



**PENGARUH FEAR OF MISSING OUT TERHADAP  
GAYA HIDUP KONSUMTIF SISWA KELAS XI  
DI SMAN 2 PALOPO**

***THE INFLUENCE OF FEAR OF MISSING OUT ON THE  
CONSUMPTIVE LIFESTYLE OF GRADE XI STUDENTS  
AT SMAN 2 PALOPO***

Hastiani<sup>1\*</sup>, Efendi P<sup>2</sup>, Jumriani<sup>3</sup>

<sup>1\*</sup>Universitas Islam Negeri Palopo, Email : [2201030012@uinpalopo.ac.id](mailto:2201030012@uinpalopo.ac.id)

<sup>2</sup>Universitas Islam Negeri Palopo, Email : [efendi@uinpalopo.ac.id](mailto:efendi@uinpalopo.ac.id)

<sup>3</sup>Universitas Islam Negeri Palopo, Email : [jumriani@uinpalopo.ac.id](mailto:jumriani@uinpalopo.ac.id)

\*email koresponden: [2201030012@uinpalopo.ac.id](mailto:2201030012@uinpalopo.ac.id)

DOI: <https://doi.org/10.62567/ijosse.v2i3.3142>

***Abstrack***

*This study examines the influence of the "Fear of Missing Out" (FoMO) on the consumptive lifestyles of 11th-grade students at SMAN 2 Palopo. The research aims to analyze the extent of FoMO's influence on students' consumptive lifestyles. A quantitative correlational research method was employed, utilizing purposive sampling to select a sample of 37 students. Data were collected through observation, questionnaires, and documentation, and subsequently analyzed using simple regression. The results indicate that FoMO influences students' consumptive lifestyles by 0.117 (or 11.7%), while the remaining influence is attributed to other factors. The findings reveal that both FoMO levels and students' consumptive lifestyles fall into the moderate category. Hypothesis testing confirms that FoMO influences students' consumptive lifestyles; this is evidenced by a calculated t-value of 2.150 exceeding the t-table value of 2.030, leading to the acceptance of the alternative hypothesis (Ha) and the rejection of the null hypothesis (Ho).*

**Keywords:** *Fear Of Missing Out, Consumptive Life Style, High School Students.*

**Abstrak**

Penelitian ini membahas tentang pengaruh *Fear of Missing Out* terhadap gaya hidup konsumtif siswa kelas XI di SMAN 2 Palopo. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh *Fear of Missing Out* terhadap gaya hidup konsumtif siswa kelas XI di SMAN 2 Palopo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Teknik pengambilan sampel dengan teknik purposive sampling. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 37 siswa. Data diperoleh melalui observasi, angket, dan dokumentasi, selanjutnya data penelitian tersebut dianalisis dengan menggunakan regresi sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa FoMO



berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif siswa sebesar 0,117 atau 11,7% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa FoMO berada pada kategori sedang, demikian pula gaya hidup konsumtif siswa berada pada kategori sedang. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa FoMO berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif siswa, hal ini dibuktikan dengan diperoleh  $t$ -hitung sebesar  $2,150 > t$ -tabel sebesar 2,030, sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak.

**Kata Kunci:** *Fear of Missing Out*, Gaya Hidup Konsumtif, Siswa SMA.

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Salah satu perubahan yang terjadi akibat kemajuan teknologi adalah meningkatnya penggunaan media sosial, utamanya kalangan remaja. Hasil survei oleh Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan tingkat persentase penggunaan media sosial pada tahun 2021-2022 pada usia 13-18 telah mencapai 99,16%. Tingginya penggunaan media sosial tersebut menunjukkan bahwa remaja merupakan kelompok yang paling aktif dalam memanfaatkan teknologi digital. Media sosial pada dasarnya memberikan berbagai manfaat, seperti memperluas jaringan pertemanan, mempermudah akses informasi, dan mendukung aktivitas pembelajaran. Akan tetapi, perkembangan media sosial juga memunculkan berbagai dampak negatif, salah satunya adalah *Fear of Missing Out* (FoMO).

FoMO secara signifikan memengaruhi kecanduan media sosial pada remaja. Data survei yang dilakukan pada 638 remaja di Indonesia bahwa sekitar 64,6% atau 412 remaja mengalami FoMO di media sosial. Perkembangan media sosial yang semakin pesat membuat FoMO pada remaja mengalami peningkatan. Apabila fenomena FoMO terus berkelanjutan, maka hal ini dapat memengaruhi kecanduan media sosial khususnya TikTok, permasalahan tersebut dapat terjadi dikarenakan remaja cenderung selalu memeriksa TikTok untuk melihat berbagai kegiatan yang dilakukan kerabat-kerabat mereka atau orang lain sehingga mereka rela mengesampingkan kegiatannya sendiri di dunia nyata.

Andrew K. Przybylski mendefinisikan FoMO dalam maknanya sebagai ketakutan yang mendalam bahwa orang lain mungkin memiliki pengalaman berharga yang tidak terlewatkan, FoMO ditandai dengan perasaan takut khawatir dan cemas yang disebabkan oleh kebutuhan psikologis dasar tersebut yang tidak terpenuhi secara berkepanjangan sehingga individu terdorong untuk terus terhubung dengan aktivitas orang lain agar tidak merasa tertinggal, sebagaimana yang dijelaskan dalam *Self-Determination Theory*.

Memahami FoMO, Andrew K. Przybylski dkk, mengacu pada *Self-Determination Theory* yang diusulkan oleh Deci dan Ryan, tentang kebutuhan psikologis dasar yang terdiri dari kompetensi, otonomi, dan keterikatan. FoMO ditandai dengan perasaan takut, khawatir, dan cemas yang disebabkan oleh tiga kebutuhan psikologis dasar tersebut yang tidak terpenuhi secara berkepanjangan.

Gejala FoMO dapat diidentifikasi dari perilaku individu yang sulit melepas diri dari media sosial, merasa cemas apabila tidak mengetahui informasi terbaru. Gaya hidup konsumtif merupakan pola perilaku individu yang ditandai oleh kecenderungan membeli barang atau menggunakan jasa secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya. Menurut Kotler & Killer dalam Eni Nur Aini gaya hidup adalah pola pikir seseorang dalam bereaksi dan berinteraksi di dunia yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan opini. Individu yang memiliki gaya hidup konsumtif biasanya mereka hanya membeli barang yang bukan kebutuhannya, mereka hanya membelinya karena terpengaruh oleh trend, lingkungan dan media sosial.

Gaya hidup konsumtif adalah pola perilaku yang mendorong seseorang untuk menghabiskan uang secara berlebihan, baik itu untuk memenuhi kebutuhan pokok maupun keinginan yang bersifat materi. Akibatnya, banyak orang terperangkap dalam lingkaran hutang dan masalah keuangan yang sulit diatasi. Munculnya perilaku konsumtif juga membawa perubahan dalam kehidupan individu, seiring berjalannya waktu perilaku boros yang biasa dilakukan individu menjadi suatu kebiasaan dan mulai menjadi gaya hidup. Hal tersebut akan mengarahkan siswa untuk mengikuti perilaku-perilaku yang penting bagi karakternya, harga dirinya dan bagaimana mereka akan terus mengikuti



perkembangan di lingkungannya, karena sulit bagi mereka untuk belajar melakukan hal yang benar dalam menyikapi perkembangan yang ada, langkah-langkah yang tepat harus diambil sebagai respons terhadap perkembangan saat ini, siswa biasa tidak fokus pada masa depan tetapi justru berorientasi dan menyikapi gaya hidup yang cenderung konsumtif pada masa kini.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Fear of Missing Out terhadap gaya hidup konsumtif. Penelitian dilaksanakan di SMAN 2 Palopo yang berlokasi di Jln Garuda Nomor 18, Kecamatan Bara, Kota Palopo, Sulawesi Selatan. Populasi penelitian adalah seluruh siswa kelas XI SMAN 2 Palopo yang berjumlah 324 siswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 37 siswa.

Data penelitian diperoleh melalui observasi, angket dan dokumentasi. Instrumen penelitian menggunakan skala likert untuk mengukur variabel FoMO dan gaya hidup konsumtif. Variabel FoMO diukur melalui indikator ketakutan, kecemasan, dan kekhawatiran. Sementara itu, gaya hidup konsumtif diukur berdasarkan indikator aktivitas, minat, dan opini.

Data penelitian dianalisis menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan bantuan program statistic. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, data diuji melalui uji validitas, reliabilitas, normalitas, dan linearitas.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Deskripsi Tingkat Fear of Missing Out

FoMO bagian dari perasaan takut akan “tertinggal” kurang partisipasinya dalam aktivitas tertentu atau perasaan cemas dan takut melewatkan hal-hal baru seperti berita dan trend. Rasa takut ini berkaitan dengan pandangan bahwa orang lain lebih bahagia, lebih menarik, lebih sukses karena memiliki kehidupan dan profesi yang lebih baik. Perasaan FoMO bisa menimpa pada orang-orang dari semua jenis kelamin dan usia. Orang yang mengalami FoMO kurang puas dengan hidup mereka karena mereka terus-menerus membandingkan kehidupan mereka dengan orang lain. Berikut ciri-ciri orang yang terkena FoMO : a) habiskan banyak waktu bermain dengan perangkat, b) peduli media sosial lebih dari kehidupan nyata, c) akan gossip dan informasi terbaru tentang kehidupan orang lain, d) bersedia merogoh kocek besar untuk mengikuti tren terkini, e) mereka selalu ingin tahu berita terbaru.

Variabel FoMO dalam penelitian ini merupakan variabel independen (X). Pengukuran FoMO dilakukan melalui tiga indikator, yaitu ketakutan, kekhawatiran, dan kecemasan, yang dituangkan ke dalam 12 butir pernyataan. Angket diberikan kepada 37 siswa kelas XI SMAN 2 Palopo. Berdasarkan hasil pengolahan data, tingkat FoMO siswa berada pada kategori sedang.

Hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa pada pernyataan pertama yaitu saya merasa perlu mengikuti hal yang sedang populer agar tidak merasa tertinggal, diperoleh jawaban setuju sebesar 13 responden (35,1%) yang berarti hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa perlu mengikuti hal-hal yang sedang populer agar tidak merasa tertinggal dari temannya.

Pernyataan kedua yaitu, saya tidak tertarik mengikuti barang yang sedang viral diperoleh jawaban tidak setuju sebesar 22 responden (59,5%), hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih memiliki ketertarikan terhadap barang-barang yang sedang viral atau populer.

Pertanyaan ketiga yaitu saya takut melewatkan informasi penting yang sedang ramai dibicarakan diperoleh jawaban setuju sebesar 17 responden (45,9%), hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan untuk selalu mengikuti informasi yang sedang menjadi pembicaraan di lingkungannya.

Pernyataan keempat yaitu saya tetap menikmati waktu sendiri tanpa harus mengikuti aktivitas teman-teman diperoleh jawaban kurang setuju sebesar 17 responden (45,9%), hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden masih merasa perlu mengikuti aktivitas teman-temannya agar tidak merasa tertinggal.



Pernyataan kelima yaitu saya merasa tidak nyaman jika tidak mengikuti tren terbaru di media sosial, diperoleh jawaban kurang setuju sebesar 16 responden (43,2%), hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak terlalu merasa tidak nyaman ketika tidak dapat mengikuti seluruh tren terbaru di media sosial, tetapi masih terdapat responden yang masih merasa tidak nyaman jika tidak mengikuti tren terbaru di media sosial.

Pernyataan keenam yaitu saya tidak merasa terganggu jika terlambat mengetahui berita terbaru, dengan memperoleh jawaban setuju sebesar 15 responden (40,5%), hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden merasa tidak terganggu apabila terlambat mengetahui berita atau informasi terbaru.

Pernyataan ketujuh yaitu saya merasa tergesa-gesa untuk membuka media sosial setelah lama tidak online, dengan memperoleh jawaban kurang setuju sebesar 17 responden (45,9%), hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak memiliki dorongan yang kuat untuk segera membuka media sosial setelah lama tidak online.

Pernyataan kedelapan yaitu saya dapat membatasi penggunaan media sosial tanpa merasa cemas, dengan jawaban kurang setuju sebesar 14 responden (37,8%), hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden masih mengalami kesulitan dalam membatasi penggunaan media sosial.

Pernyataan kesembilan yaitu saya khawatir jika aktivitas saya jarang mendapatkan perhatian dari teman-teman, dengan memperoleh jawaban kurang setuju sebesar 18 responden (48,6%), hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak terlalu khawatir apakah aktivitas yang mereka lakukan mendapat perhatian dari teman-temannya atau tidak.

Pertanyaan kesepuluh yaitu saya tetap dapat fokus pada kegiatan saya tanpa harus terus memeriksa media sosial, diperoleh jawaban setuju sebesar 19 responden (51,4%), hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden bisa tetap fokus pada aktivitas yang sedang dilakukan tanpa harus terus memeriksa media sosial.

Pernyataan kesebelas yaitu saya merasa khawatir ketika tidak diajak dalam kegiatan bersama teman, dengan memperoleh jawaban kurang setuju sebesar 17 responden (45,9%), hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak terlalu merasa khawatir apabila tidak terlibat dalam suatu kegiatan bersama teman-temannya.

Pernyataan keduabelas yaitu saya tidak terlalu memikirkan komentar orang lain terhadap diri saya, dengan jawaban kurang setuju sebesar 20 responden (54,1%), hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih memikirkan komentar yang diberikan oleh orang lain terhadap dirinya.

Berdasarkan dari ketiga indikator Fear of Missing Out dapat disimpulkan bahwa tingkat FoMO pada siswa kelas XI di SMAN 2 Palopo berada pada kategori sedang.

## **B. Deskripsi Tingkat Gaya Hidup Konsumtif**

Individu yang selalu mencari kepuasan dengan cara mengonsumsi barang yang bukan kebutuhannya melainkan untuk memenuhi keinginannya, fenomena ini biasanya dikenal dengan istilah perilaku konsumtif, perilaku konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli barang-barang maupun menggunakan jasa hanya untuk memenuhi kepuasan pribadi semata dan tidak lagi memandang manfaat atau urgensi dari barang maupun jasa tersebut, dimana remaja melakukan perilaku konsumtif untuk memenuhi gaya hidup (*life style*).

Berdasarkan hasil penelitian, variabel gaya hidup konsumtif siswa kelas XI di SMAN 2 Palopo berada pada kategori sedang. Variabel gaya hidup konsumtif ini diukur melalui tiga indikator yaitu, aktivitas, minat, dan opini.

Pertanyaan pertama, yaitu saya sering membeli barang yang sedang tren di media sosial, dengan memperoleh jawaban kurang setuju sebesar 17 responden (45,9%), hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak terlalu sering membeli barang hanya karena sedang tren di media sosial, tetapi masih terdapat responden yang sering membeli barang yang sedang tren di media sosial.

Pertanyaan kedua, yaitu saya selalu membuat daftar belanja sebelum membeli sesuatu, dengan memperoleh jawaban setuju sebanyak 23 responden (62,2%), hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki kebiasaan merencanakan pembelian terlebih dahulu.

Pertanyaan ketiga, yaitu saya menghabiskan waktu untuk melihat produk di aplikasi belanja online, dengan diperoleh jawaban setuju sebanyak 15 responden (40,5%), hal ini menunjukkan bahwa



siswa memiliki ketertarikan untuk mencari informasi mengenai berbagai produk melalui aplikasi belanja online.

Pertanyaan keempat, yaitu saya tidak tertarik membeli barang hanya karena tren, dengan memperoleh jawaban kurang setuju sebanyak 14 responden (37,8%), hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kecenderungan di antara responden, dimana sebagian siswa tidak mudah terpengaruh oleh tren, sedangkan sebagian lainnya masih mempertimbangkan tren dalam keputusan pembelian.

Pertanyaan kelima, yaitu saya merasa senang ketika memiliki barang yang banyak digunakan teman-teman, dengan memperoleh jawaban setuju sebesar 18 responden (48,6%), hal ini menunjukkan bahwa responden merasa senang apabila memiliki barang yang sama dengan yang digunakan oleh teman-temannya, sehingga terdapat kecenderungan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial.

Pertanyaan keenam, yaitu saya lebih memilih barang berdasarkan kebutuhan daripada keinginan, dengan diperoleh jawaban setuju sebanyak 23 responden (62,2%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden memilih jawaban setuju.

Pertanyaan ketujuh, yaitu saya merasa senang mengikuti gaya hidup yang sedang populer, dengan memperoleh jawaban kurang setuju sebesar 18 responden (48,6%), hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden tidak terlalu mengikuti gaya hidup yang sedang populer tetapi masih ada sebagian responden yang mengikuti gaya hidup yang sedang populer.

Pertanyaan kedelapan, yaitu saya tidak merasa perlu mengikuti gaya hidup orang lain, dengan memperoleh jawaban setuju sebanyak 18 responden (48,6%), hal ini menunjukkan sebagian responden memilih menentukan gaya hidupnya dengan cukup baik.

Pertanyaan kesembilan, yaitu saya rela menabung lebih lama demi membeli barang branded, diperoleh jawaban setuju sebanyak 16 responden (43,2%), hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden memiliki keinginan bahwa kepemilikan barang branded memiliki nilai tertentu yang dianggap penting sehingga mereka bersedia menabung untuk mendapatkan barang branded tersebut.

Pertanyaan kesepuluh, yaitu saya beranggapan membeli barang mahal bukan hal yang penting, dengan memperoleh jawaban setuju sebanyak 23 responden (62,2%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden berpendapat bahwa membeli barang mahal bukan hal yang penting.

Pertanyaan kesebelas, yaitu saya mudah tergoda membeli barang ketika melihat iklan di media sosial, diperoleh jawaban kurang setuju sebanyak 16 responden (43,2%), hal ini menunjukkan sebagian responden tidak mudah terpengaruh.

Pertanyaan kedua belas, diperoleh jawaban setuju sebesar 16 responden (43,3%), hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden pernah mengalami penyesalan setelah melakukan pembelian barang yang pada akhirnya tidak digunakan.

Berdasarkan dari ketiga indikator gaya hidup konsumtif dapat disimpulkan hasil penelitian bahwa tingkat gaya hidup konsumtif pada siswa kelas XI di SMAN 2 Palopo berada pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa siswa memiliki kecenderungan untuk mengikuti perkembangan trend dan memperhatikan produk yang sedang populer, namun masih mempertimbangkan manfaat.

### C. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan setiap butir pernyataan dalam mengukur variabel penelitian. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh butir pernyataan pada variabel FoMO memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar daripada  $r$  tabel sebesar 0,325. Nilai  $r$  hitung pada variabel FoMO berada antara 0,332 sampai 0,620.

Pada variabel gaya hidup konsumtif, seluruh butir juga dinyatakan valid. Nilai  $r$  hitung berada antara 0,342 sampai 0,644 dan seluruhnya lebih besar daripada  $r$  tabel 0,325. Dengan demikian, seluruh item angket pada kedua variabel dapat digunakan dalam penelitian.

### D. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian. Hasil pengujian menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,609 untuk variabel FoMO dan 0,647 untuk variabel gaya hidup konsumtif. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,60 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.



### E. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal. Karena jumlah responden penelitian adalah 37 siswa, hasil Shapiro-Wilk dapat digunakan sebagai dasar interpretasi. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi Shapiro-Wilk sebesar 0,052 untuk FoMO dan 0,322 untuk gaya hidup konsumtif. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga data kedua variabel dinyatakan berdistribusi normal.

### F. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh FoMO terhadap gaya hidup konsumtif. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh persamaan regresi:

$$Y = 20,008 + 0,337X$$

Konstanta sebesar 20,008 menunjukkan bahwa apabila nilai FoMO dianggap tetap atau tidak mengalami perubahan, maka nilai gaya hidup konsumtif diperkirakan sebesar 20,008. Sementara itu, koefisien regresi sebesar 0,337 menunjukkan arah hubungan yang positif. Artinya, setiap peningkatan FoMO diikuti dengan peningkatan kecenderungan gaya hidup konsumtif.

### G. Uji Hipotesis

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel FoMO memiliki nilai t hitung sebesar 2,150, sedangkan t tabel pada taraf signifikansi 5% dengan derajat kebebasan 35 sebesar 2,030. Karena  $2,150 > 2,030$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Selain itu, nilai signifikansi sebesar  $0,039 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa FoMO berpengaruh secara signifikan terhadap gaya hidup konsumtif siswa kelas XI SMAN 2 Palopo.

### H. Koefisien Determinasi

Hasil analisis menunjukkan nilai  $R = 0,342$  dan  $R \text{ Square} = 0,117$ . Dengan demikian, FoMO memberikan kontribusi sebesar 11,7% terhadap gaya hidup konsumtif siswa. Sementara itu, sebesar 88,3% variasi gaya hidup konsumtif dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 4. KESIMPULAN

Penelitian mengenai pengaruh Fear of Missing Out terhadap gaya hidup konsumtif siswa kelas XI di SMAN 2 Palopo, dapat disimpulkan bahwa tingkat FoMO siswa berada pada kategori sedang. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa siswa memiliki kecenderungan mengalami perasaan takut, khawatir, dan cemas ketika merasa tertinggal dari informasi maupun tren yang sedang viral, begitupun juga dengan variabel gaya hidup konsumtif berada pada kategori sedang. Menunjukkan bahwa siswa memiliki kecenderungan mengikuti trend dan tertarik terhadap barang yang sedang populer.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dan signifikan FoMO terhadap gaya hidup konsumtif siswa kelas XI di SMAN 2 Palopo. hal tersebut menunjukkan dengan nilai t-hitung sebesar 2,150, lebih besar daripada t-tabel sebesar 2,030, dengan nilai signifikan  $0,039 < 0,05$ . Dengan demikian,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Besarnya pengaruh FoMO terhadap gaya hidup konsumtif ditunjukkan oleh nilai  $R \text{ Square}$  sebesar 0,117 atau 11,7%. Dengan demikian, FoMO memberikan kontribusi sebesar 11,7% terhadap gaya hidup konsumtif siswa, sedangkan 88,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Aini Eni Nur, Anik Lestari Andjarwati, "Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian", *Bisnis dan Manajemen Islam* 8, no. 1 (2020).
- Andrew K. Przybelski, "Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out," *Computers In Human Behavior* (2013)
- Aresti Nadia Gita, Triyono Lukmantoro, dan Nurist Surayya Ulfa, "Pengaruh Tingkat Fear of Missing Out (FoMO) dan Tingkat Pengawasan Orang Tua terhadap Tingkat Kecanduan Penggunaan TikTok pada Remaja," (2023)  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksionline/article/view/39961/29341>



Daiva, “Gaya Hidup Konsumtif: Kenali Ciri-ciri dan Cara Mengatasinya,” *Universalbpr* (2023).

Maknun Lu”luil, Wardatul Mufidah, Erma Nursinta, “Fear of Missing Out (FoMO) pada Remaja Pengguna Instagram,” *Psikologi* 7, No. 1 (2023)  
[https://ejournal.undar.or.id/index.php/idea/article/download/178/171/739#:~:text=Wortham%20\(Abel%20dkk%2C%202016\),terhubung%20dengan%20pengalaman%20orang%20lain](https://ejournal.undar.or.id/index.php/idea/article/download/178/171/739#:~:text=Wortham%20(Abel%20dkk%2C%202016),terhubung%20dengan%20pengalaman%20orang%20lain)

Mujahidah A Nooriah, “Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik di SMKN 8 Makassar),” (2020) <https://eprints.unm.ac.id/18970/>

Tambang Aldianus, Prihma Sinta Utami, “Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Kelompok Mahasiswa Manggarai di Universitas Insan Budi Utomo Malang,” *Pendidikan Sejarah dan Sosiologi* 6, no. 3 (2024).

Tica Chyquitia, “Mengurangi Fenomena FoMO dikalangan Remaja,” *Ilmu Pendidikan* 6, no. 4 (2024).

Yusuf Rezkia, Alyah Arina, Muh Samhi Mu’awwan, Muhammad Syukur dan M. Ridwan Said Ahmad, “Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) pada Mahasiswa Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Makassar,” *Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* 2, no. 12 (2023).