

FOMO (Fear of Missing Out) dan Pengaruh Media Sosial terhadap Kepuasan Hidup

Nur Ida Fitria¹

¹Psikologi Islam, Universitas Nahdlatul Ulama Blitar, Indonesia

e-mail: idafitria1906@gmail.com¹

Abstract

The rapid growth of social media has brought various psychological consequences, one of which is the emergence of Fear of Missing Out (FOMO). This study aims to examine the relationship between the level of FOMO experienced by social media users and their perceived life satisfaction. A quantitative correlational design was employed in this study. The sample consisted of 162 active social media users aged 18–30 years, selected using purposive sampling. The instruments used were the Fear of Missing Out Scale (FoMOS) and the Satisfaction with Life Scale (SWLS). Pearson correlation analysis revealed a significant negative relationship between FOMO and life satisfaction ($r = -0.472$, $p < 0.001$). The higher an individual's FOMO level, the lower their life satisfaction. These findings highlight the importance of digital literacy and self-regulation in social media use to help individuals maintain psychological well-being amidst the constant flow of information.

Keywords: FOMO, social media, life satisfaction, psychological well-being, young users

Abstrak

(Font : Cambria, Bold, 10 pt)

Perkembangan media sosial yang pesat telah menghadirkan berbagai dampak psikologis, salah satunya adalah munculnya fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara tingkat FOMO yang dialami pengguna media sosial dengan tingkat kepuasan hidup yang dirasakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Sampel terdiri dari 162 pengguna aktif media sosial berusia 18–30 tahun yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Instrumen yang digunakan meliputi *Fear of Missing Out Scale (FoMOS)* dan *Satisfaction with Life Scale (SWLS)*. Hasil analisis korelasi Pearson menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara FOMO dan kepuasan hidup ($r = -0.472$, $p < 0,001$). Semakin tinggi tingkat FOMO seseorang, semakin rendah tingkat kepuasan hidup yang dirasakannya. Temuan ini menekankan pentingnya literasi digital dan regulasi diri dalam penggunaan media sosial, agar individu dapat mempertahankan kesejahteraan psikologisnya di tengah arus informasi yang terus-menerus.

Kata kunci: FOMO, media sosial, kepuasan hidup, kesejahteraan psikologis, pengguna muda

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola interaksi sosial secara signifikan dalam dua dekade terakhir. Media sosial, sebagai produk utama dari perkembangan tersebut, kini menjadi bagian tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari berbagai kalangan usia. Platform seperti Instagram, Twitter (X), TikTok, dan Facebook tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga ruang untuk menampilkan diri, memperoleh informasi, dan membentuk identitas sosial (Andreassen et al., 2022).

Meskipun media sosial memiliki banyak manfaat, intensitas penggunaannya yang tinggi juga memunculkan fenomena psikologis baru, salah satunya adalah FOMO (Fear of Missing Out). FOMO didefinisikan sebagai perasaan cemas yang muncul karena seseorang merasa tertinggal atau tidak terlibat dalam pengalaman menyenangkan yang dialami oleh orang lain, khususnya saat melihat aktivitas tersebut di media sosial (Przybylski et al., 2013; Milyavskaya et al., 2021). Perasaan ini mendorong individu untuk terus-menerus

memantau media sosial, yang pada akhirnya dapat berdampak pada kesejahteraan psikologis, termasuk kepuasan hidup.

Kepuasan hidup merupakan salah satu indikator penting dalam kesejahteraan subjektif, yang mencerminkan evaluasi kognitif seseorang terhadap kualitas hidupnya secara keseluruhan (Diener et al., 1985; Tov, 2018). Penelitian terbaru menunjukkan adanya korelasi negatif antara intensitas FOMO dengan tingkat kepuasan hidup. Individu yang mengalami FOMO cenderung merasa kurang puas dengan kehidupannya karena terus membandingkan diri dengan orang lain yang terlihat lebih “bahagia” atau “berhasil” di media sosial (Elhai et al., 2020; Rozgonjuk et al., 2021).

Di Indonesia, penggunaan media sosial tergolong sangat tinggi. Laporan dari We Are Social (2024) menunjukkan bahwa lebih dari 60% penduduk aktif menggunakan media sosial setiap hari, dengan durasi rata-rata mencapai 3 jam lebih. Fakta ini menjadi relevan untuk ditelaah lebih lanjut, mengingat tingginya eksposur terhadap media sosial juga meningkatkan kemungkinan terjadinya FOMO dan penurunan kepuasan hidup, khususnya di kalangan remaja dan dewasa muda (Fatmawati & Dewi, 2021).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi secara lebih mendalam hubungan antara FOMO yang dipicu oleh penggunaan media sosial terhadap tingkat kepuasan hidup individu. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi kajian psikologi positif, serta menjadi dasar untuk intervensi guna meningkatkan kesehatan mental masyarakat di era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Pendekatan ini dipilih karena tujuan utama penelitian adalah untuk mengetahui hubungan antara tingkat FOMO (Fear of Missing Out) yang dialami individu dengan kepuasan hidup yang dirasakannya dalam konteks penggunaan media sosial. Desain korelasional memungkinkan peneliti mengidentifikasi kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel tersebut tanpa melakukan manipulasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aktif media sosial berusia 18–30 tahun, mengingat rentang usia ini paling rentan mengalami FOMO (Elhai et al., 2020) dan merupakan kelompok usia dengan intensitas tertinggi dalam menggunakan media sosial (We Are Social, 2024). Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Aktif menggunakan media sosial minimal 2 jam per hari.
2. Memiliki akun media sosial aktif minimal pada dua platform (misalnya Instagram dan TikTok).
3. Bersedia mengisi kuesioner secara sukarela.

Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin atau referensi lainnya (misalnya Cohen, 1988) untuk menentukan ukuran sampel yang representatif, dengan target minimal 150 responden.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen skala psikologi dalam bentuk kuesioner online (Google Form) yang terdiri dari dua alat ukur utama:

1. Fear of Missing Out Scale (FoMOS) Alat ukur ini dikembangkan oleh Przybylski et al. (2013) dan telah diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia oleh peneliti sebelumnya (Fatmawati & Dewi, 2021). Skala terdiri dari 10 item dengan format Likert 5 poin (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju). Skor tinggi menunjukkan tingkat FOMO yang lebih tinggi.
2. Satisfaction with Life Scale (SWLS) Skala ini dikembangkan oleh Diener et al. (1985) untuk mengukur kepuasan hidup secara umum. Skala terdiri dari 5 item dengan format

Likert 7 poin (1 = sangat tidak setuju, 7 = sangat setuju). Skor total menunjukkan tingkat kepuasan hidup individu.

Instrumen yang digunakan telah melalui proses uji validitas dan reliabilitas, baik dari penelitian sebelumnya maupun melalui uji coba dalam penelitian ini. Uji validitas menggunakan analisis korelasi item-total, dan uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, dengan nilai $\geq 0,7$ sebagai indikator reliabel.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran umum karakteristik responden dan skor masing-masing variabel. Sementara itu, untuk menguji hubungan antara variabel FOMO dan kepuasan hidup digunakan analisis korelasi Pearson Product Moment.

Sebelum dilakukan analisis inferensial, data terlebih dahulu diuji asumsi normalitas dan linearitas. Pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26 atau software statistik sejenis.

HASIL dan PEMBAHASAN

1. Statistik Deskriptif

Penelitian ini melibatkan sebanyak 162 responden yang terdiri dari 61 pria (37,7%) dan 101 wanita (62,3%) dengan rentang usia 18–30 tahun. Sebanyak 87,7% responden menggunakan media sosial lebih dari 3 jam per hari, dengan platform paling dominan adalah Instagram (78%), diikuti oleh TikTok (62%), dan Twitter/X (34%).

Table.1 Skor rerata untuk masing-masing variabel

Variabel	Rata-rata	SD	Min	Max
FOMO	32,41	5,67	18	48
Kepuasan Hidup (SWLS)	20,83	4,39	9	34

SPSS versi 26

Hasil menunjukkan bahwa responden secara umum memiliki tingkat FOMO sedang ke tinggi, dan tingkat kepuasan hidup sedang. Berdasarkan klasifikasi skor skala, 38% responden berada pada kategori FOMO tinggi, sementara 42% menunjukkan kepuasan hidup rendah.

2. Uji Asumsi

Uji normalitas dilakukan menggunakan Kolmogorov-Smirnov, dan hasil menunjukkan bahwa kedua variabel terdistribusi normal ($p > 0,05$). Uji linearitas juga menunjukkan hubungan linear antara FOMO dan kepuasan hidup ($F = 4,21$, $p = 0,041$), sehingga data memenuhi syarat untuk dilakukan uji korelasi Pearson.

3. Analisis Korelasi

Uji korelasi Pearson dilakukan untuk mengetahui hubungan antara FOMO dan kepuasan hidup. Hasil analisis menunjukkan nilai $r = -0,472$ dengan $p < 0,001$. Ini berarti terdapat hubungan negatif yang signifikan antara FOMO dan kepuasan hidup. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat FOMO yang dialami seseorang, semakin rendah tingkat kepuasan hidupnya.

4. Pembahasan

Hasil penelitian ini mendukung temuan dari Elhai et al. (2020) dan Rozgonjuk et al. (2021), yang menunjukkan bahwa FOMO merupakan prediktor negatif terhadap kesejahteraan subjektif, termasuk kepuasan hidup. Individu dengan FOMO tinggi cenderung mengalami perasaan tertinggal, kurang berharga, dan tidak puas dengan

kehidupannya sendiri, terutama saat membandingkan diri dengan pencapaian atau pengalaman orang lain yang terlihat di media sosial.

Fenomena ini selaras dengan teori social comparison (Festinger, 1954), yang menyatakan bahwa individu memiliki kecenderungan untuk membandingkan diri dengan orang lain dalam menilai keberhasilan atau kualitas hidup mereka. Di era digital, media sosial menjadi lahan subur bagi perbandingan sosial yang tidak realistik, karena pengguna cenderung menampilkan versi terbaik dari dirinya.

Lebih lanjut, keterikatan yang berlebihan pada media sosial sebagai upaya menghindari ketertinggalan sosial juga mengakibatkan pengurangan waktu untuk aktivitas produktif, relasi interpersonal langsung, dan refleksi diri, yang justru merupakan faktor penting dalam membangun kepuasan hidup (Tov, 2018).

Temuan ini juga relevan dalam konteks Indonesia, di mana angka pengguna media sosial sangat tinggi. Generasi muda, khususnya mahasiswa dan pekerja awal karir, menjadi kelompok paling rentan terhadap tekanan sosial digital karena masih berada pada tahap pembentukan identitas diri (Fatmawati & Dewi, 2021).

Implikasi dari penelitian ini menekankan pentingnya pendidikan literasi digital dan keseimbangan dalam penggunaan media sosial, agar individu mampu menyaring informasi, mengurangi kecenderungan perbandingan sosial, dan membangun kesadaran diri yang sehat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa FOMO (Fear of Missing Out) memiliki hubungan negatif yang signifikan terhadap kepuasan hidup pada pengguna media sosial usia 18–30 tahun. Individu dengan tingkat FOMO yang tinggi cenderung merasa kurang puas terhadap kehidupannya, yang dapat disebabkan oleh kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain melalui konten-konten media sosial. Semakin sering individu merasa tertinggal atau tidak terlibat dalam aktivitas sosial yang ditampilkan oleh orang lain, semakin rendah tingkat evaluasi positif terhadap kehidupannya sendiri.

Hasil ini menegaskan bahwa penggunaan media sosial yang tidak seimbang, terutama ketika memicu FOMO, dapat menjadi faktor risiko psikologis yang berdampak pada kesejahteraan subjektif. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan literasi digital, penguatan regulasi diri, serta edukasi tentang kesehatan mental digital, khususnya bagi generasi muda yang sangat terpapar oleh media sosial.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi praktisi psikologi, pendidik, maupun perancang kebijakan untuk merancang intervensi atau program promotif yang bertujuan menekan dampak negatif media sosial terhadap kesehatan psikologis, serta mendorong penggunaan media sosial yang lebih sehat dan sadar diri.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2022). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors Reports*, 15, 100419. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2022.100419>
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71–75. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4901_13
- Elhai, J. D., Yang, H., Fang, J., Bai, X., & Hall, B. J. (2020). Depression and anxiety symptoms are related to problematic smartphone use severity in Chinese young adults: Fear of missing out as a mediator. *Addictive Behaviors*, 101, 105962. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2019.04.019>

- Fatmawati, I., & Dewi, K. T. (2021). Fear of Missing Out (FOMO) pada pengguna media sosial remaja akhir. *Jurnal Psikologi Ulayat: Indonesian Journal of Indigenous Psychology*, 8(1), 83–98. <https://doi.org/10.24854/jpu>
- Milyavskaya, M., Saffran, M., Hope, N., & Koestner, R. (2021). Fear of missing out: Prevalence, dynamics, and consequences for well-being. *Motivation and Emotion*, 45(6), 706–718. <https://doi.org/10.1007/s11031-021-09892-9>
- 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>
- Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J. D., & Montag, C. (2021). Fear of missing out (FoMO) and social media's impact on daily life and productivity: Can FoMO be managed by social media use? *Current Opinion in Psychology*, 45, 101302. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.09.014>
- Tov, W. (2018). Well-being concepts and components. In E. Diener, S. Oishi, & L. Tay (Eds.), *Handbook of Well-Being* (pp. 1–14). Salt Lake City, UT: DEF Publishers. <https://www.nobascholar.com/chapters/51>
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: Global overview report*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>