

~~FEAR~~ JOY OF MISSING OUT

JOMO

BERHENTI MENGEJAR TREN
MULAI MENGENDALIKAN HIDUP DAN
FINANSIALMU

ANKAN PUNYAM

DUH STOKNYA
TINGGAL DIKIT

MOCHI

TRENDI
NOV

GAS WAR TIKETT!
#LAGIVIRAL

LAGI VIR

GAMAU
KETINGGALAN

VIRAL

TREN

LIMITED

CEPETT!!

GAN KETINGGALAN

DUH BUTUH
UPDATE INSTAGRAM

IPON 18 PRO MAX
2TB CASH!!

PENGEN COBA
COKELAT DUBAI

STOK TER

CATATAN
KEUANGAN

CELENGAN
MASA DEPAN

GET NOW!!

HARUS COBAIN
MATCHA

Daftar Isi

Halaman Judul (Cover)	i
Daftar Isi	ii

BAB I: MENGENAL FOMO (FEAR OF MISSING OUT)

- FOMO: Ketika Takut Tertinggal Mengendalikan Hidup 3
- Siapa yang Sebenarnya Mengendalikan Pikiranmu? 4

BAB II: DAMPAK FOMO TERHADAP FINANSIAL & PSIKOLOGIS

- Ketika FOMO Menguras Dompet 5
- Marketing Memanfaatkan Cara Kerja Otakmu 6
- Standar Hidup Palsu di Media Sosial 7

BAB III: PERALIHAN MENUJU JOMO (JOY OF MISSING OUT)

- JOMO: Bukan Ketinggalan, Tapi Memilih 8
- Cara Mengatur Uang Tanpa Ikut Tren 9
- 5 Kebiasaan Kecil untuk Keluar dari FOMO 10

BAB IV: KESIMPULAN

- Penutup 11

FOMO

Fear of Missing Out

“Ketika Takut Tertinggal Mengendalikan Hidup”



Fear of Missing Out (FOMO) merupakanⁱⁱ kondisi psikologis yang ditandai oleh kekhawatiran bahwa orang lain sedang memperoleh pengalaman, kesempatan, atau pencapaian yang lebih baik daripada diri kita. Istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh psikolog Andrew Przybylski dan rekan-rekannya (2013), yang menjelaskan bahwa FOMO berkaitan dengan tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis dasar, seperti perasaan kompeten, memiliki kendali atas diri sendiri, dan terhubung dengan orang lain.

Di era digital, media sosial memperkuat munculnya FOMO melalui paparan informasi yang terus-menerus mengenai pencapaian, gaya hidup, dan aktivitas orang lain. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025 menunjukkan bahwa indeks inklusi keuangan Indonesia mencapai 80,51%, menandakan semakin luasnya akses masyarakat terhadap layanan digital dan keuangan. Di sisi lain, meningkatnya konektivitas digital juga membuat generasi muda semakin rentan terpapar tren, perbandingan sosial, dan dorongan untuk selalu mengikuti apa yang sedang populer.

FOMO tidak hanya menimbulkan perasaan takut tertinggal, tetapi juga dapat memengaruhi cara berpikir, pengambilan keputusan, dan perilaku konsumsi seseorang. Dorongan untuk terus mengikuti tren dan memperoleh pengakuan sosial dapat membuat individu mengambil keputusan secara impulsif, mengabaikan kebutuhan yang sebenarnya, serta kehilangan fokus terhadap tujuan dan prioritas pribadinya. Oleh karena itu, memahami FOMO menjadi langkah penting untuk membangun kesadaran diri dan mengembangkan kemampuan mengambil keputusan yang lebih bijak, terencana, dan selaras dengan nilai serta tujuan hidup.

Siapa yang Sebenarnya Mengendalikan Pikiranmu?

"Apakah pilihan yang kita ambil benar-benar berasal dari diri sendiri, atau dipengaruhi oleh apa yang terus muncul di layar?"



Perasaan sulit melepaskan diri dari media sosial bukan semata-mata disebabkan oleh kurangnya disiplin diri. Platform digital dirancang untuk mempertahankan perhatian pengguna selama mungkin melalui berbagai fitur yang mendorong interaksi secara terus-menerus. Setiap tindakan pengguna, seperti menyukai, membagikan, atau menghabiskan waktu pada suatu konten, menjadi data yang digunakan algoritma untuk memprediksi dan menampilkan konten yang dianggap paling relevan dengan minat pengguna.

Laporan Digital 2026 Indonesia dari DataReportal menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia telah terhubung dengan internet dan aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Tingginya intensitas interaksi digital ini menjadikan media sosial tidak hanya sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga sebagai ruang yang membentuk perhatian, preferensi, dan cara individu memandang dirinya maupun orang lain.

Paparan algoritma yang berlangsung secara terus-menerus dapat memengaruhi proses pengambilan keputusan tanpa disadari. Konten yang sering muncul di beranda cenderung dianggap lebih penting, menarik, atau relevan, sehingga berpotensi memengaruhi prioritas, kebutuhan, dan perilaku seseorang. Oleh karena itu, literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga kemampuan untuk menyadari bagaimana lingkungan digital memengaruhi pikiran, emosi, dan keputusan yang kita ambil. Kesadaran tersebut menjadi langkah awal untuk menggunakan media sosial secara lebih kritis, terarah, dan sesuai dengan tujuan pribadi.

Ketika FOMO Menguras Dompet

"Mengapa kita membeli sesuatu yang tidak direncanakan hanya karena takut melewatkan promo atau tren tertentu?"



Perkembangan teknologi pembayaran digital telah membuat proses transaksi menjadi semakin cepat, mudah, dan praktis. Kemudahan ini memberikan banyak manfaat bagi masyarakat, tetapi di sisi lain juga dapat mengurangi jeda waktu untuk mempertimbangkan keputusan sebelum melakukan pembelian. Ketika proses pembayaran menjadi semakin instan, risiko pembelian impulsif pun dapat meningkat.

Secara nasional, penggunaan layanan pembayaran digital di Indonesia terus mengalami pertumbuhan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa layanan Buy Now Pay Later (BNPL) terus berkembang, sementara Bank Indonesia melaporkan peningkatan signifikan pada transaksi pembayaran digital, termasuk QRIS. Data tersebut menunjukkan bahwa transaksi keuangan digital telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia.

Dalam konteks psikologi, kemudahan transaksi digital yang dipadukan dengan promosi terbatas, diskon, dan berbagai tren konsumsi dapat memunculkan dorongan untuk melakukan pembelian secara spontan. FOMO (Fear of Missing Out) membuat individu merasa perlu segera membeli sesuatu karena khawatir kehilangan kesempatan, tertinggal dari orang lain, atau melewatkan penawaran yang dianggap menguntungkan. Akibatnya, keputusan pembelian sering kali didasarkan pada emosi sesaat, bukan pada kebutuhan dan perencanaan yang matang.

Oleh karena itu, literasi finansial di era digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan teknologi pembayaran, tetapi juga kemampuan mengelola dorongan konsumtif dan mengambil keputusan secara sadar. Sebelum melakukan transaksi, penting untuk mempertanyakan kembali apakah suatu pembelian didorong oleh kebutuhan yang nyata atau sekadar keinginan sesaat akibat tekanan untuk tidak merasa tertinggal. Kemampuan untuk berhenti sejenak, mengevaluasi prioritas, dan menunda kepuasan sesaat merupakan keterampilan penting dalam membangun perilaku keuangan yang sehat dan berkelanjutan.

Marketing Memanfaatkan Cara Kerja Otakmu

"Kelangkaan, popularitas, dan pengaruh figur publik merupakan isyarat psikologis yang sering dimanfaatkan untuk memengaruhi persepsi dan keputusan konsumen."



Berbagai pesan pemasaran seperti "stok terbatas", "telah dibeli ribuan orang", atau "direkomendasikan oleh figur publik" tidak muncul secara kebetulan. Pesan-pesan tersebut memanfaatkan prinsip-prinsip psikologi persuasi yang dijelaskan oleh Robert Cialdini dalam *The Psychology of Persuasion*. Prinsip kelangkaan (scarcity) membuat sesuatu terasa lebih bernilai karena dianggap terbatas, social proof mendorong individu mengikuti pilihan yang dianggap populer, sedangkan otoritas (authority) meningkatkan kepercayaan terhadap rekomendasi dari figur yang dipandang memiliki pengaruh atau kredibilitas.

Secara psikologis, manusia juga memiliki kecenderungan untuk membandingkan diri dengan orang lain, sebagaimana dijelaskan dalam Social Comparison Theory oleh Leon Festinger (1954). Di era digital, media sosial dan strategi pemasaran memanfaatkan kecenderungan tersebut dengan menampilkan produk sebagai simbol tren, status, atau penerimaan sosial. Paparan yang berlangsung secara terus-menerus dapat membentuk persepsi bahwa membeli atau memiliki sesuatu merupakan kebutuhan agar tidak merasa tertinggal.

Oleh karena itu, literasi konsumen di era digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan mengenali promosi, tetapi juga kemampuan memahami bagaimana keputusan dapat dipengaruhi oleh berbagai isyarat psikologis. Sebelum melakukan pembelian, penting untuk merefleksikan kembali apakah keputusan tersebut didasarkan pada kebutuhan dan pertimbangan rasional, atau sekadar respons terhadap rasa takut tertinggal, dorongan untuk mengikuti mayoritas, dan keinginan memperoleh pengakuan sosial. Dengan memahami cara kerja persuasi, individu diharapkan mampu mengambil keputusan konsumsi yang lebih kritis, sadar, dan bertanggung jawab.

Standar Hidup Palsu di Media Sosial

"Mengapa pencapaian diri sering terasa tidak cukup ketika melihat kehidupan orang lain di media sosial?"



Media sosial sering kali hanya menampilkan potongan terbaik dari kehidupan seseorang, seperti pencapaian, pengalaman menyenangkan, atau momen yang terlihat sempurna. Namun, tanpa disadari, kita cenderung membandingkan kehidupan sehari-hari diri sendiri dengan gambaran terbaik yang ditampilkan orang lain. Dalam psikologi, kecenderungan ini dikenal sebagai perbandingan sosial (social comparison), yaitu proses menilai diri dengan membandingkannya dengan orang lain.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa perbandingan sosial yang terjadi secara terus-menerus di media digital dapat memengaruhi kesejahteraan psikologis. Studi Twenge dan Campbell (2018) menemukan bahwa penggunaan media digital yang semakin tinggi berkaitan dengan meningkatnya risiko masalah kesehatan mental pada remaja. Di Indonesia, Indonesia National Adolescent Mental Health Survey (I-NAMHS) tahun 2022 juga menunjukkan bahwa sebagian remaja mengalami masalah kesehatan mental dalam satu tahun terakhir, termasuk gangguan kecemasan dan depresi.

Penting untuk dipahami bahwa apa yang terlihat di media sosial bukanlah gambaran utuh kehidupan seseorang. Sebagian besar orang cenderung membagikan momen terbaiknya, sedangkan kegagalan, kesulitan, dan hari-hari biasa sering kali tidak ditampilkan. Oleh karena itu, membandingkan seluruh perjalanan hidup diri sendiri dengan potongan terbaik kehidupan orang lain dapat menciptakan standar yang tidak realistis dan memunculkan perasaan tidak cukup. Kesadaran akan hal ini menjadi langkah penting untuk membangun hubungan yang lebih sehat dengan media sosial dan menilai diri berdasarkan nilai, tujuan, dan perkembangan pribadi, bukan berdasarkan apa yang muncul di beranda.

JOMO

Joy of Missing Out
"Bukan Ketinggalan, Tapi Memilih"



Joy of Missing Out (JOMO) merupakan sikap menerima bahwa tidak semua hal perlu diikuti dan tidak setiap kesempatan harus diambil. JOMO bukan berarti menjauh dari dunia atau bersikap anti-sosial, melainkan kemampuan untuk membuat pilihan secara sadar berdasarkan nilai, kebutuhan, dan tujuan hidup pribadi. Dengan JOMO, seseorang tidak lagi merasa harus selalu mengikuti tren agar dianggap relevan atau tidak tertinggal dari orang lain.

Konsep ini sejalan dengan penelitian William Damon dalam *The Path to Purpose* (2008), yang menunjukkan bahwa remaja dan pemuda yang memiliki tujuan hidup (purpose) yang jelas cenderung memiliki motivasi, ketahanan mental, dan kepuasan hidup yang lebih baik. Di era digital, kemampuan mengelola perhatian, waktu, dan energi secara sadar juga menjadi keterampilan penting karena individu dihadapkan pada arus informasi dan berbagai tuntutan untuk terus terhubung dan mengikuti perkembangan yang terjadi.

Pada akhirnya, esensi JOMO terletak pada kemampuan untuk menetapkan prioritas dan berani berkata, "Aku tidak harus mengikuti semuanya." Melewatkan suatu tren bukan berarti kehilangan kesempatan, melainkan memberikan ruang untuk memusatkan perhatian pada hal-hal yang benar-benar penting dan selaras dengan tujuan hidup. Dengan demikian, JOMO mengajarkan bahwa hidup yang bermakna tidak ditentukan oleh seberapa banyak hal yang diikuti, tetapi oleh seberapa bijak seseorang memilih dan mengelola apa yang benar-benar bernilai bagi dirinya.

Cara Mengatur Uang Tanpa Ikut Tren

"orang yang terlihat kaya belum tentu benar-benar memiliki kekayaan..."



Konsep ini sejalan dengan *The Psychology of Money* karya Morgan Housel (2020) yang menjelaskan bahwa orang yang terlihat kaya belum tentu memiliki kondisi keuangan yang kuat. Kekayaan yang sesungguhnya sering kali dibangun melalui kebiasaan sederhana, seperti menabung secara konsisten, mengendalikan pengeluaran, dan mengambil keputusan keuangan yang berorientasi pada tujuan jangka panjang. Dengan demikian, apa yang tampak di luar tidak selalu mencerminkan keadaan finansial seseorang yang sebenarnya.

Secara nasional, Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025 oleh OJK dan BPS menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan Indonesia mencapai 66,46%, sedangkan indeks inklusi keuangan mencapai 80,51%. Temuan ini menunjukkan bahwa akses masyarakat terhadap layanan keuangan berkembang lebih cepat dibandingkan kemampuan dalam memahami dan mengelola keuangan secara bijak. Kondisi tersebut menegaskan pentingnya peningkatan literasi finansial, terutama di kalangan generasi muda.

Di era digital, tantangan finansial generasi muda tidak hanya berkaitan dengan bagaimana memperoleh uang, tetapi juga bagaimana mengelolanya di tengah berbagai tren, promosi, dan tekanan sosial. Kesejahteraan finansial tidak diukur dari seberapa banyak yang dikonsumsi atau ditampilkan kepada orang lain, melainkan dari kemampuan menetapkan prioritas, membedakan kebutuhan dan keinginan, serta mengambil keputusan yang selaras dengan tujuan hidup. Kemampuan untuk berkata "cukup" dan menunda keinginan sesaat merupakan bagian penting dari literasi finansial dan menjadi fondasi dalam membangun kondisi keuangan yang sehat dan berkelanjutan.

5

Kebiasaan Kecil untuk Keluar dari FOMO

1

Terapkan Aturan "Pause Before Purchase"

Biasakan berhenti sejenak sebelum membeli sesuatu yang sedang tren. Beri waktu untuk berpikir apakah barang tersebut benar-benar dibutuhkan atau hanya keinginan sesaat.

2

Buat Daftar "Why Am I Buying This?"

Sebelum membeli, tanyakan alasan di balik keputusan tersebut. Langkah ini membantu membedakan antara kebutuhan, keinginan, dan dorongan FOMO.

3

Tetapkan Batas Paparan Konten Pemicu FOMO

Kurangi paparan konten yang membuatmu terus membandingkan diri atau merasa harus mengikuti gaya hidup tertentu.

4

Terapkan Prinsip "One In, One Out"

Setiap ingin membeli sesuatu yang baru, evaluasi barang serupa yang sudah dimiliki. Langkah ini membantu mengurangi konsumsi impulsif.

5

Buat Definisi "Cukup" Versimu Sendiri

Tentukan ukuran sukses dan kebahagiaan berdasarkan nilai dan tujuan pribadi, bukan berdasarkan apa yang sedang populer di media sosial.

Penutup

Di era digital, rasa takut tertinggal (Fear of Missing Out/FOMO) menjadi pengalaman yang semakin dekat dengan kehidupan generasi muda. Media sosial, tren yang terus berganti, dan kemudahan akses terhadap informasi maupun transaksi digital dapat membuat kita merasa harus selalu terhubung, mengikuti perkembangan, dan memiliki apa yang dimiliki orang lain. Tanpa disadari, kondisi tersebut dapat memengaruhi cara kita memandang diri sendiri, mengambil keputusan, mengelola waktu, bahkan menggunakan uang.

Melalui e-modul ini, kita belajar bahwa FOMO bukan sekadar persoalan media sosial atau perilaku konsumtif, tetapi juga berkaitan dengan kebutuhan manusia untuk merasa diterima, diakui, dan tidak tertinggal dari lingkungan sekitarnya. Ketika dorongan tersebut tidak dikelola dengan baik, individu dapat lebih mudah terjebak dalam perbandingan sosial, pengeluaran impulsif, dan standar hidup yang tidak selalu sesuai dengan kebutuhan serta tujuan pribadinya.

Sebaliknya, Joy of Missing Out (JOMO) mengajarkan bahwa tidak semua hal perlu diikuti dan tidak setiap kesempatan harus diambil. JOMO bukan berarti menjauh dari dunia digital atau menolak perkembangan zaman, melainkan kemampuan untuk mengambil keputusan secara sadar, menetapkan prioritas, dan berani memilih hal-hal yang benar-benar bermakna. JOMO mengajak kita untuk memahami bahwa rasa "cukup" tidak ditentukan oleh banyaknya tren yang diikuti, melainkan oleh keselarasan antara apa yang kita lakukan dengan nilai, kebutuhan, dan tujuan hidup yang kita miliki.

Pada akhirnya, kesejahteraan psikologis dan finansial tidak dibangun melalui pencarian validasi yang terus-menerus, tetapi melalui kemampuan mengenal diri sendiri, mengelola perhatian secara bijak, serta menggunakan waktu, energi, dan sumber daya untuk hal-hal yang bernilai dan memberikan makna. Oleh karena itu, perjalanan dari FOMO menuju JOMO bukanlah tentang kehilangan kesempatan, melainkan tentang memperoleh kebebasan untuk hidup secara lebih sadar, terarah, dan autentik.

Karena hidup yang bermakna bukan tentang hadir dalam setiap tren, tetapi tentang memiliki keberanian untuk berkata, "Aku tidak harus mengikuti semuanya, dan itu tidak apa-apa."

Daftar Referensi

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2026). *Survei Profil Internet Indonesia Tahun 2026*. <https://survei.apjii.or.id/>

Bank Indonesia. (2026). *Transaksi Pembayaran Digital Tumbuh 28,14 Persen pada Mei 2026*. <https://www.bi.go.id/>

Cialdini, R. B. (2021). *Influence: The Psychology of Persuasion* (New and Expanded ed.). Harper Business.

Damon, W. (2008). *The Path to Purpose: Helping Our Children Find Their Calling in Life*. Free Press.

DataReportal, & We Are Social. (2026). *Digital 2026: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2026-indonesia>

Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>

Housel, M. (2020). *The Psychology of Money: Timeless Lessons on Wealth, Greed, and Happiness*. Harriman House.

Mischel, W. (2014). *The Marshmallow Test: Mastering Self-Control*. Little, Brown and Company.

Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *Siaran Pers: OJK Terbitkan Aturan Penyelenggaraan Buy Now Pay Later (POJK Nomor 32 Tahun 2025)*. <https://ojk.go.id/>

Otoritas Jasa Keuangan, & Badan Pusat Statistik. (2025). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025*. <https://ojk.go.id/>

Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>

Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2018). Associations Between Screen Time and Lower Psychological Well-Being Among Children and Adolescents. *Preventive Medicine Reports*, 12, 271–283. <https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2018.10.003>

Universitas Gadjah Mada, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, University of Queensland, & Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health. (2022). *Indonesia National Adolescent Mental Health Survey (I-NAMHS): Laporan Hasil Survei*. <https://ugm.ac.id/>