



Eksplorasi Hubungan Antara *Fear of Missing Out* dan *Social Connectedness* pada Generasi Milenial

Nurul Huda*, Almira Kusumaningrum, Dina Kusuma Astuti

Universitas Gunadarma, Depok, Indonesia

*nurul_huda@staff.gunadarma.ac.id

Abstract

Millennials use technology extensively, including excessive smartphone use, which leads to a lack of direct social interaction with their surrounding environment. This issue affects individuals' social connectedness and results in fear of missing out (FoMO) due to continuous use of social media. The purpose of this study is to empirically examine the relationship between fear of missing out (FoMO) and social connectedness among millennials. The method used in this study is a quantitative method. The sampling technique applied is purposive sampling, and the data analysis used is Pearson product-moment correlation. The researcher used the Social Connectedness Scale based on aspects companionship, affiliation, and connectedness. Meanwhile, the Fear of Missing Out (FoMO) scale was developed based on aspects autonomy, competence, and relatedness. Based on the findings, the hypothesis test obtained a significance value of 0.000 ($p < 0.001$) with an r value of 0.316. These results indicate that there is a highly significant positive relationship between fear of missing out (FoMO) and social connectedness among millennials.

Keywords: *Fear of Missing Out (FoMO); Social Connectedness; Milenial Generation*

Abstrak

Generasi milenial banyak menggunakan teknologi, menggunakan *smartphone* secara berlebihan yang membuat kurangnya sosialisasi secara langsung dengan lingkungan sekitar. Hal ini menjadi permasalahan pada *social connectedness* individu yang menyebabkan *fear of missing out* (FoMO) pada individu karena terus menggunakan media sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris hubungan *fear of missing out* (FoMO) dan *social connectedness* pada generasi milenial. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Teknik pengambilan data sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dan analisis data pada penelitian ini yaitu korelasi *product moment pearson*. Peneliti menggunakan skala *social connectedness scale* dan menggunakan aspek *companionship*, *affiliation*, dan *connectedness*. Sedangkan skala *fear of missing out* (FoMO) disusun berdasarkan aspek *autonomy*, *competence*, dan *relatedness*. Pada penelitian ini, hasil uji hipotesis diperoleh nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,001$) dengan nilai r sebesar 0,316, hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara *fear of missing out* (FoMO) dan *social connectedness* pada generasi milenial.

Kata Kunci: *Fear of Missing Out (FoMO); Social Connectedness; Generasi Milenial*

Pendahuluan

Generasi milenial atau generasi Y adalah generasi yang mendominasi dunia kerja baik di Indonesia maupun di mancanegara pada saat ini. Generasi milenial adalah kelompok muda yang lahir antara tahun 1981-2000 (Bolton et al., 2013). Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti e-mail, SMS, *instant*

messaging dan media sosial lain seperti *twitter*, *facebook*, dan senang bermain game *online*. Menurut Rahmawati (2018) menyebutkan generasi milenial bisa disebut tidak bisa hidup tanpa koneksi internet, mereka sangat mudah dalam mencari informasi dan hal ini sangat berpengaruh terhadap pola pikir yang penuh ide-ide visioner dan inovatif. Penggunaan media sosial kian meningkat dari waktu ke waktu. *We Are Social* mencatat terjadi kenaikan sebesar 13,2% penggunaan media sosial sehingga angkanya menyentuh 4,2 miliar per Januari 2021 dengan rata-rata lebih dari 1,3 juta pengguna baru di media sosial setiap harinya sejak 2020. Angka tersebut setara dengan 155 ribu pengguna baru setiap detik. Rata-rata pengguna internet di Indonesia menghabiskan hampir tiga jam untuk terkoneksi di media sosial melalui telepon genggam.

Pada tahun 2022 dari Lembaga *We Are Social*, sebanyak lima milyar pengguna internet di dunia ini rata-rata menghabiskan waktu untuk menggunakan internet atau media sosial sekitar 6 jam 53 menit *online* setiap harinya. Digitalisasi telah mengubah pola interaksi sosial masyarakat, menciptakan tantangan dan peluang baru dalam hubungan antarindividu maupun komunitas. Media sosial telah menjadi platform yang sangat disukai oleh remaja Indonesia karena menawarkan berbagai cara untuk mengakses informasi, berkomunikasi, dan berekspresi (Taib et al., 2024).

Hal ini terjadi karena frekuensi individu menggunakan *smartphone* yang terlalu sering, sehingga menyebabkan berkurangnya bahkan tidak ada interaksi dengan lingkungan sekitarnya. Penggunaan *smartphone* yang berlebihan khususnya pada remaja membuat kurangnya sosialisasi akibat hanya berinteraksi dengan sesama pengguna *smartphone*, hal ini pula mengakibatkan menurunnya aktivitas fisik karena kurang bergerak sehingga berdampak pada gangguan kesehatan. Menurut data terbaru, lebih dari 60% populasi di Indonesia menggunakan media sosial setiap hari, dengan sebagian besar penggunaannya berasal dari kelompok usia remaja (Khaidir, 2023).

Pada zaman sekarang, generasi milenial lebih memilih untuk berdiam diri di rumah dengan bermain gadget dibandingkan dengan mereka berinteraksi dengan lingkungan sekitar seperti tetangga dan sebagainya. Kondisi seperti ini, dapat terlihat bahwa terdapat peningkatan penggunaan *smartphone* dan media sosial pada masyarakat. Dengan waktu penggunaan yang meningkat terlebih saat pandemi atau saat adanya karantina. Lalu saat pasca pandemi terjadi peningkatan pengguna aktif media sosial dibanding tahun-tahun sebelumnya.

Penelitian longitudinal pada lebih dari 7.000 orang dewasa menunjukkan bahwa baik penggunaan media sosial pasif maupun aktif berkaitan dengan peningkatan perasaan kesepian dari waktu ke waktu, sebuah indikator bahwa *social connectedness* berkurang meskipun tidak selalu kuat secara efek. Ini berarti meskipun media sosial dimaksudkan untuk menghubungkan, intensitas penggunaannya secara statistik dihubungkan dengan meningkatnya rasa kesepian (Roberts et al., 2024). Dalam studi lintas-negara pada orang dewasa, lebih banyak waktu yang dihabiskan di media sosial dikaitkan dengan tingkat kesepian yang lebih tinggi setelah dikontrol beberapa faktor demografis (usia, status pekerjaan dan lainnya).

Hasil menunjukkan bahwa penggunaan media sosial lebih sering berkorelasi dengan peningkatan *loneliness* (lebih rendahnya *social connectedness*) (Bonsaksen et al., 2023). Dengan terjadi peningkatan pada penggunaan media sosial, menunjukkan bahwa masyarakat mengalami penurunan pada tingkat *social connectedness* mereka, walaupun tidak terlalu signifikan (Folk et al., 2020). *Social connectedness* adalah kebutuhan psikologis yang didorong secara intrinsik dari sifat manusia. Individu dan kelompok, berusaha untuk memenuhi kebutuhan ini dengan mengumpulkan rasa memiliki dengan orang lain dan dunia sosial di sekitar mereka (Lee & Robbins, 1995).

Berdasarkan Allen et al., (2014) anak muda yang menjadi '*digital natives*' di dunia maya akan menganggap keterhubungan sosial sebagai suatu hal yang cukup penting bagi pemenuhan kebutuhan mereka. Rasa keterhubungan atau *connectedness* memungkinkan individu untuk mempertahankan menjadi individu yang berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Saat di mana individu sulit untuk tidak berinteraksi dengan orang lain dan merasa dirinya harus tetap terhubung bahkan dijarak jauh sekalipun, melalui media sosial individu tersebut dapat merasa terhubung dengan orang lain. Hal yang menyebabkan individu untuk terus menggunakan media sosial salah satunya yaitu *fear of missing out* (FoMO).

Fear of missing out (FoMO) biasa sering digunakan untuk orang-orang yang takut akan tertinggal sesuatu yang sedang trending. Tidak hanya takut akan ketinggalan zaman, tetapi saat seseorang tidak bisa ikut acara perkumpulan teman-temannya, orang yang *fear of missing out* (FoMO) akan takut tertinggal cerita yang terlewatkan oleh sahabat-sahabatnya. Karena itu, individu akan selalu melihat sosial medianya untuk melihat berita ter-update dari sahabat-sahabatnya. *Fear of missing out* (FoMO) merupakan suatu kekhawatiran, kecemasan, serta kegelisahan saat orang lain mungkin memiliki pengalaman berharga ketika dirinya tidak hadir bersama teman-temannya, hal ini diidentifikasi sebagai keinginan untuk terhubung melalui media sosial secara terus menerus (Przybylski et al., 2013).

Menurut Brown & Kuss (2020) mengungkapkan bahwa jika *social connectedness* dan *fear of missing out* saling berkaitan, jika *social connectedness* individu meningkat pada dunia *offline* atau berinteraksi langsung dengan orang lain ini akan mengalami penurunan *fear of missing out* (FoMO) pada individu. Begitu pula sebaliknya, *social connectedness* yang menurun pada individu akan mengalami peningkatan *fear of missing out* (FoMO). Penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada dampak penggunaan media sosial secara umum terhadap kesejahteraan psikologis atau keterhubungan sosial tanpa secara eksplisit menghubungkannya dengan FoMO.

Misalnya, studi Allen et al., (2014) menyoroti pentingnya keterhubungan sosial di ranah digital bagi generasi muda sebagai *digital natives*, tetapi tidak secara khusus mengukur peran FoMO sebagai prediktor atau moderator dalam hubungan tersebut. Selain itu, sebagian besar penelitian yang mengeksplorasi FoMO lebih banyak menggunakan sampel remaja atau generasi Z, sehingga keterbatasan sampel ini menyebabkan kurangnya pemahaman tentang bagaimana FoMO mempengaruhi dinamika keterhubungan sosial pada generasi yang lebih dewasa seperti milenial. Padahal, generasi milenial memiliki karakteristik penggunaan teknologi dan media sosial yang berbeda dibanding generasi sebelumnya maupun sesudahnya.

Pola konsumsi digital, kebutuhan akan validasi sosial, serta tekanan untuk tetap "terhubung" secara konstan dapat berimplikasi berbeda terhadap kesejahteraan emosional dan tingkat keterhubungan sosial mereka. Oleh karena itu, terdapat kebutuhan yang jelas untuk penelitian yang mendalami bagaimana FoMO memengaruhi atau berhubungan dengan *social connectedness* pada generasi milenial secara spesifik, baik secara langsung maupun melalui mekanisme psikologis lain seperti kecemasan sosial, kepuasan hidup, atau identitas sosial. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengisi gap tersebut dengan secara empiris menguji hubungan antara *fear of missing out* (FoMO) dan *social connectedness* pada generasi milenial, serta mempertimbangkan variabel-variabel yang relevan yang belum banyak dieksplorasi dalam literatur terdahulu.

Social Connectedness Van Bel et al., (2009) mendefinisikan *social connectedness* yaitu sebagai pengalaman atribusi dan koneksi jangka pendek individu, berdasarkan penilaian sosial kuantitatif dan kualitatif, dan kesadaran sosial. Individu menangkap pengalaman sosial yang berasal dari interaksi sosial yang individu lakukan baik secara

langsung maupun dari media informasi lainnya seperti media sosial. Teori Lee & Robbins (1995) mendefinisikan *social connectedness* adalah kebutuhan psikologis yang pada dasarnya didorong oleh sifat manusia. Bahkan individu dan kelompok bertujuan untuk memenuhi kebutuhan tersebut dengan menumbuhkan rasa memiliki terhadap orang lain dan dunia sosial di sekitar mereka.

Fear of Missing Out (FoMO) Przybylski et al., (2013) mengemukakan *fear of missing out* (FoMO) didefinisikan sebagai ketakutan yang berlebihan bahwa orang lain mungkin memiliki pengalaman berharga dan kita sebagai individu tidak bisa mendapatkan pengalaman yang sama dengan orang lain. *Fear of missing out* (FoMO) dicirikan oleh keinginan untuk terus terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain. Dimana, individu akan merasakan takut jika ada suatu kegiatan atau trend yang tidak diketahui oleh individu tersebut, individu mempunyai keinginan untuk terus terhubung dengan apa yang dimiliki dan dilakukan oleh orang lain, terutama terkait dengan media sosial. Aspek-aspek dari *fear of missing out* (FoMO) menurut yaitu; (a) *Autonomy*, pengalaman merasakan adanya pilihan, dukungan dan kemauan yang berkaitan dengan memulai, memelihara, dan mengakhiri keterlibatan perilaku.

Autonomy ini bisa bermakna bahwa individu bebas mengintegrasikan tindakan yang dijalankan dengan diri sendiri tanpa terikat atau mendapat kontrol dari orang lain. Apabila kebutuhan psikologis akan *self* tidak terpenuhi, maka individu akan menyalurkannya melalui internet untuk memperoleh berbagai macam informasi dan berhubungan dengan orang lain. Hal tersebut akan menyebabkan individu terus berusaha untuk mencari tahu apa yang sedang terjadi pada orang lain melalui internet, (b) *Competence*, keinginan yang melekat pada individu untuk merasa efektif dalam berinteraksi dengan lingkungannya mencerminkan kebutuhan untuk melatih kemampuan dan mencari tantangan yang optimal. Kebutuhan *competence* ini berkaitan dengan keyakinan individu untuk melakukan tindakan atau perilaku tertentu secara efisien dan efektif. Rendahnya kepuasan terhadap *competence* akan memungkinkan individu merasa frustrasi dan putus asa; dan (c) *Relatedness*, yaitu kedekatan atau keinginan untuk berhubungan dengan orang lain adalah kebutuhan individu untuk merasakan perasaan tergabung, terhubung, dan kebersamaan dengan orang lain. Kondisi seperti ini individu merasa ingin memiliki kesempatan lebih dalam berinteraksi dengan orang-orang yang dianggap penting dan terus mengembangkan kompetensi sosialnya. Apabila kebutuhan psikologis akan *relatedness* tidak terpenuhi menyebabkan individu merasa cemas dan mencoba mencari tahu pengalaman dan apa yang dilakukan oleh orang lain, salah satunya melalui internet ataupun media sosialnya.

Metode

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018). Jenis data yang digunakan menggunakan data primer, yaitu data yang didapatkan secara langsung dari lapangan melalui sebaran kuesioner kepada responden. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang di dalamnya terdapat objek dan subjek (Sugiyono, 2018). Sementara, sampel itu sendiri merupakan bagian dari populasi itu sendiri. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Karakteristik sampel adalah generasi milenial berusia 22 sampai dengan 42 tahun, memiliki akun media sosial, aktif menggunakan media sosial, dan berdomisili di Jabodetabek, dan durasi penggunaan media sosial dengan minimal 3 jam perhari. Adapun

jumlah responden berjumlah 40 responden dengan melakukan *try out* pada tanggal 27 Februari sampai 11 Maret 2023. Variabel pada penelitian ini terdiri dari; variabel bebas (X) yaitu *fear of missing out* (FoMO) dan variabel terikat (Y) yaitu *social connectedness*. Pengukuran variabel *fear of missing out* (FoMO) dalam penelitian ini menggunakan aspek *fear of missing out* yaitu *autonomy*, *competence*, dan *relatedness*. Pengukuran variabel *social connectedness* dalam penelitian ini menggunakan aspek *social connectedness* yang dikemukakan oleh Lee & Robbins (1995) yaitu persahabatan (*companionship*), afiliasi (*affiliation*), dan keterhubungan (*connectedness*). Model skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah model skala *likert* yang terdiri dari dua pernyataan yaitu pernyataan positif (*favourable*) dan pernyataan negatif (*unfavourable*) dengan variasi jawaban: Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Cukup Sesuai (CS), Sesuai (S), dan Sangat Sesuai (SS). Skor pada aitem yaitu 1-5 dimana skor 1 (Sangat Tidak Sesuai) dan skor 5 (Sangat Sesuai). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, uji instrumen data dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya data diskriminasi aitem, menurut Azwar (2019) daya diskriminasi aitem adalah sejauh mana aitem mampu membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki dan yang tidak memiliki atribut yang diukur. Semua aitem yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,30 daya pembedanya dianggap memuaskan. Aitem yang koefisien korelasinya kurang dari 0,30 dapat diinterpretasikan sebagai aitem yang memiliki daya diskriminasi rendah. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Corrected Aitem-Total Correlation* menggunakan korelasi *product moment pearson* untuk menguji hubungan *fear of missing out* (FoMO) dan *social connectedness* pada generasi milenial. Proses analisis data dalam penelitian ini dilakukan dalam penelitian ini dibantu dengan *software SPSS versi 25.0 for Window*.

Hasil Dan Pembahasan

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Penelitian ini menggunakan validitas isi untuk menguji validitas skala. Validitas isi merupakan validitas yang diestimasi lewat pengujian terhadap kelayakan atau relevansi isi tes melalui analisis rasional oleh panel yang berkompeten atau melalui *expert judgement* (Azwar, 2012). Berikut adalah hasil Uji validitas pada skala *social connectedness* dan *fear of missing out*, dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Validitas Skala *Social Connectedness* dan *Fear of Missing Out* (FoMO)

No.	Skala	Masukan dan Perbaikan	A item yang diperbaiki
1.	<i>Social Connectedness</i>	Koreksi Kalimat	1,5,6
2.	<i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	Koreksi Kalimat	6,7,8,9,10

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik koefisien *Alpha Cronbach* melalui bantuan program SPSS 25 for windows. Ketentuan pengujian ini, jika dikatakan reliabel jika memiliki nilai koefisien lebih besar ($>$) 0,70. Berdasarkan perhitungan menggunakan skala *social connectedness* dan *Fear of Missing Out* (FoMO). Berikut adalah tabel hasil uji reliabilitas pada skala *social connectedness* dan *Fear of Missing Out* (FoMO).

Tabel 2. Reliabilitas *Social Connectedness*

Reliability Statistic		
Skala	Cronbach's Alpha	N of Aitems
<i>Social Connectedness</i>	0,771	7
<i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	0,724	10

Hasil menunjukkan bahwa secara keseluruhan menghasilkan nilai standar yang ditentukan, yaitu nilai *Cronbach's Alpha* (skala *social connectedness*) bernilai 0,771 dan *Cronbach's Alpha* (*fear of missing out*) bernilai 0,724. Kedua pengujian skala tersebut dapat dikatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov*, dapat dilihat pada tabel *Test of Normality*. Distribusi data dikatakan normal apabila signifikansi lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil pengujian baik variabel *social connectedness* dan *fear of missing out* (FoMO), masing-masing memiliki nilai signifikansi sebesar 0,057 dan 0,075, kedua variabel tersebut dapat dikatakan lolos uji normalitas, karena nilainya lebih besar dari 0,05. Berikut adalah tabel hasil uji normalitas:

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Variabel	<i>Kolmogorov-Smirnov^a</i>			
	<i>Statistic</i>	<i>Df</i>	<i>Sig.</i>	Keterangan
<i>Social Connectedness</i>	0,72	150	0,057	Normal
<i>Fear of Missing out</i> (FoMO)	0,69	150	0,075	Normal

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang bersifat linear atau tidak. Dapat dilihat pada tabel ANOVA di kolom *Sig.* Suatu data dikatakan linear apabila memiliki nilai signifikansi ($p < 0,05$). Hasil pengujian linearitas pada penelitian ini diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *social connectedness* dan *fear of missing out* (FoMO) bersifat linear. Hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel 4 dibawah ini.

Tabel 4. Hasil Uji Linearitas

Variabel	<i>F</i>	<i>Sig.</i>	Keterangan
<i>Social Connectedness</i>	16,411	0,000	Linear
<i>Fear of Missing out</i> (FoMO)			

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan korelasi *Product Moment Pearson*. Uji hipotesis dilakukan untuk menentukan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, pada penelitian ini uji hipotesis yang digunakan adalah korelasi *bivariate*. Ini dapat dilihat pada tabel *Correlations*, untuk melihat hipotesis diterima dilihat pada kolom *Sig.* Pada variabel *social connectedness* didapatkan hasil analisis pada *Pearson Correlation* sebesar $r = 0,316$ dengan signifikansi sebesar 0,000. Pada hasil analisis yang telah ditemukan maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dan pernyataan tersebut bisa dikatakan terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara variabel *social connectedness* dan *fear of missing out* pada generasi milenial. Deskripsi lebih jelas dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	<i>Pearson Correlation</i>	<i>Sig.</i>	Keterangan
<i>Social Connectedness</i>	16,411	0,000	Ada hubungan positif yang sangat signifikan
<i>Fear of Missing out</i> (FoMO)			

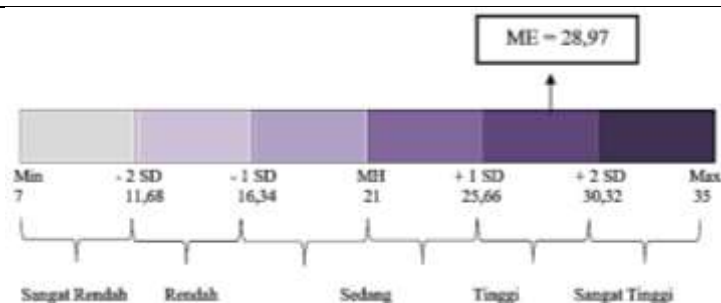
a. Uji Mean Empirik, Mean Hipotesis, dan Standar Deviasi Hipotetik Skala *Social Connectedness*

Berdasarkan pemberian kategorisasi tersebut dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini memiliki kecenderungan *social connectedness* yang tinggi. Deskripsi

dari pengkategorisasian tersebut dapat dilihat pada tabel 6 dan untuk kategorisasi nilai *social connectedness* dapat dilihat pada gambar 1.

Tabel 6. Hasil Uji *Mean* Empirik, *Mean* Hipotesis, dan Standar Deviasi Hipotetik Skala *Social Connectedness*

Skala	<i>Mean</i> Empirik (ME)	<i>Mean</i> Hipotetik (MH)	Standar Deviasi	Keterangan
<i>Social Connectedness</i>	28,97	21	4,66	Tinggi



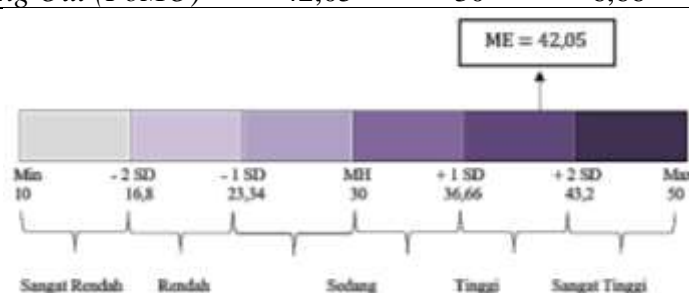
Gambar 1. Pengkategorian Skala *Social Connectedness*

b. Uji *Mean* Empirik, *Mean* Hipotesis, dan Standar Deviasi Hipotetik Skala *Fear of Missing Out (FoMO)*

Berdasarkan pemberian kategorisasi tersebut dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini memiliki kecenderungan *fear of missing out* yang tinggi. Deskripsi dari pengkategorisasian tersebut dapat dilihat pada tabel 7 dan untuk kategorisasi nilai *fear of missing out* dapat dilihat pada gambar 2.

Tabel 7. Hasil Uji *Mean* Empirik, *Mean* Hipotesis, dan Standar Deviasi Hipotetik Skala *Fear of Missing Out (FoMO)*

Skala	<i>Mean</i> Empirik (ME)	<i>Mean</i> Hipotetik (MH)	Standar Deviasi	Keterangan
<i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	42,05	30	6,66	Tinggi



Gambar 2. Pengkategorian Skala *Fear of Missing Out (FoMO)*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *fear of missing out* (FoMO) dan *social connectedness* pada generasi milenial. Berdasarkan hasil uji korelasi *product moment pearson* yang telah dilakukan, diperoleh yaitu $r = 0,316$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,001$) yang menunjukkan bahwa hipotesis diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan *social connectedness* dan *fear of missing out* (FoMO) pada generasi milenial. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Putri & Utami (2023) menyatakan bahwa semakin tinggi kebutuhan berelasi maka semakin tinggi pula kecenderungan *fear of missing out* (FoMO) pada individu yang menggunakan media sosial terlalu sering.

Artinya, semakin tinggi tingkat kebutuhan afiliasi maka semakin tinggi pula tingkat *Fear of Missing Out* (Isnaini & Triyono, 2021). Hal ini pun sejalan dengan penelitian Roberts & David (2016) yang menyatakan bahwa *fear of missing out* (FoMO)

dapat meningkatkan perasaan *social connectedness* melalui peningkatan penggunaan media sosial atau dengan kata lain intensitas penggunaan media sosial yang berasal dari *fear of missing out* (FoMO) seseorang bisa menumbuhkan *social connectedness*. Berdasarkan hasil deskripsi variabel, diperoleh bahwa *mean empirik social connectedness* sebesar 28,97 yang berada pada kategori tinggi hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial memiliki rasa keterhubungan dengan orang lain yang baik.

Individu yang memiliki *social connectedness* yang tinggi akan tetap merasa aman dan nyaman berada bersama orang-orang disekitarnya, merasa tetap dilibatkan dalam hubungan sosial, serta tetap merasa dekat dan terhubung dengan orang lain walaupun berada dalam keterbatasan interaksi sosial, sehingga akan memunculkan perasaan positif pada individu. Dengan kata lain, semakin kuat keterhubungan sosial yang dirasakan, semakin tinggi pula *well-being* emosional dan kemampuan mengelola tekanan psikologis.

Hal ini menunjukkan bahwa perasaan nyaman dan terhubung secara sosial dapat menciptakan *emotional well-being*, meskipun interaksi langsung terbatas (Bariyyah et al., 2025). Sedangkan *mean empirik fear of missing out* (FoMO) berada dalam kategori tinggi dengan nilai 42,05 artinya generasi milenial memiliki rasa takut atau rasa cemas yang tinggi akan ketinggalan informasi di media sosial. *Fear of missing out* menyebabkan adanya keinginan untuk terus menerus terhubung satu sama lain secara langsung dapat menyebabkan penggunaan media sosial meningkat (Wegmann et al., 2017).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dan ada hubungan positif sangat signifikan antara *fear of missing out* (FoMO) dan *social connectedness* pada generasi milenial. Berdasarkan nilai mean empirik dalam penelitian ini pada *social connectedness* dan *fear of missing out* (FoMO) berada dalam kategori tinggi. Artinya, generasi milenial sangat sering melihat dan bermain media sosial, ini menyebabkan timbulnya *fear of missing out* (FoMO) cemas jika tidak mengikuti berita-berita terkini dan takut kehilangan moment dengan teman-temannya di media sosial. Tetapi meskipun mereka seperti itu, mereka tetap menjalin dan mempertahankan keterhubungan mereka dengan orang lain temannya secara langsung bukan hanya di media sosial. Implikasi teoretis pada penelitian ini adalah lebih kepada memperkuat literatur yang menyatakan adanya hubungan positif antara *fear of missing out* (FoMO) dan *social connectedness* pada generasi milenial. Temuan ini menunjukkan bahwa FoMO tidak selalu berdampak negatif, melainkan dapat berjalan seiring dengan tingginya keterhubungan sosial. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan memperluas pemahaman bahwa FoMO pada generasi milenial dapat berperan sebagai pendorong untuk tetap terhubung secara sosial, bukan semata-mata sebagai bentuk kecemasan sosial yang maladaptif. Saran yang diberikan, bagi generasi milenial dengan adanya penelitian ini, disarankan untuk tetap bersosialisasi secara langsung dengan lingkungan sekitar untuk tetap menjalin keterhubungan sosial dengan orang lain dan mengurangi penggunaan media sosial, sehingga tidak lagi takut ataupun cemas jika tidak mengikuti berita-berita yang terkini. Bagi peneliti selanjutnya, dapat mampu mengembangkan penelitian ini dengan memperhatikan berbagai faktor yang berhubungan dengan *fear of missing out* (FoMO) dan *social connectedness* saat melakukan penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih baik. Peneliti selanjutnya juga disarankan dapat melakukan penelitian dengan variabel lain yang terdapat hubungan ataupun pengaruh lebih besar terhadap *social connectedness* seperti *loneliness*, *subjective well being*, *self esteem*, *anxiety*, *social identity*. Keterbatasan dari penelitian ini menyangkut beberapa hal yaitu; data yang digunakan merupakan data *self-report*, sehingga sangat bergantung pada kejujuran dan persepsi subjektif responden, yang

berpotensi menimbulkan bias sosial (*social desirability bias*). Subjek penelitian hanya terbatas pada generasi milenial, sehingga hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasikan pada kelompok generasi lain seperti generasi Z atau generasi X. Penelitian ini belum mempertimbangkan variabel lain yang mungkin memengaruhi hubungan antara FoMO dan *social connectedness*, seperti intensitas penggunaan media sosial, jenis *platform* yang digunakan, dukungan sosial, atau kondisi psikologis individu.

Daftar Pustaka

- Allen, K. A., Ryan, T., Gray, D. L., McInerney, D. M., & Waters, L. (2014). Social Media Use and Social Connectedness in Adolescents: The Positives and the Potential Pitfalls. *The Australian Educational and Developmental Psychologist*, 31(1), 18-31.
- Azwar, S. (2019). *Metode Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bariyyah, K., Setiyowati, A. J., Fajarianto, O., Prastiawan, A., Maizura, N., & Bakar, A. Y. A. (2025). Social Connectedness Among University Students: An Investigation Using the Social Connectedness Scale (SCS) and Demographic Factors. *COUNS-EDU: The International Journal of Counseling and Education*, 9(4), 8-17.
- Bolton, R. N., Parasuraman, A. P., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., Loureiro, Y. K., & Solnet, D. (2013). Understanding Generation Y And Their Use Of Social Media: A Review And Research Agenda. *Journal of Service Management*, 24(3), 245-267.
- Bonsaksen, T., Ruffolo, M., Price, D., Leung, J., Thygesen, H., Lamph, G., Kabelenga, I., & Geirdal, A. Ø. (2023). Associations Between Social Media Use And Loneliness In A Cross-National Population: Do Motives For Social Media Use Matter?. *Health Psychology and Behavioral Medicine*, 11(1), 1-18.
- Brown, L., & Kuss, D. J. (2020). Fear Of Missing Out, Mental Wellbeing, And Social Connectedness: A Seven-Day Social Media Abstinence Trial. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(12), 1-18.
- Folk, D., Okabe-Miyamoto, K., Dunn, E., & Lyubomirsky, S. (2020). Did Social Connection Decline during the First Wave of COVID-19?: The Role of Extraversion. *Collabra: Psychology*, 6(1), 1-13.
- Isnaini, L. A., & Triyono, T. (2021). Hubungan Antara Kebutuhan Afiliasi Dengan Fear of Missing Out (FoMO) Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram. *Anfusina: Journal of Psychology*, 4(1), 43-58.
- Khaidir, M. (2023). Dampak Media Sosial Terhadap Pengembangan Konsep Diri Pada Remaja Di Smks Humaniora Panton Labu. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 15(1), 93-105.
- Lee, R., & Robbins, S. B. (1995). Measuring Belongingness:: The Social Connectedness and the Social Assurance Scales. *Journal of Counseling Psychology*, 42(2), 232-241.
- 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.
- Putri, N. H., & Utami, R. H. (2023). Pengaruh Need To Belong Terhadap Fear Of Missing Out Pada Remaja Akhir. *CAUSALITA: Journal Of Psychology*, 1(2), 94-101.
- Rahmawati, D. (2018). *Millennials and I-Generation Life*. Yogyakarta: Laksana.
- Roberts, J. A., & David, M. E. (2016). My Life Has Become A Major Distraction From My Cell Phone: Partner Phubbing And Relationship Satisfaction Among Romantic Partners. *Computers in Human Behavior*, 54, 134-141.

- Roberts, J. A., Young, P. D., & David, M. E. (2024). The Epidemic of Loneliness: A 9-Year Longitudinal Study of the Impact of Passive and Active Social Media Use on Loneliness. *Personality and Social Psychology Bulletin*.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taib, Z., Septriawan, M. R., & Rozi, F. (2024). Media Sosial Berpengaruh Pada Perubahan Perilaku Sosial Remaja Kota Medan Di Era Digital. *Jurnal Multidisiplin Sosisal Humaniora*, 1(2), 84-102.
- Van Bel, D. T., Smolders, K. C. H. J., Jsselsteijn, W. A., & De Kort, Y. A. W. (2009). Social Connectedness: Concept And Measurement. *International Conference on Intelligent Environments*, 67-74.
- Wegmann, E., Oberst, U., Stodt, B., & Brand, M. (2017). Online-Specific Fear Of Missing Out And Internet-Use Expectancies Contribute To Symptoms Of Internet-Communication Disorder. *Addictive Behaviors Reports*, 5, 33-42.