

APB Rembau e-Bulletin

e-ISSN: 2682-776X

Edition: 14/2024

EDITORIAL BOARD

PATRON

Prof. Dr. Yamin Yasin

COORDINATOR

Prof. Madya Dr Norwati Hj Roslim

CHIEF EDITOR

Assoc. Prof. Dr. Soo Kum Yoke, Carolyn

EDITORIAL COMMITTEE

Khairon Nisa Shafeei

Shahrul Muhazad Shahrudin

Nadiah Yahyauddin

IN THIS ISSUE:

- * Fun With Language
- * Written Articles
- * APB Rembau Activities
(March to October 2024)

GENERASI FOMO Dan YOLO

Ditulis oleh: Noor Azillah Mohamad Ali
dan Shahrul Amri Ab Wahab

Laporan dari Jabatan Insolvensi Malaysia sehingga Mac 2024 seramai 206,066 jumlah kes kebangkrapan yang ditadbir. Dalam masa yang sama, statistik kes kebangkrapan dari tahun 2020 hingga bulan Mac 2024 telah dilaporkan seramai 15,028 orang bersamaan 55.85% berumur di bawah 44 tahun didapati memperolehi status bankrap (Malaysia, 2024). Apakah kaitan dengan generasi yang mengagungkan FOMO dan YOLO ini. Apakah yang dimaksudkan dengan FOMO dan YOLO ini. FOMO bermaksud "Fear of Missing Out" dan YOLO pula bermaksud "You Only Live Once". Apa kaitannya FOMO dan YOLO dengan statistik kebangkrapan?

Banyak kupasan di lakukan oleh beberapa pihak tentang mentaliti FOMO dan YOLO ini yang mana akhirnya menjerat belia di Malaysia sehingga terjebak dengan perbelanjaan yang rakus sehingga diri dilabel bankrap. Fenomena FOMO dan YOLO ini adalah satu masalah besar dalam kehidupan generasi muda di Malaysia. FOMO itu sendiri akan memberikan tekanan kepada belia yang mana tiada langsung hirau tentang kepincangan dalam pengurusan kewangan. Keinginan untuk memilik sesuatu itu adalah satu pencapaian besar dalam kehidupan. Mengikut tren mahupun

pengaruh media social juga antara penyumbang kepada fenomena FOMO dan YOLO ini berlaku. FOMO itu sendiri telah mempengaruhi seseorang itu merasa terasing kerana tidak memiliki apa yang kini dalam trennya. Disebabkan desakan ini ramai yang terjerat untuk memiliki kad kredit mahupun mengambil pembiayaan peribadi bagi memenuhi apa yang mereka hajati. Berdasarkan statistik dari Jabatan Insolvensi Malaysia, peratusan yang diklasifikasi sebagai bankrap apabila membuat pembiayaan peribadi yang paling tinggi dan diikuti oleh penggunaan kad kredit. Menurut Agensi Kaunseling dan Pengurusan Kredit(AKPK) ramai belia yang terjerat fenomena FOMO dan YOLO sehingga sanggup membuat pinjaman peribadi dalam jumlah yang besar sehingga tidak mampu membayar ansuran bulanan. Bak kata pepatah, sudah terhantuk baru terngadah. Golongan ini telah dimomokkan dengan keadaan yang bisa membuat mereka resah selagi tidak memiliki sesuatu mengikuti peredaran gaya hidup mahupun fesyen ketika itu.

Berdasarkan beberapa kajian mengenai konsep FOMO ini, antara kesan yang akan memberikan perubahan kepada individu adalah berkaitan dengan kesihatan mental, pretasi akademik dan juga dalam proses pembuatan keputusan. Kajian oleh (Labibah Azzahra et al., 2024) tentang kesan daripada mempunyai sikap FOMO ini akan membuat individu merasakan serba serbi kurang dan suka

membandingkan kehidupan mereka dengan kehidupan orang lain. FOMO ini juga boleh dikaitkan dengan kesihatan mental dan dalam masa sama jika seseorang itu ada sikap FOMO ini kemungkinan besar prestasi akademik juga terkesan kerana sukar untuk fokus dan juga suka bertangguh dalam menjalankan tugas (Labibah Azzahra et al., 2024).

YOLO juga memberikan kesan kepada generasi muda di mana ia akan sentiasa membuat keputusan secara impulsif dan mempunyai masalah bertanggungjawab dalam isu-isu kewangan (Zandy, 2023). Kesan psikologi juga dapat dilihat kepada individu yang mempunyai mentaliti YOLO ini, di mana mereka merasakan kehidupan adalah sekali sahaja dan perlu rebut segala peluang dan perlu menikmati semaksimum yang boleh.

Bagaimanakah cara yang terbaik untuk mengelakkan diri daripada mempunyai psikologikal fenomena FOMO dan mempunyai pemikiran impulsif YOLO. Setiap individu itu perlulah mengadaptasikan beberapa strategi yang berpandukan pembentukan emosi, kawalan sendiri dan detoksifikasi digital (Martin, 2022; Pretty, 2024). Menjadikan FOMO itu sebagai satu pendorong untuk satu pengalaman yang positif lebih daripada satu kebimbangan agar dapat memberikan tumpuan kepada pertumbuhan peribadi (Martin, 2022). Selain daripada itu amalan detoks digital

boleh membantu dalam mengurangkan pengaruh dari media social. Ini adalah penting dalam memastikan hilangnya perasaan FOMO (Pretty, 2024). Strategi yang dicadangkan sememangnya boleh mengurangkan rasa FOMO di kalangan individu agar mereka tidak mudah terdedah dengan gelagat yang ingin memiliki semua perkara walaupun pada dasarnya ia tidak memerlukannya. Perasaan tamak haloba untuk memiliki atau merasai sesuatu itu perlulah disingkir bagi menjamin tiada pembaziran dan boleh mengurangkan sikap boros dalam pembelian.

Fenomena FOMO dan YOLO ini perlu dikikis dalam minda generasi muda memastikan generasi kerana ianya hanya memberi impak negatif terhadap kedudukan kewangan dan hidup akan dibelenggu hutang. Oleh kerana itu generasi muda kini perlulah hidup mengikut kemampuan dan bukannya hidup berpandukan nafsu. Jika masih adanya sikap FOMO dan YOLO dalam kamus hidup dan minda generasi kini, kerana kita khuatir impak negative sikap itu akan menyumbang kepada data statistik kebangkrapan generasi muda di Malaysia. Kena terapkan perpatah “ukur baju di badan sendiri” untuk semua lapisan masyarakat terutamanya generasi muda dalam menyelusuri kehidupan yang semakin mencabar ini.

Rujukan

Labibah Azzahra, N. N., Marizki Putri ,
Aldi Juliaska, Sukma Erni, , , , ,
(2024). Trend FOMO Mahasiswa UIN
Suska Riau. *Journal of Creative Student
Research*. doi:10.55606/jcsr-
politama.v2i4.3999

Malaysia, J. I. (2024). Statistik
Kebankrapan 2024. Retrieved from
[https://www.mdi.gov.my/index.php/ms/per
undangan/statistik/75-kebankrapan/2401-
statistik-kebankrapan-2024](https://www.mdi.gov.my/index.php/ms/perundangan/statistik/75-kebankrapan/2401-statistik-kebankrapan-2024)

Martin, J. (2022). Three Emotional Design
Strategies to Deal with FOMO. *With
Design: Reinventing Design Modes*.
doi:10.1007/978-981-19-4472-7_55

Pretty, B., Jaskiran, Kaur., Sayeed, Zafar.
(2024). Advances in marketing, customer
relationship management, and e-services
book series. *Journey From FOMO to
JOMO by Digital Detoxification*.

Zandy, P., Zain., Syahrial, Maulana.,
Agatha, Agatha., Rusandry, Rusandry.,
Hijrasil, Hijrasil., Putri, Ekawati, Darma.,
Mahardika, Caturputriwana, Malik.,
Agatha, Agatha., Mahardika,
Caturputriwana, Malik., Abi, Suar., Sheila,
Kusumaningrum. . (2023). Literasi
Keuangan dan Pengelolaan Keuangan Di
Sma Islam Ternate. *Jurnal Pengabdian
Khairun*. doi:10.33387/jepk.v2i2.7099