

# Perilaku FoMO (*Fear of Missing Out*) dan Adiksi Media Sosial pada Mahasiswa Gen Z

Anisa Rizki Riyandini<sup>1</sup>, Muslim Haidar<sup>1</sup>, R. Anggia Listyaningrum<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Pendidikan Masyarakat, Universitas Siliwangi, Kota Tasikmalaya, Indonesia

<sup>2</sup>Pendidikan Luar Sekolah, Universitas Negeri Malang, Kota Malang, Indonesia

\*Corresponding author, email: anisarizkiryandini@unsil.ac.id

## Keywords

FoMO

Media Social Addiction

Generation Z

## Abstract

The development of technology, especially in terms of technology, is marked by the increasing ease of communication for people without being constrained by distance and time, which can be accessed with information using the internet. The internet network has an electronic communication system that can connect computer networks globally throughout the world. The emergence of smartphones also makes many human activities easier, this gives rise to the development of many social networking platforms such as email, line, facebook, twitter, instagram, whatsapp, youtube, tiktok and so on, making it easier for someone to obtain and share unlimited information, this of course has an impact on the growth of the current generation or what is called generation Z. This study focuses on analyzing FoMO behavior and Social Media Addiction among students at Malang State University by conducting a survey on 377 students from 8 faculties at Malang State University. This finding aligns with the theory that individuals with high social media usage tend to experience increased FoMO due to constant exposure to others' online activities. However, the moderate level of FoMO indicates that respondents are still able to manage their social anxiety adaptively.

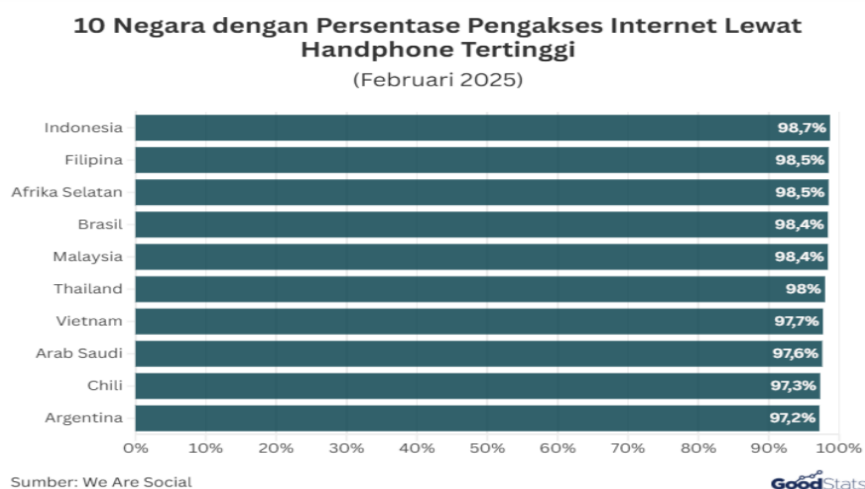
## Abstrak

Perkembangan teknologi, khususnya dalam hal teknologi informasi, ditandai dengan semakin mudahnya komunikasi bagi masyarakat tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu, yang dapat diakses dengan informasi menggunakan internet. Jaringan internet memiliki sistem komunikasi elektronik yang dapat menghubungkan jaringan komputer secara global di seluruh dunia. Munculnya smartphone juga mempermudah banyak aktivitas manusia, hal ini memicu perkembangan banyak platform jejaring sosial seperti email, Line, Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, YouTube, TikTok, dan sebagainya, sehingga memudahkan seseorang untuk memperoleh dan berbagi informasi tanpa batas, hal ini tentu saja berdampak pada pertumbuhan generasi saat ini atau yang disebut generasi Z. Penelitian ini berfokus pada analisis perilaku FoMO dan kecanduan media sosial di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Malang dengan melakukan survei terhadap 377 mahasiswa dari 8 fakultas di Universitas Negeri Malang. Temuan ini selaras dengan teori bahwa individu dengan penggunaan media sosial yang tinggi cenderung mengalami peningkatan FoMO karena paparan terus-menerus terhadap aktivitas online orang lain. Namun, tingkat FoMO yang moderat menunjukkan bahwa responden masih mampu mengelola kecemasan sosial mereka secara adaptif.

## 1. Pendahuluan

Berkembangnya teknologi terutama dalam hal teknologi informasi ditandai dengan semakin mudahnya cara orang berkomunikasi tanpa terkendala jarak dan waktu yang dapat diakses dengan menggunakan internet. Jaringan internet memiliki sistem komunikasi elektronik yang dapat mengkoneksikan jaringan komputer secara global di seluruh penjuru dunia. Munculnya *smartphone* juga mempermudah banyak aktivitas manusia, hal ini menimbulkan banyaknya platform jejaring sosial yang berkembang seperti email, line, facebook, twitter, instagram, whatsapp, youtube, tiktok dan lain sebagainya. Hal tersebut semakin mempermudah seseorang memperoleh serta memberikan informasi tanpa batas, tentu saja ini berdampak pada pertumbuhan generasi saat ini atau yang disebut generasi Z. Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada era postmillennial saat berkembangnya teknologi informasi secara pesat hal ini dapat mempengaruhi karakter dan mentalitas seseorang yang disebabkan oleh lingkungan sosial yang terdampak majunya teknologi. Berdasarkan laporan *We Are Social* bertajuk *Digital Overview Report* pada Februari 2025 dalam data.goodstats.id (2025), Indonesia menempati posisi puncak negara dengan pengakses internet

terbanyak lewat handphone dengan persentase mencapai 98,7%. Posisi ini menjadikan Indonesia lebih tinggi dari negara lain, termasuk di kawasan Asia Tenggara yang meliputi Filipina di posisi kedua dengan angka 98,5%, diikuti Malaysia di angka 98,4%, Thailand sebanyak 97,7%, dan Vietnam di angka 97,7%. Ilustrasinya disajikan pada gambar 1.



**Gambar 1. Negara Pengakses Internet Terbanyak Lewat Handphone**

Generasi muda di era sekarang atau yang lebih dikenal sebagai Gen Z tumbuh sebagai generasi digital karena mereka lahir pada periode tahun 1997 sampai dengan 2012 dimana pada tahun tersebut internet dan digitalisasi teknologi sedang berkembang pesat. Generasi Z merupakan generasi yang melek akan teknologi, mereka adalah generasi pertama yang benar-benar sudah terbiasa dengan teknologi sejak lahir sehingga dijuluki sebagai digital native. Penggunaan alat-alat digital tidak lagi merupakan kemampuan yang mereka pelajari, tetapi telah menjadi bagian alami dari kehidupan sehari-harinya. Dari aktivitas ini mereka juga melakukan aktivitas belajar untuk meningkatkan kapasitas diri dalam menunjang pemenuhan kebutuhan (Lausa et al., 2024). Kekhawatiran paling dasar yang dialami oleh generasi Z adalah takut jika mereka ketinggalan berita atau informasi yang menarik diluar sana dan takut dianggap tidak eksis (Stillman & Stillman, 2018). Perasaan takut tertinggal tersebut sering disebut dengan fenomena FoMO (*Fear of Missing Out*) yang banyak dialami generasi saat ini (Fitri et al., 2024). FoMO bila tidak dikendalikan dengan baik akan berdampak menjadi penyakit mental dan berpotensi menjadi suatu permasalahan sosial karena dianggap dapat merugikan seseorang (Rosjayani et al., 2024; Tanhan et al., 2022). Istilah FoMO populer sejak tahun 2014 oleh penulis Patrick J. Mc Ginnis dalam bukunya *Fear of Missing Out*, ia menyatakan bahwa FoMO adalah perasaan tertekan saat melihat foto-foto indah di media sosial yang diunggah oleh teman kerabat bahkan artis sehingga menimbulkan rasa cemas karena menurut anda orang lain menjalani kehidupan yang lebih baik (Alutaybi et al., 2020; McGinnis, 2020).

FoMO sesungguhnya merupakan sebuah bentuk ketakutan dan kecemasan yang timbul dalam diri seseorang dimana membentuk keinginan kompulsif seseorang untuk mewajibkan dirinya berada di lokasi tertentu agar dapat ikut merasakan kejadian di lokasi tersebut karena takut ketinggalan dari orang lain akibat dari persepsi diri bahwa orang lain memiliki pengalaman yang menyenangkan di lokasi tersebut. Meningkatnya penggunaan ponsel dan hiburan virtual, orang seringkali terperangkap dalam pemahaman bahwa orang lain memiliki kehidupan yang lebih baik dan memiliki pengalaman yang lebih menawan daripada diri mereka sendiri (Hayran & Anik, 2021). Inilah penyebab awal munculnya FoMO, tanda seseorang mengalami FoMO adalah adanya gejala untuk selalu terkoneksi dengan apa yang individu lain lakukan secara virtual biasanya melalui media sosial, tentu saja kondisi ini membuat pola keseharian gen Z sebagai *digital native*. Kehadiran *smartphone* ditengah era globalisasi yang menuntut setiap orang mampu menjadi lebih *update* terhadap dunia yang penuh teknologi malah menjadikan *smartphone* sebagai salah hal yang tidak lagi dapat dipisahkan dari kehidupan (Aditia, 2021).

Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dilaksanakan tahun 2017 menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia hingga 2017 mencapai 143,26 juta jiwa dari total jumlah penduduk 262 juta jiwa. Pengguna terbanyak adalah usia 19 sampai dengan 34 tahun, yaitu sebesar 49,52%. Sebesar 44,16% rata-rata mereka mengakses internet melalui smartphone atau tablet pribadi dan 4,49% mengakses internet melalui komputer atau laptop pribadi, sedangkan 39,28% mengakses internet melalui keduanya, sisanya 12,07% mengakses internet dengan media lainnya. Layanan yang paling sering diakses adalah penggunaan chatting yaitu sebesar 89,35% dan kedua adalah sosial media sebesar 87,13%. Durasi penggunaan internet terbanyak adalah 1-3 jam per hari atau sebesar 43,89%, sedangkan 29,63% dilakukan selama 4-7 jam per hari, dan sisanya 26,48% dilakukan selama lebih dari 7 jam per hari. Uraian diatas menunjukkan bahwa tinggi tingkat intensitas Masyarakat Indonesia dalam penggunaan internet, sehingga tidak sadar menimbulkan kecanduan. Kecanduan internet merupakan suatu tingkah laku individu untuk terus terhubung kepada internet dan dunia maya sehingga tanpa disadari ia mengalami ketergantungan (Ayuningtyas & Wiyono, 2020).

Media sosial merupakan hiburan berbasis online adalah teknologi yang dibuat untuk memudahkan berpartisipasi, berbagi, membuat situs, komunitas informal, wiki, diskusi, dan dunia maya (Aulia & Rohman, 2024). Media sosial membuat manusia dengan mudah mampu mengakses informasi apapun yang diinginkan bahkan dengan mudah terhubung satu sama lain, platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah whatsapp diikuti instagram lalu berturut turut diikuti oleh facebook, tiktok, telegram, twitter, messenger, line dan pinterest. Media sosial merupakan bentuk nyata dari media baru (*new media*) berbasis TIK, jika media konvensional masih menggunakan media cetak semata, lain halnya dengan media sosial. Media sosial sendiri dapat digambarkan sebagai kombinasi dari tiga elemen, yaitu konten, komunitas, dan teknologi Web 2.0. Berkembangnya media sosial ini akan mempengaruhi beberapa area, yaitu masyarakat, perusahaan, dan lingkungan lokal (Ahlqvist et al., 2008; Zulkarnain et al., 2025). Dewasa ini media sosial tidak saja dapat dipakai untuk menyebar luaskan berita yang bisa diubah sesuai kehendak pemilik akun (*users*) itu sendiri, tetapi juga dimanfaatkan sebagai dasar membuat akun atau akses guna membentuk secara virtual jaringan pertemanan serta media untuk berbagi data baik video atau audio bahkan audio visual (Nasrullah, 2015). Masa kini segala informasi dapat diperoleh dari media sosial mahasiswa dapat memperoleh pandangan atau inspirasi penelitian dengan melihat fenomena-fenomena sosial yang dipaparkan di media sosial, namun dalam kenyataannya mahasiswa akhir yang menggunakan media sosial ada yang mengalami sindrom Fear of Missing Out (FoMO) (Dewi, 2022).

Mahasiswa di usia dewasa awal saat ini terutama di kota besar maupun kota pelajar banyak yg memiliki gaya hidup senang memamerkan gaya hidupnya di berbagai platform media sosial yang dimiliki sebagai ajang aktualisasi diri sehingga banyak menimbulkan kesenjangan bahkan hal seperti ini membuat generasi muda mengalami suatu kondisi psikis yang cukup mengkhawatirkan mereka akan merasa depresi, cemas apabila tidak dapat mengikuti trend di atau media sosial apalagi bila dalam lingkup relasi sosial terdekatnya mengikuti trend tersebut pasti yang lain tidak mau ketinggalan karena merasa cemas apabila melewatkan atau kehilangan momen berharga baik secara personal maupun kelompok, merasa malu dan terkucilkan bila tidak mengikuti *trend* di lingkungan sosialnya sehingga menyebabkan adiksi terhadap media sosial dan juga FoMO (*Fear of Missing Out*). Penggunaan media sosial yang tepat sebenarnya bisa memberikan dampak yang baik, jika mahasiswa memanfaatkan kegunaan media sosial dengan baik, hal tersebut dapat meningkatkan minat belajar, karena mudahnya mahasiswa mengakses internet di kampus pada saat ini (Pibriana & Ricoida, 2017). Kondisi kecanduan ini dapat juga disebut behavioral addiction, kondisi ini mengakibatkan orang tersebut tidak memiliki kemampuan mengendalikan dirinya saat bermain media sosial serta menyia-nyiakan waktu yang dimiliki untuk berselancar di media sosial hal ini mengakibatkan pada terganggunya produktivitas untuk dapat melakukan kegiatan lain yang positif (Pratama et al., 2020).

Penelitian ini fokus untuk menganalisis perilaku FoMO dan Adiksi Media Sosial di kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Malang. Survei dilakukan pada 377 mahasiswa dari 8 fakultas. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui langkah apa yang harus dilakukan oleh lembaga pendidikan maupun orangtua dalam menanggulangi fenomena FoMO ini. Perilaku FoMO ini bisa jadi berdampak pada banyak aspek dalam kehidupan generasi Z selain gangguan kecemasan bisa jadi hal ini nantinya berpengaruh pada prestasi belajar maupun kehidupan sosialnya. Masalah pada

penelitian ini adalah menganalisis bagaimana perilaku FoMO dan adiksi media sosial di kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Malang (UM).

## 2. Metode

Berdasarkan rumusan permasalahan dan tujuan yang telah ditetapkan, penelitian ini lebih tepat dilaksanakan dengan menggunakan desain penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif deskriptif merupakan suatu penelitian yang tujuannya untuk melihat gambaran suatu permasalahan yang ada. Penelitian ini hanya menggambarkan saja keadaan yang terjadi tanpa banyak melihat hubungan, pengaruh maupun perbedaan di antara variabel yang ada. Desain penelitian kuantitatif merupakan survei dimana variabel ditentukan dan dianalisis menggunakan metode survei yang valid. Filsafat positivisme merupakan dasar dari metode penelitian kuantitatif, metode kuantitatif ini digunakan untuk meneliti populasi dan sampel yang telah ditetapkan peneliti, cara pengambilan sampel biasanya dilakukan peneliti secara acak, instrumen penelitian dengan skala likert merupakan alat ukur yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data, dan bentuk dari analisis data bersifat statistik dengan bertujuan untuk menguji asumsi yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini peneliti menggunakan kuantitatif deskriptif untuk menganalisis perilaku FoMO pada mahasiswa di Universitas Negeri Malang.

Lokasi penelitian ini adalah Universitas Negeri Malang, penelitian dilakukan pada mahasiswa Angkatan 2022 dari berbagai program studi. Universitas Negeri Malang memiliki 8 fakultas yang menyelenggarakan program sarjana yakni Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP), Fakultas Ekonomi (FEB), Fakultas Sastra (FS), Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA), Fakultas Teknik (FT), Fakultas Ilmu Keolahragaan (FIK), Fakultas Ilmu Sosial (FIS), Fakultas Pendidikan Psikologi (FPPsi). Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian untuk 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 et al., 2016). Pada penelitian kuantitatif peneliti wajib menentukan populasi dan sampel. Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, hewan, benda, tumbuhan, fenomena, gejala, dan peristiwa lainnya yang memiliki karakteristik tertentu dalam suatu penelitian (Margono, 2005). Sampel dapat diartikan sebagian atau wakil dari populasi yang menjadi subjek dan ciri-cirinya dimiliki oleh populasi itu sendiri. Jika jumlah populasi kurang dari 100 orang, seluruh populasi dijadikan sampel. Jika populasi lebih dari 100 orang, sampel dapat diambil sebesar 10–15% atau 20–25% dari jumlah populasi tersebut, tergantung pada kemampuan peneliti (waktu, tenaga, dana) dan luas sempitnya wilayah pengamatan (Arikunto, 2010). Penelitian ini ditetapkan populasi adalah mahasiswa program sarjana Universitas Negeri Malang, yakni berjumlah kurang lebih 6543 mahasiswa. Sedangkan sampel ditetapkan dengan rumus Slovin sebanyak 377 sampel.

Teknik Random Sampling digunakan peneliti untuk menentukan karakteristik sampel atau responden, teknik tersebut dipilih karena Mahasiswa Universitas Negeri Malang yang merupakan populasi pada penelitian ini mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi sampel penelitian. Simple random sampling atau pengambilan sampel acak sederhana adalah cara pengambilan sampel dari anggota populasi dengan menggunakan acak tanpa memperhatikan strata (tingkatan) dalam anggota populasi tersebut (Setiawan, 2024). Hal ini dilakukan apabila anggota populasi dianggap homogen (sejenis). Pengambilan sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa yang sedang berkuliah di Universitas Negeri Malang dari 8 fakultas dengan kategori usia 18-21 tahun. Sample dihitung dengan menggunakan rumus Slovin. Berikut adalah rumus menghitung sampel:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

E = Perkiraan tingkat kesalahan (0,05)

**Gambar 2. Rumus Slovin**

Berdasarkan rumus Slovin diatas maka jumlah sampel penelitian ini yang digunakan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{6543}{1 + 6543 (0,0025)} \\ &= \frac{6543}{1 + 16,3575} \\ &= \frac{6543}{17,3575} \\ &= 376,900 \\ n &= 377 \end{aligned}$$

Penelitian ini menggunakan instrument dengan skala likert. Skala likert ini digunakan dalam penelitian guna mengukur sikap, perspektif dan pendapat individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Pada penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan oleh peneliti secara spesifik yang disebut dengan variabel. Mengukur nilai variabel dengan skala likert maka nantinya variabel akan diukur dan diuraikan menjadi indikator variabel, kemudian indikator variabel tersebut yang dijadikan sebagai tolak ukur dalam menyusun instrumen penelitian (Sugiyono, 2018).

Instrumen penelitian menggunakan 4 alternative jawaban yakni Selalu (SL), Sering (SR), Jarang (J) dan Tidak Pernah (TP). Pada skala FoMO ini peneliti menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh (Przybylski et al., 2013) dalam Al-Menayes bernama *fear of missing out scale* (FoMOS).

Perilaku FoMO (Y1)	Relatedness	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perasaan cemas atau khawatir ketika melihat media sosial teman dan merasa bahwa orang lain memiliki pengalaman yang lebih baik dari saya</li> <li>Merasa cemas atau khawatir ketika tidak dapat terhubung atau mengikuti kegiatan/ pengalaman yang dilakukan oleh teman</li> </ul>	1,2 4,5,6,7,8
	Self	<ul style="list-style-type: none"> <li>Akses informasi tanpa henti</li> <li>Interkonektivitasekstrem</li> </ul>	3,9,10
Adiksi Media Sosial (Y2)	Kelekatan dengan Media Sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>Penggunaan yang berlebihan terkait durasi penggunaan</li> </ul>	1,2,3,4
	Ketergantungan Media Sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>Phubbing</li> <li>Virtual Information / kebutuhan akan informasi yang cepat dan terkini</li> </ul>	5,7 6,9
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Virtual Problem / menjadikan media sosial sebagai pelarian dari dunia nyata</li> </ul>	8,10

Gambar 3. Kisi-kisi Instrumen

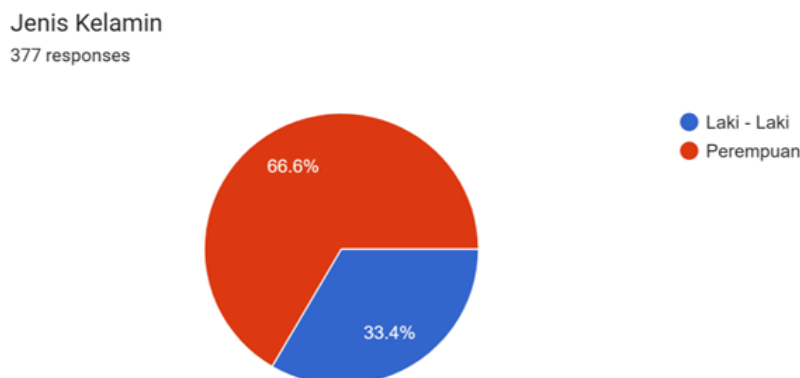
### 3. Hasil dan Pembahasan

Pada Penelitian ini hasil disajikan secara deskriptif, untuk mengetahui keragaman dari responden berdasarkan jenis kelamin, usia, durasi penggunaan media sosial, platform media sosial, adiksi media sosial dan fomo. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden dan kaitannya dengan masalah dan tujuan penelitian.

#### 3.1. Hasil

##### 3.1.1. Jenis Kelamin

Jenis kelamin adalah perbedaan biologis antara perempuan dan laki-laki sejak seseorang dilahirkan. Perbedaan biologis dan fungsional pria dan wanita tidak dapat dipertukarkan di antara keduanya, dan fungsinya tetap (Hungu, 2016). Berikut merupakan deskripsi dari jenis kelamin responden pada penelitian ini, yakni laki laki dan perempuan dapat dilihat dari diagram berikut.

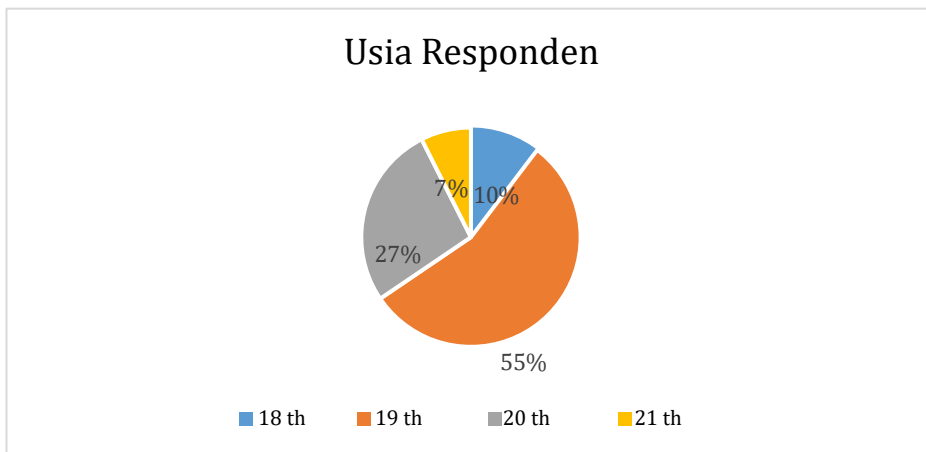


Gambar 4. Persentase Jenis Kelamin Responden  
Sumber: output data responden googleform

Berdasarkan diagram diatas persentase responden laki-laki sebanyak 33,4 % atau 126 responden sedangkan persentase responden perempuan 66,6 % atau 251 responden, jadi pada penelitian ini lebih banyak responden berjenis kelamin perempuan.

### 3.1.2. Usia Responden

Usia adalah angka yang dapat menunjukkan jangka waktu sejak seseorang dilahirkan, usia dapat diukur dengan satuan waktu berdasarkan segi kronologis, individu yang normal memiliki derajat perkembangan yang sama antara anatomis dan fisiologis(Nuswantari, 1998). Usia responden penelitian ini digambarkan pada gambar 5.



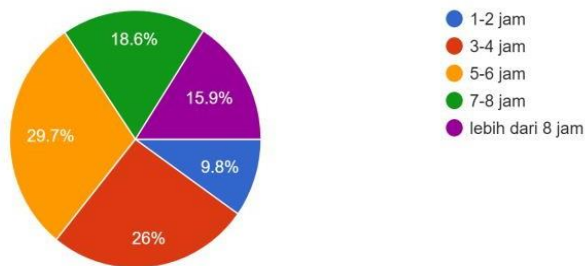
**Gambar 5. Presentase Usia Responden**  
*Sumber: perhitungan output data responden pada microsoft excel*

Usia responden yang dipilih oleh peneliti merupakan mahasiswa yang masih menempuh pendidikan sebagai mahasiswa di Universitas Negeri Malang. Berdasarkan diagram diatas diperoleh data bahwa responden dengan usia 18 tahun sebanyak 39 orang atau 10%, responden dengan usia 19 tahun sebanyak 208 orang atau 55%, responden dengan usia 20 tahun sebanyak 102 orang atau 27% dan respondengan dengan usia 21 tahun sebanyak 28 orang atau 7%.

### 3.1.3. Durasi Penggunaan Media Sosial

Durasi merupakan lamanya seseorang menggunakan media sosial baik hanya melihat lihat maupun berinteraksi. Durasi ini ditunjukkan oleh waktu berapa jam seseorang berselancar di media sosial. Persentase durasi penggunaan media sosial pada penelitian ini disajikan pada gambar 6.

Berapa lama (jam) waktu yang anda gunakan berselancar di media sosial dalam sehari?  
 377 responses



**Gambar 6. Presentase Durasi Penggunaan Media Sosial**  
*Sumber: output data responden googleform*

Berdasarkan gambar 6 di atas, terdapat 9.8% responden menggunakan media sosial selama 1-2 jam perhari, 20% menggunakan media sosial selama 3-4 jam, 29,7% menggunakan media sosial selama 5-6 jam, 18,6% responden menggunakan media sosial selama 7-8 jam dan 15,9% responden menggunakan media sosial selama lebih dari 8 jam perhari. Dari gambaran tersebut durasi penggunaan media sosial dari responden cukup tinggi per harinya.

### 3.1.4. Platform Media Sosial

Platform atau jenis media sosial yang dimaksudkan dari penelitian ini adalah platform digunakan oleh responden meliputi tiktok, instagram, whatsapp, twitter, facebook, youtube, telegram dan line. Pada diagram dibawah menunjukkan bahwa platform media sosial terbanyak digunakan adalah whatsapp dengan persentase 96,3%, kemudian instagram sebanyak 95,5%, youtube sebanyak 81,2 %, disusul tiktok 77,5%, twitter 53,1%, telegram 49,1%, facebook 28,9% dan line sebanyak 11,9%.



Gambar 7. Presentase Platform Media Sosial  
Sumber: output data responden googleform

### 3.1.5. Platform Media Sosial

Pada variabel adiksi media sosial terdapat 10 item pertanyaan dengan jenis pertanyaan tertutup dan responden berjumlah 377. Instrumen ini dikembangkan oleh peneliti melalui teori-teori mengenai adiksi media sosial yang ada. Hasil dari jawaban instrumen variabel adiksi media sosial kemudian diolah dan di dapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel Adiksi Media Sosial

No	Indikator	Tidak pernah	Jarang	Sering	Selalu	Total
1.	Perasaan cemas ketika teman memiliki pengalaman yang lebih baik	48	206	331	169	754
2.	Perasaan cemas ketika tidak dapat terhubung atau mengikuti kegiatan yang dilakukan teman	190	719	648	328	1885
3.	Akses informasi tanpa henti dan internektivitas ekstrem	92	430	404	205	1131

Sumber: perhitungan microsoft excel

Berdasarkan hasil perhitungan frekuensi jawaban responden pada tabel 4.1, maka dapat di deskripsikan sebagai berikut:

1. Indikator mengenai Penggunaan yang berlebihan terkait durasi diperoleh frekuensi total sebanyak 1508 jawaban dengan rincian 503 responden memilih jawaban selalu (SL), 682 responden memberikan jawaban sering (SR), 276 responden memberikan jawaban jarang (J), dan 42 responden memberikan jawaban tidak pernah (TP).

2. Indikator mengenai phubbing frekuensi total sebanyak 754 jawaban dengan rincian 101 responden memilih jawaban selalu (SL), 282 responden memberikan jawaban sering (SR), 304 responden memberikan jawaban jarang (J), dan 67 responden memberikan jawaban tidak pernah (TP).
3. Indikator mengenai kebutuhan Informasi yang cepat dan terkini diperoleh frekuensi total sebanyak 754 jawaban dengan rincian 321 responden memilih jawaban selalu (SL), 344 responden memberikan jawaban sering (SR), 83 responden memberikan jawaban jarang (J), dan 6 responden memberikan jawaban tidak pernah (TP).
4. Indikator mengenai Penggunaan yang berlebihan terkait durasi diperoleh frekuensi total sebanyak 754 jawaban dengan rincian 91 responden memilih jawaban selalu (SL), 285 responden memberikan jawaban sering (SR), 355 responden memberikan jawaban jarang (J), dan 23 responden memberikan jawaban tidak pernah (TP).

Berikut merupakan hasil perhitungan menggunakan SPSS terhadap variabel Adiksi Media Sosial:

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Adiksi Media Sosial	377	14	40	29.24	4.383	19.213

**Gambar 8. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Adiksi Media Sosial**  
**Sumber: hasil analisis SPSS 26**

Melihat hasil pada gambar 8, dapat ditarik kesimpulan bahwa dari 377 responden mendapat persepsi mengenai indikator adiksi media sosial dimana hasil perhitungan menunjukkan rata - rata persepsi jawaban sebesar 29,24 dan standar deviasi menunjukkan hasil 4,383. Variabel Adiksi Media Sosial diukur terhadap 377 responden. Nilai minimum yang diperoleh adalah 14 dan nilai maksimum adalah 40. Nilai rata-rata (*mean*) sebesar 29,24 menunjukkan bahwa tingkat adiksi media sosial responden berada pada kategori cukup tinggi. Nilai standar deviasi sebesar 4,383 menunjukkan adanya penyebaran data yang moderat di sekitar nilai rata-rata, yang berarti sebagian besar responden memiliki tingkat adiksi media sosial yang tidak terlalu jauh berbeda. Nilai varian sebesar 19,213 juga memperkuat bahwa terdapat variasi sedang dalam tingkat adiksi media sosial antar responden. Secara umum, hasil ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden menunjukkan kecenderungan adiksi media sosial yang relatif tinggi dengan variasi yang tidak terlalu besar antar individu.

### 3.1.6. FoMO (*Fear of Missing Out*)

Pada skala FoMO ini peneliti menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh (Przybylski et al., 2013) dalam Al-Menayes bernama *fear of missing out scale* (FoMOS). Pada variable FoMO ini terdapat 10 item pertanyaan dengan 377 responden. Hasil dari jawaban instrumen variabel FoMO kemudian diolah dan di dapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 2. Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel FoMO**

No	Indikator	Tidak pernah	Jarang	Sering	Selalu	Total
1.	Perasaan cemas ketika teman memiliki pengalaman yang lebih baik	48	206	331	169	754
2.	Perasaan cemas ketika tidak dapat terhubung atau mengikuti kegiatan yang dilakukan teman	190	719	648	328	1885
3.	Akses informasi tanpa henti dan internektivitas ekstrem	92	430	404	205	1131

**Sumber: perhitungan microsoft excel**

Melihat tabel 2 mengenai frekuensi jawaban responden pada variabel FoMO maka dapat diketahui hasil sebagai berikut :

1. Indikator mengenai perasaan cemas ketika teman memiliki pengalaman yang lebih baik diperoleh frekuensi total sebanyak 754 jawaban dengan rincian 169 responden memilih jawaban selalu (SL), 331 responden memberikan jawaban sering (SR), 206 responden memberikan jawaban jarang (J), dan 48 responden memberikan jawaban tidak pernah (TP).
2. Indikator mengenai perasaan cemas ketika tidak dapat terhubung atau mengikuti kegiatan yang dilakukan teman diperoleh frekuensi total sebanyak 1885 jawaban dengan rincian 328 responden memilih jawaban selalu (SL), 648 responden memberikan jawaban sering (SR), 719 responden memberikan jawaban jarang (J), dan 190 responden memberikan jawaban tidak pernah (TP).
3. Indikator mengenai akses informasi tanpa henti dan internektivitas ekstrem diperoleh frekuensi total sebanyak 1131 jawaban dengan rincian 205 responden memilih jawaban selalu (SL), 404 responden memberikan jawaban sering (SR), 430 responden memberikan jawaban jarang (J), dan 92 responden memberikan jawaban tidak pernah (TP).

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
FoMO	377	18	40	26.52	4.351	18.931

**Gambar 9. Analisis Deskriptif Variabel FoMO**  
**Sumber: hasil analisis SPSS 26**

Dari gambar 9 dapat ditarik kesimpulan bahwa dari 377 responden mendapat persepsi mengenai indikator FoMO dimana hasil perhitungan menunjukkan rata-rata persepsi jawaban sebesar 26,52 dan standar deviasi menunjukkan hasil 4,351.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menggunakan SPSS 26, diperoleh bahwa variabel FoMO (*Fear of Missing Out*) memiliki jumlah responden (N) sebanyak 377 orang. Nilai minimum yang diperoleh adalah 18, sedangkan nilai maksimum sebesar 40. Nilai rata-rata (*mean*) FoMO adalah 26,52, dengan simpangan baku (standard deviation) sebesar 4,351 dan varians sebesar 18,931. Berdasarkan rentang skor (18–40), dapat ditentukan kategori tingkat FoMO sebagai berikut:

**Tabel 3. Rentang skor hasil analisis**

No	Kategori	Rentang Skor
1.	Rendah	18 - 25,33
2.	Sedang	25,34 - 32,66
3.	Tinggi	32,67 - 40

Dengan rata-rata skor 26,52, posisi nilai tersebut berada dalam rentang kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum, responden dalam penelitian ini memiliki tingkat FoMO yang sedang, artinya mereka cukup sering merasa khawatir tertinggal dari informasi atau aktivitas sosial, tetapi tidak sampai pada tingkat yang sangat tinggi.

### 3.2. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Negeri Malang memiliki tingkat adiksi media sosial yang cukup tinggi, dengan nilai rata-rata 29,24 pada variabel adiksi media sosial. Tingginya durasi penggunaan media sosial juga memperkuat temuan tersebut, dimana sebagian besar responden menggunakan media sosial lebih dari 5 jam setiap hari. Kondisi ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi, melainkan sudah menjadi bagian dari aktivitas harian yang bersifat dominan. Tingginya intensitas penggunaan media sosial berkaitan dengan kemunculan fenomena FoMO (*Fear of Missing Out*). Hasil analisis menunjukkan bahwa mahasiswa berada pada kategori FoMO sedang, dengan nilai rata-rata 26,52. Ini berarti mahasiswa cukup sering merasa takut tertinggal informasi atau kegiatan sosial ketika tidak mengakses media sosial, namun tidak sampai pada tingkatan kecemasan ekstrem.

Temuan ini sejalan dengan temuan (Przybylski et al., 2013; Tandon et al., 2021) yang menjelaskan bahwa FoMO muncul ketika individu merasa bahwa orang lain memiliki pengalaman yang lebih menyenangkan, sehingga muncul dorongan untuk terus terhubung secara daring. Hal ini

tampak dari indikator FoMO yang menunjukkan bahwa mahasiswa sering merasa cemas ketika tidak dapat mengikuti kegiatan yang dilakukan teman atau ketika teman memiliki pengalaman yang dianggap lebih baik (Cahyadi, 2021). Media sosial memperkuat fenomena ini karena memberikan akses informasi tanpa batas dan interaktivitas yang ekstrem. Dilihat dari platform yang digunakan, mayoritas responden menggunakan WhatsApp (96,3%) dan Instagram (95,5%). Kedua platform ini merupakan media yang berbasis komunikasi real-time dan visual, yang dapat memicu kebutuhan untuk terus memperbarui informasi dan menjaga eksistensi diri. Sejalan dengan (Stillman & Stillman, 2018) yang menyatakan bahwa Generasi Z memiliki kekhawatiran tinggi terhadap kehilangan informasi dan cenderung takut terlihat tidak eksis di media sosial.

Penelitian ini menemukan bahwa mayoritas responden adalah perempuan (66,6%). Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perempuan cenderung lebih aktif dalam mengunggah konten dan membangun relasi sosial melalui media digital, sehingga rentan mengalami tekanan sosial dan kecemasan bila tidak mengikuti tren atau aktivitas teman sebaya. Pada variabel adiksi media sosial, responden menunjukkan kecenderungan tinggi pada indikator “kebutuhan informasi terkini” dan “penggunaan berlebihan terkait durasi”. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi sumber kebutuhan psikologis untuk memperoleh kepastian, validasi diri, dan pengakuan sosial. Dampak ini sesuai dengan pendapat (Andreassen & Pallesen, 2014), bahwa adiksi media sosial muncul karena kebutuhan psikologis untuk keterhubungan sosial serta sebagai kompensasi dari kecemasan sosial. Gangguan psikologis seperti kesepian dan depresi merupakan hal negatif yang terjadi akibat dari adiksi media sosial, selain itu juga berpengaruh pada kegiatan sehari-harinya antara lain menurunnya prestasi akademik, memiliki masalah dengan relasi sosial bahkan dengan teman sebaya (Elhai et al., 2021; Rahardjo et al., 2020).

#### 4. Kesimpulan

Penelitian ini melibatkan mahasiswa Universitas Negeri Malang sejumlah 377 responden yang berusia antara 18–21 tahun. Usia tersebut termasuk dalam kategori remaja akhir hingga dewasa awal, di mana individu sedang berada pada fase perkembangan identitas diri dan memiliki kebutuhan sosial yang tinggi untuk diterima dalam kelompoknya. Pada tahap ini individu cenderung mencari pengakuan sosial dan hubungan interpersonal yang luas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat FoMO mahasiswa berada pada kategori sedang, yang menandakan adanya dorongan psikologis untuk tetap terhubung dengan lingkaran sosial secara daring.

Durasi penggunaan media sosial yang tinggi serta dominasi platform seperti WhatsApp dan Instagram memperkuat fenomena ini, karena kedua aplikasi tersebut memungkinkan interaksi sosial yang cepat dan bersifat *real-time*. Tingginya durasi ini menggambarkan bahwa mahasiswa memiliki intensitas yang cukup tinggi dalam berinteraksi secara daring, baik untuk keperluan akademik, hiburan, maupun sosial. Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi berkaitan erat dengan munculnya gejala *Fear of Missing Out* (FoMO). Intensitas yang semakin tinggi individu terhubung ke media sosial, maka semakin besar kecenderungan individu tersebut mengalami kecemasan ketika tidak dapat mengikuti informasi atau aktivitas sosial yang dilakukan oleh orang lain. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa berada pada kondisi yang rentan mengalami FoMO dan adiksi media sosial, terutama karena karakteristik Generasi Z yang selalu membutuhkan keterhubungan dan pengakuan sosial di lingkungan digital. Meskipun tingkat FoMO berada pada kategori sedang, fenomena ini tetap perlu diperhatikan karena dapat berdampak pada kesehatan mental, fokus belajar, dan keseimbangan aktivitas sosial di dunia nyata.

#### Referensi

- 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). *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 4(1). <http://ejournal.unikama.ac.id/index.php/jrma/article/view/1299>
- Aditia, R. (2021). Fenomena Phubbing: Suatu Degradasi Relasi Sosial Sebagai Dampak Media Sosial. *KELUWIH: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 8–14. <https://doi.org/10.24123/soshum.v2i1.4034>
- Ahlqvist, T., Bäck, A., Halonen, M., & Heinonen, S. (2008). *Social media roadmaps: Exploring the futures triggered by social media*.

- Alutaybi, A., Al-Thani, D., McAlaney, J., & Ali, R. (2020). Combating Fear of Missing Out (FoMO) on Social Media: The FoMO-R Method. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(17), 6128.  
<https://doi.org/10.3390/ijerph17176128>
- Andreassen, C., & Pallesen, S. (2014). Social Network Site Addiction—An Overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 4053–4061. <https://doi.org/10.2174/13816128113199990616>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Aulia, H., & Rohman, M. (2024). The Impact Of Social Media As A Facilitator Of Political Issues In The Digital Era For Generation Z in Indonesia. *SINDA: Comprehensive Journal of Islamic Social Studies*, 4(1), 35–48.  
<https://doi.org/10.28926/sinda.v4i1.1394>
- Ayuningtyas, R. F., & Wiyono, B. D. (2020). Studi mengenai kecanduan internet dan fear of missing out (FoMO) pada siswa di SMK Negeri 1 Driyorejo. *Jurnal BK Unesa*, 11(4). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-bk-unesa/article/view/33592>
- Cahyadi, A. (2021). Gambaran fenomena Fear Of Missing Out (FOMO) pada generasi Z di kalangan mahasiswa. *Widya Warta*, 2.
- Dewi, D. C. S. (2022). *Hubungan antara mindfulness dengan fear of missing out pada mahasiswa tingkat akhir*.
- Elhai, J. D., Yang, H., & Montag, C. (2021). Fear of missing out (FOMO): Overview, theoretical underpinnings, and literature review on relations with severity of negative affectivity and problematic technology use. *Brazilian Journal of Psychiatry*, 43(2), 203–209. <https://doi.org/10.1590/1516-4446-2020-0870>
- Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandy, G. A. (2024). Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fear Of Missing Out (Fomo) pada Generasi Z Pengguna Media Sosial. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 21. <https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2823>
- Hayran, C., & Anik, L. (2021). Well-Being and Fear of Missing Out (FOMO) on Digital Content in the Time of COVID-19: A Correlational Analysis among University Students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(4), 1974. <https://doi.org/10.3390/ijerph18041974>
- Hungu, H. (2016). *Demografi Kesehatan Indonesia*. Grasindo.
- Lausa, F. J. L. D., Rahman, A., Puspitasari, S. W., & Abdurochman, A. (2024). Increasing management effectiveness of non-formal education management in community learning activity centers. *Jurnal Pendidikan Nonformal*, 19(1), 55–68.  
<https://doi.org/10.17977/um041v19i12024p55-68>
- Margono, S. (2005). *Metodologi penelitian pendidikan*.
- McGinnis, P. J. (2020). *Fear of missing out: Practical decision-making in a world of overwhelming choice*. Sourcebooks, Inc.
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2016, 2017.
- Nuswantari, D. (1998). Kamus kedokteran Dorland edisi 25. *Jakarta: EGC*.
- Pibriana, D., & Ricoida, D. I. (2017). Analisis pengaruh penggunaan internet terhadap minat belajar mahasiswa (studi kasus: Perguruan tinggi di Kota Palembang). *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 3(2), 104–115.
- Pratama, M. O., Harinitha, D., & Lestaringati, S. I. (2020). Influence Factor of Social Media and Gadget Addiction of Adolescent in Indonesia. *Journal of Information System*, 16(1), 16–24.

- 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. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Rahardjo, W., Qomariyah, N., Andriani, I., Hermita, M., & Zanah, F. N. (2020). Adiksi Media Sosial pada Remaja Pengguna Instagram dan WhatsApp: Memahami Peran Need Fulfillment dan Social Media Engagement. *Jurnal Psikologi Sosial, 18*(1), 5–16. <https://doi.org/10.7454/jps.2020.03>
- Rosjayani, A. P., Idrus, N. I., & Tang, M. (2024). Fenomena Mahasiswa Terhadap Sindrom Fear Of Missing Out. *Innovative: Journal Of Social Science Research, 4*(5), 4284–4298.
- Setiawan, A. (2024). Statistika Untuk Penelitian. *STIE Ganesha*.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2018). Generasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru Yang Akan Mengubah Dunia Kerja, terj. *Lina Jusuf*, (Jakarta: Gramedia, 2018).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tandon, A., Dhir, A., Almugren, I., AlNemer, G. N., & Mäntymäki, M. (2021). Fear of missing out (FoMO) among social media users: A systematic literature review, synthesis and framework for future research. *Internet Research, 31*(3), 782–821. <https://doi.org/10.1108/INTR-11-2019-0455>
- Tanhan, F., Özok, H. İ., & TayiZ, V. (2022). Fear of Missing Out (FoMO): A Current Review. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, 14*(1), 74–85. <https://doi.org/10.18863/pgy.942431>
- Zulkarnain, Z., Raharjo, K. M., Choiru, U. D., & Fatihin, M. K. (2025). Efektivitas Pendampingan Pembelajaran Informal dalam Meningkatkan Interaksi Komunikasi, Adaptasi dan Motivasi Belajar Mahasiswa Papua di FIP Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Nonformal, 20*(1), 72–84. <https://doi.org/10.17977/um041v20i12025p72-84>