

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. *Fear Of Missing Out* (FOMO)

1. Definisi *Fear Of Missing Out* (FOMO)

FOMO merupakan akronim dari *Fear of Missing Out*. Menurut KBBI daring, akronim merupakan singkatan dari kombinasi suku kata yang diucapkan dan dituliskan seperti kata yang asli atau murni. Istilah ini merupakan suatu bentuk fenomena psikologi kepribadian seseorang yang belum masuk kedalam jenis gangguan mental seperti *anxiety disorder*. Apabila memasukkan kata kunci FOMO di *Google*, maka hasil pencarian akan lebih dari sepuluh juta hasil informasi.

Fear of Missing Out (FOMO) merupakan suatu kondisi atau perasaan khawatir atau ketakutan jika orang lain mungkin mempunyai pengalaman berharga dibandingkan dengan diri sendiri.¹⁵ Dalam psikologi, perilaku mencakup perilaku reflektif dan non-reflektif. Perilaku reflektif merupakan respon secara spontan terhadap rangsangan dalam suatu organisme. Sebagai contoh mata akan bereaksi dengan kedipan apabila kena sinar; jari bereaksi menarik apabila terkena api. Sedangkan, perilaku non-reflektif merupakan perilaku yang disetir oleh pusat kesadaran, yaitu otak dan

¹⁵ Khairiyah Khadijah et al., "Fear of Missing Out (Fomo) Dalam Perspektif Teori Solution Focused Brief Counseling," *Research and Development Journal of Education* 9, no. 1 (2023): 336, <https://doi.org/10.30998/rdje.v9i1.14841>. hal 2

dirangsang oleh reseptor pada penerimaan kemudian diteruskan ke pusat kesadaran. *Fear Of Missing Out* (FOMO) memiliki arti takut tertinggal dari orang lain, hal ini menandakan fenomena *Fear Of Missing Out* (FOMO) ini memiliki rasa keingintahuan yang tinggi dan ada rasa ingin terlibat dalam momen yang sedang terjadi diluar sana. Dalam artian lain FOMO merupakan kecemasan diri sendiri saat melihat individu lainnya mempunyai pengalaman yang lebih menarik dan dicirikan dengan adanya.

2. Indikator *Fear of Missing Out* (FOMO)

Aspek-aspek intensitas *Fear of Missing Out* (FOMO) menurut Kaloeti dkk ada 4, yakni *Missed Experience*, *Compulsion*, *Comparison With Friends* dan *Being Left Out*.¹⁶

a. Pengalaman yang Terlewatkan (*Missed Experience*)

Indikator ini mengukur sejauh mana individu merasa cemas atau khawatir karena kehilangan pengalaman atau kesempatan yang dianggap penting atau menyenangkan oleh orang lain. Adanya tren *fashion* di berbagai macam platform sangat mempermudah seseorang, khususnya generasi Z akan merasa cemas atau khawatir apabila sampai tidak mengetahui tren berbusana yang sedang terjadi.

b. Paksaan (*Compulsion*)

¹⁶ Kaloeti, D.V.S., Kurnia S, A. & Tahamata, V.M. (2021) Validation and psychometric properties of the Indonesian version of the Fear of Missing Out Scale in adolescents. *Psicol. Refl. Crít.* 34(15)

Indikator ini berkaitan dengan perasaan terdorong atau terpaksa untuk terus terhubung dengan aktivitas orang lain, terutama melalui media sosial, untuk menghindari perasaan tertinggal. Secara tidak langsung mereka bisa menghabiskan banyak waktu hanya untuk mengetahui informasi-informasi terbaru, seperti halnya fashion yang sedang viral, agar mereka tidak dikatakan kurang *up-to date*.

c. Perbandingan dengan Teman (*Comparison With Friends*)

Indikator ini mengukur kecenderungan individu untuk membandingkan diri mereka dengan teman atau orang lain, terutama dalam hal pencapaian, pengalaman, atau gaya hidup, seperti dalam gaya berbusana yang dapat memicu perasaan FOMO.

d. Terabaikan (*Being Left Out*)

Indikator ini berkaitan dengan perasaan kehilangan atau tidak ikut serta dalam suatu pengalaman, salah satunya dalam hal tren *fashion* yang dianggap penting atau menarik oleh orang lain.

B. Gaya Berbusana

1. Definisi Gaya Berbusana

Fashion dapat diartikan sebagai *a popular style of clothes*, yaitu gaya pakaian yang populer pada waktu atau tempat tertentu. Adapun dari bahasa arab secara umum kata *Fashion* bisa dimaknai dengan kata libasun yaitu

pakaian. Secara mutlak pakaian dalam bahasa mencakup segala sesuatu yang menutupi manusia dari keburukan atau ketidak- elokan¹⁷ .

Menurut Susan B. Kaiser, *Fashion* berfokus sebagai bentuk komunikasi dan ekspresi diri. Ia melihat *fashion* sebagai alat untuk mengekspresikan identitas sosial, gender, dan budaya seseorang melalui pakaian dan aksesoris. Kaiser juga menekankan bagaimana *fashion* dapat berfungsi sebagai medium ekspresi diri, terutama di kalangan Generasi Z.¹⁸ Dari pernyataan diatas maka dapat disimpulkan bahwa gaya berbusana merupakan cara seseorang dalam berpenampilan pada waktu atau tempat tertentu melalui pilihan pakaian yang dapat mencerminkan kepribadian, ekspresi diri dan lain sebagainya.

2. Busana Muslimah

Standar berpakaian itu ialah takwa yaitu pemenuhan ketentuan-ketentuan agama. Berbusana muslim dan muslimah merupakan pengamalan akhlak terhadap diri sendiri, menghargai dan menghormati harkat dan martabat dirinya sendiri sebagai makhluk yang mulia. Berikut adalah kaidah umum tentang cara berpakaian yang sesuai dengan ajaran Islam yang mulia:¹⁹

¹⁷ Imam Syafi and Imam Hanafi, “Fashion Ideal Muslim Perspektif Ulama Klasik Dan Komtemporer” 8, no. 6 (2024): 1051–59.

¹⁸ Susan B. Kaiser, *The Social Psychology of Clothing* (New York: Macmillan, 1985), 123.

¹⁹ Ahmad Fauzi, “Pakaian Wanita Muslimah Dalam Perspektif Hukum Islam Pendahuluan,” n.d., 41–58.

- a. Pakaian harus menutup aurat, longgar tidak membentuk lekuk tubuh dan tebal tidak memperlihatkan apa yang ada dibalikannya. Allah Ta'ala berfirman dalam al-Qur'an surat Al-A'raf ayat 26:²⁰

(يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوْآتِكُمْ)

“Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya Kami telah menyediakan pakaian untuk menutup aurat”

- b. Pakaian laki-laki tidak boleh menyerupai pakaian perempuan atau sebaliknya. Imam al-Bukhari meriwayatkan dalam kitab shahihnya:²¹

عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ: لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْمُتَشَبِّهِينَ مِنَ الرِّجَالِ بِالنِّسَاءِ وَالْمُتَشَبِّهَاتِ مِنَ النِّسَاءِ بِالرِّجَالِ

Dari Ibnu Abbas radhiallahu anhu, dia berkata, “Rasulullah shallallahu alaihi wasallam melaknat kaum pria yang menyerupai kaum wanita dan kaum wanita yang menyerupai kaum pria.”(HR. al-Bukhari)

- c. Pakaian tidak merupakan pakaian syuhroh (untuk ketenaran). Imam Ibnu Majah meriwayatkan dalam kitab sunannya: ²²Dari Ibnu Umar radhiallahu anhu ia berkata bahwa Rasulullah shallallahu alaihi wasallam telah bersabda,

عَنِ ابْنِ عُمَرَ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: « مَنْ لَبَسَ ثَوْبَ شُهْرَةٍ فِي الدُّنْيَا أَلْبَسَهُ اللَّهُ ثَوْبَ مَذَلَّةٍ يَوْمَ الْقِيَامَةِ »

"Barangsiapa mengenakan pakaian ketenaran di dunia niscaya Allah akan mengenakan padanya pakaian kehinaan di hari Kiamat." (HR. Ahmad, Abu Dawud, al-Nasa'I dan Ibnu Majah)

²⁰ Q. Surat Al-A'raf: 26

²¹ HR.al-Bukhori (no. 5885)

²² H.R Ibnu Majah (no.3607)

Diluar hal tersebut adab berpakaian dalam Islam juga mengajarkan agar wanita tidak menjadi pusat perhatian karena pakaiannya. Karenanya, sikap rendah hati dan menjaga pandangan harus selalu diutamakan bersamaan dengan menjaga adab berpakaian dalam Islam. Dalam ajaran Islam, pakaian bukan semata-mata masalah budaya dan mode. Islam menetapkan batasan-batasan tertentu untuk laki-laki maupun perempuan. Khusus untuk muslimah, memiliki pakaian khusus yang menunjukkan jati dirinya sebagai seorang muslimah. Bila pakaian adat umumnya bersifat lokal, maka pakaian muslimah bersifat universal. Dalam arti dapat dipakai oleh muslimah di manapun ia berada.

Masalah yang paling sering menimbulkan salah paham adalah anggapan kebanyakan orang menjadikan seragam pesantren tradisional sebagai mode busana muslimah. Sehingga terkesan busana muslimah itu kampungan, ketinggalan zaman, tidak modern, out of date, dan sebagainya. Padahal, Islam tidak mengharuskan muslimah mengenakan mode seperti itu. Islam hanya memberikan batasan-batasan yang harus ditutupi, sedangkan modenya terserah kepada selera masing-masing pemakai. Yang penting harus diperhatikan beberapa kriteria yang dapat dijadikan standar mode busana muslimah, yakni :

- a. Pakaian harus menutup aurat.

- b. Tekstil yang dijadikan bahan busana tidak tipis atau transparan (tembus pandang). Karena kain yang demikian akan memperlihatkan bayangan kulit secara remang-remang.
- c. Modelnya tidak ketat.
- d. Tidak menyerupai laki-laki.
- e. Bahannya, juga modelnya tidak terlalu mewah, berlebihan atau menyolok mata, dengan warna aneh-aneh hingga menarik perhatian orang. Apalagi jika menimbulkan rasa sombong.

3. Indikator Gaya Berbusana

Berikut beberapa Indikator gaya berbusana menurut Susan B. Kaitser²³, diantaranya :

a. Kesesuaian dengan Tren

Mengikuti tren fashion terbaru dapat membuat seseorang terlihat modis dan *up-to-date*. Namun, penting untuk diingat bahwa tren bisa sangat beragam dan tidak semua tren cocok untuk semua orang.

b. Kenyamanan

Pakaian yang dikenakan haruslah nyaman untuk bergerak dan beraktivitas. Pakaian yang nyaman akan membuat seseorang merasa lebih percaya diri dan bebas mengekspresikan diri.

c. Ekspresi Diri

²³ Op. Cit, 12-15

Pakaian adalah salah satu cara seseorang mengekspresikan kepribadian dan gaya hidupnya. Memilih pakaian yang sesuai dengan minat, hobi, dan nilai-nilai yang dianut. Gaya berbusana yang baik adalah gaya yang mencerminkan siapa dirinya.

C. Penelitian yang Relevan

1. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Selfi Lestari, Dion Bernolian, Abdur Razzaq dan Muhamad Yudistira Nugraha. Penelitian ini mengkaji makna dan representasi fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam tren hijab turban di media sosial TikTok di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah. Penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa FOMO menjadi pendorong utama bagi mahasiswa untuk mengikuti tren hijab turban sebagai upaya untuk tetap relevan dan eksis di komunitas media sosial. TikTok.²⁴

Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada jenis penelitiannya. Jenis penelitian sebelumnya menggunakan Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial atau manusia dalam konteks tertentu melalui analisis mendalam terhadap makna, pengalaman, serta perspektif individu atau kelompok. Sedangkan penelitian ini menggunakan Penelitian kuantitatif yang

²⁴ Selfi Lestari et al., "Makna Dan Representasi Fenomena FOMO Dalam Tren Hijab Turban Di Media Sosial TikTok Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah" 2, no. April (2025), <https://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v2i2.171>.

digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel yang biasanya ditentukan secara acak untuk diambil data-datanya, dengan tujuan untuk menguji hipotesis. Fokus dalam penelitian sebelumnya adalah makna dan representasi fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam tren hijab turban di media sosial TikTok di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah, sedangkan pada penelitian ini adalah pengaruh FOMO pada Gaya Berbusana Remaja Muslim Generasi Z di Kecamatan Puring.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Haura Ardella Asyifa, Khairunnisa Hidayah dan Handrix Chris Haryanto yang berjudul Pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) Terhadap Pembelian Impulsif *Online Food Delivery* Pada Generasi Z. Temun riset yang dilakukan memperlihatkan rasa takut ketinggalan terhadap pembelian impulsif dalam pengiriman bahan makanan online pada generasi Z berpengaruh positif dan signifikan ($p < 0,05$). Sehingga, tingginya skor FoMO seseorang, dapat diartikan dengan semakin banyak pembelian impulsif yang dilakukannya. Temun riset yang dilakukan diharapkan dapat bermanfaat bagi generasi Z, membuat mereka tidak terlalu rentan terhadap tren media sosial dan mengurangi pembelian impulsif, terutama melalui pengiriman bahan makanan secara online.²⁵

Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada teknik pengambilan sampel. Penelitian sebelumnya pengambilan sampel dilakukan dengan

²⁵ Studi Kasus et al., “*Pengaruh Fear of Missing out, Shopping Lifestyle, Dan Diskon Terhadap Pembelian Impulsif Pada Generasi Z,*” 2024, 44–56.

teknik *non-probability sampling*. Sedangkan dalam penelitian ini pengambilan sampel berdasarkan kriteria (*purposive sampling*). *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan suatu pertimbangan tertentu.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Amanda Della Saputri dengan judul Fenomena *Fear Of Missing Out* Tren Fashion Masa Kini Menjadi Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Hasil penelitian menemukan bahwa Mahasiswi yang FoMO (Fear of Missing Out) dalam tren fashion masa kini mengakibatkan memiliki gaya hidup yang konsumtif. Melakukan pembelian yang implusif terhadap produk fashion. Terjadinya perilaku konsumtif pada mahasiswi karena dirinya merasa tidak ingin dianggap kurang update mengenai fashion dan ketinggalan zaman dalam berpenampilan, selalu ingin memakai OOTD (*Outfit Of The Day*) yang berbeda dalam setiap minggunya. Perilaku tersebut membuat perubahan gaya hidup pada mahasiswi menjadi boros.²⁶

Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada jenis dan metode penelitian. Penelitian sebelumnya menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode pendekatan fenomenologis. Sedangkan penelitian

²⁶ Della Saputri, "Fenomena Fear Of Missing Out Tren Fashion Masa Kini Menjadi Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Skripsi Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Untuk," 2023, 10, [http://digilib.uinsa.ac.id/62101/2/Amanda Della Saputri_I93219068 ok.pdf](http://digilib.uinsa.ac.id/62101/2/Amanda%20Della%20Saputri_I93219068%20ok.pdf).

ini menggunakan penelitian kuantitatif melalui metode penelitian berbasis *survey*.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Ananda Aulia Fitriana yang berjudul Fenomena *Fear Of Missing Out* (FOMO) Dalam Gaya Hidup Remaja Perkotaan Kota Bekasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan remaja Kota Bekasi terhadap fenomena FOMO cenderung negatif. Adapun dampak dari fenomena FOMO diantaranya intensitas penggunaan gadget yang tinggi, hilangnya rasa penghayatan terhadap barang yang dimiliki, jarang bersosialisasi, dan perilaku konsumtif.²⁷

Perbedaan dengan penelitian ini adalah fokus tujuan penelitian. Dalam penelitian sebelumnya bertujuan untuk mengetahui perkembangan fenomena *Fear Of Missing Out* (FOMO) dalam gaya hidup remaja Kota Bekasi, meliputi pemaknaan, faktor pendorong dan faktor penghambat, serta dampaknya. Sedangkan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui melihat ada atau tidaknya pengaruh dari FOMO pada Gaya Berbusana Generasi Z di Kecamatan Puring Kabupaten Kebumen.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Nadia Gita Aresti, Triyono Lukmantoro, dan Nurist Surayya Ulfa dengan judul Pengaruh Tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) dan Tingkat Pengawasan Orang Tua terhadap Tingkat Kecanduan Penggunaan TikTok pada Remaja. Hasil penelitian

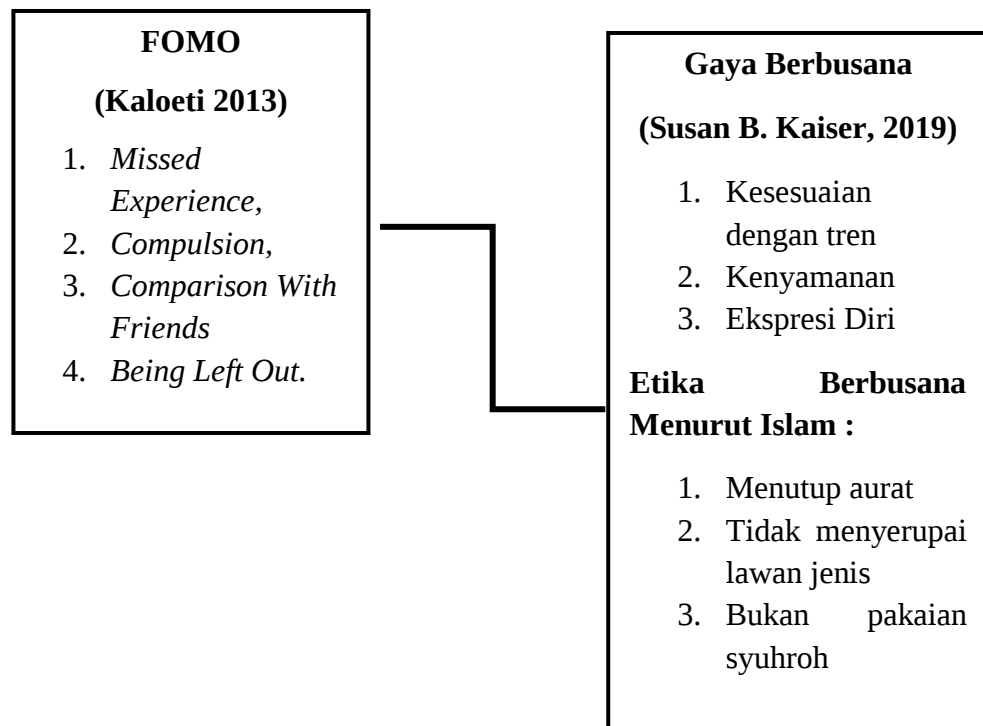
²⁷ Sakinah Pokhrel, "No TitleEAENH," *Ayan* 15, no. 1 (2024): 37–48.

menunjukkan bahwa tingkat *fear of missing out* (FoMO) dengan tingkat kecanduan penggunaan TikTok pada remaja didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 di mana angka tersebut kurang dari 0,05 yang berarti bahwa tingkat *fear of missing out* (FoMO) berpengaruh terhadap tingkat kecanduan penggunaan TikTok pada remaja. Sedangkan tingkat pengawasan orang tua dengan tingkat kecanduan penggunaan TikTok pada remaja didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,231 di mana angka tersebut lebih dari 0,05 yang berarti tidak signifikan dan dapat dikemukakan bahwa tingkat pengawasan orang tua tidak mempunyai pengaruh terhadap tingkat kecanduan penggunaan TikTok pada remaja.²⁸

Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada tujuan penelitian. Pada penelitian terdahulu tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui pengaruh tingkat *fear of missing out* (FOMO) terhadap tingkat kecanduan penggunaan TikTok pada remaja dan pengaruh tingkat pengawasan orang tua terhadap tingkat kecanduan penggunaan TikTok pada remaja sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui melihat ada atau tidaknya pengaruh dari FOMO terhadap Gaya Berbusana Generasi Z di Kecamatan Puring Kabupaten Kebumen..

²⁸ Nadia Gita Aresti, Triyono Lukmantoro, and Nurist Surayya Ulfa, “Pengaruh Tingkat Fear of Missing Out (FoMO) Dan Tingkat Pengawasan Orang Tua Terhadap Tingkat Kecanduan Penggunaan TikTok Pada Remaja,” n.d.

D. Kerangka Teori



Gambar 2.1
Kerangka Teori

E. Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini sebagai berikut :

1) Hipotesis Nol (H_0)

Tidak ada pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap Gaya Berbusana Remaja Muslim Gen Z di Kecamatan Puring.

2) Hipotesis Alternatif (H_a)

Terdapat pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap Gaya Berbusana Remaja Muslim Gen Z di Kecamatan Puring.