



## Peran *Fear Of Missing Out* Terhadap Kecanduan Media Sosial

Ditya Tri Amelia<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia, [dityatriamelia26@gmail.com](mailto:dityatriamelia26@gmail.com)

Corresponding Author: [dityatriamelia26@gmail.com](mailto:dityatriamelia26@gmail.com)

**Abstract:** This research aims to examine the role of fear of missing out on social media addiction in early adulthood. This research uses quantitative methods. By taking samples using a purposive sampling technique. The subjects of this research were 150 individuals in early adulthood. The data were analyzed using simple regression analysis and the results showed that there was a significant role between fear of missing out on social media addiction in early adulthood at 51.1% with a sig value of 0.00 ( $p < 0.05$ ).

**Keyword:** Social Media Addiction, Fear of Missing Out, Early Adulthood.

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menguji peran rasa takut ketinggalan terhadap kecanduan media sosial pada masa dewasa awal. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dengan pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Subjek penelitian ini berjumlah 150 orang pada usia dewasa awal. Analisis data menggunakan analisis regresi sederhana dan hasilnya menunjukkan terdapat peran yang signifikan antara Fear of Missing Out terhadap kecanduan media sosial pada masa dewasa awal sebesar 51,1% dengan nilai sig 0,00 ( $p < 0,05$ ).

**Kata Kunci:** Kecanduan Media Sosial, Takut Ketinggalan, Masa Dewasa Awal.

## PENDAHULUAN

Kehidupan manusia saat ini tidak lepas dari internet. Internet merupakan suatu jaringan telekomunikasi yang saling terhubung antara satu dengan lainnya di seluruh dunia. Pada tahun 1990-an internet menjamur dikalangan manusia serta membawa perubahan pada dunia. Kemudahan akses yang ditawarkan internet membuat dunia virtual semakin maju dan berkembang pesat. Hal tersebut membuat manusia menaruh minat yang tinggi terhadap penggunaan internet. Berdasarkan hasil survei Internet *Netwarld Stats* (2017), Indonesia masuk dalam urutan lima besar pengguna internet tertinggi di dunia dengan jumlah pengguna 132 juta atau sekitar 50,4% dari populasi penduduk Indonesia.

Penggunaan internet saat ini semakin luas, tidak lagi hanya sekedar digunakan untuk *searching* namun juga telah dilengkapi dengan berbagai media sosial sebagai media hiburan

dan komunikasi. Menurut Lewis dan Rosen (2010) mengatakan bahwa media sosial berfungsi sebagai label untuk teknologi digital yang membuat manusia dapat berinteraksi, terhubung, dan menciptakan berbagai konten.

Dewasa awal merupakan seseorang yang berkomitmen pada kehidupan yang lebih stabil melibatkan periode transisi yang panjang dan mengeksplorasi jalur karir (Santrock, 2007). Dewasa awal merupakan individu dengan usia 18-40 tahun yang mempunyai banyak tuntutan hidup. Mereka dituntut harus lebih mapan dalam segi ekonomi dan memiliki relasi yang lebih baik (Maulidya, 2018). Biasanya pada usia ini, banyak individu yang mengalami stres akibat berbagai tuntutan hidup. Mengakses media sosial merupakan salah satu cara individu mengalihkan pikiran dan emosi negatif yang dirasakannya. Selain sebagai sarana pengalihan pikiran, media sosial juga menjadi segala sumber informasi bagi individu untuk tetap terhubung dengan dunia maya dan mengikuti perkembangan terbaru dan terviral saat ini yang membuat individu tetap terus ter *up to date* sehingga dapat terpenuhi kebutuhan akan informasi dan kepuasan diri bagi individu. Hal ini membuat media sosial menjadi kebutuhan sehari-hari bagi individu yang berada dalam kelompok dewasa awal.

Salah satu *platform* media sosial yang banyak diminati dengan menempati peringat pertama dalam top *apps* pada bulan maret 2020 yaitu *Tiktok*. *Tiktok* mengalami popularitas yang meningkat setiap harinya dengan 800 juta pengguna aktif yang meluas ke beberapa negara yang tersedia (Massie, 2020). *Tiktok* sendiri merupakan suatu aplikasi media hiburan dan informasi yang mana pengguna dapat membagikan vidio pendek dengan menyediakan berbagai *filter* dan *editing* untuk vidio yang akan diunggah. Fyp yang ada di *Tiktok* akan berbeda antara satu orang dengan orang lainnya karena *Tiktok* menawarkan apa saja minat yang diminati pengguna saat ingin mendaftar di akun *Tiktok*. Selain itu, vidio tertentu yang sering ditonton oleh individu akan muncul pada fyp dengan konteks yang sama.

Hal tersebut membuat individu dalam kelompok usia dewasa awal tertarik menggunakan media sosial *Tiktok* dalam waktu yang cukup lama. Salah satu dampak negatif penggunaan media sosial *Tiktok* yaitu mengalami kecanduan media sosial. Andreassen dan Pallesen (2014) mendefinisikan bahwa kecanduan media sosial yaitu seseorang yang memiliki kecenderungan lebih khawatir mengenai media sosial yang di dorong oleh dorongan yang tidak terkendali dalam diri individu untuk tetap menggunakan media sosial.

Dorongan untuk tetap menggunakan media sosial dengan melihat secara virtual kegiatan orang-orang yang mereka bagikan pada akun media sosialnya dan sebagai cara agar tidak tertinggal informasi sedikitpun, tanpa sadar individu telah masuk dalam ciri-ciri *fear of missing out* (Azmi, 2019). Kata *fear of missing out* sendiri pertama kali diperkenalkan dalam penelitian Przyblylski, Murayama, DeHaan dan Gladwell (2013) yang mendefinisikan *fear of missing out* sebagai perasaan takut pada individu akan tertinggal atau kehilangan peristiwa berharga individu atau kelompok lain yang mana individu tidak ikut serta di dalamnya ditandai dengan perasaan untuk selalu ingin terhubung dengan orang atau kelompok lain lakukan di internet atau media sosial.

Individu yang terdeteksi *fear of missing out* mempunyai ketertarikan yang tinggi untuk mengakses media sosial *Tiktok* sehingga tetap dapat terhubung semua hal yang terjadi di dunia maya (Shapiro dan Margolin, 2014). Sejalan dengan yang dinyatakan oleh Fuster dkk. (2017) bahwa seseorang yang mengalami FoMo akan terus terpengaruh untuk mengakses dan mengecek akun *Tiktok* secara intens agar selalu terhubung dan ikut dalam kegiatan individu atau kelompok lain lakukan dalam media sosial. Hal tersebut dapat mengakibatkan seseorang mengalami kecanduan media sosial.

Berdasarkan masalah yang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul peran *fear of missing out* terhadap kecanduan media sosial pada dewasa awal.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini ialah dewasa awal yang berada di kota Padang, sedangkan sampel dalam penelitian ini berjumlah 150 orang. Adapun teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*, dengan kriteria subjek merupakan dewasa awal dengan usia 25-30 tahun yang berada dikota Padang, aktif menggunakan aplikasi tiktok selama kurang lebih 6 jam dalam sehari.

Variabel bebas penelitian ini yaitu *fear of missing out*, diukur menggunakan skala yang sudah dimodifikasi oleh peneliti dari skala adaptasi pada penelitian Przyblyski et all (2013) yang terdiri dari 2 aspek yaitu *relatedness* dan *self*. Sedangkan variabel terikat penelitian ini yaitu kecanduan media sosial, diukur menggunakan skala yang sudah dimodifikasi oleh peneliti dari skala yang kecanduan media sosial Manayes (2015) yang terdiri dari 3 aspek yaitu konsekuensi sosial, pengalihan waktu, dan perasaan kompulsif. Pengumpulan data kedua variabel ini menggunakan teknik skala model *Likert*. Hasil dari uji reliabilitas skala *fear of missing out* yakni sebesar 0,790, sedangkan pada skala kecanduan media sosial didapati nilai reliabilitasnya sebesar 0,843. Dalam menganalisis data digunakan analisis regresi sederhana dengan bantuan program komputer IBM SPSS *Statistics* 20.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Responden yang didapat pada penelitian ini berjumlah sebanyak 150 responden di usia dewasa awal. Terdiri dari 50 laki-laki dan 100 perempuan. Berdasarkan usia, responden dengan usia 25 tahun sebanyak (32%), 26 tahun (30,7%), 27 tahun (21,3%), 28 tahun (10,7%), 29 tahun (4%) dan 30 tahun (1,3%). Sedangkan bila dilihat dari pekerjaan, responden yang bekerja sebanyak 35,3% dan yang tidak bekerja sebanyak 64,7%.

Berdasarkan hasil uji hipotesis mengenai peran *fear of missing out* terhadap kecanduan media sosial didapatkan nilai *r-square* sebesar 0,51,1 dengan *p*=0,00 (*p*<0,05) yang artinya bahwa *Ha* diterima dan *H0* ditolak. Hasil tersebut menunjukkan arah yang positif, hal ini bisa diartikan bahwa adanya peran yang positif antara *fear of missing out* terhadap kecanduan media sosial pada dewasa awal.

**Tabel 1. Deskripsi data penelitian kecanduan media sosial dan *fear of missing out***

Variabel	Min	Max	Mean	SD
Kecanduan media sosial	14	56	43,34	6,746
<i>Fear of missing out</i>	23	54	42,00	6,047

Berdasarkan tabel 1, diketahui nilai minimum kecanduan media sosial pada responden yaitu 14 dan nilai maksimum yaitu sebesar 56. Kemudian rata-rata atau *mean* responden yaitu sebesar 43,34 dan untuk standar deviasi yaitu 6,746. Sedangkan nilai minimum kohesivitas *fear of missing out* pada responden yaitu 23 dan nilai maksimum yaitu sebesar 54. Selanjutnya rata-rata atau *mean* responden yaitu sebesar 42,00 dan untuk standar deviasi yaitu 6,047.

**Tabel 2. Kategorisasi skor kecanduan media sosial**

Rumus	Skor	Kategorisasi	F	(%)
$X < (\mu - 1,0\sigma)$	$X < 27$	Rendah	3	2,0
$(\mu - 1,0\sigma) \leq X < (\mu + 1,0\sigma)$	$27 \leq X < 41$	Sedang	25	16,7
$(\mu + 1,0\sigma) \leq X$	$41 \leq X$	Tinggi	122	81,3
Jumlah			150	100

Berdasarkan tabel 2, dapat dilihat bahwa terdapat sebanyak 3 responden (2%) yang memiliki tingkat kecanduan media sosial rendah, 25 responden (16,7%) memiliki tingkat

kecanduan media sosial sedang, dan 122 responden (81,3%) yang memiliki tingkat kecanduan media sosial yang tinggi.

**Tabel 3. Kategorisasi skor fear of missing out**

Rumus	Skor	Kategorisasi	F	(%)
$X < (\mu - 1,0\sigma)$	$X < 27$	Rendah	2	1,3
$(\mu - 1,0\sigma) \leq X < (\mu + 1,0\sigma)$	$27 \leq X < 41$	Sedang	54	36,0
$(\mu + 1,0\sigma) \leq X$	$41 \leq X$	Tinggi	94	62,7
Jumlah			150	100

Berdasarkan tabel 3 kategorisasi di atas diketahui terdapat 2 responden (1,3%) yang memiliki *fear of missing out* yang rendah, 54 responden (36,0%) memiliki *fear of missing out* kategori sedang, dan 94 responden (62,7%) yang memiliki *fear of missing out* dengan kategori tinggi.

**Tabel 4. Uji normalitas residual kecanduan media sosial dan fear of missing out**

Variabel	SD	Mean	K-SZ	P	Ket.
Fear of Missing out dan Kecanduan Media Sosial (Tiktok)	4,846	0E-7	0,863	0,446	Normal

Berdasarkan tabel 4, diketahui hasil uji normalitas penelitian ini menunjukkan bahwa nilai  $p > 0,05$  ( $0,446 > 0,05$ ) yang artinya nilai residual kedua variabel dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

**Tabel 5. Hasil uji regresi linear sederhana**

Variabel	Korelasi (R)	R-Square	Koefisien Regresi	P (Signifikansi)
Fomo	0,715	0,511	0,755	0,000

Setelah dilakukan pengujian, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,715 dengan nilai  $p$  sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) hal ini menunjukkan bahwa terdapat peran *fear of missing out* terhadap kecanduan media sosial (Tiktok) pada dewasa awal, maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

Untuk mengetahui seberapa besar peran variable X terhadap variabel Y dapat dilihat dari nilai *R-Square*. Pada penelitian ini nilai *R-Square* adalah sebesar 0,511 yang artinya terdapat peran *fear of missing out* sebesar 51,1% terhadap kecanduan media sosial Tiktok pada dewasa awal.

## Pembahasan

Penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat peran *fear of missing out* terhadap kecanduan media sosial Tiktok pada usia dewasa awal. Penelitian ini ditujukan kepada kelompok usia dewasa awal yang aktif menggunakan media sosial Tiktok kurang lebih 6 jam dalam sehari. Berdasarkan pada hasil dari analisis regresi linear sederhana didapatkan besarnya peran *fear of missing out* terhadap kecanduan media sosial pada dewasa awal adalah sebesar 51,1% dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 ( $< 0,05$ ) yang berarti bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hal ini berarti terdapat peran yang signifikan *fear of missing out* terhadap kecanduan media sosial Tiktok pada dewasa awal. Hubungan antar variabel tersebut menunjukkan positif, yang mana ini berarti semakin tinggi *fear of missing out* pada individu, maka akan semakin tinggi pula tingkat kecanduan media sosial Tiktok pada seseorang.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyunindya (2021) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial. Begitu pula dengan penelitian Pratiwi dan Fazriani (2020) menunjukkan bahwa *fear of missing out* memiliki peran yang signifikan terhadap kecanduan media sosial. Dari

beberapa hasil penelitian tersebut sama-sama menunjukkan bahwa terdapat peran yang cukup besar yaitu ditandai dengan semakin tinggi *fear of missing out* maka akan semakin tinggi pula tingkat kecanduan media sosial pada individu.

Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa besarnya peran yang disumbangkan *fear of missing out* terhadap kecanduan media sosial tiktok adalah sebesar 51,1%, sedangkan 48,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini. Sementara itu bila dilihat berdasarkan aspek-aspek *fear of missing out*, aspek *relatedness* merupakan aspek yang memiliki pengaruh yang cukup besar dibandingkan aspek *self*.

*Fear of missing out* merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap terjadinya kecanduan media sosial karena saat seseorang mengalami *fear of missing out* tingkat keingintahuan akan segala hal semakin tinggi sehingga mendorong individu untuk terus menggunakan media sosial tanpa memperdulikan berapa banyak waktu yang telah dihabiskan (Fathadhika, 2018). Dalam beberapa penelitian menyebutkan bahwa *fear of missing out* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap terjadinya kecanduan media sosial pada seseorang.

Berdasarkan hasil kategorisasi didapatkan hasil bahwa subjek dalam penelitian ini memiliki tingkat *fear of missing out* pada kategori tinggi. Artinya, diketahui bahwa sebagian besar subjek dalam penelitian ini memiliki tingkat *fear of missing out* yang tinggi yang dapat menyebabkan seseorang mengalami kecanduan media sosial. semakin tinggi *fear of missing out* pada seseorang maka akan semakin tinggi pula peluang seseorang mengalami kecanduan media sosial. Sejalan dengan yang disampaikan Hariadi (2018) bahwa setelah mengalami *fear of missing out* maka selanjutnya individu akan memasuki tahap meningkatnya penggunaan media sosial.

Sedangkan hasil kategorisasi kecanduan media sosial, didapatkan bahwa subjek dalam penelitian ini memiliki tingkat kecanduan media sosial yang tinggi sebesar 81,3% atau sekitar 122 responden. Untuk kategorisasi berdasarkan aspek, diketahui dari tiga aspek kecanduan media sosial yaitu konsekuensi sosial, pengalihan waktu, dan perasaan kompulsif, ketiga aspek tersebut berada pada kategori sedang.

Masa dewasa awal merupakan masa dimana individu mulai memiliki tanggung jawab yang baru dalam kehidupan. Sejalan dengan penelitian Natari (2016), alasan dewasa awal menggunakan media sosial adalah untuk mengikuti perkembangan zaman sebagai media informasi dan agar tidak tertinggal dari orang lain. Hal ini membuktikan bahwa dewasa awal memiliki peluang yang tinggi dalam mengalami *fear of missing out* dan kecanduan media sosial. Sejalan dengan hasil penelitian ini bahwa dewasa awal yang mengalami kecanduan media sosial Tiktok dipengaruhi oleh faktor *fear of missing out* sebesar 51,1% berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana.

## KESIMPULAN

Secara umum tingkat kecanduan media sosial pada dewasa awal berada pada kategori tinggi. Sedangkan *fear of missing out* pada dewasa awal berada pada kategori tinggi. Terdapat peran yang signifikan antara *fear of missing out* terhadap kecanduan media sosial pada dewasa awal. Hal ini berarti jika tingkat *fear of missing out* pada individu semakin tinggi maka kecanduan media sosial juga akan semakin tinggi. Begitupun sebaliknya, bila tingkat *fear of missing out* pada seseorang rendah, maka tingkat kecanduan media sosial pada seseorang juga akan semakin rendah.

## REFERENSI

Al-Menayes, J. (2016). The fear of missing out scale: Validation of the Arabic version and corellation with social media addiction. *International Journal of Applied Psychology*, 41-46.

Azmi, N. (2019). Hubungan antara Fear of Missing out (FoMO) dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa. *Skripsi*. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Blackwell, D., Leaman, C., Trampisch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69-72.

Fathadhika, S. (2018). Social media engagement sebagai mediator antara fear of missing out dengan kecanduan media sosial pada remaja. *Journal of Psychological Science and Profession*, 2(3), 208-215.

Fuster, H., Chamarro, A., & Oberst, U. (2017). Fear of missing out, online social networking and mobile phone addiction: a latent profile approach. *Aloma*, 35(1), 23-30.

Hariadi, A. F. (2018). Hubungan antara Fear of Missing Out (FOMO) dengan kecanduan media sosial pada remaja. *Skripsi*. Fakultas Psikologi dan Kesehatan: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

Lewis, S., Pea, R., & Rosen, J. (2010). Beyond participation to co-creation of meaning: mobile social media in generative learning communities. *Social Science Information*, 49(3), 351-369.

Massie, A. (2020). *Kehadiran TikTok di Masa Pandemi (The Presence of TikTok in the Pandemic)*.

Maulidya, F., & Adelina, M. (2018). Periodesasi perkembangan dewasa. *Periodesasi Perkembangan Dewasa*, 1-10.

Natari, D. A. A. (2016). Studi deskriptif mengenai body image pada wanita usia dewasa awal yang aktif menggunakan media sosial di Kota Bandung. *Doctoral Dissertation*. UNISBA: Fakultas Psikologi

Pratiwi, A., & Fazriani, A. (2020). Hubungan antara fear of missing out (FoMO) dengan kecanduan media sosial pada remaja pengguna media sosial. *Jurnal Kesehatan*, 9(1), 97-108.

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(4), 1841-1848.

Santrock, J. W. (2007). *Remaja Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

Schou, A. C., & Pallesen, S. (2014). Social network site addiction-an overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 4053-4061.

Shapiro, L. A. S., & Margolin, G. (2014). Growing up wired: Social networking sites and adolescent psychosocial development. *Clinical Child And Family Psychology Review*, 17(1), 1-18.

Wahyunindya, B. P., & Silaen, S. M. J. (2021). Kontrol diri dengan fear of missing out terhadap kecanduan media sosial pada remaja karang taruna bekasi utara. *Ikra-ith Humaniora*. *Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(1), 1-8.