

**PERSEPSI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH BENGKULU TERHADAP FOMO TREN
FASHION SEBAGAI GAYA HIDUP**



SKRIPSI

Oleh: Kerin Gusvira Annisa

Npm 2170201042

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU**

2025

**PERSEPSI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI DI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU TERHADAP
FOMO TREN FASHION SEBAGAI GAYA HIDUP**



SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi ilmu komunikasi S1 dan mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh: Kerin Gusvira Annisa

Npm 2170201042

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU**

2025

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Pertama-tama, penulis mengucapkan rasa syukur yang mendalam serta terima kasih kepada Allah SWT, tuhan yang maha pengasih dan penyayang, atas segala kemudahan dan kelancaran yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Ucapan syukur tak henti-hentinya penulis panjatkan, karena Allah SWT senantiasa mengabulkan setiap doa penulis dengan cara dan waktu yang jauh lebih baik dari apa yang penulis harapkan, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
2. Almarhumah ibunda penulis Misnawati yang sangat penulis cintai, penulis sayangi, yang sangat penulis rindukan dan yang paling berarti dalam hidup penulis. Kini penulis sudah berada di tahap ini, menyelesaikan skripsi sederhana ini sebagai perwujudan terakhir sebelum engkau benar-benar pergi, walaupun pada akhirnya penulis harus berjuang sendiri tanpa ibu temani lagi, skripsi ini untuk ibu. Semoga ibu melihat putri kecil ibu dari tempat terbaik di sisi-Nya. Andai waktu mengizinkan, penulis ingin memeluk dan menyampaikan rasa rindu, terimakasih, serta permohonan maaf karena belum bisa mewujudkan impian ibu yang ingin penulis menjadi seorang perawat rumah sakit. Semoga Allah melapangkan kubur dan menempatkan ibu ditempat yang paling mulia disisi Allah SWT.
3. Ayahanda Bahtiar dan ibu sambung penulis Nurdiana yang penulis sayangi yang selalu mendo'akan, mendukung, memberi nasehat, dan semangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga ayah dan ibu panjang umur dan bisa mendampingi setiap proses anak-anaknya.
4. Abang penulis tercinta Kevin Okpan Pratama, terimakasih atas do'a, jerih payahnya, dan dukungan moril maupun materil yang selalu mengusahakan semua biaya perkuliahan penulis sehingga penulis berhasil menyelesaikan studinya hingga sarjana. Terimakasih untuk semua uang yang dikeluarkan untuk pendidikan penulis, fasilitas penulis, baju yang nyaman, makanan

yang sesuai selera, dan masih banyak kebahagiaan yang telah diusahakan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Kepada adik-adik penulis, Afifa, Hanif, Hanifah, Muti'ah terimakasih sudah memberikan penulis semangat dan menghibur penulis dengan segala tingkah laku kalian.

5. Terimakasih untuk seluruh keluarga besar penulis Getiman Ba'id Family atas semua dukungan, semangat dan motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada dosen pembimbing penulis ibu Dr. Juliana Kurniawati M.Si,. Terima kasih untuk semua arahan dan semua dukungan yang telah ibu berikan sepanjang proses penyelesaian skripsi ini, terimakasih pula untuk semua waktu yang sudah diberikan dalam membimbing penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini. Dan terimakasih atas semua kalimat semangat sehabis bimbingannya ibu.
7. Teruntuk teman seperjuangan, Dwiza Setiani, terimakasih telah berprogres seiringan dengan penulis baik selama masa perkuliahan ataupun proses penyusunan skripsi. Terimakasih sudah menjadi seperti saudara perempuan penulis yang selalu menasehati dan mendukung semua proses penulis. Terimakasih sudah membuktikan pertemanan yang dari awal hingga akhir.
8. Kepada “wanita cantik mempesona” terimakasih atas segala dukungan selama proses perkuliahan maupun menyusun skripsi ini.
9. Kepada “semoga dak wacana” (Adit, Ferdyan, Dwiza, Hafizah) terimakasih selalu mendukung dan menghibur serta memberikan motivasi kepada penulis.
10. Teruntuk teman sedari kecil, Friska Marshanda, terimakasih atas kebersamaan yang kurang lebih berlangsung 22 tahun ini. Semoga persahabatan ini senantiasa semakin membaik dan mendatangkan hal-hal baik. Terimakasih selalu mengingatkan dan menasehati baik buruk langkah dalam proses penulis hingga akhir.
11. Kepada “calon orang sukses” (Pita, Friska, Fifi, Silvia) terimakasih sudah menemani penulis sedari masa putih abu-abu hingga sekarang. Terimakasih atas semua kata semangat dan setiap perjalanan yang sangat

mengesankan setiap harinya. Terimakasih untuk ajakan pergi sekedar merilekskan beban pikiran. Terimakasih telah mendengarkan keluh kesah penulis, berkontribusi dalam penulisan skripsi ini, memberikan dukungan, semangat. Terimakasih telah menjadi bagian dalam perjalanan penyusunan skripsi ini hingga selesai. Perbedaan tempat perkuliahan dan jurusan yang kita ambil tidak membuat kita menjauhkan diri satu sama lain. Semoga pertemanan ini berjalan hingga maut memisahkan.

12. Kepada orang spesial penulis. Cinta dan motivasi yang telah kamu berikan mengajarku bagaimana mencintai diriku sendiri. Terimakasih telah sabar dalam menghadapi mood penulis hingga skripsi ini terselesaikan.
13. Kepada teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2021 terima kasih karena telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama masa perkuliahan, *see you on top guys*.
14. Terimakasih kepada almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
15. Kepada motor Yamaha Mio J warna biru putih kesayangan penulis. Terimakasih sudah menemani penulis kemanapun sedari semester 3. Motor second ini diraih dengan banyak perjuangan sehingga bisa memudahkan penulis dalam menempuh perkuliahan selama ini, selalu menemani penulis mencari tempat untuk *me time*. Tetap selalu bekerja sama dengan baik ya.
16. Kepada semua yang terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Penulis mengucapkan banyak terimakasih atas semua kontribusi baiknya kepada penulis.
17. Terakhir, penulis mengucapkan terimakasih kepada diri saya sendiri KERIN GUSVIRA ANNISA yang telah bertahan hingga saat ini disaat penulis tidak percaya dirinya sendiri, mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan untuk menyerah walau sesulit apapun skripsi ini, penulis tetap ingat bahwa setiap langkah kecil yang telah diambil adalah bagian dari perjalanan, meskipun terasa sulit. Tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba sebab “skripsi yang berhasil adalah skripsi yang selesai”.

MOTTO

“Karena beberapa hal baik memang butuh waktu, jadi sabar dulu. Walau semua menguras energi. Percayalah, tujuan yang indah tidak diraih dengan jalan yang mudah.”

(Kerin Gusvira Annisa)

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S. Al-in syirah 5-6)

“orang lain ga akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *succes stories* nya saja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun ga kan ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.”

CURICULUM VITAE

I. Identitas Pribadi

Nama : Kerin Gusvira Annisa
Tempat/Tanggal Lahir : Kembang Seri, 20 agustus 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Nama Ayah : Bahtiar
Nama Ibu : Misnawati (ALMH)
Anak Ke : 2 dari 3 saudara
Saudara : Kevin Okpan Pratama
Afifa Nurul Haffizah
E-Mail : kerinannisa@gmail.com

II. Riwayat Pendidikan

1. SD NEGERI 01 TALANG EMPAT
2. SMP NEGERI 03 BENGKULU TENGAH
3. SMA NEGERI 01 BENGKULU TENGAH

III. Pengalaman Organisasi

1. BEM FISIP
2. GenBI Komisariat UM Bengkulu

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kerin Gusvira Annisa

Npm : 2170201042

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah
Bengkulu

Dengan Ini Menyatakan Bahwa Skripsi Yang Saya Susun Dengan Judul :

“Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Di Universitas Muhammadiyah Bengkulu Terhadap Fomo Tren Fashion Sebagai Gaya Hidup” adalah Hasil Karya Saya Sendiri Dan Bukan Merupakan Plagiat Dari Skripsi Orang Lain. Apabila Kemudian Hari Pernyataan Saya Tidak Benar-Benar, Maka Saya Bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (atau dicabut predikat kelulusan dan gelar keserjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Bengkulu, 15 juli 2025

pernyataan,

Kerin Gusvira Annisa
NPM. 2170201042

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

PERSEPSI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU TERHADAP FOMO TREN FASHION SEBAGAI GAYA HIDUP



DISUSUN OLEH :

Nama : Kerin Gusvira Annisa

Npm : 2170201042

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pembimbing Utama :

Dr. Juliana Kurniawati, M.Si

NIDN 0704077801

PENGESAHAN

Skripsi ini berjudul **“Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Bengkulu Terhadap Fomo Tren Fashion Sebagai Gaya Hidup”** telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik pada :

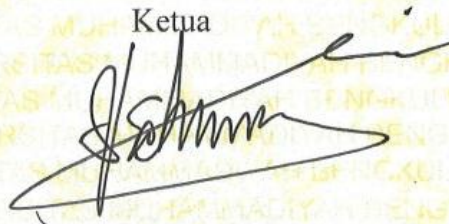
Hari/tanggal : Rabu, 30 juli 2024

Jam : 09:30 – Selesai

Tempat : Ruang Siang Fisip

Tim penguji

Ketua



Dr. Ecch Trisna Ayuh, M.I.Kom

NIDN : 0218018401

Anggota 1



Sri Dwi Fajarini, M.I.Kom

NIDN : 0208129301

Anggota 2



Dr. Juliana Kurniawati, M.Si

NIDN : 0704077801

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik



Dr. Juliana Kurniawati, M.Si

NIDN 0704077801

NIDN 0704077801

RINGKASAN

“Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Bengkulu Terhadap Fomo Tren Fashion Sebagai Gaya Hidup”: Kerin Gusvira Annisa, 2170201042; 2021, 86 halaman; Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi memaknai dan memahami fenomena FOMO (*fear of missing out*) pada tren fashion dan bagaimana fenomena tersebut memengaruhi gaya hidup mereka sehari-hari di lingkungan kampus. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana mahasiswa merespon tren fashion yang terus berkembang melalui media sosial maupun lingkungan sosial berdasarkan pengalaman pribadi mahasiswa serta bagaimana rasa takut tertinggal FOMO memengaruhi perilaku dan cara mereka membangun citra diri.

FOMO tren fashion dalam penelitian ini diartikan sebagai kondisi psikologis dimana mahasiswa merasa khawatir tertinggal informasi dan tren pakaian atau barang terbaru, terutama yang disebarluaskan melalui platform media sosial seperti Instagram, TikTok, X, twitter dan Pinterest. Dorongan untuk selalu tampil sesuai tren membuat mahasiswa berupaya terus memperbarui penampilan agar diterima dan terlihat relevan di lingkungan sosial maupun digital.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan fenomenologi, untuk mendalami pengalaman dan makna yang dibangun mahasiswa terkait FOMO tren fashion. Teori yang digunakan adalah *Stimulus-Organism-Response* yang dikembangkan oleh Carrl I. Hovland (1953). Teori ini menjelaskan bahwa stimulus berupa paparan tren fashion diterima oleh organisme (mahasiswa) melalui proses kognitif seperti perhatian, pengertian, dan penerimaan, lalu menghasilkan response berupa perilaku nyata, seperti membeli outfit terbaru dan membagikannya di media sosial ataupun memakainya di lingkungan kampus.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam observasi langsung dan dokumentasi. Informan dipilih secara *purposive sampling*, yakni mahasiswa ilmu komunikasi yang aktif menggunakan media sosial dan mengikuti tren fashion yang berada di semester 8.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memaknai tren fashion sebagai sarana meningkatkan rasa percaya diri, memperluas pergaulan, dan membangun citra diri yang positif. Namun demikian, fenomena FOMO juga memicu tekanan psikologis, karena mahasiswa merasa harus terus mengikuti standar penampilan yang selalu berubah.

ABSTRAK

“Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Bengkulu Terhadap Fomo Tren Fashion Sebagai Gaya Hidup”

Oleh:

Kerin Gusvira annisa

2170201042

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Bengkulu terhadap fenomena FOMO (*fear of missing out*) pada tren fashion sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Fenomena FOMO yang dipicu oleh penggunaan media sosial yang mendorong mahasiswa untuk selalu mengikuti perkembangan tren fashion agar tetap dianggap relevan di lingkungan sosial manapun di media digital. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, untuk memahami pengalaman dan makna yang dibangun mahasiswa dalam menghadapi FOMO tren fashion. Teori yang digunakan adalah teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*) oleh Hovland (1953), yang menjelaskan bahwa rangsangan atau stimulus berasal dari eksternal berupa tren fashion di media sosial, kemudian diolah secara internal berupa perhatian, pengertian, penerimaan oleh mahasiswa sehingga menghasilkan respon berupa perilaku mengikuti tren tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi memaknai tren fashion sebagai sarana untuk membangun citra diri, meningkatkan kepercayaan diri, kenyamanan diri, dan menjaga eksistensi di media sosial. Namun demikian, sebagian mahasiswa juga merasakan tekanan psikologis akibat tuntutan untuk tampil sesuai tren. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi mahasiswa agar lebih kritis dalam menyikapi tren fashion dan fenomena FOMO, serta sebagai masukan bagi pihak kampus dalam memahami dinamika gaya hidup mahasiswa di era digital.

Kata kunci: Persepsi, FOMO, Tren Fashion, Gaya Hidup, Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Teori S-O-R

ABSTRACT

“Perception Of Communication Science Students Universitas Muhammadiyah Bengkulu Towards FOMO Fashion Trends As A Lifestyle”

By:

Kerin Gusvira Annisa

2170201042

This research aims to find out how communication science students at universitas muhammadiyah bengkulu perceive the FOMO phenomenon triggered by the use of social media encourages students to always keep up with fashion trends in order to remain relevant in any social environment in digital media. This research uses a qualitative research method with a phenomenological approach, to understand the experiences and meanings that students build in dealing with FOMO fashion trends. The theory used is the S-O-R theory (stimulus-organism-response) by Hovland (1953), which explains that the stimulus or stimulus comes from the external in the form of fashion trends on social media. Then processed internally in the form of attention, understanding, acceptance by students so as to produce a response in the form of behavior following the trend. The result showed that communication science students interpreted fashion trends as a means to build self-image, increase self-confidence, self-comfort, and maintain existence on social media. However, some students also feel psychological pressure due to the demands to appear according to trends. This research is expected to be a reference for student to be more critical in responding to fashion trends and the FOMO phenomenon, as well as input for the campus in understanding the dynamics of student lifestyles in the digital era.

Keywords: perception, FOMO, fashion trends, lifestyle, communication science students, S-O-R theory

PRAKATA

Asslamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadita Allah SWT atas limpahan ahmat, karunia, serta petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Di Universitas Muhammadiyah Bengkulu Terhadap Fomo Tren Fashion Sebagai Gaya Hidup”** dengan lancar dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Pendidikan stata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak dukungan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan ketulusan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Susiyanto, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu yang senantiasa mendorong kemajuan Universitas melalui berbagai program unggulan.
2. Ibu Dr. Juliana Kurniawati, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik sekaligus dosen pembimbing skripsi penulis, yang telah dengan sabar memberikan waktu, tenaga, serta arahan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Riswanto, M.I.Kom., selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan banyak bantuan dan dukungan demi kelancaran penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan hasil penelitian ini.

5. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Bengkulu, yang selalu memberikan semangat serta menjadi tempat bertanya yang sangat membantu selama masa perkuliahan hingga peyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat menjadi kontribusi yang bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ilmu komunikasi.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Bengkulu, juli 2025

Penulis

Kerin Gusvira Annisa

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERSEMBAHAN.....	ii
MOTTO	v
CURICULUM VITAE	vi
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	vii
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	viii
PENGESAHAN	ix
RINGKASAN	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
PRAKATA	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Persepsi	15
2.2.1 Pengertian persepsi	15
2.2.2 Proses terjadinya persepsi	17

2.3 Media sosial.....	18
2.3.1 Pengertian media sosial.....	18
2.3.2 Karakteristik media sosial.....	19
2.3.3 Aplikasi – aplikasi media sosial.....	21
2.4 <i>Fear of missing out</i>	22
2.4.1 <i>Pengertian fear of missing out</i>	22
2.4.2 Ciri-ciri <i>fear of missing out</i>	24
2.4.3 Aspek – aspek FOMO.....	25
2.4.4 Faktor – faktor yang mempengaruhi <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO)	27
2.5 Tren fashion	28
2.6 Gaya hidup.....	31
2.6.1 Pengertian Gaya Hidup	31
2.6.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	34
2.7 Mahasiswa	38
2.8 Teori S-O-R Carl I. Hovland (1953)	39
2.9 Kerangka berfikir.....	41

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan lokasi penelitian.....	45
3.1.1 Waktu Penelitian	45
3.1.2 Lokasi penelitian.....	45
3.2 Jenis dan pendekatan penelitian.....	46
3.3 Fokus penelitian.....	47
3.4 Sumber data	48
3.4.1 Data primer	49
3.4.2 Data sekunder.....	49
3.5 Penentuan informan penelitian	49
3.6 Teknik pengumpulan data.....	51
3.6.1 Observasi.....	52
3.6.2 Wawancara	52
3.6.3 Dokumentasi	53
3.7 Keabsahan data	54
3.8 Analisis data	54
3.8.1 Reduksi data.....	55
3.8.2 Penyajian data	55

3.8.3 Penarikan kesimpulan dan verifikasi	56
BAB IV PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum dan subjek penelitian.....	58
4.1.1 Deskripsi Kota Bengkulu.....	58
4.1.2 Deskripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Bengkulu.....	59
4.1.3 Deskripsi Tren Fashion sebagai gaya hidup.....	62
4.2 karakteristik informan.....	65
4.3 Hasil Penelitian.....	68
4.4 Pembahasan dan Analisa Teori	82
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan.....	90
5.2. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tren Fashion di TikTok	30
Gambar 2.2 model komunikasi S-O-R.....	40
Gambar 2.3 Model Proses Teori S-O-R	41
Gambar 2.4 kerangka berfikir	42

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jumlah Mahasiswa	61
Tabel 4.2 Jenis Media Sosial Yang Dipakai Mahasiswa	69

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Izin Penelitian
2. Surat Telah Selesai Penelitian
3. Pedoman Wawancara
4. Dokumentasi Wawancara
5. *Field Note* Wawancara

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya teknologi informasi membawa sebuah perubahan dalam masyarakat. Dengan adanya teknologi informasi, perilaku masyarakat mengalami perubahan. Perubahan itu terjadi baik di pola pikir, pola merasa, maupun pola tindakan manusia. Perubahan atau pergeseran pun terjadi pada beberapa aspek kehidupan manusia, misalnya aspek budaya, etika, dan norma-norma tertentu. Salah satu jenis teknologi informasi yang mengalami perkembangan yang cukup pesat adalah media sosial. Media sosial adalah seperangkat alat komunikasi yang memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi orang awam (Liedfray *et al.*, 2022).

Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat modern, terutama bagi generasi muda. Platform seperti instagram, facebook, twitter, dan tiktok memungkinkan individu untuk terhubung, berbagai informasi dan mengakses berbagai konten secara *real time*. Penggunaan media sosial telah menjadi fenomena global, mempengaruhi cara kita berkomunikasi, berinteraksi dan membentuk budaya sosial di dunia maya. Media sosial telah menciptakan bentuk komunikasi baru yang membutuhkan partisipasi aktif penggunanya.

Ketergantungan seseorang pada teknologi, terutama media sosial, turut mengubah cara mereka menggunakannya. Karena media sosial memudahkan

orang untuk tetap *up-to-date* dengan semua berita baru dan apa yang telah mereka lewatkan, generasi milenial saat ini tidak hanya menghabiskan waktu untuk mencari tahu berita yang mereka butuhkan, tetapi juga tanpa sadar menggunakannya untuk mengikuti kehidupan dan aktivitas orang lain, seolah-olah mereka tahu apa yang dilakukan orang terdekat mereka (Aisafitri & Yusriyah, 2021).

Penelitian ini secara khusus memusatkan perhatian pada platform TikTok sebagai media sosial berbasis visual yang sangat diminati oleh kalangan muda, termasuk mahasiswa. TikTok memiliki ciri penyajian konten berupa video berdurasi singkat yang disajikan secara cepat, menarik, dan mudah menjadi viral melalui fitur *For You Page (FYP)*. Karakteristik tersebut menjadikannya sebagai sarana utama penyebaran tren fashion secara luas. Paparan konten fashion di TikTok seringkali menimbulkan dorongan bagi mahasiswa untuk mengikuti gaya berpakaian yang sedang populer, membeli item fashion yang tengah viral, bahkan menimbulkan rasa takut tertinggal (*FOMO*) apabila tidak mengikuti tren tersebut. Oleh karena itu, TikTok berperan signifikan dalam membentuk pola pikir dan perilaku fashion generasi muda, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Bengkulu pada penelitian ini.

Di era digital yang serba cepat dan dinamis ini, tren menjadi salah satu aspek yang sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat, khususnya kalangan anak muda. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka akses seluas-luasnya terhadap berbagai informasi global,

termasuk tren fashion yang kini mudah diakses melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, Pinterest, hingga YouTube. Akibatnya, tren fashion tidak hanya menjadi bagian dari penampilan semata, melainkan telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup (*lifestyle*), khususnya di kalangan mahasiswa.

Tren fashion saat ini kerap dijadikan sebagai tolak ukur dalam menilai seseorang yang dianggap mengikuti perkembangan zaman. Pola perilaku ini sering ditemui dalam aktivitas sehari-hari, khususnya saat seseorang hendak melakukan kegiatan tertentu. Tren fashion juga telah berkembang menjadi sebuah fenomena sosial yang dijadikan rujukan utama untuk tampil menarik dengan maksud dan tujuan tertentu oleh para pengikutnya. Secara umum, tren merujuk pada bentuk atau gaya baru yang muncul dalam periode waktu tertentu, meliputi pakaian, tatanan rambut, aksesoris, hingga item fashion lainnya. Dengan kata lain, tren dapat diartikan sebagai sesuatu yang sedang menjadi pusat perhatian masyarakat dalam kurun waktu tertentu. Sementara itu, fashion sendiri mencerminkan sebuah gaya hidup yang bersifat sementara, yang tidak hanya mencakup busana, tetapi juga cara berkomunikasi, perilaku, hingga ketertarikan terhadap mode pakaian (Sukanto, 2014).

Fenomena *fear of missing out* (FOMO) di Indonesia, khususnya di kalangan mahasiswa, sangat dipengaruhi oleh tingginya penggunaan media sosial dan kemajuan teknologi digital. FOMO merupakan kondisi psikologis berupa rasa khawatir atau takut seseorang akan tertinggal dari pengalaman atau momen penting yang dinikmati oleh orang lain. Kondisi ini kerap muncul seiring dengan interaksi intensif melalui media sosial. Mahasiswa yang

mengalami FOMO umumnya merasakan tekanan atau kecemasan ketika melihat teman-temannya terlibat dalam aktivitas seru atau acara tertentu yang mereka tidak ikuti, terutama saat menyaksikan unggahan atau konten yang beredar secara daring (Davis *et al.*, 2023).

FOMO sangat berkaitan dengan aspek emosional dan perasaan yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitar. Kehadiran ponsel pintar yang mudah dibawa kemana saja memungkinkan individu untuk terus terhubung secara daring. Selain itu, kemajuan media sosial turut memperkuat dan mendorong perkembangan FOMO dalam kehidupan sehari-hari (Carolina & Mahestu, 2020)

khawatir akan kehilangan kesempatan atau informasi penting yang sedang terjadi di sekitar mereka. Dalam konteks media sosial, FOMO sering kali dipicu oleh postingan yang mengunggah rasa ingin memiliki sesuatu yang sedang tren atau sedang dipromosikan, seperti konten tren fashion yang menjadi acuan para mahasiswa dalam mengenakan outfit sehari – hari terutama outfit yang dipakai untuk kuliah.

Karena tidak ingin merasa tersisih, akhirnya seseorang mempublikasikan kehidupan mereka di jejaring sosial dalam bentuk unggahan tentang liburan, konser, tempat makan, pernikahan, anak atau bahkan kehidupan pribadi tidak bisa lepas dari eksploitasi menjadi subjek publikasi di jejaring sosial. Seseorang yang dapat dianggap FOMO jika memiliki gejala-gejala seperti tidak bisa lepas dari ponsel, cemas dan khawatir jika belum memeriksa akun media sosial, memprioritaskan komunikasi secara intens dengan teman di

media sosial, terobsesi dengan mengikuti kegiatan atau aktivitas yang sedang trending, selalu ingin mengunggah mengenai apapun (Aisafitri & Yusriyah, 2020).

Dalam penelitian yang ditulis oleh (Fitri *et al.*, 2021) membahas terkait perubahan gaya hidup yang terjadi pada mahasiswa FISIP Unimal meliputi tiga hal, yaitu: perubahan pola pikir, minat belanja yang besar, serta cara berpakaian yang trendi dan hobi yang berubah seiring perkembangan zaman. Dan penggunaan *smarthphone* sebagai gaya hidup meliputi *operating system* (OS) yang digunakan, menggunakan layar sentuh, menggunakan dan mengerti dengan aplikasi yang ada di *smarthphone*, mempunyai kamera depan dan belakang, serta menggunakan memori internal dan eksternal.

Kemudian penelitian yang ditulis oleh (Aisafitri & Yusriyah, 2020) menemukan bahwa Milenial yang mengalami sindrom FOMO (*fear of missing out*) memiliki karakteristik gaya hidup yang lebih sering menghabiskan waktu dengan *handphone*, dan bagi mereka mengakses media sosial merupakan hal yang penting, karena dengan adanya media sosial terjalinnya hubungan emosional yang membuat diri mereka sering kali memperhatikan postingan teman – teman mereka di media sosial, mereka juga memposting suatu hal yang ingin dilihat oleh orang lain, dengan memperlihatkan sesuatu yang baik – baik saja, dan tidak ingin menampilkan kelemahan mereka, karena bagi mereka penilaian orang lain mengenai dirinya sangatlah penting.

Mahasiswa sebagai kelompok sosial yang berada pada masa peralihan menuju kedewasaan memiliki kecenderungan kuat untuk mengeksplorasi

identitas diri, termasuk melalui penampilan. Mahasiswa Ilmu Komunikasi khususnya, sebagai individu yang berada dalam bidang keilmuan yang erat kaitannya dengan media, gaya hidup, dan budaya populer, sering kali menjadi kelompok yang paling responsif terhadap perkembangan tren. Hal ini menjadikan mereka rentan terhadap pengaruh FOMO, terutama dalam hal fashion sebagai representasi diri yang ditampilkan kepada publik, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun di media sosial.

Tren fashion di kalangan mahasiswa tidak hanya dipandang sebagai sarana untuk tampil menarik, tetapi juga sebagai medium untuk menunjukkan eksistensi, identitas, serta status sosial di lingkungan kampus. Dengan kata lain, fashion tidak hanya tentang pakaian, tetapi juga tentang bagaimana seseorang ingin dipersepsikan oleh lingkungan sosialnya. Di sinilah peran penting persepsi individu terhadap FOMO fashion muncul. Persepsi ini memengaruhi bagaimana mereka memaknai tren fashion, bagaimana mereka berusaha menyesuaikan diri dengan tren tersebut, serta bagaimana hal ini membentuk gaya hidup mereka sehari-hari.

Universitas Muhammadiyah Bengkulu sebagai salah satu institusi pendidikan tinggi yang memiliki program studi Ilmu Komunikasi menjadi lingkungan yang menarik untuk mengkaji fenomena ini. Mahasiswa Ilmu Komunikasi umumnya memiliki karakteristik yang ekspresif, terbuka terhadap perubahan, serta aktif dalam menggunakan media sosial, sehingga mereka cenderung lebih mudah terpapar tren dan mengalami FOMO dalam konteks fashion. Tidak jarang kita melihat mahasiswa yang selalu *up to date* dalam

gaya berpakaian, mengikuti gaya selebriti atau influencer, serta berusaha tampil *fashionable* dalam berbagai aktivitas kampus.

Fenomena ini juga menjadi semakin relevan mengingat media sosial saat ini telah menjadi "panggung sosial" di mana individu dapat menampilkan citra diri yang diinginkan. Gaya berpakaian yang mengikuti tren tidak jarang digunakan untuk membangun personal branding di dunia maya. Mahasiswa yang aktif di media sosial merasa perlu untuk terus memperbaharui penampilan agar tetap terlihat relevan dan menarik di mata followers-nya. FOMO pun muncul ketika mereka merasa tidak mampu mengikuti standar penampilan yang terus berubah dan ditentukan oleh media dan publik figur.

Di sisi lain, tidak semua mahasiswa merespons FOMO dengan cara yang sama. Beberapa mahasiswa mungkin memilih untuk mengikuti tren fashion sebagai bentuk ekspresi diri yang positif, sementara yang lain merasa tertekan dan terpaksa mengikuti arus. Oleh karena itu, penting untuk memahami persepsi mahasiswa secara mendalam terhadap fenomena FOMO tren fashion ini. Dengan memahami persepsi tersebut, kita dapat mengetahui sejauh mana tren fashion membentuk gaya hidup mahasiswa Ilmu Komunikasi, serta bagaimana mereka menyeimbangkan antara kebutuhan untuk tampil sesuai tren dan menjaga keaslian identitas diri.

Penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan karena dapat memberikan gambaran mengenai dinamika psikologis dan sosial mahasiswa dalam menghadapi tekanan sosial akibat tren fashion. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi institusi pendidikan dalam memahami

karakteristik dan kebutuhan mahasiswanya, serta membantu mahasiswa untuk lebih kritis dalam memaknai tren dan membangun gaya hidup yang sehat dan autentik.

Dari uraian diatas dan beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :
“Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Di Universtas Muhammdiyah Bengkulu Terhadap FOMO Sebagai Gaya Hidup”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Di Universtas Muhammdiyah Bengkulu Terhadap Fomo Tren Fashion Sebagai Gaya Hidup?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Di Universtas Muhammdiyah Bengkulu Terhadap Fomo Tren Fashion Sebagai Gaya Hidup.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian Ilmu Komunikasi, khususnya dalam ranah

komunikasi massa, komunikasi budaya, dan komunikasi media baru. Secara teoritis, penelitian ini dapat memperkaya pemahaman mengenai konsep FOMO (*fear of missing out*) dalam konteks gaya hidup mahasiswa, serta bagaimana media sosial berperan dalam membentuk persepsi dan perilaku mahasiswa terhadap tren fashion. Dengan mengaitkan tren fashion dan FOMO sebagai bagian dari fenomena komunikasi modern, penelitian ini memberikan perspektif baru mengenai hubungan antara media, identitas sosial, dan gaya hidup mahasiswa di era digital.

1.4.2 Manfaat praktis

1. Bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi

Penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana tren fashion dan fenomena FOMO mempengaruhi gaya hidup mereka. Dengan demikian, mahasiswa diharapkan menjadi lebih kritis dalam menyikapi arus tren yang berkembang di media sosial.

2. Bagi civitas akademika

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi dosen atau pihak kampus dalam memahami pola pikir dan perilaku mahasiswa di era digital, sehingga dapat merancang pendekatan pembelajaran atau kegiatan kampus yang lebih relevan dengan perkembangan zaman dan minat mahasiswa.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan pijakan awal bagi penelitian – penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji lebih

dalam hubungan antara gaya hidup, media sosial, dan persepsi mahasiswa terhadap tren.