

## Aplikasi Thread "Fomo" Sebagai Budaya Imitasi dalam prespektif Studi Etnografi

Iin Soraya<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universitas Bina Sarana Informatika; Indonesia  
correspondence e-mail\*, [iin.ina@bsi.ac.id](mailto:iin.ina@bsi.ac.id)

Submitted:

Revised: 01-11-2023

Accepted: 10-11-2023

Published: 17-11-2023

### Abstract

The initial launch of Threads in Indonesia was proven to have reached 100 million users, many of whom downloaded the Threads application among Gen Z or teenagers who initially used Instagram, then downloaded the application and became Threads users. This is done just to join in, and not be left behind by other Instagram users. This kind of behavior is now known as Fear of Missing Out (FoMO). FoMO can be said to be a form of anxiety characterized by the desire to always know what other people are doing, as well as the fear of missing out on trends if you don't follow something that is viral, so this has given rise to a culture of imitation in generation Z. This research aims to find out Application of the "Fomo" thread as a culture of imitation from an ethnographic study perspective. The research method used is qualitative research. The research approach used in this research is phenomenology, using virtual ethnographic methods, by following the activities of Threads application users in cyberspace. Data collection techniques through observation, interviews, documentation and literature studies that support research. The research results obtained are that someone who has FoMO characteristics will feel anxious if they do not know the latest information from what is on social media. To fulfill these needs, individuals usually always require themselves to have trending social media, such as the Threads social media application. Threads users are Instagram account users who are advised to install the Threads application, so when the Threads application first appeared, many Instagram account users installed the Threads application.

### Keywords

FoMO, Imitation Culture, Threads App



© 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY NC) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

## PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial khususnya instagram di Indonesia terus meningkat, di tahun 2023 ini Indonesia menjadi negara ke 4 di dunia, yang posisi pertama di tempati India dengan pengguna instagran 229,55 juta jiwa, disusul amerika (143,35 juta jiwa) dan Brasil (113,5 juta jiwa),

disusul dengan indonesia yaitu 89.15 juta jiwa pengguna instagram.<sup>1</sup>

Perkembangannya instagram pun terus memperbaharui fitur, ini terlihat bahwa instagram selalu mengeluarkan fitur baru diaplikasinya seperti instagrame notes, candid stories, Add Yours Nomination, group profile, bahkan di 6 juli 2023 melalui instagram memunculkan aplikasi baru yang bernama Threads. Threads muncul dan dapat digunakan oleh para penggunanya melalui update ini media instagram, untuk menggunakan aplikasi Threads para pengguna tidak perlu membuat akun, namun cukup sebagai pengguna instagram terlebih dahulu sehingga dapat memudahkan pengguna langsung dapat mengakses aplikasi Threads, dan bisa memiliki follower dan following oleh orang-orang yang dalam pertemanan di instagram.

Diawal peluncuran Threads di Indonesia, sangat disambut baik oleh pengguna instagram, hal ini terbukti setelah empat hari kemunculannya di media sosial pengguna Threads tembus mencapai 100 juta pengguna.<sup>2</sup> dari banyaknya orang yang mendownload aplikasi Threads ini dapat menunjukkan hal-hal yang baru dalam media sosial pasti langsung diikuti oleh para pengguna. Faktanya generasi Z atau remaja pada fase ini merupakan sebagai generasi yang laing banyak menggunakan media sosial instagram, hal ini terbukti bahwa remaja diusia dibawah 25 tahun menguasai media sosial sebesar 68 juta jiwa.<sup>3</sup>

Dalam perkembangannya remaja dalam menggunakan media sosial berinteraksi dengan orang lain, seringkali para remaja ini menggunakan media sosial tak jarang akan menimbulkan kekhawatiran, kecemasan hingga ketakutan jika ketinggalan dalam memperoleh informasi atau memperoleh sesuatu yang baru. Kaitannya dengan ini juga terjadi pada saat awal mula munculnya Threads di Indonesia semua para pengguna instagram terutama para remaja hampir melakukan hal yang sama yaitu mengunduh aplikasi dan menjadi pengguna Threads. Hal ini dilakukan hanya karena ikut-ikutan, serta agar tidak tertinggal dari para pengguna instagram lain. Perilaku seperti ini saat ini dikenal dengan istilah Fear of Missing Out (FoMO). Secara teoretis, Przyblylski, Murayama, DeHaan dan Gladwell (2013) mendefinisikan Fear of Missing Out (FoMO)

---

<sup>1</sup> Cindy Mutia Annur, Jumlah Pengguna Instagram Indonesia Terbanyak ke-4 di Dunia, [www.katadata.co.id](http://www.katadata.co.id), 4 Mei 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia#:~:text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social,yakni%2089%2C15%20juta%20pengguna>

<sup>2</sup> Tim, Pengguna Ramai-ramai Tinggalkan Threads Sebulan Setelah Peluncuran, [www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com), 07 Agustus 2023, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230807121229-185-982866/pengguna-ramai-ramai-tinggalkan-threads-sebulan-setelah-peluncuran>

<sup>3</sup> Dyah Ayu Pamela, Gen Z Bakal Mendominasi Media Sosial, Populasinya Lebih dari 41 Persen di Seluruh Dunia, [www.liputan6.com](http://www.liputan6.com), 06 Desember 2022, <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5145998/gen-z-bakal-mendominasi-media-sosial-populasinya-lebih-dari-41-persen-di-seluruh-dunia>

adalah perasaan cemas, gelisah, dan takut akan kehilangan momen berharga yang dimiliki teman atau kelompok teman sebaya, sementara ia tidak dapat terlibat di dalamnya. Fear of Missing Out (FoMO) ini dapat dikatakan salah satu wujud dari kecemasan yang ditandai dengan adanya keinginan untuk selalu mengetahui apa yang orang lain lakukan.<sup>4</sup>

Media sosial menciptakan fenomena bentuk dari perilaku kecemasan para remaja saat adanya sesuatu tren yang baru dan viral membuat pengguna media sosial sebagai bentuk suatu kecemasan takut ketinggalan tren jika tidak mengikuti sesuatu hal yang sedang viral saat ini. Begitu halnya ketika aplikasi Threads muncul, hampir semua pengguna instagram mengunduh aplikasi Threads yang mirip dengan aplikasi Twitter. Dengan memiliki kecemasan takut ketinggalan sehingga tingkat kecanduan untuk terus mengikuti sesuatu hal yang baru, terutanya yang orang lain lakukan, hal ini sejalan dengan teori peniruan (imitasi). Imitasi menurut Gabriel Tarde (2010 : 167) merupakan bentuk dari contoh-mencontoh yang dilakukan antara satu individu dengan individu lainnya dalam semua pergaulan antar manusia. Menurut Tarde (Rahmawati, 2014 : 28) semua orang memiliki kecenderungan untuk menandingi, menyamai bahkan melebihi tindakan orang-orang yang ada di sekitarnya.<sup>5</sup>

Imitasi sama dengan peniruan, yaitu melakukan langsung perilaku yang diamati (Stanley J, 2014). Selain itu David P. Philips (penggagas Teori imitasi dan sugesti) imitasi individu terjadi karena efek-efek media massa terhadap anggota masyarakat, hingga kemudian dia menciptakan istilah *cultural contagion* (kulture/budaya penularan).<sup>6</sup>

Begitulah juga dengan terdapat penelitian terdahulu yang di tulis Lira Aisafitri dan Kiayati Yusriyah dengan judul “Kecanduan Media Sosial (Fomo) Pada Generasi Milenial” dengan hasil penelitian Milenial yang mengalami kecanduan media sosial (FoMO) memiliki dampak positif dan negatif pada kehidupan sehari-hari mereka, dimana dengan kecanduan media sosial menjadikan diri mereka selalu terupdate dengan informasi-informasi terbaru yang secara tidak langsung membuat diri mereka memiliki motivasi untuk melakukan suatu hal. Selain itu terdapat

---

<sup>4</sup> Przybylski, A. K, Murayama, K., DeHaan, C. R & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional and behavioral correlates of fear of missing out. *Jurnal Homepage: Computer in Human Behaviour*, 29, 1841-1848.

<sup>5</sup> Isni Rahmawati, Pengaruh Tayangan Korean Wave Di Internet Terhadap Perilaku Komunitas Korean Beloved Addict (KBA), (2014), Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, Hal: 28. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/26289/1/ISNI%20RAHMAWATI-FDK.pdf>

<sup>6</sup> Septi Muhamad Abdul Haris, Perilaku Imitasi Anak Terhadap Tokoh Reyna Pada Tayangan Sinetron Ikatan Cinta, (2022), Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, Hal: 18. <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/70201-1703050049-S1-2021-SKRIPSI.pdf>

juga Septi Muhamad Abdul Haris dengan judul “Perilaku Imitasi Anak Terhadap Tokoh Reyna Pada Tayangan Sinetron Ikatan Cinta” dengan hasil penelitian Siswi mengalami perilaku imitatif akibat dari menyaksikan tayangan sinetron ikatan cinta, perilaku imitasinya bersifat positif dan negative, adapun bentuknya yaitu perilaku imitasi komunikasi berupa imitasi komunikasi verbal dan imitasi komunikasi nonverbal serta bentuk perilaku imitasi yang lain berupa imitasi gaya berpakaian. Dari dua penelitian terdahulu di atas penulis merumuskan permasalahan penelitian adalah bagaimana FoMO Sebagai Budaya Imitasi Dalam Penggunaan Aplikasi Threads. Dari sini dapat ditarik tujuan penelitian yaitu ingin mengetahui Fomo Sebagai Budaya Imitasi Dalam Penggunaan Aplikasi Threads.

## **METODE**

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, penelitian kualitatif sebagai metode penelitian yang ingin mengetahui bagaimana proses dari suatu fenomena yang terjadi didalam kehidupan manusia yang sifatnya realistik yang memiliki hubungan yang erat antara yang diteliti dengan subjek yang akan diteliti. Kaitannya dengan penelitian ini karena dalam penelitian ini ingin mengetahui makna dari suatu fenomena foMO sebagai suatu budaya imitasi dalam penggunaan aplikasi Threads. Paradigma penelitian ini adalah konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme mencoba mengungkap bagaimana setiap individu berusaha dalam memaknai makna yang beragam selain itu juga paradigma ini mencoba menjelaskan bagaimana suatu fenomena dari tindakan sosial yang bermakna.<sup>7</sup>

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi. Fenomenologi menekankan pada proses interpretasi, tetapi dalam cara yang sangat berbeda. Teori-teori fenomenologi melihat interpretasi sebagai sebuah proses pemahaman yang sadar dan hati-hati. Fenomenologi secara harfiah berarti penelitian tentang pengalaman sadar, dimana interpretasi mengambil peranan yang penting.<sup>8</sup> (S. W. Littlejohn, 2013 dalam soraya)

Penelitian juga menggunakan metode etnografi virtual, karena mampu menjelaskan fenomena secara mendalam dengan cara mengikuti aktivitas para pengguna instagram yang menjadi pengguna aplikasi Threads di dunia maya atau virtual. Menurut Rusli (2014), etnografi virtual merupakan metode etnografi yang dilakukan untuk melihat fenomena sosial dan atau

---

<sup>7</sup> Ibid, Hal: 7

<sup>8</sup> Iin Soraya, “Fenomena Premanisme Di Instagram, JIKE: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek”, Volume 2, No 2, Januari-Juni (2019), Hal. 263. <https://e-journal.umc.ac.id/index.php/jike/article/view/609>

kultur pengguna di ruang siber. Bahkan Bell (2001) menyatakan, bahwa metode etnografi ini merupakan metode utama dan penting untuk melihat fenomena budaya siber di internet. Christine Hine dalam Nasrullah (2017:9) menyatakan bahwa etnografi virtual merupakan metodologi yang digunakan untuk menyelidiki internet dan melakukan eksplorasi terhadap entitas (users) saat menggunakan internet tersebut. Kaitannya dengan penelitian ini ingin melihat aktivitas yang dilakukan Gen Z melalui dunia maya atau virtual, yang memiliki akun instagram yang mendownload aplikasi Threads saat baru muncul aplikasi threads tersebut, dan melakukan aktivitas virtual di media tersebut.<sup>9</sup>

Objek penelitian ini adalah FoMO pada pengguna media sosial aplikasi Threads oleh remaja yang kaitannya dengan ini adalah mahasiswa. Adapun subjek penelitian dalam penelitian ini adalah para remaja yang saat ini di nominasi oleh Gen Z yang berstatus sebagai mahasiswa yang sering menggunakan media sosial dan memiliki ketergantungan terhadap media sosial. penelitian ini menetapkan informan penelitian yang dipilih yaitu adalah Gen Z berusia 18-25 tahun sebagai mahasiswa dengan ketentuan informan sering menggunakan gadget dalam kesehariannya, selain itu juga informan harus aktif menggunakan media sosial dan memiliki waktu ketika di wawancara.

Teknik pengambilan data melalui pengamatan, wawancara, dokumentasi serta studi literatur yang mendukung penelitian. Wawancara yang peneliti lakukan adalah dengan pertanyaan yang terbuka yang mengali informasi, sehingga untuk itulah dilakukan wawancara mendalam terhadap fenomena foMO sebagai suatu budaya imitasi dalam penggunaan aplikasi Threads.

Wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur. Dalam wawancara semi terstruktur pertanyaan bersifat terbuka akan tetapi ada batasan tema dan alur pembicaraan. Jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori in-dept interview, di mana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ideidenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan. (Sidiq,

---

<sup>9</sup> Rulli Nasrullah, "Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet", Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017, Hal. 20.

2019)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proses menjawab rumusan masalah penelitian terkait dengan bagaimana FoMO Sebagai Budaya Imitasi Dalam Penggunaan Aplikasi Threads, dengan mewawancarai 10 mahasiswa yang mewakili generasi Z yang berusia 20-23 tahun sebagai mahasiswa yang aktif menggunakan aplikasi instagram serta aplikasi Threads. Sebagai bingkai dasar dalam memahami FoMO, bahwa pengaturan diri dan kesehatan mental seseorang bergantung pada pemenuhan akan tiga kebutuhan dasar, yaitu kompetensi, otonomi, dan kedekatan.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh ditemukan bahwa terdapat beberapa mahasiswa yang mewakili Gen Z sebagai informan yang memiliki ciri-ciri individu yang mengalami FoMO, penjelasannya sebagai berikut:

### 1. Kompetensi

Kompetensi merupakan kemampuan seseorang dalam memperlihatkan kepada orang lain apa saja yang mampu dilakukannya. Kebutuhan akan kompetensi ini mengacu pada kesadaran individu untuk bersosialisasi dengan lingkungan sosial. Ketika kebutuhan tidak dapat dipenuhi, seseorang akan merasakan perasaan khawatir, mencoba mencari tahu pengalaman dan aktivitas yang dilakukan oleh orang lain seperti halnya melalui internet.

Hasil penelitian ini bahwa seseorang memiliki kebutuhan diri, jika kebutuhan tersebut tidak terpenuhi seseorang akan memiliki perasaan khawatir sehingga untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Kaitannya dengan penelitian ini seseorang yang memiliki ciri FoMO akan merasa dirinya memiliki perasaan khawatir jika tidak mengetahui informasi terbaru dari apa yang ada di media sosial. Hal ini seperti diungkapkan oleh informan penelitian adalah sebagai berikut:

“Sangat sedih karena tidak tau informasi terkini, karena pikiran saya sudah berbeda dengan sebelumnya di mana sebelumnya saya bersantai-santai dan tidak ada berkegiatan yang padat sehingga sebelumnya jika saya tidak dapat terhubung saya akan merasa resah. Karena saat ini ada kesibukan seperti mengerjakan tugas akhir dan sambil bekerja jadi saya tidak memikirkan mengenai tidak dapat terhubung dengan informasi terbaru yang biasanya saya ikuti”.<sup>10</sup>

Untuk memenuhi kebutuhan ini biasanya individu selalu mewajibkan diri untuk memiliki media sosial yang sedang menjadi trend saat ini seperti halnya media sosial aplikasi Threads. Karena diawal kemunculannya memerlukan akun Instragam bagi para penggunanya. Dengan kata lain para pengguna threads adalah pengguna akun Instagram yang disarankan untuk

---

<sup>10</sup> Hasil Wawancara, 2023

menginstal aplikasi threads tersebut, sehingga awal mula kemunculan aplikasi Threads ini banyak pengguna akun instagram yang menginstal aplikasi Threads. Hal ini menegaskan bahwa sesuatu hal yang baru yang sedang menjadi trend hal ini diikuti oleh banyak pengguna media sosial.

“Awal mulanya saya menggunakan media sosial threads dengan melihat berita viral tentang aplikasi threads yang ingin menyaingi Twitter”.<sup>11</sup>

“Awal mula karena banyaknya teman teman instagram yang menggunakan Threads Instagram. Tujuannya mengikuti trend tersebut”.<sup>12</sup>

“Awal mula saya menggunakan Threads yaitu saat selebgram favorite saya menggunakannya juga dengan tujuan agar saya lebih mengerti kegiatan sehari-harinya”.<sup>13</sup>

“Tujuan awalnya yaitu ingin mengetahui urutan berapa saya sebagai pengguna yang terdaftar di aplikasi Threads. Untuk fitur dll tidak begitu tertarik karena sebelumnya saya sudah membaca berita-berita yang ada di internet maupun media sosial, jadi ketertarikan saya pada Threads adalah ingin mengetahui urutan berapa (Lencana) saya mendaftar di aplikasi tersebut”.<sup>14</sup>

Untuk memenuhi kebutuhan dari rasa khawatir ini seseorang biasanya melakukan aktifitas mencari pengalaman di dalam media sosial salah satunya adalah mencari berita terkini dan yang sedang seperti olahraga sepak bola, informasi seputar artis dan selebgram baik dalam keseharian atau yang sedang viral, berita Kpop terbaru dan yang sedang viral dan lainnya. Hal ini menegaskan bahwa aktifitas yang dilakukan untuk mengurangi kekhawatiran tertinggal informasi diantaranya sebagai berikut:

“Layaknya Twitter, pasti ingin melihat twittan orang di aplikasi Threads. Untuk instagram sendiri cukup banyak, lebih condong ke olahraga (spakbola dll), kpop, Desain Grafis, Berita harian atau hal hal yang lucu, Info2 berita dan yang sedang viral dibicarakan”.<sup>15</sup>

## 2. Otonomi

Otonomi atau diri menunjuk pada kebebasan seseorang dalam menentukan pilihannya berdasarkan apa yang dia inginkan. Kebutuhan otonomi mengacu pada kebebasan individu untuk mengambil keputusan secara bebas tanpa dikendalikan oleh orang lain. sebagai kemampuan individu dalam menentukan sebuah keputusan. Apabila kebutuhan psikologis akan self tidak terpenuhi, maka individu cenderung menyalurkan melalui internet untuk mendapatkan berbagai macam informasi dan berhubungan dengan orang lain. Untuk memenuhi kebutuhannya biasanya seseorang selalu memaksakan diri berpartisipasi dalam semua kegiatan yang ada di

---

<sup>11</sup> Hasil Wawancara, 2023

<sup>12</sup> Hasil Wawancara, 2023

<sup>13</sup> Hasil Wawancara, 2023

<sup>14</sup> Hasil Wawancara, 2023

<sup>15</sup> Hasil Wawancara, 2023

media sosial.

Kaitannya dengan penelitian ini ciri otonomi dimana seseorang memiliki kebebasan untuk berpartisipasi untuk melakukan aktifitas mencari informasi dan berhubungan dengan orang lain di media sosial.

“Fitur pencarian, postingan, komen dan like untuk mencari berita terkini, melihat infomarsi terbaru, selain itu juga dapat Terpenuhi dalam membagikan cerita dan momen-momen tertentu, karena dapat mengetahui secara langsung pada akunnya dan dapat berinteraksi di komentar apabila dibalas.”<sup>16</sup>

“Tujuan awal saya adalah seperti yang saya jelaskan pada poin 1 (pertanyaan 1) jadi saya anggap sudah terpenuhi.”<sup>17</sup>

### 3. Kedekatan

Kedekatan berkaitan dengan hubungan sosial atau relasi antarindividu dengan lingkungannya. Kedekatan merupakan kebutuhan mendasar setiap manusia untuk memiliki rasa terhubung dengan pribadi lain selain dirinya sendiri. Kebutuhan akan kedekatan menunjuk pada hubungan, kasih sayang, perhatian yang diterima dengan adanya interaksi dengan orang lain yang memunculkan rasa memiliki satu sama lain. Untuk memenuhi kebutuhannya selalu membuat panggung pertunjukan sendiri, dalam hal penggunaan media sosial panggung inilah yang dapat membuat seseorang mempresentasikan dirinya melalui sebuah postingan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan informan adalah sebagai berikut:

“Threads digunakan Untuk lebih update hal-hal yang sedang viral, lalu dapat membuat konten yang sekarang sedang banyak digunakan dan sedang viral, dari sini banyak orang lain yang akan melihat konten yang kita buat, secara tidak langsung agar mereka lebih mengenal kita”<sup>18</sup>

Penggunaan media sosial dengan membuat konten sesuai dengan yang saat ini sedang viral merupakan bagian dari para Gen Z mempresentasikan dirinya, dalam artian mereka ingin mendapat pengakuan dari lingkungan sekitar atas apa yang telah dilakukan. Hal ini menjadi bagian dari FoMO dimana ketika mereka telah mendapatkan pengakuan tersebut mereka tidak merasa khawatir lagi merasa puas dan akan terus melakukan hal itu secara terus menerus.

## Pembahasan

Perubahan sosial sebagai perubahan yang terjadi dalam sistem sosial, kaitannya dengan penelitian ini terjadi perubahan perilaku pada budaya masyarakat yang muncul dalam media sosial. Perubahan sosial ini maksudnya adalah perubahan dalam benak dan perilaku seseorang

---

<sup>16</sup> Hasil Wawancara, 2023

<sup>17</sup> Hasil Wawancara, 2023

<sup>18</sup> Hasil Wawancara, 2023

ketika seseorang berinteraksi dengan media sosial yang mengakibatkan terjadi suatu perubahan dalam hal perilaku dalam waktu tertentu. Adanya media sosial saat ini memunculkan istilah baru yaitu viral, dimana suatu kondisi dimana suatu hal bisa menyebar sangat cepat dan luas, viral ini mengacu pada konten yang dibuat dan menyebar dan sangat populer. sehingga diikuti-ikuti kontaknya viral oleh pengguna media sosial. Perilaku mengikuti sesuatu hal yang terjadi di media sosial ini menciptakan perilaku FoMO dimana pengguna media sosial merasa khawatir tidak mengikuti atau ketinggalan informasi di media sosial. Perilaku FoMO di media sosial ini menciptakan suatu budaya imitasi di media sosial. Imitasi Menurut Tarde (Rakhmawati, 2014 : 28) semua orang memiliki kecenderungan untuk menandingi, menyamai bahkan melebihi tindakan orang-orang yang ada di sekitarnya.

Penelitian ini melihat budaya imitasi dari aktivitas yang dilakukan oleh informan di media sosial. Hasil peniruan (imitasi) yang tercipta dari penggunaan media sosial berdasarkan penggunaan aplikasi Threads.

“Awal mula karena banyaknya teman teman instagram yang menggunakan Threads Instagram. Tujuannya mengikuti trend tersebut”<sup>19</sup>

Selain itu peniruan yang dilakukan berdasarkan konten yang dibuat, dari akun Threads Instagram dari informan penelitian aktifitas yang dilakukan adalah menciptakan konten yang tema dan isinya mengenai konten-konten yang sedang viral saat ini.

“Iyaaa sering, seperti membuat creat vidio yang sedang viral. Perasaanya senang karna bisa mengikuti trend viral tersebut”<sup>20</sup>

“pernah, hanya untuk memparodikan konten yang diikuti dan saya hanya update tentang kerandoman hari-hari saya”<sup>21</sup>

Konten-konten yang diikuti oleh para informan seperti “Dance dan kata2, konten challenge, Bernyanyi, konten video pada tiktok, Conten video dubing lirik lagu atau dance yang sedang viral atau hack makanan/ minuman yang sedang viral”<sup>22</sup>

Selalu Melakukan aktivitas yang sedang viral dengan mengikuti membuat konten yang sedang viral bagian dari budaya imitasi, Menurut Bandura ada empat aspek dalam proses meniru atau mengimitasi, melalui pengamatan, yaitu:

#### 1. Atensi / memperhatikan

Sebelum melakukan peniruan seseorang akan menaruh perhatian terhadap objek yang akan ditirunya, rasa ingin memperhatikan ini dipengaruhi oleh objek yang menampilkan sesuatu

---

<sup>19</sup> Hasil Wawancara, 2023

<sup>20</sup> Hasil Wawancara, 2023

<sup>21</sup> Hasil Wawancara, 2023

<sup>22</sup> Hasil Wawancara, 2023

yang biasanya dianggap hebat, menawan dan berkesan bagi seseorang yang melihatnya.

Dalam kaitannya dengan penelitian ini para Gen Z memiliki ketertarikan yang sangat tinggi dengan apapun yang terjadi di media sosial, hal ini terlihat bahwa Gen Z selalu mengikuti perkembangan terbaru di media sosial salah satunya adalah aplikasi Threads. Proses atensi ini terjadi bagi para Gen Z karena para Gen Z merasa hal ini mudah dilakukan dan menjadi suatu kesenangan dalam kehidupan sehari-hari.

## 2. Retensi / mengingat

Proses yang terjadi setelah proses atensi atau mengamati yaitu proses retensi atau mengingat. Pada proses ini para Gen Z menyimpan segala bentuk yang dilihat di media sosial seperti simbol-simbol yang mereka perhatikan. Simbol-simbol yang diperhatikan dalam bentuk verbal dan non verbal selanjutnya diperlihatkan kedalam bentuk perilaku. Dalam proses retensi terjadi proses pengimitasian perilaku dimana para Gen Z pengguna media sosial mengamati langsung konten viral yang terdapat di aplikasi Thread yang mudah diakses dan dijangkau oleh panca indra dengan melihat, mendengar dan merasakan.

## 3. Memproduksi gerak motorik / Pembentukan Perilaku

Proses ini dimana menjadi penentu atas apa yang telah dipelajari dan diterjemahkan dari simbol-simbol yang telah didapat pada proses atensi dan retensi, yang dihasilkan berupa sebuah perilaku dan pada akhirnya menjadi kebiasaan.<sup>23</sup>

Kaitannya dengan penelitian ini dari terlihat dari aktivitas yang dilakukan dari akun aplikasi Threads Instagram yang dilakukan oleh para infoman pembentukan budaya imitasi dalam bentuk perilaku menggunakan simbol-simbol baik dari bahasa maupun visual sesuai dengan yang saat ini sedang viral. Sepertihalnya ketika muncul konten viral dengan kata kata "bercya... bercya" yang merupakan pelesetan dari kata bercanda dengan menggunakan lapa pengucapan dan pengecapan yang unik. Pengucapan ini diikuti dan dijadikan sebagai konten sehingga banyak juga menggunakan ini menjadi bahasa digunakan dalam pergaulan, dari sini dapat dikatakan pengimitasian perilaku yang menjadi budaya dimasyarakat karena dilakukan secara berulang-ulang dan menjadi bahasa untuk anak gaul.

## 4. Proses motivasi

Proses ini adalah suatu sebab hal-hal yang sudah dipelajari dan diamati agar seseorang dapat melakukan perilaku atau tindakan. Kaitannya dengan penelitian ini informan terlibat

---

<sup>23</sup> C Olson, Jerry, J. Paul Peter. 2016, *Consumer Behaviour and Marketing Strategic*, 8th, Boston: McGraw-Hill. Terjemahan Diah Tantri Dwi Andani: Jakarta, Erlangga.

langsung dalam aktivitas yang terdapat dalam akun aplikasi Threads Instagram mereka masing-masing dalam penggunaan simbol baik bahasa maupun visual yang ada konten dalam akun mereka masing-masing, konten yang mereka buat sama dengan konten yang sedang viral. Motivasi para informan membuat sama konten tersebut baik dari sisi bahasa, gerak-gerik, audio yang digunakan karena ikutan yang menjadi trend pada saat ini, dan diharapkan juga akan menjadi viral. Budaya imitasi ini terbentuk karena kiblat para Gen Z ini berupa keviralan dengan mengikuti konten-konten yang saat ini dengan viral.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan seseorang yang memiliki ciri FoMO akan merasa dirinya memiliki perasaan khawatir jika tidak mengetahui informasi terbaru dari apa yang ada di media sosial. Budaya imitasi yang terbentuk dalam penelitian ini yaitu Proses atensi ini terjadi bagi para Gen Z karena para Gen Z merasa hal ini mudah dilakukan dan menjadi suatu kesenangan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam proses retensi terjadi proses pengimitasian perilaku dimana para Gen Z pengguna media sosial mengamati langsung konten viral yang terdapat di aplikasi Theread yang mudah diakses dan dijangkau oleh panca indra dengan melihat, mendengar dan merasakan. Dalam proses pembentukan perilaku pembentukan budaya imitasi dalam bentuk perilaku menggunakan simbol-simbol baik dari bahasa maupun visual sesuai dengan yang saat ini sedang viral. Sepertihalnya ketika muncul konten viral dengan kata kata “bercyandya... bercyandya” yang merupakan pelesetan dari kata bercanda dengan menggunakan lapa pengucapan dan pengecapan yang unik. Serta pada proses Motivasi para informan membuat sama konten tersebut baik dari sisi bahasa, gerak-gerik, audio yang digunakan karena ikutan yang menjadi trend pada saat ini, dan diharapkan juga akan menjadi viral. Budaya imitasi ini terbentuk karena kiblat para Gen Z ini berupa keviralan dengan mengikuti konten-konten yang saat ini dengan viral.

## **REFERENSI**

Annur, Cindy Mutia. “Jumlah Pengguna Instagram Indonesia Terbanyak ke-4 di Dunia”. [www.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia#:~:text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social,yakni%2089%2C15%20juta%20pengguna). 4 Mei 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia#:~:text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social,yakni%2089%2C15%20juta%20pengguna>

- C, Olson, Jerry, J. Paul Peter. (2016), "Consumer Behaviour and Marketing Strategic". 8th, Boston: McGraw-Hill. Terjemahan Diah Tantri Dwi Andani: Jakarta, Erlangga.
- Haris, Septi Muhamad Abdul. (2022). "Perilaku Imitasi Anak Terhadap Tokoh Reyna Pada Tayangan Sinetron Ikatan Cinta". Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, Hal: 18. file:///C:/Users/ASUS/Downloads/70201-1703050049-S1-2021-SKRIPSI.pdf
- Hasil Wawancara, Tanggal 1 September 2023
- Nasrullah, Rulli. (2017). "Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet", Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pamela, Dyah Ayu. "Gen Z Bakal Mendominasi Media Sosial Populasinya Lebih dari 41 Persen di Seluruh Dunia". [www.liputan6.com](http://www.liputan6.com). 06 Desember 2022. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5145998/gen-z-bakal-mendominasi-media-sosial-populasinya-lebih-dari-41-persen-di-seluruh-dunia>
- Przybylski, A. K, Murayama, K., DeHaan, C. R & Gladwell, V. (2013). "Motivational, emotional and behavioral correlates of fear of missing out". *Jurnal Homepage: Computer in Human Behaviour*, 29, 1841-1848.
- Rahmawati, Isni. (2014). "Pengaruh Tayangan Korean Wave Di Internet Terhadap Perilaku Komunitas Korean Beloved Addict (KBA)". Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/26289/1/ISNI%20RAHMAWA TI-FDK.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/26289/1/ISNI%20RAHMAWA%20TI-FDK.pdf)
- Soraya, Iin. "Fenomena Premanisme Di Instagram". *JIKE: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, Volume 2, No 2, Januari-Juni (2019). <https://e-journal.umc.ac.id/index.php/jike/article/view/609>
- Tim. "Pengguna Ramai-ramai Tinggalkan Threads Sebulan Setelah Peluncuran". [www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com). 07 Agustus 2023. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230807121229-185-982866/pengguna-ramai-ramai-tinggalkan-threads-sebulan-setelah-peluncuran>