

# Hubungan Fear of Missing Out dengan Adiksi Twitter pada Fans Kingdom X1

Syifa Farah Ayu Fauzia, Fanni Putri Diantina

Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

syifarahayufauzia@gmail.com, fanni.putri@gmail.com

**Abstract**— Twitter is the second most widely accessed social media by teenagers in Indonesia (Survey hootsuite, 2020). Studies show that teens are prone to social media addiction. Fear of missing out (FoMO) is one of the strongest predictors to show that a person experiences twitter addiction. The pre-survey results showed that Korean Pop music lovers of X1's fans kingdom experience a twitter addiction tendency, in that they exhibited preoccupation, withdrawal, persistence, escape, problems and conflicts. They also tended to experience fear of missing out, in that they had unfulfilled need of competence and need for relatedness. The purpose of this study was to determine how strong it was the relationship between fear of missing out and the twitter addiction among the X1's fans kingdom boy groupin Bandung City. The method used was quantitative employing population study sampling technique which involved a total of 185 respondents recruited from the members of the X1's fans kingdom in Bandung. The measuring instruments used were the Fear of Missing Out Scale from Przyblyski et., Al and Social Media Disorder from Lemmens et., Al. The analysis technique used was the Spearman Correlation Test. The result showed that there was a significant relationship of  $0.000 < 0.005$  with a positive direction of 0.275 between the fear of missing out (FoMO) and twitter addiction of X1's fans kingdom.

**Keywords**— *Addiction, Fear of Missing Out, Kpop Fandom, Twitter*

**Abstrak**— Twitter adalah media sosial terbanyak kedua yang banyak diakses dikalangan remaja di Indonesia (Survey hootsuite, 2020). Banyak penelitian menunjukkan bahwa remaja rentan mengalami adiksi media sosial. Fear of missing out (FoMO) menjadi salah satu prediktor terkuat penyebab seseorang mengalami adiksi twitter. Hasil pra-survey menunjukkan fans penyuka musik Korean Pop (Kpopers) dari fans kingdom X1 mengalami kecenderungan adiksi twitter yakni adanya preoccupation, withdrawal, persistence, escape, problem dan conflict. Mereka juga menunjukkan kecenderungan mengalami fear of missing out yakni need of competence dan need for relatedness yang tidak terpenuhi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara fear of missing out dengan adiksi twitter pada fans kingdom boy group X1 di Kota Bandung. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik sampling studi populasi dengan jumlah responden sebanyak 185 orang yang merupakan anggota membership fans kingdom X1 Kota Bandung. Alat ukur yang digunakan adalah Fear of missing out Scale dari Przyblyski et.,al dan Social Media Disorder dari Lemmens et.,al. Teknik analisis yang digunakan adalah Uji Korelasi Spearman. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan sebesar  $0,000 < 0,005$  dengan arah yang positif sebesar 0,275 antara fear of missing out (FoMO) dengan adiksi twitter pada fans kingdom

X1.

**Kata Kunci**— *Adiksi, Fandom Kpop, Fear of Missing Out, Twitter*

## I. PENDAHULUAN

Teknologi terus berevolusi dan menjadi salah satu hal penting dalam kelangsungan hidup manusia. Termasuk ragam kecanggihan alat komunikasi dewasa ini yaitu *smartphone*. Melalui *smartphone*, individu dapat mengakses berbagai macam fitur canggih, termasuk di dalamnya aplikasi media sosial. Kehadiran media sosial menimbulkan dampak positif dan dampak negatif. Salah satu dampak negatifnya adalah *fear of missing out* atau FoMO dan adiksi media sosial. *Fear of missing out* (Przyblyski et.,al 2013) adalah ketakutan akan kehilangan momen berharga individu atau kelompok lain, dimana individu tidak dapat hadir di dalamnya dan ditandai dengan keinginan untuk terus terhubung dengan apa yang dilakukan oleh orang lain melali internet. Przyblyski et.,al (2013) mengatakan bahwa *fear of missing out* menjadi alasan seseorang menggunakan internet maupun media sosial. Begitu pula dengan Blackwel et.,al (2017) yang menyatakan bahwa *fear of missing out* menjadi prediktor yang memiliki hubungan terkuat dengan adiksi media sosial.

Dari sekian banyak media sosial yang dapat diakses di Indonesia, Twitter menjadi salah satu media sosial terbanyak kedua yang paling banyak diakses oleh remaja di Indonesia berdasarkan survey *hootsuite* (2020). Berdasarkan data yang dilansir oleh @TwitterID, sepanjang tahun 2018 pengguna twitter terus mengalami peningkatan disetiap kuartalnya. Twitter juga banyak digunakan oleh kelompok-kelompok sosial dan salah satunya adalah komunitas penggemar *Korean Pop* (Kpop). @TwitterData (2018) merilis terdapat sekitar 5,3 miliar *tweet* yang berkaitan dengan Kpop dan Indonesia menjadi salah satu negara yang menyumbang *tweet* mengenai Kpop. *Fans kingdom* dari boy group X1 dipilih karena berdasarkan @TwitterKorea, *hashtag* #X1 menjadi salah satu *fast rising KPOP hashtags globally* pada tahun 2019. Hal tersebut membuktikan bahwa *fans kingdom boy group* X1 aktif di twitter dan menggambarkan bahwa X1 memiliki jumlah anggota fans kingdom yang besar.

Hasil pra-survey yang dilakukan pada 135 orang. Sebagian besar dari mereka menyatakan bahwa mereka merasa cemas, sedih atau takut tertinggal informasi

mengenai idola mereka ketika mereka tidak mengakses twitter setiap harinya. Para responden pun mengakses twitter dengan durasi lebih dari 4 jam setiap harinya dengan tujuan yang beraneka ragam seperti mencari informasi mengenai idolanya, menjadikan twitter sebagai distraksi dan berinteraksi dengan *mutual*. Serta sebagian besar dari responden juga mengungkapkan mereka sering merasakan perubahan mood, tidak menghiraukan keadaan sekitar, menunda pekerjaan dan merasa kesulitan untuk mengurangi pemakaian twitter.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk meneliti “Hubungan *fear of missing out* dengan adiksi twitter pada *fans kingdom X1*”. Selanjutnya, tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris mengenai seberapa kuat dan arah hubungan *fear of missing out* dengan adiksi twitter pada *fans kingdom X1* di Kota Bandung.

## II. LANDASAN TEORI

FoMO merupakan akronim dari *fear of missing out*, yang didefinisikan sebagai sebuah kecemasan yang menular dalam bentuk pengalaman yang menyenangkan walaupun tidak dialami secara langsung. *Fear of missing out* (FoMO) juga terkarakterisasi sebagai keinginan untuk selalu terhubung dengan apa yang sedang orang lain lakukan (Przybylski et.,al 2013).

Menurut Przybylski (2013), *Fear of missing out* (FoMO) sendiri memiliki dua aspek yaitu tidak terpenuhinya kebutuhan *self* dan *relatedness* yang di adaptasi dari *self determination theory* (SDT) dari Deci & Ryan (1985). Menurut *self determination theory*, regulasi diri yang efektif dan kesehatan psikologis didasari dengan kepuasan atau terpenuhinya tiga kebutuhan psikologis dasar, yaitu:

### A. Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *self*, yang terdiri dari :

#### a) Need for Competence

Kebutuhan untuk merasa berhasil dan efektif dalam berinteraksi dengan lingkungan sosial dan mendapatkan kesempatan untuk melakukan dan menunjukkan kapasitas diri (Ryan & Deci, 2000). Kebutuhan ini mengarahkan individu untuk berusaha dan mempertahankan serta meningkatkan keterampilan dan kapasitas diri serta terus dengan melakukan kegiatan (Ryan & Deci, 2002). Jika seseorang memiliki need for competence yang rendah, maka kemungkinan ia akan merasa frustrasi dan putus asa.

#### b) Need for Autonomy

Kebutuhan seseorang untuk merasa bahwa tingkah lakunya bersumber dan berasal dari dirinya sendiri bukan dipengaruhi dan bukan dikontrol oleh dorongan dari luar diri (Ryan & Deci, 2000). Kebutuhan untuk mandiri merupakan kebutuhan seseorang untuk menjadi *self determined*, yaitu individu memiliki pilihan dalam memulai, mempertahankan dan meregulasi kegiatan yang dilakukan (Ryan & Deci, 2002).

### B. Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *relatedness* (*need for relatedness*), yaitu :

keinginan seseorang untuk selalu berhubungan, tergabung dan bersama dengan orang lain baik dari orang tua, guru dan teman sebaya (Ryan & Deci, 2000). *Relatedness* mengacu pada perasaan terhubung dengan orang lain, merasa diperhatikan dan dapat memperhatikan orang lain, serta memiliki kebersamaan dengan individu lain maupun komunitas (Ryan & Deci, 2002). Kebutuhan ini akan membuat seseorang puas ketika kondisinya memang terdapat pertalian yang kuat dan hangat. Hal tersebut dapat membuat seseorang merasa ingin memiliki kesempatan yang lebih ketika berinteraksi dengan orang-orang yang mereka anggap penting. Ketika seseorang tidak berhasil memenuhi kebutuhan ini, maka orang tersebut akan merasa cemas dan mencari tahu mengenai hal-hal yang tidak ia ketahui dan tidak ia lakukan melalui berbagai macam cara, salah satu caranya adalah melalui media sosial.

Griffiths (2005) mendefinisikan adiksi media sosial sebagai penggunaan kompulsif pada situs media sosial yang memanifestasikan dirinya dalam simptom *behavioral addiction*. Simptom-simptom tersebut diantaranya adalah *salience, tolerance, conflict, withdrawal, relapse*, dan *mood modification* Sementara Lemmens et.,al (2016) mendefinisikan adiksi media sosial adalah sebuah perilaku dimana seseorang menggunakan media sosial secara berlebihan. Lemmens mengemukakan terdapat 9 kriteria individu yang mengalami adiksi media sosial, diantaranya:

#### 1. Preoccupation

Dengan kata lainnya adalah keasyikan menghabiskan waktu di media sosial dan penggunaan yang berlebihan, karena merasa keasyikan ditanda dengan orang tersebut mengabaikan hal-hal yang terjadi di sekitarnya saat sedang menggunakan media sosial.

#### 2. Tolerance

Hal ini terjadi ditandai dengan seseorang mengalami peningkatan jumlah waktu yang ia habiskan untuk menggunakan media sosial dan subjek juga kesulitan ketika harus menghentikan aktifitasnya berselancar di media sosial.

#### 3. Withdrawal

Hal ini muncul ditandai dengan adanya emosi tidak menyenangkan seperti marah, jengkel, gelisah, frustrasi, cemas atau sedih ketika seseorang tidak dapat mengakses media sosial atau ketika sedang mencoba untuk mengurangi intensitas berselancar di media sosial.

#### 4. Persistence

Hal ini berkaitan dengan ketidakberhasilan seseorang ketika berusaha untuk mengurangi intensitasnya mengakses media sosial atau bahkan tidak berhasil menghentikan partisipasinya dalam media sosial yang sudah berlebihan.

#### 5. Escape

Disebut juga sebagai “pelarian” dari stressor yang ada. Hal ini mencakup perasaan santai dan perubahan mood yang dirasakan oleh seseorang ketika mengakses media sosial, misalnya perubahan mood jadi membaik atau memburuk.

### 6. Problems

Hal ini berkaitan dengan masalah-masalah yang dapat dialami oleh seseorang yang mengalami adiksi media sosial. Ketika seseorang sudah menggunakan media sosial secara berlebihan, akan terdapat beberapa masalah baik secara fisik maupun sosial. Secara fisik, karena mengakses media sosial secara berlebihan, seseorang akan berkurang waktu tidurnya dan membuat ia mengantuk ketika sedang bekerja karena membutuhkan waktu istirahat yang lebih.

### 7. Deception

Hal ini ditandai dengan perilaku berbohong yang dilakukan oleh seseorang yang mengalami adiksi media sosial (perilaku berbohong ditujukan kepada siapa saja, seperti keluarga, teman atau bahkan orang yang tidak dikenal) terkait dengan jumlah lamanya permainan.

### 8. Displacement

Hal ini ditandai dengan hilangnya minat seseorang pada kegiatan-kegiatan yang sebelumnya digemari di kehidupan nyata, karena terlalu asyik dengan media sosialnya. Termasuk kehilangan atau berkurangnya aktivitas sosial maupun hiburan.

### 9. Conflict

Hal ini tertuju pada semua konflik yang terjadi di antar pribadi yang dihasilkan oleh seseorang karena ia mengakses media sosial secara berlebihan. Konflik yang terjadi bisa seperti adu argumen.

## III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

TABEL 1. UJI RANK SPEARMAN

Koefisien Korelasi		0,275
Sig (2-tailed)	0,05	0,000

Berdasarkan output di atas, diketahui nilai signifikansi atau Sig (2-tailed) sebesar 0,000, maka artinya terdapat hubungan yang signifikan (berarti) antara *fear or missing out* (FoMO) dengan adiksi twitter pada anggota *membership* One It Kota Bandung karena  $0,000 < 0,05$ . Selain itu, diperoleh juga hasil pada koefisien korelasi sebesar 0,275, yang artinya arah hubungan kedua variabel ialah positif. Yang diartikan bahwa semakin tinggi *fear of missing out* yang dialami oleh anggota *membership* One It Kota Bandung, maka semakin tinggi pula adiksi yang dialami.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Cargill (2019) dengan  $4,09 > 0,05$  bahwa ketika *fear of missing out* yang dialami seseorang tersebut tinggi, maka orang tersebut juga akan mengalami adiksi media sosial yang tinggi atau meningkat.

Yin et.,al (2019) mengemukakan penyebab adiksi media sosial memiliki hubungan positif dengan *fear of missing out* (FoMO), dimana semakin tinggi adiksi media sosial yang dialami oleh seseorang, maka semakin tinggi pula *fear of missing out* (FoMO) yang dialami oleh orang tersebut adalah karena mereka lebih banyak merasa iri

(tidak mampu mengatur emosi mereka sendiri). Dengan kata lain, untuk orang yang mampu mengatur emosi mereka, mereka tidak akan merasakan dampak negatif dari adiksi media sosial ini salah satunya *fear of missing out* (FoMO). Jika dikaitkan dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti diperoleh hasil bahwa para responden anggota *membership* One It Kota Bandung merasa cemas dan iri ketika *mutual* atau teman *online* mereka memperoleh informasi terlebih dahulu mengenai idola mereka melalui twitter. maka dari itu, berawal dari kecemasan dan rasa iri yang mereka rasakan, para responden memutuskan untuk menghabiskan waktu di twitter lebih lama untuk memperoleh informasi yang sama atau bahkan lebih dari *mutualnya*.

## IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji rank spearman, diperoleh hasil sebesar 0,275 yang artinya *fear of missing out* (FoMO) memiliki korelasi positif dengan adiksi twitter. Maka, semakin tinggi *fear of missing out* yang dialami oleh anggota *membership* One It Kota Bandung, maka semakin tinggi pula adiksi twitter.
2. Sebanyak 135 orang (72,97%) responden perempuan mengalami *fear of missing out* rendah 19 orang (10,27%) responden perempuan lainnya mengalami *fear of missing out* tinggi dan responden dengan kategori usia remaja awal (13 tahun dan 14 tahun) yang paling banyak mengalami *fear of missing out* (FoMO) tinggi.
3. Responden perempuan, responden berusia 17 tahun lebih banyak dengan durasi lebih dari empat jam dalam satu hari mengalami adiksi twitter dan responden yang mengakses twitter untuk tujuan *scrolling timeline* pada fitur *home* untuk memperoleh informasi mengenai idolanya mengalami adiksi twitter tinggi.

## V. SARAN

1. Bagi anggota *membership* One It Kota Bandung dapat membatasi penggunaan twitter dengan cara mematikan notifikasi yang terdapat di twitter agar tidak merasa harus mengecek notifikasi *bar* dari postingan terbaru. Hal tersebut dapat membuat seseorang mampu untuk mengalihkan fokusnya dari ponsel dan media sosial yang sering ia akses.
2. Bagi anggota *membership* One It Kota Bandung membuat jadwal khusus untuk mengakses twitter setiap harinya, misalnya kapan dan berapa lama waktu yang mungkin dihabiskan untuk mengakses twitter dalam satu hari dan menggunakan *timer* agar lebih terkontrol lagi.
3. Bagi anggota *membership* One It Kota Bandung dapat mengisi waktu luang di sekolah dengan

mengikuti kegiatan keorganisasian atau ekstrakurikular, sehingga waktu luang yang dimiliki bisa dialokasikan pada kegiatan yang lebih bermanfaat dan dapat meningkatkan kemampuan yang dimiliki.

4. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik penelitian dengan adiksi media sosial dan *fear of missing out*, bisa menggali lagi lebih dalam mengenai faktor atau mediator lain yang mungkin mengantarai hubungan yang terjadi antara adiksi media sosial dan *fear of missing out*.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287–293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- [2] Blackwell, D., Leaman, C., Trampusch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69–72. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- [3] Cargill, M (2019) The relationship between social media addiction, anxiety, the fear of missing out and interpersonal problems. Electronic Thesis or Dissertation. Retrieved from <https://etd.ohiolink.edu/>
- [4] 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>
- [5] Van Den Eijnden, R. J. J. M., Lemmens, J. S., & Valkenburg, P. M. (2016). The Social Media Disorder Scale: Validity and psychometric properties. *Computers in Human Behavior*, 61, 478–487. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.038>