

HUBUNGAN ANTARA SOCIAL COMPARISON DENGAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO) PADA KOMUNITAS K-POP “K-POPER PADANG”

Gesta Oprita¹, Rinaldi², Niken Hartati³, Rahayu Hardianti Utami⁴

^{1,2,3,4} Departemen Psikologi Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Negeri Padang

E-mail: opritagesta@gmail.com

ABSTRAK

Fear of missing out adalah perasaan dimana seseorang merasa gelisah dan takut tertinggal, ketika orang lain terlibat dan merasakan sesuatu yang lebih seru dan menarik daripada dirinya sendiri. Fenomena *fear of missing out* bisa terjadi pada penggemar K-Pop, dan *fear of missing out* sendiri dapat ada karena adanya *social comparison* dan persepsi bahwa orang lain lebih baik daripada diri mereka sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan Antara *Social Comparison* dengan *Fear of Missing Out* pada Komunitas K-Pop “K-popers Padang”. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh penggemar K-Pop yang berada pada komunitas K-Pop “K-Popers Padang” yaitu *fanbase* NCTzen Padang, CARAT Padang dan TEUME Padang dengan jumlah subjek sebanyak 140 orang. *Purposive sampling* merupakan teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan skala *social comparison* yaitu skala *social media social comparison* dan skala FoMO yaitu skala *State-FoMO* dengan menggunakan kuesioner *online* berbentuk skala *likert*. Teknik uji korelasi *product moment* merupakan teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara *social comparison* dengan *fear of missing out* pada komunitas K-Pop “K-Popers Padang” ($r = 0.473$; $p = 0.000$). Kesimpulannya semakin tinggi *social comparison* maka akan semakin tinggi juga *fear of missing out* pada komunitas K-Pop “K-Popers Padang”.

Kata kunci: *Social Comparison; Fear of Missing Out; K-popers Padang*

PENDAHULUAN

Relasi sosial merupakan salah satu kebutuhan yang penting bagi seseorang. Pada teori kebutuhan Maslow dalam (Schiffman & Wisenblit, 2015), dijelaskan kebutuhan manusia salah satunya adalah *social needs* merupakan kebutuhan dalam menjalin hubungan atau memiliki relasi sosial. Salah satu bentuk relasi sosial yaitu sewaktu seseorang selalu ingin mengetahui kegiatan dan kehidupan orang lain seperti: teman atau sahabat dan keluarga bahkan orang yang tidak dikenalnya. Pada situasi yang seperti itu, seseorang akan merasa untuk perlu selalu terlibat dengan berbagai kegiatan dan kehidupan orang lain seperti: teman atau sahabat dan keluarga bahkan orang yang tidak dikenalnya (Kurniawan & Utami, 2022).

Ketika seseorang ingin mengetahui kegiatan orang lain, maka media sosial merupakan sarana yang dapat digunakan untuk hal itu karena informasi seseorang atau sesuatu lebih mudah diketahui dan ditemukan (Kurniawan & Utami, 2022). Selain itu, media sosial juga dapat menjadi salah satu tempat bagi seseorang untuk mempresentasikan

dirinya, berinteraksi, berbagi serta berkomunikasi dengan orang lain sehingga membentuk hubungan sosial secara virtual. Namun, kondisi itu dapat menyebabkan seseorang menjadi khawatir dan gelisah ketika melihat banyaknya hal yang menyenangkan terjadi pada orang lain daripada apa yang terjadi pada dirinya di media sosial (Akbar dkk., 2018). Merasa khawatir dan kehilangan pada apa yang telah dilakukan oleh orang lain, apa yang diketahui orang lain serta apa yang dimiliki atau sesuatu yang lebih baik yang ada pada orang lain (Abel dkk., 2016). Fenomena tersebut dikenal dengan fenomena *Fear of missing out* (FoMO).

Fear of missing out sendiri bisa terjadi pada penggemar K-Pop, dimana penggemar K-Pop mengalami perasaan takut kehilangan akan informasi tentang aktivitas yang dilakukan oleh idolanya (Marseal dkk., 2022). Penggemar K-Pop mayoritas berada pada tahap usia remaja dan dewasa awal (Azzahra & Halimah, 2022). Selanjutnya, *fear of missing out* banyak dialami seseorang pada usia remaja. Santrock berpendapat bahwa masa remaja berkisar antara usia 12-21 tahun. Seseorang pada tahap usia remaja akan selalu melakukan penelusuran secara *online* dengan temannya karena merasa takut ketinggalan, dan bertujuan agar tetap berada dalam kelompok yang sama (Masyitah & Annatagia, 2022).

Penelitian Marseal dkk., (2022) menjelaskan bahwa ketika penggemar K-Pop mengetahui teman sesama penggemar K-Pop melakukan aktivitas atau melaksanakan kegiatan dan bersenang-senang tanpa dirinya, hal itu menjadikan dia merasa iri dan cemburu, sehingga dia merasakan *fear of missing out* atau takut tertinggal yang akhirnya membuat responden memiliki keinginan untuk mengetahui secara terus-menerus apa yang terjadi pada idolanya, dan membuat mereka selalu membuka media sosialnya. Berdasarkan survei awal peneliti menggunakan kuesioner *online* terbuka pada tanggal 13 Maret 2023 terhadap penggemar K-Pop yang berada pada komunitas K-Pop “K-Popers Padang” yaitu *fanbase* NCTzen Padang, CARAT Padang, dan TEUME Padang didapatkan hasil dari 40 responden bahwa untuk menelusuri informasi mengenai idolanya responden dapat menghabiskan waktu mulai dari 2-7 jam. Ketika responden ketinggalan *update* terbaru dari idolanya responden akan merasa takut tertinggal berita dan informasi, merasa khawatir tentang keadaan idolanya dan apa yang sedang dilakukan oleh idolanya. Akhirnya hal tersebut dapat mempengaruhi hari-hari responden yaitu: mempengaruhi perasaan mereka (merasa *badmood* dan merasa kurang motivasi). Pada saat responden belum bisa membeli barang-barang K-Pop yang berkaitan dengan idolanya, hal itu akan membuat responden terus-menerus memikirkannya. Responden merasa kecewa dan iri yang akhirnya responden

merasa kurang *update* karena penggemar lain bisa memiliki barang-barang tersebut sedangkan responden tidak memilikinya.

Berdasarkan wawancara *online* yang peneliti lakukan pada tanggal 29 Juni 2023 diperoleh bahwa K-Popers Padang merupakan suatu kelompok penggemar K-Pop yang terdiri dari beberapa *fanbase* K-Pop yaitu NCTZEN Padang, TEUME Padang, dan CARAT Padang. NCTZEN Padang adalah *fanbase* atau komunitas yang mengumpulkan teman-teman K-Popers padang yaitu NCTZEN Padang penggemar dari NCT yang sudah terbentuk dari tahun 2018. TEUME Padang merupakan kumpulan dari fans K-Pop boygrup yang bernama Treasure dan sudah terbentuk sejak 2019, dan CARAT Padang merupakan kumpulan dari fans K-Pop boygrup yang bernama Seventeen dan sudah terbentuk sejak tahun 2022. Masing-masing *fanbase* memiliki aktivitas dan kegiatan diantaranya seperti perkumpulan untuk mencari teman sesama *fanbase*, kegiatan buka puasa bersama, acara karaoke bersama, *streaming* MV bersama, mengadakan *project* donasi, menonton konser bersama serta mengadakan *event member birthday*.

FoMO berasal dari *social comparison* dan persepsi bahwa orang lain lebih baik daripada diri mereka sendiri (Gokul & Karthika, 2023). Sesuai dengan pendapat (Reer dkk., 2019), yang menyatakan bahwa *social comparison* memiliki keterkaitan yang kuat dengan *fear of missing out*. *Fear of missing out* setidaknya didasarkan pada adanya proses *social comparison*. Oleh karena itu, orang dengan *social comparison* yang tinggi bisa membentuk resiko adanya *fear of missing out* dan beberapa hal negatif yang berhubungan dengan hal tersebut.

Hasil penelitian Silvia & Appulembang (2022) didapatkan bahwa adanya hubungan yang positif dan signifikan pada *social comparison* dan *fear of missing out* pada remaja pengguna aktif media sosial, yaitu semakin tinggi *social comparison* maka akan semakin tinggi *fear of missing out*. Seseorang melakukan *social comparison* yaitu dengan membandingkan keadaan mereka mengenai atribut fisik dan atribut pribadi yang mereka miliki dengan orang lain untuk melakukan penilaian pada dirinya, yang akhirnya memunculkan adanya pandangan negatif yang memicu perasaan bahwa orang lain memiliki keadaan yang lebih baik. Hal tersebut menjadikan seseorang untuk terus ingin mengamati keadaan orang lain dan disebut sebagai *fear of missing out*.

Pembahasan mengenai *social comparison* dan *fear of missing out* perlu untuk dilakukan kembali adalah karena masih banyaknya permasalahan dan fenomena FoMO yang akhirnya memiliki dampak yang tidak baik pada seseorang, terutama dalam penelitian ini

pada penggemar K-Pop di Komunitas K-Pop “K-Popers Padang”. Selain itu, penelitian yang membahas *social comparison* dan *fear of missing out* pada penggemar K-Pop belum banyak dilakukan, dimana pada penelitian sebelumnya Silvia & Appulembang (2022) menjelaskan tentang *social comparison* dan *fear of missing out* terfokus pada remaja pengguna aktif media sosial. Sedangkan pada penelitian ini subjek penelitiannya akan berfokus pada penggemar K-Pop yaitu K-Popers Padang yang tentunya akan memiliki karakteristik yang berbeda dengan penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, pada penelitian ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait “Hubungan antara *Social Comparison* dengan *Fear of Missing Out* pada Komunitas K-Pop “K-Popers Padang”, dengan karakteristik subjek yang berbeda dengan penelitian sebelumnya yaitu pada penggemar K-Pop.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional, yang bertujuan untuk melihat signifikansi hubungan antara variabel yang akan diteliti dengan menggunakan analisis-*analisis* pada data yang berupa angka serta diolah menggunakan metode statistika (Azwar, 2011). Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh penggemar K-Pop yang berada pada komunitas K-Pop “K-Popers Padang” yaitu *fanbase* NCTzen Padang, CARAT Padang, dan TEUME Padang, untuk menentukan sampelnya peneliti menggunakan teknik *pusposive sampling* dengan karakteristik: subjek berusia 12-21 tahun dan menggunakan media sosial lebih dari 3 jam dalam sehari untuk menelusuri informasi tentang K-Pop. Sampel pada penelitian ini berjumlah 140 orang.

Peneliti menggunakan skala penelitian yaitu subskala dari skala *fear of missing out* yang diadaptasi dan dimodifikasi dari Wegmann dkk (2017) dengan nama skala *State-FoMO*, berjumlah 8 item, contoh item 1 “*Penting bagi saya untuk memiliki pendapat tentang isu-isu terbaru mengenai K-Pop di jaringan sosial online saya (video, gambar, postingan, dll.)*”. Skala *social comparison* yang diadaptasi dan dimodifikasi dari Yang dkk (2018) dengan nama skala *social media social comparison*, berjumlah 11 item, contoh item 1 “*Saat menggunakan media sosial, saya membandingkan bagaimana saya menjadi penggemar K-Pop dengan bagaimana teman saya menjadi penggemar K-Pop*”. Peneliti menggunakan lima pilihan pada respon yang akan diberikan oleh subjek yaitu Sangat Tidak Sesuai (STS) bernilai 1, Tidak Sesuai (TS) bernilai 2, Netral bernilai 3, Sesuai (S) bernilai 4, dan Sangat Sesuai (SS) bernilai 5. Nilai reliabilitas skala *social comparison* sebesar 0,807 dan skala *fear of missing out* adalah sebesar 0,810.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara *social comparison* dan *fear of missing out*, sehingga peneliti menggunakan teknik analisis data yaitu teknik uji korelasi *product moment* dan proses analisis data akan dibantu dengan program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas tentang hubungan antara *social comparison* dengan *fear of missing out* pada komunitas K-Pop “K-Popers Padang” dengan jumlah subjek sebanyak 140 orang, dan seluruh subjek pada penelitian ini sudah memenuhi kriteria subjek penelitian. Seluruh subjek melakukan pengisian kuesioner secara *online* melalui *google form*. Berikut tabel gambaran kondisi subjek pada penelitian ini:

Tabel 1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	2	1.4%
2.	Perempuan	138	98.6%
Total		140	100%

Berdasarkan tabel 1, dapat dilihat bahwa keseluruhan subjek berjumlah 140 orang, yang terdiri dari 2 (1,4%) orang dengan jenis kelamin laki-laki dan 138 (98,6%) orang dengan jenis kelamin perempuan.

Tabel 2. Data Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	13 tahun	5	3.6%
2.	15 tahun	1	0.7%
3.	16 tahun	8	5.7%
4.	17 tahun	8	5.7%
5.	18 tahun	33	23.6%
6.	19 tahun	25	17.9%
7.	20 tahun	29	20.7%
8.	21 tahun	31	22.1%
Total		140	100%

Berdasarkan tabel 2, dapat dilihat bahwa subjek penelitian sebanyak 140 orang berada pada umur 13 dan 15-21 tahun, yaitu 5 orang yang berumur 13 tahun, 1 orang yang berumur 15 tahun, 8 orang yang berumur 16 tahun, 8 orang yang berumur 17 tahun, 33 orang yang berumur 18 tahun, 25 orang yang berumur 19 tahun, 29 orang yang berumur 20 tahun dan juga 31 orang yang berumur 21 tahun.

Tabel 3. Data Responden Berdasarkan *Fandom/Fanbase*

No	Fandom	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	NCTzen	66	47.1%
2.	CARAT	42	30%
3.	TEUME	32	22.9%
	Total	140	100%

Berdasarkan tabel 3, dapat dilihat bahwa pada 140 subjek penelitian ini terdiri dari 3 fandom yaitu : NCTzen sebanyak 66 orang, CARAT sebanyak 42 orang dan TEUME sebanyak 32 orang.

Pada penelitian ini dilakukan deskriptif data penelitian, dimana bertujuan untuk mendeskripsikan data penelitian. Deskriptif data penelitian dapat terdiri dari skor hipotetik dan skor penelitian empiris. Pada penelitian ini skor hipotetik dan empiris didapatkan berdasarkan skala penelitian *social comparison* dan *fear of missing out*. Skor empirik didapatkan dengan menggunakan bantuan program SPSS, sedangkan skor hipotetik didapatkan dengan cara manual menggunakan rumus.

Tabel 4. Skor Hipotetik dan Skor Empirik Skala *Social Comparison* dan *Fear of Missing Out* (n=140)

Variabel	Hipotetik				Empirik			
	Min	Max	Mean	SD	Min	Max	Mean	SD
<i>Social Comparison</i>	11	55	33	7.3	19	52	36.78	6.876
<i>Fear of Missing Out</i>	8	40	24	5.3	16	38	25.22	5.325

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa mean empirik lebih besar daripada mean hipotetik yang artinya penggemar K-Pop pada komunitas K-Pop “K-Popers Padang” memiliki *social comparison* dan *fear of missing out* diatas rata-rata hipotetik.

Tabel 5. Kriteria Kategorisasi Skala *Fear of Missing Out*

Rumus	Skor	Kategorisasi	F	Persentase
$X \leq (\mu - 1.5 \sigma)$	$X \leq 16.05$	Sangat Rendah	4	2.9%
$(\mu - 1.5 \sigma) < X \leq (\mu - 0.5 \sigma)$	$16.05 < X \leq 21.35$	Rendah	34	24.3%
$(\mu - 0.5 \sigma) < X \leq (\mu + 0.5 \sigma)$	$21.35 < X \leq 26.65$	Sedang	47	33.6%
$(\mu + 0.5 \sigma) < X \leq (\mu + 1.5 \sigma)$	$26.65 < X \leq 31.95$	Tinggi	35	25%
$(\mu + 1.5 \sigma) < X$	$31.95 < X$	Sangat Tinggi	20	14.3%
Total			140	100%

Berdasarkan tabel 5, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan subjek pada penelitian ini memiliki tingkat *fear of missing out* yang berada pada kategori sedang, dengan jumlah subjek sebanyak 47 orang (36.6%). Kemudian, sebanyak 4 orang (2.9%) pada

kategori sangat rendah, 34 orang (24.3%) pada kategori rendah, 35 orang (25%) pada kategori tinggi dan 20 orang (14.3%) pada kategori sangat tinggi.

Tabel 6. Kriteria Kategorisasi Skala *Social Comparison*

Rumus	Skor	Kategorisasi	F	Persentase
$X \leq (\mu - 1.5 \sigma)$	$X \leq 22.05$	Sangat Rendah	2	1.4%
$(\mu - 1.5 \sigma) < X \leq (\mu - 0.5 \sigma)$	$22.05 < X \leq 29.35$	Rendah	26	18.6%
$(\mu - 0.5 \sigma) < X \leq (\mu + 0.5 \sigma)$	$29.35 < X \leq 36.65$	Sedang	35	25%
$(\mu + 0.5 \sigma) < X \leq (\mu + 1.5 \sigma)$	$36.65 < X \leq 43.95$	Tinggi	50	35.7%
$(\mu + 1.5 \sigma) < X$	$43.95 < X$	Sangat Tinggi	27	19.3%
Total			140	100%

Berdasarkan tabel 6, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan subjek pada penelitian ini memiliki tingkat *social comparison* yang berada pada kategori tinggi, dengan jumlah subjek sebanyak 50 orang (35.7%). Kemudian, sebanyak 2 orang (1.4%) pada kategori sangat rendah, 26 orang (18.6%) pada kategori rendah, 35 orang (25%) pada kategori sedang dan 27 orang (19.3%) pada kategori sangat tinggi.

Data penelitian ini kemudian dilakukan uji data, yaitu uji normalitas, uji linearitas dan uji hipotesis. Hasil uji normalitas pada skala *social comparison* dan *fear of missing out*, diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig* $0.200 > 0.05$ maka disimpulkan bahwa nilai residual pada data penelitian ini berdistribusi dengan normal. Pada uji linearitas, hasil olah data pada variabel *social comparison* terhadap *fear of missing out* diperoleh nilai *Sig. Deviation from Linearity* yaitu 0.561 dan > 0.05 , dapat disimpulkan pada data penelitian ini terdapat hubungan yang linear antara variabel *social comparison* terhadap variabel *fear of missing out*. Pada uji hipotesis, hasilnya menunjukkan bahwa koefisien korelasi $r = 0.473$ dengan nilai $p = 0.000$, dimana nilai $p < 0.05$. dapat disimpulkan bahwa variabel *social comparison* (X) berkorelasi dengan variabel *fear of missing out* (Y). Artinya hipotesis pada penelitian ini dapat diterima.

Penelitian ini tujuannya ialah untuk melihat bagaimana Hubungan antara *Social Comparison* dengan *Fear of Missing Out* pada Komunitas K-Pop “K-Popers Padang”. Selain itu, penelitian ini juga ingin melihat bagaimana gambaran *social comparison* dan *fear of missing out* pada komunitas K-Pop “K-Popers Padang”. Hasil penelitian ini yaitu adanya hubungan yang positif antara *social comparison* dengan *fear of missing out* pada Komunitas K-Pop “K-popers Padang”.

Hasil uji korelasi pada penelitian ini diperoleh adanya hubungan yang signifikan dan memiliki korelasi positif antara *social comparison* dengan *fear of missing out* pada

komunitas K-Pop “Kpopers Padang”. Sesuai dengan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dan diperoleh hasil korelasi $r = 0.473$ dengan nilai signifikansi $p = 0.000$ ($p < 0.05$). Artinya, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi *social comparison* yang dimiliki oleh penggemar K-Pop pada komunitas K-Pop “K-Popers Padang” maka semakin tinggi juga *fear of missing out* yang mereka miliki. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang sudah dilakukan diperoleh bahwa hipotesis pada penelitian ini diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini berkorelasi atau berhubungan.

Penggemar K-Pop Padang yang berdomisili di Kota Padang pada umumnya merupakan individu yang berbaur dengan adanya budaya masyarakat minang. Orang minang memiliki konsep harga diri yang selalu berusaha untuk mendapatkan kehormatan dan kemuliaan sehingga menimbulkan adanya persaingan dan keadaan kompetitif, yang akhirnya membuat mereka memiliki keinginan untuk menjadi yang pertama dalam semua aspek (Maulidya & Eliana, 2013). Pada saat penggemar K-Pop membandingkan bagaimana mereka menjadi penggemar K-Pop, bagaimana kemampuan mereka dalam memiliki *update* tentang idolanya serta kemampuan dalam membeli barang-barang K-Pop ataupun membandingkan pendapat yang mereka miliki sebagai penggemar K-Pop melalui media sosial dan melihat penggemar lain lebih baik dari mereka, membuat mereka ingin menjadi lebih baik daripada penggemar lain tersebut, yang akhirnya memicu FoMO dimana mereka merasa penting dan merasa khawatir terkait K-Pop dan idolanya, sehingga merasa perlu terus-menerus untuk *online* dan memiliki segala hal yang terkait dengan idolanya agar tidak ketinggalan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Silvia & Appulembang (2022), menyatakan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan pada *social comparison* dan *fear of missing out* pada remaja pengguna aktif media sosial, dimana semakin tinggi *social comparison* pada remaja pengguna aktif media sosial, maka semakin tinggi *fear of missing out* yang dialami remaja pengguna aktif media sosial, dan sebaliknya semakin rendahnya *social comparison* yang dilakukan remaja pengguna aktif media sosial, maka semakin rendah juga *fear of missing out* yang dialami remaja pengguna aktif media sosial. *Social comparison* dapat memicu munculnya *fear of missing out* pada remaja pengguna aktif media sosial.

Hasil kategorisasi *social comparison* pada penelitian ini diperoleh bahwa penggemar K-Pop pada komunitas K-Pop “K-Popers Padang” memiliki *social comparison* yang berada pada kategori tinggi. Artinya penggemar K-Pop pada penelitian ini memiliki proses perbandingan dengan penggemar lain dalam *ability* dan *opinion* yang cenderung tinggi.

Penggemar K-Pop pada penelitian ini cenderung untuk melakukan perbandingan sosial antar sesama penggemar berdasarkan pada *ability* dan *opinion*. Hasil kategorisasi *fear of missing out* pada penelitian ini berada pada kategori sedang. Artinya penggemar K-Pop pada penelitian ini rata-rata cenderung merasakan *fear of missing out*. Adanya *update* terkait idolanya, berupa informasi perayaan ulang tahun idolanya, informasi konser dan penjualan tiket konser grup K-Pop idolanya, pengeluaran album terbaru, pengeluaran *MV* terbaru, pengeluaran *merchandise* terbaru seperti *Photocard* (*PC*), poster dan lain-lain terkait idolanya serta K-Pop, hal itu dapat menjadi faktor dalam memicu munculnya FoMO dimana penggemar K-Pop pada penelitian ini merasa perlu untuk mengetahui terkait *update* tersebut karena tidak ingin ketinggalan.

Fear of missing out berasal dari *social comparison* dan persepsi bahwa orang lain lebih baik daripada dirinya sendiri (Gokul & Karthika, 2023). Pendapat Reer dkk (2019) bahwa *social comparison* memiliki keterkaitan yang kuat terhadap *fear of missing out*, dimana *fear of missing out* setidaknya didasarkan pada adanya proses *social comparison*. Oleh sebab itu, orang dengan *social comparison* yang tinggi dapat membentuk resiko adanya *fear of missing out* dan beberapa hal negatif yang berhubungan dengan hal tersebut. Penelitian Martinek (2019) juga menjelaskan bahwa adanya *fear of missing out* dapat diperkirakan karena adanya perilaku *social comparison*.

Keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini adalah kurangnya penelitian sebelumnya yang membahas tentang subjek penelitian ini. Kurangnya literatur sebelumnya mengenai subjek penelitian ini cukup membatasi peneliti dalam memahami masalah pada subjek yang akan diteliti. Sebab, literatur dan penelitian sebelumnya menjadi dasar tinjauan yang dapat membantu dalam memahami subjek penelitian yang akan diteliti. Kemudian, keterbatasan pada penelitian ini adalah masih sedikitnya alat ukur yang membahas subjek penelitian ini dan yang berkaitan dengan masalah subjek penelitian ini. Hal tersebut membuat peneliti cukup kesulitan untuk menemukan alat ukur yang sesuai untuk melakukan penelitian ini. Selanjutnya, keterbatasan penelitian ini adalah hanya membahas pada tiga *fanbase* K-Pop dari komunitas K-Pop “K-Popers Padang”.

Berdasarkan pemaparan beberapa penjelasan tersebut bisa dipahami dan disimpulkan bahwa *social comparison* mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan *fear of missing out*. Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil penelitian ini yang menemukan bahwa *social comparison* memiliki keterkaitan dengan *fear of missing out*, yaitu semakin tinggi *social comparison* maka akan semakin tinggi juga *fear of missing out*, dan begitu sebaliknya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa penggemar K-Pop pada Komunitas K-Pop “K-Popers Padang” memiliki tingkat *fear of missing out* yang berada pada kategori sedang dan memiliki tingkat *social comparison* yang berada pada kategori tinggi. Hasil korelasi didapatkan bahwa *social comparison* mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan *fear of missing out* dengan nilai koefisien korelasi $r = 0.473$ dengan nilai $p = 0.000$.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini yaitu bagi penggemar K-Pop pada Komunitas K-Pop “K-Popers Padang” dari masing-masing *fanbase*: NCTzen, CARAT, dan TEUME agar melakukan evaluasi yang positif dan baik mengenai pendapat dan kemampuan yang dimilikinya dengan cara menilai dan mengevaluasi dengan menyadari dan melihat adanya kelebihan pada pendapat dan kemampuannya sebagai fans K-Pop sehingga merasa lebih baik dalam beberapa hal, dan mencegah munculnya perasaan *fear of missing out*. Kemudian, bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa mempertimbangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi *fear of missing out* pada penggemar K-Pop, dan dapat juga melakukan penelitian pada subjek yaitu penggemar K-Pop dari *fanbase* lain selain: NCTzen, CARAT, dan TEUME.

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. <https://doi.org/10.19030/jber.v14i1.9554>
- Akbar, R. S., Aulya, A., Apsari, A., & Sofia, L. (2018). Ketakutan akan Kehilangan Momen (FoMO) pada Remaja Kota Samarinda. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, Vol 7, No(2), 38–47.
- Azzahra, A. F., & Halimah, L. (2022). Pengaruh Self-esteem terhadap Fear of Missing Out pada Penggemar NCT. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(2), 1–9. <https://doi.org/10.29313/bcsps.v2i3.2972>
- Gokul, G., & Karthika, C. (2023). The Impact of Fear of Missing Out (FoMO) On Social Media Users of Kerala. *ShodKosh: Journal of Visual and Performing Arts Communicating with Communities: Transcending the Borders*, 4, 181–198. <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v4.i1SE.2023.4>
- Kurniawan, R., & Utami, R. H. (2022). Validation of online fear of missing out (ON-FoMO) scale in Indonesian version. *Jurnal Neo Konseling*, 4(3), 1–10. <http://neo.ppj.unp.ac.id/index.php/neo>

- Marseal, A. P., Al Fatihah, A. D., Lestari, I. A., Christina, S., Wardono, T. S. Z. G., & Cahyono, R. (2022). Fenomena Fear of Missing Out pada Penggemar K-Pop. *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, 2(1), 599–606. <https://doi.org/10.20473/brpkm.v2i1.32310>
- Martinek, T. (2019). Can We Reduce Social Comparison and Fear of Missing Out with Labels on Instagram ? *Departmental Honors Projects*, 86.
- Masyitah, & Annatagia, L. (2022). Gambaran Fear of Missing Out (FoMO) pada Remaja Muslim di Pekanbaru Indonesia. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(3), 846–852. <https://doi.org/10.29313/bcps.v2i3.4885>
- Maulidya, M., & Eliana, R. (2013). Gambaran Resiliensi Perantau Minangkabau yang Berwirausaha di Medan. *Psikologia Universitas Sumatera Utara*, 8(1), 34–39
- Reer, F., Tang, W. Y., & Quandt, T. (2019). Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out. *New Media and Society*, 21(7), 1486–1505. <https://doi.org/10.1177/1461444818823719>
- Schiffman, L. G ., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer behavior edisi 11 global edition*. England: Pearson Education Limited.
- Silvia, & Appulembang, Y. A. (2022). Social comparison dengan fear of missing out pada remaja pengguna aktif media sosial. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Ar-Rahman*, 8(2), 171–178.
- 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(February), 33–42. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2017.04.001>
- Yang, C. chen, Holden, S. M., & Carter, M. D. K. (2018). Social Media Social Comparison of Ability (but not Opinion) Predicts Lower Identity Clarity: Identity Processing Style as a Mediator. *Journal of Youth and Adolescence*, 47(10), 2114–2128. <https://doi.org/10.1007/s10964-017-0801-6>