

NILAI TENRICAU TERHADAP PERILAKU FOMO REMAJA DI MAKASSAR

Indrayanti¹, Sennahati², Rintoh³, Mattarima⁴

¹Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Hasanuddin ^{2,3} Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Syekh Yusuf Al Makassar ⁴ Program Studi Manajemen Universitas Cokroaminoto

indrayanti@unhas.ac.id, icikasman@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui remaja suku Bugis memaknai nilai *Tenricau* ke dalam dirinya dan ingin mengetahui alasan remaja suku Bugis di Makassar menjadikan *Fear of Missing Out* (FoMo) sebagai kebutuhan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Informan penelitian ini adalah 10 remaja yang masih memegang nilai-nilai lokal serta memahami makna *Tenricau*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Interaksi Simbolik yang dicetuskan oleh George Herbert Mead yang merujuk pada *Mind, Self and Society*. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa remaja suku Bugis yang berperilaku *FoMo* berlandaskan pada nilai *Tenricau* yang dimaknai secara salah dan telah mereka dapatkan sejak kecil. Nilai *Tenricau* sendiri memiliki makna bahwa jangan menyerah sebelum berjuang dan berusaha menjadi yang terbaik. akan tetapi, kebanyakan orang tua mereka berbeda budaya menyebabkan mereka salah memaknai *Tenricau* yaitu selalu menjadi nomor satu dalam segala hal. Remaja sebagai seorang individu yang masih mencari jati dirinya, belum bisa memilah apa yang harus dipersaingkan dan apa yang harus dibiarkan sehingga hal ini ia jadikan landasan dalam berperilaku di masyarakat dan berdampak pada hubungan sosial mereka. Ada yang bisa menerima namun ada yang tidak bisa menerima. Alasan remaja suku Bugis yang tinggal di Makassar menjadikan perilaku *FoMo* sebagai salah satu kebutuhan karena suku Bugis dikenal dengan gengsi sehingga memiliki daya saing yang tinggi dengan selalu ingin menjadi pemenang di segala hal. rasa gengsi dan ingin diakui, membuat remaja senang melakukan pamer (*flexing*) di media sosialnya. Perilaku tersebut menjadikan tujuan mulia dari *tenricau* menjadi bergeser maknanya dan *FoMo* menjadi budaya baru.

Kata Kunci: *Tenricau*; remaja, *FoMo*, Komunikasi Keluarga

ABSTRACT

TENRICAU'S VALUE OF ADOLESCENTS' FOMO BEHAVIOR IN MAKASSAR

This study aims to find out how Bugis teenagers embody the Tenricau values in themselves and to know why Bugis in Makassar teenagers make FoMo a necessity. This research uses a qualitative method with a case study approach. The informants of this study are 10 teenagers who still hold local values and understand the meaning of Tenricau. The theory used in this study is the Symbolic Interaction triggered by Goerge Hebert Mead who spoke about Mind, Self, and Society. The results of this research state that Bugis teenagers who behave in FoMo are based on Tenricau values which are misinterpreted and which they have acquired since childhood. The Tenricau value themselves and have the meaning of not giving up before fighting and trying to be the best. However, most of their parents have different cultures, causing them to misunderstand Tenricau, namely always being number one in everything. Teenagers, as individuals who are still looking for their identity, cannot yet sort out what to compete with and what to let go of, so they use this as a basis for behaving in society and have an impact on their social relationships. Some can accept it but some cannot take it. The reason why Bugis teenagers who live in Makassar make FOMO behavior a necessity is because the Bugis tribe is known for its prestige and therefore has high competitiveness and always wants to be the winner in everything. A sense of prestige and wishing to be recognized makes teenagers happy to show off (flexing) on their social media.

Keywords: Tenricau; Teenagers, FoMo; Family Communication.

Korespondensi: Indrayanti Universitas Hasanuddin Departemen Ilmu Komunikasi 90245 No. HP, **WhatsApp:081224342028** Email: indrayanti@unhas.ac.id, icikasman@gmail.com

PENDAHULUAN

Remaja adalah suatu periode transisi pada rentang kehidupan manusia yang mana transisi yang dimaksud adalah masa kanak-kanak menuju dewasa. Pada rentang usia tersebut, individu mengalami banyak perubahan, baik fisik maupun psikologis (Gunarsa, 2004). Remaja di era ini dikenal pula dengan generasi Z yang individu yang lahir di generasi internet telah ada.

Sebagai remaja atau generasi yang paham akan teknologi, tentunya dalam kehidupan sehari-hari mereka tidak bisa lepas dari gawai. Olehnya, penelitian tentang ketergantungan mereka akan gawai sudah banyak diteliti. Dampak yang terjadi pada umumnya secara psikologi seperti emosi yang susah dikendalikan (Waekuejik, 2019) atau susahnya berkonsentrasi dalam belajar (Isan & Nasir, 2023) tetapi juga mereka sudah menganggap bahwa pornografi adalah hal yang lumrah karena membuka situs porno sudah tidak ada rasa takut dan malu untuk dilakukan (Vitria, 2020).

Selain dampak yang telah dipaparkan pada penelitian-penelitian sebelumnya, dampak lain dari kemajuan teknologi adalah adanya kehidupan virtual melalui media sosial yang dimiliki remaja. Media sosial merupakan sarana dalam berinteraksi antar individu dengan menciptakan, saling bertukar informasi baik dalam kata-kata, gambar, video atau lainnya dalam jaringan atau komunitas virtual (Parker, 1994).

Fear of Missing out (FoMo) merupakan salah satu fenomena yang hadir karena terjadinya keterikatan manusia dengan media sosial. FoMO merupakan kecemasan sosial yang ditunjukkan dengan indikator perilaku berupa tetap beraktivitas di media sosial dalam waktu yang relatif lama. Hal ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan psikologis individu untuk mengikuti aktivitas orang lain atau tetap terhubung dengan orang lain, ingin melakukan hal yang sama dengan apa yang dilihat oleh individu di media sosial, tidak ingin untuk ketinggalan zaman serta merasa bahwa orang lain melakukan dan mengetahui lebih banyak hal lebih baik dari dirinya juga merupakan bentuk dari penderita FoMo.

Perilaku FoMo juga melanda remaja di Kota Makassar yang masih memegang adat istiadat dalam bersikap dan berperilaku. Nilai tersebut dikenal dengan nama *tenricau* (memiliki daya saing tinggi). Nilai ini didapatkan secara turun temurun dari keluarga suku Bugis yang memang merupakan suku terbesar atau terbanyak di Kota Makassar. Nilai *tenricau* mengajarkan orang Bugis untuk menjalani hidup dengan persaingan yang ketat. Tujuannya, agar orang Bugis dapat menjadi pemenang dan dapat menggunakan kesempatan juga kemampuan yg dimiliki agar persaingan dapat dimenangkan.

Terdapat ungkapan dalam Lontara bahwa *taroi sia masangka wawa telleppi salompena nariattanngari* (muatilah perahumu hingga sarat sampai tenggelam gantungan kemudinya baru dipikirkan). Ungkapan tersebut bermakna bahwa seseorang dalam berusaha harus sampai titik terakhir, sebab pada titik terakhirlah

suatu hasil perjuangan dapat diketahui. Memiliki semangat juang yang tinggi serta memperkecil segala macam tantangan yang dihadapi dan walaupun mendapat tantangan maka harus diselesaikan dengan usaha yang maksimal.

Pura babbara some'ku, pura tangkisi golikku, ulebberinngi tellenngi nato wali' (layar sudah kukembangkan, kemudi sudah terpasang, lebih baik tenggelam daripada surut ke pantai). Ungkapan tersebut menunjukkan bahwa saat suatu rencana telah dipikirkan secara matang dan telah dipikirkan konsekuensinya maka lakukanlah dan jangan mudah goyah dari segala hambatan-hambatan yang dihadapi kelak. Berusaha semaksimal mungkin meraih apa yang telah dicita-citakan dengan tidak menyerah hingga mendapatkan apa yang diinginkan karena orang yang mudah menyerah disebut juga orang yang tidak punya nyali.

Berdasarkan paparan tersebut, maka nilai kebaruan pada penelitian ini dilihat dari segi pemaknaan nilai *tenricau* yang sebenarnya terhadap perilaku FoMo remaja Kota Makassar saat ini. Hal ini tentunya dapat memberikan pengetahuan kepada remaja di Kota Makassar akan makna sebenarnya dari nilai *tenricau* yang sekarang ini maknanya telah bergeser.

1. Fear of Missing Out (FoMo)

Media sosial saat ini merupakan salah satu kebutuhan penting dalam memperoleh informasi dengan segala dampaknya. Salah satu dampak yang saat ini Tengah melanda remaja adalah fear of Missing Out (FoMo). FoMo pertama kali dikenal dipopulerkan oleh ilmuwan psikologi dan mendefinisikan sebagai rasa takut, cemas, gelisah yang dirasakan individu apabila ia mengetahui orang lain sedang dalam peristiwa yang lebih menyenangkan dari yang ia alami. Akibatnya individu akan menghabiskan banyak waktu melalui media sosialnya guna memperlihatkan eksistensi dirinya. FOMO merupakan fenomena baru dari *cyberpsychology* (Przybylski, Murayama, DeHaan, & Gladwell, 2013).

FoMo muncul sebagai salah satu dampak negatif teknologi komunikasi. (Turkle, 2011) mengemukakan bahwa terdapat beberapa kasus dan kondisi di mana media sosial mampu mempengaruhi kesejahteraan seseorang. Bahkan FoMo dengan keinginannya untuk terus terhubung dengan orang lain, akan membuat seseorang terus mengakses media sosial meskipun pada saat mengerjakan kegiatan yang membutuhkan konsentrasi tinggi seperti menyetir kendaraan.

FoMo disebabkan oleh dua hal, pertama *self* yang mengarah kepada kebutuhan psikologis seseorang untuk mengerti dan memenuhi keberadaan dirinya dan fungsi dirinya dengan berbagai macam pengalaman hidupnya. Kedua adalah *relatedness* yang diartikan sebagai salah satu kebutuhan dasar manusia untuk membangun hubungan dan berinteraksi dengan sesama manusia. Apabila kebutuhannya tidak terpenuhi, maka ia akan mencari cara apapun agar dapat terlibat dalam interaksi sosial meskipun harus melalui dunia maya.

2. Remaja Masa Kini

King mendefinisikan remaja merupakan masa peralihan atau masa transisi anak-anak hingga dewasa. Masa itu dimulai dari usia 12 tahun dan berakhir pada usia 21 tahun (King, 2017). Definisi tersebut sejalan dengan pendapat Monks bahwa remaja merupakan masa transisi yang bukan hanya aspek fisik yang mengalami transisi, tetapi juga psikis dan psikososial juga mengalami perkembangan. Maksudnya, perubahan emosi masih belum stabil dengan kata lain masih berubah-ubah. Mereka juga lebih sensitif, munculnya jiwa idealisme serta identitas diri. Pada masa itu cara berpikir remaja masih dalam koridor berpikir konkret, hal tersebut dikarenakan adanya proses pendewasaan pada diri remaja (Monks, Knoers, & Hadinoto, 2022).

Remaja adalah individu yang mencari jati diri, olehnya mereka selalu ingin mencari tahu segala hal yang terjadi pada diri mereka, baik secara pribadi maupun secara sosial. Pada umumnya remaja senang berkumpul dengan teman-teman sebayanya dan berperilaku mengikuti tren yang berlaku (Indrayanti, Sennahati, Mattarima, & Saharuddin, 2023).

Remaja masa kini disebut juga sebagai generasi Z yang merupakan generasi pertama terpapar teknologi sejak dini. Teknologi tersebut seperti komputer, telepon pintar, bahkan aplikasi media sosial. Generasi Z dibesarkan dengan web sosial dan berpusat pada digital dan teknologi yang merupakan identitas mereka (Dangmei & Singh, 2016). Olehnya, tidak salah apabila mereka dikenal sebagai generasi yang mahir teknologi, senang berkomunikasi secara maya sehingga menyebabkan mereka susah berkomunikasi secara langsung dan berkesan tidak memiliki kesopanan. Selain itu generasi Z juga senang mengumbar privasi melalui media sosial miliknya, lebih mandiri dari generasi sebelumnya serta multitasking.

Pendapat tersebut sejalan dengan pendapat (Santosa, 2015) bahwa terdapat tujuh sifat generasi Z yaitu Memiliki ambisi besar untuk sukses, berperilaku instan, cinta kebebasan, percaya diri, menyukai hal yang detail, keinginan untuk mendapatkan pengakuan dan digital dan teknologi informasi.

2.3. *Tenricau*

Kata *tenricau* berasal dari dua kata yaitu *tenri* (tidak) dan *cau* (kalah) jadi *tenricau* artinya tidak kalah. Sejak jaman dahulu manusia Bugis ditempah untuk pantang menyerah dan berjuang dalam mencapai suatu keberhasilan dan harus selalu tampil sebagai pemenang. Ungkapan pada Lontara menuliskan betapa pentingnya melakukan gerak cepat agar orang lain tidak mendahului kita *aja' mumaelo' ribetta makkalla ri cappa aletennge* (jangan mau didahului menginjakkan kaki di ujung titian) .

Ungkapan tersebut mengajarkan manusia Bugis bahwa dalam menjalani kehidupan terdapat persaingan yang cukup ketat. Olehnya, agar dapat menjadi pemenang maka harus dapat menggunakan kesempatan serta kemampuan yang dimiliki sehingga persaingan tersebut dapat dimenangkan. Apabila seseorang ingin menjadi pemenang, maka pertama-tama ia harus berpikir sebagai seorang pemenang. Ia harus mempunyai keyakinan bahwa tidak ada kesuksesan tanpa ambisi besar. Ia harus tangguh dan tekun dalam meraih apa yang dicita-citakannya.

Terdapat ungkapan dalam Lontara bahwa *taroi sia masangka wawa telleppi salompena nariattanngari* (muatilah perahumu hingga sarat sampai tenggelam gantungan kemudinya baru dipikirkan). Ungkapan tersebut bermakna bahwa seseorang dalam berusaha harus sampai titik terakhir, sebab pada titik terakhirlah suatu hasil perjuangan dapat diketahui. Memiliki semangat juang yang tinggi serta memperkecil segala macam tantangan yang dihadapi dan walaupun mendapat tantangan maka harus diselesaikan dengan usaha yang maksimal (Mattulada, 1982).

Tenricau juga merupakan perilaku ketekunan yang disertai kesabaran dan hal tersebut merupakan kunci kesuksesan seseorang dalam meraih cita-citanya. Ketekunan dan kesabaran merupakan proses nyata dan harus ditumbuhkan dengan niat dan tekad yang bulat untuk dapat menjalaninya (Indrayanti, 2020).

Terdapat ungkapan yang mengatakan *pura pabbara sompe'ku, pura tangkisi golikku, ulebbirenggi tellenng'e nato' wali* (layar sudah kukembangkan, kemudi sudah terpasang, lebih baik tenggelam daripada surut ke pantai). Ungkapan ini bermakna bahwa ketika suatu hal telah direncanakan dan telah memikirkan segala konsekuensinya, maka jangan mudah menyerah dari segala hambatan-hambatan yang ditemui di tengah jalan (Mattulada, 1982).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Saat melakukan penelitian, peneliti terlibat dalam interaksi dengan realitas yang ditelitinya. Penelitian kualitatif memilih fokus penelitian yang mengandung penjelasan mengenai dimensi-dimensi apa yang menjadi pusat perhatian serta yang dibahas secara mendalam dan tuntas (Bungin, 2013). Sumber data penelitian ini berasal dari hasil wawancara langsung kepada 10 remaja yang memiliki jejaring sosial dan mengetahui tentang nilai budaya lokal khususnya *Tenricau* melalui wawancara mendalam dengan tujuan adalah ingin mengetahui bagaimana remaja suku Bugis memaknai nilai *Tenricau* ke dalam dirinya dan ingin mengetahui alasan remaja suku Bugis di Makassar menjadikan FoMo sebagai kebutuhan.

Penelitian ini menggunakan teori interaksi simbolik oleh George Herbert Mead, Dalam proses interaksi tersebut, pengalaman yang diperoleh anak terbentuk melalui interpretasi atas makna yang ditangkap selama proses interaksi (Basrowi & Sukidin, 2002). teori interaksi simbolik ini dimulai dengan *mind* (pikiran). Konsep ini merupakan kemampuan untuk menggunakan simbol dan memiliki pemikiran yang sama, di mana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain (West & Turner, 2007).

Setelah *mind*, teori interaksi simbolik juga merujuk pada suatu peristiwa saat *self* (diri) yang melakukan interpretasi subjektif atas realitas objektif yang merupakan hasil dari “*generalisasi*” orang lain. Konsep diri pada pandangan Mead adalah suatu proses yang berasal dari interaksi sosial individu dengan orang lain, atau

dalam pemaknaan lain, diri sendiri (*the self*) merupakan “objek sosial” yang kita bagi dengan orang lain atau dalam suatu interaksi (Mulyana, 2007).

Konsep terakhir interaksi simbolik adalah masyarakat (*society*) dalam jejaring hubungan sosial yang diciptakan, dibangun dan dikonstruksikan oleh setiap individu di tengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya akan menghantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya. Masyarakat memiliki dua aspek yang mempengaruhi pikiran dan diri yaitu *particular others* yang merupakan *significant others* bagi individu dan *generalized others* yang merupakan masyarakat secara keseluruhan yang mengajarkan nilai bagi berbagai peranan, dan sikap dengan komunitas melalui berbagai simbol yang dimaknai secara spesifik oleh individu. Saat inilah individu melakukan konstruksi makna dalam berbagai konsep tataran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengalaman dan perilaku 10 remaja di Kota Makassar yang dijadikan subjek pada penelitian ini, menunjukkan bahwa perilaku FoMo terbentuk atas pemahaman dan pengetahuan yang dimiliki melalui komunikasi dan interaksi baik di keluarganya maupun pada interaksi sosial di lingkungan sekitarnya. Remaja Kota Makassar merasa dirinya harus selalu *up to date* dalam bersosialisasi. Hal inilah yang menjadi landasan atas perilaku FoMo yang ia lakukan. Terdapat dua temuan yang menjadi alasan mereka dalam berperilaku FoMo yaitu gengsi dan FoMo menjadi budaya baru di kalangan remaja Kota Makassar.

Dari 10 informan, hanya empat informan yang orang tuanya berasal dari suku yang sama, maksudnya sama-sama suku Makassar dan suku Bugis. Hal ini berarti lebih dari separuh informan sudah dibesarkan secara budaya campuran. Seperti informan 3 bapaknya bugis tetapi ibunya Kalimantan. Sementara informan 4 dan informan 5 memiliki kesamaan, yaitu bapak suku Bugis dan ibu dari suku Jawa. Informan 2 dan informan 6 sebaliknya, dengan kata lain ibu suku Bugis dan bapak suku Jawa. Informan 9 bapak suku Padang dan ibu Suku Makassar. Selebihnya memiliki suku yang sama seperti keduanya suku Bugis atau suku Makassar dan campuran dari suku Bugis dan Makassar.

Pada dasarnya, hasil dari wawancara mendalam terhadap semua informan sama, yaitu pengenalan terhadap *tenricau* ditanamkan sejak kecil. Perilaku untuk tidak boleh kalah dalam semua hal seperti saat anak-anak kalau bermain bersama harus jadi gurunya jangan jadi murid, dengan kata lain harus jadi pemimpin jangan jadi bawahan. Saat usia sekolah, ia harus menjadi juara pertama atau menjadi yang paling hebat di sekolah. Akan tetapi, beranjak dewasa, ternyata mereka bukan hanya pertama di prestasi, tapi meluas hingga menjadi pemilik pertama dalam segala hal, seperti pertama memiliki barang tren, mulai dari baju, tas, sepatu, hingga barang-barang lainnya.

Dalam memenuhi kebutuhan hidup para informan, mereka selalu didukung oleh orang tua dan keluarga besarnya. Keluarga besar yang dimaksud adalah paman, tante, kakek dan nenek. Keterlibatan keluarga kepada para informan, selain karena rasa sayang juga dilandasi oleh budaya yang dikenal dengan istilah ‘siri’. Mereka

merasa *siri'* bila dianggap tidak mampu dan tidak mampu bersaing dengan orang lain. Perasaan seperti itu telah melekat secara turun temurun dan berpengaruh dalam gaya hidup mereka.

Budaya *siri'* adalah Rasa malu dalam budaya Bugis Makassar dikenal dengan nama *siri'* dan *tenricau* bagian daripada *siri'*. *Siri'* merupakan standar harga di masyarakat di Sulawesi Selatan. Mereka bahkan rela mati demi mempertahankan *siri'*nya. Hal itulah yang orang tua tanamkan ke anak cucu mereka sebagai nasihat turun temurun.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang mendalam, maka dapat dikatakan bahwa makna dari *tenricau* sudah bergeser. Pergeseran makna *tenricau* yang dikemukakan tidak terlepas dari latar belakang keluarga yang dimiliki oleh para informan. Hampir semua informan berasal dari percampuran budaya dimana orang tua mereka berasal dari suku yang berbeda-beda, maksudnya hanya salah satu orang tua saja yg berasal dari suku Bugis atau Makassar. Pesan-pesan yang diajarkan sejak kecil tidak dapat mereka dapat maksudnya secara tepat. Dan sebagai remaja masa kini, mereka lebih banyak mencari kejelasan melalui internet bukan secara langsung. Alasan mereka mencari kejelasan melalui internet karena kesibukan orang tua mereka yang masing-masing memiliki pekerjaan.

Kesibukan orang tua dalam memenuhi kebutuhan di kota besar membuat pertemuan tidak dapat lama. Apalagi, remaja masa kini memang lebih banyak menghabiskan waktunya bersama gawai dibandingkan dengan bertemu dan berdiskusi atau sekedar bercerita biasa. Bahkan, walaupun bertemu orang tua dan anak lebih kepada gawainya masing-masing di mana obrolan hanya sesekali apabila dianggap perlu saja. Olehnya, para informan tidak terlalu memahami apa makna dari *tenricau*. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1

Tabel 1 Makna Tenricau menurut Informan

Informan	Makna Tenricau
Informan 1	Tidak boleh dikalahkan orang lain
Informan 2	Harus menjadi pertama dalam segala hal
Informan 3	Harus menjadi pemimpin jangan menjadi pengikut
Informan 4	Selalu menjadi contoh yang pertama
Informan 5	Harus menjadi orang pertama yang memiliki hal-hal baru
Informan 6	Harus paling eksis dan menjadi orang pertama yang eksis
Informan 7	Selalu menjadi utama dan pertama di semua hal
Informan 8	Sebagai orang yang memerintah bukan diperintah
Informan 9	Menjadi pemimpin bukan yang dipimpin
Informan 10	Menjadi nomor satu dimanapun berada

Sumber: data primer, 2024

Pengungkapan para informan menegaskan bahwa para remaja hanya mengartikan bahwa *tenricau* bermakna bahwa dirinya tidak boleh menjadi nomor dua atau sebagai pengikut. Ia diajarkan oleh orang tuanya

untuk menjadi terhebat dan contoh dimanapun ia berada dalam hal apapun. Perilaku ini tentunya menyimpang dari makna *tenricau* yang sebenarnya.

Tenricau memiliki makna bahwa dalam menjalani kehidupan, kita harus menjadi contoh yang baik. Hal tersebut karena segala perilaku kita akan dipertanggungjawabkan di hadapan Tuhan Yang Maha Kuasa. Olehnya, jangan mengikuti hal yang buruk, namun sebaliknya menjadi contoh utama orang-orang yang ada disekitar sebagai orang yang baik. Makna lain dari *tenricau* adalah harus menjadi yang pertama dalam berbuat baik, mulai dari diri sendiri hingga masyarakat agar dapat menjadi pemimpin dan contoh yang baik.

Adapun maksud dari *tenri* (tidak) dan *cau* (kalah) bukan berarti tidak mau dikalah dalam segala hal, melainkan tidak boleh menyerah dengan masalah yang melanda. Olehnya, dalam melakukan *tenricau*, ada semangat *reso* di dalamnya. *Reso* adalah usaha yang tiada henti dalam mencapai cita-cita. Hal tersebut sejalan dengan pepatah Bugis yaitu *Resopa temmangingi namalomo naletei pamase Dewata* (hanya usaha dan kerja keras tiada henti lah yang diridhoi oleh Allah). Akan tetapi, gengsi merupakan dasar manusia Bugis berperilaku (Rinaldi et al., n.d.). Dan saat ini, gengsi menjadi alasan utama dalam berperilaku.

Perilaku gengsi merupakan perilaku budaya turun temurun dan dalam penelitian ini gengsi adalah *self* dan *mind* dari informan. Gengsi adalah hasil budaya yang ada di dalam keluarga dan menjadi salah satu alasan terjadinya pergeseran makna *tenricau* pada informan. Mereka tidak mau menjadi nomor dua dalam segala hal. Selain gengsi, faktor perbedaan suku orang tua, menjadikan para informan kurang paham dan salah paham akan makna *tenricau*. Orang tua (*significant other*) memaknai *Tenricau* sebagai konsep yang selalu menjadi pertama dalam segala hal, apabila tidak mampu melalui prestasi maka pertama dalam gaya hidup. Pencampuran budaya menyebabkan pemahaman makna menjadi berbeda. Apalagi faktor gengsi lebih diutamakan dibandingkan dengan yang lain. Hal inilah yang mempengaruhi perilaku mereka di masyarakat (*society*).

Society mereka sebagai generasi Z tentu tidak lepas dari media sosial. Salah satu ciri dari generasi Z adalah lebih banyak berinteraksi dengan media sosial dibandingkan dengan tatap muka. Faktor inilah yang mendorong mereka mengaktualisasikan gengsinya dengan cara pamer (*flexing*) di media sosial nya. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain bahwa ia nomor satu.

Perilaku gengsi tentunya berpengaruh secara psikologi baik terhadap diri sendiri maupun dalam masyarakat utamanya dalam pergaulan. Dampak yang biasanya terjadi adalah adanya kelompok-kelompok yang terbentuk sesuai dengan 'kasta' ekonomi dan berujung pada perundungan. Kelompok yang memiliki perekonomian layak biasanya hanya ingin berteman dengan sesamanya, sementara yang perekonomiannya dibawah dianggap tidak selevel. Perilaku seperti ini dapat menimbulkan berbagai perilaku seperti kecemburuan bahkan pada kejahatan seperti tawuran.

Rasa gengsi yang tinggi apalagi dilandasi oleh kesalahan makna dari *tenricau* tentu saja menjadi permasalahan yang tidak bisa diabaikan. Persaingan tidak sehat pasti akan terjadi dan orang-orang sudah mengabaikan prestasi akan tetapi lebih kepada hal-hal yang bersifat materialistis.

Perilaku gengsi dan *flexing* pada remaja di kota Makassar, dapat dikatakan sebagai bergesernya nilai *Tenricau* yang merupakan salah satu konsep perilaku yang diajarkan sejak turun temurun. Pergeseran makna *local wisdom* tentunya tidak lepas dari peran media sosial dalam penyebaran informasi. Media sosial saat ini lebih senang menyebarkan budaya asing dibandingkan dengan budaya lokal. Budaya asing di konsep dengan semenarik mungkin. Berbeda dengan budaya lokal. media kurang memberikan informasi yang jelas karena dikonsep dengan tidak menarik. Hal ini menyebabkan anak remaja masa kini sedikit yang tertarik dengan budaya sendiri. Dampak dari kurangnya informasi mengenai budaya sendiri adalah Kehilangan jati diri bangsa serta hilangnya nilai-nilai lokal seperti kesopanan, gotong royong, saling bantu atau rasa peduli terhadap sesama. bahkan dapat dikatakan, FoMo saat ini adalah budaya baru yang telah melanda remaja di Kota Makassar.

SIMPULAN

Remaja di Kota Makassar berperilaku FoMo didasarkan pada nilai *Tenricau* yang ditafsirkan secara salah dan telah mereka pelajari sejak kecil. Nilai *Tenricau* sendiri berarti berjuang dan berusaha menjadi yang terbaik. Namun, karena kebanyakan orang tua mereka memiliki budaya yang berbeda, maka mereka salah memaknai *Tenricau*, dimana mereka memaknai konsep tersebut yaitu menjadi yang terbaik dalam semua hal dan berlandaskan rasa gengsi. Dampak dari bergesernya makna tersebut, menjadikan remaja menjadi gemar pamer (*flexing*) dan FoMo menjadi budaya baru di kalangan remaja di Kota Makassar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adyanti, G. M., & Sofia, A. (2013). *Hubungan Pola Asuh Otoritatif Orang Tua Dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Kecerdasan Moral*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Afifah, E. R., & Savira, S. I. (2023). Adaptasi Wanita Di Awal Pernikahan. *Character : Jurnal Penelitian Psikologi*, Vol. 10, No.03.
- Annur, C. M. (2023, maret 1). *databoks*. Diambil kembali dari Katadata Media Network: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/01/kasus-perceraian-di-indonesia-melonjak-lagi-pada-2022-tertinggi-dalam-enam-tahun-terakhir#:~:text=Menurut%20laporan%20Statistik%20Indonesia%2C%20jumlah,2021%20yang%20mencapai%20447.743%20kasus>.
- Asdiqoh, S. (2017). Peran Orang Tua Dalam Pemahaman Etika Sosial Anak. *Thufula*, Vol 5 no 2.
- Atkinson, R. L. (1999). *Pengantar Psikologi*. Jakarta: Erlangga.
- Azwar, S. (2010). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baran, S., & Davis, D. (2009). *Mass Communication Theory: Foundation, Ferment, and Future (5th ed.)*. Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- Bartens, K. (2007). *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Basjah, C. H., & Mustaring, S. (1966). *Semangat Paduan Rasa Suku Bugis Makassar*. Surabaya: Yayasan Tifa Sirik.
- Budi, T. P. (2006). *Mengenal E-Commerce dan Bisnis di Dunia Cyber*. Yogyakarta: ARGO Publisher.
- Bungin, B. (2005). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Bungin, B. (2013). *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen, Dan Pemasara Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory (3rd ed.)*. Thousand Oaks: Sage.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*. Thousand Oaks: Sage.
- Dangmei, J., & Singh, A. P. (2016). Understanding The Generation Z: The Future Workforce. *South -Asian Journal of Multidisciplinary Studies (SAJMS)* , Volume 3 Issue 3.
- Desa, K. (2017, Desember). *Buku Saku Desa dalam Penanganan Stunting*. Diambil kembali dari Buku Saku Desa dalam Penanganan Stunting: https://siha.kemkes.go.id/portal/files_upload/Buku_Saku_Stunting_Desapdf
- Duvall, E. M., & Miller, B. C. (1985). *Marriage and family development*. new York: Harper & Row.
- Fardhani, P. R., & Izzati, U. A. (2013). Hubungan Antara Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja (Studi Pada Siswa Kelas Xi Sma Trimurti Surabaya). *Character*, Volume 01 Nomor 02.
- Fatimah, S. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran E-Commerce Melalui Website Klikhotel.Com. *Jurnal Common*, Vol 1 no 2.
- Gerungan, W. A. (2000). *Psikologi Sosial*. Refika Aditama: Bandung.
- Gunarsa, S. D. (2004). *Psikologi Praktis Anak, Remaja dan Keluarga*. Jakarta: PT. Gunung Mulia.
- Hartanto, A. Y. (2022, November 2). *Periksa Data Riset: Mayoritas Menggunakan Paylater 2-5 Kali per Bulan*. Diambil kembali dari Tirto.id: <https://tirto.id/riset-mayoritas-menggunakan-paylater-2-5-kali-per-bulan-gx1L>
- Hutabarat, N. A., Silitonga, N., Purba, I., & Nainggolan, S. M. (2022). Kurangnya Etika Dalam Lingkungan Keluarga. *SOSMANIORA (Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora)*, Vol. 1 No. 3.
- Indarto, W. (2015). Peranan Keluarga Dalam Mempersiapkan Kemandirian Anak Untuk Menghadapi Masalah-Masalah Dalam Kehidupan. *EDUCHILD*, Vol. 4 No. 2.
- Indrayanti. (2020). *NILAI SIRI' NA PESSE' PADA KELUARGA SINGLE PARENT (Studi Kasus Komunikasi Keluarga Single Parent di Kota Makassar)*. Bandung: Universitas Padjadjaran.
- Indrayanti, Sennahati, Mattarima, & Saharuddin. (2023). Entrepreneurship: Single Mother'S Family Solutions In Building Family Communication. *Journal Of Entrepreneur, Business, And Managemen*, Vol 1 issue 2.
- Isan, D., & Nasir, B. (2023). Dampak Penggunaan Internet Terhadap Perilaku Remaja Di Desa Long Uro Kecamatan Kayan Selatan Kabupaten Malinau. *Pembangunan Sosial*, Volume 11 no 1.
- Kalakota, R., & Whinston, A. B. (1997). *Electric Commerce A Manager's Guide*. USA: Addison - Wesley.
- Kangean, S., & Rusdi, F. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Persaingan E-Commrece Di Indonesia. *Prologia*, Vol 4 no.2.
- Karo, I. K. (2018). *Konsep Etika Peserta Didik Menurut Burhanuddin Al-Zarnuji*. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Karvistina, L. (2011). *Persepsi Masyarakat Terhadap Status Janda* . Yogyakarta: Universitas Negri Yogyakarta.
- King, L. A. (2017). *Psikologi umum : sebuah pandangan apresiatif*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Kristanto, D. (2011). Pengaruh Orientasi Fashion, Money Attitude Dan Self-Esteem Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Pada Remaja (Studi Pada Konsumen Produk Telepon Selular di Surabaya). *Geoscience*, Vol 2 No 2.
- Laurence, J. M. (2004). *Arsitektur dan Perilaku Manusia*. Jakarta: PT.Grasindo.
- Lestari, T. R. (2023). Stunting Di Indonesia: Akar Masalah Dan Solusinya. *Info Singkat*, Vol. XV, No. 14/II/Pusaka/Juli/2023 m.
- Loudon, K. C. (2008). *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lukman, G. A., Alifa, A. P., Divarianti, A., & Humaedi, S. (2021). Kasus Narkoba Di Indonesia Dan Upaya Pencegahannya Di Kalangan Remaja. *JPPM*, Vol 2 no 3.
- Marzuki, L. (1995). *Siri Bagian Kesadaran Hukum Rakyat Bugis - Makassar Sebuah Telaah Filsafat Hukum*. Ujung Pandang: Hasanuddin University Press.

- Mattulada. (1982). *Kebudayaan Bugis Makassar*. Jakarta: Jambatan.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Monks, F. J., Knoers, A. M., & Hadinoto, S. R. (2022). *Psikologi perkembangan : pengantar dalam berbagai bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Morissan, Wardhani, A. C., & U, F. H. (2013). *Teori komunikasi massa : media, budaya, dan masyarakat*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, D. (2001). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2024). *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung: Sambiosa.
- Mustari. (2018). *Fenomena Keterlibatan Remaja Terhadap Narkoba*. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Nadirawati. (2018). *Buku Ajar Asuhan Keperawatan Keluarga. 1st edn. Edited by Anna*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Nath, S. (2011). What Makes People Infidel? An Analysis of the Influence of Demographics on Extramarital Affairs. *Undergraduate Economic Review*, Vol 8 Issue 1.
- Norton, R. (1983). Measuring marital quality: A critical look at the dependent variable. *Journal of Marriage and the Family*, 141-151.
- Nurul, A. (2014). *Pembangunan aplikasi e-commerce di Distro As Lotus*. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.
- Octaviani, C., & Kartasmita, S. (2017). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Kosmetik Pada Wanita Dewasa Awal. *Jurnal MUARA ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, Vol 2 No 1.
- Organization, W. H. (2014, Desember). *Global nutrition targets 2025: stunting policy brief*. Diambil kembali dari <https://www.who.int/publications/i/item/WHO-NMH-NHD-14.3>
- Paat, G. (1989). *Permasalahan Seksual dalam Masa Menopause dan Purna Menopause*. Jakarta: Rumah Sakit Pusat Pertamina.
- Pangerapan, J. N., Boham, A., & Randang, J. L. (2020). Persepsi Mahasiswa Tentang Kepala Berita Click Bait Media Online Instagram (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Unsrat Konsentrasi Jurnalistik). *Acta Diurna Komunikasi*, Vol 2 no 1.
- Parker, S. P. (1994). *Dictionary of Scientific and Technical Terms*. New York: McGraw-Hill .
- Pendidikan, B. S. (2020). *Arah Kompetensi Generasi Indonesia Menuju 2045*. Jakarta Selatan: Badan Standar Nasional Pendidikan.
- Pranoto, W., & Mahardayani, I. H. (2010). Perilaku Konsumen Remaja Menggunakan Produk Fashion Bermerek Ditinjau Dari Kepercayaan Diri. *Jurnal Psikologi Universitas Muria Kudus*, Volume I, No 1, Desember.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, Volume 29 issue 4.
- Putri, D. B., & Julianto, A. (2023, November 1). *Survei Populix: Shopee Pay Later Jadi Brand yang Banyak Digunakan* . Diambil kembali dari VOI: <https://voi.id/teknologi/325296/survei-populix-shopee-pay-later-jadi-brand-yang-banyak-digunakan>
- Rahmadhita, K. (2020). Permasalahan Stunting dan Pencegahannya. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Sandi Husada*, DOI: 10.35816/jiskh.v11i1.253.
- Rangkuti, F. (1997). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riswandi, D. (2019). Transaksi On-Line (E-Commerce) : Peluang dan Tantangan dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Econetica*, Vol.1 No.1 Mei .
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *ORGANIZATIONAL BEHAVIOUR*. Jakarta: Salemba .
- Rofadhilah, R., Taufik, O. A., & Hakim, L. (2018). Dampak Penggunaan Teknologi Internet Terhadap Etika Dan Akhlaq Anak Dalam Keluarga Di Jakarta Utara. *JISAMAR*, Vol 2 no 1.
- Ruswati, Leksono, A. W., Prameswary, D. K., Pembajeng, G. S., Inayah, Felix, J., . . . Ashanty. (2021). Risiko Penyebab Kejadian Stunting pada Anak. *Jurnal Pengabdian Kesehatan Masyarakat: Pengmaskesmas*, Vol.1, No.2, 34-38.
- Salam, B. (1997). *Etika Moral, Asas Moral Dalam Kehidupan Sosial Manusia*. Jakarta: Renika Cipta.
- Santosa, E. T. (2015). *Raising Children in Era Digital*. Jakarta: PT Elex Media komputindo.

- Santrock, J. W. (2012). *Life Span Development : Perkembangan Masa Hidup Jilid I*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Santrock, J. W. (2012). *Life-Span Development Jilid 1 : Perkembangan Masa-Hidup*. Jakarta: Erlangga.
- Saputro, K. Z. (2018). Memahami Ciri dan Tugas Perkembangan Masa Remaja. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 17(1), 25–32.
- Sarwono, S. W. (2016). *Psikologi Remaja*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Setiawan, A. (2012). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ramayana. *Jurnal Administrasi Nusantara*, Vol 14 no 2.
- Sukmana, O. (2003). *Dasar-Dasar Psikologi Lingkungan*. Malang: UMM Press.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Ghalia.
- Sutarto, Mayasari, D., & Indriyani, R. (2018). Stunting, Faktor Resiko dan Pencegahannya. *Agromedicine*, vol 5 no 1.
- Vaughan, O. (2003). *Chiefs, Power, and Social Change: Chiefship and Modern Politics in Botswana, 1880s-1990s*. New York: Africa World Press.
- Vitria, N. (2020). Pengaruh Internet Bagi Siswa-Siswi Sma Negeri 3 Padang . *Science, Engineering, Education, and Development Studies (SEEDS)* (hal. Volume 2 No. 2). Surakarta: UNS.
- Waekuejik, W. (2019). *Pengaruh Kecerdasan Emosi Terhadap Kecanduan Penggunaan Internet Pada Siswa-Siswi Di Sekolah Wittaya Islam Mulniti Pattani Thailand*. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim .
- Wahyuni, I. (2018). Menguak Mitos Tahun Duda Dari Catatan Pernikahan Perspektif Hukum Islam di Kabupaten Pati. *An-Nidzam*, Vol 5 No 1.
- Walgio, B. (2005). *Pengantar Umum Psikologi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wiratri, A. (2018). Menilik Ulang Arti Keluarga Pada Masyarakat Indonesia. *Jurnal Kependudukan Indonesia*, Vol. 13 No. 1.
- Yuwanti, Mulyaningrum, F. M., & Susanti, M. M. (2021). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Stunting Pada Balita Di Kabupaten Grobogan. *Jurnal Keperawatan & Kesehatan Masyarakat*, Vol 10 no 1.
- Zakaria, A. (2017). *Asuhan Keperawatan Keluarga Pendekatan Teori dan Konsep*. Malang: International Research and Development for Human Being.