

ANALISIS DESKRIPTIF PERSEPSI FoMO DAN KONSTRUK UTAUT2 DALAM PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA

Farhana Wahidiyah¹, Lailita Ayuningtias², Muhammad Dika Aditya Fazrulillah³, Ahmad Solih Darmawan⁴, Rifalsya Dwi Putra Safe'i⁵, Ryan Putra Laksana⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Esa Unggul, Indonesia

¹wahidiyahfarhana@student.esaunggul.ac.id

²lailitatieas@student.esaunggul.ac.id

³dikaaditia17@student.esaunggul.ac.id

⁴ahmadsolij@student.esaunggul.ac.id

⁵ripal.2521204@student.esaunggul.ac.id

⁶ryan.putra@esaunggul.ac.id

Info Article

Submission : 22-07- 2026
Review : 02-08-2026
Revised : 28-08-2026
Accepted : 02-09-2006
Published : 13-09-2006

Keywords:

Media Sosial, UTAUT2, Fear
of Missing Out (FoMO),
Intensitas Penggunaan,
Adopsi Teknologi
Mahasiswa

Abstrak

Media sosial telah menjadi bagian integral dari aktivitas digital mahasiswa, digunakan untuk memperoleh informasi, hiburan, dan berinteraksi secara sosial. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan persepsi mahasiswa terhadap Fear of Missing Out (FoMO), empat konstruk UTAUT2 (social influence, hedonic motivation, habit, dan facilitating conditions), serta intensitas penggunaan media sosial, sebagai studi eksploratif deskriptif awal. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei terhadap 206 mahasiswa aktif jenjang S1, D3, dan D4 berusia 18–25 tahun yang dipilih melalui purposive sampling, dengan instrumen skala Likert 1–5 yang disebarakan melalui Google Forms. Data dianalisis secara deskriptif melalui persentase jawaban pada setiap indikator, tanpa menyertakan rincian angka per konstruk agar fokus pada pola umum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan akses teknis dan kebiasaan menjadi faktor yang paling menonjol dalam persepsi mahasiswa terhadap penggunaan media sosial, melampaui peran motivasi kesenangan dan pengaruh sosial. Pada aspek FoMO, perilaku penggunaan berulang tampak lebih menonjol dibandingkan kekhawatiran emosional yang dinyatakan secara eksplisit, mengindikasikan bahwa penggunaan media sosial mahasiswa cenderung berlangsung secara otomatis dan berulang. Intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswa secara umum tergolong tinggi, memperkuat gambaran bahwa media sosial telah menjadi bagian dominan dari aktivitas digital sehari-hari. Temuan ini bersifat deskriptif dan eksploratif; penelitian tidak dimaksudkan untuk menguji atau menyimpulkan hubungan sebab-akibat antarvariabel, dan pengujian inferensial direkomendasikan bagi penelitian lanjutan.

How to Cite : Wahidiyah, F., Ayuningtias, L., Fazrulillah, M. D. A., Darmawan, A. S., Safe'i, R. D. P., & Laksana, R. P. (2026). Analisis deskriptif persepsi FoMO dan konstruk UTAUT2 dalam penggunaan media sosial pada mahasiswa. *Journal of Computer Science and Information Technology (JCSIT)*. 3(4), 353-363.

DOI: 10.70248/jcsit.v3i4.4274

This is an open access article under <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
Copyright © 2026 by Author. Published by Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri



PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi bagian penting kehidupan mahasiswa untuk mengakses informasi, hiburan, dan interaksi sosial secara digital [1]. Kemudahan akses internet dan ketersediaan berbagai platform membuat mahasiswa dapat terhubung dengan lingkungan sosialnya kapan saja, sehingga media sosial tidak lagi sekadar sarana komunikasi, tetapi juga bagian dari rutinitas harian, sumber hiburan, dan sarana aktualisasi diri [2].

Penggunaan media sosial yang semakin intens ini diduga berkaitan dengan Fear of Missing Out (FoMO), yaitu kekhawatiran individu ketika merasa tertinggal informasi, tren, atau aktivitas sosial orang lain [3]. FoMO dapat mendorong seseorang untuk terus memantau media

sosial agar tidak ketinggalan, sehingga penggunaan media sosial menjadi semakin intens dan berulang [4]. Kondisi ini berpotensi memengaruhi keseimbangan aktivitas mahasiswa, baik dalam hal manajemen waktu, konsentrasi belajar, maupun kualitas interaksi sosial secara langsung [5].

Selain faktor psikologis, penggunaan media sosial pada mahasiswa juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan teknologi, seperti dorongan lingkungan pertemanan, kesenangan yang diperoleh saat menggunakan media sosial, kebiasaan yang terbentuk dari penggunaan berulang, serta ketersediaan perangkat dan akses internet yang memadai [6]. Oleh karena itu, diperlukan kerangka teori yang dapat menjelaskan penggunaan media sosial secara lebih menyeluruh, tidak hanya dari aspek psikologis semata.

Untuk menjelaskan perilaku penggunaan media sosial secara lebih menyeluruh, penelitian ini menggunakan pendekatan UTAUT 2, yang mempertimbangkan aspek sosial, motivasi kesenangan, kebiasaan, dan kondisi pendukung penggunaan teknologi [2]. Empat konstruk UTAUT 2 yang digunakan adalah social influence, hedonic motivation, habit, dan facilitating conditions; sementara performance expectancy, effort expectancy, dan price value tidak digunakan karena kurang relevan dengan konteks penggunaan media sosial yang bersifat non-transaksional dan umumnya tanpa biaya langsung bagi mahasiswa [7]. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan persepsi mahasiswa terhadap FoMO dan keempat konstruk tersebut, serta gambaran intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswa, sehingga dapat menjadi dasar pemahaman awal sebelum dilakukan pengujian hubungan antarvariabel secara statistik pada penelitian lanjutan [8].

Posisi FoMO dalam Model Penelitian

FoMO dalam penelitian ini diposisikan sebagai variabel tambahan (additional variable) yang dikaji berdampingan dengan empat konstruk UTAUT 2, bukan sebagai bagian inti dari model UTAUT 2 itu sendiri (Gambar 1). FoMO dipilih sebagai variabel tambahan karena secara konseptual memiliki kedekatan makna dengan konstruk habit dan hedonic motivation, yakni sama-sama berkaitan dengan pola penggunaan media sosial yang berulang dan sulit dikendalikan, namun FoMO menekankan aspek kekhawatiran psikologis yang tidak secara eksplisit dijelaskan oleh konstruk asli UTAUT 2 [9]. Dengan memposisikan FoMO secara terpisah, penelitian ini berupaya memperkaya pemahaman mengenai intensitas penggunaan media sosial tanpa mengubah struktur asli model UTAUT 2.

Garis pada Gambar 1 menggambarkan keterkaitan konseptual antarvariabel berdasarkan tinjauan teori, bukan hubungan kausal yang telah diuji signifikansinya, karena penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Pengujian signifikansi hubungan tersebut, baik untuk konstruk UTAUT 2 maupun FoMO, direkomendasikan untuk dilakukan pada penelitian lanjutan yang menggunakan analisis inferensial.



Gambar 1. Peta asosiatif (non-direksional) posisi FoMO sebagai variabel tambahan terhadap keempat konstruk UTAUT2 dan intensitas penggunaan media sosial (Y). Kelima variabel ditempatkan mengelilingi Y dan dihubungkan dengan garis putus-putus tanpa kepala panah, menandakan keterkaitan konseptual, bukan arah pengaruh atau hubungan kausal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei untuk menggambarkan persepsi mahasiswa terhadap social influence, hedonic motivation, habit, facilitating conditions, dan FoMO, serta kaitannya dengan intensitas penggunaan media sosial [2]. Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif jenjang S1/D3/D4, pengguna aktif minimal satu platform media sosial, berusia 18-25 tahun, dan menggunakan media sosial minimal satu jam per hari. Sampel ditentukan melalui purposive sampling dengan rumus Slovin (margin of error 7%). Margin of error 7% dipilih secara pragmatis untuk menyesuaikan ukuran sampel dengan keterbatasan waktu dan akses terhadap populasi mahasiswa aktif pada penelitian tingkat awal ini; nilai ini lebih longgar dibandingkan konvensi 5% yang umum pada penelitian konfirmatori berskala besar, sehingga hasil penelitian ini perlu dibaca sebagai gambaran deskriptif dengan presisi estimasi yang lebih terbatas, bukan sebagai dasar generalisasi populasi yang ketat [10]. Prosedur ini menghasilkan 206 responden. Mengingat keterbatasan validasi statistik instrumen sebagaimana dijelaskan pada bagian 2.1, penelitian ini secara eksplisit diposisikan sebagai exploratory pilot survey yang menyajikan gambaran deskriptif awal berbasis content validity, bukan sebagai penelitian konfirmatori yang siap untuk generalisasi populasi.

Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup berskala Likert 1-5 (1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, 5 = sangat setuju) yang disebarluaskan secara daring melalui Google Forms. Instrumen disusun berdasarkan konstruk UTAUT 2 dan variabel FoMO [7], kemudian disesuaikan redaksinya dengan konteks penggunaan media sosial pada mahasiswa, sebagaimana dirangkum pada Tabel 1. Setiap variabel diukur menggunakan beberapa indikator agar persepsi responden dapat digambarkan secara lebih menyeluruh.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan statistik deskriptif, yaitu dengan menghitung proporsi (persentase) responden pada setiap kategori jawaban (STS, TS, N, S, SS) untuk masing-masing indikator. Persentase jawaban setuju dan sangat setuju (S+SS) kemudian digunakan sebagai acuan utama untuk menggambarkan kecenderungan persepsi responden terhadap setiap variabel, dengan interpretasi tingkat kecenderungan yang dikategorikan secara umum menjadi rendah (di bawah 50%), sedang (50%-70%), dan tinggi (di atas 70%). Tahapan analisis data meliputi: (1) analisis karakteristik responden; dan (2) analisis deskriptif terhadap persepsi responden pada setiap indikator variabel penelitian, yang disajikan dalam bentuk tabel dan diagram.

Tabel 1. Instrumen dan Definisi Operasional Variabel

Variabel	Kode	Jumlah Indikator	Skala
Social Influence	X1	4 indikator	Likert 1-5
Hedonic Motivation	X2	4 indikator	Likert 1-5
Habit	X3	4 indikator	Likert 1-5
Facilitating Conditions	X4	4 indikator	Likert 1-5
Fear of Missing Out (variabel tambahan)	X5	5 indikator	Likert 1-5
Intensitas Penggunaan Media Sosial	Y	5 indikator	Likert 1-5

Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Validitas instrumen pada penelitian ini bersifat validitas isi (content validity), yaitu penilaian kesesuaian setiap indikator kuesioner dengan definisi operasional variabel sebagaimana dirangkum pada Tabel 1. Penyusunan butir pernyataan mengacu pada dimensi resmi tiap konstruk UTAUT 2 (social influence, hedonic motivation, habit, facilitating conditions) dan dimensi FoMO, kemudian redaksinya disesuaikan agar relevan dengan konteks penggunaan media sosial pada mahasiswa. Dengan demikian, validitas isi instrumen didasarkan pada kesesuaian konseptual antara butir pernyataan dan definisi teoretis variabel, bukan pada hasil pengujian statistik [11].

Perlu disampaikan secara terbuka bahwa penelitian ini tetap tidak menyertakan pengujian validitas dan reliabilitas secara statistik. Idealnya, validitas butir diuji menggunakan korelasi item-total (item-total correlation), yaitu mengorelasikan skor setiap butir dengan skor total variabelnya pada tingkat data individu tiap responden; butir dinyatakan valid apabila nilai korelasinya melebihi nilai r-tabel pada taraf signifikansi tertentu [1]. Reliabilitas instrumen

idealnya diuji menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, dengan instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai alpha melebihi 0,60 atau 0,70 tergantung konvensi yang digunakan. Selain itu, uji kecukupan sampel Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) dan Bartlett's Test idealnya juga dilakukan sebelum analisis faktor untuk memastikan data layak dianalisis lebih lanjut [11].

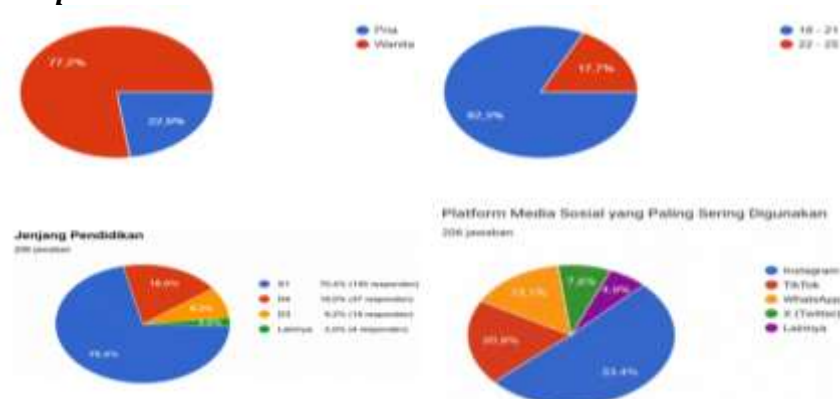
Ketiga pengujian tersebut mensyaratkan matriks data respons individual, yaitu skor 1-5 milik masing-masing responden pada setiap butir pernyataan [2]. Untuk variabel FoMO, tim peneliti berhasil mengaktifkan opsi perekaman respons individual pada Google Forms sejak pertengahan periode pengumpulan data, sehingga diperoleh skor mentah 199 dari 206 responden pada kelima butir FoMO; uji validitas butir, reliabilitas Cronbach's Alpha, dan uji kecukupan sampel KMO-Bartlett dapat dilakukan khusus untuk variabel ini. Opsi yang sama belum diaktifkan pada bagian kuesioner untuk keempat konstruk UTAUT2 (social influence, hedonic motivation, habit, facilitating conditions) dan variabel intensitas penggunaan media sosial (Y) sejak awal pengumpulan data, sehingga untuk keempat variabel tersebut hanya tersedia rekapitulasi persentase otomatis dari Google Forms tanpa skor mentah per responden per item. Akibatnya, uji validitas dan reliabilitas untuk keempat konstruk UTAUT2 dan variabel Y, maupun analisis hubungan antarvariabel secara keseluruhan, tidak dapat dilakukan pada penelitian ini. Keterbatasan teknis pengambilan data ini dilaporkan secara terbuka sebagai bagian dari keterbatasan studi (lihat bagian Keterbatasan Penelitian), bukan sebagai temuan utama, dan telah menjadi dasar penegasan bahwa penelitian ini berkedudukan sebagai exploratory pilot survey.

Hasil pengujian pada subsample 199 responden tersebut menunjukkan bahwa kelima butir FoMO seluruhnya valid, dengan nilai korelasi item-total terkoreksi berkisar antara 0,427 (FoMO5) hingga 0,637 (FoMO4), seluruhnya signifikan pada $p < 0,001$. Reliabilitas instrumen FoMO tergolong baik, dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,784 (di atas ambang 0,70). Uji kecukupan sampel juga terpenuhi, dengan nilai Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) sebesar 0,755 dan Bartlett's Test of Sphericity yang signifikan ($\chi^2 = 289,735$; $df = 10$; $p < 0,001$), menunjukkan bahwa data pada variabel FoMO layak dianalisis lebih lanjut secara statistik. Mengingat pengujian ini hanya mencakup subsample 199 dari 206 responden dan hanya untuk variabel FoMO, hasil ini tidak dapat digeneralisasikan untuk mewakili validitas-reliabilitas instrumen penelitian secara keseluruhan [10].

Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan disajikan secara lengkap untuk seluruh kategori jawaban (sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju) dalam bentuk tabel dan diagram, guna menggambarkan distribusi jawaban responden pada setiap indikator variabel penelitian secara transparan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden



Gambar 2. Karakteristik responden: Jenis kelamin, Usia, Jenjang pendidikan dan Platform media sosial yang paling sering digunakan (hasil Google Forms).

Untuk efisiensi visual, bagian ini menyajikan data lengkap seluruh kategori jawaban dalam bentuk tabel (Tabel 2-7), sementara diagram Google Forms hanya ditampilkan untuk variabel FoMO (Gambar 3) sebagai contoh representatif, mengingat pola visualnya serupa

dengan konstruk UTAUT2 lainnya. Penelitian ini melibatkan 206 mahasiswa aktif jenjang S1/D3/D4, didominasi perempuan (77,2%) dan usia 18-21 tahun (82,3%). Berdasarkan jenjang pendidikan, mayoritas responden berasal dari jenjang S1 (70,4%). Instagram menjadi platform media sosial yang paling banyak digunakan (53,4%), diikuti TikTok (20,9%) dan WhatsApp (13,1%), sebagaimana disajikan pada Gambar 2.

Komposisi responden yang didominasi mahasiswa perempuan usia awal dewasa (18-21 tahun) perlu menjadi perhatian dalam menginterpretasikan hasil penelitian ini, karena persepsi terhadap FoMO dan penggunaan media sosial berpotensi berbeda antar kelompok usia, jenis kelamin, maupun jenjang pendidikan yang tidak terwakili secara proporsional. Dominasi platform berbasis visual dan konten singkat seperti Instagram dan TikTok juga relevan dengan konteks FoMO, karena kedua platform tersebut menyediakan pembaruan konten secara cepat dan berkelanjutan [12].

Persepsi terhadap Social Influence

Tabel 2 menyajikan seluruh kategori jawaban terhadap indikator social influence. Persentase setuju-sangat setuju berada pada rentang 53,4%-59,2%, menunjukkan peran lingkungan sosial yang cukup kuat dalam mendorong penggunaan media sosial [13], meskipun proporsi responden netral juga tergolong besar (19,4%-21,8%).

Tabel 2. Hasil Deskriptif Indikator Social Influence (Seluruh Kategori Jawaban)

Kode	Indikator Social Influence	STS(1)	TS(2)	N(3)	S(4)	SS(5)
SI1	Orang penting mendorong saya menggunakan media sosial	8,7%	16,0%	21,8%	37,4%	16,0%
SI2	Teman-teman memengaruhi saya tetap aktif bermedia sosial	7,8%	16,0%	20,4%	39,3%	16,5%
SI3	Orang yang pendapatnya saya hargai mendorong saya	7,3%	13,6%	19,4%	42,7%	17,0%
SI4	Lingkungan pertemanan mendorong saya tetap aktif	9,2%	15,5%	20,4%	38,8%	16,0%

Indikator SI3 (orang yang pendapatnya dihargai responden mendorong penggunaan media sosial) memperoleh persentase setuju-sangat setuju tertinggi (59,2%), sedangkan SI1 memperoleh persentase terendah (53,4%). Proporsi responden netral yang cukup besar pada seluruh indikator (19,4%-21,8%) menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa belum memiliki sikap tegas terhadap peran lingkungan sosial dalam mendorong penggunaan media sosial mereka.

Persepsi terhadap Hedonic Motivation

Indikator hedonic motivation menunjukkan persentase setuju-sangat setuju yang lebih tinggi, yaitu 61,7%-70,8%, dengan persentase penolakan (STS+TS) di bawah 19% pada seluruh indikator. Temuan ini menunjukkan bahwa kesenangan dan kepuasan pribadi menjadi pendorong kuat penggunaan media sosial mahasiswa [13].

Tabel 3. Hasil Deskriptif Indikator Hedonic Motivation (Seluruh Kategori Jawaban)

Kode	Indikator Hedonic Motivation	STS(1)	TS(2)	N(3)	S(4)	SS(5)
HM1	Menggunakan media sosial terasa menyenangkan	6,8%	12,1%	19,4%	41,7%	20,0%
HM2	Media sosial merupakan aktivitas yang menghibur	5,3%	10,2%	18,0%	42,2%	24,3%
HM3	Saya menikmati waktu yang dihabiskan di media sosial	4,4%	9,2%	16,0%	45,1%	25,2%
HM4	Saya merasa puas ketika menggunakan media sosial	4,4%	8,7%	16,0%	45,6%	25,2%

Indikator HM4 (merasa puas ketika menggunakan media sosial) dan HM3 (menikmati waktu yang dihabiskan) menunjukkan persentase tertinggi, masing-masing 70,8% dan 70,3%, sedangkan HM1 (media sosial terasa menyenangkan) memperoleh persentase terendah meskipun tetap tergolong tinggi (61,7%). Pola ini mengindikasikan bahwa kepuasan dan kenikmatan waktu menjadi aspek hedonic motivation yang paling menonjol dibandingkan kesenangan yang bersifat umum.

Persepsi terhadap Habit

Habit menunjukkan persentase setuju-sangat setuju yang tinggi, yaitu 70,4%-73,3%, dengan penolakan sangat rendah (3,4%-4,4%). Hal ini menandakan bahwa penggunaan media sosial telah menjadi kebiasaan rutin bagi sebagian besar mahasiswa [13].

Tabel 4. Hasil Deskriptif Indikator Habit (Seluruh Kategori Jawaban)

Kode	Indikator Habit	STS(1)	TS(2)	N(3)	S(4)	SS(5)
HB1	Media sosial telah menjadi kebiasaan sehari-hari	4,4%	7,3%	15,0%	46,6%	26,7%
HB2	Saya membuka media sosial otomatis tanpa berpikir	4,4%	8,7%	15,0%	44,7%	27,2%
HB3	Media sosial adalah bagian dari rutinitas saya	3,4%	7,8%	15,5%	43,7%	29,6%
HB4	Ada yang kurang bila tak membuka media sosial sehari	3,9%	8,7%	17,0%	42,7%	27,7%

Indikator HB1 dan HB3 memperoleh persentase tertinggi, masing-masing 73,3%, menunjukkan bahwa mahasiswa memandang penggunaan media sosial sebagai kebiasaan dan bagian dari rutinitas sehari-hari. Sementara itu, HB2 (membuka media sosial secara otomatis tanpa berpikir) sebesar 71,9% menggambarkan bahwa sebagian besar responden telah membuka media sosial tanpa pertimbangan sadar, yang merupakan ciri khas dari perilaku kebiasaan (habitual behavior) [14].

Persepsi terhadap Facilitating Conditions

Facilitating conditions memperoleh persentase setuju-sangat setuju tertinggi di antara seluruh konstruk UTAUT 2 (75,3%-79,1%), menunjukkan bahwa ketersediaan perangkat, akses internet, pengetahuan fitur, dan bantuan teknis sangat mendukung penggunaan media sosial mahasiswa [13].

Tabel 5. Hasil Deskriptif Indikator Facilitating Conditions (Seluruh Kategori Jawaban)

Kode	Indikator Facilitating Conditions	STS(1)	TS(2)	N(3)	S(4)	SS(5)
FC1	Perangkat memadai untuk bermedia sosial	2,9%	4,9%	13,1%	49,5%	29,6%
FC2	Akses internet memadai kapan saja	3,9%	5,3%	12,6%	50,5%	27,7%
FC3	Pengetahuan cukup untuk menggunakan fitur media sosial	4,9%	6,3%	13,6%	47,1%	28,2%
FC4	Dapat memperoleh bantuan saat kesulitan	4,9%	6,3%	13,1%	46,6%	29,1%

Indikator FC1 (perangkat memadai untuk bermedia sosial) memperoleh persentase tertinggi (79,1%), diikuti FC2 (akses internet memadai kapan saja) sebesar 78,2%. Tingginya persepsi pada facilitating conditions menunjukkan bahwa hambatan teknis relatif kecil bagi mahasiswa dalam mengakses media sosial, sehingga faktor kemudahan akses berpotensi menjadi salah satu pendorong utama tingginya intensitas penggunaan media sosial.

Persepsi terhadap Fear of Missing Out (FoMO)

Tabel 6 menyajikan seluruh kategori jawaban (skor 1-5) untuk kelima indikator FoMO, termasuk skor 1 (STS) dan 2 (TS) yang pada versi sebelumnya belum ditampilkan secara lengkap. Penyajian lengkap ini penting agar proporsi responden yang secara eksplisit tidak setuju terhadap pernyataan FoMO dapat terlihat secara transparan, tidak hanya proporsi yang setuju atau netral [14].

Tabel 6. Hasil Deskriptif Indikator FoMO (Seluruh Kategori Jawaban)

Kode	Indikator FoMO	STS(1)	TS(2)	N(3)	S(4)	SS(5)
FoMO1	Tidak nyaman/penasaran bila tak membuka media sosial	9,2%	19,4%	36,7%	19,9%	14,8%
FoMO2	Khawatir tak tahu tren/berita/aktivitas terbaru	10,7%	20,4%	39,8%	16,8%	12,2%
FoMO3	Cenderung membuka media sosial beberapa kali sehari*	2,9%	6,8%	28,6%	35,7%	26,0%
FoMO4	Perlu memeriksa media sosial agar tak tertinggal info*	4,3%	11,0%	26,0%	35,7%	23,0%
FoMO5	Waktu di media sosial lebih lama dari yang direncanakan	5,6%	12,8%	30,6%	27,0%	24,0%



Gambar 3. Diagram jawaban responden untuk kelima indikator FoMO (hasil Google Forms), sebagai contoh representatif; rincian seluruh indikator UTAUT2 dan intensitas penggunaan tersedia pada Tabel 2-7.

Indikator perilaku (FoMO3-FoMO5) menunjukkan persentase setuju-sangat setuju lebih tinggi (51,0%-61,7%) dibandingkan indikator kekhawatiran emosional (FoMO1-FoMO2, 29,0%-34,7%). Pola ini menunjukkan bahwa FoMO pada mahasiswa lebih banyak termanifestasi melalui perilaku memeriksa media sosial secara berulang dibandingkan rasa cemas yang dinyatakan secara eksplisit [12].

Temuan ini juga menunjukkan bahwa proporsi responden yang secara tegas tidak setuju terhadap pernyataan kekhawatiran emosional (FoMO1 dan FoMO2) relatif lebih besar (masing-masing 28,6% dan 31,1% untuk gabungan STS+TS) dibandingkan pada indikator perilaku (FoMO3-FoMO5, berkisar 9,7%-18,4%). Dengan kata lain, sebagian mahasiswa cenderung menolak secara eksplisit ketika dinyatakan merasa cemas atau tidak nyaman, namun tetap menunjukkan pola perilaku memeriksa media sosial secara berulang, sehingga FoMO pada kelompok ini kemungkinan lebih bersifat perilaku kebiasaan daripada kekhawatiran yang disadari sepenuhnya [14].

Pola disparitas antara kecemasan emosional yang rendah/netral dan perilaku memeriksa media sosial yang tinggi ini sejalan dengan gagasan bahwa perilaku berulang dapat berlangsung melalui jalur kebiasaan (habitual pathway) tanpa selalu melibatkan evaluasi afektif yang disadari penuh oleh pelakunya [4]. Dalam kerangka ini, tindakan memeriksa media sosial dapat berubah dari respons terhadap kekhawatiran menjadi respons otomatis terhadap isyarat kontekstual (context cue) seperti notifikasi, waktu luang, atau rutinitas harian, sehingga individu tidak lagi mempersepsikan tindakannya sebagai didorong oleh kecemasan meskipun pola perilakunya tetap konsisten dengan definisi FoMO [14]. Interpretasi ini konsisten dengan temuan pada bagian 3.4, di mana indikator HB2 (membuka media sosial secara otomatis tanpa berpikir) memperoleh persentase tinggi, memperkuat dugaan bahwa penggunaan berulang pada sebagian mahasiswa telah bergeser dari perilaku yang didorong kecemasan menjadi perilaku yang didorong kebiasaan. Implikasinya, intervensi yang hanya menyorot kesadaran emosional (misalnya kampanye tentang bahaya kecemasan bermedia sosial) berpotensi kurang efektif bagi kelompok mahasiswa ini, karena perilakunya tidak lagi ditopang oleh kesadaran akan kecemasan yang mendasarinya; pendekatan yang menyorot pemutusan rangkaian kebiasaan (habit-interruption), misalnya melalui pembatasan notifikasi atau penjadwalan waktu bebas gawai, berpotensi lebih relevan. Namun demikian, karena penelitian ini bersifat deskriptif dan tidak menguji hubungan antarvariabel secara statistik, interpretasi ini bersifat hipotesis awal yang perlu diuji lebih lanjut melalui penelitian inferensial atau desain eksperimental [15].

Intensitas Penggunaan Media Sosial

Seluruh indikator intensitas penggunaan media sosial menunjukkan persentase setuju-sangat setuju tinggi (74,7%-82,5%), dengan tingkat penolakan sangat rendah (di bawah 3,5%), menandakan intensitas penggunaan media sosial mahasiswa tergolong tinggi secara deskriptif [12].

Tabel 7. Hasil Deskriptif Indikator Intensitas Penggunaan Media Sosial (Seluruh Kategori Jawaban)

Kode	Indikator Intensitas Penggunaan	STS(1)	TS(2)	N(3)	S(4)	SS(5)
Y1	Menggunakan media sosial setiap hari	2,4%	5,3%	14,6%	48,1%	29,6%
Y2	Membuka media sosial beberapa kali sehari	2,9%	5,8%	14,1%	47,1%	30,1%
Y3	Menghabiskan waktu cukup lama di media sosial	2,9%	6,3%	15,0%	46,6%	29,1%
Y4	Membuka media sosial di sela-sela aktivitas sehari-hari	3,4%	7,3%	15,5%	45,1%	28,6%
Y5	Media sosial paling sering digunakan	1,9%	4,4%	11,2%	50,0%	32,5%

Indikator Y5 (media sosial merupakan aplikasi yang paling sering digunakan) memperoleh persentase tertinggi (82,5%), diikuti Y1 (menggunakan media sosial setiap hari) sebesar 77,7%. Tingginya seluruh indikator intensitas penggunaan media sosial, dengan tingkat penolakan yang sangat kecil pada seluruh indikator, memperkuat gambaran bahwa media sosial telah menempati posisi yang dominan dalam aktivitas digital mahasiswa sehari-hari.

Diskusi Umum

Secara umum, facilitating conditions memperoleh persentase tertinggi di antara konstruk UTAUT 2 (75,3%-79,1%), diikuti habit (70,4%-73,3%), hedonic motivation (61,7%-70,8%), dan social influence (53,4%-59,2%). Urutan ini menunjukkan bahwa kemudahan akses teknis dan kebiasaan yang telah terbentuk menjadi faktor yang paling kuat kaitannya dengan persepsi mahasiswa terhadap penggunaan media sosial, dibandingkan motivasi kesenangan maupun dorongan dari lingkungan sosial [13].

Pada variabel FoMO, pola yang ditemukan berbeda dari keempat konstruk UTAUT 2: aspek perilaku (memeriksa media sosial secara berulang dan menghabiskan waktu lebih lama dari yang direncanakan) lebih menonjol dibandingkan aspek kekhawatiran emosional yang dinyatakan secara eksplisit. Kombinasi antara facilitating conditions yang tinggi, habit yang kuat, dan pola perilaku FoMO yang serupa mengindikasikan bahwa penggunaan media sosial mahasiswa cenderung berlangsung secara otomatis dan berulang, didukung oleh kemudahan akses teknis, tanpa selalu disertai kesadaran penuh atau pengakuan eksplisit atas kekhawatiran yang mendasarinya [5].

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial mahasiswa secara deskriptif berkaitan dengan kombinasi kebiasaan, kemudahan akses, motivasi kesenangan, pengaruh sosial, dan kekhawatiran tertinggal informasi. Namun demikian, kekuatan dan signifikansi hubungan antarvariabel tersebut belum dapat disimpulkan pada penelitian ini karena keterbatasan analisis yang bersifat deskriptif serta ketidaktersediaan data mentah tingkat-item untuk pengujian validitas, reliabilitas, dan analisis inferensial.

Hasil uji reliabilitas pada variabel FoMO menunjukkan konsistensi internal instrumen yang baik, memperkuat keyakinan bahwa gambaran persepsi FoMO yang disajikan pada Tabel 6 mencerminkan kondisi yang sebenarnya, meskipun pengujian untuk konstruk UTAUT 2 belum dapat dilakukan [11].

Implikasi Penelitian

Bagi mahasiswa, temuan ini menunjukkan pentingnya kesadaran terhadap pola penggunaan media sosial yang cenderung otomatis dan berulang, agar tidak mengganggu aktivitas akademik maupun kesejahteraan psikologis [12]. Bagi institusi pendidikan, hasil ini dapat menjadi masukan awal untuk program literasi digital yang membantu mahasiswa mengelola waktu penggunaan media sosial secara lebih sadar [8]. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini menegaskan perlunya melengkapi data mentah tingkat-item sejak tahap pengumpulan data, agar pengujian validitas, reliabilitas, dan analisis inferensial dapat dilakukan untuk membuktikan hubungan antarvariabel secara statistik, sebagaimana telah disampaikan pada bagian Keterbatasan Penelitian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa di antara konstruk UTAUT 2, facilitating conditions memperoleh persepsi tertinggi (75,3%–79,1%), diikuti habit (70,4%–73,3%), hedonic motivation (61,7%–70,8%), dan social influence (53,4%–59,2%). Artinya, kemudahan akses teknis dan kebiasaan menjadi pendorong utama penggunaan media sosial mahasiswa, lebih kuat dibandingkan motivasi kesenangan atau pengaruh sosial [7].

Pada variabel FoMO, ditemukan bahwa aspek perilaku (memeriksa media sosial berulang kali) jauh lebih menonjol (51,0%–61,7%) dibandingkan aspek kekhawatiran emosional yang diakui secara terbuka (29,0%–34,7%). Ini menandakan FoMO pada mahasiswa lebih banyak muncul sebagai kebiasaan penggunaan berulang daripada kecemasan yang disadari sepenuhnya [12].

Intensitas penggunaan media sosial mahasiswa tergolong tinggi (74,7%–82,5%), memperkuat gambaran bahwa media sosial telah menjadi bagian dominan dalam aktivitas digital sehari-hari.

Keterbatasan Penelitian

Terlepas dari temuan deskriptif di atas, penelitian ini memiliki keterbatasan metodologis yang perlu ditegaskan secara terpisah dari temuan utama. Uji validitas dan reliabilitas hanya berhasil dilakukan untuk variabel FoMO, menggunakan data mentah pada subsample 199 dari 206 responden, dengan hasil yang menunjukkan konsistensi internal yang baik [10]. Pengujian tersebut belum mencakup keempat konstruk UTAUT2 maupun variabel intensitas penggunaan, dan analisis hubungan antarvariabel secara keseluruhan juga belum dilakukan. Dengan demikian, kekuatan ilmiah penelitian ini masih bersifat eksploratif dan pilot, sehingga temuan yang disajikan pada bagian 4.1 hendaknya dibaca sebagai gambaran deskriptif awal dan bukan sebagai simpulan yang telah teruji validitas-reliabilitasnya secara menyeluruh.

Saran

1. Bagi mahasiswa, disarankan mengaktifkan fitur pengingat waktu penggunaan (screen time reminder) pada perangkat [16], serta menerapkan jadwal “bebas gawai” minimal 30 menit sebelum tidur untuk meningkatkan kualitas istirahat dan konsentrasi belajar [14].
2. Bagi institusi pendidikan, disarankan mengembangkan program literasi digital terstruktur yang mencakup: (a) pelatihan manajemen waktu digital [1], (b) fasilitasi ruang belajar tanpa akses internet, dan (c) kampanye kesadaran akan dampak penggunaan media sosial berlebihan terhadap performa akademik [8].
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan mengumpulkan data skor mentah per responden sejak awal pengumpulan data, memperluas cakupan responden dengan proporsi yang lebih seimbang dari segi usia, jenis kelamin, dan jenjang pendidikan, serta menggunakan desain penelitian longitudinal atau eksperimental untuk menguji hubungan kausal antarvariabel.

Pernyataan mengenai Penggunaan Kecerdasan Buatan (AI)

AI digunakan dalam penyusunan naskah ini. Penulis menggunakan perangkat kecerdasan buatan semata-mata untuk membantu perbaikan bahasa, pemeriksaan tata bahasa, serta penyuntingan demi kejelasan dan keterbacaan. Penulis tetap bertanggung jawab penuh atas akurasi, orisinalitas, integritas, dan konten akademis naskah tersebut. Seluruh konten yang dibantu oleh AI telah ditinjau dan diverifikasi oleh penulis sebelum naskah diserahkan.

Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan.

Kontribusi Penulis

Seluruh tahapan penelitian dan penyusunan naskah ini dikerjakan secara kolaboratif

oleh semua penulis, dengan rincian sebagai berikut: Konseptualisasi, Farhana Wahidiyah, dan Lailita Ayuningtias; pengumpulan data, Farhana Wahidiyah, Lailita Ayuningtias, Muhammad Dika Aditya Fazrulillah, Ahmad Solih Darmawan, dan Rifalsya Dwi Putra Safe'i; validasi data, Farhana Wahidiyah, Lailita Ayuningtias, Muhammad Dika Aditya Fazrulillah, Ahmad Solih Darmawan, Rifalsya Dwi Putra Safe'i, dan Ryan Putra Laksana; analisis formal, Farhana Wahidiyah, Lailita Ayuningtias, Muhammad Dika Aditya Fazrulillah, Ahmad Solih Darmawan, Rifalsya Dwi Putra Safe'i, dan Ryan Putra Laksana; penulisan, penyusunan draf awal, Farhana Wahidiyah, Lailita Ayuningtias, Muhammad Dika Aditya Fazrulillah, Ahmad Solih Darmawan, Rifalsya Dwi Putra Safe'i, dan Ryan Putra Laksana; penulisan, peninjauan dan penyuntingan, Farhana Wahidiyah, Lailita Ayuningtias, Muhammad Dika Aditya Fazrulillah, Ahmad Solih Darmawan, Rifalsya Dwi Putra Safe'i, dan Ryan Putra Laksana; visualisasi, Farhana Wahidiyah, Lailita Ayuningtias, Muhammad Dika Aditya Fazrulillah, Ahmad Solih Darmawan, Rifalsya Dwi Putra Safe'i, dan Ryan Putra Laksana. Seluruh penulis telah membaca dan menyetujui versi akhir naskah ini.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Esa Unggul atas dukungan fasilitas dan akademik selama penelitian ini berlangsung. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada dosen pembimbing dan seluruh responden yang telah berkontribusi dalam pengumpulan data. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada rekan-rekan tim peneliti atas kolaborasi dan bantuannya dalam penyelesaian naskah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. Dhume-Shinkre, P. Pawaskar, and A. Shringare, "Understanding the role of social media in higher education through the lens of UTAUT2 in Western India," *EMI. Educ. Media Int.*, vol. 62, no. 3, pp. 307–331, Jul. 2025, doi: 10.1080/09523987.2025.2505522.
- [2] R. Sofian, H. Purwanto, E. Andriansyah, R. W. Nugraha, F. R. Ferdiansyah, and T. Wiharko, "Application of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) Model to Acceptance of Electronic Learning Media," in *2023 17th International Conference on Telecommunication Systems, Services, and Applications (TSSA)*, Lombok, Indonesia, 2023, pp. 1–5. doi: 10.1109/TSSA59948.2023.10366991.
- [3] U. H. Zainita and D. Anshari, "Unraveling FOMO: Exploring the Factors Behind Fear of Missing Out among College Students," *J. Educ. Heal. Community Psychol.*, vol. 14, no. 1, pp. 256–264, Mar. 2025, doi: 10.12928/jehcp.v14i1.30694.
- [4] C. Shane-Simpson and T. Bakken, "Students' fear of missing out predicts in-class social media use," *Teach. Psychol.*, vol. 51, no. 2, pp. 141–150, 2024, doi: 10.1177/00986283211060752.
- [5] Surjandy, Angellie, and E. T. Kangliesky, "The Impact of Fear of Missing Out on University Students' Learning Achievement with a Stressor Strain Outcome Model," in *2024 2nd International Conference on Software Engineering and Information Technology (ICoSEIT)*, Bandung, Indonesia, 2024, pp. 126–131. doi: 10.1109/ICoSEIT60086.2024.10497471.
- [6] M. Qutishat and L. Abu Sharour, "Relationship Between Fear of Missing Out and Academic Performance Among Omani University Students: A Descriptive Correlation Study," *Oman Med. J.*, vol. 34, no. 5, pp. 404–411, Sep. 2019, doi: 10.5001/omj.2019.75.
- [7] N. Mishra, S. L. Gupta, P. Srivastava, S. Srivastava, and M. Kabir, "Student Acceptance of Social Media in Higher Education: An application of UTAUT2 model," *Thail. World Econ.*, vol. 40, no. 1, pp. 88–108, Jan. 2022, [Online].

- Available: <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/TER/article/view/257041>
- [8] E. E. Smith and H. Storrs, "Digital literacies, social media, and undergraduate learning: what do students think they need to know?," *Int. J. Educ. Technol. High. Educ.*, vol. 20, no. 1, p. 29, 2023, doi: 10.1186/s41239-023-00398-2.
 - [9] S. Grover, A. Saxena, A. Phuyal, and M. K. Jangra, "Fear of Missing Out among University Students: A Cross-sectional Survey Study," *Arch. Med. Heal. Sci.*, vol. 12, no. 3, pp. 319–322, 2024, doi: 10.4103/amhs.amhs_300_23.
 - [10] B. H. Mukti, "Sample size determination: Principles and applications for health research," *Heal. Sci. Int. J.*, vol. 3, no. 1, pp. 127–143, 2025, doi: 10.71357/hsij.v3i1.63.
 - [11] Y. F. Zakariya, "Cronbach's alpha in mathematics education research: Its appropriateness, overuse, and alternatives in estimating scale reliability," *Front. Psychol.*, vol. 13, 2022, doi: 10.3389/fpsyg.2022.1074430.
 - [12] H. Abd Ellatif Elsayed, "Fear of Missing Out and its impact: exploring relationships with social media use, psychological well-being, and academic performance among university students," *Front. Psychol.*, vol. 16, 2025, doi: 10.3389/fpsyg.2025.1582572.
 - [13] A. Abu Gharrah and A. Aljaafreh, "Why students use social networks for education: Extension of UTAUT2," *J. Technol. Sci. Educ.*, vol. 11, no. 1, Feb. 2021, doi: 10.3926/jotse.1081.
 - [14] R. Safdar Bajwa, H. Abdullah, Z. Zaremohzzabieh, W. M. Wan Jaafar, and A. Abu Samah, "Smartphone addiction and phubbing behavior among university students: A moderated mediation model by fear of missing out, social comparison, and loneliness," *Front. Psychol.*, vol. 13, 2023, doi: 10.3389/fpsyg.2022.1072551.
 - [15] A. Meier, I. Beyens, T. Siebers, J. L. Pouwels, and P. M. Valkenburg, "Habitual social media and smartphone use are linked to task delay for some, but not all, adolescents," *J. Comput. Commun.*, vol. 28, no. 3, p. zmad008, May 2023, doi: 10.1093/jcmc/zmad008.
 - [16] T. Talan, Y. Doğan, and Y. Kalinkara, "Digital Natives' Mobile Learning Adoption in terms of UTAUT-2 Model: a Structural Equation Model," *Innoeduca. Int. J. Technol. Educ. Innov.*, vol. 10, no. 1, pp. 100–123, 2024, doi: 10.24310/ijtei.101.2024.17440.