

## FOMO Labubu: Perspektif Komunikasi dalam Dinamika Sosial dan Digital

DHELITTYA FINALIYANI PUTRI, ZAHROTUL MUNAWWAROH

UPN "VETERAN" JAWA TIMUR

Email: [dhelittya.finaliyani.fisip@upnjatim.ac.id](mailto:dhelittya.finaliyani.fisip@upnjatim.ac.id)

### Abstrak:

*FOMO (Fear of Missing Out) adalah fenomena psikologis yang dipicu oleh rasa takut kehilangan kesempatan atau informasi yang berharga, sering kali diperkuat oleh media sosial. Dalam konteks komunikasi, istilah "Labubu" dapat diasosiasikan dengan fenomena yang mencerminkan budaya pop, komunitas digital, atau tren tertentu yang mendorong FOMO. Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi FOMO Labubu dari aspek komunikasi, termasuk bagaimana komunikasi interpersonal dan digital memengaruhi fenomena ini, serta dampaknya terhadap individu dan kelompok sosial. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis literatur dan observasi fenomenologis, untuk memahami bagaimana pesan dan simbol di balik FOMO Labubu memengaruhi dinamika komunikasi.*

**Kata Kunci:** FOMO, Labubu, komunikasi, media sosial, dinamika sosial, budaya digital

### Abstract:

*FOMO (Fear of Missing Out) is a psychological phenomenon driven by the fear of missing opportunities or valuable information, often amplified by social media. In communication, the term "Labubu" can be associated with phenomena reflecting pop culture, digital communities, or specific trends that trigger FOMO. This paper aims to explore FOMO Labubu from a communication perspective, focusing on how interpersonal and digital communication influence this phenomenon and its impact on individuals and social groups. This study employs a qualitative approach through literature analysis and phenomenological observation to understand how the messages and symbols behind FOMO Labubu affect communication dynamics.*

**Keywords:** FOMO, Labubu, communication, social media, social dynamics, digital culture

## **PENDAHULUAN**

Dalam era digital, *Fear of Missing Out* (FOMO) telah menjadi fenomena psikologis yang semakin relevan di tengah masyarakat yang terhubung secara konstan melalui media sosial. FOMO didefinisikan sebagai "kecemasan yang muncul dari perasaan bahwa orang lain mengalami pengalaman yang lebih memuaskan dibandingkan diri sendiri, yang diperburuk oleh akses konstan terhadap media sosial" (Przybylski et al., 2013). Fenomena ini tidak hanya memengaruhi kesejahteraan individu, tetapi juga membentuk pola komunikasi dan interaksi sosial di ruang digital.

Fenomena FOMO dapat terlihat dalam berbagai konteks budaya dan sosial, salah satunya melalui simbol dan tren tertentu yang mendapatkan perhatian luas di media sosial. Salah satu contohnya adalah fenomena "Labubu," yang sering kali diasosiasikan dengan barang koleksi, tren media sosial, atau aktivitas berbasis komunitas. Fenomena seperti ini memperkuat eksklusivitas sosial dan memengaruhi pola interaksi individu dalam komunitas digital. Dalam komunikasi digital, simbol seperti Labubu menjadi "representasi sosial yang membangun identitas individu dan menciptakan hierarki sosial baru" (Kaplan & Haenlein, 2010).

Media sosial memainkan peran penting dalam memperkuat fenomena seperti FOMO Labubu. Algoritma platform digital dirancang untuk meningkatkan eksposur konten yang relevan, sehingga mempercepat penyebaran tren dan menciptakan tekanan sosial pada individu untuk berpartisipasi (Boyd, 2014). Bagi banyak orang, melewatkan tren semacam ini dapat memunculkan rasa kehilangan atau keterasingan dari komunitas, yang pada akhirnya memengaruhi kesejahteraan emosional mereka.

Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana fenomena FOMO Labubu bekerja dalam konteks komunikasi digital, serta dampaknya terhadap dinamika sosial. Penelitian ini berfokus pada tiga pertanyaan utama:

1. Bagaimana komunikasi digital memperkuat FOMO Labubu?
2. Apa dampak FOMO Labubu terhadap dinamika komunikasi sosial?
3. Bagaimana strategi komunikasi dapat digunakan untuk mengatasi dampak negatif FOMO?

Dengan mengacu pada berbagai literatur, termasuk pandangan Przybylski et al. (2013) tentang FOMO dan analisis Boyd (2014) tentang kehidupan sosial di era jaringan, studi ini bertujuan memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana komunikasi digital membentuk fenomena FOMO Labubu. Temuan ini diharapkan dapat memberikan wawasan praktis untuk mengelola dampak FOMO, baik bagi individu maupun pengembang platform digital.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Konteks FOMO di Era Digital**

FOMO didefinisikan sebagai rasa takut kehilangan pengalaman atau informasi yang dianggap penting, yang diperburuk oleh konektivitas media sosial. Definisi ini diambil dari Przybylski et al. (2013), yang memberikan wawasan tentang bagaimana kecemasan ini berkembang karena akses instan ke kehidupan orang lain. Dengan menghubungkan FOMO ke media sosial, pendahuluan menempatkan fenomena ini dalam konteks yang relevan secara sosial dan teknologi. FOMO diidentifikasi tidak hanya sebagai permasalahan individu, tetapi juga sebagai fenomena yang memengaruhi dinamika komunikasi sosial secara luas. Ini menegaskan bahwa dampaknya melampaui kesejahteraan pribadi, melibatkan pola interaksi dan hubungan sosial yang lebih besar.

Media sosial berperan sebagai katalis utama dalam memperkuat FOMO. Algoritma yang dirancang untuk mempromosikan konten populer menyebabkan tren seperti Labubu lebih mudah tersebar dan mendapatkan perhatian besar dalam waktu singkat. Studi Kaplan & Haenlein (2010) menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga berfungsi sebagai ruang di mana identitas sosial dibentuk melalui partisipasi dalam tren.

Dalam konteks Labubu, keterlibatan aktif di media sosial seperti Instagram, TikTok, atau Twitter menjadi indikator status sosial, yang menciptakan tekanan bagi individu untuk ikut serta dalam fenomena tersebut. Hal ini sesuai dengan temuan Boyd (2014) bahwa kehidupan sosial di era digital sangat dipengaruhi oleh narasi yang dibangun di platform digital, di mana individu merasa perlu menunjukkan eksistensi mereka untuk menjadi bagian dari komunitas.

## **2. Labubu sebagai Studi Kasus dalam Konteks FOMO**

Labubu sebagai simbol fenomena FOMO yang konkret. Labubu, yang diasosiasikan dengan tren eksklusif seperti koleksi barang atau kegiatan komunitas, berfungsi sebagai studi kasus untuk menjelaskan bagaimana simbol digital dapat memperkuat rasa keterhubungan atau tekanan sosial. Poin ini memperkuat argumen Kaplan & Haenlein (2010) bahwa simbol dalam komunikasi digital sering kali menjadi alat pembentukan identitas sosial dan hierarki baru. Labubu tidak hanya merepresentasikan tren, tetapi juga eksklusivitas sosial yang memengaruhi bagaimana individu berinteraksi dengan kelompok sosial atau komunitas tertentu.

Fenomena FOMO Labubu tidak hanya memengaruhi individu secara psikologis, tetapi juga membawa perubahan pada pola komunikasi sosial. Beberapa dampaknya adalah:

- **Eksklusivitas Sosial:** Labubu, yang sering kali diasosiasikan dengan barang koleksi atau komunitas eksklusif, menciptakan hierarki sosial baru. Mereka yang memiliki akses atau terlibat dalam tren ini mendapatkan validasi sosial, sedangkan mereka yang tidak ikut serta dapat merasa tertinggal atau terisolasi.
- **Komunikasi yang Terfragmentasi:** Labubu mendorong pembentukan subkelompok di masyarakat digital berdasarkan partisipasi dalam tren tertentu. Hal ini dapat memunculkan pola komunikasi yang terfragmentasi, di mana interaksi sosial lebih terfokus pada kelompok yang homogen daripada interaksi lintas kelompok.
- **Tekanan Sosial dan Psikologis:** Seperti yang dijelaskan oleh Przybylski et al. (2013), FOMO dapat menyebabkan stres, kecemasan, dan rendahnya tingkat kepuasan hidup. Dalam konteks Labubu, tekanan untuk berpartisipasi dapat memperburuk dampak ini, terutama bagi individu yang merasa tidak mampu mengikuti tren karena keterbatasan ekonomi atau akses.

## **3. Peran Media Sosial dalam Memperkuat FOMO**

Latar belakang menyoroti peran media sosial dalam mempercepat penyebaran FOMO melalui algoritma yang dirancang untuk memaksimalkan eksposur konten. Boyd (2014) menjelaskan bagaimana media sosial menciptakan tekanan sosial baru, yang

memungkinkan individu merasa tertinggal jika tidak mengikuti tren. Dalam konteks Labubu, algoritma media sosial memperbesar dampak fenomena ini dengan memberikan prioritas pada konten yang relevan, memicu keterlibatan emosional dan psikologis pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi digital tidak hanya memfasilitasi komunikasi, tetapi juga menjadi aktor yang aktif dalam membentuk perilaku sosial.

Dalam mengatasi dampak negatif dari fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO), beberapa strategi komunikasi dapat diterapkan untuk memitigasi dampak psikologis dan sosial yang ditimbulkan oleh keterlibatan intensif dalam media sosial. Salah satu pendekatan yang penting adalah meningkatkan literasi digital, yang memungkinkan individu untuk lebih memahami cara media sosial beroperasi dan dampak yang dapat ditimbulkan. Seperti yang dikemukakan oleh Boyd (2014), "*Digital literacy plays a crucial role in enabling individuals to critically engage with the media they consume, helping them resist the pressures exerted by social media platforms.*" Dengan literasi digital yang baik, pengguna dapat lebih waspada terhadap manipulasi algoritma yang sering kali memperburuk perasaan FOMO, sehingga mereka bisa memilih untuk tidak terpengaruh oleh konten yang berpotensi memperburuk kecemasan mereka.

Selain itu, promosi komunitas yang lebih inklusif dan beragam juga penting untuk mengurangi dampak FOMO. Kaplan dan Haenlein (2010) menyarankan bahwa "*Communities on social media should be cultivated to emphasize inclusivity and participation, rather than exclusion based on trends or material possessions.*" Dalam konteks ini, Labubu sebagai simbol tren yang eksklusif dapat digantikan dengan inisiatif yang lebih terbuka, di mana setiap individu, tanpa memandang status sosial atau akses terhadap tren populer, dapat berpartisipasi secara aktif dalam membangun komunitas. Hal ini akan mengurangi rasa terisolasi yang sering muncul akibat perasaan tidak berpartisipasi dalam tren-tren tertentu.

Salah satu strategi lain adalah melalui kampanye sosial yang mendorong keautentikan dan ekspresi diri yang lebih jujur. Turkle (2015) menekankan bahwa "*Social media campaigns should promote authenticity and self-expression, reducing the pressure to conform to unrealistic standards set by trending phenomena.*" Kampanye semacam ini dapat memberikan pengguna ruang untuk menunjukkan diri mereka yang sebenarnya,

tanpa terjebak dalam kebutuhan untuk memenuhi standar sosial yang sering kali tidak realistis. Dengan mempromosikan nilai-nilai keautentikan, individu dapat merasa lebih nyaman dan percaya diri, yang pada gilirannya membantu mengurangi dampak psikologis yang timbul akibat FOMO.

Selain itu, penting untuk mempertimbangkan dampak dari algoritma yang digunakan oleh platform media sosial. Dalam banyak kasus, algoritma ini memperkuat kecenderungan untuk mempromosikan konten yang dianggap viral atau populer, yang memperburuk tekanan sosial dan menciptakan ketidakseimbangan dalam konten yang disajikan. Kaplan dan Haenlein (2010) menegaskan bahwa *"Ethical algorithm design should ensure the diverse representation of content, so as to avoid reinforcing social exclusion and the pressures of FOMO."* Oleh karena itu, merancang algoritma yang lebih etis dan memperkenalkan konten yang lebih beragam dapat membantu mengurangi dominasi tren tertentu dan memberikan ruang bagi berbagai perspektif, sehingga pengguna tidak merasa tertekan untuk mengikuti setiap tren yang muncul.

Pendidikan tentang dampak psikologis FOMO juga sangat penting. Przybylski et al. (2013) menunjukkan bahwa *"Education about the psychological impact of FOMO is essential in helping users identify and cope with the emotional pressures induced by constant digital engagement."* Melalui edukasi ini, pengguna bisa lebih memahami bagaimana FOMO memengaruhi kesejahteraan mereka dan belajar untuk mengelola perasaan cemas atau tertinggal yang muncul akibat perbandingan sosial yang sering terjadi di media sosial.

Terakhir, untuk lebih mengurangi dampak FOMO, kita juga perlu mendorong interaksi sosial yang lebih banyak terjadi di luar ruang digital. Turkle (2011) menyarankan bahwa *"Encouraging offline social interactions can reduce the emotional strain of digital engagement and help individuals regain a sense of authentic connection."* Membangun hubungan tatap muka yang lebih kuat akan memberi individu kesempatan untuk terhubung secara emosional tanpa tekanan dari dunia digital, yang sering kali menciptakan ilusi keterhubungan yang tidak sebenarnya. Melalui penerapan strategi-strategi ini, dampak negatif dari FOMO dapat dikurangi, dan media sosial dapat dimanfaatkan sebagai ruang untuk komunikasi yang lebih sehat dan inklusif.

## **PENUTUP/SIMPULAN**

Fenomena FOMO Labubu menunjukkan bagaimana media sosial dan simbol digital dapat memperkuat rasa urgensi untuk berpartisipasi dalam tren tertentu. Sementara fenomena ini menciptakan peluang untuk membangun komunitas dan meningkatkan keterhubungan sosial, dampaknya terhadap tekanan sosial dan psikologis individu tidak bisa diabaikan.

Melalui strategi mitigasi yang berbasis pada literasi digital, pemberdayaan komunitas, dan perancangan algoritma yang lebih bertanggung jawab, fenomena seperti FOMO Labubu dapat dikelola untuk meminimalkan dampak negatifnya. Studi ini menyoroti pentingnya peran komunikasi dalam menciptakan ruang digital yang inklusif dan mendukung kesejahteraan sosial, sekaligus menawarkan wawasan untuk penelitian lebih lanjut mengenai dinamika komunikasi di era digital.

Sebagai penutup, dapat disimpulkan bahwa fenomena FOMO, yang semakin intens dalam era digital ini, memiliki dampak yang signifikan terhadap dinamika sosial dan psikologis individu. Ketergantungan pada media sosial yang sering kali menampilkan tren-tren eksklusif seperti Labubu telah menciptakan tekanan sosial yang tidak hanya memperburuk perasaan terisolasi, tetapi juga meningkatkan kecemasan dan ketidakpuasan diri. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang berbasis pada literasi digital yang lebih baik, promosi komunitas yang inklusif dan beragam, kampanye yang mendukung keautentikan, serta pengembangan algoritma yang lebih etis sangat diperlukan untuk mengurangi dampak negatif dari FOMO. Dengan demikian, selain dari perspektif teknis dan algoritmik, aspek komunikasi yang mendorong kesadaran sosial dan pemahaman mendalam mengenai dampak psikologis media sosial juga harus menjadi bagian integral dalam menangani fenomena ini. Mengurangi tekanan untuk selalu mengikuti tren dan lebih menghargai hubungan sosial yang lebih otentik, baik secara digital maupun secara langsung, akan membantu menciptakan ruang media sosial yang lebih sehat, inklusif, dan memberikan dampak positif bagi kesejahteraan individu. Ke depannya, penting bagi seluruh pemangku kepentingan termasuk platform digital, pengguna, dan masyarakat luas—untuk bekerja sama dalam membangun kesadaran akan pentingnya keseimbangan dalam berinteraksi di dunia digital agar dapat menciptakan lingkungan yang mendukung pengembangan diri secara positif tanpa terjebak dalam tekanan sosial yang tidak sehat.

#### DAFTAR PUSTAKA

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*.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media." *Business Horizons*.

Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.

Turkle, S. (2015). *Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age*. Penguin Books.

Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Basic Books.