

## **Fenomena *Fear of Missing Out* di Kalangan Pengguna Media Sosial: Studi *Mixed Methods***

*Aesha Cahyanabila<sup>1</sup>, Avin Fadilla Helmi<sup>2</sup>*

<sup>1,2</sup>Universitas Gadjah Mada

**e-mail:** <sup>1</sup>[aeshacahyanabila@mail.ugm.ac.id](mailto:aeshacahyanabila@mail.ugm.ac.id), <sup>2</sup>[avinpsi@ugm.ac.id](mailto:avinpsi@ugm.ac.id)

**Abstract.** The excessive use of social media in the present is considered to connect with the emergence of anxiety feelings if one is not involved in other individual activities online, known as a fear of missing out (from now on referred to as FoMO). This study aims to explore the FoMO phenomenon based on the context of social media users in Indonesia used a mixed-methods approach with a convergent parallel research design involving 331 participants (249 women, 82 men). The measuring instrument used in this study is the adaptation of the FoMO Scale which consists of 16 favorable items (Triani, 2017) with a Cronbach's Alpha score of 0.824 and an Aiken's V score that moves in the range of 0.682 to 0.932. Through the oneway ANOVA test, it was found that the level of FoMO has a difference based on duration of social media use (0.004,  $p < 0.05$ ). The most experienced FoMO tendency, based on the results of qualitative analysis, shows a negative feeling namely doubting the friendship which is driven by the aspect of friendship namely the desire to add information and friends. The analysis results show that the level of FoMO in Indonesia is included in the medium category and more proves the Hyperpersonal theory because it shows more external forces as the primary influence of the FoMO experience.

**Keywords:** *FoMO, hyperpersonal theory, self-representation, online activity, social media*

**Abstrak.** Penggunaan media sosial di masa sekarang dianggap memiliki keterkaitan dengan perilaku yang ditunjukkan oleh individu seperti adanya kecemasan jika tidak dilibatkan dalam kegiatan individu lain secara daring atau biasa disebut fenomena *fear of missing out* (selanjutnya disebutkan FoMO). Penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi fenomena FoMO berdasarkan konteks pengguna media sosial di Indonesia dengan menggunakan pendekatan *mixed-methods* serta desain penelitian *convergent parallel* yang melibatkan sebanyak 331 partisipan (249 perempuan, 82 laki-laki). Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil adaptasi skala FoMO yang terdiri dari 16 aitem *favorable* (Triani, 2017) dengan skor *Cronbach's Alpha* sebesar 0.824 dan skor *Aiken's V* yang bergerak dalam rentang 0.682 sampai 0.932. Melalui uji *oneway anova*, ditemukan bahwa tingkat FoMO memiliki perbedaan jika ditinjau berdasarkan durasi penggunaan media sosial (0.004,  $p < 0.05$ ). Kecenderungan FoMO yang paling banyak dialami, berdasarkan hasil analisis kualitatif, menunjukkan adanya perasaan negatif yaitu meragukan hubungan pertemanan yang didorong oleh aspek relasi pertemanan yaitu adanya keinginan untuk menambah informasi dan teman. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa tingkat FoMO di Indonesia tergolong dalam kategori sedang dan lebih membuktikan *hyperpersonal theory* karena lebih menunjukkan adanya dorongan eksternal yang memengaruhi pengalaman FoMO.

**Kata kunci:** *FoMO, hyperpersonal theory, representasi diri, aktivitas daring, media sosial*