

Peran *Trait Mindfulness* terhadap *Fear of Missing Out* Pengguna Media Sosial

Laurentius Sandi Witarso

Fakultas Psikologi, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Indonesia
laurentius.sandi@atmajaya.ac.id

Article History:

Received
2023-02-21

Revised
2023-03-17

Accepted
2023-05-04

Published
2023-06-16

Abstract. Indonesia's increasing internet use has positive and negative impacts on social media users. The positive impact is maintaining communication, but on the other hand, it can lead to FoMO (Fear of Missing Out) which can interfere a person's mindfulness trait. This research aims to analyze the role of the trait mindfulness on FoMO of social media users. This research used FoMO Scale and Five Facet Mindfulness Questionnaire. Measuring tools are distributed online using the convenience sampling method and it has got a total of 347 participants. The results of the regression test showed that the mindfulness trait dimensions significantly predicted FoMO $F = 17.1$; $p < 0.001$, $R^2 = 0.20$ which means that the mindfulness trait has a 20% contribution to the fear of missing out, while the other 80% is influenced by other factors. However, only acting dimensions with awareness and non-judging of inner experience have significant predictive coefficients.

Keywords: social media, fear of missing out, trait mindfulness

Abstrak. Meningkatnya penggunaan internet di Indonesia berdampak positif dan negatif bagi pengguna media sosial. Dampak positifnya adalah sebagai sarana untuk menjaga komunikasi, namun di sisi lain dapat memunculkan FoMO (Fear of Missing Out) yang dapat mengganggu *trait mindfulness* individu. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran *trait mindfulness* terhadap FoMO pengguna media sosial. Alat ukur yang digunakan adalah FoMO Scale dan *Five Facet Mindfulness Questionnaire*. Alat ukur disebar melalui daring dengan metode *convenience sampling* dan didapatkan partisipan sebanyak 347 orang. Hasil uji regresi menunjukkan dimensi-dimensi *trait mindfulness* memprediksi FoMO secara signifikan $F = 17,1$; $p < 0,001$, $R^2 = 0,20$ yang berarti *trait mindfulness* memiliki pengaruh kontribusi sebesar 20% terhadap *fear of missing out* sedangkan sebesar 80% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain selain *trait mindfulness*. Namun demikian hanya dimensi *acting with awareness* dan *non-judging of inner experience* yang memiliki koefisien prediksi signifikan.

Kata kunci : media sosial, fear of missing out, trait mindfulness



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Pendahuluan

Pada saat ini penggunaan internet di Indonesia semakin berkembang pesat. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2022) menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia pada rentang tahun 2018 tercatat sebesar 64,80 persen, lalu pada tahun 2019-2020 meningkat sebesar 73,70 persen dari total populasi masyarakat Indonesia. Pada tahun 2021 – 2022, pengguna internet di Indonesia berkembang mencapai sekitar 210 juta pengguna atau sekitar 77,02 persen dari populasi masyarakat Indonesia. Meningkatnya penggunaan internet pada rentang tahun 2020 - 2022 ini disebabkan karena adanya pandemi coronavirus disease 2019 (COVID-19) yang membuat individu harus bekerja atau belajar dari rumah untuk menghindari penyebaran virus yang lebih luas (Burkauskas et al., 2022). Lebih lanjut, berdasarkan survey APJII, alasan dominan masyarakat Indonesia menggunakan internet adalah mengakses media sosial (Facebook/Whatsapp/Telegram/Line/Twitter/Instagram/Youtube/dll), diikuti dengan mengakses informasi/berita dan bekerja atau bersekolah dari rumah.

Media sosial dapat memberikan banyak hal positif karena dapat memberikan sarana untuk komunikasi dan menguatkan hubungan kekerabatan dengan informasi yang bersifat *real-time* (Lenhart, dalam Angesti & Oriza, 2018). Individu cenderung memilih media sosial dalam menggunakan internet karena dapat memenuhi kebutuhan mereka seperti interaksi sosial, hiburan, pencarian informasi dan saling berbagi (Dolan, Conduity, Fahy, & Goodman, dalam Kaloeti et al., 2021). Namun demikian, penggunaan media sosial yang berlebih dapat berpotensi memunculkan masalah yaitu Fear of Missing Out (FoMO).

FoMO adalah ketakutan individu bahwa orang lain mengalami pengalaman yang menyenangkan tanpa kehadiran individu tersebut (Przybylski et al., 2013). Hal ini ditandai dengan keinginan individu untuk terus menerus terhubung dengan apa yang dilakukan oleh orang lain dan takut dikeluarkan oleh kelompok jika tidak *update* dengan informasi baru. FoMO muncul karena adanya defisiensi pada kebutuhan psikologis yaitu *competence* (kebutuhan untuk efektif berinteraksi dengan lingkungannya), *relatedness* (kebutuhan untuk tetap terhubung dengan orang lain), dan *autonomy* (kebutuhan untuk bisa mandiri, bebas mengarahkan diri sendiri). Penelitian ini berfokus pada FoMO dalam konteks media sosial.

Individu dengan FoMO menunjukkan berbagai macam karakteristik dalam kehidupan sehari-harinya. Mereka akan selalu *update* dengan peristiwa yang terjadi di media sosial dan cenderung menghabiskan waktu di media sosial untuk mencari jaringan pertemanan dengan melihat profil dan postingan yang ditampilkan oleh orang lain (Weaver & Swank, 2021). Dorongan

untuk mengecek media sosial yang mereka lakukan cenderung tinggi dalam berbagai macam situasi dan waktu. Bahkan terkadang mereka juga membuat keputusan berdasarkan masukan teman-teman mereka di media sosial dan cenderung membuat keputusan yang keliru karena takut akan kehilangan momen tersebut (Abel et al., 2016). Secara otomatis, mereka tidak ingin melewatkan peristiwa/momen yang ada di media sosial meskipun tidak ada hubungannya dengan dirinya (Jatmika & Agustina, 2020). Penelitian yang dilakukan Erdogan (dalam Fahmi, Septia, & Inayati, 2022) menunjukkan bahwa individu dengan FoMO akan merasa gelisah dan cemas jika merasa tertinggal dengan informasi yang dibagikan oleh orang lain. Hal ini didukung juga dengan penelitian oleh Pryzbylski et. al (2013) yang menyatakan bahwa orang dengan FoMO dicirikan dengan sering merasakan *anxiety*, *low self-esteem*, dan merasa dirinya selalu kurang (*inadequacy*).

Sebagai dampaknya, orang dengan FoMO yang tinggi selalu melewatkan makan malam dan tidur mereka dengan alasan supaya tetap terhubung dengan orang lain melalui media sosial (Beyens et al., 2016). Mereka akan menjadi lebih waspada dengan notifikasi yang muncul dari gawai mereka sehingga membuat mereka kurang mampu untuk berkonsentrasi (Duke & Montag, dalam Kaloeti et al., 2021). Penelitian oleh Dossey (2014) menggambarkan bahwa setiap bangun pagi, sebelum tidur, saat makan, dan bahkan pada saat menggunakan kendaraan, individu FoMO akan tetap menggunakan gawai mereka untuk tetap terhubung dan *update* dengan informasi di internet.

Individu dengan FoMO terlalu melekat dengan media sosial dan dapat mengalihkan akan kehadiran dirinya (*here and now*) (Turkle, dalam Jatmika & Agustina, 2020). Ketergantungan terhadap media sosial membuat mereka terpaku tidak dengan *present moment* diri mereka tetapi justru dengan momen yang dialami oleh orang lain melalui postingan di media sosial (Weaver & Swank, 2021). Di satu sisi FoMO dapat membantu individu untuk bisa lebih peka terhadap pengalaman sekitar, namun obsesi yang dialami oleh individu FoMO dapat mengganggu kemampuan individu dalam *mindfully attentive* (Baker et al., 2016). Kemampuan *mindfully attentive* diasosiasikan dengan konsep *mindfulness*.

Mindfulness adalah kemampuan untuk memusatkan perhatian secara langsung, terbuka terhadap pengalaman dari waktu ke waktu dan keterbukaan pikiran serta penerimaan diri (Kabat-Zinn, 2003). Menurut Wheeler, Arnkoof, dan Glass (dalam Waty & Fourianalistyawati, 2018), perlu dibedakan antara *trait mindfulness* dengan *state mindfulness*. *Trait mindfulness* menggambarkan bagaimana individu menyadari pengalaman dirinya dalam segala situasi dan

waktu, sedangkan *state mindfulness* cenderung dihasilkan setelah melakukan latihan meditasi. Tanpa ada intervensi, *trait mindfulness* ini bersifat stabil sepanjang waktu (Brown & Ryan, 2003). Penelitian ini berfokus pada *trait mindfulness* karena lebih menggambarkan tingkat *mindfulness* individu dalam kehidupan sehari-hari tanpa perlu melihat efek dari intervensi.

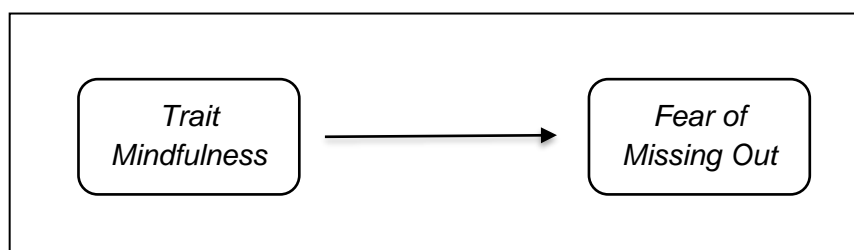
Trait mindfulness dibagi menjadi beberapa dimensi yaitu *observing*, *describing*, *acting with awareness*, *non-judgmental inner experience*, dan *non-reactivity to inner experience* (Baer et al. 2009). *Observing* adalah keadaan dimana individu sadar dan memperhatikan rangsangan internal dan eksternal seperti emosi, kognisi, sensasi, penglihatan dan bau. *Describing* adalah kemampuan individu dalam memberikan label pada suatu pengalaman dengan kata-kata. *Acting with awareness* adalah individu mampu untuk menyadari aktivitas yang dilakukan pada saat ini dibandingkan dengan berperilaku otomatis tanpa menyadarinya. *Non-judgmental inner experience* adalah kemampuan individu untuk bersikap non-evaluatif terhadap sensasi, kognisi, dan emosi diri. *Non-reactivity to inner experience* adalah kecenderungan individu untuk membiarkan pikiran dan perasaan untuk datang dan pergi, tanpa terbawa olehnya.

Beberapa penelitian menunjukkan korelasi negatif antara *mindfulness* dengan FoMO. Penelitian oleh Baker et al. (2016) dan Weaver dan Swank (2021) menunjukkan individu dengan tingkat FoMO yang tinggi akan berkorelasi dengan lemahnya tingkat *mindful attention*. Namun demikian pada kedua penelitian tersebut tidak dijelaskan secara mendetail aspek-aspek apa saja pada *mindfulness* yang dapat berperan terhadap FoMO. Beberapa ciri-ciri dan dampak pada FoMO berkaitan dengan dimensi-dimensi *trait mindfulness*. Penelitian-penelitian mengenai *mindfulness* dan dikaitkan dengan FoMO dalam konteks media sosial masih jarang dilakukan dan dibahas secara lebih mendalam. Oleh karena itu pada penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana peran *trait mindfulness* terhadap FoMO pengguna media sosial. Hipotesis pada penelitian ini adalah terdapat peran *trait mindfulness* terhadap FoMO pengguna media sosial. Dengan mengetahui peran *trait mindfulness* terhadap FoMO pengguna media sosial, maka penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap kesehatan mental pengguna media sosial dengan menguatkan *trait mindfulness* sehingga dapat mencegah terjadinya bahaya lebih lanjut penggunaan media sosial yaitu FoMO.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk analisis data yang didapatkan dari kuesioner. Dalam menggali data kuantitatif, peneliti menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data sosiodemografi, FFMQ (*Five Facet Mindfulness Questionnaire*) dan FoMO (*Fear of Missing Out*)

Scale. Pada kuesioner sosiodemografi meliputi ; nama/inisial, jenis kelamin, rata-rata durasi penggunaan media sosial per hari (dalam satu minggu) dan jenis media sosial yang saat ini digunakan. Pada FFMQ (*Five Facet Mindfulness Questionnaire*) digunakan untuk mengukur *trait mindfulness* dalam keseharian orang dewasa (Meindy et al., 2022). Alat ukur ini pada awalnya disusun oleh Baer pada tahun 2006 dan kemudian diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia oleh Meindy et al. (2022). Item pada kuesioner ini berjumlah 38 item yang terdiri dari 5 dimensi *trait mindfulness* yaitu *observing, describing, acting with awareness, non-judging to inner experience, dan non-reactivity to inner experience*. Pada pengujian reliabilitas didapatkan koefisien alpha pada rentang 0,633 – 0,872 pada setiap dimensi *trait mindfulness*. Untuk uji validitas, peneliti menggunakan *corrected item-total correlation* yang bertujuan untuk melihat korelasi item tes dengan konstruk teoritik yang mendasari penyusunan tes. Berdasarkan uji *item-rest correlation* didapatkan nilai pada rentang 0,298 – 0,703. Kuesioner FoMO (*Fear of Missing Out*) Scale ditujukan untuk menggambarkan kecenderungan FoMO individu. FoMO Scale pada awalnya disusun oleh Przybylski et al. (2013) dan diadaptasi oleh Kaloeti et al. (2021) ke dalam Bahasa Indonesia. Kuesioner ini terdiri dari 12 item dengan nilai koefisien alpha pada rentang 0,854 – 0,871 dan nilai *item-rest correlation* pada rentang 0,407 – 0,670. Karakteristik partisipan pada penelitian ini adalah individu pengguna media sosial berusia 17 – 40 tahun sebagai kelompok umur yang sering mengakses media sosial, memiliki akun media sosial dan aktif menggunakannya. Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran data demografi partisipan dan sebaran skor masing-masing variabel. Peneliti juga melakukan uji korelasi untuk melihat hubungan setiap dimensi *trait mindfulness* dengan variabel FoMO. Dalam menguji hipotesis, digunakan linear regression untuk melihat kontribusi IV (*independent variable*) yaitu *trait mindfulness* terhadap DV (*dependent variable*) yaitu FoMO.



Gambar 1. Model Penelitian

Berdasarkan model penelitian di atas peneliti akan menguji hipotesis penelitian untuk melihat pengaruh *trait mindfulness* (IV) terhadap *Fear of Missing Out* (DV).

Hasil

Hasil penelitian terdiri dari statistika deskriptif, uji asumsi, uji korelasi dan uji hipotesis yang diolah menggunakan *software* JASP.

Tabel 1.
Demografi partisipan

Karakteristik	Jumlah	Persentase (%)
Jenis kelamin		
Laki-laki	91	26,22 %
Perempuan	255	73,49 %
Usia		
17 – 20 tahun	194	55,91 %
21 – 30 tahun	125	36,02 %
31 – 40 tahun	28	8,07 %
Rata-rata penggunaan media sosial per hari (dalam 1 minggu)		
10 – 30 menit	3	15,56 %
31 – 60 menit	17	0,86 %
1 – 2 jam	54	19,02 %
2 – 3 jam	66	4,90 %
> 3 jam	207	59,65 %
Media sosial (boleh memilih lebih dari satu jenis)		
Instagram	333	
Whatsapp	331	
Youtube	290	
Line	251	
TikTok	215	
Discord	120	
Telegram	115	
Facebook	96	
Snapchat	47	
lainnya	2	

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa mayoritas partisipan pada penelitian ini berjenis kelamin perempuan dengan persentase sebesar 73,49% dari total seluruh partisipan. Usia partisipan yang terlibat dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok umur 17 – 20 tahun dengan persentase sebesar 55,91% dari total partisipan. Rata-rata penggunaan media sosial partisipan per hari dalam satu minggu lebih dari 3 jam dengan persentasi 59,65% dari total

partisipan. Lalu jenis media sosial yang paling banyak digunakan oleh partisipan adalah Instagram, Whatsapp, dan Youtube.

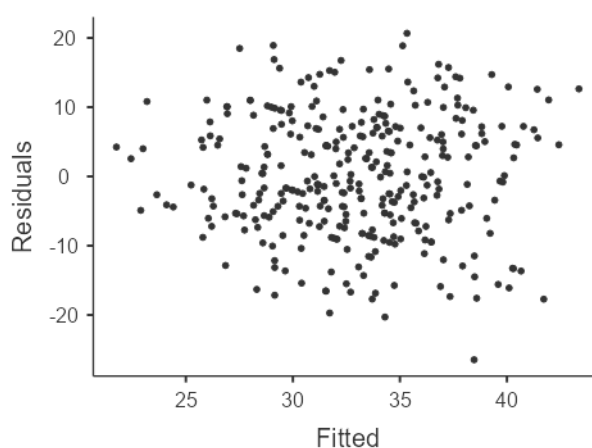
Uji Asumsi

Setelah menggambarkan statistik deskriptif, peneliti melakukan uji normalitas, uji linearitas, uji multicollinearity pada masing-masing dimensi *trait mindfulness* dan FoMO sebagai syarat asumsi sebelum melakukan uji regresi.

Tabel 2.
Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

Variabel	Kolmogorov-Smirnov	Sig.
Observing	0,0677	0,083
Describing	0,0629	0,128
Acting with Awareness	0,0664	0,093
Non-judging	0,0571	0,207
Non-reactivity	0,0615	0,144
FoMO	0,0577	0,198

Berdasarkan uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov, nilai signifikansi dari setiap variabel penelitian memenuhi asumsi distribusi normal ($p > 0,05$)



Gambar 2. Uji linearitas

Pada uji linearitas diperiksa dengan melihat *residual vs fitted values plot*. Asumsi hubungan linear dan *additive* terpenuhi apabila tidak ada pola dalam grafik *residual vs fitted values*. Berdasarkan gambar 1 dapat dilihat bahwa asumsi uji linearitas terpenuhi karena tidak menunjukkan pola pada grafik tersebut.

Tabel 3.
 Uji Multicollinearity

Variabel	VIF	Tolerance
Observing	1,35	0,741
Describing	1,38	0,724
Acting with Awareness	1,58	0,633
Non-judging	1,53	0,653
Non-reactivity	1,27	0,789

Asumsi ini diperiksa dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF). Asumsi ini terpenuhi jika nilai VIF tidak lebih dari angka 4. Berdasarkan tabel 3 maka nilai VIF tiap variabel < 4 yang berarti memenuhi asumsi *multicollinearity*.

Tabel 4.
 Statistik Deskriptif dan Korelasi antar Variabel

Variabel	M	SD	1	2	3	4	5	6
1.Observing	29.87	4.94	-					
2.Describing	27.48	5.97	0.303*	-				
3.Acting with Awareness	23.59	6.53	-0.004	0.391*	-			
4.Non-judging	18.81	5.53	-0.106*	0.285*	0.576*	-		
5.Non-reacting	23.43	4.17	0.414*	0.259*	-0.057	-0.098	-	
6.FoMO	32.75	9.72	0.056	-0.166*	-0.403	-0.382*	0.097	-

Statistik deskriptif dilakukan untuk melihat nilai rata-rata dari setiap variabel. Pada *trait mindfulness* terlihat bahwa nilai rata-rata tertinggi ada pada dimensi *observing* sedangkan nilai rata-rata paling rendah ada pada dimensi *non-judging of inner experience*. Uji korelasi dilakukan untuk melihat hubungan antara dimensi-dimensi *trait mindfulness* dan FoMO. Berdasarkan matrik korelasi tiga dimensi *trait mindfulness* yaitu *describing*, *acting with awareness*, dan *non-judging of inner experience* berkorelasi secara signifikan dengan FoMO. Sedangkan pada dimensi *observing* dan *non-reactivity to inner experience* tidak ditemukan hubungan yang signifikan.

Tabel 5.
 Uji Model Regresi

Variabel	R-square	F	Sig
FoMO dan trait mindfulness	0,20	17,1	<.001

Tabel 6.
Koefisien Model Regresi

Predictor	Estimate	SE	t	p
Intercept	46,07	3,96	11,64	<.001
Observing	0,03	0,11	0,24	0,81
Describing	-0,03	0,09	-0,35	0,73
Acting with Awareness	-0,40	0,09	-4,33	<.001
Non-judging	-0,38	0,11	-3,54	<.001
Non-reactivity	0,14	0,13	1,12	0,27

Pada tabel 5 dan 6 menunjukkan hasil analisis regresi. Berdasarkan analisis tersebut, dimensi-dimensi *trait mindfulness* memprediksi FoMO secara signifikan dengan nilai F sebesar 17,1 dan tingkat signifikansi sebesar $p < 0,001$. Selain itu hasil analisis juga menunjukkan R square sebesar 0,20 yang berarti bahwa semua dimensi *trait mindfulness* dapat menjelaskan 20% varians dari FoMO. Namun demikian hanya dimensi *acting with awareness* dan *non-judging of inner experience* yang memiliki koefisien prediksi signifikan. Hasil tersebut sesuai dengan matriks korelasi karena memiliki korelasi yang paling tinggi dan signifikan di antara dimensi *trait mindfulness*.

Diskusi

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, ditemukan bahwa *trait mindfulness* berperan signifikan terhadap FoMO pada pengguna media sosial ($F = 17,1$, sig $p < 0,001$). Besarnya nilai peran *trait mindfulness* adalah 20% terhadap FoMO sedangkan 80% lainnya dipengaruhi oleh faktor yang lain. Hasil ini menunjukkan *trait mindfulness* dapat menjadi prediktor FoMO pada pengguna media sosial. Hal ini sejalan dengan hipotesis penelitian ini yang menyatakan bahwa *trait mindfulness* memiliki pengaruh terhadap FoMO pengguna media sosial, dimana semakin tinggi tingkat *trait mindfulness* maka semakin rendah tingkat FoMO individu pengguna media sosial. Di satu sisi, semakin rendah tingkat *trait mindfulness* maka semakin tinggi tingkat FoMO individu pengguna media sosial. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian oleh Turkle (dalam Jatmika & Agustina, 2020) bahwa individu dengan FoMO terlalu melekat dengan media sosial. Alhasil membuat mereka tidak fokus dengan kehadiran dirinya (*here and now*) dan mengganggu kemampuan individu dalam *mindfully attentive* (Baker et al., 2016). Hal ini selaras dengan pengertian *mindfulness* yaitu perhatian penuh yang dilakukan oleh individu pada pengalaman yang terjadi pada saat ini (*present moment*), dengan cara menerima secara terbuka dan tidak menghakimi (Baer et al., 2006). Sedangkan di sisi lain, individu yang mengalami FoMO ditandai

dengan rasa takut, cemas, dan gelisah jika tertinggal informasi dengan orang lain. Oleh sebab itu individu dengan FoMO akan terus menerus terhubung dengan apa yang dilakukan oleh orang lain dan takut dikeluarkan oleh kelompok jika tidak *update* dengan informasi baru. Dapat disimpulkan bahwa individu FoMO menunjukkan perasaan cemas, gelisah, dan takut karena tertinggal dengan momen yang dilakukan oleh orang lain sehingga membuat mereka menjadi individu yang kurang bisa memberikan perhatian penuh atau menyadari pada pengalaman *present moment* diri mereka sendiri.

Peneliti kemudian melakukan analisis lebih lanjut dengan melihat peran masing-masing dimensi *trait mindfulness* terhadap FoMO. Secara lebih mendalam, dimensi *acting with awareness* memiliki koefisien prediksi yang signifikan terhadap FoMO. Menurut Brown dan Ryan (2003), *trait mindfulness* dapat meningkatkan kesadaran dan perhatian individu sehingga membantu mereka untuk bisa menyadari secara penuh dengan pengalaman yang dialami pada saat ini. *Acting with awareness* merupakan bagaimana individu mampu untuk menyadari aktivitas yang dilakukan pada saat ini dibandingkan dengan berperilaku otomatis tanpa menyadarinya. Jika dilihat pada individu pengguna media sosial yang mengalami FoMO, mereka cenderung menggunakan media sosial secara otomatis untuk tidak melewatkan peristiwa/momen yang ada di media sosial meskipun tidak ada hubungannya dengan dirinya (Reyes, dalam Jatmika & Agustina, 2020). Ryan dan Deci (2000) juga menyebutkan bahwa dengan meningkatkan *mindfulness* maka dapat membantu individu untuk melepaskan diri dari pikiran kebiasaan (*habits*), dan pola perilaku yang bersifat otomatis sehingga dapat membantu individu untuk bisa lebih menguatkan regulasi diri yang diasosiasikan dengan kesejahteraan (*well-being*). Dengan kata lain *acting with awareness* individu dapat menguatkan individu untuk tidak terhanyut dengan tindakan otomatis dalam menggunakan media sosial.

Dimensi lain pada *trait mindfulness* yang memiliki koefisien prediksi signifikan terhadap FoMO adalah *non-judgmental inner experience*. Baer et al. (2009) menyebutkan bahwa *non-judgmental inner experience* adalah kemampuan individu untuk bersikap non-evaluatif (tidak menghakimi atau memberikan penilaian) terhadap sensasi, kognisi, dan emosi diri. Individu pengguna media sosial yang mengalami FoMO tinggi cenderung menunjukkan dirinya ketakutan dalam berbagai situasi meliputi takut akan penilaian orang lain, takut ditinggalkan oleh orang-orang terdekatnya dan takut dikeluarkan dari kelompok jika tidak *update* dengan informasi yang baru (Lee-Won et al., 2015; Przybylski et al., 2013). Pengalaman lain yang biasa dialami oleh individu dengan FoMO tinggi adalah merasa bahwa dirinya kurang populer di media sosial karena

tidak mendapatkan *likes* atau hanya mendapatkan *likes* dalam jumlah yang sedikit pada postingan mereka (Fox & Moreland, dalam Beyens et al., 2016). Saat individu mengalami pikiran, sensasi atau peristiwa tertentu secara sadar, mereka tidak melakukan penilaian terhadap hal-hal tersebut sebagai sesuatu yang baik atau buruk, diinginkan atau tidak diinginkan, atau penting dan tidak penting (Germer et al., 2005). Dengan begitu saat individu mengalami ketakutan-ketakutan terhadap orang lain dan merasa kurang populer menunjukkan bahwa mereka melakukan penilaian terhadap emosi dan pikiran mereka sebagai sesuatu hal yang buruk. Pada *non-judgmental inner experience*, individu perlu menerima semua pengalaman – baik itu sesuatu yang menyenangkan, netral atau menyakitkan – tanpa berusaha untuk mengubah, mengendalikan, atau mengubahnya (Kang et al., 2014)

Dimensi-dimensi lain pada *trait mindfulness* yang tidak memiliki peran signifikan terhadap FoMO adalah *observing*, *describing*, dan *non-reactivity*. *Observing* adalah keadaan dimana individu sadar dan memperhatikan rangsangan internal dan eksternal seperti emosi, kognisi, sensasi, penglihatan dan bau. Penelitian yang dilakukan Rudkin, Medvedev, dan Siegert (2018) menyebutkan bahwa item-item dimensi *observing* pada FFMQ kurang menggambarkan pengamatan terhadap kesadaran emosi. Item-item dimensi *observing* pada FFMQ terlalu menggambarkan sensasi fisik dan stimulus eksternal seperti ;"Ketika sedang berjalan, saya merasakan sensasi tubuh saya yang sedang bergerak", "Saya menyadari bau dan aroma benda-benda di sekitar saya". Di satu sisi, mengamati emosi adalah hal utama dalam mindfulness (Kabat-Zinn, 2013). Dengan demikian *describing* tidak memiliki peran signifikan dengan FoMO karena tidak ada kaitannya antara mengamati sensasi fisik dan stimulus eksternal dengan FoMO yang dialami oleh individu. *Describing* adalah kemampuan individu dalam memberikan label pada suatu pengalaman dengan kata-kata. *Describing* dapat membantu individu untuk lebih memahami emosi yang dialaminya sehingga dapat membuat mereka bisa menerima emosi tanpa terlalu bersikap reaktif atau menghindarinya. *Describing* pada penelitian ini tidak signifikan karena menurut peneliti kurang relevan dengan konteks FoMO pengguna media sosial. Hal ini didukung oleh studi yang dilakukan oleh Fisak dan Von Lehe (2012) yang menemukan bahwa dimensi *describing* tidak dapat memprediksi tingkat kekhawatiran dan kecemasan yang mana hal ini sangat erat kaitannya dengan ciri-ciri pada individu dengan FoMO tinggi. Sedangkan *non-reactivity* adalah kecenderungan individu untuk membiarkan pikiran dan perasaan untuk datang dan pergi, tanpa terbawa olehnya. Pada konteks FoMO, *non-reactivity* tidak signifikan karena peneliti menduga skor FoMO pada partisipan penelitian ini tidak tergolong tinggi sehingga tidak

dapat melihat bagaimana reaktivitas (terbawa dengan pikiran dan perasaan) partisipan dengan FoMO tinggi.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa *trait mindfulness* secara simultan dapat berperan dalam memprediksi FoMO pengguna media sosial sebesar 20% sedangkan 80% lainnya dipengaruhi oleh faktor lainnya. Secara lebih spesifik terdapat dua dari lima dimensi *trait mindfulness* yang berperan signifikan terhadap FoMO. Dimensi *trait mindfulness* yang berperan signifikan terhadap FoMO adalah *acting with awareness* dan *non-judgmental inner experience*. Sedangkan dimensi *observing, describing, dan non-reactivity* tidak memiliki peran yang signifikan terhadap FoMO.

Saran

Penelitian selanjutnya dapat mengeksplor variabel lain - baik menjadi variabel moderating atau variabel intervening - antara *trait mindfulness* dan FoMO karena untuk kedua variabel ini tergolong masih jarang dilakukan penelitian pada konteks Indonesia. Peneliti juga menyarankan untuk membatasi kelompok usia partisipan penelitian, misalkan pada konteks remaja, dewasa awal, dewasa madya dimana mereka memiliki karakteristik yang khas terkait dengan perkembangan media sosial. Selain kelompok umur, peneliti menyarankan untuk memperluas kelompok partisipan dengan tingkat FoMO dari rentang kategori tinggi hingga rendah. Hal ini dapat membantu peneliti selanjutnya untuk menganalisis peran *trait mindfulness* pada pengguna media sosial dengan FoMO tingkat tinggi hingga FoMO tingkat rendah.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pengguna media sosial. Seiring dengan berkembangnya teknologi, media sosial tidak akan lepas dari jangkauan manusia karena merupakan sarana untuk berkomunikasi satu sama lain. Dalam penggunaan media sosial, diharapkan partisipan bisa menumbuhkan kesadaran diri (*trait mindfulness*) sehingga dapat terhindar dari bahaya yang berkelanjutan dalam penggunaan media sosial seperti FoMO. Bagi para terapis, psikolog, ataupun konselor dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai acuan untuk memberikan terapi berbasis mindfulness bagi pengguna media sosial yang mengalami FoMO.

Kepustakaan

- 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.
- 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), 790-800.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022). Profil Pengguna Internet Indonesia 2022.
- Baer, R. A., Smith, G. T., Hopkins, J., Krietemeyer, J., & Toney, L. (2006). Using self-report assessment methods to explore facets of mindfulness. *Assessment*, 13(1), 27-45.
- Baer, R. A., Walsh, E., & Lykins, E. L. (2009). Assessment of mindfulness. In *Clinical handbook of mindfulness* (pp. 153-168). Springer, New York, NY.
- Baker, Z. G., Krieger, H., & LeRoy, A. S. (2016). Fear of missing out: Relationships with depression, mindfulness, and physical symptoms. *Translational Issues in Psychological Science*, 2(3), 275.
- 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.
- Bloemen, N., & De Coninck, D. (2020). Social media and fear of missing out in adolescents: The role of family characteristics. *Social Media+ Society*, 6(4), 2056305120965517.
- Brown, K. W., & Ryan, R. M. (2003). The benefits of being present: mindfulness and its role in psychological well-being. *Journal of personality and social psychology*, 84(4), 822.
- Burkauskas, J., Gecaite-Stonciene, J., Demetrovics, Z., Griffiths, M. D., & Király, O. (2022). Prevalence of problematic internet use during the COVID-19 pandemic. *Current opinion in behavioral sciences*, 101179.
- Dossey, L. (2014). FOMO, digital dementia, and our dangerous experiment. *Explore: The Journal of Science and Healing*, 10(2), 69-73.
- Fisak, B., & Von Lehe, A. C. (2012). The relation between the five facets of mindfulness and worry in a non-clinical sample. *Mindfulness*, 3(1), 15-21.
- Germer, C. K., Siegel, R. D., & Fulton, P. R. (2005). *Mindfulness and psychotherapy*. New York, NY: Guilford Press
- Jatmika, D., & Agustina, V. F. (2020). Mindfulness sebagai mediator fear of missing out dan problematic internet use pada penduduk asli digital. *Jurnal Ilmu Perilaku*, 4(2), 135-153.
- Iani, L., Lauriola, M., Chiesa, A., & Cafaro, V. (2019). Associations between mindfulness and emotion regulation: The key role of describing and nonreactivity. *Mindfulness*, 10, 366-375.
- Kabat-Zinn, J. (2003). Mindfulness-based interventions in context: Past, present, and future. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 10(2), 144-156.
- Kabat-Zinn, J. (2013). *Full catastrophe living, revised edition: how to cope with stress, pain and illness using mindfulness meditation*. New York: Random House
- Kaloeti, D. V. S., Kurnia S, A., & Tahamata, V. M. (2021). Validation and psychometric properties of the Indonesian version of the Fear of Missing Out Scale in adolescents. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 34.
- Kang, Y., Gruber, J., & Gray, J. R. (2014). Deautomatization of cognitive and emotional life. *The Wiley Blackwell handbook of mindfulness*, 1, 168.
- Lee-Won, R. J., Herzog, L., & Park, S. G. (2015). Hooked on Facebook: The Role of Social Anxiety and Need for Social Assurance in Problematic Use of Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(10), 567-574. doi:10.1089/cyber.2015.0002

-
- Meindy N., Djunaidi A., & Triwahyuni A. (2022) *Adaptasi Five Facet Mindfulness Questionnaire Bahasa Indonesia*, Psychocentrum Review, 4(1), 1-19.
- 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.
- Rudkin, E., Medvedev, O. N., & Siegert, R. J. (2018). The five-facet mindfulness questionnaire: why the observing subscale does not predict psychological symptoms. *Mindfulness*, 9, 230-242.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55, 68-78. <http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Septia, B. T., Fahmi, I. N., & Inayati, I. R. (2022). Mindfulness sebagai mediator antara self-esteem dan fear of missing out. *Psychological Journal: Science and Practice*, 2(1).
- Turkle, S. (2017). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Hachette UK.
- Waty, L. P., & Fourianalistyawati, E. (2018). Dinamika kecanduan telepon pintar (smartphone) pada remaja dan trait mindfulness sebagai alternatif solusi. *Seurune: Jurnal Psikologi Unsyiah*, 1(2), 84-101.
- Weaver, J. L., & Swank, J. M. (2021). An Examination of College Students' Social Media Use, Fear of Missing Out, and Mindful Attention. *Journal of College Counseling*, 24(2), 132-145.