

RONA TINTA

EDISI 2025



FAKULTI PENGURUSAN & PERNIAGAAN
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA
CAWANGAN NEGERI SEMBILAN
KAMPUS REMBAU



ANTARA FOMO ATAU JOMO: YANG MANA PILIHAN HATI?

Noor Azillah Mohamad Ali, Shahrul Amri Ab Wahab & Sutina Junos

Hidup adalah pilihan. Terpulang pada kita untuk memilih kerana kesannya kita bertanggungjawab atas diri kita sendiri. Tidak salah untuk memilih atau menolak salahsatu kerana tiada peraturan khusus dalam membuat pilihan. Seperti dalam memilih calon suami atau isteri, kita berhak memilih siapa yang hendak kita kahwini sebab kita yang memilih atas alasan yang kita sendiri ketahui. Bila kita bercakap tentang FOMO (Fear of Missing Out) dan JOMO (Joy of Missing Out) istilah ini sering kita dengar sekarang di dalam era media sosial dan dunia digital yang sentiasa pantas. Kedua-dua istilah ini adalah berkisar tentang sikap manusia terhadap peluang, maklumat serta gaya hidup yang berkait rapat dengan teknologi dan interaksi sosial.

Mengupas maksud FOMO itu sendiri menggambarkan perasaan takut tertinggal daripada sesuatu, samaada berita, peluang, ataupun pengalaman yang orang sedang lalui. Manakala JOMO pula adalah keadaan perasaan bahagia atau satu kepuasan tidak menyertai sesuatu perkara itu. FOMO itu sendiri adalah satu fenomena psikologi yang semakin menonjol akibat pengaruh media sosial. Di mana seseorang FOMO itu akan gelisah ataupun bimbang kerana mereka merasakan mereka ketinggalan berbanding orang lain.

Sebagai contohnya, jika ada rakan-rakan yang bercerita tentang pengalaman melancong ataupun menghadiri satu majlis perkahwinan eksklusif, maka individu FOMO akan berasa rendah diri atau menyesal kerana tidak terlibat. Kenapa seseorang individu itu FOMO kerana ledakan media sosial yang sentiasa memaparkan kejayaan, gaya hidup mewah atau tren semasa.

Disebabkan individu merasakan ia perlu kekal relevan dalam perbualan mahupun aktiviti. Insan FOMO ini akan merasa kurang berkeyakinan sehingga mendorong individu tersebut suka membandingkan diri dengan orang lain.

FOMO itu sendiri boleh memberikan kesan positif atau negatif. Di mana dari sudut positifnya ia memberi dorongan kepada individu lebih berusaha, menjadi peka kepada setiap perubahan dan akan lebih proaktif dalam setiap peluang yang mendatang. Contohnya jika ada seorang usahawan yang merasakan ia tertinggal dari pesaing-pesaing, maka dia berusaha untuk melakukan perubahan dengan pemasaran digital sehingga mampu meningkatkan jualan syarikat. Namun, kesan negatifnya jauh lebih besar jika tidak dikawal seperti individu FOMO akan menghadapi tekanan emosi, perbelanjaan berlebihan serta mempunyai gaya hidup tidak sihat kerana sentiasa ingin menyaingi orang lain. Satu contoh yang negatif bagi FOMO, di mana rasa ingin memiliki barang berjenama sehingga sanggup menggunakan kad kredit sehingga maksimum demi untuk menunjukkan gaya sahaja.

JOMO (Joy of Missing Out) adalah satu pendekatan yang lebih bahagia dan tenang. Dengan maksud JOMO itu sendiri tentang rasa gembira yang maksimum kerana tidak menyertai sesuatu itu, sebaliknya menghargai setiap detik masa yang ada untuk diri sendiri. Individu dengan JOMO ini lebih memilih untuk tidak terikut-ikut dengan desakan sosial, sebaliknya fokus pada perkara yang memberikan ketenangan jiwa. Bagi individu JOMO ini datang daripada kesedaran diri dan fokus kepada perkara yang dapat memberikan ketenangan jiwa. Individu yang mengamalkan JOMO ini biasanya lebih menekankan keseimbangan hidup, kesihatan mental dan kebahagiaan jiwa daripada sekadar mengejar pengiktirafan luaran.

Kesan JOMO juga pelbagai samada positif dan negatif. Dari sudut positifnya, contohnya seorang pekerja di sebuah organisasi enggan untuk menghadiri sosial anjuran syarikat selepas waktu bekerja kerana dia lebih suka untuk menikmati masa kualiti dengan anak-anak lebih menggembirakan hatinya. Contoh bagi JOMO negatif pula di mana seorang graduan tidak mahu mengikuti seminar kerjaya seperti yang diwar-warkan oleh rakan-rakan tetapi dia enggan untuk menyertai kerana ingin berehat dengan duduk di rumah sahaja. Dia melepaskan peluang untuk berjumpa dengan bakal-bakal majikan.

Di Malaysia, fenomena FOMO lebih menyerlah berbanding dengan JOMO di kalangan generasi muda terutamanya kepada Generasi Z dan milenial. Mereka banyak terdedah dengan media sosial tentang gaya hidup selebriti atau pempengaruh memberi keadaan FOMO seseorang itu. Golongan FOMO ini sentiasa ingin sesuatu yang dalam terkini dalam pasaran tak kira makanan, pakaian atau hiburan. Platform e-dagang kini menawarkan pelbagai jenis barangan dengan tawaran yang menarik seperti Jualan 11.11 dimana banyak diskaun diberikan kepada semua pengguna. Golongan FOMO ini akan sakan berbelanja kerana gusar terlepas peluang untuk menikmati diskaun yang

ditawarkan. Berkemungkinan kini, ada golongan JOMO yang menghargai ketenangan hidup dan lebih fokus pada perkara yang bermakna sahaja.

Persoalannya antara FOMO dan JOMO mana yang jadi pilihan. FOMO atau JOMO ada peranan khusus dalam kehidupan masing-masing. Dari arah perspektif mana penerimaan FOMO atau JOMO adalah terpulang pada individu untuk mengadaptasikan berdasarkan keadaan ketika itu. Jika kita hanya FOMO sahaja berkemungkinan ia membantu diri kita keluar daripada zon selesa tetapi jika kita JOMO, kerisauan akan timbul apabila kita terlalu selesa sehingga melepaskan banyak peluang yang menarik. Kita perlu seimbangkan FOMO dan JOMO dalam kehidupan agak dapat menikmati kehidupan tenang dan bermakna. Oleh kerana itu, kedua-dua mampu menjadi satu pemangkin dalam kehidupan sekarang yang mana sentiasa ada perubahan di era teknologi ini. Perlu diingati bahawa pilihan FOMO atau JOMO yang digunakan perlulah tepat pada waktunya. Kita boleh sesekali FOMO dalam mencari peluang dan sesekali boleh jadi JOMO dalam menghargai nikmat kehidupan dengan lebih berobjektif. Kebijaksanaan untuk memilih di letak pada diri kita sendiri. Tepuk dada tanya selera!