

Fear of Missing Out dan Kecenderungan Perilaku Phubbing pada Pengguna Sosial Media

Fear Of Missing Out and Phubbing Behavior Tendency On Social Media Users

Wa Ode Rifana Ali*, Titin Florentina Purwasetiawatik, Andi Muhammad Aditya
Fakultas Psikologi Universitas Bosowa
Email: waoderifana25@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *fear of missing out* terhadap kecenderungan perilaku *phubbing* pada pengguna sosial media di Kota Makassar. Penelitian ini dilakukan terhadap 400 pengguna sosial media di Kota Makassar. Instrumen pengumpulan data menggunakan skala *phubbing* ($\alpha = 0,846$) dan skala *fear of missing out* ($\alpha = 0,879$). Teknik analisis yang digunakan adalah regresi sederhana. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *fear of missing out* terhadap kecenderungan perilaku *phubbing* pada pengguna sosial media di Kota Makassar dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Adapun *fear of missing out* (FOMO) mempengaruhi kecenderungan perilaku *phubbing* sebesar 0,207 atau 20,7% dengan koefisien pengaruh positif. Sehingga semakin tinggi *fear of missing out* maka semakin tinggi pula kecenderungan perilaku *phubbing* pada pengguna sosial media di Kota Makassar, begitupun sebaliknya semakin rendah *fear of missing out* maka semakin rendah pula kecenderungan perilaku *phubbing* pada pengguna sosial media di Kota Makassar.

Kata Kunci: *Fear of Missing Out (FOMO)*, Kecenderungan Perilaku *Phubbing*, Pengguna Sosial Media.

Abstract

This study aimed to determine the effect of fear of missing out (FOMO) on the tendency of phubbing behavior among Makassar City social media users. This study included 400 social media users in Makassar City. The data collection instrument used the phubbing scale ($\alpha = 0.846$) and the fear of missing out the scale ($\alpha = 0.879$). The analysis technique used was simple regression. The analysis results show that fear of missing out affects the tendency of phubbing behavior on social media users in Makassar City, with a significance value of 0.000 ($p < 0.05$). The fear of missing out affects the tendency of phubbing behavior by 0.207 or 20.7% with a positive coefficient of influence. In conclusion, the higher the fear of missing out, the higher the tendency of phubbing behavior on Makassar City social media users, and vice versa, the lower the fear of missing out, the lower the tendency of phubbing behavior on Makassar City social media users.

Keywords: Fear of Missing Out (FOMO), Phubbing Behavior Tendency, Social Media Users.

PENDAHULUAN

Smartphone memiliki salah satu fitur yang menonjol yaitu mampu mengakses internet. Fitur ini membuka peluang bagi individu untuk mengeksplorasi, membangun relasi, dan komunikasi yang lebih luas. Dalam menjalin relasi perlu untuk menjaga agar komunikasi dapat berjalan dengan lancar. Kurniati (2016) menjelaskan bahwa komunikasi dapat dikatakan baik dan mengalir yaitu apabila terdapat proses umpan balik dan efek komunikasi selama pertukaran informasi/pesan.

Namun kini kemudahan yang tersedia pada *smartphone* tidak hanya memiliki dampak positif tetapi juga dampak negatif, salah satunya yaitu kesulitan untuk berada jauh dari *smartphone*. Peneliti sering menjumpai kondisi orang yang sedang berkumpul bersama, namun disibukkan oleh *smartphone* masing-masing. Saat ini orang lebih memilih berinteraksi dengan *smartphon*nya dibandingkan dengan lawan bicaranya. Orang-orang mulai mengabaikan percakapan yang terjadi

dengan mengalihkan perhatiannya kepada *smartphonenya*. Perilaku tersebut disebut dengan istilah *phubbing*.

Phubbing merupakan suatu perilaku seseorang yang mengabaikan orang lain ketika sedang berinteraksi (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018). *Phubbing* adalah perilaku tidak memedulikan lingkungan sekitarnya karena memilih untuk fokus pada *smartphonenya* dan mengabaikan komunikasi dengan lingkungan sekitarnya sehingga dapat menyakiti lawan bicara karena merasa diabaikan. Adanya *smartphone* ketika sedang melakukan percakapan terbukti telah membuat orang-orang merasa tidak puas dengan isi percakapan yang dilakukan (Dwyer dkk., 2017); kesulitan dalam membangun fokus (Karadag dkk., 2016); kurangnya perasaan terhubung, empatik (Misra, dkk., 2014); merenggangkan hubungan dengan mitra komunikasi (Choptiyasunondh & Douglas, 2017); mengurangi kedekatan dan kualitas interaksi (Przbylski & Weinstein, 2012).

Penelitian lain mengungkapkan *phubbing* menimbulkan perasaan terabaikan, keraguan (Cizmeci, 2017); kurang menyadari tentang apa yang terjadi di lingkungan sekitar, kurangnya kemampuan berkomunikasi langsung, dan kehilangan kesempatan komunikasi dengan orang baru (Irawati & Nurmina, 2020); hubungan keluarga menjadi renggang, menghancurkan hubungan pertemanan, menjadi individualistik, dan antisosial (Alamudi, 2019); meningkatkan perasaan cemburu pada pasangan yang berdampak depresi (Krasnova dkk., 2016). Melalui *smartphone* seseorang dapat mengakses segala informasi yang diinginkan terutama melalui sosial media. Databoks (2020) menemukan bahwa pengguna sosial media tertinggi di Indonesia berusia 25-34 tahun, pengguna laki-laki sebanyak 20,6% dan perempuan sebanyak 14,8%, selanjutnya urutan kedua pengguna berusia 18-24 tahun, pengguna laki-laki sebanyak 16,1% dan perempuan sebanyak 14,2%, dan jumlah pengguna paling sedikit yakni, berusia 55-64 tahun.

Faktor yang memengaruhi perilaku *phubbing* salah satunya adalah FOMO (*fear of missing out*) yakni, rasa takut ketinggalan informasi yang terjadi secara *online*. Individu merasa ingin terhubung dengan orang lain dan tidak ingin ketinggalan momen ataupun informasi terbaru. Hal ini membuat individu terdorong untuk mengecek *smartphone* dan cenderung melakukan perilaku *phubbing*. FOMO dapat berdampak pada banyak hal mulai dari *stress*, kurang tidur, gejala psikosomatik, tingkat fokus menurun, menimbulkan perasaan ambivalen terhadap sosial media sehingga akan menggunakan *smartphone* meskipun saat berkendara (Przyblyski dkk., 2013). FOMO dapat disebabkan oleh tidak terpenuhinya kepuasan dasar psikologi (Przyblyski dkk., 2013). Tingkat FOMO yang tinggi akan mendorong seseorang untuk menggunakan sosial media secara berlebihan dan berpotensi melakukan *phubbing* (Balta dkk., 2018).

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan, peneliti menduga bahwa FOMO dapat mempengaruhi kecenderungan perilaku *phubbing*, sehingga peneliti tertarik untuk menguji pengaruh FOMO terhadap perilaku *phubbing*. Oleh sebab itu, peneliti melakukan penelitian dengan judul Pengaruh *Fear of missing out* Terhadap Kecenderungan Perilaku *Phubbing* Pada Pengguna Sosial Media Di Kota Makassar.

Kecenderungan Perilaku *Phubbing*

Phubbing merupakan sebuah kata singkatan dari *phone* dan *snubbing*, dan digunakan untuk menunjukkan sikap menyakiti lawan bicara dengan menggunakan *smartphone* yang berlebihan Hanika (2015). *Phubbing* merupakan suatu perilaku seseorang yang mengabaikan orang lain ketika sedang berinteraksi (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018). *Phubbing* adalah perilaku individu yang cenderung tidak memedulikan lingkungan sekitarnya dan lebih berfokus pada *smartphone* yang dimilikinya. Chotpitayasunondh dan Douglas (2015) mengemukakan bahwa ada 4 aspek *phubbing* yaitu *Nomophobia*, *Interpersonal Conflict*, *Self Isolation*, *Problem Acknowledgement*.

Karadag, dkk. (2015) mengartikan *phubbing* sebagai sebuah konsep tentang dinamika adiksi seseorang yang tidak memiliki kesopanan dan menghargai orang lain, orang yang melakukan *phubbing* lebih menyukai lingkungan virtual yang terdapat pada *smartphonenya* daripada kehidupan nyata. Individu lebih senang berinteraksi di dunia maya daripada berinteraksi dengan individu yang berada di sekitarnya. Perilaku *phubbing* dapat menyebabkan berbagai hal yaitu menimbulkan perasaan terabaikan, keraguan (Cizmeci, 2017); kurang memahami kejadian yang terdapat pada lingkungan sekitar, kurang mampu untuk melakukan komunikasi tatap muka, dan kehilangan peluang interaksi dengan orang yang baru ditemui (Irawati & Nurmina, 2020); hubungan keluarga menjadi renggang, menghancurkan hubungan pertemanan, menjadi individualistik, dan antisosial (Alamudi, 2019); meningkatkan rasa curiga pada pasangan yang berdampak depresi (Krasnova, dkk., 2016).

Fear of Missing Out

Fear of missing out adalah konstruk yang mencerminkan kecenderungan pribadi individu dan pemahaman khusus mengenai ketakutan akan kehilangan sesuatu yang terjadi secara *online* (Wegmann, dkk., 2017). Terdapat 2 aspek *fear of missing out* yaitu *Trait-FOMO* dan *State-FOMO*. Przyblylski, dkk. (2013) menjelaskan bahwa FOMO adalah sebuah rasa khawatir ketika individu lain mempunyai aktivitas yang lebih memuaskan sehingga munculnya dorongan agar tetap berhubungan dengan aktivitas orang lain. FOMO merupakan suatu keadaan seseorang yang mengalami kegelisahan setelah melihat ataupun mengecek sosial media yang dimiliki dan melihat hal-hal seru yang sedang dilakukan oleh rekan-rekannya dan adanya keinginan yang besar untuk tetap terus terhubung dengan apa yang sedang dilakukan oleh orang lain di dunia maya.

METODE PENELITIAN

Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna sosial media yang ada di Kota Makassar. dengan jumlah sampel yaitu 400 orang yang berusia 18 sampai 34 tahun. Penelitian ini menggunakan pendekatan *nonprobability* sampling, pendekatan ini digunakan karena tidak diketahui jumlah pasti dari populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*, yang merupakan suatu teknik yang didasarkan pada penetapan kriteria tertentu sebagai kriteria sampel (Sugiyono, 2014).

Instrumen penelitian

Skala kecenderungan perilaku *phubbing* yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala yang diadaptasi oleh Jihan (2019). Skala kecenderungan perilaku *phubbing* ini berdasarkan teori Chotpitayasunondh dan Douglas (2018) dengan reliabilitas 0,859. Skala ini untuk mengukur kecenderungan perilaku *phubbing*. Skala ini memiliki 15 item. Skala *fear of missing out* yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala siap pakai dari skala yang telah dikonstruksi oleh Nengsi (2021). Skala *fear of missing out* ini disusun dari teori Wegmann, dkk. (2018) dengan reliabilitas 0,833. Skala ini untuk mengukur *fear of missing out*. Skala ini memiliki 12 item.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi sederhana. kecenderungan perilaku *phubbing* sebagai variabel dependen atau terikat dan *fear of missing out* sebagai variabel independen atau bebas. Dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi normalitas dan linearitas serta melakukan uji hipotesis dengan bantuan aplikasi SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Tabel 1. Kategorisasi Kecenderungan Perilaku phubbing

| Kategori | Frekuensi | Persentase (%) |
|---------------|-----------|----------------|
| Sangat Tinggi | 26 | 6.5 |
| Tinggi | 103 | 25.8 |
| Sedang | 128 | 32.0 |
| Rendah | 119 | 29.8 |
| Sangat Rendah | 24 | 6.0 |

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dari 400 responden terdapat 26 orang atau (6,5%) yang memiliki skor *phubbing* pada kategori sangat tinggi, 103 orang atau (25,8%) yang memiliki skor *phubbing* pada kategori tinggi, 128 orang atau (32,0%) yang memiliki skor *phubbing* pada kategori sedang, dan 119 orang atau (29,8%) yang memiliki skor *phubbing* pada kategori rendah, serta 24 orang atau (6,0%) yang memiliki skor *phubbing* pada kategori sangat rendah.

Tabel 2. Kategorisasi Fear of Missing Out (FOMO)

| Kategori | Frekuensi | Persentase (%) |
|---------------|-----------|----------------|
| Sangat Tinggi | 24 | 6.0 |

| | | |
|---------------|-----|------|
| Tinggi | 117 | 29.3 |
| Sedang | 116 | 29.0 |
| Rendah | 121 | 30.3 |
| Sangat Rendah | 22 | 5.5 |

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa dari 400 responden terdapat 24 orang atau (6,0%) yang memiliki skor FOMO pada kategori sangat tinggi, 117 orang atau (29,3%) yang memiliki skor FOMO pada kategori tinggi, 116 orang atau (29,0%) yang memiliki skor FOMO pada kategori sedang, dan 121 orang atau (30,3%) yang memiliki skor FOMO pada kategori rendah, serta 22 orang atau (5,5%) yang memiliki skor FOMO pada kategori sangat rendah.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Sederhana

| Variabel | R Square | F | Sig. | Keterangan |
|--|----------|---------|-------|------------|
| <i>Fear of Missing Out</i> terhadap Kecenderungan Perilaku <i>Phubbing</i> | 0,207 | 103,755 | 0,000 | Signifikan |

Ket : *R Square* = Koefisien Determinan

F = Nilai Uji Koefisien Regresi secara Simultan

Sig. = Nilai Signifikansi, $P < 0,05$.

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai R square sebesar 0,207. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *fear of missing out (FOMO)* terhadap kecenderungan perilaku *phubbing* pada pengguna sosial media di Kota Makassar memberikan sumbangsih sebesar 2,7%. Adapun nilai F sebesar 103.755 dan nilai signifikansi sebesar 0.000, yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis nihil yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh *fear of missing out (FOMO)* terhadap kecenderungan perilaku *phubbing* pada pengguna sosial media di Kota Makassar ditolak. Sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif *fear of missing out (FOMO)* terhadap kecenderungan perilaku *phubbing* pada pengguna sosial media di Kota Makassar diterima.

Tabel 4. Koefisien *Fear of Missing Out (FOMO)* terhadap Kecenderungan Perilaku *Phubbing*

| Variabel | Constant | B | Nilai t | Sig. t | Keterangan |
|--|----------|-------|---------|--------|------------|
| <i>Fear of Missing Out</i> terhadap Kecenderungan Perilaku <i>Phubbing</i> | 28.774 | 0.686 | 10.186 | 0.000 | Signifikan |

Ket: *R Square* = koefisien determinan

F = Nilai Uji Koefisien regresi secara Simultan

Sig. = Nilai Signifikansi, $p < 0.05$.

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 28.774 dan koefisien regresi sebesar 0,686 dengan nilai t sebesar 10.186 yang memiliki nilai signifikansi 0,000, nilai tersebut lebih kecil dari kriteria signifikansi ($\text{sig} < 0,05$) yang berarti signifikan. Koefisien juga bernilai positif yang berarti adanya hubungan searah. Artinya semakin tinggi *fear of missing out (FOMO)* maka semakin tinggi kecenderungan perilaku *phubbing*, begitupun sebaliknya semakin rendah *fear of missing out (FOMO)* maka semakin rendah pula kecenderungan perilaku *phubbing*.

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih dari 0,05. Sehingga hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh *fear of missing out (FOMO)* terhadap kecenderungan perilaku *phubbing* pada pengguna sosial media di Kota Makassar diterima. Artinya pengguna sosial media yang mengalami *fear of missing out* cenderung melakukan perilaku *phubbing*. Kontribusi *fear of missing out* terhadap kecenderungan perilaku *phubbing* ditemukan sebesar 20,7% dengan arah positif. Artinya semakin tinggi *fear of missing out (FOMO)* maka semakin tinggi kecenderungan perilaku *phubbing* pada pengguna sosial media, begitupun sebaliknya semakin rendah *fear of missing out (FOMO)* maka semakin rendah pula kecenderungan perilaku *phubbing* pada pengguna sosial media.

Fear of missing out mempengaruhi kecenderungan perilaku *phubbing*, dapat terjadi karena seperti diketahui bahwa individu yang tinggi dalam *fear of missing out* sering merasa ingin terhubung dengan orang lain dan tidak ingin ketinggalan momen ataupun informasi terbaru. Individu yang seperti itu sering dicirikan sebagai individu yang takut, cemas, khawatir ketika tertinggal pengalaman atau peristiwa yang dialami oleh orang lain lebih menarik dari diri sendiri, berusaha untuk tetap *actual/up-to-date* akan informasi yang dianggap penting, dan berusaha untuk tetap terhubung dengan membagikan kabar diri atau melihat kabar dari orang lain secara *online* (Wegmann, dkk., 2018).

Karakteristik tersebut terkait dengan indikasi dari kecenderungan perilaku *phubbing*, yakni ditunjukkan dari individu dengan *fear of missing out* tinggi cenderung memiliki perasaan takut, khawatir, cemas, dan gelisah akan kehilangan kesempatan untuk mengetahui informasi tentang orang lain atau teman sebayanya di sosial media. Sehingga individu cenderung lebih mudah merasa cemas jika tidak menggunakan *smartphone* meskipun saat berinteraksi dengan orang lain. Hal ini sesuai dengan salah satu aspek *phubbing* yang dikemukakan oleh Chotpitayasunondh dan Douglas (2018) yaitu *nomophobia*, yakni individu merasa khawatir melewatkan sesuatu yang penting jika tidak mengecek ponsel. Hal ini menyebabkan individu sulit mengendalikan diri meskipun berada dalam situasi berinteraksi, sehingga seringkali pandangannya mengarah ke *smartphonenya* meskipun berbicara dengan orang lain.

Selain itu, tingginya *fear of missing out* sangat berhubungan pada suasana hati serta kepuasan diri yang rendah pada kebutuhan dasar psikologis individu dalam hal otonomi, kompetensi, dan relasi. Hal tersebut menyebabkan individu kurang mampu mengendalikan rasa cemas, dan takut kehilangan sesuatu didalam dirinya. Sehingga dampak yang ditimbulkan berhubungan dengan ketidakmampuan dalam perilaku dan emosi, dalam hal ini ketidakmampuan mengendalikan rasa cemas yang berdampak pada diri sendiri maupun perilaku terhadap orang lain. Hal ini merupakan indikasi dari kecenderungan perilaku *phubbing* yang dampaknya dapat dijelaskan dengan salah satu aspek *phubbing* yang dikemukakan oleh Chotpitayasunondh dan Douglas (2018) yaitu *interpersonal conflict*, yakni masalah komunikasi yang dapat timbul antara orang lain dengan seseorang yang melakukan *phubbing*. Individu yang memiliki *fear of missing out* tidak mampu mengendalikan perilaku bersosial media sehingga tetap menggunakan *smartphone* meskipun sadar orang lain akan kesal.

Kemudian *fear of missing out* dapat dijelaskan sebagai keterikatan seseorang dengan media sosial yang pada akhirnya lebih peduli terhadap media sosial daripada dunia nyata akibatnya muncul keinginan untuk diakui di dunia maya dan menarik diri dari lingkungan sekitar. Hal ini sesuai dengan salah satu aspek *phubbing* yang dikemukakan oleh Chotpitayasunondh dan Douglas (2018) yaitu *self isolation* yang merupakan suatu kondisi dimana individu memisahkan diri dari orang lain atau dari berbagai macam kegiatan sosial dan mengisolasi diri dengan cara menggunakan *smartphonenya*. Individu lebih senang berinteraksi dengan *smartphone* dari pada berinteraksi dengan orang lain.

Lebih lanjut, *fear of missing out* menimbulkan ketakutan dan kecemasan yang berlebihan ketika tidak bisa mengakses media sosial. Dossey (2014) mengungkapkan bahwa *fear of missing out* mengakibatkan individu menghabiskan waktu yang lama mengakses media sosial dikarenakan takut kehilangan momen teman ataupun orang lain di kehidupan sosialnya. Sejalan dengan hal tersebut, JWT Intelligence (2012) mengatakan bahwa individu yang merasakan *FOMO* mungkin tidak mengetahui secara spesifik hal yang dilewatkan namun tetap memiliki ketakutan bahwa orang lain memiliki waktu yang lebih baik dibandingkan dirinya sehingga individu tersebut selalu mengecek dan menggunakan *smartphone*.

Hal ini merupakan indikasi dari kecenderungan perilaku *phubbing* yang dampaknya dapat dijelaskan dengan salah satu aspek *phubbing* yang dikemukakan oleh Chotpitayasunondh dan Douglas (2018) yaitu *problem acknowledgement* yang berkaitan dengan seseorang yang merasa ia memiliki masalah *phubbing*, seperti terlalu lama melihat *smartphone*, mengetahui kalau orang lain tidak menyukai perbuatannya karena terlalu lama menggunakan *smartphone* namun selalu berpikir untuk terus menggunakan *smartphone*. Temuan ini sesuai dengan penelitian Nengsi (2021) yang menunjukkan bahwa *fear of missing out* mempengaruhi perilaku *phubbing* pada pengguna sosial media secara positif, sehingga individu yang memiliki *fear of missing out* tinggi cenderung melakukan perilaku *phubbing*. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu dari Chotpitayasunondh dan Douglas (2018) yang mengemukakan bahwa faktor yang mempengaruhi tingkat *phubbing* pada seseorang yaitu rasa takut kehilangan/ ketinggalan (*fear of missing out*).

Penelitian sebelumnya oleh Palilati (2021) menunjukkan bahwa FOMO dapat menjadi prediktor terhadap perilaku *phubbing* pada mahasiswa. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Al-Saggaf dan

O'Donnell (2019) juga menemukan bahwa apabila *fear of missing out* tinggi maka *phubbing* pun tinggi. Dengan demikian dapat diketahui bahwa adanya pengaruh dari *fear of missing out* terhadap kecenderungan perilaku *phubbing* dapat disebabkan karena individu dengan *fear of missing out* tinggi lebih merasa cemas, gelisah, dan khawatir ketinggalan informasi jika tidak mengecek sosial media yang terdapat pada *smartphonenya* yang berakibat menjadi mudah melakukan perilaku *phubbing* saat berinteraksi dengan orang lain.

Sebaliknya individu dengan *fear of missing out* rendah, mereka cenderung merasa biasa saja jika tidak mengecek sosial media dan dapat melakukan aktivitas di dunia nyata dengan nyaman tanpa merasa khawatir, sehingga cenderung menggunakan *smartphone* hanya saat memiliki kebutuhan yang penting dan tidak berisiko melakukan pengabaian kepada orang lain dengan penggunaan *smartphone*. Selain itu, variabel atau faktor lain yang dapat mempengaruhi atau berkontribusi terhadap kecenderungan perilaku *phubbing* yaitu saat individu merasakan kebosanan, berada di lingkungan yang tidak nyaman, adanya suasana canggung, hingga pembicaraan yang membosankan. Situasi tersebut disebut *boredom* yang merupakan perasaan bosan karena berada dalam lingkungan atau kondisi yang tidak mendukung (Lee & Zelman, 2019). Hasil penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Yaseen, dkk. (2021) yang mengemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *loneliness*, *FOMO*, dan *phubbing*, hal ini berarti semakin tinggi *loneliness* dan *FOMO* maka semakin tinggi pula *phubbing*. Penelitian lainnya dari Butt dan Arshad (2010) menemukan pengaruh positif *FOMO* terhadap *phubbing* dan pengaruh negatif *basic psychological needs* terhadap *phubbing*, yang berarti bahwa semakin rendah *basic psychological needs* maka semakin tinggi *phubbing*, begitupun sebaliknya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif *fear of missing out (FOMO)* terhadap kecenderungan perilaku *phubbing* pada pengguna sosial media di Kota Makassar, yang berarti semakin tinggi *fear of missing out (FOMO)* maka semakin tinggi kecenderungan perilaku *phubbing* pada pengguna sosial media di Kota Makassar, begitupun sebaliknya semakin rendah *fear of missing out (FOMO)* maka semakin rendah pula kecenderungan perilaku *phubbing* pada pengguna sosial media di Kota Makassar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamudi, F. S. N. A. (2019). Sosial *Phubbing* Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Negeri Makassar. *Dissertation*. Universitas Negeri Makassar.
- AlSaggaf, Y., & O'Donnell, S. B. (2019). The Role Of State Boredom, State of *Fear of missing out* and State Loneliness in State *Phubbing*. *Proceedings of the 30th Australasian Conference on Information Systems, Perth, Australia*.
- Balta, S. dkk. (2018). Neuroticism, Trait *Fear of missing out*, and *Phubbing*: The Mediating Role of State *Fear of missing out* and Problematic Instagram Use. *International Journal Mental Health Addiction*.
- Butt A., K., & Arshad T. (2021). The relationship between basic psychological needs and *phubbing*: fear of missing out as the mediator. *Psych J*, 10(6), 916–925.
- Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2016). How *Phubbing* Becomes The Norm: The Antecedents and Consequences Of Snubbing Via *Smartphone*. *Computers in Human Behavior*, 63, 9-18.
- Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2018). The Effects of *Phubbing* On Social Interaction. *Journal of Applied Social Psychology*, 48(6), 304-316.
- Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2018). Measuring Phone Snubbing Behavior: Development and Validation of the Generic Scale of *Phubbing* (GSP) and the Generic Scale of Being *Phubbed* (GSBP). *Computers in Human Behavior*, 88, 5-17.
- Cizmeci, E. (2017). Disconnected, Though Satisfied: *Phubbing* Behavior and Relationship Satisfaction. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 7(2), 364-375.
- Databoks. (2020). Berapa usia mayoritas pengguna media sosial di Indonesia. Diakses pada tanggal 12 April 2022: dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/berapa-usia-mayoritas-pengguna-media-sosial-di-indonesia>
- Dwyer, R. J., Kushlev, K., & Dunn, E. W. (2018). *Smartphone* Use Undermines Enjoyment of Face-To-Face Social Interactions. *Journal of Experimental Social Psychology*, 78, 233-239.

- Dewi, D. P. (2017). Hubungan Karakteristik *Smartphone* Pada Perubahan Budaya Komunikasi Remaja di RT 12 kelurahan Sempaja Selatan Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5 (1), 1-12.
- Dossey, L. (2014). FOMO, digital dementia, and our dangerous experiment. *Explore: The Journal of Science and Healing*, 10(2), 69-73.
- Hanika, I. M. (2015). Fenomena *Phubbing* Di Era Milenia. *Jurnal Interaksi*, 4(1), 42-51.
- Irawati, A. N., & Nurmina, N. (2020). Perbedaan Perilaku *Phubbing* Pada Dewasa Awal Dalam Situasi Hubungan Keluarga, Hubungan Pertemanan, Dan Hubungan Percintaan di Kota Bukittinggi. *Proyeksi: Jurnal Psikologi*, 15(2), 141-150.
- Jihan A. & Rusli, D. (2019). Pengaruh Faktor Kepribadian Terhadap *Phubbing* Pada Generasi Milenial Di Sumatera Barat. *Jurnal Riset Psikologi*, 2019(4), 2-11.
- JWT Intelligence. (2012). *Fear of missing out* (FOMO). Diakses pada tanggal 12 April 2022: dari http://www.jwtintelligence.com/wp-content/uploads/2012/03/F_JWT_FOMO-update_3.21.12.pdf
- Karadag, E., Tosuntas, S. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Sahin, B. M., & Babadag, B. (2015). Determinants Of *Phubbing*, Which Is The Sum Of Many Virtual Addictions: A Structural Equation Model. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(2), 60-74.
- Karadag, E., Tosuntas, S. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Sahin, B. M., & Babadag, B. (2016). The Virtual World's Current Addiction: *Phubbing*. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3(2), 250-269.
- Krasnova, H., Abramova, O., Notter, I., & Baumann, A. (2016, June). Why *Phubbing* is Toxic for your Relationship: Understanding the Role of *Smartphone Jealousy* among "Generation Y" Users. *ECIS*, 1-20
- Kurniati, D. P. Y. (2016). *Modul Komunikasi Verbal dan Non Verbal*. Univ Udayana.
- Lee, F. K., & Zelman, D. C. (2019). Boredom proneness as a predictor of depression, anxiety and stress: The moderating effects of dispositional mindfulness. *Personality and Individual Differences*, 146, 68-75.
- Misra, S., Cheng, L., Genevie, J., & Yuan, M. (2016). The iPhone effect: The quality of in-person social interactions in the presence of mobile devices. *Environment and Behavior*, 48(2), 275-298.
- Nengsi, S. A. (2021). Pengaruh *Fear of missing out* (FOMO) Terhadap Perilaku *Phubbing* pada Pengguna Media Sosial di Kota Makassar. *Skripsi*. Univeristas Bosowa Makassar.
- Palilati, D. P. (2021). Analisis Dimensi *Fear of missing out* Terhadap *Phubbing* yang Dibedakan Berdasarkan Jenis Kelamin. *Skripsi*. Universitas Bosowa Makassar.
- Sugiyono. 2014. *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta.
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2017.04.001>
- Yaseen, B., Zia S., Fahd, S., & Kanwal F. (2021). Impact of Loneliness and Fear of Missing Out on *Phubbing* Behavior among Millennials. *Psychology and Education*, 58(4), 1553-6939.