SAMALEWA
JURNAL RISET DAN KAJIAN MANAJEMEN
http://e-journallppmunsa.ac.id/index.php/samalewa
||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 120 - 130

PENGARUH FEAR OF MISSING OUT TERHADAP TINGKAT PENGELUARAN MAHASISWA UNTUK HIBURAN

Rosyidah Rachman[1*], Andira Ayu Ensari[2]
[12]Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Nusa Tenggara Barat, Indonesia
Penulis Korespondensi: rossyirachman@gmail.com

Article Info
Article History
Received : 05 Mei 2026
Accepted : 16 Juni 2026
Published : 30 Juni 2026
Keywords
Fear of Missing Out;
Level of Expenditure.

Abstrak
This study aims to determine the effect of Fear of Missing Out (FoMO) on the level of expenditure on entertainment activities among students of the Faculty of Economics and Management at Samawa University. This study employs an associative research design. The data examined in this study are quantitative data in the form of respondents' response scores obtained directly from primary sources through questionnaires. The population of this study consists of all students of the Faculty of Economics and Management at Samawa University, totaling 307 students. The sample size was determined using the Slovin formula, resulting in a total of 76 respondents. The samples were selected using a simple random sampling technique. Data were analyzed using simple linear regression analysis, partial hypothesis testing (t-test), and the coefficient of determination (R^2). The results showed that FoMO has a positive and significant effect on the level of expenditure on entertainment activities among students of the Faculty of Economics and Management at Samawa University. This finding is based on a calculated t-value of 4.009, which is greater than the critical t-value of 1.993 (4.009 > 1.993), as well as a significance value of 0.000, which is lower than 0.05 (0.000 < 0.05). FoMO explains 78.3% of the variation in students' expenditure on entertainment activities, while the remaining 21.7% is influenced by other variables not examined in this study, such as income or allowance, family and peer influence, lifestyle, and financial literacy.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan dalam cara masyarakat berkomunikasi, memperoleh informasi, dan menjalankan aktivitas sehari-hari. Perkembangan internet dan perangkat telepon pintar memungkinkan pertukaran informasi berlangsung secara cepat tanpa dibatasi jarak dan waktu. Dalam lingkungan perguruan tinggi, kemudahan tersebut menjadikan media sosial sebagai bagian dari kehidupan mahasiswa, baik untuk berinteraksi, mengakses informasi akademik, maupun memperoleh hiburan. Riyandini *et al.* (2025) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi komunikasi dan telepon pintar mempermudah individu memperoleh serta membagikan informasi melalui berbagai platform digital. Kehadiran media sosial dengan demikian memperluas ruang interaksi mahasiswa sekaligus meningkatkan keterpaparan mereka terhadap aktivitas dan pengalaman orang lain.

Perkembangan penggunaan media sosial juga membawa konsekuensi psikologis yang perlu diperhatikan. Informasi tentang kegiatan teman sebaya, pengalaman rekreasi, dan tren hiburan dapat diakses secara berulang sehingga mahasiswa memiliki semakin banyak kesempatan untuk membandingkan pengalamannya dengan pengalaman orang lain. Penelitian Sari dan Zein (2024), menemukan pengaruh positif penggunaan media sosial terhadap *fear of missing out* (FoMO) pada mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap. Sementara itu, Andersan dan Darmapuspita (2025) menemukan keterkaitan signifikan antara durasi penggunaan TikTok dan FoMO di kalangan mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Tarumanagara. Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial relevan dikaji bersama kekhawatiran mahasiswa akan tertinggal pengalaman sosial.

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 120 - 130

FoMO dapat dipahami sebagai kekhawatiran ketika individu merasa tidak terlibat dalam pengalaman berharga yang dinikmati orang lain. Sari dan Zein (2024) menjelaskan FoMO sebagai ketakutan kehilangan atau tertinggal momen berharga bersama teman atau kelompok ketika seseorang tidak hadir dalam interaksi tersebut. Andersan dan Darmapuspita (2025) menekankan unsur kecemasan ketika seseorang merasa melewatkan momen penting. Selanjutnya, Riyandini *et al.* (2025) menguraikan FoMO sebagai kekhawatiran yang mendorong individu terus mengikuti pengalaman orang lain, termasuk melalui keterhubungan secara daring. Berdasarkan pengertian tersebut, FoMO dapat diartikan sebagai unsur emosional berupa rasa cemas dan unsur sosial berupa keinginan untuk tetap dilibatkan dalam aktivitas kelompok.

Dalam kehidupan mahasiswa, FoMO menjadi relevan ketika keinginan mengikuti aktivitas sosial turut memengaruhi keputusan konsumsi. Kekhawatiran tertinggal tren dapat mendorong mahasiswa mempertimbangkan pembelian atau kegiatan yang sebelumnya tidak menjadi prioritas. Safitri dan Rinaldi (2023) menemukan pengaruh positif FoMO terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi pembeli barang diskon melalui aplikasi Shopee. Penelitian Sawe *et al.* (2024) juga menemukan hubungan positif antara FoMO dan perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Makassar dengan koefisien korelasi sebesar 0,384. Temuan tersebut memberikan dasar empiris bahwa FoMO berkaitan dengan kecenderungan konsumsi mahasiswa, meskipun belum secara khusus menjelaskan besarnya pengeluaran untuk hiburan.

Salah satu kategori konsumsi yang berpotensi berkaitan dengan FoMO adalah hiburan. Dalam penelitian ini, pengeluaran hiburan dapat dipahami sebagai sejumlah uang yang digunakan mahasiswa untuk memperoleh kesenangan dan pengalaman rekreatif, seperti menghadiri pertunjukan, mengunjungi tempat wisata, menggunakan layanan hiburan digital berbayar, atau mengikuti kegiatan rekreasi bersama teman. Aktivitas berkumpul di kafe dapat dimasukkan apabila tujuan utamanya adalah rekreasi, dengan batasan yang jelas agar tidak bercampur dengan pengeluaran makanan sebagai kebutuhan pokok. Pengeluaran tersebut perlu dikaji karena keputusan mengikuti hiburan dapat melibatkan pertimbangan manfaat pribadi sekaligus keinginan untuk tidak melewatkan pengalaman bersama kelompok.

Secara teoretis, keterkaitan FoMO dengan pengeluaran hiburan dapat dipahami melalui kebutuhan untuk mempertahankan keterhubungan sosial serta konsep norma subjektif dalam *Theory of Planned Behavior*. Melalui konsep norma subjektif, keputusan individu dipandang dapat dipengaruhi oleh persepsi mengenai harapan atau penilaian orang-orang yang dianggap penting. Dalam penerapannya pada penelitian ini, mahasiswa yang merasa lingkungan pertemanannya mengharapkan keikutsertaan dalam suatu kegiatan mungkin memiliki dorongan lebih kuat untuk berpartisipasi. FoMO dapat memperkuat kekhawatiran bahwa ketidakhadiran akan menyebabkan hilangnya pengalaman bersama atau berkurangnya keterlibatan dalam kelompok. Penjelasan tersebut merupakan penerapan konseptual, bukan pernyataan bahwa FoMO merupakan komponen asli teori tersebut.

Bukti yang lebih dekat dengan konsumsi hiburan ditemukan dalam penelitian Haerani dan Anindita (2026) mengenai pembelian tiket konser K-Pop pada penggemar di Kota Samarinda menemukan bahwa FoMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif tiket konser. Hasil ini menunjukkan bahwa kekhawatiran kehilangan pengalaman dapat berkaitan dengan keputusan pembelian hiburan secara spontan. Temuan tersebut menjadi dasar dugaan bahwa FoMO berpotensi memengaruhi keputusan konsumsi hiburan.

Dimensi kesenangan juga menjadi bagian yang relevan dalam pembahasan FoMO dan konsumsi. Penelitian Wirasukessa dan Sanica (2023) menunjukkan hubungan

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 120 - 130

FoMO dan hedonisme dalam perilaku konsumtif. Sementara penelitian Syandana dan Dhania (2024) menemukan hubungan FoMO dan gaya hidup hedonis dengan pembelian impulsif pada 200 mahasiswa pengguna *e-commerce*. Kedua penelitian tersebut memperlihatkan relevansi faktor psikologis dan orientasi kesenangan dalam memahami keputusan konsumsi mahasiswa. Dalam konteks penelitian ini, unsur-unsur tersebut relevan karena hiburan merupakan konsumsi pengalaman yang dapat memiliki makna pribadi sekaligus makna sosial bagi mahasiswa.

Kajian oleh Listiana *et al.* (2026) mengidentifikasi faktor motivasi konsumtif, tekanan sosial digital, dan kontrol diri sebagai tema penting dalam pengalaman konsumsi yang berkaitan dengan FoMO pada mahasiswa. Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa dorongan mengikuti tren dapat berhubungan dengan keinginan menjaga partisipasi sosial dan eksistensi di ruang digital. Temuan ini memberikan implikasi perlunya memahami alasan di balik pengeluaran mahasiswa, termasuk kemungkinan bahwa keputusan membayar suatu aktivitas hiburan merupakan respons terhadap kekhawatiran kehilangan pengalaman bersama kelompok.

Dalam konteks mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa, penelitian ini relevan untuk memahami bagaimana FoMO berkaitan dengan alokasi dana hiburan pada mahasiswa yang memiliki latar pembelajaran ekonomi dan manajemen. Latar pendidikan tersebut menjadi konteks untuk mengkaji keputusan konsumsi, tetapi tidak cukup untuk menyimpulkan bahwa seluruh mahasiswa telah mampu mengelola pengeluarannya secara rasional. Demikian pula, belum tersedia data dalam penyusunan latar belakang ini yang membuktikan bahwa mahasiswa pada fakultas tersebut memiliki FoMO tinggi atau pengeluaran hiburan berlebihan. Kondisi lokal perlu diketahui melalui pengumpulan data mengenai tingkat FoMO, jenis hiburan, nominal pengeluaran, serta uang saku atau pendapatan mahasiswa.

Berdasarkan telaah hasil kajian empiris sebelumnya, terdapat ruang penelitian pada pengukuran konsekuensi FoMO terhadap aspek finansial secara lebih spesifik. Kajian-kajian tersebut belum secara langsung menjawab apakah mahasiswa dengan tingkat FoMO lebih tinggi juga mengeluarkan uang lebih besar untuk hiburan. Kesenjangan penelitian ini terletak pada perbedaan antara kecenderungan konsumtif sebagai konstruk perilaku dan pengeluaran hiburan sebagai alokasi dana aktual. Dengan demikian, penelitian yang diusulkan memiliki fokus yang lebih khusus pada konsekuensi finansial FoMO dalam konsumsi pengalaman mahasiswa.

Pengukuran tingkat pengeluaran hiburan dapat diarahkan pada nominal pengeluaran bulanan dan, sebagai informasi pendukung, proporsinya terhadap uang saku atau pendapatan mahasiswa. Pembedaan ini penting karena nominal pengeluaran yang sama dapat memiliki beban berbeda bagi mahasiswa dengan kemampuan keuangan yang berbeda. Besarnya pengeluaran juga perlu ditafsirkan dengan mempertimbangkan uang saku atau pendapatan, sehingga hubungan yang ditemukan tidak semata-mata mencerminkan perbedaan sumber daya keuangan. Fokus tersebut diharapkan menghasilkan penjelasan yang lebih tepat mengenai keterkaitan FoMO dengan keputusan pengeluaran hiburan.

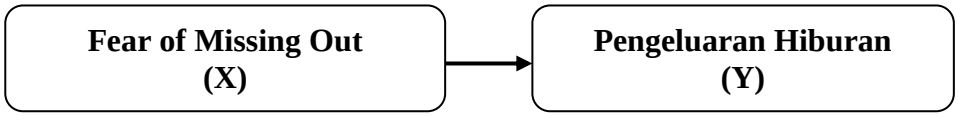
Dengan demikian, penelitian dengan judul **"Pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Tingkat Pengeluaran Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa untuk Hiburan"** perlu dilakukan untuk menguji apakah FoMO dapat menjelaskan variasi pengeluaran hiburan mahasiswa. Pengujian tersebut perlu mempertimbangkan perbedaan uang saku atau pendapatan agar penjelasan yang diperoleh lebih tepat. Dengan demikian, penelitian berangkat dari dugaan yang didukung literatur dan diuji melalui data, tanpa terlebih dahulu menganggap bahwa FoMO pasti menyebabkan peningkatan pengeluaran hiburan.

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 120 - 130

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif menurut Sugiyono (2021) merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih. Pada penelitian ini, metode asosiatif digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen, yaitu *Fear of Missing Out* (X) terhadap variabel dependen (terikat), yaitu Tingkat Pengeluaran Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa untuk Hiburan (Y). Adapun hubungan antar variabel yang akan dikaji dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam kerangka konseptual berikut ini.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Sekaran dan Bougie (2021), data kuantitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk angka bukan dalam bentuk kata-kata. Data kuanlitatif yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data skor jawaban responden dalam menanggapi kuesioner yang diberikan terkait permasalahan yang diteliti.

Data pada penelitian ini diperoleh dari sumber primer. Menurut Rukajat (2021), data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber utama atau disebut sebagai data pertama. Dalam penelitian ini penulis memperoleh data primer secara langsung melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden penelitian, yaitu konsumen Coffe Shop Thousand Sunny di Kota Sumbawa Besar.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Sudaryana dan Agusiady (2022), populasi adalah jumlah keseluruhan subjek yang akan diukur dari suatu kelompok individu dengan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Berdasarkan pandangan tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif yang terdaftar di Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas yang berjumlah 307 mahasiswa.

Sedangkan sampel menurut Arikunto (2019) adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya. Tetapi jika subjeknya lebih dari 100 orang, maka bisa diambil sebagian dari anggota populasi untuk dijadikan sebagai sampel. Melihat jumlah populasi pada penelitian ini yang relatif banyak, maka peneliti menetapkan beberapa anggota menjadi sampel. Adapun teknik penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel
N = Jumlah populasi
e = *Margin of error* 10% (0.10).

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 120 - 130

Berikut perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$= \frac{307}{1 + 307\ (0,1)^2}$$

$$= \frac{307}{1 + 307\ (0,01)}$$

$$= \frac{307}{1 + 3,01}$$

$$= \frac{307}{4,01}$$

$$= 76$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diatas, maka jumlah sampel yang akan dijadikan responden pada peneliti ini adalah sebanyak 76 orang. Pemilihan sampel ditentukan menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Dengan menggunakan metode ini, maka seluruh anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi responden penelitian (Sugiyono, 2021).

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner. Menurut Sujarweni (2021), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Angket yang digunakan pada penelitian ini adalah angket tertutup, yaitu angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan cara memberikan tanda silang (x) atau tanda checklist (√). Pada masing-masing jawaban responden dalam kuesioner diberikan kode sekaligus skor guna menetukan dan mengetahui frekuensi kecenderungan responden terhadap masing-masing pertanyaan yang diukur dengan angka. Penentuan skor/nilai disusun berdasarkan *skala likert* yang merupakan skor pendapat responden hasil penjumlahan dari nilai skala yang diberikan pada tiap jawaban pada kuesioner. Dalam penelitian ini, *skala likert* terdiri dari lima alternatif jawaban yang mengandung variasi nilai untuk mengukur sikap dan pendapat responden, yaitu 5 = SS (sangat setuju), 4 = S (setuju), 3 = KS (kurang setuju), 2 = TS (tidak setuju), dan 1 = STS (sangat tidak setuju).

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun variabel bebas pada penelitian ini adalah *Fear of Missing Out* (X), sedangkan variabel terikatnya adalah Tingkat Pengeluaran Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa untuk Hiburan (Y). Selain itu, dilakukan pula pengujian hipotesis parsial (uji t), dan uji koefisien determinan (R^2). Dalam penelitian ini, data-data diolah dengan menggunakan software *Statistical Package for The Social Science* (SPSS) (Pramesti dan Wiraya, 2021).

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 120 - 130

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Ghozali (2021), analisis regresi linear sederhana adalah model regresi yang didasarkan pada hubungan linier yang melibatkan satu variabel independen (X) terhadap satu variabel dependen (Y). Pada penelitian ini, analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menguji pengaruh *Fear of Missing Out* (X) terhadap Tingkat Pengeluaran Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa untuk Hiburan (Y).

Hasil analisis regresi linear sederhana yang dilakukan dengan bantuan software SPSS disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.048	2.345		5.137	.000
	FoMo	.434	.108	.422	4.009	.000
a. Dependent Variable: Pengeluaran Hiburan						

Sumber: Data primer diolah (Output SPSS), 2026.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana yang disajikan dalam tabel diatas, maka dapat disajikan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + \beta X + e$$

Pengeluaran Hiburan = 12.048 + 0.434 (FoMo) + *e*

Persamaan regresi linear sederhana diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a. Nilai constanta (a) adalah sebesar 12.048 yang merupakan angka konstan. Artinya, apabila nilai variabel FoMo (X) tidak mengalami perubahan atau bernilai konstan (0), maka tingkat pengeluaran mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa untuk hiburan (Y) adalah konstan sebesar 12.048.
b. Nilai β koefisien regresi variabel FoMo (X) adalah sebesar 0.434 dan bernilai positif yang menunjukkan hubungan searah (berbanding lurus). Hal ini mengandung arti bahwa apabila nilai variabel FoMo (X) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka tingkat pengeluaran mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa untuk hiburan (Y) juga akan meningkat sebesar 0.434. Sebaliknya, apabila nilai variabel FoMo (X) mengalami penurunan sebesar satu satuan, maka tingkat pengeluaran mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa untuk hiburan (Y) juga akan menurun sebesar 0.434.

2. Uji Hipotesis Parsial (Uji-t)

Menurut Ghozali (2021), uji statistik t atau uji parsial merupakan teknik pengujian yang bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Pada uji statistik t, nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% (0.05). Variabel independen dikatakan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen, jika nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dan nilai probabilitas (signifikansi) hasil perhitungan lebih kecil dari taraf nyata 0.05 (sig.<0.05).

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 120 - 130

Pada penelitian ini, uji hipotesis parsial (uji t) digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh FoMo (X) terhadap tingkat pengeluaran mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa untuk hiburan (Y). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis parsial (uji-t) dengan bantuan software SPSS yang disajikan dalam tabel 1., diketahui nilai t_{hitung} adalah sebesar 4.009 dan nilai t_{tabel} pada derajat kebebasan (df=n-k=76-2=74) dan α = 5% (0.05) adalah sebesar 1.993, sehingga nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} (4.009>1.993), serta nilai probabilitas hasil perhitungan adalah sebesar 0.000 lebih kecil dari nilai taraf nyata 0.05 (0.000<0.05). Dengan demikian, maka dapat dinyatakan bahwa FoMo berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pengeluaran mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa untuk hiburan.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2021), uji koefisien determinasi (R^2) pada prinsipnya mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam model regresi dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Apabila nilai R^2 semakin kecil mendekati nol, berarti semakin kecil pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya. Sebaliknya, apabila nilai R^2 semakin mendekati 1 atau 100%, berarti semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan dalam model memberikan hampir semua informasi yang diperlukan.

Uji koefisien determinasi (R^2) pada penelitin ini dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh FoMo (X) terhadap tingkat pengeluaran mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa untuk hiburan (Y). Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 2. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.885[a]	.783	.780	2.236
a. Predictors: (Constant), Konsistensi Pemasaran Digital				
b. Dependent Variable: Volume Penjualan				

Sumber: Data primer diolah (Output SPSS), 2026.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) yang disajikan dalam tabel diatas, diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) yang diindikasikan oleh nilai *R-Square* adalah sebesar 0.783. Hal ini berarti bahwa kontribusi FoMo dalam mempengaruhi tingkat pengeluaran mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa untuk hiburan adalah sebesar 78,3%, sedangkan sisanya sebesar 21,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti besarnya pendapatan/uang saku, pengaruh keluarga dan teman, gaya hidup, serta literasi finansial (Hutauruk *et al.*, 2025).

Pembahasan

Fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) menjadi salah satu bentuk perubahan perilaku sosial yang semakin terlihat di kalangan mahasiswa seiring dengan perkembangan teknologi digital dan meningkatnya penggunaan media sosial. FoMO merupakan kondisi psikologis ketika seseorang merasa cemas, khawatir, atau takut tertinggal dari pengalaman, aktivitas, maupun tren yang dinikmati orang lain. Przybylski *et al.* (2013) menjelaskan bahwa FoMO mencerminkan kekhawatiran individu ketika orang lain memperoleh pengalaman yang menyenangkan tanpa

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 120 - 130

keterlibatan dirinya, sehingga muncul dorongan untuk terus terhubung dengan aktivitas sosial orang lain. Dalam kehidupan mahasiswa, fenomena ini dapat muncul melalui keinginan untuk mengikuti berbagai aktivitas yang sedang populer, seperti mengunjungi kafe, menonton konser musik, pergi ke bioskop, menghadiri acara hiburan, berwisata, maupun berkumpul di tempat-tempat yang sedang menjadi tren. Keinginan tersebut tidak selalu berasal dari kebutuhan pribadi, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh dorongan untuk memperoleh pengakuan sosial, mempertahankan hubungan pertemanan, dan menghindari perasaan tertinggal dari lingkungan sekitarnya.

Media sosial memiliki peran penting dalam memperkuat fenomena FoMO di kalangan mahasiswa. Melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan berbagai media sosial lainnya, mahasiswa dapat mengetahui aktivitas hiburan yang dilakukan oleh teman sebaya maupun individu lain secara cepat dan berulang. Unggahan berupa foto, video, cerita pengalaman, dan rekomendasi tempat hiburan dapat membentuk persepsi bahwa mengikuti aktivitas tertentu merupakan bagian dari gaya hidup yang perlu dipenuhi agar tetap relevan dalam lingkungan sosial. Dampaknya terlihat melalui munculnya FoMO, meningkatnya frekuensi kunjungan, keputusan mengunjungi tempat yang tidak didasarkan pada kebutuhan, serta perubahan pola pengeluaran mahasiswa (Ringga dan Arsal, 2024)). Temuan tersebut memperlihatkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi, tetapi juga dapat membentuk preferensi konsumsi dan memengaruhi keputusan mahasiswa dalam mengalokasikan uang untuk kegiatan hiburan

Fenomena FoMO berpotensi meningkatkan pengeluaran mahasiswa untuk kegiatan hiburan karena menciptakan dorongan konsumsi yang lebih kuat daripada pertimbangan kebutuhan dan kemampuan keuangan. Mahasiswa yang memiliki tingkat FoMO tinggi cenderung merasakan tekanan psikologis untuk mengikuti aktivitas hiburan yang dilakukan oleh kelompok pertemanannya. Ketika teman sebaya mengunjungi tempat hiburan tertentu, mahasiswa lainnya merasa perlu melakukan aktivitas serupa agar tidak kehilangan kesempatan memperoleh pengalaman sosial yang sama. Akibatnya, keputusan untuk mengeluarkan uang tidak hanya mempertimbangkan manfaat hiburan, tetapi juga keinginan untuk tetap diterima dalam kelompok sosial. Dalam kondisi tersebut, pengeluaran untuk hiburan berpotensi meningkat, baik dari segi frekuensi maupun jumlah uang yang dikeluarkan. Mahasiswa yang awalnya hanya merencanakan kegiatan hiburan sesekali dapat terdorong untuk lebih sering mengunjungi kafe, menonton film, menghadiri acara, atau mengikuti aktivitas rekreasi lainnya karena merasa khawatir tertinggal dari tren yang berkembang.

Peningkatan pengeluaran akibat FoMO juga dapat terjadi karena mahasiswa lebih mengutamakan kepuasan emosional dan pengalaman sosial dibandingkan pertimbangan ekonomi yang rasional. Aktivitas hiburan tidak lagi dipandang semata-mata sebagai sarana melepas penat, tetapi juga sebagai simbol gaya hidup, bentuk aktualisasi diri, dan sarana memperoleh pengakuan dari lingkungan sosial. Ketika mahasiswa menilai bahwa keikutsertaan dalam suatu aktivitas hiburan dapat meningkatkan citra diri atau memperkuat hubungan pertemanan, mereka berpotensi bersedia mengeluarkan uang lebih besar meskipun aktivitas tersebut tidak termasuk kebutuhan utama. Kondisi ini dapat menyebabkan perubahan prioritas penggunaan uang, khususnya ketika mahasiswa memiliki sumber keuangan yang terbatas dan masih bergantung pada uang saku dari orang tua. Apabila perilaku tersebut terjadi secara berulang tanpa perencanaan keuangan yang memadai, proporsi pengeluaran untuk hiburan dapat meningkat dan mengurangi alokasi dana untuk kebutuhan akademik, tabungan, maupun kebutuhan sehari-hari.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa, diketahui bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO)

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 120 - 130

berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pengeluaran mahasiswa untuk kegiatan hiburan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat FoMO yang dimiliki mahasiswa, maka semakin tinggi pula kecenderungan pengeluaran mereka untuk kegiatan hiburan. Namun sebaliknya, mahasiswa dengan tingkat FoMO yang lebih rendah cenderung memiliki dorongan yang lebih kecil untuk mengeluarkan uang demi mengikuti aktivitas hiburan yang sedang populer.

Hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa dalam membelanjakan uang untuk hiburan tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan rekreasi, tetapi juga memiliki keterkaitan dengan faktor psikologis dan sosial. Mahasiswa yang memiliki kekhawatiran tinggi terhadap kemungkinan tertinggal dari aktivitas pertemanan atau tren hiburan cenderung memiliki dorongan lebih besar untuk berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Dorongan ini dapat memengaruhi keputusan pengeluaran karena mahasiswa memandang keterlibatan dalam aktivitas hiburan sebagai cara untuk mempertahankan hubungan sosial, memperoleh pengalaman bersama, dan menghindari perasaan terasing dari kelompok pertemanan. Oleh karena itu, semakin kuat perasaan takut tertinggal yang dialami mahasiswa, semakin besar kecenderungan mereka untuk mengalokasikan uang pada aktivitas hiburan, meskipun kegiatan tersebut tidak selalu menjadi kebutuhan yang mendesak.

Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa faktor psikologis perlu memperoleh perhatian dalam memahami pola konsumsi mahasiswa. Pengeluaran mahasiswa untuk kegiatan hiburan tidak cukup dijelaskan hanya melalui jumlah uang saku, tingkat pendapatan, atau harga layanan hiburan, tetapi juga perlu mempertimbangkan tekanan sosial dan keinginan untuk mengikuti pengalaman orang lain. Hasil tersebut memberikan pemahaman bahwa keputusan pengeluaran dapat dipengaruhi oleh motivasi emosional yang muncul ketika mahasiswa melihat aktivitas menarik yang dilakukan teman sebaya. Mahasiswa dapat terdorong untuk mengeluarkan uang bukan karena sebelumnya telah merencanakan kegiatan tersebut, melainkan karena muncul kekhawatiran bahwa mereka akan kehilangan kesempatan untuk menikmati pengalaman yang sama. Dengan demikian, FoMO dapat dipahami sebagai salah satu faktor yang menjelaskan perbedaan kecenderungan pengeluaran hiburan antarmahasiswa.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Jangkar *et al.* (2025) yang menemukan hubungan positif dan signifikan antara FoMO dan perilaku konsumtif mahasiswa, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,597. Demikian pula hasil penelitian Ayu *et al.* (2025) yang menunjukkan bahwa FoMO memiliki keterkaitan dengan meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa, terutama dalam pembelian yang bertujuan memperkuat citra diri di media sosial. Hasil kedua penelitian tersebut memperlihatkan bahwa FoMO memiliki keterkaitan dengan keputusan individu dalam menggunakan sumber daya keuangannya. Mahasiswa dengan tingkat FoMO yang lebih tinggi cenderung memiliki perilaku konsumtif yang lebih tinggi pula.

Dengan demikian, maka dapat dipahami bahwa FoMO merupakan faktor psikologis yang relevan dalam menjelaskan peningkatan pengeluaran mahasiswa untuk kegiatan hiburan. Ketakutan tertinggal dari aktivitas sosial dapat meningkatkan dorongan mahasiswa untuk mengikuti berbagai kegiatan hiburan tanpa selalu mempertimbangkan keterbatasan keuangan. Oleh karena itu, mahasiswa perlu meningkatkan kesadaran terhadap pengaruh FoMO dan mengembangkan kemampuan pengelolaan keuangan agar mereka mampu membedakan kebutuhan dan keinginan, menetapkan prioritas pengeluaran, serta merencanakan penggunaan anggaran keuangan pribadi secara bijak dan lebih terarah.

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 120 - 130

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. FoMo berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pengeluaran mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa untuk hiburan.
2. Besarnya kontribusi FoMo dalam mempengaruhi tingkat pengeluaran mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa untuk hiburan adalah sebesar 78,3%, sedangkan sisanya sebesar 21,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti besarnya pendapatan/uang saku, pengaruh keluarga dan teman, gaya hidup, serta literasi finansial.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka penulis menyarankan beberapa hal untuk meningkat kualitas SDM di sekolah, yaitu sebagai berikut.

1. Bagi Mahasiswa

   Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa disarankan lebih cermat dalam menentukan pengeluaran hiburan dengan mempertimbangkan kebutuhan, prioritas, dan kemampuan keuangan. Berdasarkan temuan bahwa FoMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengeluaran hiburan, mahasiswa perlu mengenali dorongan mengikuti kegiatan karena takut tertinggal pengalaman teman. Langkah yang dapat dilakukan adalah menetapkan anggaran hiburan, mencatat pengeluaran, serta memberikan jeda sebelum melakukan pembelian yang tidak direncanakan. Mahasiswa juga diharapkan mampu mengambil keputusan secara mandiri tanpa merasa harus mengikuti setiap tren atau ajakan kelompok.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Peneliti selanjutnya disarankan mengembangkan model dengan mempertimbangkan uang saku atau pendapatan sebagai variabel kontrol, serta menguji peran literasi keuangan, kontrol diri, penggunaan media sosial, dan pengaruh teman sebaya. Pengukuran pengeluaran hiburan dapat diperkuat melalui catatan pengeluaran selama periode tertentu agar tidak hanya mengandalkan ingatan responden. Selain memperluas sampel ke fakultas atau perguruan tinggi lain, penelitian longitudinal dapat dilakukan untuk mengetahui apakah perubahan tingkat FoMO diikuti perubahan pengeluaran hiburan mahasiswa dari waktu ke waktu.

DAFTAR PUSTAKA

Andersan, J., & Darmapuspita, J. (2025). Pengaruh Durasi Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Meningkatnya Perilaku Fear of Missing Out. *Tarumanagara Medical Journal, 7*(1), 89-97.

Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Ayu, N. P., Safitri, D., & Sujarwo. (2025). Hubungan Sindrom Fear of Missing Out (FoMO) Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *MUTIARA: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia, 3*(2), 1-18.

Ghozali, I. (2021), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (Edisi Kesepuluh)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Haerani, L., & Anindita, M. (2026). Pengaruh Fear of Missing Out dan Obsessive Brand Passion Terhadap Impulsive Buying Pembelian Tiket Konser K-Pop Pada Penggemar Kota Samarinda. *Jurnal Mirai Management, 11*(1), 446-457.

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 120 - 130

Hutauruk, B., Riwu, A. U., & Fasya, F. (2025). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pengeluaran Dan Tabungan Mahasiswa FEB UKI. *Jurnal Kajian Ilmiah Interdisiplinier, 9*(6), 161-175.

Jangkar, V. Y., Nalle, A. P., & Korohama, K. E. P. (2025). Hubungan antara Fear of Missing Out (FoMO) Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Bimbingan Konseling Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Nusa Cendana. *JBKF: Jurnal Bimbingan Konseling Flobamora, 3*(1), 57-66.

Listiana, I., Anbiya, D. C., Abrar, F. R., Nurharyati, E., & Saefudin, A. (2026). Dampak Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. *BEMAS: Jurnal Bermasyarakat, 7*(1), 84-95.

Pramesti, G., & Wiraya, A. (2021). *Mudah dan Menyenangkan Mengolah Data dengan SPSS Statistik 26*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

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.

Riyandini, A. R., Haidar, M., & Listyaningrum, R. A. (2025). Perilaku FoMO (Fear of Missing Out) dan Adiksi Media Sosial Pada Mahasiswa Gen Z. *Jurnal Pendidikan Nonformal, 20*(2), 54-66.

Rukajat, A. (2021). *Metodologi Penelitian (Kuantitatif Dan Kualitatif)*. Yogyakarta: Deepublish.

Safitri, A. F., & Rinaldi, R. (2023). Pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Pembeli Barang Diskon Aplikasi Shopee. *AHKAM, 2*(4), 727-737.

Sari, R. Y., & Zein, M. T. A. A. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap FoMO "Fear of Missing Out" Pada Mahasiswa UNUGHA Cilacap. *Hujjah: Jurnal Ilmiah Komunikasi dan Penyiaran Islam, 8*(2), 137-150.

Sawe, M. T., Hayati, S., & Umar, M. F. R. (2024). Hubungan Perilaku Konsumtif Dengan Fear of Missing Out (Fomo) Pada Mahasiswa di Kota Makassar. *Jurnal Psikologi Karakter, 4*(2), 506-512.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2021). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian (Edisi 6, Cet. 4)*. Jakarta: Salemba Empat.

Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V.W. (2021) *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Syandana, D. A., & Dhania, D. R. (2024). Hubungan Antara Fear of Missing Out (FoMO) dan Gaya Hidup Hedonis Dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswa Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 8*(3), 691-705.

Wirasukessa, K., & Sanica, I. G. (2023). Fear of missing out dan Hedonisme Pada Perilaku Konsumtif Millennials: Peran Mediasi Subjective Norm dan Attitude. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 7*(1), 156-175.