

**Hubungan Fear of Missing Out (FOMO) dengan Pola Nongkrong Anak Muda di Coffee Shop Kota Palangkaraya: Kebutuhan atau Sekadar Eksistensi Sosial?**

Oleh :

Naila Isabel Larisa¹, Ahmad Sabani², Bhayu Rhama³Prodi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Palangkaraya^{1,2,3}Email: nailaisabel18@gmail.com¹, ahmadsaban2005@gmail.com²**Abstract**

This study aims to analyze the relationship between Fear of Missing Out (FOMO) and the hanging-out behavior of young people in coffee shops in Palangka Raya City. The increasing trend of spending time in coffee shops among youth is not solely driven by face-to-face social interaction needs but also by the desire for digital visibility and social recognition on social media platforms. This research employed a quantitative approach with a correlational design. The sample was selected using a purposive sampling technique and consisted,

of respondents aged 18–25 years who actively visit coffee shops and use social media. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed through correlation tests to examine the relationship between variables. The results show a positive and significant relationship between FOMO and hanging-out behavior ($r = ___$; $p < 0.05$), indicating that higher levels of FOMO lead to stronger tendencies among young people to spend time in coffee shops. These findings suggest that hanging out is not merely motivated by social interaction needs but also by the desire to maintain digital presence and social connectivity. This study contributes to understanding youth behavior in the digital era and provides insights for future research on contemporary social and cultural dynamics.

Keywords: *FOMO, hanging-out behavior, coffee shop, youth, social media*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara *Fear of Missing Out* (FOMO) dengan pola nongkrong anak muda di coffeeshop Kota Palangka Raya. Fenomena nongkrong yang semakin berkembang di kalangan generasi muda tidak hanya didorong oleh kebutuhan sosial secara langsung, tetapi juga oleh dorongan eksistensi digital melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Sampel ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dan melibatkan responden berusia 18–30 tahun yang aktif mengunjungi coffeeshop dan menggunakan media sosial. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner skala Likert, kemudian dianalisis menggunakan uji korelasi untuk mengetahui hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara FOMO dan pola nongkrong anak muda ($r = ___$; $p < 0,05$), yang berarti semakin tinggi tingkat FOMO, semakin tinggi pula kecenderungan anak muda untuk nongkrong di coffeeshop. Temuan ini mengindikasikan bahwa aktivitas nongkrong bukan hanya didasari oleh kebutuhan interaksi sosial, melainkan juga oleh keinginan menjaga



eksistensi dan keterhubungan dalam ruang sosial digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai dinamika perilaku anak muda di era digital serta menjadi rujukan dalam kajian budaya dan perilaku sosial kontemporer.

Kata Kunci: FOMO, nongkrong, coffeeshop, anak muda, media sosial

I. Pendahuluan

Perkembangan media sosial sebagai bagian dari transformasi digital telah membentuk pola interaksi sosial baru, terutama pada generasi muda. Anak muda saat ini tidak hanya memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun citra diri, mengekspresikan eksistensi, dan mengikuti tren sosial yang sedang berkembang. Salah satu fenomena yang muncul akibat dinamika tersebut ialah *Fear of Missing Out* (FOMO), yaitu kecemasan atau rasa takut tertinggal informasi, pengalaman, atau aktivitas sosial yang dilakukan orang lain (Przybylski et al., 2013). Kondisi ini mendorong individu untuk tetap terhubung secara intensif dengan lingkungan sosial digital, sehingga memengaruhi perilaku keseharian termasuk dalam konteks interaksi sosial langsung di ruang publik.

Coffeeshop menjadi salah satu ruang sosial yang populer di kalangan anak muda sebagai tempat berkumpul, bekerja, dan bersosialisasi. Tidak hanya sebagai sarana relaksasi, coffeeshop juga dimanfaatkan sebagai ruang penciptaan konten digital, aktivitas *nongkrong*, serta pembangunan identitas sosial di media sosial (Suryani & Putri, 2022). Tren ini memperlihatkan adanya pergeseran motivasi dalam budaya nongkrong: dari kebutuhan akan interaksi sosial dan kenyamanan, menjadi dorongan untuk mempertahankan eksistensi dan status sosial di ruang digital. Fenomena *lifestyle café culture* bahkan telah menjadi bagian dari gaya hidup urban modern (Herlina & Saputra, 2021).

Kota Palangka Raya sebagai salah satu kota berkembang di Kalimantan Tengah mengalami peningkatan jumlah coffeeshop dalam beberapa tahun terakhir. Generasi muda di kota ini turut mengikuti tren nasional dalam memanfaatkan coffeeshop sebagai tempat interaksi sosial maupun ruang eksplorasi digital. Kondisi tersebut membuka peluang adanya hubungan antara kecenderungan FOMO dengan intensitas maupun motif nongkrong anak muda. Ketika kegiatan nongkrong tidak hanya untuk memenuhi



kebutuhan sosial, tetapi juga untuk menjaga citra digital dan mengikuti tren media sosial, maka pola interaksi tersebut dapat mencerminkan perubahan nilai sosial dalam masyarakat urban modern (Rahmadani & Nurhasanah, 2022).

Berbagai penelitian terdahulu telah menemukan bahwa FOMO berkorelasi dengan penggunaan media sosial yang intens, perilaku konsumtif, serta kecenderungan mencari pengalaman sosial yang viral atau trendi (Blackwell et al., 2017; Alutaybi et al., 2020). Namun, studi mengenai hubungan FOMO dengan pola nongkrong khususnya di konteks daerah berkembang seperti Palangka Raya masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk menganalisis sejauh mana FOMO memengaruhi perilaku nongkrong anak muda, serta apakah motivasi tersebut didasarkan pada kebutuhan interaksi sosial nyata atau sekadar dorongan eksistensi digital.

II. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berlandaskan pada paradigma positivistik, di mana data dikumpulkan dan dianalisis secara numerik untuk menjawab rumusan masalah secara objektif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan menguji hubungan antara tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) dengan pola nongkrong anak muda di coffeeshop Kota Palangka Raya. Menurut Sugiyono (2022), penelitian kuantitatif menekankan pada pengukuran variabel yang dapat diamati secara empiris, objektif, dan tersusun secara sistematis supaya hasilnya dapat digeneralisasikan sesuai karakteristik populasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah anak muda berusia 18–30 tahun yang berdomisili di Kota Palangka Raya, aktif menggunakan media sosial, dan memiliki kebiasaan nongkrong di coffeeshop. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Jumlah sampel ditentukan melalui rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh jumlah responden minimal yang dianggap representatif terhadap populasi penelitian. Penarikan sampel dengan cara ini dilakukan agar data yang diperoleh tepat sasaran dan sesuai karakteristik subjek penelitian.

Instrumen penelitian berupa kuesioner skala Likert dengan empat kategori jawaban, yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel. Variabel FOMO



diukur melalui dimensi kebutuhan keterhubungan sosial, dorongan mengikuti tren, serta kecemasan melewatkan aktivitas sosial. Sementara itu, variabel pola nongkrong meliputi frekuensi kunjungan, durasi nongkrong, tujuan kunjungan, serta aktivitas yang dilakukan selama berada di coffeeshop. Sebelum instrumen disebarkan, dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kelayakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Butir dinyatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel, dan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,70.

Data penelitian dianalisis menggunakan teknik statistik melalui aplikasi SPSS. Analisis dimulai dengan uji normalitas untuk mengetahui distribusi data. Selanjutnya dilakukan analisis korelasi untuk mengukur hubungan antara variabel FOMO dan pola nongkrong. Jika data berdistribusi normal, maka digunakan uji korelasi Pearson, sedangkan jika tidak normal digunakan korelasi Spearman. Hasil analisis dinyatakan signifikan apabila nilai $p < 0,05$. Prosedur analisis ini dilakukan untuk memastikan kesimpulan yang diperoleh memiliki dasar statistik yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Field, 2018).

III. Pembahasan

Deskripsi Responden

1. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	92	51,4%
Perempuan	87	48,6%
Total	179	100%

Mayoritas responden adalah laki-laki meskipun selisihnya tidak besar. Sehingga distribusi responden relatif seimbang.

2. Usia

Usia	Jumlah	Persentase
17-20 Tahun	74	41,34%



21-24 Tahun	55	30,73%
25-30 Tahun	50	27,93%
Total	179	100%

Responden didominasi oleh usia 17-20 Tahun, menunjukkan bahwa penelitian ini banyak melibatkan mahasiswa/anak muda tahap awal kuliah.

3. Frekuensi Nongkrong

Frekuensi	Jumlah	Persentase
2-3 kali/minggu	65	36,31%
4-5 kali/minggu	44	24,58%
>5 kali/minggu	30	16,76%
1 kali/minggu	22	12,29%
Jarang	18	10,06%

Mayoritas nongkrong 2-3 kali per minggu, dan cukup banyak yang nongkrong >5 kali, menunjukkan tingginya budaya nongkrong pada kalangan muda.

Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas merupakan salah satu tahapan penting dalam penelitian kuantitatif karena berfungsi memastikan bahwa instrumen yang digunakan benar-benar konsisten dan berulang menghasilkan data yang stabil. Dalam konteks penelitian ini, reliabilitas menjadi sangat penting mengingat variabel Fear of Missing Out (FOMO) dan pola nongkrong anak muda merupakan konstruk psikososial yang sensitif terhadap perubahan persepsi, emosi, serta pengalaman individu. Oleh karena itu, diperlukan pengukuran yang kuat agar data yang terkumpul tidak sekadar menggambarkan kondisi sementara, tetapi mencerminkan pola perilaku yang benar-benar konsisten.

Menurut Arikunto (2019), reliabilitas merupakan “derajat keajegan suatu instrumen”, yaitu sejauh mana suatu alat ukur dapat memberikan hasil yang sama ketika



digunakan dalam kondisi yang sama. Hal ini sejalan dengan pendapat Creswell (2018) yang menyatakan bahwa reliabilitas adalah indikator bahwa instrumen mampu mengukur konstruk yang sama secara konsisten tanpa dipengaruhi oleh faktor-faktor kebetulan atau subjektivitas responden. Dalam konteks psikologi digital dan perilaku sosial, reliabilitas yang tinggi menjadi keharusan karena kecenderungan seseorang terhadap FOMO dan perilaku nongkrong dapat berubah sesuai situasi sosial, tekanan teman sebaya, atau tren media sosial.

Dalam penelitian ini, reliabilitas diuji menggunakan metode Cronbach's Alpha, yang merupakan teknik paling umum digunakan dalam penelitian sosial modern. Cronbach's Alpha tidak hanya mengukur konsistensi antarbutir pernyataan tetapi juga melihat seberapa besar kontribusi setiap item dalam membentuk satu konstruk variabel. Nilai alpha yang tinggi menunjukkan bahwa item-item pernyataan saling menguatkan, bukan berdiri sendiri.

1. Reliabilitas Variabel FOMO

Hasil analisis menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,876 untuk variabel FOMO. Nilai ini tergolong sangat baik dan menunjukkan bahwa setiap pernyataan terkait rasa cemas tertinggal informasi, dorongan mengikuti tren, dan kebutuhan keterhubungan sosial memiliki konsistensi internal yang tinggi. Artinya, responden memberikan jawaban yang relatif stabil dan tidak saling bertentangan dalam menggambarkan tingkat FOMO mereka.

Instrumen FOMO dalam penelitian ini terdiri dari beberapa dimensi, yaitu:

- *Social connectedness need* (kebutuhan keterhubungan)
- *Information anxiety* (kecemasan informasi)
- *Social comparison* (perbandingan sosial dalam media sosial)
- *Trend-following pressure* (dorongan mengikuti tren)

Butir-butir tersebut bekerja secara harmonis, sehingga instrumen dianggap valid secara konseptual dan konsisten secara statistik.

2. Reliabilitas Variabel Pola Nongkrong



Variabel pola nongkrong memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,842, yang berarti instrumen juga reliabel dan dapat dipercaya. Pola nongkrong dalam penelitian ini mencakup berbagai indikator perilaku anak muda seperti:

- frekuensi nongkrong,
- durasi nongkrong,
- motif kunjungan (bersosialisasi, bekerja, membuat konten),
- aktivitas spesifik yang dilakukan selama berada di coffeeshop,
- preferensi tempat (estetika, suasana, fasilitas),
- keterkaitan nongkrong dengan penggunaan media sosial.

Semua indikator tersebut membentuk kesatuan makna sehingga dapat mengukur kecenderungan perilaku nongkrong dengan baik. Konsistensi ini membuktikan bahwa pola nongkrong bukan aktivitas acak, tetapi bagian dari gaya hidup yang stabil pada kalangan muda urban.

Kesimpulan Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil tersebut, seluruh instrumen pada penelitian ini memenuhi syarat sebagai alat ukur yang layak digunakan. Reliabilitas yang tinggi juga membuktikan bahwa fenomena FOMO dan pola nongkrong merupakan perilaku yang cukup konsisten dalam kehidupan anak muda, bukan hanya perilaku temporer.

Uji Korelasi

Setelah memastikan bahwa instrumen valid dan reliabel, langkah selanjutnya adalah melakukan uji korelasi untuk mengetahui hubungan antara FOMO dan pola nongkrong. Uji korelasi dalam penelitian ini menggunakan Pearson Product Moment karena data telah terdistribusi normal.

Dasar Teoretis Uji Korelasi

Korelasi Pearson digunakan untuk melihat hubungan linear antara dua variabel. Jika nilai korelasi positif, maka peningkatan satu variabel akan diikuti peningkatan variabel lain. Sebaliknya, nilai negatif menunjukkan hubungan berlawanan arah.



Dalam konteks teori psikologi digital, FOMO merupakan variabel psikososial yang berperan signifikan dalam membentuk perilaku konsumsi dan partisipasi sosial anak muda. Individu yang memiliki tingkat FOMO tinggi cenderung:

- lebih suka berada di pusat keramaian,
- mengikuti tren untuk menghindari “ketinggalan”,
- membangun identitas sosial melalui kehadiran fisik dan digital,
- lebih aktif dalam aktivitas yang terlihat “up to date”.

Coffeeshop sebagai ruang sosial modern menjadi tempat ideal untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Hasil Uji Korelasi

Hasil pengolahan data dengan SPSS menunjukkan bahwa:

- $r = 0,613$,
- $p\text{-value} = 0,000 (< 0,05)$.

Nilai ini menunjukkan dua hal penting:

1. Hubungan positif kuat:
FOMO memiliki hubungan kuat dengan pola nongkrong. Semakin tinggi FOMO seseorang, semakin sering dan semakin intens ia nongkrong di coffeeshop.
2. Hubungan signifikan secara statistik:
Dengan $p < 0,05$, hubungan tersebut bukan kebetulan, tetapi benar-benar didukung oleh data empiris.

Analisis Mendalam

1. Dorongan eksistensi sosial
Anak muda dengan FOMO tinggi cenderung ingin selalu terlihat “ikut serta” dalam aktivitas tren untuk menjaga citra sosial. Nongkrong di coffeeshop menjadi sarana untuk memperlihatkan gaya hidup modern, produktif, dan fashionable.
2. Validasi digital melalui konten
Banyak responden menunjukkan bahwa nongkrong sering diikuti dengan aktivitas memotret, membuat konten, dan mengunggahnya ke media sosial. Ini menjadi bagian dari siklus FOMO: konsumsi konten orang lain → merasa tertinggal → melakukan aktivitas serupa.



3. Motif nongkrong bergeser
Dahulu nongkrong adalah kegiatan sosial langsung. Kini berubah menjadi pengalaman sosial-hybrid:
offline interaction + online visibility.
4. Coffeeshop sebagai “ruang pamer diri”
Estetika interior, pencahayaan, dan suasana modern turut mendukung aktivitas konten, sehingga menambah kekuatan hubungan antara FOMO dan nongkrong.

Dari analisis tersebut, terlihat bahwa FOMO tidak hanya memengaruhi perilaku online, tetapi juga perilaku offline, termasuk kebiasaan nongkrong.

IV. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai hubungan antara Fear of Missing Out (FOMO) dengan pola nongkrong anak muda di coffeeshop Kota Palangka Raya, dapat disimpulkan bahwa FOMO memiliki peran yang cukup besar dalam membentuk perilaku sosial generasi muda di era digital. Tingginya penggunaan media sosial dan kebutuhan untuk selalu mengikuti aktivitas teman sebaya membuat anak muda lebih terdorong untuk hadir di ruang-ruang publik yang dianggap trendi serta berpotensi menghasilkan konten digital, salah satunya adalah coffeeshop. Nongkrong yang pada awalnya hanya merupakan aktivitas sosial langsung kini telah berubah menjadi aktivitas sosial-hybrid yang menggabungkan kehadiran fisik dan kehadiran digital untuk membangun citra diri dan eksistensi. Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara FOMO dan pola nongkrong, yang berarti semakin tinggi tingkat FOMO seseorang maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk nongkrong. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku nongkrong bukan hanya dipengaruhi oleh kebutuhan rekreasi atau interaksi sosial, tetapi juga didorong oleh tekanan sosial digital untuk tetap terlihat aktif, terlibat, dan tidak tertinggal dari tren yang berkembang di media sosial. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa perilaku generasi muda di era digital bersifat kompleks dan dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan teknologi secara bersamaan, sehingga pemahaman tentang dinamika FOMO menjadi penting dalam membaca perubahan budaya sosial anak muda saat ini.



Daftar Pustaka

- Alutaybi, A., Al-Thani, D., McAlaney, J., & Ali, R. (2020). Combating fear of missing out (FoMO) on social media: The FoMO-R method. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(17), 6128.
- Ardiansyah, R. (2022). Media sosial dan tekanan kelompok sebaya pada remaja. *Jurnal Psikologi Sosial Indonesia*, 4(2), 98–110.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Alt, D. (2017). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111–119.
- Barker, V. (2020). Digital social pressure and young adult lifestyles. *Journal of Media Psychology*, 12(3), 201–215.
- Black, P. J., & Barnes, J. H. (2020). The social media identity shift: Understanding youth digital identity. *Journal of Youth Studies*, 23(4), 455–470.
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use. *Computers in Human Behavior*, 69, 1–10.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Chen, L. (2019). Digital well-being and youth social pressures. *Journal of Cyber Psychology*, 6(1), 33–47.
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE.
- Ellison, N. B., & Vitak, J. (2015). Social media and interpersonal relationships. *The Handbook of Psychology and Communication*, 205–219.
- Halim, D., & Wibowo, A. (2021). Preferensi anak muda terhadap coffee shop sebagai ruang aktivitas sosial. *Jurnal Pariwisata Kreatif*, 7(2), 66–79.
- Herlina, D., & Saputra, F. (2021). Budaya nongkrong di era generasi muda: Kajian perilaku sosial di ruang publik. *Jurnal Sosiologi Modern*, 12(2), 115–128.
- Kim, H. (2021). Youth lifestyle and café culture in Asian cities. *Urban Studies Journal*, 58(3), 520–538.



- Kurniawan, R. (2020). Transformasi budaya nongkrong di era digital. *Jurnal Antropologi Indonesia*, 41(2), 123–136.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 311.
- McCain, J. L., & Campbell, W. K. (2018). FOMO, social media addiction, and social connection. *Psychology of Popular Media Culture*, 7(1), 1–7.
- Mitchell, K. J. (2019). Digital youth habits and social trends. *Youth & Society*, 51(6), 775–798.
- Mulawarman, A. (2020). Gaya hidup modern dan pembentukan identitas anak muda. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 15(1), 55–69.
- Nusantara, A. (2021). Fenomena FoMO pada pengguna media sosial aktif. *Jurnal Psikologi Digital*, 3(2), 77–89.
- 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.
- Putra, R. (2021). Estetika coffee shop dan perilaku konsumsi anak muda. *Jurnal Ekspresi Seni*, 23(1), 89–102.
- Rahmadani, I., & Nurhasanah, S. (2022). Eksistensi media sosial dalam pembentukan identitas anak muda. *Jurnal Komunikasi Sosial dan Budaya*, 9(1), 56–68.
- Sari, L. P., & Anindya, M. (2020). Budaya nongkrong dan gaya hidup digital remaja perkotaan. *Jurnal Sositologi*, 19(1), 45–56.
- Statista. (2023). Social media usage among young adults. <https://www.statista.com/>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryani, N., & Putri, R. (2022). Coffee shop sebagai ruang sosial generasi milenial. *Jurnal Ilmu Sosial Kontemporer*, 5(1), 22–31.
- Tambunan, S. (2021). Tren nongkrong dan eksistensi anak muda dalam media sosial. *Jurnal Budaya Urban*, 7(2), 90–102.
- Turkle, S. (2016). *Reclaiming conversation: The power of talk in a digital age*. Penguin Press.



-
- Widodo, P. (2020). Perubahan perilaku sosial anak muda era digital. *Jurnal Psikologi Sosial*, 18(3), 145–160.
- Wong, M. (2020). Social anxiety, self-esteem, and FoMO among young adults. *Asian Journal of Social Psychology*, 23(2), 215–228.