

***SINDROM FEAR OF MISSING OUT (FOMO) DAN HEDONISME SEBAGAI
GAYA HIDUP MASYARAKAT MILENIAL MUSLIM
SIBOLGA SUMATERA UTARA***

***Azraini Batubara¹, Aulia Kamal²**

¹⁻²*Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Indonesia*
Email: azraini0604202030@uinsu.ac.id, auliakamal@uinsu.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the impact of Fear of Missing Out (FoMO) syndrome and hedonism on the lifestyle of Muslim millennials in Sibolga, North Sumatra. Utilizing a qualitative research method, this study is designed as a field study with a phenomenological approach to understand the subjective experiences and perceptions of Muslim millennials regarding the phenomena of FoMO and hedonism. Data were collected through in-depth interviews with informants from the Muslim millennial community and direct observations in the city of Sibolga. The data were then descriptively analyzed using the Mills-Huberman analysis model to identify the main themes emerging from the data. The findings indicate that FoMO and hedonism significantly influence the lifestyle of Muslim millennials in Sibolga. This is characterized by behaviors such as social media addiction, an obsession with appearance and lifestyle, and a tendency towards materialism that promotes excessive consumer behavior. These behaviors often lead individuals to lie or exaggerate realities in their social media postings, which in turn can lead to negative consequences such as psychological stress and identity issues. In conclusion, this study reveals that FoMO and hedonism affect the lifestyle of Muslim millennials in complex ways, potentially disrupting their life balance. The study recommends enhancing digital literacy and strengthening spiritual values to mitigate the negative impacts of FoMO and hedonism.

Keywords: Fear of Missing Out Syndrome, Hedonism, Lifestyle, Millennial Society, Muslim.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Sindrom Fear of Missing Out* (FoMO) dan hedonisme terhadap gaya hidup masyarakat Muslim milenial Sibolga, Sumatera Utara. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, studi ini didesain dalam bentuk studi lapangan dengan pendekatan fenomenologis untuk memahami pengalaman subjektif dan persepsi Muslim milenial terkait fenomena FoMO dan hedonisme. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan informan dari kalangan Muslim milenial serta observasi langsung di Kota Sibolga. Selanjutnya, data dianalisis secara deskriptif menggunakan model analisis Mills-Huberman untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa FoMO dan hedonisme memberikan pengaruh signifikan terhadap gaya hidup Muslim milenial di Kota Sibolga. Hal ini ditandai oleh perilaku seperti kecanduan media sosial, obsesi terhadap penampilan dan gaya hidup, serta kecenderungan materialisme yang mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan. Perilaku ini juga seringkali mengakibatkan individu berbohong atau melebih-lebihkan kenyataan dalam postingan media sosial mereka, yang pada gilirannya berpotensi menimbulkan konsekuensi negatif, seperti tekanan psikologis dan permasalahan identitas. Kesimpulannya, penelitian ini mengungkapkan bahwa FoMO dan hedonisme mempengaruhi gaya hidup Muslim milenial dengan cara yang kompleks dan berpotensi merusak keseimbangan hidup mereka. Studi ini merekomendasikan perlunya peningkatan literasi digital dan penguatan nilai-nilai spiritual untuk mengurangi dampak negatif dari FoMO dan hedonisme.

Kata Kunci: Sindrom Fear of Missing Out, Hedonisme, Gaya Hidup, Masyarakat Milenial, Muslim.

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan digitalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam kehidupan manusia, terutama dalam gaya hidup. Informasi digital yang mudah diakses telah mempengaruhi pola konsumsi masyarakat, terutama dalam hal ketertarikan terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh berbagai *platform e-commerce* (Thamrin & Saleh, 2021). Seiring dengan kemajuan teknologi dan globalisasi, masyarakat semakin terpapar pada gaya hidup yang dipengaruhi oleh *sindrom Fear of Missing Out* (FoMO) dan hedonisme. Fenomena ini, meskipun dikenal luas, sering kali membuat banyak orang tidak menyadari bahwa mereka telah terjebak dalam gaya hidup ini.

Sindrom FoMO, yang berasal dari bahasa Cina dan berarti "takut kehilangan orang lain" (Hondkison & Poropat, 2014 dalam Mudrikah, 2019), mengacu pada kecemasan individu akan tertinggal dari informasi atau pengalaman penting yang dibagikan melalui media sosial. Fenomena ini sering dikaitkan dengan kecanduan internet, khususnya di kalangan generasi muda, yang dipicu oleh popularitas *smartphone* (Mudrikah, 2019). Di kota Sibolga, seperti di banyak tempat lain, masyarakat milenial menghadapi tantangan untuk menjaga nilai-nilai agama dan budaya di tengah kemudahan akses informasi dan komunikasi yang ditawarkan era digital.

Fenomena FoMO dan gaya hidup hedonisme yang menekankan pada pencarian kesenangan dan kenikmatan tanpa mempertimbangkan nilai-nilai moral dan spiritual dapat menyebabkan kecemasan, depresi, perilaku konsumtif berlebihan, serta materialisme. Di kota Sibolga, yang mayoritas penduduknya beragama Islam, kedua fenomena ini menciptakan dilema bagi milenial Muslim. Mereka dihadapkan pada pilihan antara mengikuti tren digital dan menikmati kesenangan yang ditawarkan oleh era modern, atau tetap berpegang pada nilai-nilai agama dan budaya yang sederhana.

Gaya hidup minimalis, yang memilih hidup sederhana dan memanfaatkan barang yang ada dengan maksimal, berlawanan dengan gaya hidup hedonisme, yang ditandai dengan konsumsi barang yang tidak perlu dan pemborosan waktu dan uang. Gaya hidup hedonisme sering dipicu oleh keinginan untuk memiliki barang-barang mewah dan teknologi terkini, yang seringkali menyebabkan rasa malu jika tidak memenuhi standar tersebut.

Perbedaan antara penelitian ini dan studi sebelumnya terletak pada fokusnya yang spesifik pada konteks lokal di Sibolga dan bagaimana FoMO serta hedonisme mempengaruhi masyarakat Muslim di kota tersebut. Penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi fenomena, tetapi juga mengeksplorasi dampaknya secara empiris melalui wawancara dan observasi langsung, memberikan ilustrasi konkret tentang bagaimana gaya hidup ini mempengaruhi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dampak FoMO dan hedonisme dan bagaimana masyarakat bisa menghadapinya dengan mempertimbangkan nilai-nilai Islam.

B. Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi, yang dirancang untuk menggali pengalaman dan persepsi subjektif dari milenial Muslim Sibolga, Sumatera Utara. Pendekatan fenomenologi sangat tepat digunakan karena fokusnya untuk memahami fenomena seperti *sindrom Fear of Missing Out* (FoMO) dan hedonisme dari sudut pandang subjek penelitian. (Nursapiah, 2020), metode ini memungkinkan keterlibatan langsung peneliti dalam pengumpulan dan interpretasi data, sehingga mampu memberikan fleksibilitas dalam memahami konteks sosial dan budaya yang memengaruhi pengalaman subjek penelitian.

Selain itu, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, seperti wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi, memberikan kesempatan bagi peneliti untuk memperoleh informasi yang detail dan mendalam. Proses analisis data yang dijelaskan juga menunjukkan pendekatan yang sistematis, dari pengorganisasian data, pengkategorian, hingga sintesis dan pola penyusunan. Hal ini memastikan bahwa data yang dikumpulkan diolah secara hati-hati dan diinterpretasikan dengan cermat, sehingga dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang

fenomena yang diteliti. Kombinasi dari pendekatan fenomenologi dan strategi pengumpulan data yang mendalam ini memperkuat validitas dan keandalan hasil penelitian, memberikan wawasan yang kaya tentang bagaimana FoMO dan hedonisme mempengaruhi gaya hidup milenial Muslim di Kota Sibolga.

C. Hasil dan Pembahasan

1. *Fear of Missing Out* dan Hedonisme Sebagai Faktor Pembentuk Gaya Hidup

FoMO (*Fear of Missing Out*) dan hedonisme memiliki keterkaitan yang sangat erat dalam mempengaruhi perilaku kalangan milenial. FoMO adalah fenomena di mana individu merasa takut ketinggalan momen dan tren, sehingga mereka selalu berupaya tampil *up to date*. Kondisi psikologis ini mendorong perilaku konsumtif, di mana individu merasa perlu mengonsumsi produk yang sedang populer di kalangan masyarakat, meniru gaya hidup yang sedang tren, dan ingin merasakan pengalaman yang sama dengan yang mereka lihat dari figur-figur yang mereka ikuti di media sosial. Oleh karena itu, perilaku FoMO sangat berkaitan dengan hedonisme. Dibandingkan dengan kelompok usia lainnya, FoMO lebih sering terjadi di kalangan milenial. Hal ini disebabkan oleh dominasi generasi milenial dalam persentase pengguna aktif media sosial di Indonesia. Riset oleh Ahmad & Nurhidayah (2022) menunjukkan bahwa pada tahun 2019, kalangan milenial menduduki peringkat pertama dalam penggunaan media sosial di Indonesia.

FoMO juga memiliki keterkaitan dengan perilaku hedonisme. Gaya hidup adalah proses adaptasi seseorang untuk dapat bersosialisasi dengan orang lain dan memenuhi kebutuhannya, sekaligus memperlihatkan status sosialnya. Gaya hidup hedonistik, atau gaya hidup yang menekankan pada kemewahan dan kesenangan, dianggap menarik oleh sebagian orang, sehingga mereka mudah terpengaruh oleh gaya hidup ini. Kecenderungan untuk hidup mewah sering muncul sebagai fenomena hedonistik, di mana individu menginginkan hidup yang nyaman dan serba berkecukupan tanpa mempertimbangkan sumber perolehan kekayaan tersebut. FoMO dan hedonisme berkembang di kalangan milenial juga dipengaruhi oleh faktor lingkungan, seperti peniruan gaya hidup orang terkenal dan keinginan untuk menjadi terkenal. Berbagai reality show menawarkan cara untuk mencapai popularitas secara instan. Menurut para ahli psikologi, hedonisme tidak dapat dihindari, karena manusia secara alami terkait dengan perasaan nikmat dan cenderung menghindari perasaan tidak nyaman. Upaya manusia untuk mencapai tujuan yang memberikan rasa nikmat atau kepuasan menunjukkan kecenderungan hedonistik ini (Sunatra, 2016).

a. *Fear of Missing Out* (FoMO)

Sindrom FoMO (*Fear of Missing Out*) membentuk emosi negatif yang mempengaruhi perilaku sosial individu, yang berhubungan dengan keterlibatan sosial dan membuat individu selalu terhubung dengan media sosial. Menurut Kamus Oxford,

FoMO adalah kecemasan akan adanya peristiwa menarik yang terjadi di tempat lain, yang terstimulasi oleh konten yang ditulis di media sosial seseorang. Alt (2015) mendefinisikan FoMO sebagai fenomena ketika individu merasa takut ketinggalan pengalaman menyenangkan yang diperoleh orang lain, namun tidak terlibat secara langsung, sehingga mereka berusaha tetap terhubung dengan apa yang orang lain lakukan melalui media dan internet.

1) Bentuk-Bentuk Perilaku FoMO

Sebagai manusia, kita cenderung tidak ingin merasa tertinggal dan selalu berusaha meningkatkan diri. Namun, jika perasaan ini muncul bukan karena kebutuhan yang nyata atau demi kebaikan, melainkan karena kecemasan berlebihan, ini bisa menjadi pertanda FoMO. Menurut Fauzyah (2023), beberapa bentuk perilaku FoMO antara lain:

- a) Selalu mengecek ponsel adalah kebiasaan memegang ponsel secara terus-menerus, terutama segera setelah bangun tidur, seakan takut ketinggalan informasi.
- b) Selalu ingin tahu gosip terbaru.
- c) Selalu ingin tahu kehidupan orang lain.
- d) Lebih peduli dengan media sosial dari pada lingkungan sekitar merupakan hal ini dapat mengakibatkan individu lebih ingin mendapatkan pengakuan di media sosial.
- e) Mengeluarkan uang melebihi kemampuan untuk membeli sesuatu dengan alasan agar tidak ketinggalan zaman.
- f) Selalu mengatakan "iya", bahkan ketika tidak ingin, karena takut ketinggalan pengalaman atau kegiatan apapun.

2) Faktor-Faktor Penyebab FoMO

Menurut Muzhar (2024), ada beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang menjadi kecanduan FoMO, yaitu: *pertama*, faktor otonomi menjadi pemicu ketergantungan pada media sosial untuk melihat postingan teman membuat individu rentan terhadap FoMO, *kedua*, faktor hubungan. Hubungan emosional yang terjalin melalui media sosial membuat individu cenderung membandingkan dirinya dengan orang lain, meningkatkan risiko terkena sindrom FoMO dan *ketiga*, faktor kompetensi dimana Individu yang merasa kecanduan media sosial akan merasa stres dan gelisah ketika tidak mengaksesnya, karena menganggap media sosial sebagai kebutuhan penting.

b. Hedonisme

Menurut Chaney (dalam Rizaldi, 2016), gaya hidup hedonis adalah pola hidup yang berfokus pada pencarian kesenangan, seperti menghabiskan waktu di luar rumah, bersenang-senang di keramaian kota, membeli barang mahal, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian. Gaya hidup hedonis menggambarkan perilaku yang mementingkan

kemewahan tanpa memperhatikan kebutuhan dasar. Hedonisme mendorong masyarakat milenial Muslim di Kota Sibolga untuk mencari kesenangan dan kepuasan sesaat. Mereka sering terjebak dalam gaya hidup konsumtif dan materialistik, seperti membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan hanya untuk mendapatkan rasa senang dan puas. Hal ini sering menyebabkan mereka terlilit hutang dan mengalami masalah keuangan. Mereka mungkin lebih memilih menghabiskan waktu bersama teman-teman dari pada beribadah atau berpakaian lebih provokatif dari pada berpakaian sopan.

1) Faktor-Faktor Penyebab Hedonisme

Menurut Kotler (dalam Fatmawati, 2022), faktor penyebab hedonisme dapat dibagi menjadi faktor internal dan eksternal:

- a) Faktor Internal: *pertama*, sikap, merupakan keadaan mental yang mempengaruhi perilaku seseorang, *kedua*, pengalaman dan pengamatan dimana pengalaman masa lalu yang mempengaruhi pandangan sosial dan tingkah laku, *ketiga*, kepribadian. Karakter individu yang membedakan perilaku setiap orang, *keempat*, konsep diri dimana pandangan individu tentang dirinya sendiri, *kelima*, Motif. Ialah dorongan kebutuhan untuk merasa aman dan meraih prestise, yang dapat mendorong gaya hidup hedonis dan keenam Persepsi merupakan proses di mana individu memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi.
- b) Faktor Eksternal: *pertama*, kelompok referensi ialah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku, *kedua*, keluarga merupakan faktor yang memegang peran terbesar dalam pembentukan sikap dan perilaku individu, *ketiga*, kelas sosial dimana kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama, di mana anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang serupa dan *keempat*, kebudayaan mencakup pengetahuan, kepercayaan, seni, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan yang diperoleh sebagai anggota masyarakat.

2) Bentuk-Bentuk Gaya Hidup Hedonisme

Menurut Jannah (2021), ada beberapa bentuk gaya hidup hedonisme di kalangan individu, yaitu:

- a) Hedonisme psikologis: Menganggap bahwa manusia secara naluri menghindari rasa sakit dan mencari kesenangan.
- b) Hedonisme evaluatif: Menganggap hanya kesenangan yang berharga, sedangkan rasa sakit dianggap tidak layak diterima.
- c) Hedonisme perilaku: Perubahan perilaku masyarakat yang hanya mengejar kesenangan.
- d) Hedonisme kognitif: Berlebihan dalam berpikir untuk membeli sesuatu, sehingga menimbulkan pikiran irasional jika tidak mampu memenuhinya.
- e) Hedonisme non-selektif: Sikap konsumtif yang tidak mempertimbangkan manfaat atau dampak negatif dari keinginan untuk memiliki sesuatu.

3) Karakteristik Gaya Hidup Hedonisme

Putri (2009), sebagaimana dikutip dalam Jennyya, Pratikno, dan Rumampuk (2021), menyatakan bahwa individu dengan gaya hidup hedonis memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a) Suka mencari perhatian;
- b) Cenderung impulsif;
- c) Cenderung mengikuti tren atau menjadi pengikut (follower);
- d) Kurang rasional; dan
- e) Mudah dipengaruhi.

Sementara itu, Susanto (dalam Martha, 2010) mengidentifikasi atribut-atribut kecenderungan gaya hidup hedonis, yaitu lebih menyukai menghabiskan waktu luang di kafe, mal, dan restoran cepat saji serta memiliki berbagai barang dengan merek-merek prestisius. Menurut TA:

“Saya suka mengikuti tren, karena itu saya merasa perlu selalu terhubung dengan media sosial dan mengikuti berita terbaru. Saya tidak ingin ketinggalan percakapan menarik dengan teman-teman saya. Saya juga lebih suka makan di luar bersama teman-teman, jalan-jalan, berlibur, dan membeli pakaian-pakaian terbaru. Saya melakukan semua itu agar tidak terlihat 'basi' saat bersama teman-teman.” (Wawancara dengan TA, 15 Juni 2024)

Dari kutipan wawancara dengan TA pada 15 Juni 2024, dapat diidentifikasi beberapa karakteristik gaya hidup yang terkait dengan fenomena Fear of Missing Out (FoMO) dan hedonisme. TA menunjukkan kecenderungan untuk selalu mengikuti tren terkini, yang mencerminkan dorongan kuat untuk tetap relevan dan tidak ketinggalan perkembangan terbaru di media sosial dan percakapan sosial. Hal ini mengindikasikan bahwa TA memiliki rasa takut akan kehilangan (FoMO) jika tidak mengikuti berita atau tren terbaru. Selain itu, TA mengungkapkan preferensi untuk kegiatan sosial seperti makan di luar, jalan-jalan, berlibur, dan berbelanja pakaian terbaru.

Preferensi ini mengindikasikan gaya hidup yang berfokus pada pengalaman konsumtif dan kepuasan segera, yang merupakan ciri khas gaya hidup hedonis. Keinginan TA untuk tidak terlihat “basi” di antara teman-temannya mencerminkan kebutuhan akan penerimaan sosial dan status, yang juga merupakan bagian dari perilaku hedonis. Secara keseluruhan, pernyataan TA mencerminkan bagaimana kebutuhan untuk tetap relevan dan diterima dalam kelompok sosialnya dapat mendorong perilaku yang konsisten dengan FoMO dan hedonisme. Hal ini dapat menunjukkan adanya pengaruh sosial dan budaya terhadap preferensi dan pilihan gaya hidup individu, terutama dalam konteks interaksi sosial di era digital.

2. FoMO dan Hedonisme di Kalangan Milenial Muslim di Sibolga

Milenial Muslim di Kota Sibolga sangat memperhatikan penampilan mereka. Mereka selalu ingin tampil trendi dan mengikuti mode fashion terbaru, karena bagi

mereka, penampilan adalah hal yang paling penting. Hal ini terlihat dari pakaian yang mereka kenakan, gaya rambut, dan aksesoris yang mereka gunakan. Banyak milenial menghabiskan waktu berjam-jam setiap hari untuk menggulir media sosial. Mereka merasa cemas jika tidak terus terhubung dengan dunia luar dan mengetahui apa yang sedang terjadi. Bahkan, mereka bisa mengakses media sosial secara terus-menerus demi mendapatkan informasi terbaru. Milenial Muslim di Kota Sibolga sering menghabiskan waktu mereka di media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Mereka terus-menerus memeriksa media sosial mereka untuk melihat apa yang dilakukan oleh orang lain, yang dapat memicu Fear of Missing Out (FoMO).

Milenial Muslim di Kota Sibolga juga cenderung memiliki gaya hidup konsumtif. Mereka suka membeli barang-barang bermerek dan mengikuti gaya hidup hedonis. Hal ini terlihat dari banyaknya kafe dan restoran yang mereka kunjungi, serta barang-barang mewah yang mereka miliki. Mereka senang menghabiskan waktu hanya untuk mengejar kesenangan mereka, sering pergi ke kafe, restoran, dan tempat hiburan lainnya, serta menikmati liburan. Mereka kerap membandingkan diri dengan orang lain di media sosial, dan selalu ingin mengikuti berita tren terbaru. Mereka cenderung mencari kesenangan instan, hanya fokus pada kenikmatan sesaat seperti berbelanja, makan makanan lezat, dan berpesta, yang menjadi prioritas utama bagi mereka.

FoMO mendorong milenial Muslim untuk selalu mengikuti tren terbaru. Mereka selalu ingin membeli barang-barang terkini dan mengikuti mode fashion yang sedang populer. Hal ini dapat membuat mereka menjadi lebih konsumtif dan materialistis. FoMO juga mendorong mereka untuk selalu tampil sempurna di media sosial, ingin menunjukkan kepada orang lain bahwa mereka memiliki kehidupan yang bahagia dan sukses. Akibatnya, mereka mungkin berbohong atau melebih-lebihkan kenyataan dalam postingan mereka di media sosial. Di Kota Sibolga, FoMO dan hedonisme semakin terpicu oleh penggunaan media sosial. Seorang individu yang sering mengakses media sosial untuk melihat postingan dari teman, kerabat, atau keluarga mereka bisa merasakan tekanan kecemasan yang meningkat. Misalnya, ketika melihat cerita WhatsApp teman yang sedang berpose dengan hidangan restoran ternama, atau cerita Instagram teman yang menunjukkan pembelian smartphone terbaru, atau melihat keluarga yang sedang berlibur dengan suasana menyenangkan sementara individu tersebut tidak ikut serta, maka individu yang mengalami FoMO akan merasa cemas dan khawatir karena merasa tertinggal dari momen tersebut.

Masyarakat Kota Sibolga, terutama kalangan milenial Muslim, sangat mengikuti perkembangan zaman dan tidak ingin ketinggalan tren atau gaya hidup terbaru. FoMO dan hedonisme memiliki pengaruh negatif terhadap gaya hidup mereka. Kedua konsep ini mendorong perilaku impulsif, materialistis, dan kurang bertanggung jawab. Hal ini dapat membahayakan kesehatan fisik dan mental mereka, serta merusak hubungan dengan orang lain. FoMO dapat menyebabkan perasaan cemas, iri, dan konsumtif, sedangkan hedonisme bisa membuat mereka lebih materialistis, individualistis, dan berperilaku yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam.

Kota Sibolga, dampak FoMO dan hedonisme sangat luas dan mempengaruhi generasi milenial. Salah satu contoh kasus yang terjadi adalah seorang milenial berusia 30 tahun yang melakukan penipuan julo-julo (skema arisan palsu) untuk mengikuti tren dan menunjang penampilannya. Dia mencari peserta yang ingin bergabung dengan skema ini, dengan bayaran per minggu dan per bulan yang berbeda, seperti Rp200.000 hingga Rp500.000, yang seharusnya menghasilkan Rp2 juta hingga Rp5 juta per minggu atau bulan. Namun, saat ditagih, dia berdalih bahwa uangnya belum terkumpul semua, padahal uang yang diterimanya dari puluhan orang digunakan untuk membeli barang-barang mewah seperti ponsel iPhone, pakaian mahal, tas bermerek, dan menjalani gaya hidup lebih mewah lagi. Penting bagi milenial Muslim di Kota Sibolga untuk menyadari bahaya FoMO dan hedonisme. Mereka perlu belajar untuk mengelola rasa takut ketinggalan dan mencari kesenangan dengan cara yang lebih sehat. Selain itu, mereka perlu belajar untuk hidup lebih sederhana dan fokus pada hal-hal yang benar-benar penting dalam hidup mereka. Menurut TA:

“Kalo trend iya, karena aku ngefollow salah satu akun trend buat style gitu, aku kayak biar nggak takut ketinggalan jaman gitu loh. Motifnya gimana ya karena aku tipe orang yang lebih mengutamakan fashion gitu, kayak menurutku penting gitu loh, karena kan style juga kan diliat sama orang “ini orang rapihnya gimana?”, “ini orang dari cara busananya bagaimana?” gitu.” (Wawancara dengan TA, 15 Juni 2024)

Pernyataan TA menunjukkan bahwa minat pribadi memainkan peran penting dalam menentukan perilakunya terkait tren fashion. TA memiliki ketertarikan yang kuat pada fashion karena menganggapnya sebagai aspek penting dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam hal memilih dan memadukan gaya yang sesuai dengan dirinya. Ketertarikan ini tidak hanya bersifat fungsional tetapi juga merupakan ekspresi dari identitas pribadi TA, di mana fashion menjadi sarana untuk mengekspresikan diri dan keunikannya.

TA secara aktif mengikuti tren fashion dengan mem-follow akun-akun yang khusus membahas gaya busana di media sosial. Hal ini mencerminkan motivasi TA untuk selalu mendapatkan informasi terkini tentang fashion, yang juga menunjukkan adanya pengaruh Fear of Missing Out (FoMO). TA merasa perlu selalu terhubung dengan informasi terbaru agar tidak ketinggalan dalam hal tren fashion. Ini juga menunjukkan bagaimana media sosial menjadi sumber utama bagi TA dalam mengakses informasi dan tren terbaru, memperkuat posisinya sebagai pengguna yang aktif dalam komunitas fashion online. Adapula yang mengikuti trend yang sedang terjadi hanya untuk memenuhi kebutuhan pribadinya seperti mencari perhatian teman-temannya di media sosial. Sebagaimana yang diungkapkan oleh AP dalam wawancara:

“Iya ngikutin trend karena biar nggak ketinggalan jaman aja. Biar nggak ketinggalan aja, jadi harus bener-bener misalkan kayak ada apa nih? Langsung update biar kayak kita tuh nomor satu, nggak nomor satu juga sih maksudnya biar nggak basi” (Wawancara dengan TA, 15 Juni 2024)

Pernyataan AP mengungkapkan motivasi sosial yang kuat dalam perilakunya mengikuti tren. AP merasa terdorong untuk selalu mengikuti tren terbaru agar tidak dianggap “kudet” (kurang update) oleh teman-temannya. Hal ini menunjukkan adanya tekanan sosial untuk selalu terlihat up to date dan relevan di mata lingkungan sosialnya. AP tampaknya sangat peduli dengan persepsi teman-temannya dan merasa perlu untuk memenuhi ekspektasi sosial agar tidak merasa tertinggal atau dianggap kurang mengikuti perkembangan zaman. Keinginan AP untuk mencari perhatian dari teman-temannya melalui mengikuti tren mencerminkan kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan dan validasi dari lingkungan sosialnya.

Perilaku ini menunjukkan bahwa AP sangat dipengaruhi oleh opini sosial dan ingin memastikan dirinya diterima dalam kelompoknya. Ini juga dapat dikaitkan dengan Fear of Missing Out (FoMO), di mana AP merasa khawatir jika tidak mengikuti tren, ia akan kehilangan kesempatan untuk terlibat dalam percakapan atau kegiatan yang sedang populer di kalangan teman-temannya. Berbeda halnya dengan AIL, dimana dirinya hanya ingin tahu dengan trend yang sedang terjadi tetapi tidak sampai untuk mencobanya seperti AP, berikut wawancara AIL dalam kutipannya sebagai berikut:

“Nggak juga yaa, paling kalo lagi ada trend suka sih ngeliatin orang-orang, cuma kalo misalkan bikin sendiri itu nggak, karena malas aja gitu. Hmm... ya sebenarnya ini terkait ini sih sama kepribadian saya juga sih kalo aku tuh memang kalo di deskripsikan tentang FoMO aku itu memang yang pengen tau gitu tentang apa yang terjadi, tapi nggak sampai yang melakukan hal itu, nggak sampe mencoba, jadi kalo misalnya ada beberapa trend gitu ya maksudnya cukup tau aja tapi nanti misal nih sama temen kita bakal berbincang kan ya ngomongin tentang trend itu, intinya aku nggak mau ketinggalan inilah ketinggalan info kalo ada yang hal yang baru gitu.” (Wawancara dengan TA, 17 Juni 2024)

Berdasarkan hasil wawancara, AIL menyatakan bahwa dirinya lebih memilih untuk mengamati tren yang sedang terjadi daripada mencoba atau melakukannya. Bagi AIL, hal terpenting adalah tetap mendapatkan informasi tentang tren tersebut tanpa harus berpartisipasi secara langsung. Dengan begitu, AIL merasa tidak ketinggalan informasi saat berinteraksi dengan teman-temannya.

Menurut analisis penulis, seperti yang telah diungkapkan oleh beberapa informan Milenial yang mengalami sindrom Fear of Missing Out (FoMO), banyak dari mereka menggunakan media sosial untuk mencari informasi yang berkaitan dengan minat, hobi, dan situasi terkini. Bagi mereka, media sosial adalah wadah untuk memenuhi naluri berinteraksi dan hasrat ingin tahu, sehingga penggunaan media sosial menjadi sumber kepuasan tersendiri. Kebiasaan ini kemudian berkembang menjadi sebuah kebutuhan, di mana dalam setiap kegiatan mereka tidak dapat dipisahkan dari media sosial. Dengan mengakses media sosial, mereka merasa selalu mendapat informasi terbaru dan tidak tertinggal.

Seperti halnya FoMO, sejumlah kajian juga menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara perilaku konsumtif atau hedonisme dengan kalangan milenial. Misalnya,

dalam artikel oleh Sukarno & Indrawati (2018), ditemukan bahwa milenial cenderung mengadopsi gaya hidup mewah, terutama dalam penggunaan barang-barang seperti tas, sepatu, jaket, baju, atau aksesoris bermerk terkenal. Mereka juga cenderung memilih untuk bepergian dengan motor atau mobil, memiliki ponsel canggih dengan harga yang mahal, dan sering mengunjungi tempat nongkrong bersama teman-teman. Ada pula dorongan untuk memiliki barang-barang yang sedang populer. Milenial sering kali berusaha tampil sesuai dengan tren, membeli barang-barang seperti sepatu dan aksesoris yang sedang populer, dan memiliki ponsel canggih untuk menyesuaikan diri dengan kelompok teman sebaya, dengan harapan mendapatkan penerimaan dan pengakuan dari kelompoknya.

Dalam hal ini, milenial akan menyesuaikan tingkah laku, hobi, gaya hidup, dan penampilan agar tidak berbeda dengan teman sebayanya dan bisa diterima sebagai bagian dari kelompok tersebut. Di Kota Sibolga, di tengah masyarakat beragama, hedonisme tampak jelas mengesampingkan nilai-nilai agama. Bagi kaum hedonis, agama tidak lebih dari sekadar pakaian yang bisa dilepas dan ditinggalkan kapan saja, lalu dikenakan kembali ketika diinginkan. Pesan agama hanya dianggap sebagai “iklan numpang lewat” tanpa ada keinginan untuk memahami, apalagi mengamalkannya. Hedonisme telah menjerumuskan mereka pada pola pikir yang keliru, yaitu bagaimana mencapai kesenangan dan utilitas meskipun bertentangan dengan ajaran Islam.

Kehampaan spiritual terjadi karena ajaran agama dianggap sebagai penghalang untuk meraih kenikmatan duniawi. Misalnya, ada yang ingin memiliki barang seperti ponsel canggih, merasa malu jika tidak mampu membeli mobil, atau minder dengan tetangga jika tidak memiliki televisi berukuran besar. Rasa malu pada kaum hedonis lebih disebabkan karena tidak bisa memenuhi keinginan material mereka, bukan karena perilaku yang menyimpang; ini adalah pemikiran yang terbalik. Dalam kehidupan, sebenarnya tidak ada salahnya jika seseorang menginginkan sesuatu. Dalam agama Islam pun tidak ada larangan bagi hamba-Nya untuk menginginkan hal-hal yang halal. Namun, jika kita sudah memiliki barang yang berfungsi dengan baik dan mampu memberi layanan yang memadai, tetapi masih merasa tidak puas dan cenderung merasa kurang, maka perlu dipertanyakan apa yang sebenarnya menjadi fokus dalam hidup ini.

D. Kesimpulan

Penelitian ini mengungkapkan bahwa sindrom Fear of Missing Out (FoMO) dan hedonisme memiliki pengaruh yang signifikan terhadap gaya hidup milenial Muslim di Kota Sibolga, Sumatera Utara. Kedua fenomena ini mendorong munculnya perilaku yang sering kali bertentangan dengan nilai-nilai Islam, seperti kecanduan media sosial, obsesi terhadap penampilan, serta materialisme yang berujung pada konsumsi berlebihan. Dampak dari perilaku ini tidak hanya terbatas pada perubahan gaya hidup, tetapi juga memicu perilaku seperti berbohong atau melebih-lebihkan kenyataan di media sosial, yang dapat menimbulkan konsekuensi negatif seperti tekanan psikologis dan krisis identitas. Oleh karena itu, penting bagi milenial Muslim di Sibolga untuk

menyadari bahaya dari FoMO dan hedonisme serta berupaya untuk menjalani kehidupan yang lebih sehat dan seimbang, sesuai dengan nilai-nilai Islam. Ini termasuk meningkatkan literasi digital, membangun kesadaran diri, dan memperkuat nilai-nilai spiritual dan moral. Upaya ini tidak hanya akan membantu mereka mengurangi dampak negatif dari fenomena tersebut tetapi juga memungkinkan mereka untuk membentuk identitas yang lebih autentik dan selaras dengan prinsip-prinsip agama mereka.

Referensi

- Ahmad, A., & Nurhidaya, N. (2020). Media sosial dan tantangan masa depan generasi milenial. *Avant Garde*, 8(2), 134-148.
- Alt, D. 2015. College Students' Academic Motivation, Media Engagement and Fear Of Missing Out. *Computers in Human Behavior*.
- Fatmawati, D., (2022) . *faktor-faktor penyebab gaya hidup hedonisme mahasiswa*. Jurnal Attending , Artikel penelitian bimbingan konseling.
- Fauzyah, P. F. (2023). Upaya Guru Bimbingan Konseling Dalam Mengatasi Perilaku Fear Of Missing Out (Fomo) Pada Siswa Kecanduan Media Sosial Di Man Pematangsiantar (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
- Jannah, R. (2021). *Bentuk-Bentuk Gaya Hidup Hedonisme Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Ar-Raniry* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Jennyya, V., Pratiknjo, M. H., & Rumampuk, S. (2021). Gaya hidup hedonisme di kalangan mahasiswa Universitas Sam Ratulangi. *HOLISTIK, Journal of Social and Culture*.
- Juwita, A., Alfikri, M., & Kamal, A. (2022). Komunikasi Interpersonal Orangtua Dan Anak Pecandu Game Online Di Kota Tanjung Balai. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(12), 2779-2790.
- Martha., Sri Hartati & Imam Setyawan. 2010. Correlation Among Self-Esteem With A Tendency Hedonist Lifestyle Of Students At Diponegoro University. Undergraduate Thesis. UNDIP.
- Mudrikah, C. (2019). Hubungan antara sindrom FOMO (fear of missing out) dengan kecenderungan nomophobia pada remaja. *Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*.
- Muzhar, W. M. (2024). *Studi Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Fear of Missing Out (FoMO) Pada Pemain Tiktok Di SMK Swasta Sahata Pematangsiantar* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).

- Nursapiah.(2020).*Penelitian Kualitatif (H.Sazali,Ed.)*.Wal ashri Publishing.
- Oxford Dictionary. *Oxford Dictionaries Online*.www.oxforddictionaries.com
- Przybylski, A., dkk. 2013. *Motivational, Emotional, And Behavioral Correlates of Fear of Missing Out*. Computers in Human Behavior.
- Rizaldi, Mufti,. 2016. *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Smartphone di Kalangan Mahasiswa Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Univrsitas Surabaya*. Jurnal Ilmu Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Surabaya.
- Sukarno, N. F., & Indrawati, S. E. (2018). Hubungan konformitas teman sebaya dengan gaya hidup hedonis pada siswa di SMA PL Don Bosko Semarang. *Jurnal Empati*, 7(2), 314-320
- Sunatra. 2016. Pendidikan Politik Kewarganegaraan. Bandung: LEKKAS.
- Thamrin, H., & Saleh, A. A. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11(1), 130–139.
- Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). Pengaruh strategi penetapan harga terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(1), 106-128.