

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP FOMO “*FEAR OF MISSING OUT*” PADA MAHASISWA UNUGHA CILACAP

Revina Yulia Sari¹, M.T. Abdul Aziz Zein²

Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali¹, Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali²
revinays@gmail.com¹, aziz.zein@gmail.com²

Abstract

This research aims to test whether there is an influence between social media and FoMO on UNUGHA Cilacap students. FoMO is a feeling of fear of missing or missing out on a valuable moment involving a friend or group of peers, when the individual is not present from the interaction or connection with them. This type of research uses quantitative research. Then the data obtained and processed in this research used primary data obtained after distributing questionnaires which were distributed to UNUGHA Cilacap Student respondents using Google Form. The data analysis technique in this study was calculated using the help of the IBM SPSS Statistics 25 program analysis tool. From the results of the simple linear regression test analysis, it was obtained that the calculated t value was 4.606 and it was known that the t table value was 1.663, so it could be concluded that Ho was rejected and H1 was accepted. , or it can be concluded that social media (X) influences FoMO (Y). The conclusion from this research is that social media has a positive effect on FoMO. It is hoped that the suggestions from this research will be for future researchers to find other factors that can influence FoMO among UNUGHA Cilacap students, because the influence between social media and FoMO is still relatively low, this means that there are other factors that influence FoMO among UNUGHA Cilacap students.

Keywords: Social Media, FoMO, UNUGHA Cilacap Students

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara media sosial dengan FoMO pada Mahasiswa UNUGHA Cilacap. FoMO merupakan perasaan ketakutan akan kehilangan atau keteringgalan terhadap suatu momen yang berharga dengan melibatkan teman atau sekelompok teman sebayanya, ketika individu tersebut tidak hadir dari interaksi atau koneksi dengan mereka. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Kemudian data yang diperoleh dan diolah dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh setelah menyebarkan kuisioner yang dibagikan kepada para responden Mahasiswa UNUGHA Cilacap dengan menggunakan google form. Teknik analisis data pada penelitian ini dihitung dengan menggunakan bantuan alat analisis program IBM SPSS Statistics 25. Dari hasil analisis uji regresi linear sederhana diperoleh nilai t hitung berjumlah 4,606 dan telah diketahui nilai t tabel yaitu sebesar 1.663, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan H1 diterima, atau dapat disimpulkan bahwa media sosial (X) berpengaruh terhadap FoMO (Y). Kesimpula dari penelitian ini adalah media sosial berpengaruh positif terhadap FoMO. Saran dari penelitian ini diharapkan untuk Peneliti selanjutnya dapat menemukan faktor-fakotr lain yang dapat mempengaruhi FoMO pada Mahasiswa UNUGHA Cilacap, karena pengaruh antara media sosial dengan FoMO masih terbilang rendah, hal ini berarti menandakan masih ada faktor lain yang mempengaruhi FoMO pada Mahasiswa UNUGHA Cilacap.

Kata kunci: Media Sosial, FoMO, Mahasiswa UNUGHA Cilacap.

A. Pendahuluan

Komunikasi merupakan bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, karena tanpa adanya komunikasi, seorang individu tidak bisa saling bertukar pikiran, saling terhubung, saling berinteraksi, dan saling memahami satu sama lainnya. Ada beberapa gaya dalam komunikasi, diantaranya adalah komunikasi verbal dan komunikasi non verbal. Yang dimaksud dengan komunikasi verbal yaitu komunikasi yang dilakukan dalam bentuk lisan maupun tulisan, sedangkan komunikasi non verbal pada umumnya cara berkomunikasi-nya lebih menggunakan bahasa tubuh sebagai alat komunikasi. Contohnya, seperti menggunakan beberapa gerakan tangan, raut muka, menggelengkan kepala, beberapa tanda, dan tindakan lainnya. Begitu pula dengan adanya sosial media, sosial media atau media sosial juga merupakan salah satu alat yang biasa digunakan oleh seseorang sebagai alat untuk berkomunikasi online secara jarak jauh, serta dapat digunakan untuk mendapatkan arahan atau mendapatkan berita melalui beberapa aplikasi khusus yang digunakan menggunakan jaringan internet. Kemunculan hadirnya media sosial berbasis online memberi banyak kesempatan dan peluang untuk suatu individu agar dapat saling berkomunikasi dan bertukar berbagai macam informasi dengan mudah bagi pengguna internet di berbagai negara, termasuk juga Indonesia.

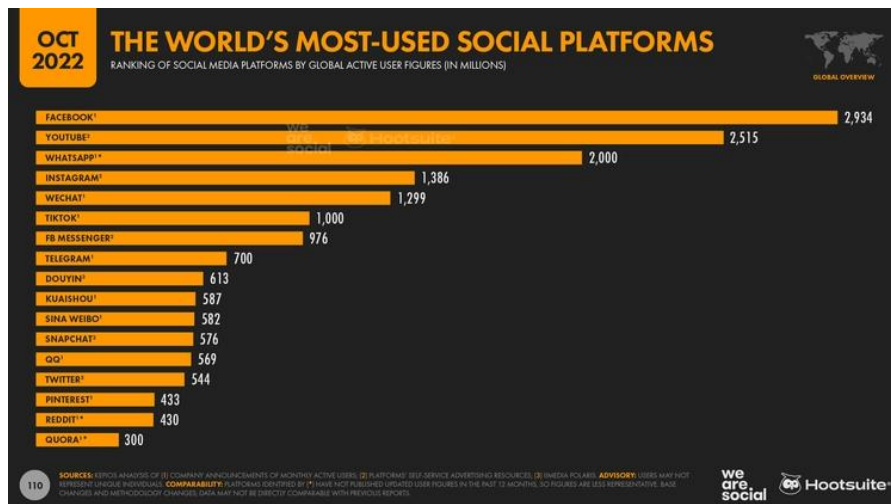
Seiring berkembangnya zaman, dari tahun ke tahun, dunia mengalami berbagai macam perkembangan, terutama perkembangan revolusi teknologi informasi dan komunikasi yang selalu memunculkan banyak perubahan-perubahan baru terutama dalam cara berkomunikasi yang berbeda dari yang sebelumnya sudah ada. Interaksi antar sesama manusia yang sebelumnya terbatas antara ruang dan waktu secara fisik, kini dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi yang serba digital, kegiatan berkomunikasi dan bersosialisasi dapat dengan mudah dilakukan tanpa batas dan dapat dengan mudah menembus kota maupun negara. Sosial media atau yang biasa disebut juga media sosial, merupakan teknologi komunikasi dan informasi.

Hampir seluruh penduduk di belahan dunia memanfaatkan teknologi komunikasi yang serba digital ini dalam kehidupan mereka. Hal tersebut pun membuktikan bahwa media sosial erat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari. Dengan menggunakan media sosial mereka dapat saling berkomunikasi dengan teman maupun keluarga, mengisi waktu luang, membaca berita, melihat aktifitas seseorang melalui *story* yang mereka bagikan, membuat konten, menemukan suatu inspirasi, membeli barang kebutuhan di *platform* perbelanjaan, sharing dan diskusi dengan seseorang, menonton *live streaming*, dan masih banyak hal lain yang dapat dilakukan dengan media sosial. Media sosial merupakan sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas

dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten oleh penggunaanya (Kaplan, 2010).

Pada tahun 2021 terdapat 4.2 miliar pengguna media sosial di seluruh dunia, sehingga pengguna sosial media sebanyak 53% dari total populasi di dunia. Terdapat penambahan pengguna sosial media dari tahun 2020 ke 2021 sebesar 13% dengan rata-rata 1.3 juta pengguna baru setiap harinya, terdapat 15 pengguna baru setiap detiknya (Kemp, 2021). Di Indonesia sendiri, pengguna sosial media meningkat 8,1% (12 juta) dari tahun 2019 sampai 2020, sehingga pada tahun 2020 terdapat 160 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia (Simon, 2020).

Berdasarkan data dari We Are Social pada tahun 2022 di seluruh dunia, media sosial setiap tahun-nya memiliki peran yang signifikan dan memiliki dampak yang lumayan cukup banyak terhadap kehidupan manusia, bisa dilihat dari perkembangan orang-orang di seluruh dunia yang mengakses media sosial, dan hal ini menandakan bahwa media sosial berkembang sangat pesat yang mana dapat dilihat pada gambar 1.1 di bawah ini:



Gambar 1. Grafik Platform Media Sosial di Seluruh Dunia Tahun 2022

Sumber Gambar: (<https://datareportal.com/social-media-users>)

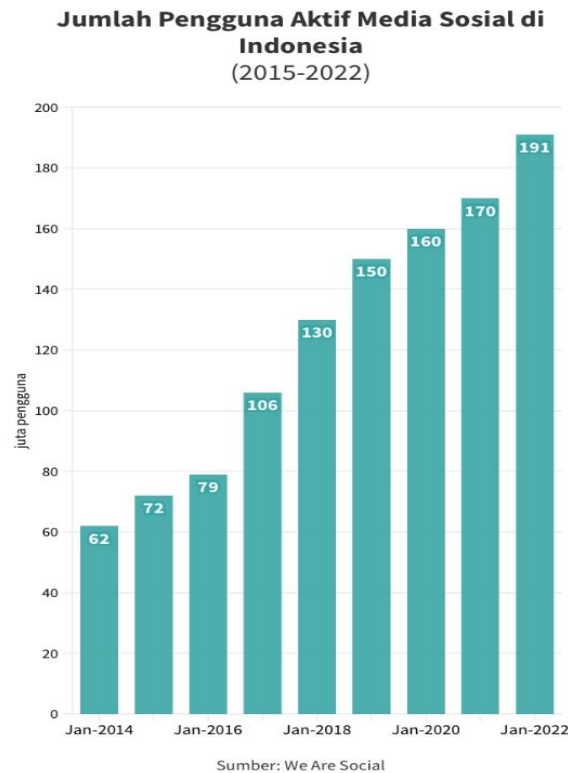
Data tersebut menunjukkan bahwa media sosial yang paling banyak digunakan di seluruh dunia pada bulan Oktober tahun 2022 di peringkat pertama diduduki oleh *platform* media sosial Facebook, sedangkan peringkat kedua diduduki oleh Youtube dan yang ketiga adalah WhatsApp. Hal ini berarti terbukti bahwa media sosial sangat berpengaruh dalam kehidupan manusia di keseharian mereka.

Sementara itu, We Are Social juga memiliki data terkait pengguna media sosial paling banyak di Indonesia, berdasarkan data tersebut jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia adalah sebanyak 191 juta orang pada bulan Januari 2022. Jumlah tersebut meningkat dibandingkan

Pengaruh Penggunaan Media

Revina Yulia Sari, M.T. Abdul Aziz Zein

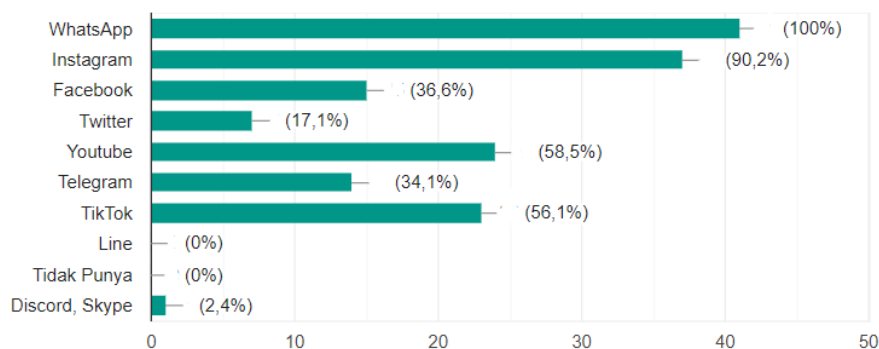
pada tahun 2021 yang hanya berjumlah sebanyak 170 juta orang. Peningkatan jumlah dari tahun 2021 sampai 2022 yakni berkisar 12,35% dan hal ini juga menandakan bahwa media sosial berkembang sangat pesat yang mana dapat dilihat pada gambar 1.2 di bawah ini:



Gambar 1. Grafik Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia Tahun 2014-2022
Sumber Gambar: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>

Data tersebut menunjukkan bahwa, jumlah pengguna media sosial di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun. Tahun yang paling banyak pengguna aktif media sosial yakni pada Januari 2022, yang berjumlah 191 juta orang di Indonesia. Dilihat dari data tersebut di atas, kenaikan jumlah pengguna media sosial paling tinggi ada pada tahun 2017 yakni persentasenya mencapai 34,2% dari tahun sebelumnya.

Lalu berdasarkan data yang Peneliti dapatkan dari Mahasiswa di UNUGHA (Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali) Cilacap, ada beberapa Mahasiswa yang telah mengisi kuisioner survei terkait jumlah penggunaan media sosial yang paling sering digunakan oleh para Mahasiswa UNUGHA Cilacap, dapat dilihat pada gambar 1.3 di bawah ini, sebagai berikut:



Gambar 2. Grafik Jumlah Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan Mahasiswa UNUGHA Cilacap Periode Tahun 2020-2022
Sumber Gambar: Data Peneliti (2023)

Berdasarkan data di atas, menunjukkan bahwa media sosial yang paling banyak dan paling sering digunakan oleh Mahasiswa UNUGHA Cilacap angkatan tahun 2020-2022, pada urutan pertama yakni media sosial WhatsApp. Sementara untuk urutan kedua yaitu Instagram, dan yang ketiga adalah Youtube, dengan selisih tidak jauh berbeda dengan TikTok.

Perkembangan teknologi dan informasi terutama dibidang komunikasi, seiring berjalannya waktu, berjalan dengan sangat pesat dan canggih. Berbagai jenis alat komunikasi diciptakan dengan tujuan untuk mempermudah berkomunikasi, mencari informasi, atau menyebarkan informasi. Kebutuhan suatu individu untuk terus update setiap saat, membuat banyak khalayak orang terkesan seperti tidak bisa lepas dari media sosial. Berdasarkan apa yang dipaparkan oleh Cahyono, mengemukakan bahwa media sosial ialah sebuah situs jejaring sosial dengan berbasis web yang memungkinkan setiap orang untuk membangun profil atau akun dalam sistem publik serta dapat melihat dan mengetahui data koneksi mereka yang dirancang oleh orang lain menggunakan suatu system (Cahyono, 2016). Media sosial dapat disebut juga sebagai mediator bagi seorang individu dengan individu yang lainnya. Dengan adanya media sosial, seseorang dapat saling mengekspresikan diri mereka, saling berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain, serta dapat saling bekerja sama. Dengan hal tersebut, bagi kebanyakan orang, media sosial dapat menjadi sebuah kegelisahan, apabila suatu individu memiliki rasa takut akan ketinggalan suatu momen, trend kekinian, berita terupdate dan lain sebagainya, sehingga individu tersebut memiliki keinginan untuk selalu mengecek akun media sosial yang mereka miliki setiap waktu. Kondisi tersebut tidak lain merupakan salah satu bentuk akibat dari kecanduan bermain media sosial.

Menurut (Eijnden, R. J. J. M. Lemmens, J. S. & Valkenburg, 2016) kecanduan media sosial ialah suatu gangguan sikap dalam pemakaian media sosial yang melampaui batas yang merujuk

akibat terlalu sering menggunakan media sosial. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang mengalami kecanduan media sosial diantaranya yaitu; kecemasan sosial (Azka, Firdaus, & Kurniadewi 2018), kesepian (Miftaburrahmah & Harabap, 2020), dan *Fear of Missing Out* (Fathadika & Afriani, 2018). (Przybylski et al., 2013) menyatakan bahwa setiap individu yang mengalami FoMO (*Fear of Missing Out*) dapat memungkinkan dirinya terikat media sosial. Salah satu ciri yang paling menonjol dari seseorang yang terkena FoMO yaitu adanya dorongan untuk selalu bermain menggunakan media sosial setiap waktu. Hubungan antar sesama manusia yang kian melekat meskipun dipisahkan oleh jarak ribuan kilometer antara satu dengan yang lainnya, terbukti juga memiliki dampak yang negatif. Seperti halnya contoh kasus penganiayaan yang viral se-Indonesia bahkan dunia pada tahun 2019, yang terjadi pada siswi SMP bernama Audrey di Pontianak, Kalimantan Barat. Audrey mengalami penganiayaan oleh sejumlah siswi SMA yang diduga dipicu karena masalah percintaan dan saling membully di media sosial. Bahkan Presiden Joko Widodo merasa khawatir dengan kasus perundungan yang terjadi karena media sosial ini. "Yang pasti adalah, kita sedang menghadapi masalah perubahan pola interaksi sosial antar masyarakat melalui media sosial. Kita sedang dalam masa transisi pola interaksi sosial itu, hendaknya lebih berhati-hati," kata Jokowi dalam akun Instagram, @jokowi, pada hari Rabu (10/4/2019) (Yudo Dahono, 2019).

(Przybylski et al., 2013) menyatakan bahwa, FoMO merupakan keinginan atau hasrat yang besar untuk saling berkomunikasi dan tetap terhubung dengan kegiatan orang lain melalui media sosial. (Przybylski et al., 2013) juga mengemukakan bahwa, FoMO juga dapat diartikan sebagai perasaan ketakutan akan kehilangan atau ter-ketinggalan terhadap suatu momen yang berharga dengan melibatkan teman atau sekelompok teman sebayanya, ketika individu tersebut tidak hadir dari interaksi atau koneksi dengan mereka. Istilah FoMO dapat diartikan pula dengan suatu kondisi di mana seseorang takut dan cemas untuk dikatakan tidak gaul, tidak update, dan takut ketinggalan suatu berita yang sedang viral atau sedang panas dibicarakan baru-baru ini.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh organisasi psikologi dari Australia (*Australian Psychological Society*) dengan hasil yang menyatakan bahwa remaja rata-rata bermain media sosial selama 2,7 jam perhari dan telah dinyatakan positif mengalami FoMO. Dari penelitian ini pula diperoleh bahwa, usia remaja secara signifikan lebih besar (50%) mengalami FoMO daripada usia dewasa, yakni hanya sebesar (25%). Seperti yang kita ketahui bersama, ada beberapa macam generasi dalam kehidupan manusia, yaitu generasi Baby Boomers, generasi Y, generasi Z, generasi X, dan generasi Alfa. Generasi mereka lahir ketika internet sudah mendunia seperti sekarang ini,

sehingga hal tersebut tentu sangat berpengaruh terhadap pandangan, nilai-nilai dan tujuan hidup mereka. Generasi Y dan generasi Z tidak perlu lagi melakukan penyesuaian diri terhadap lonjakan teknologi komunikasi, karena mereka sudah terbiasa dengan perkembangan pesat teknologi dari mereka lahir hingga sekarang.

FoMO merupakan suatu jenis kecemasan yang mayoritas dirasakan oleh generasi Z, yaitu mereka yang terlahir pada tahun 1995 sampai tahun 2010. Di zaman yang modern dan serba canggih oleh penggunaan media sosial seperti sekarang ini, media sosial memiliki peran dan kegunaan yang begitu penting bagi setiap orang untuk saling terhubung dengan teman-teman maupun keluarganya. Menurut (Rathus, 2007) mengungkapkan bahwa masa remaja merupakan tahap perkembangan yang menunjukkan kemampuan koneksi dan peran sosial mereka, serta membentuk siapa diri mereka. Kemampuan menjalin suatu koneksi tersebut digambarkan oleh Hawk yang menekankan bahwa usia remaja merupakan pengguna media sosial paling banyak dengan kisaran 70% oleh kalangan usia muda (Hawk, S. T., van den Eijnden, R. J., van Lissa, C. J., & Bogt, 2019). Hanya saja, (Gemmell & Peterson, 2006) menyatakan bahwa teknologi, terkhusus media sosial, berperan sebagai pengalih perhatian karena memberikan berbagai fitur yang dapat menimbulkan atau memunculkan rasa kesenangan pada diri penggunanya.

Menurut hasil survei dari (Global Web Index, 2018) juga mengungkapkan bahwa masyarakat Indonesia yang rentang berusia 16-24 tahun mengakses akun media sosial selama lebih dari 3 jam per hari. Hal ini sejalan dengan penelitian lain yang menyatakan bahwa Mahasiswa yang mengalami kecanduan media sosial ini dapat menghabiskan waktu untuk mengakses media sosial yaitu sekitar 5 jam per hari (Azka et al., 2018). Sementara dari data sementara yang Peneliti dapatkan dari Mahasiswa UNUGHA Cilacap, rata-rata mayoritas Mahasiswa menghabiskan waktu untuk menggunakan media sosial juga sekitar lebih dari 5 jam perhari. Dari hal tersebut sudah dapat kita lihat bahwa Mahasiswa di UNUGHA Cilacap rentan terkena FoMO.

Apabila kita lihat bersama dari gambaran empat belas tahun terakhir sampai saat ini (sekitar tahun 2008-2022), pendidikan di Indonesia telah memberlakukan sistem pembelajaran dengan menggunakan teknologi berbasis digital dan internet, seperti diadakannya fitur-fitur edukasi yang dapat diakses melalui *smartphone* mereka. Salah satu hasil penelitian yang melibatkan kelompok siswa dengan proses belajar melalui bantuan alat digital, siswa lebih sering membuka konten diluar dari bahasan pembelajaran, salah satunya adalah mencuri waktu untuk membuka media sosial (Junco, Reynol; R. Cotten, 2012). Oleh karena itu, hal tersebut tentu dapat menunjukkan bahwa remaja-remaja nampak begitu susah untuk melepaskan diri dari gadget mereka, apalagi ditambah

dengan adanya fitur-fitur tambahan di *smartphone* mereka, seperti terdapat hiburan-hiburan tertentu, dalam bentuk media sosial yang begitu mudah dalam proses pengaksesannya menggunakan jaringan internet. Sehingga hal tersebut dapat menyebabkan remaja-remaja se-usia mereka mengalami kecanduan dalam bermain media sosial. Dalam bidang psikologi, hal tersebut biasa dikenal dengan istilah *problematic social media use* (Risdyanti et al., 2019).

Fenomena FoMO ini muncul dari sebuah perasaan cemas dan takut, yang muncul di dalam diri seseorang akibat ketinggalan sesuatu hal yang baru, seperti trend terkini, berita yang sedang update, dan lain hal sebagainya (yang dilakukan oleh orang lain dan tidak bisa dilakukan oleh mereka). Selain karena takut ketinggalan berita yang sedang viral atau suatu tren kekinian, FoMO juga bisa memberikan dampak yang buruk terhadap suatu individu untuk melakukan sesuatu hal yang dinilai kurang etis, yakni berbohong salah satunya. Beberapa oknum sengaja melakukan kebohongan yang mereka lakukan di media sosial dengan memasang atau mengupload suatu konten gambar, tulisan, ataupun video yang tidak sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya sedang mereka alami.

FoMO dapat membuat seseorang menghabiskan sebagian besar waktunya hanya untuk menjelajah dunia maya dan mengabaikan dunia nyata, dengan demikian produktifitas-pun akan menjadi menurun (Tv, 2020). Selain itu juga, FoMO dapat menimbulkan seseorang merasa kurang bahagia dan kurang puas terhadap kehidupan nyata yang sedang mereka alami, sehingga dapat menurunkan rasa percaya diri dan meningkatkan rasa *insecure* ke-dalam diri mereka. FoMO yang berlebihan, tentu dapat memberikan dampak yang negatif, dimana individu tersebut akan terus memantau kegiatan yang dilakukan oleh orang lain sehingga mereka akan terus-menerus melihat media sosial mereka setiap waktu dan setiap saat. Selain itu, FoMO juga ditandai dengan selalu melihat notifikasi di dalam *smartphone*-nya, meskipun terkadang tidak ada notifikasi sekalipun yang masuk, mereka tetap memantau *smartphone* mereka (Przybylski et al., 2013). (Przybylski et al., 2013) menyebutkan adanya keterhubungan antara FoMO dan *social connectedness* tidak terlepas dari intensitas penggunaan media sosial.

Alasan Peneliti memilih objek penelitian ini karena, sebagai seorang Mahasiswa, apalagi di zaman modern ini yang semuanya serba canggih dengan hadirnya internet dan serba digital, bahkan banyak dari kita yang mayoritas hampir menggunakan semua jenis media sosial, mulai dari YouTube, Instagram, Facebook, Whatsapp, Line, Twitter, TikTok, Snapchat dan media sosial lainnya. Dengan hal ini, menurut Peneliti, FoMO tentu akan sangat berdampak bagi kehidupan para Mahasiswa. Dan juga karena lokasi dari penelitian ini yang terletak di kampus UNUGHA Cilacap,

Peneliti rasa sudah cukup mewakili kriteria untuk dilakukan pengambilan sampling, sehingga penelitian ini dapat untuk dilakukan. Selain itu juga karena Peneliti adalah salah satu Mahasiswa dari Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, UNUGHA Cilacap, dimana di prodi ini Peneliti dituntut untuk harus update tentang segala hal baik itu tentang media sosial, issue berita terkini, suatu tren dan lain sebagainya.

Pada penelitian ini juga, Peneliti memulai penelitian ini dengan mencari permasalahan dan kemudian menemukan masalah atau persoalan yang ingin diteliti oleh Peneliti. Dimana permasalahan ini Peneliti temukan dari penelitian orang lain yang meneliti terkait FoMO di kampus-kampus lain yang mendapatkan hasil bahwa FoMO sangat berpengaruh pada kehidupan para Mahasiswa. Sedangkan untuk permasalahan yang ada pada tempat penelitian yang hendak Peneliti lakukan ini, belum terbukti terdapat pengaruh FoMO pada Mahasiswa, dikarenakan belum ada penelitian yang membahas terkait FoMO di kampus UNUGHA Cilacap sebelumnya. Oleh karena itu, Peneliti rasa penelitian ini penting untuk dilaksanakan, karena agar para Mahasiswa tahu dan paham tentang apa itu FoMO, dampak yang ditimbulkan karena adanya FoMO dan pengaruh penggunaan media sosial terhadap FoMO.

B. Metode

Metode penelitian pada penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah meneliti populasi atau sampel yang mempresentasikan populasi, menyelidiki perilaku dan fenomena yang dapat diamati, menyelidiki perilaku manusia dalam *setting* alami atau yang ditata (dalam eksperimen), menyelidiki dengan menggunakan metode statistik untuk analisis data (Abdillah, S. Y., Susilawati, R. A. E., & Purwanto, 2016). Sedangkan menurut (Azwar, 2010) metode kuantitatif adalah penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terstruktur, dan terencana dari awal sampai pembuatan desain penelitiannya.

Karena penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, maka penelitian ini dilakukan secara ilmiah dan sistematis di mana pengamatannya dilakukan dengan mencakup segala sesuatu yang berhubungan dengan objek penelitian, fenomena, dan korelasi yang ada. Tujuannya tidak lain adalah untuk memperoleh penjelasan dari suatu teori dan hukum realitas lalu dikembangkan dengan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan hipotesis (Sugiyono, 2010:13).

Peneliti memilih bentuk penelitian ini dengan tujuan mengetahui ada atau tidaknya suatu

pengaruh antara media sosial dengan FoMO pada Mahasiswa pengguna media sosial di UNUGHA Cilacap.

C. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara media sosial dengan FoMO pada Mahasiswa UNUGHA Cilacap periode tahun ajaran 2020-2022. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 1.806, sedangkan sampel yang diambil adalah berjumlah 106 responden. Dari data yang diperoleh oleh Peneliti pada penelitian ini, mayoritas Mahasiswa menggunakan media sosial WhatsApp sebagai media sosial yang memiliki kedudukan tinggi diantara media sosial yang lain, sedangkan pada peringkat kedua adalah media sosial Instagram, dan yang selanjutnya adalah media sosial Youtube yang jumlahnya tidak jauh dengan media sosial TikTok.

Uji instrumen pada penelitian ini adalah dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas yang dihitung menggunakan bantuan program IBM SPSS *Statistics* 25. Adapun hasil dari uji validitas dengan jumlah total 20 item pertanyaan dinyatakan valid. Sedangkan uji reliabilitas dengan responden 106 diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,806 atau 80,6 % yang mana hasilnya lebih besar dari 0,60 atau 60%, dengan item soal berjumlah 20, sehingga uji reliabilitas instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Adapun analisis data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan beberapa uji, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Pada uji normalitas diketahui bahwa nilai signifikansi variabel X dan variabel Y adalah 0,161. Karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka dapat diambil kesimpulan data dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

2. Uji Linearitas

Pada uji linearitas diperoleh hasil nilai *Deviation from Linearity Sig.* Yaitu sebesar 0,723 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat hubungan linear yang signifikan antara Media Sosial (X) dengan FoMO (Y).

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Autokorelasi

Pada uji autokorelasi diperoleh hasil dari *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,243 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi

antara Media Sosial (X) dengan FoMO (Y).

b. Uji Heteroskedastisitas

Pada uji ini diperoleh hasil dari Signifikansi sebesar 0,984 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Pada uji ini diperoleh hasil dari nilai tolerance adalah sebesar 1,000 sehingga disimpulkan bahwa nilai tolerance di atas 0,10. Sedangkan nilai VIF sebesar 1,000 sehingga disimpulkan bahwa nilai VIF di bawah 10,00. Maka, hal ini dapat dikatakan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linear Sederhana

Pada uji ini diperoleh nilai signifikansi *Coefficients* sebesar 0,000 yang mana jumlahnya kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap FoMO. Dan diketahui pula nilai t tabel yaitu sebesar 1.663, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, atau disimpulkan bahwa media sosial (X) berpengaruh terhadap FoMO (Y).

b. Uji koefisien determinasi r^2

Pada uji ini diperoleh nilai R Square 0,169 atau jika dijadikan persen adalah $0,169 \times 100\% = 16,9\%$ yang artinya pengaruh media sosial (X) terhadap FoMO (Y) yaitu sebesar 16,9% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model regresi dalam penelitian ini.

c. Uji Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan distribusi data output dari tabel 4.11 di atas pada uji ini, maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Variabel Media Sosial (X), dari data output di atas diketahui bahwa nilai minimum sebesar 13, nilai maksimum sebesar 27, nilai mean atau rata-ratanya adalah sebesar 20,28, dan nilai standar deviasinya adalah sebesar 3,553.
- 2) Variabel FoMO (Y), dari data output di atas diketahui bahwa nilai minimum sebesar 21, nilai maksimum sebesar 55, nilai mean atau rata-ratanya sebesar 39,86, dan nilai standar deviasinya adalah sebesar 7,620.

D. Kesimpulan

Pada bagian penutup ini, Peneliti akan memaparkan beberapa kesimpulan yang dapat diambil, serta beberapa saran yang diambil pula berdasarkan temuan hasil penelitian ini. Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, maka penelitian ini dapat diambil kesimpulan dan dapat menjawab rumusan masalah dari penelitian ini, yang mana rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh antara Media Sosial dengan *Fear of Missing Out* pada Mahasiswa UNUGHA Cilacap.”

Dapat diambil kesimpulan bahwa Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap FoMO. Artinya, media sosial memiliki dampak dan pengaruh terhadap FoMO pada Mahasiswa UNUGHA Cilacap periode tahun ajaran 2020-2022. Berdasarkan pada uji regresi linear sederhana diperoleh nilai signifikansi *Coefficients* sebesar 0,000 yang mana jumlahnya kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap FoMO. Dan diketahui pula nilai t tabel yaitu sebesar 1.663, sehingga dapat disimpulkan pula bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya media sosial (X) berpengaruh terhadap FoMO (Y).

Lalu pada uji koefisien determinasi r^2 diperoleh nilai R Square 0,169 atau jika dijadikan menjadi persen adalah $0,169 \times 100\% = 16,9\%$ yang artinya media sosial memberikan pengaruh sebesar 16,9% terhadap FoMO, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model regresi dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Abdillah, S. Y., Susilawati, R. A. E., & Purwanto, N. (2016). PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE PADA MANAJEMEN LABA (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2014). *Riset Mahasiswa Akuntansi*, 4. <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/jrma/article/view/1299>
- Adani, M. R. (2020). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Untuk Bisnis*.
- Aisafitri, L., & Yusriyah, K. (2020). Sindrom fear of missing out sebagai gaya hidup Generasi Milenial di Kota Depok. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi (JRMDK)*, 2(4), 166–177.
- Aisafitri, L., & Yusriyah, K. (2021). KECANDUAN MEDIA SOSIAL (FoMO) PADA GENERASI MILENIAL. *Jurnal Audience*, 4(01), 86–106. <https://doi.org/10.33633/ja.v4i01.4249>
- Al-Menayes, J. (2016). The Fear of Missing out Scale: Validation of the Arabic Version and Correlation with Social Media Addiction. *International Journal of Applied Psychology*, 2016, 41–46. <https://doi.org/10.5923/j.ijap.20160602.04>
- Alabri, A. (2022). Fear of Missing Out (FOMO): The Effects of the Need to Belong, Perceived Centrality, and Fear of Social Exclusion. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2022, 1–12. <https://doi.org/10.1155/2022/4824256>
- Arikunto, S. (2013). No Title. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, 203.
- Azka, F., Firdaus, D. F., & Kurniadewi, E. (2018). Kecemasan Sosial dan Ketergantungan Media Sosial pada Mahasiswa. *Psymphatic : Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(2), 201–210.

<https://doi.org/10.15575/psy.v5i2.3315>

- Azmi, N. (2019). *HUBUNGAN ANTARA FEAR OF MISSING OUT (FoMO) DENGAN KECANDUAN MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA*. 8(5), 55.
- Badudu, J. Z. S. M. (2001). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Pustaka Sinar Harapan.
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, 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. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- Cahyono, A. S. (2016). *Anang Sugeng Cahyono, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. 140–157.
- Eijnden, R. J. J. M. Lemmens, J. S. & Valkenburg, P. M. (2016). No Title. *The Social Media Disorder Scale. Computers in Human Behavior.*, 478–487. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.038>
- Gemmill, E., & Peterson, M. (2006). Technology Use Among College Students: Implications for Student Affairs Professionals. *NASPA Journal*, 43. <https://doi.org/10.2202/0027-6014.1640>
- Ghozali, H. I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate IBM SPSS 23*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25*. 105.
- Global Web Index. (2018). *No Title*. <http://www.gwi.com>
- Hawk, S. T., van den Eijnden, R. J., van Lissa, C. J., & Bogt, T. F. (2019). *Narcissistic adolescents' attention-seeking following social rejection: Links with social media disclosure, problematic social media use, and smartphone stress*.
- Junco, Reynol; R. Cotten, S. (2012). *The relationship between multitasking and academic performance*. 505–514.
- Kaplan, A. M. . M. H. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*.
- Longstreet, Phil; Brooks, S. (2017). *Life satisfaction: A key to managing internet & social media addiction*. 50, 73–77. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.05.003>
- Maksudi, I. A. R. dan B. I. (2018). The role of social media in the improvement of selected participation of students based on students in bogor regency. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 20(2), 154–161.
- Melisa, P., L. Mandey, S., & Hasan Jan, A. (2020). Analisis Pengaruh Promosi, Inovasi Produk Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Perceived Value (Studi Kasus Pada Milenial Yang Menggunakan Maskapai Garuda Indonesia). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(3), 379–392. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i3.31515>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Revisi)*. 280–281.
- Przybylski, A., Murayama, K., DeHaan, C., & Gladwell, V. (2013). Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. *Computers in Human Behavior*, 29, 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Rathus, S. A. (2007). *Childhood and adolescence: Voyages in development, fifth edition*.
- Risdyanti, K. S., Faradiba, A. T., & Syihab, A. (2019). Peranan Fear of Missing Out Terhadap Problematic Social Media Use. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 3(1), 276. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v3i1.3527>
- Siddik, S., Mafaza, M., & Sembiring, L. S. (2020). Peran Harga Diri terhadap Fear of Missing Out pada Remaja Pengguna Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 10(2), 127. <https://doi.org/10.26740/jptt.v10n2.p127-138>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*.

Pengaruh Penggunaan Media

Revina Yulia Sari, M.T. Abdul Aziz Zein

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*.

Suliyanto. (2011). *Ekonometrika terapan: teori dan aplikasi dengan SPSS*.

Ty, I. (2020). *FoMO (Fear of Missing Out) Berbahayakah?*

Wibawanto, W. (2017). *Desain dan Pemrograman Multimedia Pembelajaran Interaktif*. Cerdas Ulet Kreatif Publisher.

Yudo Dahono. (2019). *Saat Remaja Tak Bisa Kendalikan Diri di Media Sosial*.

<https://www.beritasatu.com/fokus/kendalikan-diri-saat-bermedsos>

Zulfa, U. (2014). *Modul Teknik Kilat Penyusunan Proposal Skripsi. 1*.