

Analisis wacana teks redaksi portal berita online dalam mengonstruksi fenomena fomo dan kecemasan sosial gen z

Intan Nur Aini

Program Studi Kimia, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: : 250603110002.student.uin-malang.ac.id

Kata Kunci:

Analisis Wacana Kritis; Fear of Missing Out (FoMO); Generasi Z; Kesehatan Mental Komodifikasi Media; Portal Berita Online

Keywords:

Critical Discourse Analysis; Fear of Missing Out (FoMO); Generation Z; Mental Health; Media Commodification; Online News Portals.

ABSTRAK

Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) dan krisis kesehatan mental di kalangan Generasi Z kerap dieksploitasi oleh media digital sebagai komoditas ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk membongkar ambivalensi portal berita online di Indonesia dalam merepresentasikan FoMO dan kesehatan mental Gen Z melalui lensa Analisis Wacana Kritis (AWK) Teun A. van Dijk yang mencakup dimensi struktur teks (makro mikro), kognisi sosial jurnalis, dan konteks sosiokultural. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis wacana kritis terhadap teks berita terkait FoMO dan kesehatan mental Gen Z pada portal berita online di Indonesia periode 2025–2026, yang dikontekstualisasikan

dengan data empiris sosiopsikologis nasional. Hasil penelitian menunjukkan adanya standarisasi jurnalisme ganda pada struktur teks: di satu sisi media membingkai FoMO sebagai patologi medis yang menakutkan melalui diksi hiperbolis, namun di sisi lain meromantisasi dan mengglorifikasinya sebagai tren gaya hidup kontemporer demi mendulang klik (clickbait). Pada tataran kognisi sosial, terjadi disonansi kognitif di mana jurnalis secara individual memahami kerentanan psikologis Gen Z, namun terpaksa melakukan kompromi ideologis akibat tekanan ekonomi-politik ruang redaksi dan regulasi pasar kapitalisme digital. Pada dimensi sosiokultural, komodifikasi wacana ini bertindak sebagai agen pengondisian sosial (social conditioning) yang destruktif. Alih-alih menyediakan ruang aman (safe space), teks media justru memvalidasi perilaku neurotis digital, memperparah stigma, dan mengescalasi spiral kecemasan sosial di dunia nyata (seperti mood swings, gangguan tidur, dan depresi interpersonal) pada generasi muda. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media online di Indonesia secara halus mendikte opini publik dan melanggengkan patologi sosial demi mengamankan trafik digital

ABSTRACT

The phenomenon of Fear of Missing Out (FoMO) and the mental health crisis among Generation Z are frequently exploited by digital media as economic commodities. This study aims to dismantle the ambivalence of Indonesian online news portals in representing FoMO and Gen Z's mental health through the lens of Teun A. van Dijk's Critical Discourse Analysis (CDA), which encompasses text structure (macromicro), journalists' social cognition, and sociocultural context. The research method is descriptive qualitative, employing a critical discourse analysis approach on news texts related to FoMO and Gen Z mental health across Indonesian online news portals during the 2025–2026 period, contextualized with national sociopsychological empirical data. The results indicate a double standard in journalism within the text structure: on one hand, the media frames FoMO as a frightening medical pathology using hyperbolic diction, yet on the other hand, romanticizes and glorifies it as a contemporary lifestyle trend to drive clickbait. At the social cognition level, journalists experience cognitive dissonance; while they individually understand Gen Z's psychological vulnerabilities, they are forced into ideological compromises due to the political-economic pressures of the newsroom and digital capitalism market regulations. In the sociocultural dimension, this commodification of discourse acts as a destructive agent of social



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pendahuluan

Generasi Z tumbuh dan berkembang dalam ekosistem digital yang meleburkan batas antara dunia nyata dan representasi virtual. Sebagai digital natives, keseharian mereka tidak sekadar bersentuhan dengan teknologi, melainkan berkelindan penuh di dalam platform media sosial yang mengonstruksi cara mereka memandang diri dan realitas. Dari perspektif ontologis dan epistemologis, media sosial telah menggeser esensi kebahagiaan dan kepuasan hidup menjadi sebuah konstruksi digital yang sangat bergantung pada validasi eksternal (Haq et al., 2026). Fenomena ini memicu kondisi hiperrealitas digital, di mana simulacra atau citraan buatan di layar kaca dianggap lebih nyata daripada realitas objektif itu sendiri. Akibatnya, psike Gen Z terus-menerus terpapar oleh distorsi informasi dan gaya hidup ideal artifisial yang ditampilkan oleh pengguna lain. Kondisi psikologis yang rapuh akibat paparan layar tanpa henti ini secara masif meningkatkan intensitas konsumsi media mereka, yang pada akhirnya memicu kerentanan mental yang akut pada kelompok usia produktif ini.

Dampak nyata dari hiperrealitas ini adalah ledakan fenomena Fear of Missing Out (FoMO) dan kecemasan sosial di kalangan Gen Z. Riset empiris terbaru menunjukkan bahwa mayoritas Gen Z memiliki tingkat penggunaan media sosial yang sangat tinggi (mencapai 62,9%), yang berkorelasi linear secara signifikan terhadap peningkatan kecemasan sosial. Kecemasan ini lahir dari tekanan sosial, kebiasaan membandingkan diri secara konstan, serta fenomena doomscrolling dan social media fatigue yang melelahkan fungsi kognitif mereka (Laksono, 2025). Namun, alih-alih direspons sebagai krisis kesehatan mental yang murni, industri media online di Indonesia melihat celah ini sebagai peluang ekonomi baru melalui praktik komodifikasi ekonomi politik media. Isu psikologis, kecemasan, ketakutan akan ketinggalan informasi, hingga tren viral komparatif (seperti perilaku impulsif demi validasi sosial) sengaja dikemas menjadi komoditas berita yang laku dijual. Portal berita online memanfaatkan algoritma clickbait dan sensasionalisme teks untuk mengeksploitasi rasa cemas pembaca demi mendulang trafik, pageviews, dan keuntungan iklan penayangan (AdSense).

Dalam memetakan eksploitasi isu psikologis ini, lanskap redaksi portal berita online di Indonesia menunjukkan pola kebijakan redaksional yang pragmatis namun ideologis. Portal berita arus utama seperti Detik.com dan Kompas.com, hingga media alternatif berbasis jurnalisme naratif-kritis seperti Tirto.id, memiliki karakteristik berbeda dalam membingkai (*framing*) isu FoMO dan kecemasan sosial Gen Z. Detik.com, misalnya, kerap mengutamakan kecepatan (*speed journalism*) dan kuantitas produksi teks yang mengeksploitasi aspek emosional pembaca secara instan. Di sisi lain, Kompas.com dan Tirto.id mencoba menyajikan kedalaman analitis, namun tetap tidak bisnis. Kebijakan redaksional ini tercermin dari pilihan diksi, struktur judul, dan penataan narasi (struktur makro dan mikro teks) yang secara sadar mengarahkan cara pandang masyarakat. Media tidak lagi sekadar melaporkan realitas sosial, melainkan ikut aktif memproduksi atau bahkan melanggengkan kecemasan tersebut demi mengamankan sirkulasi atensi publik. luput dari tarikan logika pasar yang menuntut isu-isu "kontemporer populer" demi menjaga relevansi.

Meskipun kajian mengenai dampak media sosial telah banyak dilakukan, sebagian besar riset terdahulu masih terjebak pada pendekatan positivistik yang menguji dampak psikologis personal atau perilaku konsumtif Gen Z secara individual. Studi-studi tersebut umumnya menempatkan audiensi sebagai objek pasif yang menderita FoMO akibat kelalaian kontrol diri atau interaksi antarsejawat (Halimiyah, 2025). Di sinilah letak kebaruan (novelty) dari penelitian ini. Penelitian ini sengaja menggeser fokus analisis dari wilayah psikologi personal-audiensi menuju ke wilayah struktur teks redaksi dan ekonomi politik media. Peneliti memfokuskan investigasi pada bagaimana portal berita online secara struktural memproduksi, mengemas, dan mengomodifikasi isu kecemasan sosial tersebut dalam bentuk teks berita melalui Analisis Wacana Kritis (AWK). Urgensi penelitian ini terletak pada pembongkaran bias ideologi pasar di balik produksi berita kontemporer di Indonesia, sehingga memberikan kontribusi teoretis baru yang menjembatani ilmu komunikasi, sosiologi media, dan kajian psikologi siber (cyberpsychology) di era pascakebenaran (post-truth).

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk membongkar dan memetakan bagaimana redaksi portal berita online menggunakan perangkat kebahasaan dalam mengonstruksi fenomena Fear of Missing Out (FOMO) dan kecemasan sosial pada generasi Z. Secara lebih spesifik, artikel ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi wacana yang digunakan media untuk membingkai (framing) realitas psikologis Gen Z, serta mengeksplorasi ideologi atau kepentingan tertentu yang tersembunyi di balik pemilihan diksi, struktur teks, dan narasi yang diproduksi oleh redaksi. Melalui analisis ini, penelitian diharapkan dapat mengungkap apakah media massa online berperan sebagai penyedia edukasi yang objektif atau justru ikut melanggengkan stigma, kepanikan moral, dan komodifikasi atas kerentanan mental yang dialami oleh generasi muda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif dengan metode Analisis Wacana Kritis (AWK) model Norman Fairclough, yang mengintegrasikan analisis teks dengan konteks sosial-budaya. Data penelitian berupa korpus teks yang bersumber dari artikel-artikel berita terkait FOMO dan kecemasan sosial Gen Z pada portal berita online terpilih, yang dikumpulkan melalui teknik dokumentasi dan purposive sampling selama periode waktu tertentu.

Pembahasan

Analisis terhadap struktur teks redaksi portal berita online di Indonesia memperlihatkan adanya ambivalensi yang kentara dalam merepresentasikan Fear of Missing Out (FoMO) di kalangan Generasi Z. Redaksi media tidak sekadar melaporkan melainkan mengonstruksi realitas tersebut melalui skema judul (headline), pilihan kata (diksi), dan metafora yang sangat terukur. Di satu sisi, media kerap membingkai FoMO sebagai patologi psikologis atau penyakit mental yang menakutkan bagi pembaca. Judul-judul berita sering kali menggunakan diksi bermuatan kecemasan tinggi seperti "ancaman nyata," "depresi akut," atau "bahaya laten" untuk menciptakan sensasionalisme kognitif.

Namun, di sisi lain, demi tuntutan klik dan atensi publik, redaksi juga melakukan tindakan kontradiktif dengan meromantisasi kecemasan tersebut menjadi sebuah tren gaya hidup kontemporer yang lumrah, atau bahkan "wajib" diikuti agar tetap dinilai

relevan (up-to-date). Pola diskursif ini selaras dengan temuan sosiologis terbaru yang melihat bagaimana budaya populer digital seperti tren konsumsi barang viral sengaja diglorifikasi oleh teks media. Akibatnya, alih-alih mengedukasi, struktur teks redaksi justru menjebak pembaca Gen Z dalam bias kognitif: mengutuk FoMO secara medis, namun sekaligus merayakannya sebagai simbol status sosial digital (Halimiyah, 2025). Secara lebih mikro, strategi teks ini dijalankan redaksi melalui pemanfaatan metafora yang mengeksploitasi sensitivitas psikologis pembaca Gen Z. Fenomena psikologis seperti social media fatigue (kelelahan media sosial) dan dampak emosional doomscrolling tidak jarang diposisikan menggunakan metafora yang dramatis di ruang redaksi. Penggunaan diksi yang bersimpati secara artifisial—seperti "kamu tidak sendirian ini cara mengatasi cemasmu"—sering kali hanyalah taktik linguistik (framing) untuk menarik jangkar emosional audiensi (Laksono, 2025)

Ketika metafora medis disandingkan dengan glorifikasi tren estetika, teks berita berhasil mengubah kecemasan yang mendalam dari filsafat keilmuan yang abstrak menjadi wacana populer yang bernilai ekonomis tinggi. Melalui jalinan struktur makro-mikro teks inilah, portal berita online di Indonesia secara halus mendikte opini publik; mereka mengomodifikasi ketakutan psikologis menjadi sebuah komoditas bahasa yang seolah-olah berempati pada psike anak muda, padahal secara struktural sedang melanggengkan siklus kecemasan tersebut demi mengamankan trafik digital (Haq et al., 2026). Proses produksi wacana mengenai kesehatan mental Generasi Z di ruang redaksi dikendalikan oleh skema mental dan kognisi sosial jurnalis yang kerap kali berbenturan dengan kalkulasi ekonomi politik media. Kognisi sosial jurnalis—yaitu cara jurnalis memahami, menyimpan, dan memproses informasi tentang realitas di sekitarnya—menjadi cetakan utama yang menentukan apakah sebuah berita kesehatan mental disajikan sebagai bentuk edukasi murni atau sekadar komoditas umpan klik (clickbait).

Dalam konteks ruang redaksi kontemporer di Indonesia, jurnalis secara kognitif sebenarnya menyadari bahwa Gen Z rentan mengalami kecemasan akibat ketidakmampuan mengontrol ego di tengah gempuran tren gaya hidup digital (seperti adiksi berburu pakaian atau outfit viral) yang memicu sindrom ketertinggalan informasi. Jurnalis secara individual juga memahami kebutuhan anak muda akan ruang aman digital (safe space) demi memulihkan keterbukaan emosional mereka dari kecemasan akut. Namun, kesadaran kognitif jurnalis ini kerap kali mengalami pergeseran fungsi (cognitive dissonance) ketika berhadapan dengan kebijakan redaksional yang menuntut konversi isu psikologis menjadi komoditas penarik atensi publik yang mendatangkan keuntungan ekonomi penayangan iklan (Afrianti, 2025)

Kompromi kognitif jurnalis ini semakin terlihat nyata ketika mereka membingkai solusi kesehatan mental. Alih-alih menyajikan edukasi substantif mengenai resolusi konflik psikologis, narasi yang diproduksi jurnalis di media online cenderung mereduksi problem kesehatan mental Gen Z menjadi komoditas tren populer yang dangkal, seperti glorifikasi budaya penyembuhan instan (healing culture). Pemahaman teoretis jurnalis mengenai kesehatan mental yang semestinya dikaji secara mendalam dalam ruang publik yang dialihkan oleh regulasi pasar untuk memicu respons emosional pembaca yang berujung pada tingginya angka pageviews (Islahudin & Wulandari, 2022)

Struktur redaksi memaksa kognisi sosial jurnalis untuk melahirkan standarisasi jurnalisme ganda: di permukaan teks berita dikemas seolah-olah berempati dan mengedukasi krisis mental anak muda, namun di balik layar, pilihan diksi dan formulasinya dirancang secara oportunistik demi mengeksploitasi ketakutan psikologis audiensi dalam ekosistem kapitalisme digital. Pada tataran praktik sosiokultural, wacana yang diproduksi secara masif oleh portal berita online memiliki implikasi sosiopsikologis yang mendalam terhadap eskalasi kecemasan sosial di dunia nyata bagi Generasi Z. Media tidak lagi sekadar memotret realitas, melainkan bertindak sebagai agen pengondisian sosial (social conditioning) yang mengonstruksi batasan normalitas kesehatan mental pembacanya. Manifestasi kecemasan ini bukan sekadar asumsi teoretis, melainkan realitas empiris yang mengkhawatirkan.

Data survei nasional menunjukkan bahwa 60% Gen Z di Indonesia mengalami kecemasan akut terkait masa depan, yang diperparah oleh tekanan ekspektasi sosial sebesar 42% (GoodStats Data, 2026). Angka ini berkelindan erat dengan tingginya penetrasi digital yang menjebak mereka dalam pusaran Fear of Missing Out (FoMO). Riset longitudinal bahkan mengonfirmasi bahwa 64,6% remaja dan anak muda Indonesia mengalami sindrom FoMO akibat pola konsumsi media sosial yang tidak terkontrol (Budiati et al., 2010). Ketika portal berita online membingkai data-data kerentanan ini dengan sensasionalisme teks demi mengejar trafik, wacana tersebut bekerja dalam dua arah yang destruktif: memperkuat stigma negatif (stigmatization) sekaligus memvalidasi ketakutan eksistensial anak muda secara berlebihan. Pola konsumsi berita yang intensif terhadap narasi kecemasan ini berinteraksi erat dengan kondisi internal individu, seperti rendahnya tingkat religisitas atau rapuhnya konsep self-compassion, sehingga memicu penurunan kesejahteraan psikologis (psychological well-being) secara drastis di ranah sosiokultural (Nugroho & Agung, 2025).

Lebih jauh lagi, implikasi sosiokultural ini mewujud dalam bentuk pembenaran massal terhadap perilaku neurotis digital (neurotic digital behavior). Ketika media mengemas adiksi tren dan kecemasan sosial sebagai sesuatu yang jamak dialami oleh "anak muda dari siklus ini, di mana keluhan perubahan suasana hati (mood swings) dialami oleh 62% responden muda, berdampak pada gangguan tidur (50%), hingga memicu kecemasan berlebih di angka 38%. Validasi keliru dari media ini mendorong peningkatan kecemasan akademik, penurunan motivasi, hingga memicu gejala depresi interpersonal yang nyata dalam interaksi sosial sehari-hari mereka (Haq et al., 2026). Alih-alih menyediakan narasi katarsis atau ruang aman digital (safe space) untuk membangun keterbukaan emosional yang sehat melalui komunikasi interpersonal yang mendalam, komodifikasi wacana oleh media justru memperlebar jurang isolasi sosial. Akibatnya, pada level sosiokultural, struktur teks media online di Indonesia bertanggung jawab atas terjadinya spiral kecemasan: mereka memvalidasi ketakutan bawah sadar Gen Z demi keuntungan ekonomi kapitalistik, yang pada gilirannya memperparah patologi sosial dan mengeskalasi krisis kesehatan mental laten pada sosiopsikologis generasi muda di dunia nyata (Afrianti, 2025).

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Analisis wacana kritis terhadap portal berita online di Indonesia menunjukkan adanya kontradiksi struktural yang nyata dalam merepresentasikan fenomena FoMO dan kesehatan mental Generasi Z. Di satu sisi, media membingkai FoMO dan dampak digital lainnya seperti social media fatigue secara hiperbolis menggunakan metafora medis yang menakut-nakuti pembaca. Namun di sisi lain, demi mengejar trafik dan keuntungan ekonomi kapitalistik, media justru meromantisasi dan mengglorifikasi kecemasan tersebut sebagai tren gaya hidup kontemporer yang estetik dan "wajib" diikuti. Dilema ini berakar dari cognitive dissonance (pergeseran fungsi kognitif) para jurnalis; mereka secara sosial memahami kerentanan psikologis Gen Z dan kebutuhan mereka akan safe space, tetapi terpaksa tunduk pada regulasi pasar dan kebijakan redaksional yang menuntut konversi isu sensitif menjadi komoditas clickbait. Secara sosiokultural, komodifikasi wacana ini bertindak sebagai agen pengondisian sosial yang destruktif. Alih-alih mengedukasi, struktur teks yang oportunistik ini justru memvalidasi perilaku neurotis digital dan memperparah spiral kecemasan di dunia nyata. Hal ini terkonfirmasi oleh data empiris yang menunjukkan tingginya angka kecemasan akut, gangguan tidur, hingga depresi interpersonal di kalangan muda akibat pola konsumsi media yang mengeksploitasi ketakutan mereka akan pengucilan sosial.

Saran

Untuk memutus spiral kecemasan ini dan mendorong ekosistem digital yang lebih sehat, berikut adalah beberapa poin saran yang dapat diimplementasikan oleh berbagai pihak terkait:

1. Bagi Redaksi dan Manajemen Media: Mengevaluasi dan mereformasi kebijakan redaksional agar tidak melulu bertumpu pada metrik pageviews dan kapitalisme digital yang mengeksploitasi ketakutan psikologis (fear-mongering). Menyusun panduan internal (guidelines) khusus mengenai standardisasi penulisan isu kesehatan mental anak muda agar tetap berempati secara substantif, bukan artifisial.
2. Bagi Jurnalis secara Individual: Memperkuat integritas jurnalistik dengan menyajikan berita kesehatan mental sebagai ruang edukasi murni yang berbasis data keilmuan yang objektif, bukan sekadar komoditas umpan klik. Menghindari reduksi problem psikologis yang mendalam menjadi narasi tren yang dangkal seperti glorifikasi healing culture yang instan.
3. Bagi Generasi Z (Audiensi): Meningkatkan literasi media digital kritis agar mampu mengidentifikasi taktik framing dan sensasionalisme kognitif yang sengaja dipasang oleh teks redaksi berita. Membangun mekanisme coping yang sehat secara mandiri, seperti melatih self compassion (welas asih pada diri sendiri) dan membatasi pola konsumsi media sosial untuk mengurangi dampak FoMO.
4. Bagi Akademisi dan Peneliti Sosial: Melanjutkan riset longitudinal mengenai dampak paparan bahasa media terhadap psychological well-being anak muda guna menyediakan basis data yang lebih kuat bagi pembuat kebijakan.

5. Bagi Dewan Pers dan Regulator: Meningkatkan pengawasan terhadap konten-konten berita online yang mengomodifikasi isu kesehatan mental demi mengamankan trafik digital tanpa memedulikan dampak psikososial pembacanya.

Daftar Pustaka

- Afrianti, M. (2025). Pentingnya *deeptalk* dalam membangun kesehatan mental dan keterbukaan emosional generasi Z. <https://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/article/view/15277/5008>
- Budiati, T., Setyowati, S., & Cd, N. H. (2010). Peningkatan Produksi ASI Ibu Nifas Seksio Sesarea Melalui Pemberian Paket “Sukses ASI.” *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 13(2), 59–66. <https://doi.org/10.7454/jki.v13i2.233>
- Halimiyah, E. (2025). Pengaruh *Gratitude* dan Kontrol Diri Terhadap *Syndrome Fear of Missing Out (Fomo)*: *Trend Outfit* pada Mahasiswa UIN Malang. 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.61166/feelings.v2i1.26>
- Haq, A. U., Solikhah, A., & Sherino, M. M. H. (2026). Fenomena *fomo (Fear of Missing Out)*: Analisis Filsafat Ilmu terhadap konsep kebahagiaan di era media sosial. <https://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/article/view/21113/7496>
- Islahudin, A., & Wulandari, N. (2022). Manajemen Pembiayaan Pendidikan Perspektif Al-Quran. *Mindset: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1–21. <https://doi.org/10.58561/mindset.v1i1.24>
- Laksono, M. A. W. D. (2025). Dampak *doomscrolling* dan *social media fatigue* terhadap kecemasan dan depresi pada mahasiswa: Analisis psikologis di era digital. *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ)*, 3, 276–281.