

**LAPORAN AKHIR
PENELITIAN LUARAN NASIONAL**



**FENOMENA FOMO (FEAR OF MISSING OUT)
SEBAGAI GAYA HIDUP KAUM MILLENNIAL
PENGGUNA MEDIA SOSIAL**

Oleh:

Novi Andayani Praptiningsih
Wininda Qusnul Khotimah

NIDN 0317116502/Ketua
NIDN0307040401/Anggota

Florica Qadarifan
Giri Dwi Noviyanto

NIM 2106015094/Anggota
NIM 2106015295/Anggota

Nomor Kontrak Penelitian:
307/F.03.07/2023
Dana Penelitian:
Rp. 6.000.000

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF DR
HAMKA
JAKARTA
2024**

SPK PENELITIAN YANG SUDAH DI TANDA TANGANI OLEH
PENELITI, KETUA LEMLITBANG, DAN WAKIL REKTOR II



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

Jln. Tanah Merdeka, Pasar Rebo, Jakarta Timur
Telp. 021-8416624, 87781809; Fax. 87781809

**SURAT PERJANJIAN KONTRAK KERJA PENELITIAN
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF DR HAMKA**

Nomor : 307 / F.03.07 / 2023
Tanggal : 1 November 2023

Bismillahirrahmanirrahim

Pada hari ini, Rabu, tanggal Satu, bulan November, Tahun Dua Ribu Dua Puluh Tiga, yang bertanda tangan di bawah ini **Dr. apt. Supandi M.Si.**, Ketua Lembaga Penelitian dan Pengembangan Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, selanjutnya disebut sebagai **PIHAK PERTAMA**; **Dr. Novi Andayani Praptiningsih M.Si.**, selanjutnya disebut sebagai **PIHAK KEDUA**.

PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA sepakat untuk mengadakan Perjanjian Kontrak Kerja Penelitian yang didanai oleh RAPP Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Pasal 1

PIHAK KEDUA akan melaksanakan kegiatan penelitian dengan judul : **FENOMENA FOMO (FEAR OF MISSING/ OUT) SEBAGAI GAYA HIDUP KAUM MILLENIAL PENGGUNA MEDIA SOSIAL** dengan luaran wajib dan luaran tambahan sesuai data usulan penelitian Batch 1 Tahun 2023/2024 melalui simakip.uhamka.ac.id.

Pasal 2

Kegiatan tersebut dalam Pasal 1 akan dilaksanakan oleh PIHAK KEDUA mulai tanggal 1 November 2023 dan selesai pada tanggal 30 April 2024.

Pasal 3

- (1) Bukti progres luaran wajib dan tambahan sebagaimana yang dijanjikan dalam Pasal 1 dilampirkan pada saat Monitoring Evaluasi dan laporan.
- (2) Luaran penelitian, dalam hal luaran publikasi ilmiah wajib mencantumkan ucapan terima kasih kepada pemberi dana penelitian Lemlitbang UHAMKA dengan menyertakan nomor kontrak dan Batch 1 tahun 2023/2024.
- (3) Luaran penelitian yang dimaksud wajib PUBLISH, maksimal 1 tahun sejak tanggal SPK.

Pasal 4

Berdasarkan kemampuan keuangan lembaga, PIHAK PERTAMA menyediakan dana sebesar Rp.6.000.000,- (Terbilang : *Enam Juta*) kepada PIHAK KEDUA untuk melaksanakan kegiatan tersebut dalam Pasal 1. Sumber biaya yang dimaksud berasal dari RAB pada Lembaga Penelitian dan Pengembangan Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Tahun Anggaran 2023/2024.

Pasal 5

Pembayaran dana tersebut dalam Pasal 4 akan dilakukan dalam 2 (dua) termin sebagai berikut:
(1) Termin I 70 % : Sebesar 4.200.000 (Terbilang : *Empat Juta Dua Ratus Ribu Rupiah*) setelah PIHAK KEDUA menyerahkan proposal penelitian yang telah direview dan diperbaiki sesuai saran

reviewer pada kegiatan tersebut Pasal 1.

(2) Termin II 30 % : Sebesar 1.800.000 (Terbilang: Satu Juta Delapan Ratus Ribu Rupiah) setelah PIHAK KEDUA mengunggah laporan akhir penelitian dengan melampirkan bukti luaran penelitian wajib dan tambahan sesuai Pasal 1 ke simakip.uhamka.ac.id.

Pasal 6

- (1) PIHAK KEDUA wajib melaksanakan kegiatan tersebut dalam Pasal 1 dalam waktu yang ditentukan dalam Pasal 3.
- (2) PIHAK PERTAMA akan melakukan monitoring dan evaluasi pelaksanaan kegiatan tersebut sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 1. Bila PIHAK KEDUA tidak mengikuti Monitoring dan Evaluasi sesuai dengan jadwal yang ditentukan, tidak bisa melanjutkan penyelesaian penelitian dan harus mengikuti proses Monitoring dan Evaluasi pada periode berikutnya.
- (3) PIHAK PERTAMA akan membekukan akun SIMAKIP PIHAK KEDUA jika luaran sesuai pasal 3 ayat (3) belum terpenuhi.
- (4) PIHAK PERTAMA akan mendenda PIHAK KEDUA setiap hari keterlambatan penyerahan laporan hasil kegiatan sebesar 0,5 % (setengah persen) maksimal 20% (dua puluh persen) dari jumlah dana tersebut dalam Pasal 4.
- (5) Dana Penelitian dikenakan Pajak Penghasilan (PPh) dari keseluruhan dana yang diterima oleh PIHAK PERTAMA sebesar 5 % (lima persen).
- (6) PIHAK PERTAMA akan memberikan dana penelitian Termin II dalam pasal 5 ayat (2) maksimal 30 April 2024.

Jakarta, 1 November 2023

PIHAK PERTAMA
Lembaga Penelitian dan Pengembangan
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Ketua,

PIHAK KEDUA
Peneliti,


Dr. H. Supandi M.Si.
M.Si.


Dr. Novi Andayani Praptingsih

Mengetahui
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengembangan II UHAMKA

Dr. Desha Hindarsyah M.Pd.



LAPORAN PENELITIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF DR. HAMKA Tahun 2024

Judul : Fenomena FoMO (*Fear of Missing Out*) Sebagai Gaya Hidup Kaum Millennial Pengguna Media Sosial
Ketua Peneliti : Dr. Novi Andayani Praptiningsih, M.Si.
Skema Hibah : Penelitian Luaran Nasional
Fakultas : Ilmu Sosial & Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Luaran Wajib

No	Judul	Nama Jurnal/ Penerbit/Prosiding	Level SCIMAGO/SIN TA	Progress Luaran
1	The FoMO (Fear of Missing Out) Phenomenon as a Lifestyle for Millennial Social Media Users	Jurnal INFORMASI Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial UNY ISSN (p) 0126-0650 ISSN (e) 2502-3837	Jurnal nasional terakreditasi Sinta 2 Impact Factor 0.545455	<i>Draft</i>

Luaran Tambahan

No	Judul	Nama Jurnal/ Penerbit/Prosiding	Level SINTA/SCIMAG O	Progress Luaran
1	Fenomena FoMO (<i>Fear of Missing Out</i>) Sebagai Gaya Hidup Kaum Millennial Pengguna Media Sosial	Jurnal Communication, S2 Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur Jakarta e-ISSN : 2442-7535 p-ISSN : 2086-5708	Jurnal nasional terakreditasi Sinta 4 Impact Factor 2.33333	<i>Draft</i>

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Farida Hariyati, M.I.Kom
NIDN. 0327097601

Ketua Peneliti



Dr. Novi Andayani
P.,M.Si.
NIDN. 0317116502

Ketua Lemlitbang
UHAMKA

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Tellys Corliana, M.Hum.
NIDN.0329096403

Dr. apt. Supandi, M.Si
NIDN. 0319067801

LAPORAN AKHIR

Judul (Title)

Fenomena FoMO (*Fear of Missing Out*) Sebagai Gaya Hidup Kaum Millennial Pengguna Media Sosial

Latar Belakang (Background)

Kini mayoritas remaja lebih suka melakukan komunikasi melalui media sosial, dibandingkan berkomunikasi secara langsung dengan tatap muka. Hasilnya, remaja berusia 18 hingga 24 tahun diketahui jarang berbicara dengan tetangganya. Menurut survei, 44,5% anak muda berusia 18 - 24 tahun mengatakan mereka merasa lebih nyaman berkomunikasi melalui media sosial. Selain itu, sekitar 27,7% responden survei mengatakan mereka tidak pernah berbicara dengan orang asing yang pernah menggunakan transportasi umum (Syamsiyah, 2018).

Sejumlah 106 juta warga Indonesia adalah pengguna aktif media sosial yang merupakan 40% dari total populasi di Indonesia. 77% pengguna internet di Indonesia juga terbukti mengakses media sosial setiap harinya. Menurut Cahyono (2016), seiring berkembangnya zaman maka teknologi juga mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal ini menjadikan internet sebagai alat komunikasi utama yang diminati oleh masyarakat, khususnya pada remaja. Internet memiliki dampak positif yang dapat dirasakan secara langsung oleh penggunaannya. Berbagai macam informasi juga dapat diakses dengan mudah melalui internet sehingga pengguna internet terus bertambah dari tahun ke tahun. Tidak hanya itu, internet juga sangat membantu remaja di dalam bidang pendidikan dan hiburan. Kita dapat melihat bahwa perkembangan internet telah memberikan dampak yang besar bagi kehidupan manusia. Salah satu media yang paling banyak digunakan oleh pengguna internet adalah media sosial.

Fear of Missing Out (FoMO) dapat didefinisikan sebagai ketakutan akan kehilangan momen. Menurut Hetz (dalam Akbar et al, 2019), takut kehilangan momen adalah konstruksi sosial yang memeriksa apakah individu khawatir kehilangan pengalaman yang dimiliki orang lain dan kami memeriksa hubungan ini dengan kekhawatiran mereka akan kehilangan aktivitas dalam budaya mereka. Menurut Przybylski, Murayama, DeHaan, dan Gladwell (dalam Akbar et al, 2019) menyatakan bahwa orang yang mengalami FoMO pada jejaring sosial sebenarnya mengalami pemuasan kebutuhan, suasana hati, dan kepuasan yang lebih rendah dalam kehidupan nyata. Seperti yang dinyatakan oleh Abel (dalam Aisafitri & Yusrayah, 2020) efek atau pengaruh buruk tersebut yaitu,

tidak puas dengan kehidupan mereka sendiri, menggunakan perangkat saat berjalan dan mengemudi, tidak dapat menikmati kebersamaan secara penuh di dunia nyata, gangguan tidur dan mengabaikan kehidupan pribadinya.

Sejumlah penelitian memaparkan dunia digital telah memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan kecemasan dan depresi seseorang. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji gaya hidup *JoMO* yang mampu memberikan pengaruh positif pada kemampuan seseorang untuk resilien terhadap gaya hidup *FoMO*. Subjek penelitian adalah remaja siswa Sekolah Menengah Atas. Data dianalisis merupakan hasil wawancara dengan remaja yang memenuhi kualifikasi yaitu memiliki akun media sosial (whatsapp, line, instagram, twitter, dan facebook) dan aktif menggunakannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sejumlah perilaku gaya hidup *JoMO* ternyata memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kemampuan subjek untuk resilien dari kecenderungan *FoMO*. Gaya hidup *JoMO* dapat memberikan dampak positif terhadap kemampuan remaja untuk resilien dari kecenderungan gaya hidup *FoMO* (Kiding & Matulesy, 2017).

Prevalensi fenomena Fear of Missing Out (FoMO) dan keterbatasan dalam memahami hubungan antara penggunaan media sosial dan FoMO, penelitian ini menguji hubungan yang mengikat berbagai jenis penggunaan media sosial dengan berbagai aspek FoMO. Studi ini mengungkap apakah dan bagaimana penggunaan media sosial dikaitkan dengan FoMO. Media sosial mungkin tidak selalu meningkatkan FoMO, karena interaksi positif dan aktif di media sosial kondusif terhadap pengentasan sifat-FoMO. Namun, penting untuk dicatat bahwa interaksi aktif juga dapat memprediksi tingkat FoMO yang lebih tinggi, sehingga penggunaan media sosial secara moderat perlu didorong. Selain itu, pengurangan penelusuran informasi yang pasif dan non-komunikatif akan kondusif bagi pengentasan sifat-FoMO oleh ASMU (Mao & Zhang, 2023).

FoMO terkait dampak negatif dari gaming disorder (GD) di kalangan minoritas kecil individu, terdapat peningkatan kebutuhan akan penelitian yang meneliti dampak FoMO pada GD. Namun, sedikit yang diketahui tentang peran impulsif dan waktu bermain game sebagai mediator dalam hubungan antara FoMO dan GD. Penelitian ini menguji apakah impulsif dan waktu bermain game memediasi hubungan antara FoMO (trait-FoMO dan state-FoMO) dan GD di kalangan mahasiswa Tiongkok, serta prevalensi GD. Trait-FoMO pada GD sepenuhnya dimediasi melalui impulsif dan waktu bermain game, sedangkan state-FoMO pada GD sebagian dimediasi melalui impulsif dan waktu bermain game. Individu dengan tingkat FoMO yang tinggi lebih cenderung menunjukkan impulsif dan menghabiskan waktu lebih lama untuk

bermain game, dan faktor-faktor ini dikaitkan dengan GD. Temuan ini memberikan wawasan untuk dimasukkan ke dalam program pencegahan kesehatan untuk membantu mengatur emosi, mengendalikan impulsif, dan mengurangi GD (Li et al, 2020).

FoMO, rasa takut ketinggalan, adalah pengalaman yang menonjol dan signifikan dengan konsekuensi pribadi dan relasional. Studi ini menganalisis secara kualitatif 35 wawancara dengan mahasiswa dewasa iGen tentang pengalaman mereka dengan FoMO. Dibingkai oleh teori dialektika relasional 2.0 (Baxter, L. A. (2011). Menyuarakan hubungan: Sebuah perspektif dialogis. Sage), kami menemukan dua kontradiksi tingkat relasional, koneksi dan pemutusan serta inklusi dan eksklusi, yang diterangi oleh interaksi tingkat budaya dari wacana 'carpe diem' dan 'investasi di masa depan.' Temuan menunjukkan bahwa melalui wacana carpe diem, partisipan berupaya meningkatkan kekuasaan yang diberikan kepada sumber daya relasional dan pribadi dan memperluas makna berinvestasi di masa depan. Implikasi dari temuan ini terkait dengan kesejahteraan dan keberhasilan akademis dibahas dan penerapan praktis untuk institusi pendidikan tinggi seperti pembelajaran berbasis tim dan program pengembangan profesional yang lebih holistik juga disajikan (Harrigan et al, 2021).

Remaja putri mengalami gejala *fear of missing out* (FoMO) terhadap media sosial yang mengarah kepada *social media addiction*. Perilaku FoMO juga dipicu oleh situasi selama pandemi yang mengharuskan remaja menggunakan *smart phone* di berbagai kesempatan termasuk dalam kegiatan pembelajaran. Remaja putri memiliki bentuk adiksi media sosial seperti kecenderungan untuk selalu mengupdate dirinya di sosial media, ingin selalu terhubung dengan orang lain, intensitas penggunaan sosial media yang mengharuskan dirinya untuk selalu membuka sosial media walau tanpa kepentingan (Jannah & Rosyidiani, 2022). Meningkatnya penggunaan media sosial Instagram di kalangan remaja tentunya akan mempengaruhi perilaku seperti ingin tetap up to date dan tidak ingin ketinggalan yang diakibatkan dari kecanduan mereka menggunakan media sosial. Penelitian yang menelisik adanya pengaruh penggunaan jejaring sosial Instagram terhadap perilaku fear of missing out (FOMO) di kalangan remaja. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian survei dan teori dependensi oleh Melvin DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach sebagai landasan teori dalam penelitian ini. Subyek penelitian ini adalah remaja dengan jumlah responden sebanyak 80 siswa. Penelitian ini menggunakan analisis linier sederhana. Hasil dari penelitian ini diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat

disimpulkan bahwa variabel penggunaan jejaring sosial Instagram (X) berpengaruh terhadap variabel perilaku *fear of missing out* atau variabel Y (Komariah & Utamidewi, 2022). Ketakutan akan kehilangan momen pada remaja akibat perilaku FoMO muncul karena tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *relatedness* dan *self*, yaitu individu yang tidak memiliki kedekatan dengan orang lain dan merasa kurang nyaman atau tidak dapat memenuhi keinginan dirinya sendiri (Akbar et al, 2018).

Penelitian lain tentang FoMO adalah pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) terhadap kesejahteraan psikologis terutama pada pengguna media sosial di usia *emerging adulthood*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Penelitian dilakukan di provinsi DIY melalui link googleform. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 400 orang yang didapatkan dengan metode *accidental sampling*. Alat pengumpulan data menggunakan skala *fear of missing out* (FoMO) dan skala kesejahteraan psikologis yang telah dimodifikasi dari skala FoMO milik Przybylski dan skala kesejahteraan psikologis milik Ryff. Skala FoMO memiliki pernyataan sebanyak 15 butir dengan koefisien reliabilitas $\alpha=0,849$ dan skala kesejahteraan psikologis memiliki 45 butir pernyataan dengan koefisien reliabilitas $\alpha=0,941$. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa FoMO mampu memprediksi kesejahteraan psikologis ($\beta=0,315$, $F(1,398)=43,753$; $p<0,001$). FoMO dapat memprediksi kesejahteraan psikologis dengan nilai kontribusi sebesar 9,9% dimana $R^2 = 0,099$, $p<0,001$ (Savitri, 2019).

FOMO dikaji melalui kurasi sebuah acara seni pertunjukan. Mengacu pada 'fear of missing out' (takut ketinggalan), FOMO diposisikan sebagai gejala bagaimana subjektivitas diwujudkan melalui budaya partisipatif. Dengan adanya kooptasi yang berbahaya terhadap budaya-budaya tersebut oleh perusahaan-perusahaan multinasional yang kuat, muncullah cara-cara baru yang menjadikan tubuh menjadi komoditas di negara-negara kapitalis akhir. Makalah ini mengkaji mode asumsi yang muncul dari media digital dan sosial dan mempertimbangkan strategi kinerja dalam konteks ini. Dapat dikatakan bahwa praktik seni pertunjukan mungkin menolak atau mengintervensi wacana tersebut melalui kemampuan yang kuat untuk membangun kembali hubungan antarmanusia melalui pengalaman pertunjukan atau tontonan yang hidup dan afektif. Namun, keaktifan, pengaruh, dan hubungan antarmanusia semuanya tertanam dalam budaya digital. Makalah ini akan mempertimbangkan bagaimana pertunjukan dapat memikirkan cara-cara di mana subjektivitas yang diwujudkan dihasilkan melalui FOMO dan menanyakan apakah dalam konteks

ini praktik seni pertunjukan dapat memperoleh kembali tubuh afektif Nolan, 2021).

Tujuan Riset (Objective)

FoMO adalah situasi saat adanya keinginan yang besar untuk tetap terus terhubung dengan apa yang sedang dilakukan oleh orang lain melalui dunia maya. Istilah-istilah gaul di kalangan millennial beragam. Selain FoMO, juga ada JOMO, FOBO, dan YOLO. Istilah kekinian tersebut terkait dengan gaya hidup. *FoMO* atau *Fear of missing out* dicirikan oleh adanya keinginan yang besar untuk tetap terus terhubung dengan informasi tentang apa yang sedang dilakukan oleh orang lain di dunia maya. Selain mendorong rasa ketergantungan pada media sosial, FoMO berdampak pada pola perilaku kaum millennial saat mengakses media sosial. Riset ini bertujuan untuk mengidentifikasi fenomena *fear of missing out* sebagai gaya hidup kaum millennial pengguna media sosial.

Metodologi (Method)

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu (Bungin, 2008: 68). Peneliti menggunakan data primer dan data sekunder dalam mengumpulkan data. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumberdata pertama atau tangan pertama di lapangan. Sumber data ini bisa dari responden atau subjek penelitian, dari hasil pengisian kuesioner, wawancara, observasi. (Kriyantono, 2006: 41-42). Teknik pengumpulan data primer, penulis menggunakan teknik wawancara mendalam. Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama (Sutopo, 2006 :72). Sedangkan data sekunder adalah data penelitian yang berisikan informasi dan teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian. Penulis akan mengumpulkan data dari data perusahaan, dokumen perusahaan, buku – buku perpustakaan, artikel, majalah, dan internet. Peneliti juga menggunakan studi dokumen/literatur yang diartikan sebagai upaya untuk memperoleh data dan informasi berupa catatan tertulis atau gambar yang tersimpan berkaitan dengan masalah yang diteliti (Indrawan dan Yaniawati, 2014:

139).

Menurut Sugiyono (2010: 89), analisis data kualitatif adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Analisis Data Kualitatif adalah riset yang menggunakan cara berpikir induktif, yaitu cara berpikir yang berangkat dari hal-hal yang khusus (fakta empiris) menuju hal-hal yang umum (tataran konsep). (Kriyantono, 2006 : 196). Teknik analisis data yang digunakan yaitu **model Interaktif Miles dan Huberman** (Sugiyono, 2005 : 91), bahwa aktivitas data dilakukan terus menerus sampai tuntas, hingga datanya jenuh. Tahap-tahap proses analisis data: 1) *Data Reduction* (Reduksi Data). Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. 2) *Data Display* (Penyajian Data). Setelah data reduksi, maka langkah selanjutnya adalah mengkaji data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dengan mengkaji data, maka akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. 3) *Conclusion Drawing/Verification* (Penarikan/ Pengujian Kesimpulan). Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Sugiyono adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

Hasil dan pembahasan

Informan yang diwawancara secara mendalam ada 5 (lima) orang kaum millennial yang terdiri dari 3 (tiga) perempuan dan 2 (dua) laki-laki. Informan pertama bernama Ariesta Tania (AT) berusia 19 tahun, pengguna Instagram sejak tahun 2017 dan Twitter sejak 2021. Informan kedua adalah Farhat Abel (FA) berusia 21 tahun, pengguna Instagram kurang lebih 6 tahun. Informan ketiga bernama Ijlal Rizqullah (IR) berumur 19 tahun, pengguna Instagram, Facebook, dan Twitter sejak tahun 2021, serta Tiktok baru 1 tahun terakhir. Informan keempat yaitu Nabila Zahra (NZ) berusia 19 tahun, pengguna facebook sejak 2018, Instagram 2019, dan Tiktok sejak 2020. Sedangkan informan kelima adalah Nadhisa (N), 19 tahun, pengguna Instagram dan Tiktok sejak tahun 2017 sebelum *musically*.

Ketika ditanyakan motif menggunakan media sosial, apa yang dicari di media sosial, dan berapa jam dalam sehari mengakses media sosial, berapa kali sehari informan mengunggah story atau konten, konten apa yang sering dibagikan di media sosial, dan seberapa bermanfaat memiliki dan mengakses media sosial bagi informan, berikut hasil wawancara dengan AT:

Waktu itu lagi booming instagram, ikut2an anak lain sih bu FOMO. Saya biasanya yang lucu-lucu, kpop, atau tentang internship gitu, sebenarnya saya nyari sertifikat-sertifikatnya. Hari libur dari pagi sampai jam 10 habis azhar sampai malam, kalau kuliah biasanya malam saja. Kalau konten ga pernah, seringnya repost foto teman-teman, kalau foto korea saya punya akun lain hehe. Karena kebanyakan orang ga suka dengan postingan korea jadi dianggap alay. Saya ga takut dengan tanggapan orang lain, jadi gamau banyak2 update, paling sering repost BTS di second account. Sec account ini bisa buat stalking bu ... hehehe..... Saya hanya repost dan hal2 seru kayak soal family gathering PR club, lebih personal. Saya ga suka orang lain ngomongin saya, karena temen2 punya sec account akhirnya saya juga tertarik buat khusus untuk postingan sisi lain saya. Media sosial bermanfaat bgt buat saya mencari ttg pengetahuan, hobi, dunia kpop ada semua di sosmed.

FH menjabarkan sebagai berikut:

Alasan atau motif bermedia sosial karena penasaran karena temen sy pakai juga, setelah itu menjelaskan atau membagikan cerita kepada teman2 sy atau followers. Saya juga memulai bisnis pisang coklat gitu, jadi ya pakai Instagram. Kebetulan saya punya idola mengetahui kesehariannya, ciko jeriko. Kurang lebih 6 jam sehari gunakan medsos. Kalau story sy ga aktif bu, kalo vibesnya pas baru sy posting tentang isu2 politik sosial yang lagi hangat, saya repost, terkait keresahan saya. Kemarin itu bentrok sm jadwal kuliah jd ga bisa ikut demo. Sangat bermanfaat sekali untuk sy sendiri sy punya idola, untuk pengetahuan, sy bisa tau perkembangan ilmu dari influencer ini, kan beda2 ya menjabarkannya contohnya kayak Jerome polin, maudy ayunda, di explore muncul, pengetahuan yg berbeda tp sy dapat ilmu yang lumayan gitu.

IR menambahkan:

Bermedia sosial ngikut2 temen ke warnet dari kelas 2 SD, mungkin SD ini FOMO sih karena teman sy udah SMP SMA. Beda2 bu, di IG buat

teman2 sy lg dmn, FB buat meme lucu2an, Klo twitter kearah olahraga lewat media olahraga berita soal soal politik, tiktok hiburan juga. Kalau lg kosong ya bisa sejam dua jam, sehari bisa 5-8 jam sosmed apapun. Konten dulu awal2 FB dan twiter, skrg konten lebih aktif di IG, Paling tentang makanan, gunung, video naik gunung, gunung gede sm rinjani doang. Saya sering ngesahre video bola transfer pemain. Bagi saya, medsos bermanfaat sekali sih lebih cepet dari di TV, nonton TV klo ada bola doang

NZ menjelaskan:

Bermedsos untuk ngehibur diri aku aja sih bu, ngeekspresikan diri aku di depan orang2, tapi itu di second account. Kalu first acc itu hal2 yang seru banget, kalo yg secc acc itu ga ada jaim2nya ya bu, gila2an nangis2, followers banyak di first acc, klo sec account lebih ke close friend. Tertarik konten-konten yang menarik, yang menghibur, kayak makeup, kayak dance tiktok, kadang juga tentang konspirasi gitu. Akses media sosial kayaknya hampir 12 sehari. Kalo di WA pasti setiap hari, klo di tiktok jarang, kalo di IG sehari sekali, kalo jalan tempat ok baru jd story IG. Sering bagikan di media sosial kegiatan sehari-hari, main kemana, a day in my life. Medsos menurut aku bermanfaat, karena sosmed aku jd bisa komunikasi dgn teman2 yang aku ga ketemu langsung, menghibur, jadi pelarian

N menyatakan:

Aktif di medsos karena pengen tau banyak ttg informasi di luar, kebanyakan soal berita yang baru lagi arhan azizah salsa, infotainment, bermedsos dalam sehari bisa sering sih bu, asal pegang hp aja. Aku lebih sering bikin konten di tiktok, di tiktok sering bikin trend, vlog, a day in my life, dance. Instgram lebih sering aktif di secc account. 2020 saya bikin secc account, biar ada kenangannya. Aku malu di first account dilihat banyak orang. Paling sering buka secc account. Followersnya orang2 yg deket banget sama aku, ga sampe 50 orang. Bagiku medsos bermanfaat banget, jadi bisa tau kabar yg lagi viral gitu misal kyk palestina.

Terkait konsep **MIND**, ketika informan ditanya tentang hal apa yang dipikirkan tentang postingan/konten followers yang sering membagikan aktivitas liburan, belanja, kuliner dan sejenisnya, penilaian orang lain terhadap unggahan

konten informan, konsep diri seperti apa yang coba informan bentuk melalui media sosial, ada tidaknya perasaan takut tertinggal informasi yang ada melalui media sosial jika tidak mengaksesnya sehari saja. Dan apakah informan merasa kurang/tidak eksis jika tidak menggunakan media sosial, serta apakah familiar dengan istilah FoMO, AT menjawab sebagai berikut:

Biasa aja sih, ga pernah fokus saya skip-skip aja, yang paling bikin FOMO teman-teman seminar, atau potong poni, dan makanan juga, kalau kafe saya gak merhatiin, lebih ke makanan. Ya hal yang saya suka aja FOMO nya. Saya orangnya selalu kepikiran dengan pemikiran orang lain, sy ngeliat story saya berkali kali ini ada yang salah ga ya, karena takut diomongin, di secc account bebas. Saya secc acc update yang lucu ttg teman saya sih bu lebih bebas. Acc elegan orang yang ga macem2, sy lagi cakep2nya sy post, jugaacc banyak yang aib2, yang diri saya. Takut banget sih bu, IG sy pernah 2 hari ga aktif, kalo WA ga on sehari aja uda ketinggalan banget, sy takut banget ketinggalan gosip2 kuliah, di medsos ya takut ketinggalan updatenya BTS atau misal makanan terbaru yang baru buka. Saya merasa lebih eksis di sec acc karena hanya close friend sekitar 99 berbeda dengan first account. Istilah FoMO...ya tertarik bu, skrg banyak yang pake poni ala Korea jadi ya interest, saya ga posting sih Cuma menjadikan Instagram ini sebagai referensi.

FH menjelaskan:

wah itu mungkin ada bu, seiring berjalan waktu alhmdllh selama sy ngepost belum ada yg buruk, teman2 kyk merasa terhibur, sy merasa joke sy diterima. Saya lebih nonjolin sifat humoris sy bu, sisi sy yang melawak dalam video atau dalam kata2 dari sy sendiri. Kadang ada template dr tiktok terus sy bikin sendiri video2 lucu. Saya ada fase gitu bu, takut tertinggal info, sekarang2 ini engga. Engga, pernah ada di fase itu tp setahun ini udah biasa aja sy bu. Familiar bu dengan istilah FOMO, terkait itu saya sendiri ga deket, di sekitar sy kebanyakan gitu

IR menambahkan:

Saya punya secc account bu, ke temen yg bener2 deket dn privat, klo sy ngespam biar ga dikira alay. Engga pernah dikatain sih, cuma sy iseng ngatain temen juga. First acc yay g bagus2nya aja bu, tempat estetik, gunung yg baru sy naikin. Secc account itu hal2 biasa untuk semua orang. Engga ada perasaan takut tertinggal sih bu, sy pernah pesantren jd 3 tahun ga megang hp jd udah terbiasa. Di secc account karena yang

ngeliat temen2 sy yg uda tau sy orangnya gimana. Saya familiar dengan FOMO, kalau untuk skrg sih engga bu, soalnya uda males ngikutin. Ya sy cari kuliner tempatnya enak, tempatnya kurang bagus atau jauh, kadang ya ngikut2 satu dua. Kalau masalah FOMO ga terlalu karena lama ga megang HP uda biasa ketinggalan informasi.

NZ berkomentar:

Ngerasa kayak iri gitu kalo ada postingan/konten followers yang sering membagikan aktivitas liburan, belanja, kuliner. Kalo pernah iya, kalo sy ga mikirin banget biarin aja orang mikir gmn, sy sering ditanya kalo ga update di sec account. Kalo di tiktok itu paling kayak dubbing2 gitu ngebranding yg happy2, selalu ngebranding yg happy2nya aja di sosmed, kalo sad girl gitu ga. FOMO...Pasti bu, kyk tren2 tiktok ngedance pasti diikutin dance tiktok, iya kalo ga make sosmed ga bisa terhibur banget gitu, kalo takut ketinggalan info engga, tp lama2 terlena terhibur dan lupa waktu. Saya selalu nyari2 tau tentang makeup deh pokoknya bu. Ngerasa kurang/tidak eksis jika gak bermedia sosial sih bu, seperti ada yang kurang, apalagi cwek suka selfie, klo bagus kan mau di-posting kan.

N menjawab:

Kalo ada postingan/konten followers yang sering membagikan aktivitas liburan, belanja,saya biasa aja, karena tau kalo di judge itu ga enak. Takut bu kalo orang lain mikir kita terlalu expose banget atau terlalu alay, kita ga bisa memprediksi apa kata orang, orang2 ngomongnya terlalu frontal, lu kayak gin aja diposting. Kalo di first itu misterius sih bu, lu di first sama aslinya beda ya. Yg secc posting tiap hari ttg keseharian aku. Ada perasaan takut tertinggal informasi yang ada melalui media sosial, kadang kalo di kuliah bisa jd perbincangan sm temen dan dosen, sy takut ga bisa ngikutin apa yang mereka omongin apa yg dibahas. FoMo ya...hmmm.... ikut2an gitu, ikutin tren tp ga maksain, ya bikin konten tiktok dance sm temen. Aku eksis di secc account, lebih bebas berekspresi krn Cuma temen dekat. Saya juga penganut no face no case juga, ya saya ga PD bu. Aku dari kecil sering dikatain bu jd takut. Ngaruh ke kesehatan mental, aku biasanya di secc cerita dan setelah itu lega.

Terkait konsep **Self**, ketika ditanya tentang hal apa yang tidak perlu dan

tidak pernah anda bagikan di media sosial. Juga trend apa yang diikuti di media sosial, ciri khas akun pribadi dengan orang lain, pemahaman identitas diri, serta apakah selalu menulis caption dan caption seperti apa yang disukai, Ariesta Tania (AT) menjabarkan sebagai berikut:

Banyak banget yang saya kepo, sy posting yg menurut sy harus diposting nih, ya kadang sy simpen di galeri saja. Trend sekarang Tiktokan, joget2 tiktok. Saya tuh lebih kayak sepi banget, orang lain kan semuanya diposting, kalao secc account saya pernah ikut kegiatan twibon pasti di second account. Saya lebih ke elegan, no face no case istilah anak sekarang, misal sy magang perusahaan gede tiba2 baru sy post. Dan saya engga pernah nulis caption sama sekali.

FH menyatakan:

Ada itu terkait privasi untuk sy sendiri seperti rencana2 besar sy ga akan sy posting karena ada pengalaman buruk soal itu. Masalah juga engga. Trend foto masa kecil nanti disandingin sm yg sekarang yang sy ikuti. Upload konten seminggu paling tiga kali aja bisa dihitung atau sehari sekali. Ciri khas akun media sosial saya lebih soal keluarga yang ngebikin sy agak gimana gitu, lu ga mikirin perasaan orang lain yg keluarganya ga utuh, atau template tiktok. Skrg ya akun lucu gitu sih bu lucu2an Identitas diri saya paham bu, yg sy tampilin ya sy juga bingung.

IR menambahkan:

Masalah pribadi dn masalah keluarga ga harus semua org tau. Kalau dulu sih pernah ikut dalgona skrg sih viral liat2 dulu soal apa. Bola hampir setiap minggu, klo gunung kalo pas naik, kalo makanan ada yg bagus sy upload. First account sih kyk orang lainnya, secc account lebih ke lucu2nya. Yang sy banget ya secc account bu spam upload apa aja dmn sm siapa, secc account Cuma 60an orang. Saya mah upload kalo di first, klo di secc random, kalimat pendek.

NZ berkomentar:

Hal yang tidak perlu diposting adalah jika ada masalah pribadi. Trend di medsos sekatrang tentang outfit bu, skin care juga. Yang membedakan cara mengekspresikannya, temen2 suka yg estetik2, kalo aku yg bebas aja. Kalo dari diri aku ekspresiin diri aku yang aktif organisasi banyak kegiatan sering diposting. Kalo posting selalu pake caption, karena aku kayak cuma posting foto tanpa caption kayak kurang pemaknaan dr

temen-temen yang ngeliat.

N menjabarkan:

Pernah bu. Menurut saya hal yang tidak perlu dan tidak pernah dishare di media sosial tentang pencapaian sih bu. Saya takut dibilang gimana2 sm orang. Paling sering sahare konten yang aman untuk dibagikan yang seru2 dan lucu2. Ciri khas akun media sosial anda dibanding orang lain, ga ada beda sih sama aja. Di first acc misterius, di secc selalu ngebagiin kegiatan, di tiktok lebih ekspresif. Caption yang saya suka tulis adalah yang simple2 aja

Konsep **Society**, ketika informan ditanya kekerapan berinteraksi dengan follower, pengaktifan fitur *close friend*, siapa saja yang diikuti di media sosial, konten seperti apa yang dibutuhkan di media sosial, tipe akun sosial media yang dihindari atau bahkan diblok, like dan komentar followers membuat informan senang/ marah, dan apakah informan selalu membalas komentar followers, Ariesta Tania (AT) menjabarkan sebagai berikut:

Kalau temenku lagi upload apapun sy komen cantik, banget eh lagi dimana sih, saya respon. Di secc account itu ada close friend lagi bu, anak sekarang gitu bu. Akun yang saya follow (Indonesia) jarang bu, klo luar taylor swift, artis2 dari film yang saya suka, kalo media ya Jakarta info jkt kreatif media. Saya kan butuh edukasi soal kuliah, kedepannya apa, first account. Kalo diblok ga ada, ya sy ngomong langsung, kalo kata anak skrg tu childish. Kalau komen jelek sih ga ada, di IG ada fitur love ini lucu sih jadi sy merasa disukai. Selalu sih, kecuali stranger bu.

FH menjabarkan:

Sering soal reply video yg sy buat, Saya ada second account, buat temen2 dekat sy, sy jarang ngepost kesedihan sy, tp klo di second account bisa jd sy post, kadang masih sy hide, sekarang tu kadang di kampus ngobrol nanyanya second account ga lama second accountnya apa? Tp jd nya ga temen dekat, dari situ lama2 bisa dekat sih bu, kualitas pertemanan. Tentang pengetahuan isu2 sosial politik, kalo ga ada sosmed bingung deh nyarinya dimana. Untuk sy sendiri sy bingung. Detox sosial media Belum pernah, sy bingung kalau ga ada sosial media bu, kalau ada sosial media sy bisa sharing ke teman tentang apa yg sy dapat. Takut juga gabisa lihat temen update.

IR menambahkan:

Sering kan followersnya teman saya, krn secc account. Klo di first acc orang DM suka sy diemin. Saya sering mengaktifkan fitur close friend Udah di secc account. Klo di twiter akun2 media bola, meme2 bola, akun media2 viral. Kalo di IG di first itu info2 kajian. Yang di Secc itu bola sm politik. Konten yang saya butuhkan di media sosial ya yg sepemikiran sama saja. Selama ini klo dikomen ga baik ga pernah, klo dilike tergantung sama siapa orangnya.

NZ menjawab:

Sering banget interaksi dengan followers, apalagi klo aku live IG kadang sering ikut yg nge live IG jg. Ada secc account kak rian presiden gen z. Konten yang saya butuh kayaknya konten2 yang menghibur itu sih bu yang lucu-lucu. Pernah juga nge-blok, tipikalnya di IG yg ngechat dan mengandung unsur yg ga baik, klo di first acc kan ga privat jd ada gampang yg ngechat jd lgsung aku blokir. Ada aja komentar followers yang bikin senang, pasti kyk dipuji lucu imut, klo sampe marah ga pernah ahaha tp sy ketawa. Komentar followers selalu sy balas, selalu ada interaksi. Ga pernah detox sosmed sama sekali, gabut banget bu kalo ga ada sosmed, klo ada teman gpp, klo di rumah ga ada kerjaan itu gabut banget.

N berkomentar:

Jarang merespon akun follower, paling kyk di story yg dilike gitu bu. Fitur close friend engga saya aktifkan, karena ada secc account. Saya follow IG Alifia fitri, adinda amira di bidang fashion cewek dan kecantikan. Karena saya butuh konten fashion dan skincare. Saya pernah nge=blok akun lain, yang terlalu suka ngurusin urusan kita gitu langsung aku cut off orang itu sm semua sosmednya. Kadang kepikiran, saya sampe hapus story, ini matanya kecil satu nih, harus nanya ke org terdekat dulu sebelum post. Saya tidak pernah membalas komentar followers, hanya sy read.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan Franchina, Vanden Abeele, van Rooij, Lo Coco & De Marez (2018) yang menyatakan bahwa *fear of missing out* menjadi salah satu faktor yang membentuk seseorang dapat mengalami *problematic social media use*. Seseorang yang mengalami *fear of missing out* akan cenderung mengalihkan rasa cemasnya dengan memantau kehidupan orang lain melalui media sosialnya. Hanya saja,

bila perilaku tersebut dilakukan secara terus-menerus, hal ini juga akan cenderung memunculkan perasaan semakin tertinggal dari setiap kejadian-kejadian berharga yang telah dilalui oleh orang lain berdasarkan akun media sosial yang dilihat (Buglass dkk, 2017; Elhai, Dvorak, Levine & Hall, 2018; Fuster, Chamarro & Oberst, 2017; Oberst dkk, 2017; Scott & Woods, 2018; Wegmann dkk, 2017). Kondisi seperti ini justru juga bisa memberikan sumber baru bagi munculnya perilaku *fear of missing out*. Sehingga dapat dikatakan bahwa *fear of missing out* dan *problematic social media use* masih memiliki hubungan timbal balik satu sama lain. Perhitungan korelasi dari kedua variabel menunjukkan hasil R Square senilai 0,358 yang dapat disimpulkan bahwa peranan yang diberikan oleh *fear of missing out* kepada *problematic social media use* sejumlah 35,8%, sedangkan 64,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Faktor-faktor tersebut ialah seperti tipe kelekatan hubungan, *subjective well-being*, *self-esteem*, tipe kepribadian, kecemasan serta depresi (Andreassen dkk, 2016; Barker, 2009; Ehrenberg, Juckes, White & Walsh, 2008; Elhai dkk, 2016; Kim, Seo & David, 2015; Kircaburun, Jonason & Griffiths, 2018; Odacı & Çıkrıkçı, 2014). Abel, Buff dan Burr (2016) mendeskripsikan *fear of missing out* sebagai dorongan yang kuat untuk berada di dua tempat atau lebih dalam satu waktu, disadari dari rasa ketakutan akan kehilangan sesuatu, sehingga media sosial sebagai wadah yang dapat ditempatkan sebagai suatu sumber kebahagiaan seseorang, khususnya dalam hal ikut merasakan setiap momen yang dialami oleh orang lain dari hasil mendapatkan informasi tersebut. *Fear of missing out* dikarakteristikkan sebagai keinginan untuk secara terus menerus terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain, khususnya dengan berhubungan melalui teknologi media sosial (Risdyanti et al., 2019).

Simpulan

Kaum millennial aktif dalam bermedia sosial agar dirinya eksis, walaupun banyak juga yang memiliki *second account* yang jati diri serta identitasnya disembunyikan. Beberapa ada yang menjadi FoMO akibat melihat postingan *followers* tentang gaya hidup, OOTD, kuliner serta liburan ke luar kota atau luar negeri. Bahkan ada yang menjadi galau dan kemudian mem-blok akun tersebut, termasuk yang sering berkomentar negatif karena khawatir mengganggu kesehatan mental. Namun ada beberapa yang tidak merasa terganggu dan menganggap sebagai hal biasa. Jika postingan atau komentar mengganggu bisa dengan cara di-*skip* atau dihapus. Penggunaan sosial media sangat berkaitan dengan intensitas penggunaan individu dalam berkomunikasi secara virtual. Hal ini jika dibiarkan akan membentuk kebiasaan yang disebut ketergantungan.

Ketergantungan ini yang kemudian jika seseorang tidak mengakses sosial media maka yang dirasakan adalah keresahan yang memunculkan *fear of missing out*. FoMO dikaitkan dengan media sosial dapat menimbulkan rasa iri bagi orang yang melihat postingan akun seseorang, terutama terkait gaya hidup mewah maupun hedon. FoMo pada penelitian ini tampak lekat dengan informan, dapat dilihat dari ketergantungan para informan mengakses media sosial, dimana mereka menggunakan media sosial rutin dan dilakukan setiap hari dalam hitungan jam.

Daftar Pustaka

1. Abel, J. P., Buff, C. L. and Burr, S. A. 2016. Social media and the fear of missing out: scale development and assessment. *Journal of Business & Economics Research*, 14(1), 33.
2. Akbar, Rizki Setiawan; Audry Aulya; Adra Apsari & Lisda Sofia. 2018. Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FOMO) Pada Remaja di Samarinda. *Jurnal Psikologi* 7(2), 38-47.
3. Aisafitri, L. & Yusryyah, K. 2020. Sindrom Fear of Missing Out Sebagai Gaya Hidup Generasi Milenial Di Kota Depok. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 2. doi:10.24014/jrmdk.v2i4.11177
4. Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z. and Mazzoni, E. 2016. The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors*, 30(2): 252-62.
5. Barker, V. 2009. Older adolescents' motivations for social network site use: The influence of gender, group identity, and collective self-esteem. *Cyberpsychology & behavior*, 12(2), 209-213.
6. Buglass, S. L., Binder, J. F., Betts, L. R., and Underwood, J. D. 2017. Motivators of online vulnerability: The impact of social network sites use and FOMO. *Computer Human Behavior*, 66, 248-255.
7. Bungin, Burhan. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
8. Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9(1), 140-157. doi:10.36563/publiciana.v9i1.79
9. Crook, Christina. 2015. *The Joy Of Missing Out: Finding Balance In A Wired World*. Canada: New Society Publishers
10. Ehrenberg, A., Jukes, S., White, K. M., and Walsh, S. P. 2008. Personality and selfesteem as predictors of young people's technology use. *Cyberpsychology & Behavior*, 11(6), 739- 741
11. Elhai, J. D., Dvorak, R. D., Levine, J. C., and Hall, B. J. 2016. Problematic smartphone use: A conceptual overview and systematic review of relations

- with anxiety and depression psychopathology. *Journal of affective disorders*, 207, 251-259.
12. Fuster, H., Chamorro, A., and Oberst, U. 2017. Fear of missing out, online social networking and mobile phone addiction: A latent profile approach. *Revista de Psicologia Ciències de l'Educació i de l'Esport*, 35, 23–30.
 13. Franchina, V., Vanden Abeele, M., van Rooij, A., Lo Coco, G., and De Marez, L. 2018. Fear of Missing Out as a Predictor of Problematic Social Media Use and Phubbing Behavior among Flemish Adolescents. *International journal of environmental research and public health*, 15(10)
 14. Harrigan, Meredith Marko; Iris Benz; Christopher Hauck; Emily La Rocca; Rachel Renders & Stephanie Roney. 2021. The dialectical experience of the fear of missing out for U.S. American iGen emerging adult college students. *Journal of Applied Communication Research* 49(4), 424-440
<https://doi.org/10.1080/00909882.2021.1898656>
 15. Indrawan, Rully & Raden Poppy Yaniawati. 2014. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
 16. Jannah, Siti Nuriyah Fatkhul & Thalitha Sacharissa Rosyidiani. 2022. Gejala *Fear of Missing Out* dan Adiksi Media Sosial Remaja Putri di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Paradigma: Jurnal Multidisipliner Mahasiswa Pascasarjana Indonesia*, 3 (1), 1-14.
 17. Kiding, Seprianus & Andik Matulesy. 2017. Dari Fomo ke Jomo: Mengatasi Rasa Takut akan Kehilangan (Fomo) dan Menumbuhkan Resiliensi terhadap Ketergantungan dari Dunia Digital. *Psisula* 1, 173-18
 18. Kim, J., Seo, M., and David, P. 2015. Alleviating depression only to become problematic mobile phone users: Can face-to-face communication be the antidote? *Computers in Human Behavior*, 51, 440-447.
 19. Kircaburun, K., Jonason, P. K., and Griffiths, M. D. 2018. The Dark Tetrad traits and problematic social media use: The mediating role of cyberbullying and cyberstalking. *Personality and Individual Differences*, 135, 264-269.
 20. Komariah, Yanti Tayo & Wahyu Utamidewi. 2022. Pengaruh Penggunaan Jejaring Sosial Terhadap Perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) pada Remaja. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 9(9), 3463-3471.
 21. Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
 22. Li, Li; Mark D. Griffiths; Zhimin Niu & Songli Mei. 2020. Fear of Missing Out (FoMO) and Gaming Disorder among Chinese University Students: Impulsivity and Game Time as Mediators. *Issues and Mental Health* 41(12), 1104-1113.
<https://doi.org/10.1080/01612840.2020.1774018>
 23. Mao, Jian & Bin Zhang. 2023. Differential Effects of Active Social Media Use on General Trait and Online-Specific State-FoMO: Moderating Effects of Passive Social Media Use. *Psychology Research & Behavior Management* 16, 1391-1402.

- <https://doi.org/10.2147/PRBM.S404063>
<https://www.tandfonline.com/journals/dprb20>
24. Nolan, Katherine. 2021. Fear of missing out: performance art through the lens of participatory culture. *International Journal of Performance Arts and Digital Media* 17(2), 234-252.
<https://doi.org/10.1080/14794713.2021.1929771>
 25. Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., and Chamarro, A. 2017. Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of Adolescence*, 55, 51–60.
 26. Odaci, H., and Çıkrıkçı, Ö. 2014. Problematic internet use in terms of gender, attachment styles and subjective well-being in university students. *Computers in Human Behavior*, 32, 61- 66.
 27. Przybylski, Andrew K., Kou Murayama., Valerie Gladwell., & Cody R DeHan. 2013. Motivational, Emotional and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. *Computer in Human Behavior* 29,1841-1848. doi: 10.1016/j.chb.2013.02.014
 28. Putri, Lisy Septiani, Dadang Hikmah Purnama, & Abdullah Idi. 2019. Gaya Hidup Mahasiswa pengidap *Fear of Missing Out* di Kota Palembang. *Jurnal Masyarakat dan Budaya* 21 (2), 129-148.
 29. Risdyanti, K.S., Faradiba A.T., Syihab, Aisyah. 2019. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* 3(1), 276-282
 30. Savitri, Judithya Anggita. 2019. *Fear of Missing Out* dan Kesejahteraan Psikologi Individu Pengguna Media sosial di usia *Emerging Adulthood*. *Jurnal Acta Psychologia* 1 (1), 87-96.
 31. Scott, H. and Woods, H. C. 2018. Fear of missing out and sleep: Cognitive behavioural factors in adolescents’ nighttime social media use. *J. Adolesc.*, 68, 61–65.
 32. Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
 33. Sutopo, HB. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS Press.
 34. Syamsiyah, M. N. 2021, January 21. Riset: Remaja “Lupa” Bagaimana Cara Berkomunikasi Melalui Tatap Muka. Kumparan, diakses pada 13 Oktober dari <https://kumparan.com/millennial/riset-remaja-lupa-bagaimana-cara-berkomunikasi-melalui-tatap-muka-21dM5TYpe0>
 35. Wegmann, E., Oberst, U., Stodt, B., and Brand, M. 2017. Addictive Behaviors Reports Online- specific fear of missing out and Internet-use expectancies contribute to symptoms of Internet-communication disorder. *Addictive Behaviors Reports*, 5, 33–42.

Target Jurnal (Output)

Jurnal INFORMASI

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial UNY (Sinta 2)

Jurnal COMMUNICATION
Jurnal Pascasarjana Univ. Budi Luhur Jakarta (Sinta 4)

Lampiran Log Book

No	Tanggal	Kegiatan
1	7 November – 17 November 2023	Melakukan wawancara dengan para informan
2	18 November – 17 Desember 2023	Analisis Data
3	18 Desember 2023 – 2 Januari 2024	Laporan Penelitian
4	3 – 10 Januari 2024	Menyusun artikel ilmiah (luaran)

Lampiran LuaranWajib

Bukti Indexed

ISSN (P) 0126-0650 ISSN (E) 2502-5837

INFORMASI

Home About Login Register Search Current Archives

Home > Vol 52, No 2 (2022)

Informasi

Informasi published by Department of Communication Studies, Faculty of Social Sciences Universitas Negeri Yogyakarta in collaboration with Badan Sarjana Komunikasi Indonesia (BSKI). **Indexed** with ISSN (p) 0126-0650 and ISSN (e) 2502-5837 has been accredited at SINTA 2 by Indonesian Ministry of Research, Technology, and High Education decision Number 26/E/KEPT/2019_Vol. 49 (1) 2019- Vol 54 (2) 2023.

Informasi is an academic journal that centered on communication. It is open and welcoming to contributions from the many disciplines and approaches that meet at the crossroads of communication study. We are interested in scholarship that crosses disciplinary lines and speaks to readers from a range of theoretical and methodological perspectives that focuses on communication studies in Indonesia and the third world in general.

USER

Username

Password

Remember me

Login

JOURNAL CONTENT

Search


Search Scope

All

Search

SINTA Author Subjects Affiliations Sources FAQ WCU Registration Login

Journals Sort by Impact Search journals Search... Filter



INFORMASI ✓

Google Scholar Website Editor URL

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta

P-ISSN : 02160650 | E-ISSN : 25023837 Subject Area : Science, Education

S2 Accredited Garuda Indexed

0,55 Impact 18 H5-index 1.628 Citations 5yr 1.706 Citations

SINTA Author Subjects Affiliations Sources FAQ WCU Registration Login



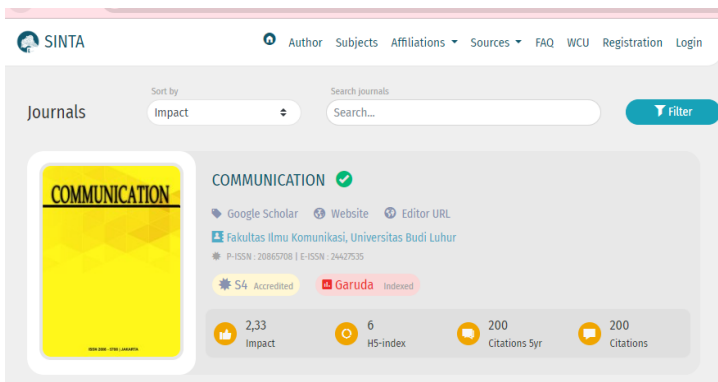
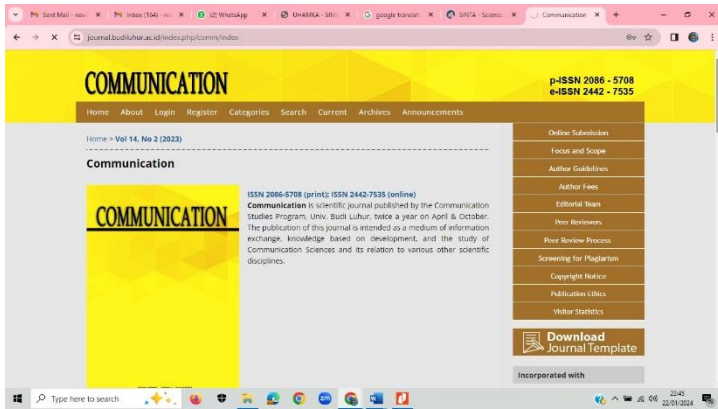
INFORMASI

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

P-ISSN : 02160650 <-> E-ISSN : 25023837 Subject Area : Science, Education

0.545455 Impact Factor 1706 Google Citations Sinta 2 Current Accreditation

Google Scholar Garuda Website Editor URL



The screenshot shows the SINTA journal profile for 'COMMUNICATION'. At the top, the SINTA logo is on the left, and navigation links for Author, Subjects, Affiliations, Sources, FAQ, WCU, Registration, and Login are on the right. The main header features a blue background with a building image, a yellow 'COMMUNICATION' logo, and the journal title. Below the title, it lists the affiliation 'FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI, UNIVERSITAS BUDI LUHUR' and ISSN numbers: P-ISSN: 20865708 and E-ISSN: 24427535. Three performance metrics are displayed in colored boxes: Impact Factor (2.33333), Google Citations (200), and Sinta 4 Current Accreditation. At the bottom, there are links for Google Scholar, Garuda, Website, and Editor URL.

SINTA Author Subjects Affiliations Sources FAQ WCU Registration Login

COMMUNICATION

COMMUNICATION

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI, UNIVERSITAS BUDI LUHUR

P-ISSN : 20865708 <> E-ISSN : 24427535

2.33333
Impact Factor

200
Google Citations

Sinta 4
Current Accreditation

Google Scholar Garuda Website Editor URL