

Fear Of Missing Out ditinjau dari Big Five Personality

Nurul Hidayati¹, Auliya Syaf², Rini Hartati³

^{1,2,3}Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial, Program studi Psikologi-Universitas Abdurrah
Kampus 3, Jalan Pattimura No 1.Cinta Raja-Sail.

auliya.syaf@univrab.ac.id

Abstrak

Media sosial membantu individu mendapatkan informasi yang diinginkan dan ini memberikan efek ketagihan. Efek ketagihan ini akan membuat penggunanya mengalami *fear of missing out* ditandai oleh individu dengan keingintahuan terhadap aktivitas dan atau terhubung dengan orang lain. Setiap individu dengan kepribadian memberikan dampak berbeda pula pada munculnya FoMO. Penelitian ini menggagas asumsi hubungan *big five personality* dengan FoMO. Partisipan penelitian berjumlah 204 orang diambil menggunakan *quota sampling*. Penelitian menggunakan skala *big five inventory* dan skala FoMO. Temuan penelitian mengungkap bahwa kepribadian *agreeableness* memiliki korelasi dengan FoMO (sig =0,015; p<0,05). Namun, tidak ada korelasi antara *extraversion, neuroticism, conscientiousness* maupun *openness*, terhadap FoMO pada masyarakat Pekanbaru.

Kata kunci: *big five personality; fear of missing out; social media*

Abstract

Social media helps individuals get the information they want and this has an addictive effect. This addictive effect will make users experience a fear of missing out, which is indicated by individuals who have curiosity about activities and / or connect with other people. Each individual with a personality has a different impact on the emergence of FoMO. This study proposes the assumption of the big five personality relationship with FoMO. The number of participants in the study was 204 people taken using quota sampling. This research uses the big five inventory scale and the fear of missing out scale. The findings of this study reveal that agreeableness personality has a correlation with FoMO (sig = 0.015; p <0.05). However, there is no correlation between extraversion, neuroticism, conscientiousness or openness towards FoMO in the people of Pekanbaru.

Keywords: *big five personality; fear of missing out; social media*

PENDAHULUAN

Beberapa tahun terakhir internet terus berkembang dengan kecepatan tinggi dan selalu ada peningkatan dalam pengguna internet (Kurbalija, 2011). Di Indonesia pengguna internet terus mengalami peningkatan. Sumatera sebagai salah satu wilayah di Indonesia yang menggunakan internet terbanyak setelah Pulau Jawa. Hasil survei menunjukkan bahwa dalam sehari sekitar 19,6% individu menggunakan internet selama 7 hingga 8 jam (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018).

Individu dapat menggunakan perangkat *mobile* atau yang dikenal dengan *smartphone* untuk terhubung dengan internet (Daeng et al., 2017). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2018) menemukan bahwa media sosial merupakan urutan kedua alasan paling utama penggunaan internet setelah komunikasi lewat pesan.

Adanya berbagai jenis media sosial, membuat individu dapat berbagi konten yang bermacam-macam, seperti: membagikan aktifitas sehari-hari, kegiatan hari-hari besar, dan sebagai sarana hiburan (Triastuti et al., 2017). Banyaknya hal yang dapat dilakukan dengan media sosial, ini dapat memberikan berbagai dampak bagi penggunanya, diantaranya untuk

seorang pengusaha dapat menggunakan media sosial sebagai media marketing untuk mempromosikan bisnis atau usaha (Ayutiani & Putri, 2018).

Berbagai dampak yang dirasakan oleh penggunaannya akan membuat media sosial menjadi sebuah kebutuhan (Solekhan & Winarso, 2014). Kebutuhan untuk membagikan peristiwa yang terjadi, mendapatkan informasi, dan berbagi informasi kepada orang lain (Błachnio & Przepiórka, 2018). Mudah-mudahan dalam mengakses media sosial membuat individu mendapatkan informasi yang diinginkan dan ini memberikan efek ketagihan (Abel et al., 2016). (Blackwell et al., 2017) mengungkapkan dampak negatif dalam menggunakan media sosial yang berlebihan selain kecanduan juga menyebabkan munculnya FoMo atau *Fear of Missing Out*. Media sosial erat kaitannya dengan FoMo (JWT, 2011) sebab media sosial mempunyai peran penting membuat individu menjadi FoMO (Abel et al., 2016).

Individu dengan FoMO cenderung akan mencari hal-hal yang dilakukan orang lain dan selalu ingin terhubung dengan orang lain (Przybylski et al., 2013) maupun dengan dan atau media sosial (Listari, 2018). FoMo juga akan menggunakan *smartphone* secara berlebihan agar tetap terhubung ke media sosialnya (Alt, 2015; Elhai et al., 2016). Individu yang memiliki FoMO yang tinggi akan selalu mencari informasi melalui media sosial dimana saja, bahkan saat berkendara mereka tetap menggunakan *smartphone*-nya untuk mencari informasi (Przybylski et al., 2013). Ini sejalan dengan yang dikatakan Abel et al. (2016); Lim, Phau, Cheah, dan Teah (2015); Marlina (2017) bahwa individu dengan FoMO yang tinggi akan sering memeriksa media sosialnya. Individu tersebut tanpa sadar telah menghabiskan banyak waktu dan energi (JWT, 2012).

Banyak faktor yang dapat menjadi penyebab timbulnya FoMO, salah satunya adalah kepribadian. Tresnawati (2016) menjelaskan bahwa kepribadian berhubungan dengan FoMO. Kepribadian merupakan suatu karakteristik dinamik dan terorganisasi yang dimiliki individu sehingga memengaruhi kognisi, motivasi, serta perilaku (Ramdhani, 2007). Kepribadian relatif permanen dan memiliki khas atau keunikan pada setiap individu (Alwisol, 2016; Feist & Feist, 2008). Kepribadian dikatakan unik karena dibentuk dari faktor internal, seperti pembawaan yang sudah menetap pada diri individu (Larasati & Fitria, 2016). Kepribadian yang relatif menetap membuat individu bersikap sesuai dengan kapasitas tuntutan maupun tujuan yang sudah ditetapkan (Rosito, 2018). Hal ini membuat kepribadian menjadi aspek psikologis yang penting bagi individu dalam berperilaku (Mastuti, 2005). Kepribadian *big five* merupakan pengelompokan dari ribuan kata sifat menjadi lima himpunan besar yang dikenal dengan *big five personality* (Ramdhani, 2012). John, Naumann, dan Soto (2008) mengatakan bahwa *big five personality* adalah ; *extraversion, openness, neuroticism, dan conscientiousness* serta *agreeableness*. Kepribadian menjadi satu dari beberapa faktor bagi individu dalam mengalami FoMO, di tambah lagi dengan keberadaan media sosial saat ini. Hasil penelitian dari Triani & Ramdhani (2017) mengungkapkan bahwa kebutuhan berelasi menjadi penyebab munculnya FoMO pada individu Angesti dan Oriza (2018), serta ditambah dengan kemudahan penggunaan media sosial bagi individu untuk berkomunikasi dengan pihak lain. Berdasarkan hal ini peneliti tertarik mencari tahu hubungan kepribadian *big five* dan FoMO.

METODE

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 204 dengan kisaran usia 14-66 tahun, memiliki media sosial dan *smartphone*. Subjek diambil dengan prosedur Quota Sampling, sedang data dikumpulkan dengan menyebarkan skala BFI versi bahasa dari Ramdhani (2012) berasal dari teori John dan Srivastava (1999). Skala FoMo disusun berdasarkan indikator-indikator dari Przybylski, Murayama, Dehaan, dan Gladwell (2013) yaitu: ketakutan (*fears*), kekhawatiran

(*worries*), dan kecemasan (*anxieties*). Masing-masing skala menggunakan model respon *rating scale*, yang diskoring 1 sampai 5.

HASIL

Tabel 1.
Deskripsi Statistik FoMO

	Empirik				Hipotetik			
	Mak	Min	\bar{X}	σ	Mak	Min	\bar{X}	σ
FoMO	73	21	40,3	11,7	90	18	54	12

Melalui tabel 1 dapat di ketahui bahwa *mean* (rata-rata) FoMO empirik adalah 40,3, lebih kecil daripada *mean* (rata-rata) hipotetik yaitu 54. Hal ini menunjukkan bahwa FoMO partisipan penelitian memiliki FoMO yang rendah.

Tabel 2.
Kategorisasi Variabel *Fear of Missing Out* (Y)

Kategori	Nilai	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Rendah	$X \leq 36$	76	37,3%
Rendah	$36 < X \leq 48$	73	35,8%
Sedang	$48 < X \leq 60$	45	22,1%
Tinggi	$60 < X \leq 72$	7	3,4%
Sangat Tinggi	$72 \leq X$	3	1,4%
Jumlah		204	100%

Berdasarkan tabel 2. dapat dilihat bahwa frekuensi FoMO yang tertinggi ada pada kategori sangat rendah yaitu 37,3%, sedangkan yang paling sedikit frekuensinya adalah FoMO dengan kategori sangat tinggi yaitu 1,4%. Dengan kata lain bisa di ungkapkan bahwa FoMO dalam partisipan dalam penelitian ini memiliki FoMO yang sangat rendah.

Tabel 3.
Hasil Uji Hipotesa

Variabel	Sig.	Beta	t	Ket
<i>Extraversion</i> dengan FoMO	0,307	-0,067	-0,720	Tidak Signifikan
<i>Agreeableness</i> dengan FoMO	0,015	0,169	1,913	Signifikan
<i>Conscientiousness</i> dengan FoMO	0,061	0,097	1,039	Tidak Signifikan
<i>Neuroticism</i> dengan FoMO	0,073	0,080	0,849	Tidak Signifikan
<i>Openness</i> dengan FoMO	0,359	-0,159	-1,788	Tidak Signifikan

Ket : $P < 0,05$

Melalui analisis regresi berganda hasil analisis masing-masing variabel bisa dilihat pada tabel 3. Nilai Sig. pada tabel 3 menunjukkan arah korelasi dari masing-masing variabel *big five personality* dengan FoMO. Dimana diantara kelima variabel *big five personality* hanya ada satu komponen yang hipotesanya di terima dengan hasil Sig. sebesar 0,015 pada *agreeableness* yaitu “Ada hubungan antara kepribadian *agreeableness* dengan FoMO”

DISKUSI

Melalui penelitian ini diketahui kepribadian *agreeableness* berkaitan dengan FoMO. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Tresnawati (2016) bahwasanya kepribadian *agreeableness* memiliki hubungan dengan FoMO. Individu dengan kepribadian *agreeableness* memiliki kepercayaan, simpati, empati, kesederhanaan, dan suka terang-terangan (Pervin et al., 2010). Tresnawati (2016) juga menambahkan bahwa semakin tinggi *agreeableness*, maka semakin tinggi pula FoMO yang dirasakan individu tersebut. Individu dengan Kepribadian ini biasanya menyukai kegiatan sosial sehingga individu lain bisa terinspirasi (Marshall et al., 2015). Dengan demikian hal ini dapat berdampak pada ketakutan individu akan ketinggalan berita, jika memiliki tingkat *agreeableness* yang tinggi (Tresnawati, 2016).

Kepribadian *conscientiousness* tidak memiliki hubungan dengan FoMO pada masyarakat Pekanbaru. Hasil penelitian ini didukung penelitian Tresnawati (2016) bahwasanya kepribadian *conscientiousness* tidak berkorelasi dengan FoMO. Selain itu, terdapat inkonsistensi hasil penelitian Stead dan Bibby (2017) bahwasanya kepribadian *conscientiousness* berkorelasi negatif dengan FoMO. Tidak hanya itu, hasil penelitian yang dilakukan Amichai-Hamburger et al (dalam Stead & Bibby, 2017) bahwa ditemukan kepribadian *conscientiousness* berkorelasi negatif dengan FoMO. Temuan ini dapat dijelaskan oleh karakteristik dari kepribadian *conscientiousness* yang mana individu akan berpikir sebelum bertindak, mengatur, dan memprioritaskan tugas (John, Robins, & Pervin, 2008).

Kepribadian *neuroticism* maupun *extraversion* juga tidak memiliki hubungan dengan FoMO. Pada *neuroticism*, individu dengan kepribadian ini biasanya cemas, gugup, emosional, dan mudah terganggu (Pervin et al., 2010). Swickert (dalam Tresnawati, 2016) mengatakan bahwa orang dengan kepribadian ini sering kali memiliki Batasan dalam menetapkan suatu hal termasuk dalam informasi online, hal ini berakar dari ketidakpercayaan yang melekat pada kepribadian ini. Sedang menurut Pervin et al. (2010) individu dengan kepribadian *extraversion* tinggi biasanya dapat bersosialisasi, aktif, senang bercakap-cakap, maupun berorientasi pada interaksi dengan orang lain. Sebagai tambahan, individu dengan kepribadian ini *extraversion* cenderung untuk bersosialisasi dan mengalami pengaruh positif (Besser & Shackelford, 2007), memiliki kemudahan dalam berinteraksi dengan orang lain, ataupun hubungan interpersonal serta senang bertemu dengan orang lain (Ramdhani, 2007). Karena itulah individu dengan *extraversion* lebih memilih untuk berkomunikasi secara langsung dengan orang lain.

Sama halnya dengan kepribadian *openness* tidak menunjukkan ada hubungan dengan FoMO pada masyarakat Pekanbaru, Individu dengan kepribadian *openness* cenderung intelektualisme, idealisme, dan berpetualang (John, Robins, & Pervin, 2008), memiliki keingintahuan yang tinggi dan senang berdiskusi (McCrae & Costa, 2006). Sehingga individu yang memiliki kepribadian *openness* cukup berinteraksi secara langsung dalam kehidupan sehari-hari (Prasetyo & Ariana, 2016). Selain itu, individu dengan kepribadian *openness* cenderung menjadi tempat individu lain untuk meminta pendapat (Lee et al., 2014). Sehingga tidak mengherankan individu dengan kepribadian *openness* tidak memerlukan *smartphone* untuk sering berinteraksi dengan orang lain (Prasetyo & Ariana, 2016).

KESIMPULAN

Penelitian ini menggambarkan bahwa individu yang memiliki kecenderungan FoMo adalah individu dengan kepribadian *agreeableness*. Meskipun dicirikan dengan tampilan sederhana, dilain hal individu dengan kepribadian ini cenderung terang-terangan dan menyukai menjadi inspirasi bagi orang lain, sehingga hal ini dapat menyebabkan individu dengan kepribadian ini

tidak mau ketinggalan berita, termasuk FoMO. Sementara ke empat kepribadian big five lainnya tidak memiliki hubungan dengan FoMO, ini dapat terjadi karena karakteristik dari kepribadian itu sendiri. Temuan ini menegaskan kembali temuan sebelumnya, namun tentu tetap bisa kembali di eksplorasi pada penelitian berikutnya, mengingat kompleksitas dari kepribadian *big five* ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 14(1), 33–44. 10.19030/jber.v14i1.9554
- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111–119. 10.1016/j.chb.2015.02.057
- Alwisol. (2016). *Psikologi Kepribadian*. UMM Press.
- Angesti, R., & Oriza, I. D. I. (2018). Peran Fear of Missing Out (Fomo) Sebagai Mediator Antara Kepribadian Dan Penggunaan Internet Bermasalah. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 2(2), 790. 10.24912/jmishumsen.v2i2.2317
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2018). Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia. *Apjii, Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*, 1–34.
- Ayutiani, D. N., & Putri, B. P. S. (2018). Penggunaan Akun Instagram sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. 3(1), 39–59.
- Besser, A., & Shackelford, T. K. (2007). Mediation of the effects of the big five personality dimensions on negative mood and confirmed affective expectations by perceived situational stress: A quasi-field study of vacationers. *Personality and Individual Difference*, 42, 1333–1346. 10.1016/j.paid.2006.10.011
- Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). “I don’t want to miss a thing”: Adolescents’ fear of missing out and its relationship to adolescents’ social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1–8. 10.1016/j.chb.2016.05.083
- Błachnio, A., & Przepiórka, A. (2018). Facebook intrusion, fear of missing out, narcissism, and life satisfaction: A cross-sectional study. *Psychiatry Research*, 259, 514–519. 10.1016/j.psychres.2017.11.012
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, 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. 10.1016/j.paid.2017.04.039
- Daeng, I. T. M., Edmon, N. . M., & Kalesaran, E. R. (2017). Penggunaan Smartphone Dalam Menunjang Aktivitas Perkuliahan Oleh Mahasiswa Fispol Unsrat Manado. *E-Journal Acta Diurna*, VI(2), 1–15.
- Elhai, J. D., Levine, J. C., Dvorak, R. D., & Hall, B. J. (2016). Fear of missing out, need for touch, anxiety and depression are related to problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 63, 509–516. 10.1016/j.chb.2016.05.079
- Feist, J., & Feist, G. J. (2008). Theories Of Personality, Seventh Edition. In *McGraw–Hill Primis*. 10.1017/CBO9781107415324.004
- John, O. P., Naumann, L. P., & Soto, C. J. (2008). *Chapter 4 Paradigma Shift To The Integrative Big Five Trait Taxonomy*.
- John, O. P., Robins, R. W., & Pervin, L. A. (2008). Handbook of Personality Theory and Research. In *The Guilford Press* (Third). The Guilford Press. 10.2307/3005768
- John, O. P., & Srivastava, S. (1999). *The Big-Five Trait Taxonomy: History, Measurement, and Theoretical Persepective*. 1–71. 10.1109/ICARM.2016.7606898

- JWT. (2011). Fear Of Missing Out (FOMO). *JWTIntelligence*, May.
- JWT. (2012). Fear Of Missing Out (FOMO). *J. Walter Thompson Company*, March.
- Kurbalija, J. (2011). *Sebuah Pengantar Tentang Tata Kelola Internet* (Edisi Ke I). APJII-
www.apjii.or.id.
- Larasati, A., & Fitria, M. (2016). Kecenderungan Perilaku Cyberbullying Ditinjau dari Trait dalam Pendekatan Big-Five Personality pada Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri di Kota Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Positif*, 4, 161–182.
- Lee, S., Tam, C. L., & Chie, Q. T. (2014). Mobile Phone Usage Preferences: The Contributing Factors of Personality, Social Anxiety and Loneliness. *Social Indicators Research*, 118(3), 1205–1228. 10.1007/s11205-013-0460-2
- Lim, W., Phau, I., Cheah, I., & Teah, M. (2015). The Fear Of Missing Out. *Global Fashion Management Conference at Florence, June*, 152–158.
- Listari, R. (2018). Peran fear of missing out (FoMO) dan kontrol diri terhadap kecenderungan adiksi media sosial pada remaja. In *Electronic Theses & Dissertations (ETD)*. Universitas Gadjah Mada.
- Marlina, R. D. (2017). Hubungan Antara Fear Of Missing Out (Fomo) Dengan Kecenderungan Kecanduan Internet Pada Emerging Adulthood. *Naskah Publikasi*, 1–12.
- Marshall, T. C., Lefringhausen, K., & Ferenczi, N. (2015). The Big Five, self-esteem, and narcissism as predictors of the topics people write about in Facebook status updates. *Personality and Individual Differences*, 85, 35–40. 10.1016/j.paid.2015.04.039
- Mastuti, E. (2005). Analisis Faktor Alat Ukur Kepribadian Big Five (Adaptasi dari IPIP) pada Mahasiswa Suku Jawa. *INSAN*, 7(3), 264–276.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (2006). Personality in adulthood A Five-Factor Theory Perspective. In *Experimental Aging Research* (Paperback, Vol. 12, Issue 1). The Guilford Press. 10.1080/03610738608259434
- Pervin, L. A., Cervone, D., & John, O. P. (2010). *Psikologi Kepribadian Teori dan Riset* (Edisi Kese). Kencana.
- Prasetyo, A., & Ariana, A. D. (2016). Hubungan antara The Big Five Personality dengan Nomophobia pada Wanita Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi Klinis Dan Kesehatan Mental*, 5(01), 1–9.
- 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. 10.1016/j.chb.2013.02.014
- Ramdhani, N. (2007). Apakah Kepribadian Menentukan Pemilihan Media Komunikasi? Metaanalisis Terhadap Hubungan Kepribadian Extraversion, Neuroticism, dan Openness to Experience dengan Penggunaan Email. *Jurnal Psikologi*, 34(2), 112–129.
- Ramdhani, N. (2012). Adaptasi Bahasa dan Budaya Inventory Big Five. *Jurnal Psikologi*, 39(2), 189–207. 10.1016/S0143-4004(97)90091-6
- Rosito, A. C. (2018). Eksplorasi Tipe Kepribadian Big Five Personality Traits Dan Pengaruhnya Terhadap Prestasi Akademik. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Konseling*, 4(1), 6. <https://doi.org/10.26858/jpkk.v4i1.3250>
- Solekhan, & Winarso, R. (2014). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Sangkar Burung di Kabupaten Kudus. *Prosiding SNATIF*, 445–448. 10.2298/PAN0903301G
- Stead, H., & Bibby, P. A. (2017). Personality, fear of missing out and problematic internet use and their relationship to subjective well-being. *Computers in Human Behavior*, 76, 534–540. 10.1016/j.chb.2017.08.016
- Tresnawati, F. R. (2016). Hubungan Antara the Big Five Personality Traits Dengan Fear of

Missing Out About Social Media Pada Mahasiswa. *Intuisi : Jurnal Psikologi Ilmiah*, 8(3), 179–185.

Triani, C. I., & Ramdhani, N. (2017). *Hubungan Kebutuhan Berelasi dan Fear of Missing Out dengan Harga Diri sebagai Variabel Moderator*. Universitas Gadjah Mada.

Triastuti, E., Adrianto, D., & Nurul, A. (2017). *Kajian Dampak Penggunaan Media Sosial Bagi Anak Dan Remaja*. Pusat Kajian Komunikasi, FISIP Universitas Indonesia.