

Analisis Pengaruh Platform LinkedIn Terhadap Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) di Kalangan Mahasiswa ITS

Nadya Benanda, Nadhira Apta Maheswari, Nadhyra Haninda Putri, Safia Ailsa Egasmara, Yasmin Nurul Maulidia, Nur Aini Rakhmawati

Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Alamat: Kampus ITS Keputih, Sukolilo, Surabaya 60111, Jawa Timur
Korespondensi penulis: nadyabenanda10@gmail.com

Abstract. *Fear of Missing Out (FOMO) has received a lot of attention in today's digital culture, especially among students. The purpose of this research is to investigate the impact of LinkedIn usage on the level of FOMO among students at the Sepuluh Nopember Institute of Technology (ITS). Using an integrated methodology, the data was collected through surveys by questionnaire to understand the relationship between LinkedIn usage and FOMO. The information was gathered through incidental sampling from a total of 100 respondents, ranging from 2018+ students to 2023 students. According to the results, more than half of the respondents experience FOMO when seeing other people's LinkedIn profiles. Based on the results, it shows that students feel more motivated to do something more productive because of their FOMO. These results are expected to assist practitioners, educators, and academics interested in FOMO and the use of social platforms in higher education to gain a better understanding of how the LinkedIn platform affects the amount of FOMO among ITS students.*

Keywords: *FOMO, LinkedIn, Platform, Phenomenon.*

Abstrak. Fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* telah mendapatkan perhatian yang signifikan dalam budaya digital saat ini, terutama pada kalangan mahasiswa. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengevaluasi bagaimana penggunaan platform LinkedIn mempengaruhi tingkat FOMO di kalangan mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). Dengan menggunakan metodologi yang terintegrasi, data dikumpulkan melalui survei berupa kuesioner untuk memahami hubungan antara penggunaan platform LinkedIn dan FOMO. Data diperoleh dengan *sampling incidental*, yang menghasilkan sebanyak 100 responden yang mulai dari mahasiswa angkatan 2018+ sampai mahasiswa angkatan 2023. Dapat disimpulkan bahwa lebih dari separuh dari responden merasa FOMO saat melihat kegiatan orang lain di platform LinkedIn, dari perasaan FOMO ini banyak responden lebih merasa termotivasi daripada cemas. Hasil penelitian diharapkan dapat mendalami pemahaman kita tentang bagaimana penggunaan platform LinkedIn dapat mempengaruhi tingkat FOMO di kalangan mahasiswa ITS, memberikan wawasan berharga bagi praktisi, pendidik, dan peneliti yang tertarik pada FOMO dan penggunaan media sosial dalam pendidikan tinggi.

Kata kunci: Fenomena, FOMO, LinkedIn, Platform.

LATAR BELAKANG

LinkedIn, sebuah *platform* media sosial yang populer, khususnya di antara profesional dan pelajar, telah mengalami peningkatan signifikan dalam penggunaannya, termasuk di kalangan mahasiswa (Fransisca, 2017). Meskipun LinkedIn memiliki berbagai fitur yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan para profesional, berbagi konten, dan menjelajahi peluang karir, perlu dicatat bahwa penggunaan *platform* ini juga dapat menghasilkan dampak negatif, salah satunya adalah fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)*.

FOMO, singkatan dari *Fear of Missing Out*, merupakan kecemasan terkait ketakutan individu merasa tertinggal dari pencapaian yang diperoleh individu lain, terutama saat melihat

aktivitas orang lain di media sosial. Dua aspek utama dari FOMO meliputi keinginan untuk terus terkoneksi dengan orang lain di platform media sosial dan kecemasan bahwa orang lain sedang menikmati pencapaian yang tidak diperoleh oleh individu tersebut. Fenomena ini seringkali memicu perilaku pengecekan internet yang konstan dan dapat muncul saat individu memiliki banyak waktu luang untuk berselancar online (J. Elhai dkk., 2020). Dalam era digital saat ini, banyak pekerja dan mahasiswa telah menggunakan LinkedIn sebagai alat untuk membangun jaringan profesional dan membagikan pencapaian mereka. Namun, penggunaan platform ini juga dapat memicu perasaan FOMO terhadap prestasi orang lain (Marin & Nil'a, 2021).

FOMO sendiri dapat dijelaskan melalui dua konsep dasar berdasarkan teori Self Determination Theory (SDT): pertama, konsep "Self" yang mengacu pada kebutuhan individu untuk merasa kompeten dan efektif dalam aktivitas tertentu. Kedua, konsep "Relatedness" menekankan pentingnya hubungan sosial positif dan berarti dalam kehidupan individu (Przybylski, dkk., 2013). Kegagalan dalam memenuhi kedua kebutuhan ini dapat mengakibatkan individu mencari pengalaman sosial melalui media sosial untuk mengatasi perasaan ketidakpastian dan isolasi (Azmi, 2019).

Penelitian ini menggunakan pendekatan penjelasan (*explanatory approach*) dan digabungkan dengan beberapa metode lainnya, dengan objek dari penelitian adalah mahasiswa yang berkuliah di ITS. Tujuan dari studi ini adalah untuk menilai apakah penggunaan platform LinkedIn dipengaruhi oleh fenomena FOMO. Kesimpulan nantinya akan didapatkan dengan menyelidiki apakah benar penggunaan platform LinkedIn dapat menjadi faktor utama terjadi FOMO pada mahasiswa ITS.

KAJIAN TEORITIS

Karena belum adanya penelitian yang fokus pada topik ini secara khusus, topik kali ini akan berdasarkan dengan penelitian serupa mengenai Korelasi antara FOMO dengan ketergantungan terhadap media sosial di kalangan remaja. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan kecanduan media sosial pada remaja siswa MAN Surabaya (Pratiwi & Fazriani, 2020). Perbedaannya dengan penelitian yang dilakukan kali ini adalah penjelasan sarana media sosial, yaitu platform LinkedIn. Objek dari penelitian kali ini juga bukan siswa SMA tetapi mahasiswa yang berkuliah di ITS dan tidak dibedakan berdasarkan gender melainkan dari tahun masuk mahasiswa tersebut mulai menduduki bangku kuliah.

Penelitian yang dilakukan oleh Aisyah Firdaus Hariadi mengenai “Hubungan *Fear of Missing Out* dengan Kecanduan Media Sosial pada Remaja”, menunjukkan bahwa variabel kecanduan media sosial dan variabel *Fear of Missing Out* memiliki hubungan yang linier. Temuan ini telah sesuai dengan hasil beberapa penelitian sebelumnya mengenai penelitian tentang *Fear of Missing Out*. Pada penelitian ini tidak dispesifikasi lebih lanjut mengenai media sosial apa.

Penelitian serupa lainnya telah dilakukan oleh Shelly Dike Ananda dkk mengenai dampak dari aplikasi instagram terhadap fenomena fomo yang dikemas menggunakan metodologi kuantitatif dan menggunakan Pendekatan penjelasan (*explanatory approach*), yaitu pendekatan dalam penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan generalisasi dari sebuah sampel pada populasi yang lebih besar atau untuk menjelaskan hubungan atau dampak suatu variabel terhadap variabel lainnya.

METODE PENELITIAN

Akan diterapkan pendekatan metodologi yang terintegrasi guna mengeksplorasi hubungan antara penggunaan platform LinkedIn dan tingkat FOMO di kalangan mahasiswa ITS. Pertama, survei daring akan digunakan untuk mengumpulkan data kuantitatif dari mahasiswa ITS yang menjadi subjek penelitian. Kuesioner survei akan menjadi alat utama dalam menghimpun pandangan dan persepsi responden terkait dengan penggunaan LinkedIn dan tingkat FOMO mereka. Dari sumber data ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan mendalam tentang kaitan antara pemakaian LinkedIn dan munculnya FOMO pada mahasiswa ITS. (Azmi, 2019).

Jenis Data

Untuk memahami hubungan antara penggunaan platform LinkedIn dan tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) di kalangan mahasiswa ITS, data survei akan dikumpulkan dengan mencakup respons dari mahasiswa ITS yang akan menjawab kuesioner. Data ini akan mencakup informasi tentang penggunaan LinkedIn, tingkat FOMO, frekuensi penggunaan platform LinkedIn, dan faktor-faktor lain yang relevan.

Dengan data-data ini, penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang korelasi antara penggunaan LinkedIn dan tingkat FOMO di kalangan mahasiswa ITS (Pratiwi & Fazriani, 2020)

Sumber Data

Penelitian ini akan secara khusus berfokus pada populasi mahasiswa yang terdaftar di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). Mahasiswa-mahasiswa ini akan menjadi subjek penelitian serta responden yang akan berpartisipasi dalam pengumpulan data. Metode pengumpulan data yang akan diterapkan dalam penelitian ini adalah melalui pelaksanaan survei berbasis kuesioner. Data diperoleh dengan *sampling insidental* dimana mengambil data dengan responden yang kebetulan ada dan ditemui tanpa adanya perencanaan sebelumnya (Rahardjo & Soetjiningsih, 2022).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah tahap utama dalam penelitian untuk mendapatkan data yang relevan sesuai dengan metode penelitian yang digunakan. Mengingat fokus utama penelitian adalah memperoleh data, tahap ini merupakan tahapan kunci dalam penelitian. Dalam penelitian ini, teknik utama yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah melalui metode survei. (Sugiyono, 2013). Teknik survei melibatkan penggunaan kuesioner atau angket yang diberikan kepada responden. Kuesioner ini disebarluaskan secara online kepada mahasiswa ITS untuk mengumpulkan data tentang penggunaan LinkedIn dan tingkat FOMO mereka. Survei berguna untuk mengumpulkan data dari sejumlah responden yang besar dan mendapatkan pandangan umum.

Pemanfaatan teknik survei dalam proses pengumpulan data ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam terkait korelasi antara penggunaan platform LinkedIn dan munculnya FOMO pada mahasiswa ITS.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif dipilih karena data yang dikumpulkan bersifat kuantitatif berupa persentase. Penelitian kuantitatif mengacu pada jumlah dan ukuran. Dalam memaknai hasilnya, penelitian kuantitatif berusaha untuk menggeneralisasi temuan penelitian sebagai kebenaran atau fakta empiris secara keseluruhan (Firmansyah, Masrun, & Yudha, 2021).

Model analisis kuantitatif yang diterapkan adalah model analisis interaktif yang terdiri dari tiga komponen inti. Pertama, reduksi data adalah proses merangkum, memilih elemen-elemen yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, mencari pola, dan mengidentifikasi tema-tema utama dalam data (Sugiyono, 2008). Proses reduksi dimulai sebelum pengumpulan data dilakukan dan berlangsung selama penelitian. Ini mencakup membuat ringkasan, pengkodean data, pemusatan pada tema-tema penting, serta membuat batasan permasalahan. Selama pengumpulan data, peneliti juga dapat menulis memo untuk mengorganisasi pemikiran.

Selanjutnya, presentasi data yang mencakup pengaturan data dalam bentuk narasi ringkas dan tabel. Penyajian data harus logis dan sistematis, mengacu pada rumusan masalah penelitian. Hal ini membantu peneliti dan pembaca memahami kondisi yang telah dianalisis dan memberikan landasan bagi analisis lebih lanjut.

Terakhir, penarikan kesimpulan melibatkan identifikasi temuan-temuan baru yang muncul dari analisis data. Kesimpulan ini harus diuji kembali (verifikasi) untuk memastikan kevalidannya. Kesimpulan dalam penelitian kuantitatif sering kali muncul secara bertahap dan menjadi lebih jelas melalui pengulangan dan pematapan (Sugiyono, 2008). Dengan menggunakan model analisis interaktif, penelitian ini dapat menggali pemahaman yang lebih dalam tentang pengaruh platform LinkedIn terhadap fenomena FOMO di kalangan mahasiswa ITS. Analisis kuantitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dan menjelaskan temuan secara mendalam, sambil memastikan kevalidan dan keakuratan kesimpulan.

Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini, perhitungan variabel sangat bergantung pada metodologi penelitian yang telah ditetapkan dan variabel-variabel yang telah dipilih untuk diteliti. Pertama, kita memiliki variabel independen, yang merupakan penggunaan platform LinkedIn oleh mahasiswa ITS. Pengukuran variabel ini akan mencakup penentuan sejauh mana mahasiswa menggunakan LinkedIn, seberapa sering mereka mengakses platform ini, dan bagaimana interaksi mereka dengan platform tersebut.

Di sisi lain, variabel dependen dalam penelitian ini adalah tingkat *Fear Of Missing Out* (FOMO) di kalangan mahasiswa ITS. Adanya rasa FOMO karena tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis seseorang, FOMO adalah konsep psikologis yang sulit diukur secara langsung. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dirancang instrumen penelitian kuantitatif khusus untuk mengukur tingkat FOMO ini (Andi, 2019). Instrumen tersebut akan mencakup serangkaian pertanyaan yang dirancang untuk mengeksplorasi perasaan kecemasan atau keresahan yang mungkin dirasakan oleh mahasiswa saat mereka merasa tertinggal dari perkembangan di LinkedIn atau perasaan bahwa mereka kehilangan informasi atau peluang yang dianggap relevan.

Dengan mempertimbangkan variabel independen dan dependen ini, penelitian akan memanfaatkan data yang dikumpulkan melalui survei untuk mengidentifikasi apakah ada hubungan antara penggunaan LinkedIn oleh mahasiswa dan tingkat FOMO yang mereka alami. Pertanyaan yang ada akan dibuat menggunakan aspek *Fear of Missing Out* yang dikemukakan oleh (Przybylski, dkk., 2013). Kombinasi antara variabel-variabel ini akan

membantu peneliti memahami dinamika kompleks antara penggunaan media sosial khususnya LinkedIn dan perasaan FOMO di kalangan mahasiswa ITS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan dengan pengisian kuesioner melalui Google Form yang disebar lewat grup whatsapp, direct message Whatsapp, Line dan Instagram. Dari total 100 partisipan yang didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Gambaran Karakteristik Demografi Responden ITS

No.	Tahun Angkatan	Frekuensi	Persentase
1	2023	7	7
2	2022	16	16
3	2021	53	53
4	2020	13	13
5	2019	5	5
6	2018+	6	6
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer, Penelitian oleh Penulis, Tahun 2023

Tabel 1 menampilkan gambaran karakteristik demografi responden dari mahasiswa ITS yang menunjukkan distribusi tahun angkatan yaitu 7% dari tahun angkatan 2023, 16% dari tahun angkatan 2022, 53% dari tahun angkatan 2021, 13% dari tahun angkatan 2020, 5% dari tahun angkatan 2019, dan 6% dari tahun angkatan 2018 dan sebelumnya. Dengan total responden yang berpartisipasi dalam survei ini adalah 100 mahasiswa.

Tabel 2. Gambaran Pengetahuan Mahasiswa ITS terhadap LinkedIn

No.	Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
1	Tahu	98	98
2	Tidak Tahu	2	2
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer, Penelitian oleh Penulis, Tahun 2023

Berdasarkan tabel 2, gambaran mengenai pengetahuan Mahasiswa ITS terhadap LinkedIn, dapat diketahui bahwa dari 100 mahasiswa ITS, sebagian besar responden, yaitu sebanyak 98 orang (98%), mengetahui platform LinkedIn, sementara 2 orang lainnya (2%) dari mereka tidak mengetahui adanya platform LinkedIn.

Tabel 3. Penggunaan Akun LinkedIn di Kalangan Mahasiswa ITS

No.	Penggunaan	Frekuensi	Persentase
1	Menggunakan	95	95
2	Tidak Menggunakan	5	5
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer, Penelitian oleh Penulis, Tahun 2023

Dari tabel 3 Penggunaan Akun LinkedIn di Kalangan Mahasiswa ITS, terlihat bahwa dari total 100 mahasiswa ITS, sebagian besar responden yaitu 95 (95%), memiliki pengetahuan tentang platform LinkedIn, sementara 5 (5%) dari mereka tidak memiliki pengetahuan mengenai eksistensi platform LinkedIn.

Tabel 4. Frekuensi Penggunaan LinkedIn oleh Mahasiswa ITS

No.	Frekuensi Penggunaan	Frekuensi	Persentase
1	< 1 kali perbulan	33	34,7
2	1-3 kali sebulan	22	23,2
3	4-7 kali sebulan	15	15,8
4	> 7 kali sebulan	25	26,3
Jumlah		95	100

Sumber: Data Primer, Penelitian oleh Penulis, Tahun 2023

Berdasarkan data pada tabel 4 Frekuensi Penggunaan LinkedIn oleh Mahasiswa ITS, dapat disimpulkan bahwa dari 100 mahasiswa, sebagian besar yaitu 33 (34,7%) menyatakan bahwa mereka menggunakan LinkedIn kurang dari 1 kali per bulan, 22 (23,2%) menggunakannya 1-3 kali sebulan, 15 (15,8%) menggunakannya 4-7 kali sebulan, dan 25 (26,3%) menggunakan LinkedIn lebih dari 7 kali sebulan. Total responden yang berpartisipasi dalam survei ini adalah 95 mahasiswa.

Tabel 5. Pemahaman Mahasiswa ITS tentang Fear of Missing Out

No.	Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
1	Tahu	98	98
2	Tidak Tahu	2	2
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer, Penelitian oleh Penulis, Tahun 2023

Dari tabel 5, Pemahaman Mahasiswa ITS tentang *Fear of Missing Out*, terlihat bahwa dari total 100 mahasiswa ITS, sebagian besar responden yaitu 98 (98%), memiliki pengetahuan tentang platform LinkedIn, sementara 2 (2%) dari mereka tidak memiliki pengetahuan mengenai eksistensi platform LinkedIn.

Tabel 6. Pengalaman Mahasiswa ITS tentang *Fear of Missing Out*

No.	Pengalaman	Frekuensi	Persentase
1	Pernah	83	83
2	Tidak Pernah	17	17
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer, Penelitian oleh Penulis, Tahun 2023

Dari tabel 6 mengenai Pengalaman Mahasiswa ITS tentang *Fear of Missing Out* di atas, terlihat bahwa dari total 100 mahasiswa ITS, sebagian besar responden yaitu 83 (83%), pernah merasakan FOMO, sementara 17 (17%) dari mereka tidak pernah merasakan perasaan FOMO.

Tabel 7. Frekuensi Mahasiswa ITS Merasakan *Fear of Missing Out*

No.	Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
1	Tidak Pernah (1)	18	18
2	Jarang (2)	21	21
3	Cukup Sering (3)	30	30
4	Sering (4)	24	24
5	Sangat Sering (5)	7	7
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer, Penelitian oleh Penulis, Tahun 2023

Survei yang dilakukan untuk mendapatkan data seperti Tabel 7, mengenai frekuensi atau jumlah mahasiswa ITS yang merasakan *Fear of Missing Out* adalah dengan pengukuran menggunakan skala dimana nilai 1 mengindikasikan tidak pernah merasakan FOMO, sedangkan skala 5 mengindikasikan sangat sering merasakan FOMO. Dari tabel di atas, terlihat bahwa dari total 100 mahasiswa ITS, sebanyak 18 orang (18%) memilih skala 1, 21 (21%) memilih skala 2, skala 3 dipilih oleh sebanyak 30 orang (30%), 24 (24%) memilih skala 4, dan sebanyak 7 orang (7%) memilih skala 5. Pada jurnal yang berjudul “Hubungan Antara Durasi Penggunaan Jejaring Sosial dan Tingkat *Fear of Missing Out* di Kalangan Mahasiswa Kedokteran di Jakarta”, menjelaskan mengenai tingkat FOMO dan lamanya penggunaan media sosial di antara mahasiswa kedokteran di Jakarta. Tingkat penggunaan media sosial yang lebih lama sebanding dengan tingkat penggunaan yang lebih pendek, masing-masing memiliki jumlah yang sama sebanyak 50%. Lalu tingkat FOMO yang rendah (76,7%) lebih banyak daripada yang memiliki tingkat FOMO yang tinggi (23,3%) (Setiadi F., Agus D., 2020). Dapat disimpulkan bahwa, frekuensi sering atau tidaknya memakai jejaring sosial tidak berpengaruh banyak pada tingkat FOMO di mahasiswa.

Tabel 8. Pengaruh Lingkungan Pertemanan Mahasiswa ITS Terhadap Alasan Pembuatan Akun LinkedIn

No.	Pengetahuan	Frekuensi	Persentase
1	Tidak Berpengaruh (1)	7	7
2	Kurang Berpengaruh(2)	18	18
3	Cukup Berpengaruh (3)	17	17
4	Berpengaruh (4)	32	32
5	Sangat Berpengaruh (5)	26	26
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer, Penelitian oleh Penulis, Tahun 2023

Survei yang dilakukan untuk mendapatkan data seperti Tabel 8 terkait pengaruh lingkungan pertemanan mahasiswa ITS terhadap alasan pembuatan akun LinkedIn di atas adalah dengan pengukuran menggunakan skala dimana nilai 1 mengindikasikan lingkungan pertemanan tidak memiliki pengaruh atas alasan pembuatan akun LinkedIn, sedangkan skala 5 mengindikasikan bahwa lingkungan pertemanan memiliki pengaruh besar atas alasan pembuatan akun LinkedIn. Dari tabel di atas, terlihat bahwa dari total 100 mahasiswa ITS, sebanyak 7 orang (7%) memilih skala 1, 18 (18%) memilih skala 2, skala 3 dipilih oleh sebanyak 17 orang (17%), 32 (32%) memilih skala 4, dan sebanyak 26 orang (26%) memilih skala 5.

Tabel 9. Pengalaman FOMO Mahasiswa ITS saat melihat aktivitas orang lain di LinkedIn (terkait karier atau jaringan profesional)

No.	Pengalaman	Frekuensi	Persentase
1	Pernah	64	64
2	Tidak Pernah	36	36
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer, Penelitian oleh Penulis, Tahun 2023

Dari Tabel 9, yaitu data terkait pengalaman FOMO Mahasiswa ITS saat melihat aktivitas orang lain di LinkedIn (terkait karier atau jaringan profesional), terlihat bahwa dari total 100 mahasiswa ITS, sebagian besar responden yaitu 64 (64%), merasakan FOMO ketika melihat postingan atau aktivitas orang lain di LinkedIn yang terkait dengan karir atau jaringan profesional, sementara 36 (36%) lainnya tidak merasakan FOMO ketika melihat postingan atau aktivitas orang lain di LinkedIn yang terkait dengan karier atau jaringan profesional.

Tabel 10. Pengalaman Gangguan atau Kecemasan terkait dengan Tidak Memeriksa Aktivitas LinkedIn dalam Waktu yang Lama

No.	Pengalaman	Frekuensi	Persentase
1	Merasa Cemas	21	21
2	Tidak Merasa Cemas	79	79
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer, Penelitian oleh Penulis, Tahun 2023

Dari total 100 responden, hasil data pada Tabel 10 Pengalaman Gangguan atau Kecemasan terkait dengan Tidak Memeriksa Aktivitas LinkedIn dalam Waktu yang Lama menunjukkan bahwa sebanyak 21 orang (21%) dari responden mengaku pernah merasa cemas jika mereka tidak memeriksa aktivitas LinkedIn mereka dalam waktu yang lama, sedangkan 79 orang (79%) lainnya mengatakan bahwa mereka tidak pernah merasa cemas

Tabel 11. Konten Pemicu FOMO Umum saat Menggunakan LinkedIn

No.	Konten	Frekuensi	Persentase
1	Kesuksesan Karier Orang Lain	74	74
2	Peluang Pekerjaan	50	50
3	Aktivitas Networking Menguntungkan	62	62
4	Tidak Ada	4	4

Sumber: Data Primer, Penelitian oleh Penulis, Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 11 yang berisi data mengenai konten pemicu FOMO Umum saat menggunakan LinkedIn, tercatat sebanyak 74 orang atau 74% mengindikasikan bahwa postingan mengenai kesuksesan karier orang lain menjadi salah satu pemicu utama FOMO mereka di platform ini. Selain itu, sekitar 50% atau 50 orang merasa tertarik oleh postingan yang menginformasikan peluang pekerjaan. Sementara itu, sebanyak 62 orang atau 62% mengaku merasa tertarik dengan postingan yang berhubungan dengan aktivitas networking yang menguntungkan. Hanya sekitar 4% atau 4 orang yang menyatakan bahwa mereka tidak merasa terpicu FOMO oleh konten apa pun di LinkedIn. Dengan demikian, survei ini memberikan gambaran tentang apa yang umumnya menjadi pemicu perasaan FOMO di antara pengguna LinkedIn.

Tabel 12. Respon Terhadap Postingan yang Memicu FOMO di LinkedIn

No.	Respon	Frekuensi	Persentase
1	Cemas	29	29
2	Tertekan	20	20
3	Rendah Diri	29	29
4	Termotivasi	81	81
5	Biasa Saja	1	1

6	Tidak Ada	4	4
---	-----------	---	---

Sumber: Data Primer, Penelitian oleh Penulis, Tahun 2023

Hasil data pada Tabel 12 menunjukkan berbagai respons dari responden terhadap postingan yang memicu perasaan FOMO di LinkedIn. Sebanyak 29 orang (29%) dari responden mengaku merasa cemas, sedangkan 20 orang (20%) mengalami perasaan tertekan. Selain itu, 29 orang (29%) merasa rendah diri akibat melihat postingan semacam itu. Di sisi positif, sekitar 81 orang (81%) mengatakan bahwa mereka merasa termotivasi setelah melihat postingan tersebut. Hanya 1 orang (1%) yang merasa biasa saja, dan 4 orang (4%) mengaku bahwa mereka tidak merasakan dampak apa pun.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan tujuan penelitian ini untuk mengisi kesenjangan pengetahuan mengenai pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap penggunaan platform LinkedIn, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini memberikan informasi penting mengenai keterkaitan antara keduanya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan platform LinkedIn mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat FOMO mahasiswa ITS. Hal tersebut dibuktikan dari temuan penelitian yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengalami perasaan FOMO saat melihat aktivitas orang lain di LinkedIn, terutama dalam konteks karier atau jaringan profesional. Hal ini juga didukung dengan respon atau perasaan responden terhadap unggahan yang memicu FOMO di LinkedIn, seperti merasa cemas, tertekan, rendah diri, dan lain sebagainya.

Temuan ini berkontribusi pada pemahaman umum tentang bagaimana media sosial profesional dapat mempengaruhi kesejahteraan psikologis dan interaksi sosial mahasiswa. Selain itu, penelitian ini juga membuka pintu untuk mengembangkan strategi pendidikan dan intervensi yang lebih baik untuk mengelola perasaan FOMO yang dapat muncul saat menggunakan media sosial. Dengan demikian, penelitian ini berpotensi memberikan pengaruh yang besar terhadap kemajuan pengetahuan dalam bidang psikologi sosial dan media sosial, sekaligus memberikan landasan bagi inovasi metode pengajaran dan kesehatan mental.

Untuk menganalisis dampak penggunaan platform LinkedIn terhadap fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) pada mahasiswa ITS, penelitian lebih lanjut dapat fokus untuk mengeksplorasi lebih lanjut apakah penggunaan LinkedIn secara spesifik mempengaruhi seberapa besar FOMO, dibandingkan platform lain. platform media sosial, serta menganalisis faktor kontekstual yang memoderasi hubungan ini.

Selain itu, penelitian juga dapat fokus pada pengembangan solusi seperti intervensi atau program pendidikan untuk membantu individu mengelola FOMO, serta mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang dampak keseluruhan media sosial terhadap kesehatan dan kesehatan psikologis. Pada saat yang sama, masyarakat dapat diimbau menggunakan LinkedIn serta platform media sosial lainnya secara bijak, memberikan dukungan kepada mereka yang mengalami FOMO, meningkatkan literasi digital mereka dan memasukkan media sosial pendidikan ke dalam program pendidikan.

DAFTAR REFERENSI

- Andi Intan Dwita Putri, et al. (2019). Hubungan FoMO (Fear of Missing Out) dengan Adiksi Media Sosial pada Mahasiswa Pengguna Instagram di Universitas Islam Badung. *Prosiding Psikologi*, 5(2), 528.
- Ayu, P., Anggita, F. (2020). Hubungan Antara Fear of Missing Out (FOMO) Dengan Kecanduan Media Sosial pada Remaja Pengguna Media Sosial. *Jurnal Kesehatan*.
- Azmi, N. (2019). Hubungan antara Fear of Missing out (FoMO) dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa. *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Riau*.
- Dmitri Rozgonjuka, et al. (2020). Fear of Missing Out (FoMO) and social media's impact on daily-life and productivity at work: Do WhatsApp, Facebook, Instagram, and Snapchat Use Disorders mediate that association? *ELSEVIER*.
- Firmansyah, M., Masrun, M., & Yudha S, I. D. K. (2021). ESENSI PERBEDAAN METODE KUALITATIF DAN KUANTITATIF. *Elastisitas : Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 157.
- Fransisca, S. C. (2017). Kepuasan Pengguna Jejaring Sosial LinkedIn sebagai Jejaring Sosial yang Berorientasi pada Dunia Bisnis dan Profesional di Indonesia. *Jurnal E-Komunikasi*.
- Komala, K., Rafiyah, I., Witdiawati. (2022). Gambaran Fear of Missing Out (FoMO) pada Mahasiswa Fakultas Keperawatan. *Journal of Nutrition College (JNC)*, Vol. 5, 1-11. Subang: Universitas Padjajaran.
- Marin, D., G., & Nila, C. (2021). Branding in social media. Using LinkedIn in personal brand communication: A study on communications/marketing and recruitment/ human resources specialists perception. *ELSEVIER*.
- Miswarti, M., Awaliah, N.S., Saied, M., Atikah, N., & Nabila, M. (2022). Determinan Yang Berhubungan Dengan Penyakit Infeksi Saluran Pernafasan Akut (Ispa) Pada Balita Di Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama (Fktp) Sanggamara Kodim 0101/Bs Kesdam Iskandar Muda Kota Banda Aceh Tahun 2021. *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(7), 791-807.
- Nurhidayah, & Indayani, B. (2020). Analisis Kualitatif Hubungan Budaya Kerja Organisasi dengan Opini Audit (Studi Pada Pemerintahan Kabupaten Majene). *Jurnal Owner*, 4(2), 510.
- Pratiwi, A., Fazriani, A., & Tangerang, D. S. Y. (2020). Hubungan antara fear of missing out (FoMO) dengan kecanduan media sosial pada remaja pengguna media sosial. *Jurnal Kesehatan*, 9(1).
- 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.

Rahardjo, Linda, K.D., & Soetjiningsih, Christiana, H. (2022). *Fear of Missing Out (FOMO)* dengan Kecanduan Media Sosial pada Mahasiswa. *Bulletin Of Counseling And Psychotherapy*, 4(2), 462.

Setiadi F., Agus D. (2020). HUBUNGAN ANTARA DURASI PENGGUNAAN JEJARING SOSIAL DAN TINGKAT FEAR OF MISSING OUT DI KALANGAN MAHASISWA KEDOKTERAN DI JAKARTA. *Damianus Journal of Medicine*, 19(1), 65.

Shelly, D.A., Luthfia, A.K., Fransiska, I., Ageng, T. (2023). The Influence of Instagram on Fomo Syndrome (Fear of Missing Out). *APLIKASI: Journal of Research Trends in Social Sciences and Humanities*.

Sugiyono, D., P. (2008). *Metode Penelitian Administrasi Cetakan ke-16*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, D., P. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.