**HUBUNGAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DENGAN KECANDUAN MEDIA SOSIAL PADA REMAJA**

***THE RELATIONSHIP BETWEEN FEAR OF MISSING OUT (FOMO) AND SOCIAL MEDIA ADDICTION IN ADOLESCENTS***

Husnul Khotimah

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

200810242@student.mercubuana-yogya.ac.id

082119308155

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *fear of missing out* (FoMO) dengan kecanduan media sosial pada remaja. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah, terdapat hubungan positif antara *fear of missing out* (FoMO) dengan kecanduan medi sosial remaja. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 100 orang remaja. Pengambilan data penelitian ini menggunakan skala *Social Media Addiction Scale* (SMAS) dan skala *Fear Of Missing Out*. Teknik analisis data, menggunakan Korelasi Product Momen dari Pearson. Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh koefisien korelasi sebesar rxy = 0,644 (p > 0,050) menunjukkan adanya hubungan yang positif antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada remaja. Koefisien determinasi (R²) dalam penelitian ini sebesar 0,415, hal ini menunjukkan bahwa variabel *fear of missing out* memiliki kontribusi sebesar 41,5% terhadap variabel kecanduan media sosial dan sisanya sebesar 58,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.
**Kata kunci:** *fear of missing out*, remaja, kecanduan media sosial

ABSTRACT

*This study aims to determine the relationship between fear of missing out (FoMO) and social media addiction in adolescents. The hypothesis proposed in this study is that there is a positive relationship between fear of missing out (FoMO) and adolescent social media addiction. The subjects in this study amounted to 100 adolescence. Data collection in this study used the Social Media Addiction Scale (SMAS) and the Fear Of Missing Out scale. Data analysis techniques, using Pearson's Product Moment Correlation. Based on the results of data analysis, a correlation coefficient of rxy = 0.644 (p> 0.050) was obtained, indicating a positive relationship between fear of missing out and social media addiction in adolescents. The coefficient of determination (R²) in this study is 0.415, indicating that the fear of missing out variable has a contribution of 41.5% to the social media addiction variable and the remaining 58.5% is influenced by other factors.
Keywords: fear of missing out, adolescence, social media addiction*

**PENDAHULUAN** Masa remaja merupakan masa transisi dari fase kanak-kanak menuju ke fase dewasa mencangkup dimensi fisik, dan juga mencangkup perkembangan kognitif, psikologis, sosial, harga diri dan emosi pada remaja (Thahir, 2018). Pada dasarnya, kebutuhan remaja dalam penggunaan media sosial untuk membangun dan mengembangkan hubungan sosial dan membantu proses berkembangan menjadi lebih baik. Untuk diterima dan selalu terhubung oleh teman sebayanya penting bagi perkembangan remaja selain itu, aktivitas yang mereka lakukan melalui media sosial memungkinkan mereka memenuhi kebutuhan remaja untuk menjadi bagian dari kelompok sosial (Christina, dkk. 2019).
 Banyak faktor yang mempengaruhi proses bertumbuh dan berkembang remaja, salah satunya yaitu media sosial (santrock, 2012). Akibatnya, banyak remaja di Indonesia menghabiskan waktu untuk menggunakan media sosial untuk mengikuti aktivitas orang lain, mencari informasi dan dilakukan ketika mereka sedang makan, saat berjalan kaki, bahkan saat mengemudi sekalipun atau ketika mereka akan tidur dan berlanjut pada saat mereka mengikuti waktu belajar disekolah tetap dengan menggunakan media sosialnya. Para remaja merasa kurang cukup untuk mendapatkan informasi atau berita dari media sosialnya bisa menimbulkan perasaan cemas takut tertinggal momen (Przbylski, dkk,. 2013).
 Kecanduan media sosial dijelaskan sebagai suatu gangguan bermasalah yang disebabkan dalam menggunakan media sosial secara berlebihan dan mengarah pada kecemasan dan gangguan perilaku kompulsif (Al-Menayes, 2015). Menurut Al-Menayes (2015), mengungkap beberapa aspek seperti; pertama konsekuensi sosial (*Social Consequences*),; kedua pengalihan waktu (*Time Displacement*),; ketiga Perasaan komplusif (*Complusive Feeling*).
 Berdasarkan data dari Datereportal.com (2023), jumlah pengguna media sosial aktif di Indonesia mencapai 167,0 juta orang pada januari tahun 2023. Jumlah pengguna aktif tersebut, setara dengan 60,4% dari 274 juta masyarakat yang berada di Indonesia. Data lain diperoleh dari Datareportal.com (2023) pengguna aktif media sosial di Indonesia terdiri atas 46,8% pengguna media sosial wanita dan 53,2% pengguna media sosial laki-laki. Rata-rata menghabiskan waktu penggunaan media sosial mencapai 3 jam 18 menit setiap hari.
 Hasil wawancara awal yang peneliti lakukan terkait kecanduan media sosial pada tanggal 2 sampai 5 Desember 2023 kepada 10 orang remaja diperoleh dari aspek *Sosial Consequences* 7 dari 10 remaja dalam menggunakan media sosial berpengaruh pada kegiatan yang dilakukan individu sehari-hari seperti bermain dengan teman ataupun belajar pendidikan karena mereka lebih senang dalam bermain media sosial. Pada aspek *Time displacement* 8 dari 10 remaja waktu terbuang dalam bermain media sosial sehingga melalaikan tugas atau pekerjaan. Dan dari aspek *Complusive feeling* 7 dari 10 remaja muncul perasaan senang, seru dan mengurangi bosen dalam menggunakan media sosial.
 Dampak negatif kecanduan media sosial dapat menyebabkan remaja mengabaikan tanggung jawab di kehidupan nyata seperti mengabaikan pekerjaan atau tugas sekolah dan menghabiskan lebih sedikit waktu untuk belajar, menyebabkan prestasi akademik yang menurun karena remaja lebih banyak menghabiskan waktunya untuk mengakses media sosial (Mim, Islam & Paul, 2018).Faktor-faktor dari berbagai penelitian mengungkap faktor lain yang mempengaruhi kecanduan media sosial, beberapa diantara nya; pertama hasil penelitian yang sudah dilakukan Blackwell, dkk. (2017) menemukan bahwa *Fear of Missing Out* mempunyai dampak secara signifikan pada kecanduan media sosial,; faktor kedua yaitu, kepuasan hidup (*life satisfaction*) penelitian yang sudah dilakukan oleh Longstreet & Brook (2017) tingkat kebahagiaan pada diri individu yang tinggi akan memiliki kepuasan hidup yang baik. Begitu sebaliknya, individu yang memiliki tingkat stress yang tinggi maka memiliki kepuasan hidup yang kecil,; faktor ketiga yaitu, kecemasan sosial penelitian yang dilakukan oleh Azka, Firdaus & Kurniadewi (2018) faktor kecemasan sosial memiliki pengaruh secara signifikan pada kecanduan media sosial.
 Menurut Savitri & suprihatin (2021) FoMO dijelaskan sebagai rasa kecemasan yang ditandai oleh perilaku dan keingintahuan individu untuk selalu mengetahui aktivitas orang lain di media sosial. Hal ini dicirikan dengan keinginan untuk terus terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain yang di cirikan dari FoMO (Przybylski, dkk., 2013). Seseorang dianggap FoMO jika memiliki gejala seperti tidak bisa menjauh dari ponselnya, menimbulkan kecemasan dan gelisah ketika tidak memeriksa media sosialnya, mengutamakan interkasi dengan teman sebaya di media sosial dibandingkan kehidupan nyata, dan menimbulkan perasaan stres ketika lebih sedikit orang yang melihat akun mereka (Abel, dkk., 2016). Penelitian Przbylski, dkk. (2013) menjelaskan aspek-aspek dari FoMO, yaitu; pertama tidak terpenuhinya kebutuhan psikologi akan *self*; kedua tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *relatedness*. Hubungan antara FoMO dengan kecanduan media sosial dijelaskan melalui kebutuhan individu terhadap media sosial, munculnya kebutuhan dan keinginan untuk terhubung komunikasi bersama individu lain bisa terpenuhi melalui media sosial. Kemudahan menyampaikan informasi di media sosial memudahkan individu mengetahui kegiatan yang dilakukan orang lain setiap hari. Hal ini dapat mengalami FoMO berujung pada kecanduan media sosial pada individu (Abel, 2016).
 Menurut studi penelitian oleh Przbylski, dkk. (2013) menunjukkan bahwa media sosial menyediakan kebutuhan untuk memperoleh dan membagikan informasi menjadi semakin mudah untuk didapat. Ini disebabkan oleh fakta bahwa media sosial menyediakan berbagai informasi tentang aktivitas, peristiwa, percakapan ataupun kegiatan individu dengan individu lain. Oleh karena itu, individu yang mengalami FoMO akan terus tertarik ingin terus-menerus menggunakan media sosial sehingga dapat menyebabkan individu tersebut mengalami kecanduan media sosial (Al-menayes, 2016).
 Penelitian ini melibatkan 100 remaja berusia 18-22 tahun dengan kategori remaja menggunakan media sosial lebih dari 3 jam dalam sehari sebagai subjek penelitian. Hasil penelitian ini membuktikan bahwasanya terdapat korelasi yang positif antara kecanduan media sosial dengan FoMO. Motivasi remaja dalam menggunakan media sosial FoMO yang tinggi pada penggunaan media sosial, yang berarti individu akan selalu memposting aktivitas di media sosial secara terus menerus. Mereka berusaha untuk selalu terhubung dengan keadaan sekitarnya, akibatnya individu memiliki ketakutan kehilangan teman jika tidak update ke media sosial tentang kabar dan informasi terbaru tentang peristiwa yang sedang terjadi di media sosial(Dossey, 2014).
 Disetujui kebenarannya oleh penelitian yang dilakukan oleh Baker, dkk. (2016) ada hubungan positif antara FoMO dengan jumlah waktu durasi yang dihabiskan individu dalam menggunakan media sosial. Hal ini menyebabkan kurangnya interaksi sosial individu dan mengabaikan teman sekitarnya karena terlalu fokus pada media sosial, merasa gelisah saat ada notifikasi masuk, melupakan untuk mengerjakan tugas sekolah, kesulitan tidur tepat waktu dan mengakibatkan susah untuk pergi ke sekolah karena telat bangun pagi. Penelitian serupa dilakukan oleh Ayu, dkk. (2020) penelitian di SMA Negeri 14 kabupaten Tanggerang pada tahun 2019 menemukan hubungan seacara relevan antara FoMO dengan kecanduan media sosial para remaja pengguna media sosial.
 Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan di atas, rumusan masalah penelitian ini yaitu “ apakah apakah ada hubungan antara FoMO dengan kecanduan media sosial pada remaja?
**METODE** Penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan skala sebagai metode pengumpulan data. Metode pengumpulan data dengan menggunakan skala *Social Media Addiction Scale* (SMAS) pada variabel kecanduan media sosial yang digunakan mengacu pada teori yang dikembangkan milik Al-Manayers (2015) sedangkan skala FoMO yang digunakan mengacu pada teori yang dikembangkan oleh Przbylski, dkk. Penelitian ini menggunakan beberapa karakteristik yaitu; (1) remaja usia 18-22 tahun; (2) menggunakan media sosial lebih dari 3 jam dalam sehari. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis korelasi *product momen*.
 Skala pengukuran dalam penelitian ini disusun menurut model skala *Likert* dan terdiri dari beberapa pernyataan sikap *favorable* (mendukung). Skala kecanduan media sosial yang disebarkan menggunakan model skala *Likert* setiap aitem memiliki empat kategori pilihan sebagai berikut: STS (sangat tidak sesuai), TS (tidak sesuai), S (sesuai), SS (sangat sesuai) dengan skor 1, 2, 3, dan 4 pada masing-masing aitem. Sedangkan, Skala FoMO yang disebarkan menggunakan skala Likert dengan empat kategori pilihan, pilihan sebagai berikut: SS (sangat setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), dan STS (sangat tidak setuju) dengan skor 4, 3, 2, dan 1.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

 Hasil deskriptif statistik data penelitian pada variabel kecanduan media sosial dan FoMO dapat dilihat pada tabel-tabel dibawah ini:

**Tabel 1. Deskripsi Data Penelitian**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Variabel | N | Data Hipotetik |  | Data Empirik |
| Mean  | Skor  | Standar Deviasi  | Mean  | Skor | Standar Deviasi |
| FoMO | 100 | 55 | 22 | 88 | 11 | 59,07 | 36 | 87 | 9,658 |
| Kecanduan Media Sosial | 100 | 38 | 15 | 60 | 8 | 38,45 | 20 | 59 | 6,625 |

 Dari data deskripsi penelitian tersebut, Menurut Azwar, (2018) Kategorisasi skor bertujuan untuk menempatkan individu ke dalam kelompok yang berjenjang menurut satuan kontinum berdasarkan karakteristik yang diukur. Berikut kategorisasi dari masing-masing variabel penelitian.

 Melalui hasil kategorisasi dari kecanduan media sosial, diperoleh hasil sebagai berikut; kategori tinggi sebesar 12 subjek presentase (12%), kategori sedang 82 subjek presentase (82%), dan kategori rendah sebesar 6 subjek presentase (6%). Sehingga dapat disimpulkan dari pemaparan tersebut bahwa kecanduan media sosial pada remaja tergolong ke dalam kategori sedang. Melaui hasil kategorisasi dari FoMO, diperoleh hasil sebagai berikut; kategori tinggi sebesar 32 subjek presentase (32%), kategori sedang sebesar 65 subjek presentase (65%), dan kategori sedang sebesar 3 subjek presentase (3%). Sehingga dapat disimpulkan dari pemaparan tersebut bahwa FoMO pada remaja tergolong ke dalam kategori sedang.

 Terdapat beberapa persyaratan yang harus terpenuhi terlebih dahulu sebelum melakukan uji hipotesis menggunakan teknik analisis korelasi *product moment,* yaitu dengan melakukan uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas menggunakan teknik analisis model *one sample* kolmorogov-smirnov (K-S-Z). Kaidah yang digunakan adalah apabila nilai signifikansi K-S-Z > 0,050 maka sebaran data mengikuti distribusi data normal dan apabila K-S-Z < 0,050 maka sebaran data tidak mengikuti distribusi data normal (Azwar, 2018). Uji linearitas dilakukan untuk menguji apakah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat linear atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan cara menguji nilai signifikansi F. Kaidah yang digunakan dengan adalah jika nilai p < 0,050 berarti kedua variabel memiliki hubungan yang linear dan jika nilai p > 0,050 berarti kedua variabel tidak memiliki hubungan yang linear (Azwar, 2018). Sedangkan Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment (pearson korelation)* yang dikembangkan oleh Karl Pearson. Teknik korelasi (*pearson correlation*) digunakan untuk menetapkan hubungan antara dua variabel yaitu variabel terikat dengan variabel bebas. Jika diperoleh korelasi yang signifikan berarti ada hubungan antara satu variabel dengan variabel lain. Kaidah yang digunakan apabila nilai p < 0,050 berarti ada korelasi dan apabila nilai p > 0,050 berarti tidak ada korelasi (Sugiyono,2020).

 Dari hasil uji normalitas pada variabel FoMO diperoleh K-S-Z = 0,083 dengan p = 0,082 (p > 0,050) maka dapat dikatakan bahwa sebaran data skor variabel FoMO mengikuti sebaran data normal. Pada variabel kecanduan media sosial diperoleh K-S-Z = 0,063 dengan p = 0,200 (p > 0,050) maka dapat dikatakan bahwa sebaran data skor variabel kecanduan media sosial mengikuti sebaran data normal. Melalui hasil uji linearitas yang dilakukan oleh peneliti pada variabel FoMO dan variabel Kecanduan Media Sosial diperoleh F = 93,089 dengan p = < 0,01 (p < 0,050). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara FoMO dengan kecanduan media sosial merupakan hubungan yang linear. Dari hasil analisis *product moment (pearson correlation)* diperoleh koefisien korelasi (rxy) = 0,644 (p > 0,050). Hal ini berarti terdapat hubungan yang positif antara FoMO dengan kecanduan media sosial pada remaja. Hal tersebut menandakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima. Selain itu, hasil analisis data tersebut juga menunjukkan nilai koefisien determinasi R square (R²) sebesar 0,415 yang menandakan variabel FoMO memberi kontribusi sebesar 41,5% terhadap kecanduan media sosial pada remaja dan sisanya 58,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

 Dilakukan uji tambahan, sebelum melakukan uji independent sample T-Test ada 2 syarat yang harus terpenuhi yaitu uji normalitas dan uji homogenitas. Kaidah yang digunakan apabila jika nilai p < 0,050 artinya terdapat perbedaan yang signifikan pada kelompok yang dibandingkan. Apabila p > 0,050 artinya tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada kelompok yang dibandingkan. Uji homogenitas menggunakan kaidah jika nilai p <0,050 berarti sampel tidak memenuhi persyaratan homogenitas, artinya sampel tidak berasal dari populasi yang homogen. Apabila jika nilai p >0,050 berarti sampel memenuhi prasyarat homogenitas, artinya sampel berasal dari populasi yang homogen.

 Melalui hasil uji homogenitas pada variabel kecanduan media sosial yang dilakukan oleh peneliti diperoleh hasil F *=* 1,822 dan p = 0,180 (p >0,050). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara kecanduan media sosial dengan FoMO termasuk homogen. Dan uji homogenitas pada variabel FoMO yang dilakukan oleh peneliti diperoleh hasil F *=* 1,955 dan p = 0,165 (p >0,050). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara FoMO dengan kecanduan media sosial termasuk homogen. Berdasarkan data hasil uji independent t-test kecanduan media sosial menunjukkan nilai t = 2,156 dengan p = 0,033 (p < 0,050) maka terdapat perbedaan yang signifikan pada kelompok jenis kelamin laki-laki dan perempuan pada variabel kecanduan media sosial. Sedangkan data hasil uji independent t-test FoMO menunjukkan nilai t = 1,512 dengan p = 0,134 (p > 0,050) maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada kelompok jenis kelamin laki-laki dan perempuan pada variabel FoMO.
**KESIMPULAN** Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara FoMO dengan kecanduan media sosial pada remaja, semakin tinggi FoMO yang dimiliki remaja, maka tingkat kecanduan media sosial yang dimiliki cenderung tinggi. Sebaliknya, semakin rendah FoMO yang dimiliki remaja, maka tingkat kecanduan media sosial yang dimiliki cenderung rendah. Dengan demikian berarti hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima. Berdasarkan penelitian tersebut disimpulkan bahwa ada korelasi positif antara FoMO dengan kecanduan media sosial.

**DAFTAR PUSTAKA**

Abel, J.P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Social Media and the Fear of Missing Out; Scale Development and Assesment. *Journal of Bussiness & Economics Research* (JBER), 14(1), 33-44.

Al-Menayes, J. J. (2015). Dimensions of social media addiction among university students in Kuwait. *Psychology and Behavioral Sciences*, 4(1), 23–28.

Al-Menayes. (2016) The Fear of Missing Out Scale: Validation of the Arabic version and correlation with social media addiction*. International Journal of Applied Psychology,* 6(2): 41-46.

Azka, F., firdaus, D. F., & Kurniadewi, E. (2018). Kecemasan sosial dan ketergantungan media sosial pada mahasiswa. Psympathic : *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(2), 201-210.

Azwar, S. (2018). Reliabilitas dan validitas (Edisi keempat). Yogyakarta: *Pustaka Pelajar.*

Baker, Z. G., krieger, H., & LeRoy, A. S (2016) *Fear of Missing Out: Relationships with depression, mindfulness, and physical symptoms*. Translational Issues in psychological Science, 2(3), 275.

Blackwell, D., et al (2017). *Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out predictors of social media use and addiction*. Personality and individual differences, 116, 69-72.

Christina, R., Yuniardi, S. M., & Prabowo, A., (2019) Hubungan Tingkat Neurotisme dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Remaja Pengguna Aktif Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Psikologi*. 4(2), 105-117.

Datareportal. (2023). DIGITAL 2023: INDONESIA. https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia, diakses pada 29 Mei 2023.

Dossey, L. (2014). *Fomo, digital dementia and our dangerous experiment*. Exploration.

Ghozali, I. 2015.*Aplikasi Analisis Multivariate dengan ProgramSPSS*.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Longstreet, Phil & Brooks, Stoney. (2017). Life satisfaction: A key to managing internet & social media addiction. *Technology and Society* 50, 73-77.

Mim, F. N., Islam, M. A., & Paul, G. K. (2018). Impact of the use of social media on students ‘ academic performance and behavior change. *International journal of statistics and applied matehematics*, 3(1), 299-302.

Savitri, E. N. A. & Suprihatin, T. (2021). Peran Kontrol Diri dan Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Kecenderungan Adiksi Media Sosial pada Generasi Z yang Berstatus Mahasiswa. *Jurnal PSISULA : Prosiding Berkala Psikologi*. 3. 336-346.

Santrock, J. W. (2012). *Life-span development perkembangan masa hidup*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. (2020). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Thahir, A. (2018). Psikologi Perkembangan. Bandar Lampung: Aura Publishing

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,* 29, 1841 – 1848.