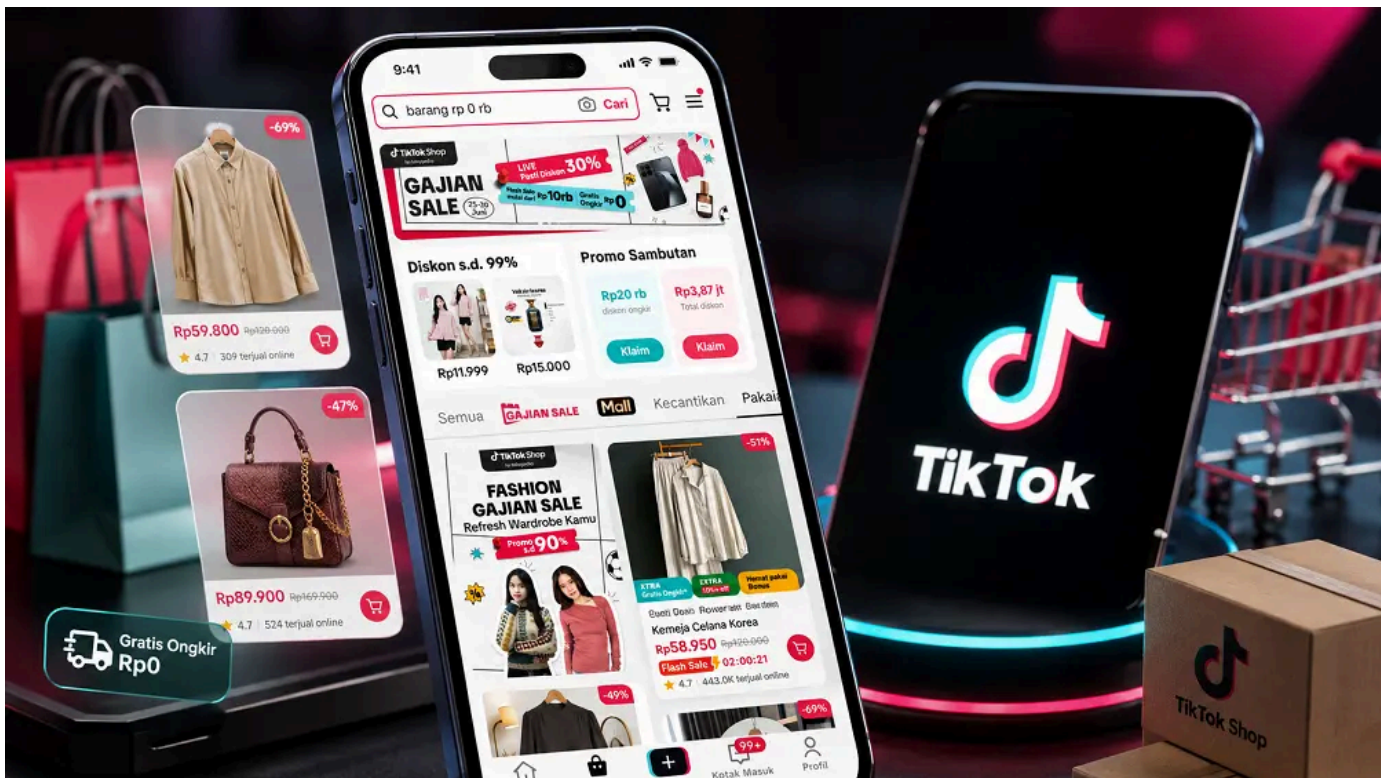


JurnalPost.com

Pengalaman Generasi Z dalam Mengikuti Tren Fashion: Studi Kualitatif tentang Fear of Missing Out (FOMO)

Tim Editor: Redaksi · Tanggal: 27 Juni 2026



Oleh:

1. Bunga Erly Audini
2. Sabrina Azzahrah
3. Revi Datul Jannah
4. Alvin Eryandra

Mahasiswa Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

Jakarta, JurnalPost.com – Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA (UHAMKA) melakukan penelitian mengenai pengalaman Generasi Z dalam mengikuti tren fashion serta bagaimana *Fear of Missing Out* (FOMO) memengaruhi perilaku mereka di era digital. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin pesatnya perkembangan media sosial yang

menjadikan tren fashion lebih mudah diakses, diikuti, dan memengaruhi cara Generasi Z mengekspresikan diri maupun mengambil keputusan dalam berbelanja.

Penelitian ini melibatkan enam partisipan Generasi Z berusia 18–26 tahun yang aktif menggunakan media sosial dan memiliki pengalaman mengikuti tren fashion. Melalui wawancara mendalam, penelitian ini berupaya memahami bagaimana Generasi Z memaknai tren fashion, peran media sosial dalam membentuk preferensi mereka, serta sejauh mana FOMO memengaruhi keputusan untuk mengikuti tren yang sedang berkembang.

Hasil penelitian mengidentifikasi lima tema utama, yaitu fashion sebagai sarana ekspresi diri dan identitas personal, paparan tren fashion digital, pengaruh lingkungan sosial, pertimbangan dalam mengikuti tren, serta FOMO dalam tren fashion. TikTok dan Instagram menjadi platform yang paling banyak dimanfaatkan partisipan untuk memperoleh inspirasi fashion, sementara teman sebaya dan influencer turut memengaruhi ketertarikan mereka terhadap tren yang sedang berkembang.

Meski sering terpapar berbagai tren di media sosial, keenam partisipan menunjukkan bahwa mereka tidak serta-merta mengikuti semua tren yang muncul. Sebagian besar mengaku tetap mempertimbangkan kesesuaian tren dengan gaya berpakaian, kenyamanan, kebutuhan, dan kondisi finansial sebelum memutuskan membeli suatu produk fashion. Salah satu partisipan mengatakan, *“Saya biasanya lihat dulu apakah tren tersebut cocok sama gaya berpakaian saya dan nyaman digunakan atau nggak.”* Partisipan lainnya juga mengungkapkan, *“Untuk sekarang lebih ke kebutuhan sih, karena menurut saya di perkembangan teknologi yang maju ini, trend itu udah sangat cepet banget gantinya.”*

Penelitian ini juga menemukan bahwa pengalaman FOMO pada partisipan lebih banyak muncul dalam bentuk rasa penasaran terhadap produk atau gaya berpakaian yang sedang populer dibandingkan rasa takut tertinggal. Salah satu partisipan menyampaikan, *“Kalau sampai takut ketinggalan mungkin sih nggak terlalu. Cuma saya pernah merasa penasaran ketika ngeliat banyak orang memakai produk atau gaya fashion tertentu.”* Temuan tersebut menunjukkan bahwa paparan tren di media sosial tidak selalu berujung pada perilaku konsumtif karena para partisipan masih memiliki kontrol diri dalam menentukan keputusan pembelian.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman Generasi Z dalam mengikuti tren fashion dipengaruhi oleh kombinasi paparan media sosial, lingkungan sosial, serta pertimbangan pribadi. Fashion tidak hanya dimaknai sebagai upaya mengikuti tren, tetapi juga sebagai sarana mengekspresikan identitas diri. Temuan ini memperlihatkan bahwa FOMO

pada Generasi Z tidak selalu identik dengan perilaku belanja impulsif, melainkan dapat hadir sebagai dorongan untuk tetap mengetahui perkembangan tren tanpa harus selalu mengikuti atau membeli produk yang sedang populer.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Penelitian hanya melibatkan enam partisipan, sehingga belum dapat menggambarkan pengalaman seluruh Generasi Z di Indonesia. Selain itu, jangkauan partisipan masih terbatas sehingga belum mewakili keberagaman latar belakang sosial maupun wilayah. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat melibatkan lebih banyak partisipan dengan karakteristik yang lebih beragam agar menghasilkan gambaran yang lebih komprehensif.

Meski demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami dinamika pengalaman Generasi Z dalam mengikuti tren fashion, khususnya di era digital, ketika media sosial menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi. Temuan ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya maupun pihak-pihak yang ingin memahami dinamika perilaku belanja daring masyarakat Indonesia, terutama yang berkaitan dengan fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dan tren fashion di kalangan Generasi Z.

Jadikan JurnalPost sumber pilihan di Google

Bantu JurnalPost lebih mudah muncul sebagai sumber pilihan Anda di Google Search.

★ **Jadikan JurnalPost Sumber Pilihan di Google**

<https://www.google.com/preferences/source?q=https%3A%2F%2Fjurnalpost.com%2F>

Sumber artikel: <https://jurnalpost.com/read/pengalaman-generasi-z-dalam-mengikuti-tren-fashion-studi-kualitatif-tentang-fear-of-missing-out-fomo/26575/>

Dicetak dari JurnalPost.com pada 06 August 2026 15:22.