan serta lebih menunjukkan gengsi kepada orang lain. dengan kata lain orang tersebut tidak ketinggalan zaman dan informasi yang berkembang di media sosial.

### **C. Batasan Masalah**

Batasan masalah berfungsi untuk menghindari pertentangan atau memperluas permasalahan pokok sehingga penelitian lebih terfokus dan mudah dibahas demi mencapai tujuan penelitian. Adapun batasan masalah pada peneltian dapat di lihat sebagai berikut:

1. Penyebab terjadinya perubahan sikap dalam menggunakan media sosial
2. Keaktifan mahasiswa muslim saat berada di arena sosial media
3. Pola interaksi mahasiswa muslim di selama arena sosial digital
4. Gaya hidup mahasiswa muslim dalam bermedia sosial
5. Indikasi Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa muslim
6. Analisis perubahan perilaku konsumtif dalam perspektif sosiologis dan perspektif Islam



#### **D. Rumusan Masalah**

Merujuk pada latarbelakang penelitian yang dideskripsikan di atas, penelitian ini terfokus pada pada mahasiswa muslim pengguna media sosial di Kota Medan. Oleh sebab itu maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh perubahan sosial terhadap sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO)?
2. Apakah ada pengaruh perilaku konsumtif terhadap sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO)?
3. Apakah ada pengaruh perubahan sosial terhadap perilaku konsumtif?
4. Bagaimana perubahan perilaku konsumtif mahasiswa muslim yang terindikasi sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) dalam perspektif sosiologi dan perspektif islam?

#### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mendeskripsikan pengaruh perubahan sosial terhadap sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO).
- b. Untuk mendeskripsikan pengaruh perilaku konsumtif terhadap sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO).
- c. Untuk mendeskripsikan pengaruh perubahan sosial terhadap perilaku konsumtif.
- d. Untuk menganalisis perubahan perilaku konsumtif mahasiswa muslim yang terindikasi sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) dalam perspektif sosiologi dan perspektif islam.

##### 2. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

###### a. Bagi Peneliti

Memperkaya ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai subjek perubahan sosial dan perilaku konsumtif mahasiswa muslim sebagai generasi milenial dan juga melatih keterampilan menulis secara teknis dalam analisis isu-isu sosial digital.

###### b. Bagi Pemerintah Kota Medan

Memberikan informasi dalam bentuk masukan dan pertimbangan yang bermanfaat dalam mengembangkan layanan publik yang berguna, inovatif dan dapat diandalkan. Sebagai pemegang kebijakan, pemerintah merencanakan, merancang atau menetapkan aturan mengenai penggunaan media sosial agar tidak berlebihan,

dengan tujuan untuk meminimalkan perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa muslim Kota Medan baik dari sisi positif maupun negatif.

c. Bagi Lembaga Perguruan Tinggi

Menambah referensi yang bersifat ilmiah bagi UIN Sumatera Utara Medan. Hasil penelitian ini dijadikan sebagai analisis kajian teori sosiologi khususnya studi mata kuliah sosiologi kontemporer, sosiologi perkotaan, sosiologi agama dan isu-isu masyarakat generasi milenial di era digital. Penelitian ini juga nantinya dapat dikembangkan menjadi penelitian lebih lanjut dari sudut pandang sosiologi.

d. Bagi Masyarakat

Melihat fenomena perubahan sosial dan perilaku masyarakat konsumtif khususnya pada mahasiswa muslim generasi Z pengguna media sosial yang tinggal di perkotaan yang mengalami sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO).

## **BAB 2**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Konsep atau Teori yang Relevan**

##### **1. Teori Perubahan Sosial**

Perilaku mahasiswa dalam bermedia sosial khususnya di wilayah perkotaan acapkali mengalami berbagai perubahan gaya hidup akibat dari perkembangan teknologi informasi tersebut, sehingga menimbulkan stigma yang dianggap sebagai trend atau pergaulan masa kini yang bersifat permisif. Perilaku permisif dalam bermedia sosial terkadang dianggap suatu hal yang wajar karena tidak berdampak pada kerugian bagi orang lain. Namun, terkadang perilaku bermedia sosial yang berlebihan secara perlahan dapat mempengaruhi sikap seseorang kepada masyarakat dan melanggar aturan nilai-nilai budaya dan agama.

Fenomena sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) nampaknya dipengaruhi oleh berbagai aspek di dalamnya sehingga menimbulkan perubahan sosial. Oleh karena itu, peneliti akan menggunakan teori perubahan sosial sebagai *grand theory* pada penelitian ini. Perubahan sosial adalah suatu kejadian yang secara logika di dalam masyarakat yang dapat hidup bersama dengan masyarakat lainnya. Perubahan sosial meliputi perubahan dimensi struktur sosial, fungsi sosial, hubungan sosial dan diferensiasi sosial. Perubahan sosial disebabkan juga dengan berkembangnya teknologi dan ekonomi, perubahan ideologi dan politik, serta persaingan dan konflik. Selain itu, perubahan sosial juga terjadi dalam suatu sistem sosial yang kompleks dan tidak memiliki dimensi tunggal, termasuk perubahan nilai, norma, sikap, dan pola perilaku masyarakat. Dalam kajian sosiologis, perubahan dimensi tersebut menjadi fenomena serius dalam mengkaji peradaban baru dan di dunia akademis (Samsudin 2017:4).

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. Narwoko (Goa 2017) berpendapat secara teoritis yang menjelaskan tentang perubahan sosial, misalnya dalam perspektif teori history sosial, perspektif struktural fungsional, perspektif konflik terstruktur, dan psikologi sosial. Mac Iver mengatakan perubahan sosial adalah perubahan dalam interaksi sosial (hubungan sosial) atau dalam keseimbangan hubungan sosial. Berbeda dengan Selo Soemartjan, ia mengatakan bahwa perubahan sosial adalah perubahan pranata-pranata sosial suatu masyarakat yang mempengaruhi sistem sosial, nilai-nilai, sikap dan perilaku kelompok-kelompok dalam masyarakat tersebut.

Talcott Parsons mengatakan teori perubahan sosial membahas tentang bagaimana masyarakat berubah dan proses apa saja yang terjadi selama perubahan tersebut (Prasetya, Nurdin, dan Gunawan 2021). Henry P.F. (2018) menjelaskan perubahan sosial sebagai segala bentuk perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan yang ada di dalam suatu masyarakat yang mempengaruhi system sosialnya termasuk didalamnya terdapat nilai-nilai, sikap-sikap, dan pola perilaku diantara kelompok masyarakat. Selain itu, Wilbert Moore mendefinisikan perubahan sosial sebagai perubahan penting dari struktur sosial. Struktur sosial yang dimaksud adalah pola-pola perilaku dan interaksi sosial yang diperoleh dari berbagai ekspresi struktur seperti norma, nilai dan fenomena kultural (Hilmi 2020).

Beberapa orang berpendapat bahwa perubahan tidak akan terjadi, atau setidaknya tidak ada perubahan signifikan, jika institusinya sendiri tidak melakukan perubahan. Ada juga yang berpendapat bahwa 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). Teori perubahan sosial dikemukakan oleh para ahli ternyata memiliki aspek yang berbeda-beda, tergantung dari sudut pandangnya masing-masing. Meski terdapat perbedaan pendapat yang tajam, para ahli sepakat bahwa perubahan sosial yang dialami mahasiswa dalam menggunakan media sosial sehingga menimbulkan pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sangat berkaitan erat dengan dimamika, kondisi, situasi, dan budaya yang ada di lingkungan sosialnya khususnya dalam perspektif islam.

#### **a. Konsep Perubahan Sosial**

Perubahan sosial merupakan suatu proses yang terjadi dalam masyarakat dan melibatkan perubahan nilai, norma, dan perilaku. Menurut Sihaloho dkk (2023), konsep perubahan sosial yang relevan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah:

##### **1) Modernisasi**

Modernisasi adalah proses perubahan sosial yang terjadi ketika masyarakat berpindah dari tradisi ke modernitas. Proses ini melibatkan perubahan nilai, norma dan perilaku serta penerapan teknologi baru dan sistem ekonomi yang lebih maju. Berdasarkan fenomena sindrom FoMO yang marak terjadi saat ini menunjukkan bahwa pengaruh modernisasi di dunia digital cukup kuat terhadap perubahan perilaku seseorang. Perubahan perilaku yang memicu terjadinya FoMO disebabkan oleh intensitas penggunaan media sosial yang berlebihan dan dapat berdampak pada hal-hal yang bersifat negative seperti perilaku konsumtif yang berlebihan, tumbuhnya kriminalitas, gangguan psikis, dan lain sebagainya.

## 2) Globalisasi

Globalisasi adalah proses perubahan sosial yang terjadi seiring dengan semakin terhubungnya masyarakat melalui teknologi dan perdagangan internasional. Pengaruh globalisasi saat ini secara tidak sadar telah mempengaruhi perubahan sosial dan perilaku konsumtif mahasiswa muslim di perkotaan yang kebanyakan mengadopsi kebudayaan-kebudayaan dunia luar atau ideologi Barat seperti Amerika atau ideologi Asia seperti Korea, Jepang dan Cina yang mengakibatkan penerimaan dari dalam diri maupun komunitasnya di media sosial. Hadirnya kebiasaan-kebiasan baru dalam penggunaan media sosial seperti munculnya pasar *e-commerce* dengan berbagai platformnya, update kejadian viral, presale tiket konser artis mancanegara maupun lokal, dan lain sebagainya.

## 3) Revolusi Industri 4.0

Revolusi Industri 4.0 merupakan proses transformasi sosial yang terjadi ketika masyarakat beralih dari produksi manual ke otomatisasi dengan dukungan teknologi digital. Proses ini melibatkan perubahan nilai, norma dan perilaku serta penerapan teknologi baru yang lebih kompleks. Pengaruh revolusi 4.0 menimbulkan rasa penasaran siswa yang cukup tinggi dalam menerima perubahan yang terjadi saat ini. Menurut Zis dkk (2021), teknologi saat ini sudah dapat diakses oleh berbagai kalangan masyarakat, baik di perkotaan maupun pedesaan. Saat ini teknologi digital dijadikan sebagai sarana atau media untuk berhubungan lebih intens tidak hanya bertemu secara langsung kepada keluarga maupun kolega tetapi sudah beralih ke ranah dunia maya yang dapat menjalin hubungan kepada semua orang yang terkadang menimbulkan aktifitas atau fantasi *Fear of Missing Out (FoMO)* berlebihan seperti ingin selalu mengikuti aktifitas terkini seperti berbelanja di *e-commerce*, Korean Wave, mengunjungi tempat-tempat yang lagi viral, makan dan minuman viral, nonton konser yang sedang hits, dan lain sebagainya. Setelah itu, mereka memposting kejadian tersebut ke sosial media dengan tujuan adanya pengakuan dari orang lain yang melihatnya.

## 4) Perubahan Demografi

Perubahan demografi adalah suatu proses perubahan sosial yang terjadi ketika suatu masyarakat mengalami perubahan struktur penduduknya, Proses ini mencakup perubahan nilai, norma dan perilaku sosial baru. Perubahan sosial sangat cepat diterima di wilayah perkotaan ketimbang di wilayah pedesaan baik dari aspek informasi, teknologi, pendidikan, dan lain sebagainya sehingga menimbulkan kecenderungan perubahan sosial yang terjadi dalam aspek demografi bagi mahasiswa muslim di perkotaan sangat cepat, sehingga dianggap lebih mudah menerima dan mengadopsi nilai-nilai kebudayaan baru versi kehidupan generasi Z yang tinggal

di kota metropolitan. Perilaku tersebut dianggap wajar dan tanpa memperhatikan perubahan perilaku pada dirinya yang berdampak pada dirinya baik secara fisik maupun bathin.

### **b. Unsur-Unsur Perubahan Sosial**

Unsur-unsur perubahan sosial sangat mempengaruhi dinamika kelompok sosial khususnya dikalangan pelajar. Mengutip dari artikel yang ditulis Goa (2017), perubahan sosial terbagi atas tiga unsur, yaitu unsur penyebab, unsur pendorong, dan unsur penghambat. Penjelasan ketiga unsur-unsur perubahan sosial tersebut dapat di lihat sebagai berikut:

#### 1) Unsur Penyebab

Perubahan sosial dalam kehidupan manusia terjadi karena adanya keinginan untuk berubah. Perubahan juga dapat terjadi melalui dorongan dari luar, sehingga masyarakat patuh terhadap perubahan tersebut, baik secara sadar maupun tidak sadar. Variasi berasal dari dua sumber, yaitu unsur acak dan unsur sistematis. Unsur acak antara lain iklim, cuaca, atau keberadaan kelompok tertentu sedangkan unsur sistematis yaitu unsur perubahan sosial yang disengaja dibuat. Keberhasilan faktor sistematis ditentukan oleh situasi yang stabil dan fleksibel, sumber daya yang cukup, dan organisasi sosial yang beragam. Jadi, perubahan sosial biasanya merupakan kombinasi dari unsur sistematis unsur acak.

#### 2) Unsur Pendorong

Unsur pendorong perubahan sosial merupakan suatu unsur-unsur yang memotivasi terjadinya perubahan sosial. Unsur-unsur tersebut antara lain kontak dengan komunitas lainnya, difusi (penyebaran unsur budaya) dalam masyarakat, difusi antar komunitas, sistem pendidikan yang maju, keinginan untuk maju, toleransi, sistem stratifikasi sosial (strata) yang terbuka, heterogenitas penduduk (keberagaman), ketidakpuasan terhadap kondisi kehidupan, orientasi terhadap masa depan, nilai-nilai yang mengharuskan masyarakat berusaha memperbaiki nasibnya, disorganisasi (konflik) dalam keluarga dan sikap menerima hal-hal baru.

#### 3) Unsur Penghambat

Perubahan sosial tidak selalu berjalan mulus. Perubahan sosial seringkali terhambat oleh sejumlah unsur yang menghambat perubahan sosial. Unsur-unsur tersebut antara lain kurangnya kontak dengan masyarakat lain, terhambatnya perkembangan ilmu pengetahuan, sikap dan adat istiadat tradisional masyarakat, kepentingan yang mengakar, ketakutan akan disintegrasi (meninggalkan tradisi), sikap tertutup, hambatan ideologi dan sifat hidup.

## 2. Perilaku Masyarakat Konsumtif dalam Perpektif Sosiologis

Perilaku manusia cenderung menentukan kepastian dalam memutuskan sesuatu kejadian dan harus disertai dengan berbagai pengaruh yang ada di sekitar lingkungannya. Pandangan perilaku manusia dalam kajian ilmu sosial dapat dianggap sebagai salah satu dari tiga paradigma sosiologi dalam mengkaji fenomena masyarakatnya. George Ritzer (2008) mengatakan bahwa sosiologi menerima paradigma ini karena paradigma perilaku sosial berfokus pada masalah perilaku dan perilaku tertentu yang terus berulang sebagai subjeknya. Perilaku individu dalam suatu interaksi sosial dipandang sebagai respon (*automatic mechanical response*) terhadap serangkaian rangsangan yang dihasilkan dari interaksi tersebut. Reaksi mekanis dan otomatis seperti itu sering terjadi pada interaksi tertentu antar individu (Wirawan 2015:169).

Perilaku sosial adalah aktivitas dimana seseorang membuat ekspresi wajah terhadap orang lain dan benda disekitarnya. Perilaku sosial dipahami sebagai tindakan fisik dan psikis seseorang terhadap orang lain, begitu pula sebaliknya, dalam rangka mewujudkan diri sendiri atau orang lain sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Perilaku pada dasarnya adalah cara seseorang bertindak atau melakukan sesuatu. Semua itu berkaitan dengan reaksi hubungan sosial individu dan kelompok. Secara konseptual diartikan sebagai tindakan fisik dan psikis yang dilakukan seseorang terhadap orang lain, begitu pula sebaliknya, dalam rangka memenuhi kebutuhannya sendiri atau kebutuhan orang lain sesuai dengan kebutuhan masyarakat (Hurlock 2003).

Perilaku sosial yang dimaksud di era digital saat ini merupakan suatu aktifitas manusia dalam bermedia sosial sebagai arena sosial digital yang dapat menambah akses informasi terkini, teman, jaringan sosial, dan menambah wawasan yang lebih luas terkait perkembangan masyarakat sebagai makhluk bumi. Perlu diketahui bahwa perilaku yang dimiliki setiap dapat mempengaruhi pola pikir dan arah sikap mereka untuk bertindak. Salah satu contohnya adalah gaya hidup. Gaya hidup manusia tidak terlepas dari sikap maupun perilaku manusia yang dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya. Dewasa ini lingkungan sosial pada masyarakat di era digital adalah media sosial. Pengaruh media sosial telah membentuk perilaku konsumtif masyarakat dengan beranekaragam penawaran dan fenomena yang menarik perhatian di media sosial tersebut, sehingga mereka merasa harus mengikuti atau mengkonsumsi fenomena terkini di media sosial itu sebagai gaya hidupnya saat ini.

Konsumsi tidak ada hubungannya dengan realitas, namun konsumsi diasosiasikan dengan kepemilikan simbol dan objek konsumsi secara sistematis dan tidak terbatas. Konsumsi adalah suatu sistem yang menjamin pengaturan karakter dan integrasi kelompok. Artinya,

ketika seseorang mengonsumsi suatu produk, secara tidak langsung ia banyak berkomunikasi dengan orang lain. Konsumerisme menjadi kajian budaya yang dipelajari oleh Featherstone yang membagi budaya konsumen menjadi tiga bagian. Pertama, konsumerisme sebagai bentuk khusus perkembangan kapitalis. Kedua, konsumsi merupakan permasalahan sosiologis yang menyangkut hubungan antara penggunaan suatu benda dengan gambaran kondisinya. Fokusnya adalah pada orang-orang yang menggunakan benda untuk menciptakan ikatan atau membedakan status sosial. Ketiga, konsumsi dalam praktik konsumen dipandang sebagai kreativitas (Alawiyah dan Liata 2020).

Sebenarnya konsep konsumsi dalam kajian sosiologis merupakan turunan dari karya Karl Marx, namun sebenarnya ia lebih fokus pada produksi. Fenomena yang muncul beberapa tahun terakhir menunjukkan bahwa aspek produksi dan konsumsi dapat dipisahkan dengan jelas. Produksi menjadi kurang penting (misalnya, memproduksi barang tidak lagi membutuhkan banyak pekerja), namun konsumsi menjadi lebih penting. Pentingnya konsumsi dalam masyarakat saat ini juga terlihat dari semakin banyaknya masyarakat yang bekerja di bidang pelayanan yang berhubungan dengan konsumsi, serta semakin banyak pula masyarakat yang menghabiskan waktu luangnya untuk kegiatan konsumsi.

Baudrillard adalah salah satu tokoh postmodernisme dengan karya pertamanya, yang banyak dipengaruhi oleh perspektif Marxis yang berfokus pada isu-isu ekonomi, namun fokus penelitiannya adalah isu konsumen. Kata-katanya adalah "konsumsi sebagai sesuatu yang diorganisir oleh tatanan produksi". Bagi Gane, konsumsi bukanlah suatu tambahan yang tidak signifikan terhadap sirkulasi kapital, namun merupakan kekuatan produktif yang penting bagi kapital itu sendiri (Alawiyah dan Liata 2020).

Baudrillard cenderung mendefinisikan masyarakat postmodern sebagai masyarakat konsumen, dan oleh karena itu konsumsi memegang peranan penting dalam teorinya. Dalam pandangannya, sistem objek konsumen dan sistem komunikasi perilaku membentuk kode-kode yang mengontrol objek dan individu dalam masyarakat. Baudrillard percaya bahwa yang mendefinisikan masyarakat konsumtif adalah keinginan individu untuk terus membedakan antara dirinya dan orang lain. Individu mengonsumsi produk yang mereka yakini akan meningkatkan atau meningkatkan status sosialnya, terlepas dari apakah mereka benar-benar membutuhkan produk tersebut atau tidak.

### **3. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam**

Istilah konsumsi dalam Islam yaitu *الإستهلاك* (al-istihlaak) (Waluya et al. 2022). Meskipun artinya sama, tetapi secara terminologi, konsumsi dalam Islam didefinisikan bukan



hanya sebatas sebagai pemenuhan kebutuhan jasmani atau rohani saja, tetapi juga menekankan pada tujuannya agar konsumen mampu memaksimalkan potensi kemanusiaannya, peran dan kewajibannya sebagai khalifah juga sebagai hamba Allah, mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat (Zainal et al. 2018:246). Dari definisi ini tampak bahwa perilaku konsumsi masyarakat muslim tidak lepas dari tuntutan mengikuti norma-norma Islam.

Berbagai keterangan baik dari ayat-ayat Al-Qur'an maupun hadis memberikan gambaran bahwa perilaku konsumsi masyarakat muslim tunduk kepada prinsip-prinsip etis yang dibenarkan syariat. Di antaranya perintah mengkonsumsi makanan halal dan baik (QS. Al-Baqarah: 168, 172); berpakaian dan makan yang baik-baik namun tidak berlebihan (israf) (QS. Al-A'raf: 31); tidak menuruti hawa nafsu (QS. An-Naziat: 40-41); mengkonsumsi yang baik dan halal (QS. Al-Baqarah: 168). Ringkasnya, pemenuhan tersebut harus tunduk pada beberapa prinsip penting yang disebutkan baik dalam Al-Qur'an maupun hadis, yang membedakan perilaku konsumsi masyarakat muslim dengan non-muslim.

Al-Haritsi (2006) menyusun sejumlah prinsip terkait konsumsi berdasarkan pemikiran ekonomi Umar ibn Khatab. Prinsip-prinsip tersebut terdiri dari prinsip syariah, kuantitas, prioritas konsumsi, moralitas dan ramah lingkungan (Ilyas 2016:154–59). Selain mempertimbangkan prinsip-prinsip etika konsumsi, kita juga dapat melihatnya dari aspek motivasi dan tujuannya. Islam mengaitkan tindakan konsumsi dengan tujuan penciptaan manusia; sebagai alat untuk menunjang fungsinya sebagai hamba Allah dan sebagai khalifah. Sebab jika tindakan konsumsi hanya untuk memenuhi kebutuhan biologis tanpa memiliki tujuan lainnya, maka derajat manusia akan sama saja dengan binatang.

Syaparuddin (2011) menjelaskan bahwa pada level praktis, perilaku konsumsi seseorang ditentukan oleh tingkat keimanannya yang membentuk selera dan kecenderungan seseorang. Ia mengutip dari Khan (1997) yang membagi tiga asumsi untuk menjelaskan perilaku konsumsi seorang muslim. Pertama, ketika tingkat keimanan seseorang berada di tingkat yang tinggi, maka motif konsumsinya akan didominasi oleh tiga faktor utama, yakni; 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 (Syaparuddin 2011:358).

#### **4. Memahami Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) sebagai Budaya Populer di Indonesia**

##### **a. Mengenal Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO)**

*Fear of Missing Out* (FoMo) adalah ketakutan akan kehilangan sesuatu yang berharga yang dialami oleh individu atau kelompok dan tidak dapat diikuti secara individu. Hal ini memungkinkan individu untuk mengikuti apa yang diikuti orang lain melalui media sosial. Hal ini ditandai dengan munculnya keinginan individu untuk selalu terhubung dengan media sosial. Przybylski dkk (2013) mendefinisikan *Fear of Missing Out* (FoMo) sebagai perasaan takut yang dialami oleh seseorang atau sekelompok orang bahwa mereka akan kehilangan momen berharga jika tidak berpartisipasi. Aktivitas ini bisa menyebabkan seseorang menjadi terlalu fokus pada orang-orang di sekitar orang tersebut dan lupa diri karena terlalu sibuk membandingkan kesuksesannya dengan kesuksesan orang lain. Anggraeni (2021) menyebutkan fenomena FoMO merupakan sebuah perasaan takut merasa “tertinggal” karena tidak mengikuti sesuatu yang baru, baik itu berita, tren, maupun aktivitas lainnya.

Pada dasarnya sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) adalah kecemasan atau kecemasan sosial yang menyebabkan berkembangnya internet, khususnya media sosial di zaman modern, yang menyebabkan peningkatan sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) pada individu (Kalisna dan Wahyumiani 2021). Supriyanto dkk (2022) menemukan bahwa terdapat sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) di kalangan remaja pengguna media sosial seperti tidak bisa menjauhi dari ponsel, sering mengecek media sosial untuk mengetahui apa yang diunggah teman, merasa tidak nyaman ketika tidak menghadiri acara kumpul-kumpul dan berbagi informasi dengan teman, dan sering memunculkan status media sosial terkait dirinya kegiatan. Kedua, penyebab FoMO yang paling signifikan adalah media sosial dan ponsel pintar.

Herbert Marcuse (dalam Siti Amallia 2023) yaitu seorang neo-Marxis yang memahami karakteristik masyarakat khususnya dalam melihat fenomena FoMO di kalangan remaja tentang kebutuhan palsu atau kebutuhan yang tidak menjadi prioritas utama dengan kata lain sebagai citra atau image. Remaja dengan kecenderungan FoMO mengalami kesulitan dalam menafsirkan diri secara substantif. Sebab, mereka biasanya terjebak pada tatanan untuk mengikuti yang lain. Orientasi terhadap orang-orang yang bebas menyimpang dari tatanan kehidupan. Oleh karena itu, perlu menciptakan revolusi pemikiran agar remaja tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga memahami faham dalam bersikap dan bukan hanya asal-asalan mengikuti trend saja yang mengarah kepada sikap yang hedonis. Anggraeni (2021) mengatakan terdapat beberapa gejala-gejala terjadinya fenomena FoMO di kehidupan seseorang yaitu sebagai berikut:

1. Selalu memeriksa handphone/gadget sehingga menimbulkan kebiasaan untuk memegang dan menggunakan handphone/gadget setiap saat tidak bisa dihentikan. seseorang yang mengalami FoMO selalu mengecek ponselnya segera setelah bangun tidur, bahkan sebelum tidur, seolah tak ingin ketinggalan berita.
2. Lebih peduli dengan media sosial dibandingkan kehidupan nyata sehingga menimbulkan keinginan untuk mendapatkan pengakuan di dunia maya.
3. Selalu tertarik dengan kehidupan orang lain.
4. Selalu ingin tahu gosip terbaru.
5. Menghabiskan uang lebih dari kemampuan untuk membeli barang yang tidak terlalu penting demi tidak ketinggalan jaman.
6. Mengatakan "ya" meskipun saat tidak menginginkannya. Hal ini sering terjadi ketika seseorang selalu menerima segala undangan yang sebenarnya tidak menarik atau tidak perlu karena tidak ingin ketinggalan apapun.

#### **b. Dampak Negatif dari Sindrom Fear of Missing Out (FoMO)**

Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) ternyata dapat membawa dampak negatif bagi seseorang saat menggunakan media sosial secara berlebihan dan pengaruh dalam melihat kehidupan orang lain di sekitarnya misalnya seperti rasa lelah, timbul stres, depresi bahkan gangguan pada tidur. Selain itu, secara konseptual adapun gangguan yang membawa pengaruh negatif dari sindrom FoMO meliputi:

##### 1) Meningkatkan Resiko Gangguan Psikologis

Ketika seseorang mulai khawatir membandingkan kehidupan sosialnya dengan kehidupan sosial orang lain, maka dapat menimbulkan stress yang berlebihan, cenderung tidak menyukai diri sendiri, dan lebih terobsesi untuk menjaga citra baik di media sosial. Kegagalan dalam menggunakan media sosial dengan baik tidak hanya dapat membuat seseorang merasa FoMO, tetapi juga menimbulkan masalah psikologis seperti gejala kecemasan dan depresi.

##### 2) Menurunkan Rasa Percaya Diri

Membanding-bandingkan kehidupan diri sendiri dengan kehidupan orang lain di media sosial dapat menurunkan rasa percaya diri yang berakibat pada kemunculan rasa minder karena kehidupan orang lain lebih sempurna dan Bahagia daripada diri sendiri.

##### 3) Mengganggu Produktifitas

Jika kita mengalami FoMO, bayangkan dampaknya terhadap produktivitas diri sendiri. Ketika seseorang sedang memeriksa ponselnya sedikit demi sedikit dan dari waktu ke

waktu sepertinya orang tersebut telah memiliki dunianya sendiri karena ia hanya memperhatikan perangkatnya, sedangkan aktivitas lain dapat diabaikan, seperti sulit berkonsentrasi saat bekerja atau belajar.

4) Menimbulkan Perasaan Negatif

FoMO dapat memicu rasa cemas, kesepian dan kurang percaya diri. Ketiga kondisi tersebut tentu dapat memberikan dampak negatif. Apalagi bagi orang yang sering melihat postingan foto dan video orang lain sehingga memicu perasaan seperti cemburu.

5) Mempengaruhi Kebiasaan Tidur

Ketika seseorang lebih eksis dalam mengikuti konser yang sedang viral atau aktivitas yang sedang trend-trendnya di luar sana sementara ia berusaha untuk menghindari sindrom FoMO, akibatnya ia mungkin akan merasa kewalahan, lelah, sakit kepala, dan tidak termotivasi sehingga waktu istirahat juga terganggu.

**c. Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) suatu Kajian Budaya Populer dalam Bermedia Sosial**

Budaya populer dapat dipahami sebagai kebudayaan yang didorong oleh kemajuan teknologi, khususnya teknologi dunia komunikasi dan informasi, yang mempunyai dampak besar terhadap kehidupan manusia saat ini. Dalam budaya modern, orang menggunakan teknologi untuk mengekspresikan ide dan persepsi dengan memvisualisasikan simbol. Fenomena *fear of missing out* telah menyerang kesadaran masyarakat. Di sana, setiap individu dalam situasi ini seolah-olah terjebak dalam ilusi simbolis dan tanpa disadari, merasakan kecanduan yang tidak normal terhadap hal baru yang mereka yakini seharusnya mampu mereka lakukan dan dirasakan secara langsung dan tunjukkan kepada orang lain (Devitasari 2023).

Berbagai simbol yang mewakili gaya hidup, pemahaman, dan gagasan mudah tersebar dan diakses dari seluruh dunia hanya melalui foto, video, dan cerita yang diunggah oleh pengguna media sosial digital (Devitasari 2023). Simbol-simbol ini terus menyebar dan berkembang menjadi berbagai makna bagi orang yang melihat sehingga menimbulkan kesepakatan bersama yang menjadikannya suatu pergeseran nilai-nilai budaya baru bagi masyarakat digital. Setelah berkembang, lamakelamaan menjadi suatu hal yang wajib untuk diikuti dan ditiru bagi setiap orang sehingga menimbulkan sindrom *fear of missing out* bagi pengguna media sosial yang telah kecanduan dalam melihat semua aktifitas sosial di arena digital.

Masyarakat di era digital senantiasa mengalami kecanduan terhadap berbagai hubungan dengan berbagai simbol identitas semu yang muncul melalui penggunaan media sosial digital, seperti jumlah *followers*, *like*, *viewers*, *subscribe*, dan bahkan *gifts* yang diterima di berbagai jejaring sosial yang digunakan. Hal ini memotivasi industri periklanan untuk berupaya membangkitkan kebutuhan eksistensial masyarakat melalui tontonan yang dapat meningkatkan nilai jual mereka sebagai seorang *public figure* di media sosial. Kehidupan modern yang ditandai dengan digitalisasi tentu mengubah cara hidup masyarakat.

Modernisasi dan perkembangan yang canggih telah memungkinkan semua lapisan masyarakat, mulai dari anak-anak hingga remaja, dewasa hingga orang tua, dapat melakukan banyak hal secara online. Masyarakat dari berbagai lapisan masyarakat menggunakan media sosial karena menyediakan akses yang menarik. Masyarakat umum, termasuk pelajar, dapat melakukan segala hal dengan cepat dan instan, mulai dari hiburan, akses cepat terhadap informasi dan berita, hingga akses terhadap pengetahuan ilmiah yang komprehensif. Ketika masyarakat memasuki dunia media sosial, tergiur dengan berbagai tawaran, dan mengulangi aktivitas sehari-hari di media sosial, tanpa sadar mereka terjerumus ke dalam lingkaran kecanduan yang diciptakan oleh era digital.

Perubahan ini diawali dengan perluasan kebijakan modernisasi yang berdampak pada transformasi struktur pertanian dari sistem yang semula tradisional menjadi sistem modern. Perubahan yang dialami individu terjadi akibat dari modernisasi tentu menimbulkan risiko bagi kehidupannya. Kehidupan masyarakat juga mengalami perubahan ke arah modern dan ketika melakukan aktivitas modern seperti menggunakan media sosial, menimbulkan risiko bagi kelangsungan hidupnya berupa perubahan kebiasaan dari aktivitas tradisional menjadi kebiasaan baru. Kebiasaan bermedia sosial ini berisiko mengganggu kehidupan masyarakat. Di era digitalisasi saat ini banyak orang sepakat bahwa mereka tidak bisa hidup tanpa internet dan media sosial. Orang-orang merasa segala sesuatu dalam hidup mereka terjadi di media sosial, dan mereka menghabiskan waktu berjam-jam setiap hari tanpa henti menjelajahi media sosial (Clairine et al. 2023).

## **B. Kajian Terdahulu yang Relevan**

Penelitian ini mencari berbagai referensi penelitian yang berkaitan dengan isu yang diangkat tentang fenomena perubahan perilaku konsumtif dan sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa muslim pengguna media sosial yang berguna demi memperluas kajian keilmuan dan dipergunakan untuk perbandingan antara konsep, teori dan metode yang

digunakan pada penelitian ini. Untuk melihat perbandingan yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya dapat di lihat pada Tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1  
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Putri dkk (2019)	Gaya Hidup Mahasiswa Pengidap <i>Fear of Missing Out</i> di Kota Palembang	Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi	Gaya hidup Mahasiswa FoMO dapat dikenali dari karakteristik, citra diri, dan ruang sosialnya. Hal ini disebabkan oleh kebiasaan FoMO mahasiswa dan kecanduan menggunakan gadget dan media sosial.
2	Aisafitri, L., & Yusrifah, K. (2020)	Sindrom <i>Fear of Missing Out</i> sebagai Gaya Hidup Generasi Milenial di Kota Depok	Penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi serta teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data.	Penelitian ini menunjukkan hasil yang relevan dalam menggunakan pisau analisis teori interaksionisme simbolik. Generasi milenial yang menderita sindrom <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO) memiliki gaya hidup yang ditandai dengan menghabiskan banyak waktu di depan ponsel. Media sosial menciptakan relasi emosional yang membuatnya lebih sering memperhatikan postingan orang lain tanpa memperlihatkan kelemahan dan menunjukkan aktifitas yang baik-baik saja di media sosial karena penilaian orang lain tentang dirinya yang baik-baik sangatlah penting.
3	Widiyastono & Santi (2022)	Fear of Missing out Syndrome in Generation Z in Review of Gender Group	Penelitian yang digunakan penelitian kuantitatif pendekatan deskriptif dengan melibatkan 90 peserta Gen Z di Bojonegoro. Alat pengumpul data menggunakan <i>google form</i> dengan	Penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan kadar FoMO berdasarkan jenis kelamin. Ternyata perempuan memiliki tingkat FoMO yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki.

			pengambilan sampel secara acak.	
4	Sulastrri & Sylvia (2022)	Hambatan Interaksi Sosial Mahasiswa Terindikasi <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO) (Studi Kasus: Mahasiswa FIS UNP)	Penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif pendekatan studi kasus intrinsic dan menggunakan analisis teori hiperralitas (Jean Baudrillard). Pemilihan informan memakai teknik purposive sampling dengan jumlah informan sebanyak Sembilan orang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan studi dokumentasi.	Terdapat proses interaksi sosial pada mahasiswa yang bermasalah sehingga menimbulkan hambatan dalam berinteraksi sosial khususnya di lingkungan kampus cenderung mengurangi interaksi sosialnya secara langsung.

Dari beberapa penelitian terdahulu, yang terdapat pada tabel 2.1 maka peneliti akan menjelaskan persamaan dan perbedaan peneliti terdahulu dengan penelitian ini secara signifikan. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji tentang konsep *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa selaku generasi Z saat ini yang sangat berpengaruh pada kehidupan pribadi maupun sosialnya. Namun, yang menjadi pembeda pada penelitian ini dapat di lihat dari metode penelitian yang menggunakan penelitian kuantitatif menggunakan pendekatan deskriptif yang dimaksudkan untuk melihat korelasi antara konsep perubahan sosial, perilaku konsumtif dan *Fear of Missing Out* (FoMO) bagi pengguna media sosial dalam perspektif sosiologis dan kajian keislaman pada mahasiswa muslim di kota Medan khususnya di arena sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Sebab, subjek dan objek penelitian tersebut sangatlah relevan dan strategis dalam melihat permasalahan yang diteliti serta dapat mewakili karakteristik mahasiswa secara keseluruhan yang ada di kota Medan yang sifatnya heterogen baik dalam aspek perubahan maupun perilaku sosialnya, bidang keilmuan yaitu eksakta dan non eksakta, dan pola interaksinya.

### C. Kerangka Teori

Kerangka teori pada penelitian ini terfokus dampak dari penggunaan media sosial yang berlebihan dilakukan oleh mahasiswa muslim di wilayah perkotaan. Intensitas penggunaan gadget dan bermedia sosial di kalangan mahasiswa diduga dapat memicu terjadinya perubahan sosial pada diri seseorang terutama dalam proses berinteraksi yang berujung pada perilaku sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO). Sebab, interaksi sosial tidak hanya secara aktif dilakukan kepada setiap makhluk sosial, namun juga berinteraksi secara pasif juga dapat memicu perubahan bagi dirinya baik secara psikologis, sosiologis dan antropologis.



Gambar 2.1

Alur berfikir perubahan perilaku konsumtif terhadap sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa muslim pengguna media sosial

Dari beberapa kajian terdahulu, pengaruh fenomena sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) secara umum dapat merubah perilaku konsumtif masyarakat karena terlalu sering melihat aktifitas orang lain di media sosial. Setiap kejadian yang viral, masyarakat cenderung mengikuti trend tersebut agar tidak ketinggalan dengan orang lainnya. Apabila mereka tidak update informasi terkini maka mereka akan merasa gelisah. Oleh sebab itu, semakin sering seseorang menggunakan sosial media, maka semakin dekat pula seseorang tersebut mengalami sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO).

Namun, jika dihubungkan dengan fenomena perubahan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa muslim, sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) perlu dilakukan pengkajian terkini khususnya tentang nilai dan norma agama sebagai pembatas diri agar mahasiswa muslim



terhindar dari hal-hal yang mengarah pada mudharat atau berperilaku boros yang dapat menjerumuskannya ke arah dosa. Perilaku konsumtif dalam perspektif islam yang dimaksud juga dapat di lihat berdasarkan pertimbangan kemaslahatan (kebaikan), kebutuhan, kewajiban, dorongan ego, rasionalisme (materialisme), dan keinginan yang bersifat individualis (selfishness).

Berdasarkan uraian kerangka konsep yang telah digagas pada penelitian ini maka peneliti melihat terdapat dua kecenderungan yang menarik untuk dikaji di era digital saat ini. Pertama, peneliti mengkaji pengaruh antara konsep perubahan sosial terhadap sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO). Kedua, peneliti mengkaji tentang pengaruh antara konsep perilaku konsumtif terhadap sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa muslim. Ketiga, peneliti mengkaji pengaruh perubahan sosial terhadap perilaku konsumtif. Keempat, peneliti menganalisis dan mendeskripsikan hasil keseluruhan temuan data yang teliti terkait pengaruh perubahan perilaku konsumtif terhadap sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan menggunakan pisau analisis perspektif sosiologis dan perspektif islam.

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis dapat didefinisikan sebagai kesimpulan yang belum dikonfirmasi. Hipotesis adalah kesimpulan yang hilang atau tidak lengkap, atau kesimpulan sementara. Pemahaman ini kemudian diperluas dengan menyatakan bahwa kesimpulan ilmiah tidak lengkap dan harus dilengkapi dengan bukti kebenaran hipotesis dari penelitian ini (Bungin 2009). Hipotesis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1.  $H_a$  : Ada pengaruh positif antara perubahan perilaku konsumtif terhadap sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa muslim pengguna media sosial di Kota Medan.  
 $H_0$  : Tidak ada pengaruh positif antara perubahan perilaku konsumtif terhadap Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa muslim pengguna media sosial di Kota Medan.
2.  $H_a$  : Ada pengaruh positif antara perubahan sosial terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa muslim pengguna media sosial di Kota Medan.  
 $H_0$  : Tidak ada pengaruh positif antara perubahan sosial terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa muslim pengguna media sosial di Kota Medan.

Dasar pengambilan keputusan di atas dapat diartikan jika nilai signifikansi  $t < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variable independent terhadap dependen. Begitu pula sebaliknya, jika nilai signifikansi  $t > 0,05$  maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variable independent terhadap dependen.

## BAB 3

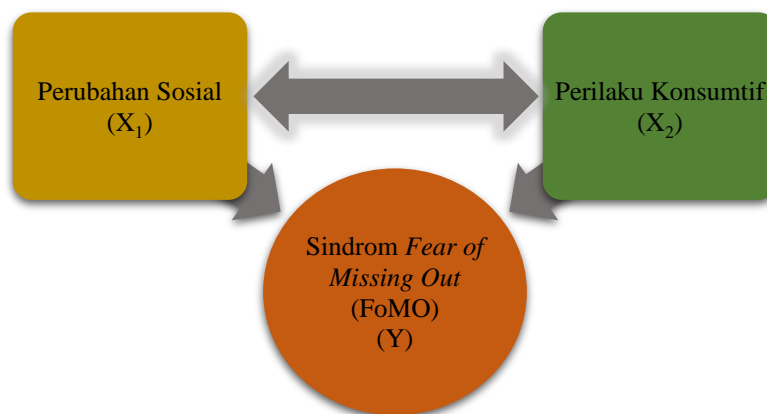
### Metode Penelitian

#### A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono 2012). Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan membuktikan seberapa besar pengaruh sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap perubahan sosial dan perilaku konsumtif pada mahasiswa muslim di Kota Medan. Studi kuantitatif dianggap dapat menggali informasi secara akurat dari responden. Dengan metode ini, responden bisa memberikan jawaban yang tepat sasaran dan mampu menjawab permasalahan pada penelitian ini melalui kuesioner yang sudah disiapkan secara terarah dan terukur jawabannya oleh peneliti tanpa adanya tekanan dan paksaan untuk menjawabnya.

#### B. Identifikasi Variabel Penelitian

Identifikasi variabel merupakan suatu cara yang digunakan untuk mengoperasionalkan bagan alur pada penelitian ini. Dalam hal ini, variabel penelitian berisikan variabel-variabel yang terukur dan terarah yang terbagi atas dua jenis yaitu variabel independent dan variabel dependen. Adapun bentuk operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1  
Variabel independent dan variabel dependen

Keterangan :

- X = Variabel Independent (Bebas) yaitu Perubahan Sosial dan Perilaku Konsumtif
- Y = Variabel Dependent (Terikat) yaitu sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO)
- /↔ = Pengaruh atau Hubungan

### C. Rencana Pembahasan

Rencana pembahasan pada penelitian ini mencakup pada situasi dan keadaan untuk menjawab permasalahan yang akan diteliti. Untuk melihat secara jelas tentang rencana pembahasan ini dapat di lihat pada penjelasan berikut ini:

1. BAB I. PENDAHULUAN. Pada BAB ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat yang berkaitan tentang tema penelitian dan masalah yang akan diangkat ke dalam penelitian ini.
2. BAB II. TINJUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI. Pada BAB ini lebih menjelaskan secara teoritis terkait konsep-konsep teori yang berkaitan tentang masalah penelitian seperti teori perubahan sosial, perilaku sosial, perilaku masyarakat konsumtif baik dalam perspektif sosiologis maupun dalam perspektif islam serta menjelaskan konsep tentang *Fear of Missing Out (FoMO)*.
3. BAB III. METODE PENELITIAN. Pada BAB ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, lokasi dan waktu penelitian, jumlah populasi, jumlah sampel, Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner, observasi dan dokumentasi. Selanjutnya data dianalisis menggunakan aplikasi SPSS versi 22 dan diolah dengan menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji korelasi dan menjelaskan dengan table deskriptif. Setelah itu data diolah dengan sedemikian rupa dan menghasilkan hasil yang tepat dan relevan dalam menjawab masalah yang diteliti.
4. BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN. Pada BAB ini biasanya berisikan tentang hasil Penelitian, klasifikasi bahasan disesuaikan dengan pendekatan, sifat penelitian, dan rumusan masalah atau fokus penelitiannya, pembahasan sub bahasan dapat digabung menjadi satu kesatuan, atau dipisah menjadi sub bahasan tersendiri.
5. BAB V. PENUTUP. BAB terakhir berisi kesimpulan, saran-saran atau rekomendasi. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya. Saran-saran dirumuskan berdasarkan hasil penelitian, berisi uraian mengenai langkah-langkah apa yang perlu diambil oleh pihak-pihak terkait dengan hasil penelitian yang bersangkutan.
6. OUTCOME hasil penelitian ini berisikan publikasi artikel ilmiah pada jurnal bereputasi sesuai dengan juknis penelitian khususnya pada klaster pembinaan yaitu minimal SINTA 6. Selain itu, output penelitian ini juga berisi sertifikat HKI, laporan lengkap, draft artikel dan dummy buku.

#### D. Tempat dan Waktu Pelaksanaan Penelitian

Tempat yang menjadi objek peneliti pada penelitian ini adalah di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. Jumlah Fakultas di UIN Sumatera Utara Medan sebanyak delapan fakultas dan satu pasca sarjana, sehingga peneliti memutuskan untuk menentukan responden penelitian ini hanya untuk jenjang sarjana (S1). Penentuan fakultas yang akan dijadikan objek penelitian ini dibagi atas fakultas ilmu eksakta sebanyak dua fakultas dan non eksakta sebanyak dua fakultas. Penentuan lokasi tersebut didasari atas pertimbangan peneliti yang melihat jarak kampus dan jumlah mahasiswa yang populasinya hampir keseluruhan beragama islam. Penelitian ini akan selesai dalam kurun waktu kurang lebih selama enam bulan. Adapun rencana penelitian untuk proposal penelitian tesis ini yaitu:

Tabel 3.1  
Rencana Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan I	Bulan II	Bulan III	Bulan IV	Bulan V	Bulan VI
1	Tahap persiapan penelitian	■					
2	Penyusunan dan pengajuan judul	■	■				
3	Pengajuan proposal tesis		■	■	■	■	
4	Seminar proposal tesis			■			
5	Pelaksanaan Penelitian			■	■		
6	Pengumpulan data penelitian				■	■	■
7	Analisis data penelitian					■	■
8	Tahap penyusunan laporan penelitian						■
9	Seminar hasil penelitian						■

#### E. Populasi dan Sampel Penelitian

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. Sampel adalah sebagian dari populasi yang mewakili seluruh anggota populasi yang mewakili. Terlepas dari besarnya sampel, sampel yang tidak mewakili seluruh anggota populasi tidak dapat digeneralisasikan untuk menggambarkan jenis populasi dari mana sampel tersebut diambil. Teknik pengambilan sampel yang digunakan

dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik *Purposive sampling* memilih topik dengan mempertimbangkan fitur dan karakteristik tertentu. Teknik *purposive sampling* ini digunakan karena tidak semua sampel mempunyai kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Kriteria sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mahasiswa muslim dan aktif kuliah tingkat Strata 1 (S1) stambuk 2018 s/d 2023 di UIN Sumatera Utara Medan yang terdiri dari Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Syariah dan Hukum, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam, dan Fakultas Ilmu Sosial.
- b. Mahasiswa harus berdomisili di kota Medan (Asli warga kota Medan dan bisa juga berasal dari daerah lain atau ngekost),
- c. Rentang usia antara 17-23 tahun,
- d. Aktif menggunakan sosial media,
- e. Memiliki akun sosial media Facebook, Instagram, Threads, X (eks. Twitter), Tiktok dan lain sebagainya,
- f. Pernah mengalami gejala sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) pada dirinya.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa S1 Universitas Islam Negeri Sumatera Utara di semua Fakultas. Jumlah populasi tersebut diambil berdasarkan data yang diperoleh dari situs resmi <https://sipandai.uinsu.ac.id> dengan mengambil jumlah populasi homogen yaitu mahasiswa muslim yang terdapat di setiap Fakultas. Untuk mengetahui rincian keseluruhan jumlah populasi dapat di lihat pada tabel 3 berikut ini:

Tabel 3.2  
Jumlah Populasi Mahasiswa Muslim di UIN Sumatera Utara

No	Nama-Nama Fakultas	Jumlah Populasi per Fakultas
1	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan	6.281
2	Ekonomi dan Bisnis Islam	4.010
3	Syariah dan Hukum	3.587
4	Sains dan Teknologi	2.865
5	Kesehatan Masyarakat	1.735
6	Dakwah dan Komunikasi	1.908
7	Ushuluddin dan Studi Islam	1.675
8	Ilmu Sosial	1.403
Total		23.464

Berdasarkan pada tabel 3.2 di atas menunjukkan bahwa dari keseluruhan jumlah populasi mahasiswa muslim tingkat S1 di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara sebanyak

23.464 orang. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin yang hasil penarikan sampelnya dapat di lihat sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + ne^2} \\
 &= \frac{23.464}{1 + 23.464 (0,1)^2} \\
 &= \frac{23.464}{1 + 234,64} \\
 &= \frac{23.464}{235,64} \\
 &= 99,57 \text{ dibulatkan } 100 \text{ mahasiswa}
 \end{aligned}$$

Keterangan:

- $n$  = ukuran sampel
- $N$  = ukuran populasi
- $e$  = nilai kritis (batas ketelitian yang diinginkan persen kelonggaran ketidakteelitian pengambilan populasi)

Berdasarkan pada hasil penarikan sampel dengan menggunakan rumus Slovin tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden dengan rincian pengambilan responden pada sampel masing fakultas dapat di lihat pada tabel 3.3 di bawah ini:

Tabel 3.3  
Jumlah Sampel Pada Setiap Fakultas di UIN Sumatera Utara

No	Nama-Nama Fakultas	Jumlah Sampel per Fakultas
1	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan	13
2	Ekonomi dan Bisnis Islam	13
3	Syariah dan Hukum	13
4	Sains dan Teknologi	13
5	Kesehatan Masyarakat	12
6	Dakwah dan Komunikasi	12
7	Ushuluddin dan Studi Islam	12
8	Ilmu Sosial	12
Total		100

## F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

### 1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik dan instrument pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga cara yaitu kuesoner, observasi dan dokumentasi. Adapun penjelasan cara pengumpulan data tersebut dapat di lihat sebagai berikut:

### a. Kuesioner

Kuisoner merupakan suatu teknik pengumpulan informasi atau data dalam bentuk berbagai pertanyaan di dalamnya yang memungkinkan dapat menganalisis dan mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada. Penelitian ini membuat pertanyaan terkait penelitian dalam bentuk kuesioner tertutup dengan menggunakan *Google Form*, sehingga jawaban yang tersedia dalam bentuk kolom *checkboxlist*. Selain itu, kuesioner ini akan dibagikan kepada responden yang telah ditentukan sebelumnya dengan harapan dapat memberikan jawaban dengan jujur dan mandiri. Peneliti juga merancang kuesioner ini sesuai dengan indikator variabel yang telah ditentukan seperti perubahan sosial, perilaku konsumtif dan *Fear of Missing Out* (FoMO).

### b. Observasi

Observasi yang digunakan pada penelitian ini adalah melakukan pengamatan secara langsung dalam melihat aktifitas mahasiswa dalam menggunakan media sosial yang dapat memicu terjadinya perubahan sosial dan perilaku konsumtif terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa muslim di UIN Sumatera Utara Medan. Fokus dari pengamatan yang dilakukan peneliti tentu saja terkait dengan aktifitas mereka dalam menggunakan media sosial yang menimbulkan perubahan perilaku konsumtif sehingga tanpa mereka sadari bahwa perilaku berlebihan tersebut memicu munculnya sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO).

### c. Dokumen

Penelitian ini juga mengumpulkan dokumen-dokumen penting seperti buku, artikel jurnal, informasi pemerintah, dan data ilmiah lainnya sebagai data pendukung penelitian. Selain itu, peneliti juga mendokumentasikan kegiatan penyebaran kuesioner dalam bentuk wawancara tertutup dalam bentuk foto yang diambil dengan menggunakan handphone, kamera digital, alat perekam dan dokumentasi lainnya yang dianggap penting untuk menunjang proses pengumpulan data pada saat penelitian.

## **2. Instrumen Penelitian**

Pada penelitian ini, skala yang digunakan dalam pengukuran ini adalah skala Likert. Peneliti menggunakan skala Likert karena memungkinkan mereka mengungkapkan nilai suatu variabel yang diukur dengan instrumen tertentu secara numerik, lebih akurat, efektif, dan komunikatif. Skala Likert mengukur sikap, opini, dan persepsi terhadap fenomena sosial. Untuk melihat skala pengukuran pada penelitian ini dapat di lihat pada tabel 5 berikut ini:

Tabel 3.4  
Skala Pengukuran

No	Kategori	Kode	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Kurang Setuju	KS	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Jumlah variabel pada penelitian ini sebanyak tiga variabel. Setiap variabel memiliki indikator yang dapat dijadikan sebagai alat ukur pembuatan instrumen data yaitu kuesioner. Untuk melengkapi penjelasan lebih lanjut, dapat di lihat pada tabel 3.5 berikut ini:

Tabel 3.5  
Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Skala
Perubahan Sosial (X <sub>1</sub> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perubahan gaya berkomunikasi</li> <li>2. Perubahan pola interaksi</li> <li>3. Perubahan penampilan</li> <li>4. Perubahan pola kebiasaan</li> </ol>	Skala Likert
Perilaku Konsumtif (X <sub>2</sub> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengutamakan membeli barang keinginan daripada kebutuhan</li> <li>2. Membeli barang secara berlebihan</li> <li>3. Membeli barang karena kemasan unik, lucu dan menarik</li> <li>4. Membeli barang untuk pemenuhan gaya hidup agar tidak ketinggalan zaman</li> <li>5. Membeli barang untuk menaikkan status sosial</li> <li>6. Membeli barang karena diskon dan bonus yang ditawarkan</li> </ol>	Skala Likert
<i>Sindrom Fear of Missing Out (FoMO) (Y)</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Selalu memeriksa handphone/gadget</li> <li>2. Lebih peduli dengan media sosial</li> <li>3. Selalu tertarik dengan kehidupan orang lain</li> <li>4. Selalu ingin tahu gosip terbaru</li> <li>5. Menghabiskan uang secara berlebih dari kemampuan</li> <li>6. Mengikuti semua trend yang lagi viral walaupun tidak menyukainya</li> </ol>	Skala Likert

Berdasarkan pada tabel 6 terlihat bahwa variabel penelitian ini ditentukan sebagai dasar pengukuran yang layak untuk diuji dan tentu saja sudah dilakukan proses pengujian sebelumnya oleh peneliti terdahulu. Namun, indikator tersebut dimodifikasi dan disesuaikan dengan fokus masalah penelitian saat ini. Oleh sebab itu, pada variabel X<sub>1</sub> yaitu perubahan sosial, peneliti melihat wujud perubahan sosial yang disebabkan oleh media sosial Ubaidillah



dan Fitri (2022) yaitu perubahan gaya berkomunikasi, perubahan pola interaksi, perubahan penampilan dan perubahan pola kebiasaan.

Pada variabel  $X_2$  yaitu perilaku konsumtif, peneliti meminjam indikator Mujahidah (2020) tentang perilaku konsumtif yaitu: mengutamakan membeli barang keinginan daripada kebutuhan; membeli barang secara berlebihan, membeli barang karena kemasan unik, lucu dan menarik; membeli barang untuk pemenuhan gaya hidup agar tidak ketinggalan zaman, membeli barang untuk menaikkan status sosial, dan membeli barang karena diskon dan bonus yang ditawarkan.

Selanjutnya, pada variabel Y yaitu Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO), peneliti meminjam konsep Anggraeni (2021) yang mengukur terjadinya Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) di kehidupan seseorang yaitu selalu memeriksa handphone/gadget, lebih peduli dengan media sosial, selalu tertarik dengan kehidupan orang lain, selalu ingin tahu gosip terbaru, menghabiskan uang secara berlebih dari kemampuan, dan mengikuti semua trend yang lagi viral walaupun tidak menyukainya.

## **G. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dilakukan dengan terlebih dahulu mengolah data. Data diolah dengan menggunakan alat uji statistik dengan menggunakan software SPSS versi 22. Kemudian peneliti membaca, menelaah dan mengecek data yang diperoleh. Setelah itu melakukan reduksi data dengan mengabstraksikannya dengan melakukan pemeriksaan secara mendetail. Langkah selanjutnya adalah mengatur data menjadi unit-unit dan kemudian mengklasifikasikannya. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kuantitatif. Namun, sebelum instrument test ini dipakai, peneliti terlebih dahulu melakukan pengujian kuesioner dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

### **1. Validitas dan Reliabilitas**

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas mengukur valid atau tidaknya data. Uji validitas digunakan untuk mengukur validitas suatu penelitian. Sebuah survei dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaannya memperjelas apa yang diukur oleh survei tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai hitung dengan  $r_{tabel}$  dengan derajat kebebasan  $(df) = n-2$ . Dalam hal ini,  $\alpha = 0,05$  sampel. Suatu pertanyaan atau indikator dinyatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  bernilai positif, namun jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka dinyatakan tidak valid. Membuat tabel r, lalu

membatakkannya dan memberinya nilai negatif. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti dapat menguji setiap kuesioner terlebih dahulu untuk memprediksi kemunculan data yang hilang pada data yang diperoleh untuk kemudian divalidasi.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan sebagai alat yang mengukur tingkat keandalan indikator variabel pada suatu instrumen data maka dapat digunakan uji reliabilitas. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengukuran reliabilitas *one-shot*, dengan kata lain bahwa pengukuran ini dilakukan sekali saja, kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain untuk mengukur korelasi antar jawaban sehingga dapat menunjukkan seberapa konsisten hasil penelitian ini saat diulang dengan cara yang sama.

### **2. Analisis Deskriptif**

Penelitian ini menggunakan tabel frekuensi untuk menjelaskan hasil yang diperoleh secara umum. Hasil tersebut digambarkan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi kemudian hasilnya dianalisis sesuai dengan data yang diperoleh secara statistik. Ada dua bentuk frekuensi, pertama, tabel frekuensi standar yaitu menyajikan semua indikator yang terdapat pada variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $Y$ . Kedua, tabel frekuensi dengan menyertakan jumlah kumulatif yaitu mengkumulasikan semua variabel yang dikelompokkan berdasarkan variabelnya masing-masing yaitu variabel  $X_1$  yaitu perubahan sosial, variabel  $X_2$  yaitu perilaku konsumtif, dan variabel  $Y$  yaitu Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO). Setiap variabel akan dijelaskan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dalam bentuk deskriptif kemudian data yang diperoleh dikaitkan juga dari hasil observasi dan dokumentasi sebagai data pendukung.

### **3. Uji Asumsi Klasik**

Proses penelitian meliputi berbagai langkah yang perlu dilakukan oleh peneliti seperti saat pra penelitian, saat proses penelitian, saat menganalisis data penelitian, dan saat menulis laporan. Pengujian asumsi klasik dilakukan pada penelitian ini merupakan suatu langkah mendasar dalam menentukan apakah akan menggunakan statistik parametrik atau nonparametrik (Masrukhin 2017). Peneliti harus mengadopsi kebijakan ini agar temuan data dapat digeneralisasikan ke populasi yang lebih luas. Dalam pengujian asumsi klasik, peneliti menggunakan uji normalitas dan heteroskedastisitas untuk mengkonfirmasi analisis datanya.

#### **4. Uji Hipotesis**

Uji hipotesis pada hakikatnya memeriksa apakah hasil yang diperoleh peneliti melalui analisis dapat digunakan untuk menggambarkan keadaan sebenarnya dari populasi. Dalam penelitian ini peneliti memaparkan hasil analisis yang diperoleh kemudian dengan menggunakan beberapa bentuk hipotesis yaitu uji korelasi.

##### **a. Uji Korelasi**

Uji korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji korelasi Spearman. Uji korelasi spearman adalah uji hubungan yang pada dasarnya adalah teknik statistik yang menguji apakah satu variabel terkait dengan variabel lainnya. Kedua variabel ini berhubungan (asosiasi) ketika variabel lainnya berubah (kuat atau lemah). Pada penelitian ini akan melihat ada atau tidak adanya pengaruh perubahan perilaku konsumtif terhadap Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa muslim pengguna media sosial di Kota Medan.

## **BAB 4**

### **Hasil dan Pembahasan**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Deskripsi Lokasi Penelitian**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara merupakan salah satu Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri di bawah Kementerian Agama yang berlokasi di Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara. Awalnya kampus ini didirikan pada tahun 1973 bernama Institut Agama Islam Negeri (IAIN SU). Pada masa kepemimpinan Rektor Prof. Nur A. Fadhil Lubis, MA terjadi alih status Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang disetujui Presiden Republik Indonesia Ke-6, yaitu Bapak Susilo Bambang Yudhoyono melalui Keputusan Presiden Nomor 2. 131/2014 pada tanggal 16 Oktober 2014. Kampus ini memiliki 4 lokasi yang berbeda, Kampus I terletak di Jl. IAIN No.1, Sutomo Medan, Kampus II terletak di Jl. Williem Iskandar Psr V Medan Estate, Kampus 3 terletak di Desa Durian Jangak, Tuntungan Deli Serdang, dan Kampus IV terletak di Kota Tebing Tinggi.

Kampus ini memiliki delapan Fakultas dan satu Program Pascasarjana yang di dalamnya terdapat berbagai program studi baik di tingkat S1, S2 dan S3. Berdasarkan data yang diperoleh dari website <https://sipandai.uinsu.ac.id>, jumlah mahasiswa aktif di kampus ini sebanyak 26.007 orang. Saat ini, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dipimpin oleh Ibu Prof. Dr. Nurhayati, M. Ag. yang memiliki moto “*Smart Islamic University*”. Mayoritas mahasiswa disini beragama Islam dan ada juga mahasiswa yang beragama Kristen. Keanekaragaman sosial, budaya dan agama menjadikan kampus ini sebagai salah satu kampus yang memiliki pusat kajian atau rumah moderasi beragama karena memiliki potensi sebagai pusat perubahan dan penerimaan peradaban Islam di era digital. Lokasi ini dianggap sangat layak untuk menjawab permasalahan penelitian remaja muslim khususnya di arena perkotaan yang berjudul “*Pengaruh Perubahan Perilaku Konsumtif Terhadap Sindrom Fear of Missing Out (FOMO) Pada Mahasiswa Muslim di Kota Medan*”.

##### **2. Penyajian Data Analisis Deskriptif**

Peneliti menyajikan hasil penelitian berdasarkan hasil survey dengan menggunakan analisis data statistik dengan menggunakan alat bantu software SPSS versi 22. Penyajian data ini dijelaskan secara detail pada tiap-tiap item yang terdapat pada masing-masing variabel.

Untuk melihat rincian hasil deskriptif pada penelitian ini dapat di lihat pada penjelasannya sebagai berikut:

#### a. Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan responden dan terdiri dari berbagai unsur yang terdapat pada subjek penelitian. Karakteristik responden yang dimaksud terfokus pada nilai-nilai atau kaidah tujuan peneliti yang telah disesuaikan secara terstruktur dan memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan saat ini sehingga dapat ditarik kesimpulannya berdasarkan karakteristik responden tersebut. Adapun beberapa karakteristik responden yang dapat dijelaskan pada penelitian ini yaitu jenis kelamin, usia, asal fakultas, keaslian warga Medan, status tempat tinggal selama kuliah, uang saku per bulan, pekerjaan selama kuliah, jenis pekerjaan selama kuliah, penghasilan per bulan, akun media sosial yang dimiliki, durasi menggunakan media sosial per hari, platform E-Commerce yang terinstal di HP, dan durasi menggunakan platform E-Commerce per Hari. Oleh karena itu, untuk mengetahui uraian yang berkaitan dengan karakteristik responden pada penelitian ini dapat di lihat pada penjelasan berikut ini:

##### 1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki-Laki	50	50.0 %
Perempuan	50	50.0 %
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>

*Sumber: Data Primer Diolah SPSS Versi 22 Tahun 2024*

Berdasarkan pada tabel 4.1, hasil survey menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 50 orang atau sekitar 50% sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 50 orang atau sekitar 50%. Peneliti sengaja mengambil sampel responden berdasarkan jenis kelamin yang seimbang agar mengetahui secara menyeluruh pengguna media sosial yang terindikasi sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) dikalangan mahasiswa muslim.

##### 2) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Jenis Usia	Jumlah Responden	Presentase
18 Tahun	1	1.0 %

19 Tahun	23	23.0 %
20 Tahun	12	12.0 %
21 Tahun	17	17.0 %
22 Tahun	39	39.0 %
23 Tahun	8	8.0 %
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>

*Sumber: Data Primer Diolah SPSS Versi 22 Tahun 2024*

Berdasarkan hasil survey yang pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa ternyata responden yang berusia 22 tahun menjadi responden terbanyak pada penelitian ini yaitu sebanyak 39 orang atau sekitar 39%, responden terbanyak kedua yaitu berusia 19 tahun yaitu sebanyak 23 orang atau sekitar 23%, lalu dilanjutkan responden berusia 21 tahun sebanyak 17 orang atau sekitar 17%, responden berusia 20 tahun sebanyak 12 orang atau sekitar 12%, responden berusia 23 tahun sebanyak 8 orang atau sekitar 8% dan jumlah responden yang paling sedikit adalah responden berusia 18 tahun sebanyak 1 orang atau sekitar 1%. Responden berdasarkan usia pada penelitian ini diambil berdasarkan kriteria responden yang telah ditetapkan pada penelitian ini yang ternyata juga memiliki berbagai variasi angkatan masuk ke perguruan tinggi, yaitu mulai dari stambuk 2019 hingga stambuk 2023.

### 3) Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Fakultas

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Fakultas

<b>Fakultas</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase</b>
Ilmu Tarbiyah dan Keguruan	13	13.0%
Ekonomi dan Bisnis Islam	13	13.0%
Syariah dan Hukum	13	13.0%
Sains dan Teknologi	13	13.0%
Kesehatan Masyarakat	12	12.0%
Dakwah dan Komunikasi	12	12.0%
Ushuluddin dan Studi Islam	12	12.0%
Ilmu Sosial	12	12.0%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>

*Sumber: Data Primer Diolah SPSS Versi 22 Tahun 2024*

Penentuan responden di setiap Fakultas telah dilakukan sebelum survei dilaksanakan untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis dan setiap responden memiliki kesempatan yang sama dalam memberikan tanggapannya pada penelitian ini. Namun, yang paling membedakannya secara tersirat adalah Fakultas dengan jenis bidang keilmuan yang terbagi dua yaitu bidang ilmu eksakta dan bidang ilmu non eksakta. Berdasarkan pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan sebanyak 13 orang tau sekitar 13%,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebanyak 13 orang tau sekitar 13%, Fakultas Syariah dan Hukum sebanyak 13 orang tau sekitar 13%, Fakultas Sains dan Teknologi sebanyak 13 orang tau sekitar 13%, Fakultas Kesehatan Masyarakat sebanyak 12 orang tau sekitar 12%, Fakultas Dakwah dan Komunikasi sebanyak 12 orang tau sekitar 12%, Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam sebanyak 12 orang tau sekitar 12%, dan Fakultas Ilmu Sosial sebanyak 12 orang tau sekitar 12%.

#### 4) Karakteristik Responden Berdasarkan Asli Warga Medan

Status warga Medan menjadi salah satu karakteristik responden yang amat penting pada penelitian ini karena dapat dijadikan sebagai salah satu kriteria responden yang tinggal di arena sosial perkotaan, sehingga dapat menjadi target analisis penelitian dalam konteks perubahan sosial dan perilaku konsumtif mahasiswa muslim di ranah perkotaan. Seperti yang kita ketahui bahwa masyarakat di perkotaan lebih cepat menerima perubahan dan peradaban baru ketimbang di wilayah pedesaan. Oleh karena itu, untuk mengetahui asal muasal responden yang menetap di kota Medan dapat di lihat pada tabel 4.4 berikut ini.

Tabel 4.4  
Karakteristik Responden Berdasarkan Asli Warga Medan

<b>Pernyataan Responden</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase</b>
Ya	43	43.0%
Tidak	57	57.0 %
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>

*Sumber: Data Primer Diolah SPSS Versi 22 Tahun 2024*

Berdasarkan hasil survey pada tabel 4.4, menunjukkan bahwa ternyata mahasiswa yang bukan asli warga Medan lebih banyak dibandingkan dengan mahasiswa yang asli warga Medan. Hasil tersebut dapat di lihat bahwa responden yang bukan asli warga Medan sebanyak 57 orang atau sekitar 57%, sedangkan responden yang asli warga medan sebanyak 43 orang atau sekitar 43%. Dari hasil survey tersebut peneliti menyimpulkan bahwa mahasiswa muslim di UIN Sumatera Utara adalah orang perantauan yang datang dari berbagai daerah baik di dalam Provinsi maupun di luar Provinsi Sumatera Utara dengan tujuan untuk menimba ilmu di kota Medan dan menetap sementara dalam kurun waktu tidak bisa ditentukan secara general.

#### 5) Karakteristik Responden Berdasarkan Status Tempat Tinggal Selama Kuliah

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Status Tempat Tinggal Selama Kuliah

<b>Status Tempat Tinggal</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase</b>
Rumah Sendiri	4	4.0 %

Rumah Orang Tua	36	36.0 %
Rumah Saudara	3	3.0 %
Rumah Sewa	38	38.0 %
Kos-Kosan	18	18.0 %
Menumpang di Masjid/Mushola	0	0.0 %
Menumpang di Rumah Warga	1	1.0 %
Lainnya	0	0.0 %
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>

*Sumber: Data Primer Diolah SPSS Versi 22 Tahun 2024*

Berdasarkan hasil survey pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa status tempat tinggal responden selama kuliah di kota Medan terbanyak yaitu tinggal di rumah sewa sebanyak 38 orang atau sekitar 38%, terbanyak kedua yaitu tinggal di rumah orang tua sebanyak 36 orang atau sekitar 36%, responden yang tinggal di kos-kosan sebanyak 18 orang atau sekitar 18%, responden yang tinggal di rumah sendiri sebanyak 4 orang atau sekitar 4%, responden yang tinggal di rumah saudara sebanyak 3 orang atau sekitar 3%, dan yang paling sedikit responden yang tinggal di rumah warga sebanyak 1 orang atau sekitar 1%, sedangkan yang tinggal di mesjid/mushola dan lainnya sebanyak 0%.

Dari status tempat tinggal responden yang telah peneliti survey, maka dapat disimpulkan bahwa ternyata mahasiswa muslim yang tinggal di perkotaan memiliki status tempat tinggal yang relatif bervariasi. Asli atau tidaknya mahasiswa tersebut tinggal di kota Medan, namun yang menentukan mereka menetap di perkotaan tergantung dari kemampuan mahasiswa yang bersangkutan atau kepentingan keluarganya dalam memilih status tempat tinggal mereka, sehingga menurut peneliti tempat tinggal hanyalah sebatas tempat untuk menetap baik dalam jangka waktu yang panjang maupun sementara dan yang terpenting adalah mendapatkan pendidikan yang terbaik di kota dibandingkan di daerah-daerah karena sumber penerimaan perubahan peradaban berada di arena perkotaan.

#### 6) Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan

Tabel 4.6

Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan

Uang Saku per Bulan	Jumlah Responden	Presentase
< Rp 500.000	22	22.0 %
Rp 500.000 s/d < Rp 1.000.000	30	30.0 %
Rp 1.000.000 s/d < Rp 1.500.000	35	35.0 %
Rp 1.500.000 s/d < Rp 2.000.000	5	5.0 %
> Rp 2.000.000	18	18.0 %
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>

*Sumber: Data Primer Diolah SPSS Versi 22 Tahun 2024*



Berdasarkan hasil survey pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa responden yang memilih opsi uang saku per bulan pada penelitian ini adalah Rp 1.000.000 s/d < Rp 1.500.000 yaitu sebanyak 35 orang atau sekitar 35% yang merupakan nominal uang saku paling banyak dipilih oleh responden pada penelitian ini. Uang saku tertinggi kedua adalah Rp 500.000 s/d < Rp 1.000.000 yaitu sebanyak 30 orang atau sekitar 30%, responden yang memiliki uang saku per bulan < Rp 500.000 sebanyak 22 orang atau sekitar 22%, responden yang memiliki uang saku perbulan > Rp 2.000.000 sebanyak 18 orang atau sekitar 18%, dan responden yang memiliki uang saku per bulan Rp 1.500.000 s/d < Rp 2.000.000 sebanyak 5 orang atau sekitar 5%.

Peneliti menyimpulkan bahwa ternyata mayoritas uang saku mahasiswa sebesar Rp 1.000.000 s/d < Rp 1.500.000 per bulan di luar biaya rumah atau kost bagi mahasiswa perantauan dan biaya-biaya akomodasi lainnya karena kegunaan uang saku juga sudah jelas, yaitu sebagai biaya hidup maupun gaya hidup mereka selama berkuliah. Namun, dari hasil survey, ternyata ada juga mahasiswa yang memiliki uang saku > Rp 2.000.000. Oleh karena itu, peneliti berkesimpulan bahwa status ekonomi keluarga mahasiswa berada di kelas menengah ke atas atau bisa juga mahasiswa tersebut memiliki pekerjaan sampingan. Peneliti juga menganggap bahwa uang saku per bulan dapat berpengaruh dengan keinginan mahasiswa untuk berperilaku konsumtif apalagi penyebaran informasi lewat media sosial juga bisa menimbulkan hasrat atau keinginan terkena sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) yang diukur dari keadaan ekonominya maupun keluarganya.

#### 7) Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Selama Kuliah

Tabel 4.7

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Selama Kuliah

Status Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase
Ada	30	30.0 %
Tidak Ada	70	70.0 %
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Data Primer Diolah SPSS Versi 22 Tahun 2024

Hasil survey menunjukkan bahwa ternyata beberapa responden selain berkuliah, mereka juga bekerja, meskipun pekerjaan yang dimiliki tidak secara signifikan merupakan pekerjaan tetap dan dapat mengganggu perkuliahan. Dari hasil survey menunjukkan bahwa sebanyak 30 orang atau sekitar 30% responden mengaku memiliki pekerjaan selama kuliah. Sedangkan 70 orang atau sekitar 70% tidak memiliki pekerjaan. Berdasarkan tanggapan tersebut dapat disimpulkan bahwa memiliki pekerjaan selama kuliah bukan prioritas utama bagi sebagian mahasiswa namun bagi sebagian mahasiswa lainnya memiliki pekerjaan

merupakan suatu hal yang dapat membantu perekonomian keluarga, menambah pengalaman kerja, mengasah kemampuan personalnya demi masa depan yang lebih baik.

8) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Selama Kuliah

Tabel 4.8

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Selama Kuliah

Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase
Barista/Waiteress	7	7.0 %
Guru Private	2	2.0 %
Endorsement	0	0.0 %
Influencer	0	0.0 %
Pengusaha Offline/Online Shop	1	1.0 %
Marketing/Sales	0	0.0 %
Make Up Artist (MUA)	0	0.0 %
Mitra Driver Online (Ojol)	2	2.0 %
Youtuber	0	0.0 %
Selebgram	0	0.0 %
TikToker	1	1.0 %
Karyawan	1	1.0 %
Freelance	15	15.0 %
Event Organizer	1	1.0 %
Photografer	0	0.0 %
Marbot	0	0.0 %
Tidak Ada	70	70.0 %
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>

*Sumber: Data Primer Diolah SPSS Versi 22 Tahun 2024*

Berdasarkan hasil studi emipiris, peneliti memberikan beberapa opsi jenis pekerjaan sambilan yang sering dilakoni mahasiswa selama kuliah, namun tidak semua jenis pekerjaan yang ditanyakan masuk ke dalam kategori responden. Dari 30 responden yang menjawab memiliki pekerjaan, ternyata ada beberapa pekerjaan yang sering dilakukan responden selama kuliah. Berdasarkan pada tabel 4.8, responden yang memiliki jenis pekerjaan sebagai Freelance masuk ke dalam kategori jenis pekerjaan yang banyak ditekuni, yaitu sebanyak 15 orang atau sekitar 15%. Jenis freelance yang dimaksud responden seperti jasa pembuatan tugas, TikTokers, berdagang paruh waktu, dan lain sebagainya.

9) Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan

Setelah mengetahui jenis pekerjaan yang ditekuni sebaгаian responden selama kuliah, kali ini peneliti menunjukkan hasil survey tentang penghasilan per bulan mereka. Penghasilan per bulan yang paling banyak yaitu < Rp 500.000 sebanyak 15 orang atau sekitar 15%. Dari penghasilan tersebut rata-rata pekerjaan yang dimiliki responden sebagai freelance.

Selanjutnya, terdapat penghasilan Rp 1.000.000 s/d < Rp 1.500.000 sebanyak 5 orang atau sekitar 5%. Penghasilan tersebut sama dengan jumlah responden yang berpenghasilan > Rp 2.000.000 yaitu sebanyak 5 orang atau sekitar 5%. Responden yang memiliki penghasilan Rp 500.000 s/d < Rp 1.000.000 sebanyak 4 orang atau sekitar 4% dan yang terakhir responden yang memiliki penghasilan Rp 1.500.000 s/d < Rp 2.000.000 sebanyak 1 orang atau sekitar 1% selebihnya tidak memiliki penghasilan karena tidak memiliki pekerjaan selama kuliah.

Tabel 4.9  
Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan

Penghasilan per Bulan	Jumlah Responden	Presentase
< Rp 500.000	15	15.0 %
Rp 500.000 s/d < Rp 1.000.000	4	4.0 %
Rp 1.000.000 s/d < Rp 1.500.000	5	5.0 %
Rp 1.500.000 s/d < Rp 2.000.000	1	1.0 %
> Rp 2.000.000	5	5.0 %
Tidak Ada	70	70.0 %
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>

*Sumber: Data Primer Diolah SPSS Versi 22 Tahun 2024*

Berdasarkan hasil survey pada tabel 4.9 di atas, peneliti menyimpulkan bahwa mahasiswa yang memiliki pekerjaan tidak tetap namun memiliki penghasilan terendah dikarenakan mereka lebih fokus untuk berkuliah. Namun, ada pula mahasiswa yang memiliki penghasilan Rp 500.000 sampai dengan > Rp 2.000.000 biasanya sudah menanggung resiko dan mau tidak mau sudah bisa manajemen waktu antara kuliah dengan bekerja. Tak heran mereka memiliki penghasilan lebih karena biasanya mereka berprofesi sebagai barista/waiters kafe, guru privat, even organizer, karyawan dan mitra driver ojol. Selain itu, peneliti juga menyimpulkan bahwa mahasiswa yang memiliki penghasilan cenderung memiliki keinginan atau selera konsumsi yang lebih tinggi dari mahasiswa yang memiliki penghasilan rendah apalagi tidak memiliki penghasilan.

#### 10) Karakteristik Responden Berdasarkan Akun Media Sosial yang Dimiliki

Media sosial merupakan platform digital yang memfasilitasi penggunaanya untuk bersosialisasi baik itu berkomunikasi via suara, video, atau tulisan kepada lawan interaksinya. Selain itu, media sosial juga berfungsi sebagai sarana dalam membagikan konten baik berupa tulisan, video, maupun foto di ruang digital yang terbuka untuk umum dan bersifat realtime. Pada survey ini peneliti mendeskripsikan hasil survey terkait akun media sosial yang dimiliki responden sebagai sarana untuk berinteraksi dengan temannya. Untuk mengetahui secara mendalam terkait karakteristik responden dapat di lihat pada tabel 4.10 berikut ini:

Tabel 4.10  
Karakteristik Responden Berdasarkan Akun Media Sosial yang Dimiliki

Nama Akun Media Sosial	Jumlah Responden	Presentase
Facebook	1	1.0 %
Instagram	67	67.0 %
X (Eks. Twitter)	2	2.0 %
Threads	0	0.0 %
Telegram	1	1.0 %
TikTok	14	14.0 %
WhatsApp	13	13.0 %
Lainnya	2	2.0 %
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>

*Sumber: Data Primer Diolah SPSS Versi 22 Tahun 2024*

Berdasarkan hasil survey pada tabel 4.10, menunjukkan bahwa responden lebih banyak mempunyai akun Instagram yaitu sebanyak 67 orang atau sekitar 67%, responden yang memiliki akun TikTok sebanyak 14 orang atau sekitar 14%, responden yang menggunakan Whatsapp sebanyak 13 orang atau sekitar 13%, responden yang menggunakan X (Eks. Twitter) sebanyak 2 orang atau sekitar 2%, responden yang menggunakan Facebook dan Telegram masing-masing berjumlah 2 orang atau sekitar 2% dan yang memilih lainnya sebanyak 2 orang atau sekitar 2%.

Penggunaan media sosial yang dimaksud pada penelitian ini adalah kepemilikan akun yang paling sering di lihat atau digunakan setiap waktu untuk keperluan pribadi dan dianggap nyaman untuk di lihat dan digunakan baik dalam waktu luang sampai pada waktu sibuknya mereka beraktivitas setiap harinya. Sama halnya seperti akun WhatsApp, semua responden pasti memilikinya tetapi hanya sebatas untuk mendapatkan informasi seputar interaksi dengan keluarga, teman bahkan jaringan komunikasi perkuliahaan. Namun, akun media sosial ini lebih menekankan platform kesukaan mereka dalam berinteraksi di media sosial.

#### 11) Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Menggunakan Media Sosial Per Hari

Tabel 4.11  
Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Menggunakan Media Sosial per Hari

Durasi	Jumlah Responden	Presentase
< 1 jam/hari	6	6.0 %
1-2 jam/hari	28	28.0 %
2-4 jam/hari	29	29.0 %
4-6 jam/hari	22	22.0 %
> 6 jam/hari	15	15.0 %
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>

*Sumber: Data Primer Diolah SPSS Versi 22 Tahun 2024*

Berdasarkan hasil survey pada tabel 4.11, menunjukkan bahwa ternyata responden menghabiskan waktunya dalam menggunakan media sosial setiap harinya paling banyak memilih durasi 2-4 jam/hari yaitu sebanyak 29 orang atau sekitar 29%, responden yang memilih menggunakan media sosial berdurasi 1-2 jam/hari sebanyak 28 orang atau sekitar 28%. Selain itu, responden yang menggunakan media sosial berdurasi 4-6 jam/hari sebanyak 22 orang atau sekitar 22%, dan responden yang menggunakan media sosial berdurasi > 6 jam/hari sebanyak 15 orang atau sekitar 15%. Dari hasil survey di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa ternyata rata-rata mahasiswa menggunakan media sosial berdurasi 1 sampai di atas 6 jam/hari.

## 12) Karakteristik Responden Berdasarkan Platform E-Commerce yang Terinstal di HP

Tabel 4.12

Karakteristik Responden Berdasarkan Platform E-Commerce yang Terinstal di HP

<b>Nama Platform E-Commerce</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase</b>
Shopee	98	98.0 %
Tokopedia	0	0.0 %
Lazada	1	1.0 %
Blibli.com	0	0.0 %
JD.id	0	0.0 %
Lain-lain	1	1.0 %
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>

*Sumber: Data Primer Diolah SPSS Versi 22 Tahun 2024*

Berdasarkan hasil survey pada tabel 4.11, menunjukkan bahwa responden lebih banyak memiliki platform E-Commerce Shopee yaitu sebanyak 98 orang atau sekitar 98%, responden yang memiliki akun Lazada sebanyak 1 orang atau sekitar 1% dan responden yang memilih lainnya sebanyak 1 orang atau sekitar 1%. Responden memilih lainnya karena memiliki lebih dari satu platform E-Commerce seperti Shopee, Tokopedia dan Lazada. Dari hasil survey dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menggunakan platform Shopee karena dianggap penggunaan yang mudah dan di dalamnya banyak sekali penawaran-penawaran diskon dan fitur-fitur yang menarik untuk di lihat saat berbelanja.

## 13) Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Platform E-Commerce yang Terinstal di HP

Tabel 4.13

Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Menggunakan Platform E-Commerce per Hari

<b>Durasi</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase</b>
< 1 jam/hari	61	61.0 %

1-2 jam/hari	28	28.0 %
2-4 jam/hari	8	8.0 %
4-6 jam/hari	4	4.0 %
> 6 jam/hari	1	1.0 %
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>

*Sumber: Data Primer Diolah SPSS Versi 22 Tahun 2024*

Berdasarkan hasil survey pada tabel 4.11, menunjukkan bahwa ternyata responden menghabiskan waktunya dalam menggunakan Platform E-Commerce setiap harinya paling banyak memilih durasi 1 jam/hari yaitu sebanyak 61 orang atau sekitar 61%, responden yang memilih menggunakan Platform E-Commerce berdurasi 1-2 jam/hari sebanyak 28 orang atau sekitar 28%. Selain itu, responden yang menggunakan Platform E-Commerce berdurasi 2-4 jam/hari sebanyak 8 orang atau sekitar 8%. Selanjutnya, responden yang menghabiskan waktu menggunakan Platform E-Commerce 4-6 jam/hari sebanyak 4 orang atau sekitar 4% dan terakhir, responden yang menggunakan Platform E-Commerce berdurasi > 6 jam/hari sebanyak 1 orang atau sekitar 1%. Dari hasil survey di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa ternyata rata-rata mahasiswa menggunakan Platform E-Commerce berdurasi sekitar kurang dari 1 jam dan 1-2 jam/hari.

#### **b. Deskripsi Variabel Perubahan Sosial dan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Perhitungan Skor Variabel Independen (X)**

Hasil penelitian ini terdiri dari indikator-indikator pernyataan yang dapat di lihat pada variabel X yang sudah ditentukan oleh peneliti. Keterangan variabel yang dimaksud adalah variabel independen (X) yang terdiri dari dua variabel, yaitu variabel Perubahan Sosial ( $X_1$ ) dan variabel Perilaku Konsumtif ( $X_2$ ). Analisis deskriptif setiap variabel mempunyai sistem perankingan nilai statistik ditentukan oleh peneliti berdasarkan nilai rata-rata atau nilai mean. Untuk melihat penentuan nilai ukur data tersebut dapat di lihat pada poin-poin berikut ini:

1. Nilai antara 0.00 – 1.00 = Sangat Tidak Sesuai
2. Nilai antara 1.01 – 2.00 = Tidak Sesuai
3. Nilai antara 2.01 – 3.00 = Ragu-ragu
4. Nilai antara 3.01 – 4.00 = Sesuai
5. Nilai antara 4.01 – 5.00 = Sangat Sesuai

##### 1) Kategorisasi Pernyataan Responden Tentang Perubahan Sosial ( $X_1$ )

Kategorisasi pernyataan ini mendeskripsikan hasil pernyataan responden terkait variabel perubahan sosial yang terdiri dari beberapa indikator di dalamnya. Indikator tersebut

dipresentasikan dalam tujuh belas pertanyaan dengan rincian masing-masing pertanyaan dapat di lihat pada lampiran. Untuk melihat penjelasan kesimpulan temuan data hasil survey deskriptif pada variabel X<sub>1</sub> dapat di lihat pada tabel 4.14 berikut ini:

Tabel 4.14  
Tanggapan Responden Terkait Perubahan Sosial

Tanggapan	Pertanyaan	Sangat Tidak Sesuai		Tidak Sesuai		Ragu-ragu		Sesuai		Sangat Sesuai		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	X1.1	2	2%	5	5%	8	8%	22	22%	63	63%	4.39
2.	X1.2	3	3%	4	4%	8	8%	30	30%	55	55%	4.15
3.	X1.3	8	8%	12	12%	16	16%	25	25%	39	39%	4.30
4.	X1.4	1	1%	0	0%	9	9%	30	30%	60	60%	3.75
5.	X1.5	5	5%	14	14%	25	25%	20	20%	36	36%	4.48
6.	X1.6	1	1%	2	2%	8	8%	26	26%	63	63%	3.68
7.	X1.7	8	8%	7	7%	15	15%	27	27%	43	43%	4.48
8.	X1.8	6	6%	9	9%	20	20%	27	27%	38	38%	3.90
9.	X1.9	3	3%	4	4%	14	14%	33	33%	46	46%	3.82
10.	X1.10	3	3%	4	4%	15	15%	31	31%	47	47%	4.15
11.	X1.11	14	14%	13	13%	18	18%	24	24%	31	31%	3.45
12.	X1.12	17	17%	13	13%	15	15%	24	24%	31	31%	3.39
13.	X1.13	18	18%	9	9%	17	17%	26	26%	30	30%	3.41
14.	X1.14	6	6%	9	9%	20	20%	29	29%	36	36%	3.80
15.	X1.15	9	9%	6	6%	22	22%	28	28%	35	35%	3.74
16.	X1.16	2	2%	1	1%	13	13%	34	34%	50	50%	4.29
17.	X1.17	15	15%	12	12%	29	29%	12	12%	32	32%	3.34

Sumber: Data Primer Diolah SPSS Versi 22 Tahun 2024

Berdasarkan pada tabel 4.14, hasil survey terkait tanggapan responden mengenai variabel Perubahan Sosial menunjukkan bahwa nilai mean paling tinggi pada penelitian ini memiliki dua nilai mean yang sama. Pertama, di lihat berdasarkan pernyataan X1.5 yang berisikan pernyataan responden mendapatkan informasi yang cepat tentang situasi sosial dan budaya secara global yaitu sebesar 4.48 dengan kategori sangat sesuai. Kedua, pernyataan X1.7 yang berisikan pernyataan responden merasa media sosial dapat menambah wawasan dan pengetahuan baru khususnya dari dunia luar yaitu sebesar 4.48 dengan kategori sangat sesuai. Selain itu, hasil temuan data dengan nilai mean yang paling rendah terdapat pada pernyataan X1.17 yang berisikan pernyataan responden merasa introvert (penyendiri) di dunia nyata dan ekstrovert (terbuka) di dunia media sosial yaitu sebesar 3.34 dengan kategori sesuai.

Penggunaan media sosial pada penelitain ini nampaknya berdampak pada perubahan sosial dikalangan mahasiswa muslim. Berdasarkan temuan data statistik, peneliti menyimpulkan bahwa kehadiran media sosial dapat memudahkan mahasiswa untuk mendapatkan informasi terkait situasi sosial dan budaya secara global, sehingga mereka dapat

memilah dan memilih budaya yang mereka sukai maupun tidak disukai. Dengan kecepatan informasi, mahasiswa sangat rentan melakukan perubahan baik di dalam maupun di luar diri mereka. Misalnya saja yang saat ini sedang trend adalah Korean Wave, yaitu kebudayaan korea yang mereka tiru melalui film, fashion, musik, makeup, skincare, gaya rambut dan lain sebagainya. Seolah apa yang di miliki salah satu aktor Korea dari ujung rambut hingga ujung kaki layak ditiru dan diterima dikalangan masyarakat saat ini. Padahal dari segi bentuk fisik masyarakat Indonesia bisa dikatakan berbeda dengan fisik masyarakat Korea.

Namun fisik bukanlah menjadi penghalang mereka untuk berekspresi dan bereksperimen, sebab dengan adanya niat dan kemauan apalagi didukung oleh kapital yang kuat maka semua bisa ditiru dan dijadikan sebagai budaya populer di Indonesia. Kehadiran budaya populer ini pun dikhawatirkan dapat mengikis budaya-budaya lama yang diprediksi akan menghilang jika tidak mampu untuk membatasinya. Pola interaksi dan pola pikir yang dimiliki juga berubah-ubah seiring berkembangnya informasi yang mereka terima di media sosial. Selain memudahkan mereka mendapatkan informasi, ternyata menggunakan media sosial juga berfungsi sebagai penambah wawasan secara global. Menariknya lagi, dari fenomena ini dapat juga di lihat dari sisi penggunaan media sosial secara terus menerus bisa membentuk karakter seseorang menjadi introvert di dunia nyata dan ekstrovert di dunia maya.

Mahasiswa lebih leluasa berargumentasi menggunakan ketikan-ketikan jari mereka di ruang digital dan memiliki banyak teman untuk berinteraksi ketimbang di dunia nyata. Efek dari media sosial membuat masyarakat yang didominasi oleh generasi Z (Gen Z) ini menimbulkan rasa nyaman dan aman ketika berada di arena sosial digital. Tak heran jika banyak sekali anak muda zaman sekarang yang sangat menggantungkan hidupnya dari smartphone yang mereka miliki karena sumber interaksi dan informasi yang mereka inginkan ada di media sosial yang mereka gunakan.

Selain berinteraksi, media sosial Instagram yang notabene didominasi penggunaanya dikalangan remaja atau oleh mahasiswa juga menjadikan media sosial sebagai sarana untuk menuangkan isi hati, mencari pertemanan, menimba ilmu, bahkan sampai berbisnis. Contohnya saja mereka lebih percaya diri berbicara di dunia virtual dan berniaga ketimbang di dunia nyata. Era digitalisasi saat ini telah menjadi fakta yang menarik dalam melihat perubahan sosial yang terjadi bahkan sudah menjadi budaya baru bagi masyarakat khususnya di wilayah perkotaan.

Perilaku dalam bermedia sosial dapat menimbulkan perubahan sosial dalam menjalin pertemanan yang telah menjadi salah satu bagian role model bagi masyarakat lainnya sehingga tidak bisa dihilangkan dari peradaban yang berkembang saat ini. Berdasarkan fenomena perubahan sosial pada mahasiswa dalam menggunakan media sosial yang telah disimpulkan



pada variabel ini, peneliti melihat adanya dampak penggunaan media sosial sepertinya terindikasi terjadinya sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) baik secara psikologi mahasiswa maupun di kehidupan sosial budayanya.

2) Kategorisasi Pernyataan Responden Tentang Perilaku Konsumtif (X<sub>2</sub>)

Kategorisasi pernyataan ini mendeskripsikan hasil pernyataan responden terkait variabel Perilaku Konsumtif yang terdiri dari beberapa indikator di dalamnya. Indikator tersebut dipresentasikan sebanyak delapan belas pertanyaan dengan rincian masing-masing pertanyaan dapat di lihat pada lampiran. Untuk melihat penjelasan kesimpulan temuan data hasil survey deskriptif pada variabel X<sub>2</sub> dapat di lihat pada tabel 4.15 berikut ini:

Tabel 4.15  
Tanggapan Responden Terkait Perilaku Konsumtif

Tanggapan Pertanyaan	Sangat Tidak Sesuai		Tidak Sesuai		Ragu-ragu		Sesuai		Sangat Sesuai		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1. X2.1	10	10%	10	10%	33	33%	33	33%	14	14%	3.31
2. X2.2	11	11%	10	10%	30	30%	35	35%	14	14%	3.31
3. X2.3	26	26%	13	13%	21	21%	28	28%	12	12%	2.87
4. X2.4	17	17%	8	8%	28	28%	35	35%	12	12%	3.17
5. X2.5	14	14%	19	19%	19	19%	34	34%	14	14%	3.15
6. X2.6	18	18%	15	15%	26	26%	28	28%	13	13%	3.03
7. X2.7	30	30%	15	15%	19	19%	22	22%	14	14%	2.75
8. X2.8	15	15%	11	11%	24	24%	25	25%	25	25%	3.34
9. X2.9	15	15%	13	13%	26	26%	26	26%	20	20%	3.23
10. X2.10	17	17%	15	15%	27	27%	24	24%	17	17%	3.09
11. X2.11	31	31%	25	25%	21	21%	13	13%	10	10%	2.46
12. X2.12	11	11%	15	15%	21	21%	33	33%	20	20%	3.36
13. X2.13	23	23%	14	14%	21	21%	29	29%	13	13%	2.95
14. X2.14	27	27%	16	16%	25	25%	22	22%	10	10%	2.72
15. X2.15	10	10%	6	6%	31	31%	37	37%	16	16%	3.43
16. X2.16	10	10%	9	9%	26	26%	39	39%	16	16%	3.42
17. X2.17	12	12%	5	5%	22	22%	43	43%	18	18%	3.50
18. X2.18	16	16%	18	18%	33	33%	25	25%	8	8%	2.91

Sumber: Data Primer Diolah SPSS Versi 22 Tahun 2024

Perilaku konsumtif menjadi salah satu variabel yang menjelaskan secara general berbagai aktifitas mahasiswa muslim dalam aspek gaya hidup di kota Medan. Dengan sentuhan digitalisasi, fenomena ini diduga dapat menimbulkan perilaku konsumtif yang berlebihan karena adanya pengaruh dari budaya luar melalui arena sosial digital. Oleh karena itu, berdasarkan hasil survey pada tabel 4.15, tanggapan responden mengenai variabel Perilaku Konsumtif menunjukkan nilai mean paling tinggi pada penelitian ini terdapat di pernyataan X2.17 yang berisikan pernyataan responden selalu setia menunggu dan memanfaatkan promo

di media sosial maupun di platform E-Commerce yaitu sebesar 3.50 dengan kategori sangat sesuai. Sedangkan hasil temuan data dengan nilai mean yang paling rendah terdapat pada pernyataan X2.11 yang berisikan pernyataan responden merasa senang mengikuti *war* tiket konser di media sosial tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan saat ini yaitu sebesar 2.46 dengan kategori ragu-ragu.

Berdasarkan hasil survey di atas, peneliti menyimpulkan bahwa mahasiswa muslim memiliki perilaku konsumtif yang sangat tinggi karena adanya pengaruh dari media sosial maupun platform E-Commerce. Berbagai tawaran atau tampilan yang muncul melalui *For You Page* (FYP) maupun platform E-Commerce yang rata-rata berdasarkan hasil survey mahasiswa memiliki akun Shopee untuk berbelanja membuat mahasiswa tertarik untuk membelinya misalnya seperti makanan, minuman, fashion, skincare dan lain sebagainya yang sedang viral pada masanya. Mereka bisa terpengaruh untuk berperilaku konsumtif dari media sosial teman, artis idola atau rekan sejawat di dunia nyata. Perilaku konsumtif ini terkadang tidak bisa membendung hasrat yang dikarenakan adanya rasa penasaran dan ketertarikan untuk mencoba atas dasar rekomendasi dari orang lain yang sudah duluan mengkonsumsi barang tersebut.

Tidak hanya itu, perilaku konsumtif sewaktu-waktu akan muncul tanpa adanya perencanaan yang matang dan secara spontan mengesampingkan kondisi keuangan. Istilah ini dapat dikenal dengan perilaku *Impulse Buying* bahkan terkadang mereka rela membeli karena adanya indikasi sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) di dalam dirinya. Setelah membeli terkadang diantara mereka mengalami perasaan yang biasa saja tetapi ada juga timbul perasaan menyesal setelah membelinya. Tingginya perilaku konsumtif ini membuat peneliti yakin bahwa fenomena pengguna media sosial menjadi faktor penyebab terjadinya perubahan perilaku konsumtif pada mahasiswa muslim di Kota Medan.

Perilaku konsumtif pada mahasiswa muslim ini juga dapat di lihat berdasarkan tanggapan mereka terkait tentang fenomena *war* tiket konser di media sosial. Seperti yang diketahui, saat ini terdapat perilaku *war* tiket konser Grup Band Coldplay, Boyband/Girlband asal Korea atau band-band mancanegara lainnya yang datang untuk konser ke Indonesia yang dibeli oleh masyarakat kalangan mahasiswa atau generasi Z saat ini. Bahkan jika mereka tidak mendapatkan tiket konser di Indonesia, mereka rela untuk *war* tiket ke negara-negara tetangga yang akan dikunjungi group band tersebut seperti Malaysia, Singapura, Thailand, Australia dan lain sebagainya. Lain lagi halnya seperti fenomena *war* tiket konser Sheila on 7 di Kota Medan yang hanya hitungan jam saja sudah habis terjual. Animo masyarakat dalam mengikuti trend seperti ini terbukti telah menjadi suatu fenomena yang sangat menarik untuk dikaji khususnya dalam konteks perilaku konsumtif pada masyarakat di perkotaan.

Namun, dari hasil suvey ini juga peneliti menyimpulkan bahwa mahasiswa yang melakukan aktifitas konsumtif *war* tiket konser tersebut hanya sebagian saja yang mengikutinya dan sebagian lain tidak tertaru tertarik karena adanya faktor selera dan kondisi keuangan yang terbatas. Biasanya, mahasiswa yang senang mengikuti *war* tiket konser tersebut memiliki kondisi ekonomi keluarga kelas menengah ke atas atau yang sudah bekerja tapi tidak untuk mahasiswa yang memiliki kondisi ekonomi menengah ke bawah atau mahasiswa yang belum bekerja.

Perubahan sosial dan perilaku konsumtif pada mahasiswa muslim UIN Sumatera Utara Medan nampaknya masuk ke dalam kategori tinggi karena dipengaruhi oleh media sosial yang sangat bebas untuk diakses ke semua kalangan. Penggunaan media sosial sangat berpengaruh pada tingginya durasi menggunakan media sosial setiap harinya. Semakin lama mereka menggunakan media sosial maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif mereka. Pengendalian akan perilaku konsumtif yang berlebihan pun sangat dipengaruhi oleh kondisi sosial dan ekonominya. Semakin banyak seseorang bergaul dan berteman di media sosial maka semakin tinggi pula tingkat perubahan sosial dan perilaku konsumtifnya.

### **c. Deskripsi Variabel Sindrom Fear of Missing Out (FoMO) Berdasarkan Perhitungan Skor Variabel Dependen (Y)**

Hasil penelitian pada variabel dependen atau terikat terdiri dari indikator-indikator pernyataan yang sama dengan variabel independen, namun variabel ini dapat di lihat pada variabel Y yang sudah ditentukan oleh peneliti. Keterangan variabel dependen (Y) yang dimaksud adalah variabel Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO). Analisis deskriptif setiap variabel pada penelitian ini juga memiliki sistem perankingan nilai statistik ditentukan oleh peneliti berdasarkan nilai rata-rata atau nilai mean sama seperti variabel Y.

#### **1) Kategorisasi Pernyataan Responden Tentang Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) (Y)**

Kategorisasi pernyataan ini mendeskripsikan hasil pernyataan responden terkait variabel Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) yang terdiri dari beberapa indikator di dalamnya. Indikator tersebut dipresentasikan ke dalam lima belas pertanyaan dengan rincian masing-masing pertanyaan dapat di lihat pada lampiran. Untuk melihat penjelasan kesimpulan temuan data hasil survey deskriptif pada variabel Y dapat di lihat pada tabel 4.16 berikut ini:

Tabel 4.16  
Tanggapan Responden Terkait Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO)

Tanggapan	Pertanyaan	Sangat Tidak Sesuai		Tidak Sesuai		Ragu-ragu		Sesuai		Sangat Sesuai		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	Y.1	19	19%	21	21%	21	21%	27	27%	12	12%	2.92
2.	Y.2	14	14%	18	18%	26	26%	31	31%	11	11%	3.07
3.	Y.3	16	16%	17	17%	25	25%	27	27%	15	15%	3.08
4.	Y.4	35	35%	16	16%	20	20%	18	18%	11	11%	2.54
5.	Y.5	15	15%	17	17%	26	26%	34	34%	8	8%	3.03
6.	Y.6	9	9%	15	15%	29	29%	24	24%	23	23%	3.37
7.	Y.7	16	16%	21	21%	23	23%	29	29%	11	11%	2.98
8.	Y.8	15	15%	16	16%	28	28%	30	30%	11	11%	3.06
9.	Y.9	9	9%	18	18%	34	34%	16	16%	23	23%	3.26
10.	Y.10	16	16%	22	22%	22	22%	31	31%	9	9%	2.95
11.	Y.11	13	13%	15	15%	19	19%	36	36%	17	17%	3.29
12.	Y.12	21	21%	17	17%	28	28%	19	19%	15	15%	2.90
13.	Y.13	15	15%	16	16%	25	25%	28	28%	16	16%	3.14
14.	Y.14	8	8%	12	12%	38	38%	26	26%	16	16%	3.30
15.	Y.15	21	21%	19	19%	23	23%	16	16%	21	21%	2.97

Sumber: Data Primer Diolah SPSS Versi 22 Tahun 2024

Berdasarkan pada tabel 4.16, hasil survey penelitian terkait tanggapan responden mengenai variabel Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) menunjukkan bahwa nilai mean paling tinggi pertama pada penelitian ini terdapat di pernyataan Y.6 yang berisikan pernyataan responden merasa sedih ketika melewatkan waktu berkumpul bersama teman-teman yaitu sebesar 3.37 dengan kategori sesuai. Selanjutnya, nilai mean paling tinggi kedua pada penelitian ini terdapat di pernyataan Y.14 yang berisikan pernyataan responden selalu memeriksa notifikasi media sosial agar tidak ketinggalan informasi terkini yaitu sebesar 3.30 dengan kategori sesuai. Selain itu, berdasarkan hasil temuan data dengan nilai mean yang paling rendah terdapat pada pernyataan Y.4 yang berisikan pernyataan responden merasa cemas ketika tidak memberi komentar pada postingan di media sosial yaitu sebesar 2.54 dengan kategori ragu-ragu.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa muslim di Kota Medan memiliki gejala Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) pada dirinya. Terbukti dari hasil survey menunjukkan adanya kecemasan mahasiswa saat melihat orang lain di media sosial yang selalu update kegiatan dengan cara mengabadikan setiap momennya lewat foto, video ataupun update status berupa postingan tulisan yang dibagikan kepada teman-teman di media sosial. Selain itu, munculnya perasaan minder, sedih ataupun merasa tertinggal dengan pencapaian orang lain lewat media sosial merupakan gejala Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO). Setiap saat

mahasiswa selalu mengecek smartphonenya dan melihat notifikasi media sosialnya juga yang merupakan suatu kebiasaan yang sudah membudaya di dalam diri mahasiswa tersebut. Sudah menjadi hal yang wajar seakan dunianya hanyalah di media sosial bukan di dunia nyata. Padahal sebenarnya media sosial juga dapat berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan pendapatan dan pendidikan dengan mudah.

Oleh karena itu, peneliti menyimpulkan bahwa mahasiswa muslim di kota Medan rata-rata pernah mengalami sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO). Setiap orang yang memiliki media sosial dan selalu melihat media sosial dengan durasi yang cukup lama juga dapat mengalami perilaku tersebut. Ketergantungan dengan media sosial merupakan salah satu cikal bakal seseorang terkena sindrom yang di lihat berdasarkan perubahan perilaku konsumtif mereka setelah menggunakan media sosial. Dampaknya akan berpengaruh pada psikologis seseorang dan menimbulkan sifat egois terhadap diri sendiri dan orang lain. Kurangnya keimanan dan batasan dalam nilai-nilai ajaran agama akan mengakibatkan kerugian besar bagi penderita Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO). Perlu adanya pengendalian diri terutama dalam membatasi waktu dan ruang untuk menggunakan media sosial agar tidak terpengaruh oleh perilaku sindrom ini

### **3. Pengujian Validitas dan Reliabilitas**

Sebelum melakukan pengujian korelasi, pada pembahasan kali ini peneliti menjelaskan terlebih dahulu hasil pengujian setiap item yang terdapat pada variabel dalam bentuk kuesioner dengan menggunakan alat uji statistik SPSS versi 22 dengan cara menguji validitas dan uji reliabilitas yang nantinya dapat memberikan jawaban secara signifikan terkait kualitas kuesioner tersebut yang nantinya dapat diukur dengan kaidah kuantitatif secara konsisten. Untuk mengetahui hasil uji validitas dan uji reliabilitas pada penelitian ini secara spesifik, berikut penjelasannya:

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk menguji keakuratan suatu alat ukur dan dapat mengungkap konsep gejala atau kejadian yang diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu instrument penelitian atau kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang seharusnya diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dapat menggunakan koefisien korelasi yang nilai signifikansinya kurang dari 0.05 (tingkat signifikansi) yang menunjukkan

bahwa pernyataan tersebut dapat dikatakan valid sebagai indikator secara formal. Adapun hasil pengujian validitas ini dapat di lihat pada tabel 4.17 berikut ini:

Tabel 4.17  
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Sig < 0.05	Keterangan
Perubahan Sosial (X <sub>1</sub> )	X1.1	0.574	0.195	0.000	Valid
	X1.2	0.632	0.195	0.000	Valid
	X1.3	0.641	0.195	0.000	Valid
	X1.4	0.749	0.195	0.000	Valid
	X1.5	0.566	0.195	0.000	Valid
	X1.6	0.693	0.195	0.000	Valid
	X1.7	0.627	0.195	0.000	Valid
	X1.8	0.797	0.195	0.000	Valid
	X1.9	0.752	0.195	0.000	Valid
	X1.10	0.736	0.195	0.000	Valid
	X1.11	0.811	0.195	0.000	Valid
	X1.12	0.809	0.195	0.000	Valid
	X1.13	0.804	0.195	0.000	Valid
	X1.14	0.809	0.195	0.000	Valid
	X1.15	0.771	0.195	0.000	Valid
	X1.16	0.762	0.195	0.000	Valid
	X1.17	0.732	0.195	0.000	Valid
Perilaku Konsumtif (X <sub>2</sub> )	X2.1	0.624	0.195	0.000	Valid
	X2.2	0.665	0.195	0.000	Valid
	X2.3	0.823	0.195	0.000	Valid
	X2.4	0.807	0.195	0.000	Valid
	X2.5	0.832	0.195	0.000	Valid
	X2.6	0.854	0.195	0.000	Valid
	X2.7	0.839	0.195	0.000	Valid
	X2.8	0.829	0.195	0.000	Valid
	X2.9	0.831	0.195	0.000	Valid
	X2.10	0.812	0.195	0.000	Valid
	X2.11	0.696	0.195	0.000	Valid
	X2.12	0.797	0.195	0.000	Valid
	X2.13	0.814	0.195	0.000	Valid
	X2.14	0.847	0.195	0.000	Valid
	X2.15	0.762	0.195	0.000	Valid
	X2.16	0.739	0.195	0.000	Valid
	X2.17	0.693	0.195	0.000	Valid
	X2.18	0.790	0.195	0.000	Valid
Sindrom <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO) (Y)	Y no.1	0.807	0.195	0.000	Valid
	Y no.2	0.716	0.195	0.000	Valid
	Y no.3	0.849	0.195	0.000	Valid
	Y no.4	0.811	0.195	0.000	Valid
	Y no.5	0.736	0.195	0.000	Valid
	Y no.6	0.717	0.195	0.000	Valid

Y no.7	0.855	0.195	0.000	Valid
Y no.8	0.765	0.195	0.000	Valid
Y no.9	0.207	0.195	0.038	Valid
Y no.10	0.859	0.195	0.000	Valid
Y no.11	0.752	0.195	0.000	Valid
Y no.12	0.852	0.195	0.000	Valid
Y no.13	0.818	0.195	0.000	Valid
Y no.14	0.645	0.195	0.000	Valid
Y no.15	0.848	0.195	0.000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah SPSS Versi 22 Tahun 2024

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.17 di atas menunjukkan bahwa seluruh item laporan yang digunakan untuk mengukur variabel yang digunakan pada penelitian ini mempunyai nilai Sig < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa seluruh indikator valid, sehingga layak untuk digunakan sebagai alat penelitian yang diajukan dalam penelitian dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner sebagai indeks suatu variabel atau konstruk. Kuesioner dianggap dapat diandalkan atau dapat dipercaya jika tanggapan seseorang terhadap pertanyaan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini melibatkan penggunaan rumus alpha. Adapun hasil uji reliabilitas dari masing-masing variabel yang telah diuji menghasilkan data sebagai berikut:

Tabel 4.18  
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Nilai Hitung Cronbach's Alpha	Keterangan
Perubahan Sosial (X <sub>1</sub> )	0.942	Reliabel
Perilaku Konsumtif (X <sub>2</sub> )	0.963	Reliabel
Sindrom <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO) (Y)	0.945	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah SPSS Versi 22 Tahun 2024

Berdasarkan pada tabel 4.18 dapat disimpulkan bahwa variabel Cronbach's Alpha pada kuesioner penelitian ini di atas 0,9. Kriteria pengujian reliabilitas model Cronbach's Alpha yang baik adalah di atas 0,6. Menurut Faradiba (2020), bentuk nilai ukur untuk melihat instrument penelitian dikatakan reliabel atau tidak dapat di lihat sebagai berikut:

4. Nilai antara 0,0 – 0,2 = Sangat buruk
5. Nilai antara 0,2 – 0,4 = Buruk
6. Nilai antara 0,4 – 0,6 = Cukup Baik
7. Nilai antara 0,6 – 0,8 = Baik

8. Nilai antara 0,8 – 1,0 = Sangat Baik

Berdasarkan pada kriteria di atas maka dapat disimpulkan bahwa setia item pengukur pada variabel dan kuesioner adalah reliabel yang artinya bahwa setiap instrument kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang masuk ke dalam kriteria sangat baik.

#### 4. Pengujian Asumsi Klasik Data

##### a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas digunakan pada penelitian ini untuk melihat data pada setiap variabel terdistribusi secara normal atau tidak normal dengan cara melihat nilai *Kolmogorov-Smirnov*. Dalam uji normalitas ini nilai probabilitas signifikan harus  $> 0,05$  yang berarti residual distribusi normal.

Tabel 4.19  
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov	Nilai Asymptotic Sig.	Nilai Exact Sig.	Keterangan
Unstandardized Residual	0,001	0,077	Data Normal

Sumber: Data Diolah SPSS Versi 22, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.19, peneliti tidak menggunakan nilai *asymptotic sig.* sebagai acuan dalam menguji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*. Sebab, berdasarkan hasil uji statistik menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh hanya sebesar 0,001 yang berarti residual distribusi tidak normal karena dianggap nilai probabilitas signifikan  $< 0,05$ . Hasil pengolahan data statistik pada penelitian ini menunjukkan bahwa ternyata nilai residual distribusi menggunakan *asymptotic sig.* dianggap tidak cocok dengan ukuran data variabel penelitian ini. Menurut Mehta dan Patel (2010), dalam menggunakan nilai *exact sig.* dapat digunakan apabila perhitungan normalitas variabel data yang dianjurkan ukuran data sampelnya relatif kecil, sehingga penggunaan *exact sig.* dianggap lebih akurat untuk digunakan. Berdasarkan pada pernyataan Mehta dan Patel tersebut dapat di lihat dari hasil uji normalitas menggunakan nilai *exact sig.* menunjukkan nilai sebesar  $0,077 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa residual distribusi normal.

##### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji perbedaan varian dari residu pada suatu pengamatan yang satu dengan pengamatan yang lain. Residu merupakan



selisih antara nilai yang diamati dan nilai prediksi secara mutlak. Dalam uji heteroskedastisitas, probabilitas signifikan  $> 0,05$ . Model regresi yang ideal dan baik seharusnya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.20  
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Sig.	Keterangan
Perubahan Sosial $X_1$	0,542	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Perilaku Konsumtif $X_2$	0,253	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data Diolah SPSS Versi 22, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.20 di atas, menunjukkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas dari kedua variabel independent (X) menunjukkan probabilitas signifikan  $> 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

## 5. Penyajian Analisis Data Korelasi

### a. Uji Korelasi

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). Untuk mengetahui kuatnya hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat berpedoman pada nilai koefisien korelasi hasil pengolahan data SPSS versi 22 dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien korelasi sebesar  $0,00 - 0,25 =$  hubungan sangat lemah
2. Nilai koefisien korelasi sebesar  $0,26 - 0,50 =$  hubungan cukup
3. Nilai koefisien korelasi sebesar  $0,51 - 0,75 =$  hubungan kuat
4. Nilai koefisien korelasi sebesar  $0,76 - 0,99 =$  hubungan sangat kuat
5. Nilai koefisien korelasi sebesar  $1,00 =$  hubungan sempurna

Tabel 4.21  
Hasil Uji Spearman

Variabel Independen	Variabel Dependen	Spearman rho	Signifikansi
Perubahan Sosial ( $X_1$ )	Sindrom <i>Fear of Missing Out</i> (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: Data Primer Diolah SPSS Versi 22 Tahun 2024

Berdasarkan pada tabel 4.21 menunjukkan bahwa hasil uji korelasi antara variabel X dan Y memiliki beberapa variasi. Untuk penjelasan terkait hasil uji Spearman dari tiap-tiap variabel dapat di lihat sebagai berikut:

1) Perubahan Sosial ( $X_1$ ) terhadap Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) (Y)

Berdasarkan hasil pengolahan data statistic menggunakan SPSS versi 22 pada tabel 4.19 di atas, 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 *Fear of Missing Out* (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.

2) Perilaku Konsumtif ( $X_2$ ) terhadap Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) (Y)

Berdasarkan hasil pengolahan data statistic menggunakan SPSS versi 22 pada tabel 4.19 di atas, 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 *Fear of Missing Out* (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.

3) Perubahan Sosial ( $X_1$ ) terhadap Perilaku Konsumtif ( $X_2$ )

Berdasarkan hasil pengolahan data statistic menggunakan SPSS versi 22 pada tabel 4.19 di atas, 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.

## **B. Temuan Penelitian**

### **1. Pengaruh Perubahan Perilaku Konsumtif Terhadap Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO)**

Berdasarkan hasil uji korelasi pada penelitian ini yang telah diklasifikasikan sesuai dengan variabel penelitian ini yaitu perubahan sosial, perilaku konsumtif dan sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) ternyata menunjukkan adanya pengaruh yang sangat signifikan bagi mahasiswa muslim pengguna media sosial. Temuan ini menunjukkan relevansinya dengan hasil penelitian Zahroh & Sholichah (2022) menunjukkan terdapat korelasi antara konsep diri dan regulasi diri terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO) di kalangan mahasiswa pengguna Instagram.

Dampak yang dirasakan secara spesifik bagi setiap individu di kalangan mahasiswa muslim kota Medan adalah adanya perubahan sosial yang meliputi perubahan dimensi struktur sosial, fungsi sosial, hubungan sosial dan diferensiasi sosial. Perubahan sosial disebabkan juga dengan berkembangnya teknologi dan ekonomi, perubahan ideologi dan politik, serta persaingan dan konflik (Samsudin 2017:4). Perubahan perilaku konsumtif juga terjadi dalam suatu sistem sosial yang kompleks dapat menimbulkan perubahan nilai, norma, sikap, dan pola perilaku masyarakat yang berujung pada perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) yang lagi trend saat ini.

Sebab, 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 khususnya pada perubahan perilaku konsumtif di arena sosial digital. Penelitian ini dianggap relevan dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard yang mepercayai bahwa masyarakat konsumtif memiliki keinginan secara individu untuk terus membedakan antara dirinya dan orang lain. Seseorang mampu mengonsumsi produk yang mereka yakini akan dapat meningkatkan status sosialnya, tanpa mementingkan seberapa besar tingkat prioritas dalam mengonsumsi produk tersebut (Alawiyah dan Liata 2020).

Meminjam pernyataan Jean Baudrillard tersebut maka peneliti menyimpulkan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) dapat mempengaruhi perubahan perilaku mahasiswa muslim yang ada di perkotaan. Meskipun sebagian dari mereka masih ada yang mampu untuk membatasi diri dan Sebagian yang lainnya tidak mampu membatasi dirinya dalam menerima perubahan yang berujung terjadinya sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO). Namun, ternyata dampak dari kemunculan sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa dapat

menimbulkan pengaruh yang buruk di dalam dirinya sehingga tidak bisa dianggap remeh dalam menghadapinya.

Sebab, perilaku tersebut dapat menjadi masalah sosial pada saat mahasiswa muslim di perkotaan khususnya menilik intensitas mahasiswa muslim dalam menggunakan media sosial yang dapat menimbulkan ketergantungannya dalam menggunakan sarana tersebut untuk menjalin hubungan sosialnya ketimbang berinteraksi secara langsung di dunia nyata. Hasil temuan data penelitian ini relevan dengan hasil penelitian Sulastris & Sylvia (2022) yang menunjukkan bahwa terdapat proses interaksi sosial secara langsung yang bermasalah sehingga menimbulkan hambatan dalam berinteraksi pada mahasiswa khususnya di lingkungan kampus.

## **2. Perubahan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Muslim yang Terindikasi Sindrom Fear of Missing Out (FoMO) dalam Perspektif Sosiologis dan Perspektif Islam**

Pandangan peneliti berdasarkan perspektif sosiologis dalam menganalisis temuan data penelitian ini yang menunjukkan bahwa sebenarnya tidak semua mahasiswa mengalami situasi yang sulit untuk melepaskan dirinya dari Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO). Sebab, berdasarkan dari hasil uji deskriptif menunjukkan bahwa dari beberapa mahasiswa masih bisa mengontrol diri dengan cara mengalihkannya dengan kegiatan-kegiatan lain dan langsung mengintrospeksi diri kalau nafsu atau keinginan harus disesuaikan dengan kemampuan. Sehingga penguatan sikap dan mental agar tidak terkena gejala sindrom akut sangat dibutuhkan mahasiswa muslim agar dapat menjadikan gejala tersebut dapat berkurang dengan sendirinya.

Peneliti menganalisis bahwa ternyata dalam menghadapi perubahan perlu adanya pengendalian diri yang dilakukan setiap orang maupun elemen masyarakat dalam mengalami perubahan tersebut. Setiap perubahan yang dialami masyarakat bukanlah suatu hal yang baik ataupun menakutkan melainkan bagaimana cara mereka mengikuti arus perubahan itu sendiri yang disebabkan oleh perkembangan globalisasi yang terus terjadi di lingkungan sekitar hidup mereka. Tak heran, perubahan sosial dapat terjalin apabila terjadi proses interaksi antara individu maupun kelompok yang saling memiliki kepentingan.

Temuan ini relevan dengan pernyataan Mac Iver (Goa 2017) yang mengatakan bahwa perubahan sosial merupakan perubahan dalam interaksi sosial (hubungan sosial) atau dalam keseimbangan hubungan sosial yang melihat dalam kondisi masyarakat saat ini menunjukkan bahwa setiap aktifitas manusia semakin bergantung pada di arena digital dan menjadikannya sebagai fenomena sosial terbaru di era sekarang.

Selain itu, temuan penelitian ini juga relevan dengan pernyataan Henry P.F. (2018) yang menjelaskan bahwa perubahan sosial sebagai bentuk perubahan pranata sosial suatu masyarakat yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk nilai, sikap, dan pola perilaku kelompok masyarakat. Peneliti menganalisis bahwa ternyata setiap mahasiswa baik sadar maupun tidak sadar pasti pernah mengalami Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) dimana pun mereka berada.

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. Pengaruh pertemanan di dunia nyata maupun di media sosial menjadi faktor penting bagi perubahan kehidupan mahasiswa yang terkena dampak dari globalisasi yang semakin berkembang. Setiap masyarakat yang telah terindikasi sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) sudah menjadi suatu hal yang lumrah di arena sosial digital selama globalisasi terus mengalami perkembangan yang sangat signifikan.

Oleh karena itu, peneliti menyimpulkan bahwa mahasiswa muslim yang masuk ke dalam kategori masyarakat gen Z memiliki karakteristik masyarakat konsumtif yang mendominasi di Indonesia telah mengalami perubahan perilakunya karena telah terkontaminasi dengan globalisasi khususnya di dunia digital yang mengarah kepada sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO). Indikasi *Fear of Missing Out* (FoMO) juga tidak terlepas dari gaya hidup mahasiswa muslim dalam menggunakan media sosial berdasarkan durasi dalam menggunakannya sebagai arena sosial digital mereka, relasi sosial, *cyrcle* pertemanan, kondisi tempat tinggal serta kemampuan ekonomi yang mendukung proses perubahan perilaku mahasiswa muslim tersebut khususnya di wilayah perkotaan yang sangat cepat menerima perubahan dan peradaban baru.

Hasil temuan data, peneliti menganalisis indikasi sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) dalam perpektif Islam dapat di lihat dari peran ajaran nilai-nilai agama dalam menghadapi permasalahan sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) di dalam diri mahasiswa muslim perkotaan sangat membutuhkan dalil-dalil berdasarkan Al-quran dan Hadist. Namun, menurut peneliti meskipun mahasiswa muslim berada di arena pendidikan berbasis agama, batasan-batasan berdasarkan nilai agama seakan tidak berpengaruh secara signifikan. Secara alamiah mahasiswa muslim terikut dengan arus globalisasi yang berperan sebagai aktor konsumtif yang terlena dan ikut tenggelam menikmati dan menerima peradaban baru di dunia perkotaan khususnya di bidang teknologi digital. Akan tetapi, fenomena ini hanya bisa diatasi oleh diri sendiri dan perhatian keluarga dan ajaran agama secara konsisten dan disiplin sebagai

pembenteng diri dan dapat meminimalisir sikap, perilaku ataupun kebiasaan hidup yang hedonis.

Selain itu, peneliti menganalisis bahwa indikasi sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) dapat di lihat dari tingkat keimanan seseorang dalam menerima perubahan perilaku konsumtif yang disebabkan oleh penggunaan media sosial di arena sosial digital. Dari tingkatan keimanan tersebut 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.

Dengan mempertimbangkan nilai-nilai kemaslahatan, kebutuhan dan kewajiban dalam bermedia sosial yang berujung pada perilaku konsumtif maka akan terhindar dari hal yang bersifat mudharat. Sebab, tingkat keimanan seseorang di level pertama ini sudah selesai dari pengaruh eksternal dan internal di dalam diri manusia yang bersifat duniawi karena mereka sudah masuk pada tahap keimanan untuk pembekalan tidak hanya di dunia tetapi juga di akhirat. Proses interaksi sosial dan menghadapi perubahan sosial yang disebabkan oleh globalisasi di arena digital dilakukan dengan cara yang seimbang serta menjadikan Al-quran dan Hadist sebagai panduan hidup yang diberi Allah SWT.

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*). Dari tingkatan ini dapat dianalisis bahwa sebagian mahasiswa muslim masuk ke dalam tingkatan ini karena banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal yang dapat mengguncang keimanan mahasiswa muslim secara personal.

Fenomena ini sering terjadi saat intensitas penggunaan media sosial yang berlebihan dan cenderung memiliki karakteristik individu yang introvert dan tidak percaya diri dengan dunia nyata. Pengaruh arena sosial digital membuat seseorang cenderung mementingkan nafsu namun masih mempertimbangkan materi karena adanya keterbatasan sehingga dalam memuaskan hasratnya masih disesuaikan dengan kemampuan diri dan finansialnya dalam mengkonsumsi suatu produk, namun tidak menjadikan perubahan tersebut sebagai hambatan dalam mengikuti trend yang terjadi saat ini.

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. Pada level ini nampaknya seseorang sudah terkena sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) karena dianggap memiliki level keimanan yang sangat rendah dan mementingkan nafsu duniawi dan tidak memperdulikan dirinya dan orang lain. dengan kata lain, di tahap ini orang tersebut sudah sangat tergantung dengan media sosial dan memilih dunia sebagai surga tanpa memandang adanya akhirat. Hasrat dan keinginannya yang memiliki gaya hidup hedonis membuat dirinya selalu ingin dipuja dan dipuji orang lain. Biasanya mereka selalu ingin menjadi pusat perhatian atau influencer ulung yang cenderung melanggar ajaran nilai-nilai dan norma agama Islam.

## **Bab 5**

### **Kesimpulan**

Hasil pengolahan data statistik menggunakan SPSS versi 22 menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara perubahan sosial terhadap sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa muslim di kota Medan. Pernyataan tersebut didasari dengan hasil uji statistik menunjukkan angka korelasi sebesar 0,761 dengan nilai signifikansi 0.000, sehingga peneliti menyimpulkan. Terdapat hubungan yang sangat kuat antara perilaku konsumtif terhadap Sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa muslim di kota Medan. Pernyataan tersebut didasari dengan hasil uji statistik menunjukkan angka korelasi sebesar 0,866 dengan nilai signifikansi 0.000. Terdapat hubungan yang kuat antara perubahan sosial terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa muslim di kota Medan. Pernyataan tersebut didasari dengan hasil uji statistik menunjukkan angka korelasi sebesar 0,693 dengan nilai signifikansi 0.000.

Fenomena yang menarik berdasarkan perspektif sosiologis dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap mahasiswa pernah terindikasi sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) dimana pun mereka berada. 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. Pengaruh pertemanan di dunia nyata maupun di media sosial menjadi faktor penting bagi perubahan kehidupan mahasiswa yang terkena dampak dari globalisasi yang semakin berkembang.

Ajaran nilai-nilai agama dalam menghadapi permasalahan yang terjadi di dalam diri mahasiswa yang terindikasi sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) mahasiswa sangat dibutuhkan sehingga dibutuhkan dalil-dalil berdasarkan Al-quran dan Hadist. Namun, menurut peneliti meskipun mahasiswa muslim berada di arena pendidikan berbasis agama, batasan-batasan berdasarkan nilai agama seakan tidak berpengaruh secara signifikan. Secara alamiah mahasiswa muslim terikut dengan arus globalisasi yang berperan sebagai aktor konsumtif yang terlena dan ikut tenggelam menikmati dan menerima peradaban baru di wilayah perkotaan khususnya di bidang teknologi digital. Perlu adanya batasan-batasan yang dilakukan oleh diri sendiri, lingkungan sekitar, perhatian keluarga dan ajaran agama dengan cara yang konsisten dan disiplin sebagai wujud untuk membentengi diri agar dapat meminimalisir sikap, perilaku ataupun kebiasaan yang hedonis.



## Daftar Pustaka

- Aisafitri, Lira, dan Kiayati Yusrifah. 2020. "Sindrom Fear of Missing Out Sebagai Gaya Hidup Milenial Di Kota Depok." *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi* 2(4):166. doi: 10.24014/jrmdk.v2i4.11177.
- Al-Haritsi, Jaribah. 2006. *Fikih Ekonomi Umar bin Khattab*. Jakarta: Khalifa.
- Alawiyah, Tuti, dan Nofal Liata. 2020. "Mall dan Perilaku Konsumtif Masyarakat Urban." *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia (JSAI)* 1(2):161–81. doi: 10.22373/jsai.v1i2.526.
- Anggraeni, Ellynda Kusuma. 2021. "Fear Of Missing Out (FOMO), Ketakutan Kehilangan Momen." *Artikel DJKN, Kementerian Keuangan Republik Indonesia*.
- Aresti, Nadia Gita, Triyono Lukmantoro, dan Nurist Surayya Ulfa. 2023. "Pengaruh Tingkat Fear of Missing Out (FoMO) dan Tingkat Pengawasan Orang Tua terhadap Tingkat Kecanduan Penggunaan TikTok pada Remaja." *Jurnal Interaksi Online* 11(3):272–84.
- Bungin, Burhan. 2009. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Clairine, Angela, Eithar Indah Dwi Lestari, dan 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.
- Devitasari, Erliyana. 2023. "Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) Pasca Hegemoni Media Sosial Digital di Indonesia dalam Perspektif Skizoanalisis Gilles Deleuze." *Sophia Dharma: Jurnal Filsafat, Agama Hindu dan Masyarakat* 06(01):1–17.
- 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.
- Faradiba. 2020. "Penggunaan Aplikasi Spss Untuk Analisis Statistika Program." *SEJ (School Education Journal)* 10(1):65–73.
- Goa, Lorentius. 2017. "Perubahan Sosial Dalam Kehidupan Bermasyarakat." *SAPA - Jurnal Kateketik dan Pastoral* 2(2):53–67. doi: 10.53544/sapa.v2i2.40.
- Hakim, Zaidan Lukmanul, Mochammad Reyhan Putra Damopoli, Kania Annisa Putri, dan Pingkan Visionari Prasetyaningtyas. 2023. "Fear of Missing Out (FOMO) Pada Mahasiswa Pengguna Instagram." *Parade Riset Mahasiswa 2023: Psychological Security Dalam Dinamika Kehidupan Mahasiswa* 1(1):257–68.
- Harisnanda, Rizky, Wiji Setiawan, dan 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.*
- Henry, P. F. 2018. *Dictionary of Socioligy*. New York: Harper & Row.
- Hilmi, Muhammad Irfan. 2020. *Modul Teori Perubahan Sosial*. Jember: Digital Repository  
Universitas Jember.
- Hurlock. 2003. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*.  
Jakarta: Erlangga.
- Ilyas, Rahmat. 2016. “Etika Konsumsi dan Kesejahteraan dalam Perspektif Ekonomi Islam.”  
*AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam* 1(1):152–72.
- Kalisna, Mirna Dewi, dan Nur Wahyumiani. 2021. “Hubungan Antara Sindrom FoMO ( Fear  
of Missing Out) Dengan Kepercayaan Diri Siswa PMP Muhammadiyah 2 Godean Sleman  
Tahun Ajaran 2019/2020.” *G-Couns: Jurnal Bimbingan dan Konseling* 5(2):282–85. doi:  
10.31316/g.couns.v5i2.1574.
- Masrukhin. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pertama. Kudus: Mibarda Publishing  
Hak.
- Mehta, Cyrus R., dan Nitin Patel. 2010. *IBM SPSS Exact Tests*. Cambridge: Cytel Software  
Corporation and Harvard School of Public Health.
- Morissan. 2016. *Metode Penelitian Survey*. Ke-4. diedit oleh 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.
- Prasetya, Andina, Muhammad Fadhil Nurdin, dan Wahyu Gunawan. 2021. “Perubahan Sosial  
Masyarakat dalam Perspektif Sosiologi Talcott Parsons di Era New Normal.” *Sosietas  
Jurnal Pendidikan Sosiologi* 11(1):929–39. doi: 10.17509/sosietas.v11i1.36088.
- Przybylski, Andrew K., Kou Murayama, Cody R. Dehaan, dan Valerie Gladwell. 2013.  
“Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out.” *Computers  
in Human Behavior* 29(4):1841–48. doi: 10.1016/j.chb.2013.02.014.
- Putri, Lisyia Septiani, Dadang Hikmah Purnama, dan Abdullah Idi. 2019. “Gaya Hidup  
Mahasiswa Pengidap Fear of Missing Out di Kota Palembang.” *Jurnal Masyarakat &  
Budaya* 21(2):129–48.
- Ritzer, George, dan Douglas J. Goodman. 2008. *Teori Sosiologi Modern*. 6 ed. diedit oleh T.  
Santoso. Jakarta: Prenada Media Group.
- Salinding, Jessica Medly, dan Christiana Hari Soetjningsih. 2022. “Fear Of Missing Out pada  
Pengguna Media Sosial dan Kaitannya dengan Loneliness Di Masa Pandemi Covid-19.”

- Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 10(4):693. doi: 10.30872/psikoborneo.v10i4.9227.
- Samsudin. 2017. *Sosiologi Perkotaan: Studi Perubahan Sosial dan Budaya*. Pertama. diedit oleh Z. Dali. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sihaloho, Wardani, Dini Rosmana Tanjung, dan Septi ayu Harahap. 2023. “Pendidikan dan Perubahan Sosial.” *Jurnal Dirosah Islamiyah* 5(3):829–41. doi: 10.17467/jdi.v5i3.4270.
- Siti Amallia. 2023. “FoMO (Fear of Missing Out) Among Youth Viewed From Herbert Marcuse’s Perspective.” *Refleksi Jurnal Filsafat dan Pemikiran Islam* 22(2). doi: 10.14421/ref.2022.2202-02.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastri, Sulastri, dan 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.
- Supriyanto, Agus, Mungin Eddy Wibowo, Mulawarman Mulawarman, dan Muhammad Japar. 2022. “FoMO Scale: A Measuring Tool to Analyse the Fear of Missing Out Moments from Others in Adolescents in Indonesia.” *International Conference on Science, Education, and Technology* 8:1203–8.
- Syaparuddin, Syaparuddin. 2011. “Prinsip-Prinsip Dasar Al-Qur’an tentang Perilaku Konsumsi.” *Ulumuna* 15(2):353–74.
- Ubaidillah, Muhamamad, dan Alifa Fitri. 2022. “Pengaruh Eksistensi Media Sosial terhadap Perubahan Sosial di Kalangan Masyarakat.” Diambil 26 Juni 2024 ([https://www.researchgate.net/publication/366089876\\_Pengaruh\\_Eksistensi\\_Media\\_Sosial\\_terhadap\\_Perubahan\\_Sosial\\_di\\_Kalangan\\_Masyarakat](https://www.researchgate.net/publication/366089876_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.
- Waluya, Atep Hendang, Sirajul Arifin, Abu Yasid, dan Iskandar Ritonga. 2022. “Etika Konsumsi dalam Perspektif Maqāṣid Al-Sharī’ah.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8(3):2536–44.
- Widiyastono, M. ..., dan 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.
- Wirawan, I. B. 2015. *Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma*. 4 ed. diedit oleh Y. Rendy. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Zahroh, Lailatuz, dan 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.

Zainal, Veithzal Rivai, H. Nurul Huda, Ratna Ekawati, dan Sri Vandayuli Riorini. 2018.

*Ekonomi Mikro Islam*. diedit oleh R. A. Kusumaningtyas. Medan: Bumi Aksara.

Zis, Sirajul Fuad, Nursyirwan Effendi, dan Elva Ronaning Roem. 2021. “Perubahan Perilaku

Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital.” *Satwika : Kajian Ilmu*

*Budaya dan Perubahan Sosial* 5(1):69–87. doi: 10.22219/satwika.v5i1.15550.