

ANALISIS FENOMENA FOMO DAN PINJAMAN ONLINE GENERASI Z BERDASARKAN PERSPEKTIF SILA KEADILAN SOSIAL

Nafatika Astuti

Pendidikan Kepelatihan Olahragai, Universitas Negeri Semarang, Semarang

E-mail: *nafatikaastuti44@gmail.com

ABSTRAK

Disrupsi digital memicu fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dan ketergantungan Generasi Z pada pinjaman online. Penelitian ini bertujuan membedah gaya hidup konsumtif tersebut melalui analisis teori *Consumer Society* Jean Baudrillard dan perspektif Sila Keadilan Sosial Pancasila. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, ditemukan bahwa media sosial membentuk ruang *Simulacra* yang menggeser orientasi konsumsi dari nilai guna ke nilai tanda (*sign value*), diperparah oleh gratifikasi instan teknologi finansial. Perilaku ini mendegradasi etos kerja keras dan melanggar etika Sila Kelima Pancasila. Artikel ini menyimpulkan urgensi reaktualisasi nilai Keadilan Sosial sebagai benteng moral utama dan fondasi literasi finansial untuk membentuk karakter generasi yang proporsional.

Kata kunci

Generasi Z, FOMO, Pinjaman Online, Hiperrealitas, Sila Keadilan Sosial

ABSTRACT

Digital disruption has triggered the *Fear of Missing Out* (FOMO) phenomenon and Generation Z's dependency on online loans. This study aims to dissect this consumptive lifestyle through the analysis of Jean Baudrillard's *Consumer Society* theory and the perspective of the Social Justice Precept of Pancasila. Using a qualitative descriptive method, the study reveals that social media forms a *Simulacra* space that shifts consumption orientation from use value to sign value, exacerbated by the instant gratification of financial technology. This behavior degrades the ethos of hard work and violates the ethics of the Fifth Precept of Pancasila. The article concludes on the urgency of re-actualizing Social Justice values as the primary moral fortress and foundation for financial literacy to build a proportional character in the younger generation.

Keywords

Generation Z, FOMO, Online Loans, Hyperreality, Social Justice Precept

1. PENDAHULUAN

Lanskap kehidupan sosial bangsa kita tengah mengalami pergeseran fundamental akibat gelombang digitalisasi yang tak terbendung. Di garda terdepan perubahan ini berdiri Generasi Z, sebuah kelompok demografi yang tumbuh beriringan dengan internet, sehingga membentuk karakteristik unik yang melekat teknologi, multitasking, namun juga memiliki ekspektasi yang terlampau tinggi terhadap pengalaman hidup (Umi & Imam, 2025). Keterikatan yang mendalam pada gawai ini telah mengubah wajah interaksi sosial kita; pertemuan tatap muka yang hangat perlahan tergerus, digantikan oleh interaksi digital yang mengubah kualitas serta intensitas hubungan, baik di dalam keluarga maupun masyarakat luas (Rahayu & Widiensyah, 2025).

Dalam ekosistem digital tersebut, media sosial telah bertransformasi menjadi panggung kontestasi citra. Fenomena ini terlihat jelas dari perilaku pengguna Instagram yang kerap melakukan manajemen impresi (*self-presentation*) demi validasi sosial, bahkan hingga menciptakan akun kedua (*second account*) semata-mata untuk mempromosikan sisi diri yang ingin mereka tampilkan ke publik (Ferdin & Dina, 2021). Ironisnya, dengan 167 juta pengguna aktif di Indonesia, media sosial justru menjadi arena subur bagi budaya pamer atau *flexing*, di mana pencapaian materi dipamerkan untuk

mengejar pengakuan status (Pakpahan & Yoesgiantoro, 2023). Dampak psikologis dari kompetisi maya ini sangat nyata; paparan terus-menerus terhadap standar hidup orang lain telah melahirkan kecemasan, depresi, rendahnya harga diri, dan ketakutan akut akan ketinggalan tren atau yang populer disebut Fear of Missing Out (Marsal & Sabarrudin, 1854).

Kecemasan sosial atau FOMO ini tidak berhenti pada ranah psikologis, melainkan telah bermetastasis menjadi pemicu perilaku ekonomi yang irasional. Studi mutakhir menegaskan adanya korelasi positif antara FOMO dengan pembelian impulsif (*impulsive buying*) pada Generasi Z, di mana desakan untuk "ada" dan "terlihat" memaksa mereka berbelanja secara spontan tanpa pertimbangan nalar yang matang (Mahena et al., 2025). Akibatnya, hedonisme kian menjangkiti mahasiswa, sebuah gaya hidup yang sejatinya dapat dikendalikan, namun sering kali lolos dari kendali akibat deras arus tren teknologi yang menggoda (Ayu & Rofiqotul, 2023).

Persoalan kian pelik ketika hasrat konsumtif yang tinggi ini berbenturan dengan realitas kemampuan finansial yang terbatas, diperparah dengan rendahnya literasi keuangan. Ketidakmampuan membedakan kebutuhan esensial dengan keinginan sesaat, serta ketidaktauan akan risiko, telah menjerumuskan banyak pemuda ke dalam jerat pinjaman online (Poernama et al., 2025). Fasilitas dana cepat ini bak pisau bermata dua; alih-alih menjadi solusi, penagihan yang agresif dan tumpukan utang justru menjadi sumber stres berat, kecemasan, hingga depresi yang menghancurkan masa depan generasi muda (Rezky & Sulaiman, 2024).

Realitas kelam ini sejatinya menandakan terjadinya degradasi moral di era digital, yang berakar pada minimnya literasi etika dan paparan konten yang jauh dari nilai luhur bangsa (Ayushandra & Mubarak, 2025). Oleh karena itu, kita dihadapkan pada urgensi untuk melakukan reaktualisasi nilai-nilai Pancasila, khususnya Sila Keadilan Sosial, sebagai benteng pertahanan moral. Pendidikan karakter berbasis Pancasila menjadi kunci mutlak untuk membentuk profil pelajar yang tangguh, yang mampu menjadikan falsafah bangsa sebagai kompas dalam memecahkan karut-marut masalah sosial ekonomi ini (Jayanto et al., 2025). Berangkat dari kegelisahan tersebut, artikel ini bertujuan membedah fenomena FOMO dan jeratan pinjaman online melalui perspektif Sila Kelima, demi menemukan keseimbangan etis antara kemajuan zaman dan jati diri bangsa.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini disusun menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analitis. Pilihan metode ini didasarkan pada tujuan penelitian untuk memahami fenomena sosial yang kompleks, yakni perilaku ekonomi dan psikologis Generasi Z—secara mendalam, bukan sekadar mengukur data statistik semata. Fokus utama kajian adalah membedah makna di balik perilaku konsumtif dan ketergantungan pada pinjaman online yang kini menjadi realitas baru di tengah masyarakat.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*) dan penelusuran fenomena digital. Penulis menghimpun data dari berbagai sumber literatur kredibel, meliputi jurnal ilmiah nasional maupun internasional, buku teks terkait Pancasila dan sosiologi, serta artikel berita digital yang memuat fakta aktual mengenai kasus-kasus pinjaman online dan tren gaya hidup di media sosial.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan pisau bedah teori *Consumer Society* dan *Simulacra* untuk melihat pola perilaku masyarakat, lalu dikomparasikan secara kritis dengan butir-butir pengamalan Sila Kelima Pancasila. Pendekatan analisis yang digunakan bersifat multidisiplin dan integratif, di mana data

tidak hanya dilihat dari kacamata ekonomi, tetapi juga disorot melalui perspektif etika, psikologi, dan nilai kebangsaan untuk menarik kesimpulan yang holistik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Realitas Semu: Hegemoni Algoritma dan Perangkap Gratifikasi Instan

Dalam lanskap masyarakat jaringan (*network society*), perilaku konsumsi Generasi Z tidak lagi dapat dipandang sebagai aktivitas ekonomi yang otonom, melainkan sebagai respons terhadap determinisme teknologi. Berdasarkan analisis regresi, ditemukan bukti empiris bahwa intensitas penggunaan media sosial, khususnya Instagram, memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap pembentukan perilaku konsumtif pada Generasi Z ($\beta = 0.640$, $p < 0.05$). Hal ini mengindikasikan bahwa algoritma feed media sosial tidak bekerja secara netral; ia secara sistematis memicu konformitas dan memaksa individu untuk terus melakukan komparasi sosial yang melelahkan (Khrishananto & Adriansyah, 2021).

Ekosistem digital yang dipenuhi konten flexing ini kemudian melahirkan tekanan psikologis berupa ketakutan akan ketinggalan atau *Fear of Missing Out* (FOMO), dengan tingkat korelasi yang cukup kuat ($r = 0.56$). Di titik inilah terjadi pergeseran ontologis mengenai makna "kebutuhan". Konsumsi tidak lagi didasarkan pada utilitas barang, melainkan bermetamorfosis menjadi alat validasi identitas diri melalui simbol-simbol kemewahan (Ginting *et al.*, 2025). Generasi Z terjebak dalam keyakinan bahwa eksistensi mereka hanya diakui jika mereka turut serta dalam ritual konsumsi tersebut.

Ironisnya, kerentanan psikologis ini dimanfaatkan oleh kapitalisme digital melalui fitur teknologi finansial (*fintech*). Studi terbaru menyoroti bahwa mekanisme gratifikasi instan (*instant gratification*) yang ditawarkan fintech berdampak pada penumpukan fungsi *prefrontal cortex*—bagian otak yang bertanggung jawab atas nalar logis. Akibatnya, rasionalitas ekonomi lumpuh; tercatat 55% mahasiswa melaporkan terjebak dalam siklus pembelian impulsif (*impulsive buying*) yang berulang (Pratama, 2025). Fenomena ini menunjukkan bahwa teknologi yang seharusnya menjadi alat emansipasi justru berbalik menjadi instrumen yang membelenggu kesadaran kritis generasi muda.

3.2 Analisis Hiperrealitas: Ketika Tanda Mengalahkan Realitas

Jika ditinjau melalui perspektif postmodernisme Jean Baudrillard, fenomena konsumerisme digital ini menandakan bahwa masyarakat kita telah terperangkap dalam belantara Simulacra. Agresi media sosial telah menciptakan sebuah hiperrealitas, di mana batas antara yang nyata dan yang maya menjadi kabur, mendorong mentalitas "*I shop therefore I am*" (aku berbelanja maka aku ada) di tengah masyarakat massa (Yanuar *et al.*, 2025). Dalam dunia simulacra, citra di layar gawai dianggap lebih "nyata" dan otoritatif dibandingkan realitas empiris kehidupan sehari-hari.

Observasi mendalam terhadap dinamika Instagram di kalangan mahasiswa memperlihatkan bekerjanya fase-fase simulacra: mulai dari sekadar merefleksikan realitas, memutarbalikkan fakta, hingga menutupi ketiadaan realitas itu sendiri demi mengejar metrik *engagement* (Siti *et al.*, 2022). Konsekuensinya, identitas dan gaya hidup mengalami komodifikasi total. Konsumsi kini digerakkan oleh *Sign Value* (nilai tanda/gengsi) dan bukan lagi *Use Value* (nilai guna). Pergeseran inilah yang melanggengkan hegemoni kapitalisme digital, di mana layanan pinjaman online laris manis bukan untuk memenuhi kebutuhan mendesak, melainkan untuk membeli status simbolik demi pemujaan citra (Minan, 2017).

Sebagai ilustrasi konkret, fenomena seperti *Citayam Fashion Week* beberapa waktu lalu menegaskan bagaimana kreativitas media sosial dapat melahirkan kontra-produktivitas *hiperreal*. Di sana, simulacra tren busana dianggap lebih substansial

daripada realitas sosial-ekonomi para pelakunya, yang pada akhirnya justru memperkuat rantai konsumsi simbolik yang menjebak kelas menengah bawah (Noorzeha *et al.*, 2024).

3.3 Reaktualisasi Sila Keadilan Sosial sebagai Benteng Moral

Di tengah gempuran badai hiperrealitas yang mendegradasi rasionalitas tersebut, Pancasila hadir menawarkan landasan etis yang kokoh. Hasil analisis menegaskan bahwa Sila Kelima, "Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia", secara imperatif menolak penggunaan hak milik untuk pemborosan dan gaya hidup mewah yang tidak produktif. Perilaku berutang demi konsumsi simbolik sejatinya adalah bentuk pengkhianatan terhadap keadilan antargenerasi, karena ia menggadaikan masa depan demi kenikmatan sesaat (Juliana *et al.*, 2023).

Implementasi Sila Kelima menuntut revitalisasi etos hidup yang proporsional. Dalam lingkup terkecil yakni keluarga, nilai ini termanifestasi melalui semangat gotong royong dan pola hidup hemat (*frugal living*) yang berkeadilan. Hal ini bertentangan secara diametral dengan karakter layanan pinjaman online instan yang merusak mentalitas kesabaran dan etos usaha (Ervianto, 2025). Oleh karena itu, Sila Kelima harus ditempatkan kembali sebagai landasan nalar kritis (*critical reasoning*) untuk melawan budaya gratifikasi instan, serta mengembalikan kemuliaan etos kerja keras (*hard work*) sebagai jalan tunggal menuju kesejahteraan (Syahputra *et al.*, 2023).

Lebih jauh, urgensi hari ini adalah membentuk "karakter hemat digital" melalui pendidikan literasi yang berwawasan Pancasila. Langkah ini krusial untuk mencegah pinjaman online bermetamorfosis menjadi sumber konflik horizontal, seperti ujaran kebencian akibat penagihan utang, yang dapat meretak solidaritas sosial (Afsi *et al.*, 2025). Strategi pembudayaannya harus bersifat integratif; memastikan bahwa setiap kemajuan akses teknologi finansial selalu dibarengi dengan penanaman kesadaran etis Sila Kelima, sehingga masyarakat memiliki imunitas moral untuk meredam hasrat konsumsi impulsif (Ricky *et al.*, 2025).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, berikut adalah beberapa kesimpulan utama:

- a. Hegemoni Hiperrealitas Tekanan algoritma media sosial telah menjebak Generasi Z dalam dunia Simulacra, menggeser orientasi konsumsi dari pemenuhan fungsi (*Use Value*) menjadi sekadar perburuan simbol status (*Sign Value*) demi validasi identitas yang semu.
- b. Jebakan Gratifikasi Instan Fasilitas pinjaman online memperparah krisis ini dengan menawarkan kepuasan sesaat (*instant gratification*), yang secara sistematis mematikan nalar kritis dan menggantikan etos kesabaran dengan mentalitas jalan pintas yang merusak.
- c. Negasi Nilai Keadilan Sosial Budaya konsumtif berbasis utang merupakan pengingkaran nyata terhadap Sila Kelima Pancasila, karena menabrak etika hidup sederhana dan mencederai nilai kerja keras (*hard work*) sebagai fondasi kesejahteraan bersama.
- d. Pancasila sebagai Benteng Etis Penyelesaian fenomena ini menuntut reaktualisasi Sila Keadilan Sosial sebagai kontrol moral utama, guna mengembalikan kesadaran generasi muda untuk hidup proporsional dan tidak larut dalam arus materialisme digital.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Afsi, N., Nurfadillah, F., Nafisah, H., Lazuardy, M., & Bogor, U. P. (2025). Implementasi Pancasila di Era Digital : Tantangan dan Peluang Generasi. *Mutiara: Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*.
- Ayu, N., & Rofiqotul, A. (2023). ANALISIS PERILAKU HEDONISME TERHADAP GAYA KONSUMTIF MAHASISWA. *TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 09(1), 153–167.
- Ayushandra, A. D., & Mubarak, N. S. K. (2025). Kejahatan Moralitas Dalam Digitalisasi: Studi Kasus Grup Facebook “Fantasi Sedarah.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(2021), 72–80.
- Ervianto, M. K. (2025). Implementasi nilai keadilan sosial dalam sila kelima pancasila sebagai dasar pemenuhan hak asasi manusia di indonesia. *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ)*, 3, 20–24.
- Ginting, L. R., Alfarizi, F., Sri, G., Sitorus, R., Situmeang, E. V., & Putri, S. D. (2025). Psikologi Digital : Dinamika Generasi Z dalam Era Media Sosial Universitas Prima Indonesia , Indonesia. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 132–141.
- Jayanto, I., Nurnoviyati, I., Mere, K., & Merdeka, K. (2025). Pengaruh penguatan profil pelajar pancasila terhadap karakter siswa dalam kurikulum merdeka. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 8, 4957–4962.
- Juliana, B., Putri, E. R., & Karunia, N. (2023). Implementasi Sila Ke-5 Pancasila Bagi Kesejahteraan Masyarakat. 2(4), 290–298.
- Khrishananto, R., & Adriansyah, M. A. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z. *Psikoborneo Jurnal Imiah Psikologi*, 9(2), 323–336. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo>
- Mahena, A., Sofiah, D., & Arifiana, I. Y. (2025). The Relationship of Positive Emotions and Fear of Missing Out with Impulsive Buying Tendency in Gen Z. *MUDIMA*, 5(2), 80–87.
- Marsal, Y. M. H., & Sabarrudin. (1854). DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP KESEHATAN MENTAL REMAJA: ANALISIS TEMUAN TERBARU TENTANG KECEMASAN, DEPRESI, DAN FOMO. *YASIN*, 5, 5722–5737.
- Noorzeha, F., Sutono, A., Abraham, J., & Suryosumunar, Z. (2024). SYMBOLIC CULTURAL VALUE : CREATIVITY AND COUNTERPRODUCTIVITY IN CITAYAM FASHION WEEK 2022 IN. *Paradigma: Jurnal Kajian Budaya Volume*, 14(3).
- Pakpahan, R., & Yoesgiantoro, D. (2023). ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF FLEXING IN SOCIAL MEDIA ON COMMUNITY LIFE. *JISICOM (Journal of Information System, Informatics and Computing)*, 7(1), 173–178. <https://doi.org/10.52362/jisicom.v7i1.1093>
- Poernama, S. A., Achdiani, Y., & Nur, M. A. A. (2025). Pinjaman Online , Konsumerisme , dan Krisis Finansial Generasi Z. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 4(8), 977–985.
- Pratama, R. C. (2025). KESEJAHTERAAN PSIKOLOGIS GEN Z : EVALUASI HUBUNGAN MEDIA SOSIAL , SELF-IMAGE DAN RESILIENSI. *JURNAL KESEHATAN TAMBUSAI*, 6, 9489–9497.
- Rahayu, Q. M., & Widiensyah, S. (2025). Pergeseran Interaksi Sosial dalam Keluarga di Era Digital pada Mahasiswa Pendidikan Sosiologi. *Maharsi: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Sosiologi*, 07(01), 39–48.
- Rezky, D., & Sulaiman, A. (2024). Studi Literatur : Risiko Psikologis Penggunaan Fintech Lending pada Mahasiswa. *Jurnal MediaTIK: Jurnal Media Pendidikan Teknik Informatika Dan Komputer*, 7(2), 197–201.

- Ricky, F., Saifuddin, H., & Almuntarizi. (2025). PANCASILA : Jurnal KeindonesiaDigital Ethics and Pancasila: Synergy for Student Transformation through Digital Technology Innovation Projects. *PANCASILA : Jurnal Keindonesiaan*, 05(1).
- Siti, N. H., Jamilah, S., & Suhardi. (2022). Hiperrealitas Simulakra Pengguna Instagram pada Mahasiswa Simulakra Hyperreality Of Instagram Users on Collage Student. *JOURMICS*, 1, 12–38.
- Syahputra, A., Fadhillah, M. M., Prasetya, G., & Pradana, A. (2023). *Penerapan Pancasila Di Dalam Era Digital nilai-nilai Pancasila sebagai panduan dalam menggunakan dan mengembangkan*. 816–827.
- Umi, H. R., & Imam, F. (2025). PERAN PENDIDIKAN ISLAM KONTEKSTUAL DALAM MENDUKUNG KESEHATAN MENTAL REMAJA GENERASI-Z. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10.
- Yanuar, F., Marta, R. F., Widaningsih, T., & Oktavianti, R. (2025). Baudrillard ' s postmodernist perspective on aggression and violence expression in online media comment columns. *Bricolage ; Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 11(2), 359–370.