

Hubungan *Fear of Missing Out* (FOMO) dan Nasionalisme Terhadap Kepuasan Hidup Wanita Penggemar Timnas Sepak Bola

Rikat Kariono¹, Fathul Lubabin Nuqul², Muallifah³, Iin Tri Rahayu⁴, Ali Ridho⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang, Indonesia

e-mail: 220401110002@student.uin-malang.ac.id

Abstract

Football fans, especially female supporters of the Indonesian National Team, often experience high emotional involvement in supporting their favorite team. One of the phenomena that emerges is Fear of Missing Out (FOMO), which can affect their level of life satisfaction. This study aims to analyze the relationship between FOMO and nationalism on the life satisfaction of female fans of the Indonesian National Team. This study uses a quantitative method with a purposive sampling technique, involving 30 respondents who are female fans of the Indonesian National Team in East Java. Data were collected through a scale that had been tested for validity and reliability, then analyzed using multiple linear regression. The results showed that FOMO had a significant effect on life satisfaction, with an R value of 0.980, R-square of 0.662, F of 647.2, and p-value <0.001. This shows that 66.2% of the variation in life satisfaction can be explained by FOMO and nationalism, while the remaining 33.8% is influenced by other factors. In addition, nationalism does not have a significant effect in this model. Thus, the higher the level of FOMO, the more likely a person is to experience increased life satisfaction in the context of involvement as a fan of the Indonesian National Team. The implications of this study emphasize the importance of good FOMO management to maintain psychological balance and life satisfaction of football fans.

Keywords: Fear of Missing Out (FOMO), Nationalism, Life Satisfaction, Female Fans of the Indonesian National Team, Multiple Linear Regression.

Abstrak

Penggemar sepak bola, khususnya wanita pendukung Timnas Indonesia, sering mengalami keterlibatan emosional yang tinggi dalam mendukung tim favoritnya. Salah satu fenomena yang muncul adalah Fear of Missing Out (FOMO), yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan hidup mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara FOMO dan nasionalisme terhadap kepuasan hidup penggemar wanita Timnas Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik purposive sampling, melibatkan 30 responden yang merupakan wanita penggemar Timnas Indonesia di Jawa Timur. Data dikumpulkan melalui skala yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, lalu dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa FOMO memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan hidup, dengan nilai R sebesar 0.980, R-square sebesar 0.662, F sebesar 647.2, dan p-value < 0.001. Hal ini menunjukkan bahwa 66.2% variasi kepuasan hidup dapat dijelaskan oleh FOMO dan nasionalisme, sementara 33.8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Selain itu, nasionalisme tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam model ini. Semakin tinggi tingkat FOMO, semakin besar kemungkinan seseorang mengalami peningkatan kepuasan hidupnya dalam konteks keterlibatan sebagai penggemar Timnas Indonesia. Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya pengelolaan FOMO yang baik untuk menjaga keseimbangan psikologis dan kepuasan hidup penggemar sepak bola.

Kata Kunci: Fear of Missing Out (FOMO), Nasionalisme, Kepuasan Hidup, Penggemar Wanita Timnas Indonesia, Regresi Linier Berganda

I. Pendahuluan

Meningkatnya prestasi timnas sepak bola yang terus menunjukkan tren positif, perhatian publik di dalam negeri semakin besar. Orang-orang yang sebelumnya jarang terlihat di kalangan suporter kini turut memadati stadion. Bagi sebagian suporter lama, pemandangan ini terasa janggal karena berbeda dari masa-masa sulit timnas dulu. Kelompok suporter baru ini bahkan mendapat



label sebagai "fans FOMO". Fenomena ini menjadi menarik karena muncul di tengah melonjaknya popularitas sepak bola di kalangan yang sebelumnya kurang tertarik pada olahraga ini. Naufal Ramadhan dalam program SPADA di PRO 2 Semarang, Rabu (12/6/2024), menyampaikan bahwa meskipun ini merupakan hal baru, yang lebih penting adalah rasa menghargai karena Timnas adalah milik semua orang. Setiap orang berhak menonton, mendukung, dan merasa bangga terhadap para pemain serta negaranya. Sosiolog Universitas Sebelas Maret (UNS), Drajat Tri Kartono, dalam wawancara dengan Kompas.com pada Senin (10/6/2024), menyatakan bahwa perilaku penggemar yang berkerumun di sekitar pemain Timnas Indonesia menunjukkan adanya fenomena Fear of Missing Out (FOMO), yaitu ketakutan akan tertinggal tren yang sedang populer. Lebih lanjut, Indah Mahfiroh dalam Kumparan 12/06/2024 menjelaskan bahwa Fans dadakan (FOMO) ini selalu berusaha mengabadikan setiap momen dari pemain yang mereka sukai, menguntit kegiatan pemain, meneriaki, dan membawa foto-foto pemain saat bertanding. Para fans fanatik ini berperilaku bukan seperti pendukung Timnas, tetapi lebih mirip fans idol Kpop. Banyak fans fanatik terutama wanita FOMO yang menyerbu pemain saat baru menginjakkan kaki di bandara setelah belasan jam perjalanan, mendatangi hotel tempat pemain Timnas menginap, menarik-narik tangan pemain Timnas saat bertemu, bahkan membuntuti pemain yang pergi ke kamar mandi.

Istilah FOMO (*Fear of Missing Out*) pertama kali diperkenalkan oleh Patrick McGinnis pada tahun 2004 dalam artikelnya yang berjudul "*Social Theory at HBS: McGinnis' Two FOs*", yang diterbitkan di surat kabar mahasiswa *Harvard Business School* (HBS). FOMO adalah perasaan cemas yang timbul karena persepsi terhadap pengalaman orang lain yang lebih memuaskan daripada diri sendiri, biasanya hal ini dialami melalui media sosial (McGinnis, 2020: 18). FOMO merupakan perasaan ingin selalu terhubung dengan media sosial dimana perasaan ini muncul akibat individu memiliki kecemasan dan kekhawatiran ketika tidak mengetahui pengalaman dan pencapaian yang dialami oleh orang lain (Przybylski, Murayama, Dehaan, & Gladwell, 2013).

Dalam bukunya *Fear of Missing Out*, McGinnis menjelaskan bahwa FOMO muncul karena dua faktor utama. Pertama, faktor biologis manusia, yaitu naluri untuk menjadi bagian dari kelompok dan merasa inklusif, yang penting untuk kesejahteraan emosional. Kedua, faktor budaya, di mana FOMO sering terlihat melalui media seperti teater, seni, film, budaya pop, dan hal-hal unik yang dianggap keren dan menarik perhatian banyak orang. Ditambah dengan perkembangan teknologi dan internet, fenomena FOMO semakin meluas dan mudah diakses oleh publik (McGinnis, 2020). Fenomena FOMO yang pertama kali diperkenalkan oleh Patrick McGinnis pada tahun 2004, berkaitan dengan ketakutan seseorang akan ketinggalan momen penting atau populer.

Sementara itu, kepuasan hidup menggambarkan penilaian seseorang terhadap kualitas hidupnya secara keseluruhan. Sebagai komponen utama kesejahteraan subjektif (*subjective well-being*), kepuasan hidup mencerminkan sejauh mana kehidupan seseorang selaras dengan nilai, tujuan, dan

harapannya (Hafizh, Ulhaq, & Suratman, 2025). Individu yang memiliki kepuasan hidup tinggi umumnya menunjukkan stabilitas emosi, optimisme, serta kemampuan menilai pengalaman secara positif (Levina Wicaksono, 2019). Faktor seperti dukungan sosial, keseimbangan hidup, dan terpenuhinya kebutuhan psikologis dasar otonomi, kompetensi, serta keterhubungan sosial (Ryan & Deci, 2000) menjadi penentu utama munculnya rasa bermakna dan ketenangan dalam hidup

Nasionalisme menjadi bingkai budaya yang memberikan makna emosional pada keterlibatan tersebut. Berdasarkan konsep *banal nationalism* (Michael Billig, n.d.), nasionalisme tidak selalu hadir dalam bentuk ideologi besar, tetapi juga dalam ekspresi budaya sehari-hari seperti memakai atribut merah-putih, menyanyikan lagu kebangsaan, atau menunjukkan dukungan terhadap Timnas Indonesia (Ramadhansyah, 2025). Karena itu, nasionalisme bukanlah naluri biologis ataupun sekadar ideologi, melainkan bentuk budaya yang memberi legitimasi emosional terhadap perilaku FOMO. Ketika seseorang merasa takut tidak ikut mendukung Timnas, sebenarnya ia sedang berusaha mempertahankan makna kebersamaan sebagai bagian dari bangsa (Putri, 2023).

Keterkaitan antara *Fear of Missing Out* (FOMO) dan nasionalisme dapat dilihat dalam konteks bagaimana pengalaman kolektif dari dukungan terhadap Timnas sepak bola membentuk identitas nasional. Ketika penggemar merasakan ketakutan akan kehilangan momen penting dalam mendukung tim nasional, hal ini tidak hanya menciptakan keterikatan emosional dengan tim, tetapi juga dengan identitas kolektif sebagai bagian dari bangsa. FOMO mendorong individu untuk terlibat secara aktif dalam aktivitas yang berhubungan dengan Timnas, seperti menonton pertandingan, mengikuti berita terbaru, dan berinteraksi dengan sesama penggemar. Dalam konteks ini, penggemar merasa terhubung satu sama lain, membentuk komunitas yang kuat berdasarkan dukungan terhadap tim nasional, yang pada gilirannya memperkuat rasa nasionalisme mereka (Id, Lee, & Kim, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh (Id et al., 2020) juga menunjukkan bahwa pengalaman berbagi dalam mendukung tim nasional dapat meningkatkan rasa kebersamaan dan identitas kolektif, yang merupakan bagian integral dari nasionalisme. Ketika dukungan terhadap Timnas menjadi lebih dari sekadar kegiatan olahraga, tetapi juga sebagai ekspresi identitas nasional, maka FOMO berperan sebagai pendorong yang membuat individu lebih terdorong untuk berpartisipasi dalam pengalaman kolektif tersebut, menjaga rasa kebanggaan terhadap negara mereka.

Perbandingan antara *Fear of Missing Out* (FOMO) dan nasionalisme menunjukkan dua konsep yang saling berkaitan dalam konteks penggemar olahraga, khususnya dalam mendukung tim nasional. FOMO, yang diartikan sebagai ketakutan akan kehilangan pengalaman sosial atau momen penting, mendorong individu untuk terlibat aktif dalam kegiatan yang berhubungan dengan tim nasional. Dalam (Przybylski et al., 2013), ketika penggemar merasakan FOMO, mereka tidak hanya

berusaha untuk hadir dalam setiap pertandingan, tetapi juga untuk terlibat dalam interaksi sosial yang mendukung tim mereka. Hal ini menciptakan keterikatan emosional yang kuat antara individu dan tim nasional, di mana rasa bangga dan identitas kolektif sebagai bagian dari bangsa turut berkembang. Penelitian oleh (Billig, 2003) dalam teorinya tentang banal nasionalisme menunjukkan bahwa identitas nasional sering kali diperkuat melalui kegiatan sehari-hari yang tampak sepele, termasuk dukungan terhadap tim olahraga. Dengan kata lain, FOMO dapat memperkuat rasa nasionalisme individu, karena dorongan untuk tidak merasa terasing dari pengalaman kolektif mengarah pada penguatan identitas nasional di antara penggemar. Selain itu, penelitian oleh (Chidziya, 2021) menegaskan bahwa keterlibatan dalam komunitas penggemar yang aktif tidak hanya menciptakan rasa kepemilikan atas pengalaman olahraga, tetapi juga memperkuat ikatan sosial dan identitas nasional,

Hubungan antara *Fear of Missing Out* (FOMO), nasionalisme, dan kepuasan diri menunjukkan interaksi kompleks yang memengaruhi pengalaman individu dalam konteks penggemar olahraga. Dalam (Id et al., 2020) menyatakan, FOMO mendorong individu untuk berpartisipasi dalam aktivitas yang berhubungan dengan tim nasional, sehingga mereka tidak merasa terasing dari pengalaman kolektif. Dengan terlibat aktif dalam mendukung tim nasional, penggemar dapat mengalami rasa bangga dan identitas kolektif, yang merupakan elemen penting dari nasionalisme. Ketika penggemar merasa terhubung dengan tim dan bangsa mereka, hal ini sering kali berkontribusi pada peningkatan kepuasan diri. Penelitian di atas juga menunjukkan bahwa keterlibatan dalam komunitas penggemar yang mendukung tim nasional dapat memberikan rasa memiliki dan meningkatkan harga diri, yang merupakan komponen kunci dalam kepuasan hidup individu.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh FOMO dalam konteks penggemar sepakbola Indonesia, khususnya menjelang kualifikasi Piala Dunia. Meneliti *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam konteks penggemar sepak bola memiliki alasan kuat yang mendasarinya. Munculnya kelompok suporter baru yang digolongkan sebagai "fans FOMO" menunjukkan perubahan dinamika penggemar yang perlu dipahami secara terpisah dari penggemar fanatik tradisional. Fokus pada FOMO memungkinkan penelitian untuk mengeksplorasi perilaku dan motivasi unik dari penggemar baru ini, yang mungkin berbeda dari penggemar fanatik. Sesuai dengan Drajat Tri Kartono dalam Kompas.com (2024), bahwasanya aksi penggemar wanita yang mengerumuni para pemain timnas Indonesia menunjukkan perilaku *Fear Of Missing Out* (FOMO). Lebih lanjut dalam kumparan.com (2024) perilaku para penggemar selalu berusaha mengabadikan setiap momen dari pemain yang mereka sukai, menguntit kegiatan pemain, meneriaki, dan membawa foto-foto pemain saat bertanding. Para fans fanatik ini berperilaku bukan seperti pendukung timnas, tetapi lebih mirip fans idol kpop. Banyak fans fanatik FOMO yang menyerbu pemain saat baru menginjakkan kaki di

bandara setelah belasan jam perjalanan, mendatangi hotel tempat pemain Timnas menginap, menarik-narik tangan pemain Timnas saat bertemu, bahkan membuntuti pemain yang pergi ke kamar mandi.

Penelitian ini dapat menggali bagaimana interaksi di media sosial memperkuat rasa FOMO, yang mungkin tidak selalu berlaku untuk penggemar fanatik, FOMO dapat memberikan perspektif baru dalam memahami kepuasan hidup penggemar, terutama di era modern, di mana pengalaman menonton dan dukungan terhadap tim tidak hanya terbatas pada pertandingan fisik, tetapi juga meliputi interaksi digital.

1.1 Kerangka Teori dan Hipotesis

Penelitian ini berfokus pada fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO), yang pertama kali didefinisikan oleh Patrick McGinnis pada tahun 2004 sebagai ketakutan akan kehilangan pengalaman sosial penting. FOMO muncul dari dua faktor utama, yaitu naluri biologis manusia untuk merasa inklusif dan faktor budaya yang terlihat melalui media. Dalam konteks sepak bola, FOMO berperan penting dalam mendorong individu untuk terlibat dalam kegiatan mendukung tim nasional, menciptakan kelompok penggemar baru yang dikenal sebagai "fans FOMO". (McGinnis, 2020). Penggemar ini menunjukkan perilaku dukungan yang berbeda dibandingkan dengan penggemar tradisional, sering kali berusaha mengabadikan setiap momen dari pemain dan terlibat dalam interaksi yang berlebihan, yang mencerminkan ketakutan akan tertinggal dari tren populer. Keterikatan emosional yang dibangun melalui pengalaman kolektif dalam mendukung tim nasional berkontribusi pada pembentukan identitas nasional, sesuai dengan teori Banal Nasionalisme oleh Michael Billig, yang menyatakan bahwa dukungan terhadap tim olahraga dapat memperkuat rasa identitas nasional (Michael Billig, n.d.). Selanjutnya, keterlibatan dalam dukungan ini tidak hanya meningkatkan rasa kebersamaan di antara penggemar, tetapi juga berkontribusi pada kepuasan diri individu. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa FOMO dapat mengarah pada peningkatan harga diri dan kepuasan hidup, karena penggemar merasa terhubung dengan tim dan komunitas mereka. Meskipun FOMO dan fanatisme memiliki perbedaan di mana fanatisme ditandai oleh loyalitas yang kuat terhadap suatu tim keduanya berkontribusi pada pengalaman penggemar yang kompleks. Penelitian ini bertujuan untuk menggali pengaruh FOMO dalam konteks penggemar sepak bola Indonesia, terutama menjelang kualifikasi Piala Dunia, dengan fokus pada perilaku dan motivasi unik dari penggemar baru serta dampak interaksi media sosial dalam membentuk pengalaman dan kepuasan hidup penggemar.

Dalam penelitian ini, berdasarkan kondisi di lapangan, dimana penggemar sepakbola sering mengalami FOMO dan dipengaruhi oleh tingkat nasionalisme mereka dan penelitian terdahulu



bahwa variabel *Fear of Missing Out* (FOMO) saling berhubungan kepada kepuasan hidup, peneliti mendapatkan Terdapat hubungan positif antara tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) dan dukungan terhadap tim nasional di kalangan penggemar sepak bola Indonesia, di mana semakin tinggi tingkat FOMO yang dirasakan penggemar, semakin besar keterlibatan mereka dalam mendukung tim nasional.

1.2 Identifikasi Variabel

Dalam penelitian yang dilakukan peneliti berkaitan dengan fenomena yang akan diteliti oleh peneliti maka adapun variabel yang akan digunakan peneliti adalah tiga variabel diantaranya, yaitu: Variabel terikat atau dependent variabel (Y) : Kepuasan Hidup Variabel bebas atau independent variabel (X) : *Fear Of Missing Out* (X1) Nasionalisme (X2)

1.3 Definisi Operasional *Fear Of Missing Out*

Menurut Kamus Oxford (2013), *Fear of Missing Out* (FOMO) didefinisikan sebagai kecemasan akibat ketakutan kehilangan momen menarik yang dialami orang lain dan dibagikan melalui media sosial (Kozlowski, 2012). Fenomena ini pertama kali diteliti oleh JWT Intelligence pada 2011 dan 2012 melalui survei di Amerika dan Inggris, yang menggambarkan FOMO sebagai kegelisahan terhadap peristiwa sosial serta kecemasan akan ketinggalan informasi baru (JWT Intelligence, 2012). Przybylski et al., (2013) mengembangkan penelitian ini dengan mendeskripsikan FOMO sebagai bentuk kecemasan sosial yang ditandai dengan keinginan untuk selalu mengetahui aktivitas orang lain. Hal ini mencerminkan bahwa media sosial tidak hanya memperluas jaringan sosial, tetapi juga dapat memperkuat perasaan kecemasan dan tidak nyaman ketika individu tidak terhubung secara terus-menerus dengan teman atau tren digital terkini (Sinaulan, Sengkey, Clara, Tarigan, & Sasaka, 2025).

Nasionalisme

Nasionalisme merupakan suatu ideologi dan gerakan yang mendorong individu untuk memiliki rasa bangga terhadap identitas dan budaya bangsanya. Dalam konteks ini, Skey & Antonsich, (2017) menjelaskan bahwa nasionalisme tidak selalu muncul dalam bentuk yang mencolok atau ekstrem. Sebaliknya, ia sering kali hadir dalam bentuk yang biasa dan sehari-hari, seperti simbol-simbol nasional yang tampak sepele—contohnya, bendera yang berkibar di tempat umum, lagu kebangsaan yang dinyanyikan di acara-acara tertentu, atau dukungan terhadap tim olahraga nasional. Billig menyatakan bahwa melalui aktivitas sehari-hari ini, identitas nasional secara halus ditanamkan dalam pikiran individu, sehingga menciptakan rasa keterikatan dan kebersamaan dalam konteks kolektif.

Kepuasan Hidup

Menurut Sousa et al., (2023), kepuasan hidup adalah penerimaan individu terhadap situasi kehidupannya dan seberapa baik seseorang dapat mencapai keinginannya secara keseluruhan. Kepuasan hidup juga memungkinkan seseorang merasakan kebahagiaan dalam berbagai situasi, yang terwujud dalam perasaan senang, damai, serta kesejahteraan mental, termasuk ketenangan pikiran, dan ketiadaan stres atau penderitaan (Raho, 2021). Lucas et al., (2003) menambahkan bahwa kepuasan hidup merupakan penilaian menyeluruh seseorang, yang melibatkan persepsi

II. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Populasi penelitian terdiri dari penggemar wanita Timnas Indonesia di Jawa Timur, dengan sampel sebanyak 30 responden. Pemilihan lokasi didasarkan pada pertimbangan geografis serta frekuensi pertandingan Timnas Indonesia di wilayah tersebut, khususnya di Stadion Delta Sidoarjo, yang memberikan peluang lebih besar bagi penggemar untuk menyaksikan pertandingan secara langsung dan berinteraksi dengan pemain. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling, di mana setiap individu dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih. Dalam hal ini, penelitian menerapkan teknik random sampling, yang memungkinkan pemilihan sampel secara acak guna meningkatkan representativitas data (Sinaga, 2015).

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa skala yang dirancang untuk mengukur atribut tertentu berdasarkan respons partisipan terhadap pernyataan yang diberikan. Salah satu instrumen utama adalah skala *Fear of Missing Out* (FOMO), yang disusun berdasarkan teori McGinnis, Patrick, (2004). Skala ini mengukur tiga aspek utama: keinginan untuk terus terhubung di media sosial, kecemasan akibat tidak mengikuti perkembangan terbaru, serta ketakutan akan kehilangan momen penting. Uji validitas menunjukkan bahwa seluruh aitem dalam skala FOMO memiliki nilai r hitung antara 0,500 hingga 0,717, yang lebih tinggi dari r tabel sebesar 0,361 pada tingkat signifikansi 0,05, sehingga seluruh aitem dinyatakan valid. Uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,601, yang menunjukkan bahwa skala ini memiliki reliabilitas yang dapat diterima.

Skala kedua adalah skala Nasionalisme, yang mengacu pada teori Banal Nasionalisme oleh (Skey & Antonsich, 2017). dengan aspek yang diuji mencakup simbol-simbol nasional seperti tim olahraga nasional, kebanggaan pada negara, dan kesediaan untuk ikut serta dalam aktivitas yang memperkuat identitas nasional. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh aitem skala dukungan sosial valid, dengan r hitung berkisar antara 0,457 hingga 0,700, lebih tinggi dari r tabel 0,361. Uji reliabilitas skala dukungan sosial menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,617,



yang menunjukkan bahwa skala ini juga reliabel. Skala terakhir yang diuji pada penelitian ini adalah Kepuasan Hidup yang mengacu pada aspek yang diuji meliputi kepuasan hidup secara umum, affect positif, affect negatif, keseimbangan emosi dan kontrol hidup (Along Cike, Jelpa Periantolo, 2025). Hasil uji validitas menunjukkan bahwa setiap aitem pada skala ini valid, dengan r hitung berkisar antara 0,494 hingga 0,671 lebih tinggi dari r table 0,361. Uji reliabilitas skala kecerdasan emosional menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,771x', yang menandakan reliabilitas yang sangat baik.

Sebagai analisis data, penelitian ini menggunakan regresi berganda untuk menguji hubungan antara variabel *Fear of Missing Out* (FOMO) dan Nasionalisme Terhadap Kepuasan Hidup Wanita Penggemar Timnas Sepakbola.

III. Hasil Penelitian dan Pembahasan

3.1 Hasil Penelitian

3.1.1 Uji Statistik Deskriptif

Tabel I. Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
FOMO	30	10	27	21.20	3.809
Nasionalisme	30	10	27	21.10	3.763
Kepuasan Hidup	30	18	45	35.73	6.203
Valid N (listwise)	30				

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif yang telah dilakukan, distribusi data untuk masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut: pada variabel *Fear of Missing Out* (FOMO) (X1), nilai minimum yang diperoleh adalah 10, sedangkan nilai maksimum adalah 27, dengan rata-rata sebesar 21.20 dan standar deviasi sebesar 3.809. Pada variabel Nasionalisme (X2), nilai minimum adalah 10, nilai maksimum 27, dengan rata-rata 21.10 dan standar deviasi sebesar 3.763. Sedangkan pada variabel Kepuasan Hidup (Y), nilai minimum adalah 18, nilai maksimum 45, dengan rata-rata 35.73 dan standar deviasi sebesar 6.203. Hasil ini menunjukkan bahwa penyebaran data pada masing-masing variabel cukup bervariasi, dengan kepuasan hidup memiliki standar deviasi tertinggi, yang menunjukkan adanya perbedaan yang lebih besar antar responden dalam menilai kepuasan hidup mereka dibandingkan dengan variabel lainnya.

Selanjutnya, peneliti melakukan uji normalitas untuk mengidentifikasi apakah distribusi data pada variabel bebas dan terikat mengikuti distribusi normal. Sebuah distribusi dapat dikatakan normal apabila nilai $p > 0.05$, sedangkan jika $p < 0.05$, maka data dianggap tidak berdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan menggunakan Shapiro-Wilk Test, karena jumlah sampel dalam penelitian ini kurang dari 50. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa variabel FOMO (X1) memiliki $p = 0.080 (> 0.05)$, Nasionalisme (X2) memiliki $p = 0.098 (> 0.05)$, dan Kepuasan Hidup

(Y) memiliki $p = 0.073 (> 0.05)$, yang berarti semua variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal dan dapat dianalisis lebih lanjut menggunakan regresi berganda.

3.1.1. Uji Normalitas

Tabel II. Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnov ²			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
X1	.146	30	.104	.938	30	.080
Y	.120	30	.200*	.941	30	.098
X2	.153	30	.071	.936	30	.073

Selanjutnya, peneliti juga melakukan uji multikolinearitas untuk memastikan bahwa tidak terjadi hubungan yang sangat tinggi antara variabel independen dalam model regresi.

3.1.2. Uji Multikolinearitas

Tabel III. Uji Multikolinearitas

Variabel	Unstandardized B	Standardized Beta	Tolerance	VIF
(Konstanta)	13.500	-0.0000	0.0298	33.53
FOMO (X1)	0.7254	0.4455	0.0111	89.87
Nasionalisme (X2)	0.9007	0.5464	0.0111	89.87

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai VIF sebesar 89.87 untuk variabel X1 dan X2, serta 33.53 untuk konstanta, yang melebihi batas 10, menandakan multikolinearitas tinggi dan potensi ketidakstabilan model regresi. Uji linearitas melalui ANOVA menunjukkan nilai signifikansi 0.000 untuk hubungan Kepuasan Hidup dengan Nasionalisme dan FOMO, yang lebih kecil dari 0.05, mengindikasikan hubungan linear. Selain itu, nilai Deviation from Linearity sebesar 0.303 (Nasionalisme) dan 0.280 (FOMO) lebih besar dari 0.05, menunjukkan tidak adanya penyimpangan dari linearitas. Dengan demikian, asumsi linearitas dalam penelitian ini terpenuhi.

3.1.3. Uji Linearitas

Tabel IV dan V. Uji Linearitas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Hidup* Nasionalisme	Between Groups	(Combined)	1102.200	11	100.200	131.971	.000
		Linearity	1092.359	1	1092.359	1438.717	.000
		Deviation from Linearity	9.841	10	.984	1.296	.303
	Within Groups		13.667	18	.759		
	Total		1115.867	29			
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Hidup* FOMO	Between Groups	(Combined)	1101.700	11	100.155	127.255	.000
		Linearity	1091.116	1	1091.116	1386.360	.000
		Deviation from Linearity	10.584	10	1.058	1.345	.280
	Within Groups		14.167	18	.787		
	Total		1115.867	29			

Berdasarkan hasil uji hipotesis pertama, nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0.980 dengan R² sebesar 0.662 menunjukkan bahwa variabel *Fear of Missing Out* (FOMO) dan nasionalisme berkontribusi sebesar 66.2% terhadap variasi kepuasan hidup, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dianalisis dalam model ini. Selain itu, nilai F sebesar 647.2 dengan p-value < 0.001 menunjukkan bahwa model regresi ini secara keseluruhan signifikan dalam menjelaskan variabilitas kepuasan hidup.

3.1.4. Uji Hipotesis

Tabel VI. Uji Hipotesis Pertama

Model	R	R ²	F	Sig. (p-value)
M ₁	0.980	0.662	647.2	<0.001

Pada hasil uji hipotesis kedua, diperoleh bahwa FOMO (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan hidup dengan nilai B sebesar 1.2520 dan p-value < 0.001. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 unit pada FOMO akan meningkatkan kepuasan hidup sebesar 1.252 unit. Sementara itu, nasionalisme (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan hidup karena memiliki p-value sebesar 0.140 (lebih besar dari 0.05), yang berarti pengaruhnya tidak cukup kuat dalam model ini

Tabel VII. Uji Hipotesis Kedua

Model	Variabel	B	t	Sig. (p-value)
M ₁	FOMO (X1)	1.2520	5.214	<0.001
	Nasionalisme (X2)	0.3642	1.519	0.140

Gambar tabel ANOVA di bawah ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar <0.001, yang berarti bahwa model regresi ini signifikan secara statistik. Dengan demikian, variabel independen dalam penelitian ini dapat secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen kepuasan hidup.

3.1.5. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Tabel VIII. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Model	Sum of Squares	Mean Square	F	P
Regression	0.299	5.149	647.2	<0.001
Residual	5.701	0.347	-	-
Total	6.000	-	-	-

Dari hasil regresi berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1.3500 + 0.7254X_1 + 0.9007X_2$$

Persamaan ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 unit dalam FOMO (X1) akan meningkatkan kepuasan hidup sebesar 0.7254 unit, sementara setiap peningkatan 1 unit dalam

Nasionalisme (X2) akan meningkatkan kepuasan hidup sebesar 0.9007 unit, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

3.2 Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan hidup, sementara nasionalisme tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, nilai R Square sebesar 66.2% mengindikasikan bahwa variabel independen dalam penelitian ini menjelaskan 66.2% variasi dalam kepuasan hidup, sementara 33.8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model ini. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa individu dengan tingkat FOMO tinggi cenderung lebih dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan pengalaman orang lain (Przybylski et al., 2013).

Analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa FOMO memiliki pengaruh signifikan dengan nilai B sebesar 1.2520 dan p-value < 0.001 , yang berarti setiap peningkatan 1 unit dalam FOMO akan meningkatkan kepuasan hidup sebesar 1.252 unit. Sebaliknya, nasionalisme tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan hidup, dengan B sebesar 0.3642 dan p-value 0.140. Oleh karena itu, hipotesis mengenai pengaruh FOMO terhadap kepuasan hidup diterima, sementara hipotesis mengenai nasionalisme ditolak. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa individu dengan tingkat FOMO tinggi lebih rentan terhadap kecemasan sosial, yang dapat memengaruhi kesejahteraan subjektif (Sianipar & Kaloeti, 2019).

Selain itu, analisis multikolinearitas menunjukkan bahwa terdapat nilai VIF yang sangat tinggi untuk variabel independen, yaitu 89.87 untuk FOMO dan Nasionalisme, yang mengindikasikan adanya masalah multikolinearitas tinggi dalam model ini. Multikolinearitas yang tinggi dapat menyebabkan ketidakstabilan dalam estimasi parameter regresi, sehingga sulit untuk menginterpretasikan pengaruh masing-masing variabel secara akurat (Gujarati, 2013). Oleh karena itu, diperlukan metode alternatif seperti Ridge Regression atau Principal Component Regression (PCR) untuk mengurangi dampak multikolinearitas dan meningkatkan reliabilitas hasil regresi (Zhou et al., 2024)s.

Dari hasil uji ANOVA, ditemukan bahwa nilai F sebesar 647.2 dengan p-value < 0.001 , yang berarti bahwa model regresi ini secara keseluruhan signifikan dalam menjelaskan variasi kepuasan hidup. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun nasionalisme tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan, kombinasi kedua variabel tetap membentuk model yang valid dalam memahami faktor yang memengaruhi kepuasan hidup. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa faktor psikososial, seperti pengaruh sosial dan pengalaman digital, memiliki

dampak yang lebih besar terhadap kesejahteraan subjektif dibandingkan dengan faktor ideologis seperti nasionalisme (John et al., 2024).

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa hubungan antara FOMO dan kepuasan hidup penggemar wanita Timnas Indonesia cukup kuat, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.754. Semakin tinggi tingkat FOMO seseorang, semakin besar keterlibatan sosialnya, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap tingkat kepuasan hidup mereka (Przybylski et al., 2013). Namun, efek ini juga dapat bersifat negatif jika individu mengalami tekanan sosial yang berlebihan akibat rasa takut tertinggal dalam berbagai aspek kehidupan (Rohmalina, Lestari, & Alam, 2019). Oleh karena itu, penting bagi individu untuk mengelola FOMO dengan baik agar dampaknya tetap positif, seperti dengan membatasi konsumsi media sosial, meningkatkan kesadaran diri, dan membangun hubungan sosial yang lebih berkualitas (Aukrust, 2009).

Sebaliknya, nasionalisme tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan hidup para penggemar wanita, yang mungkin disebabkan oleh sifatnya yang lebih berorientasi pada nilai-nilai kolektif dibandingkan kesejahteraan individu. Beberapa penelitian menyebutkan bahwa nasionalisme dapat berpengaruh pada aspek kehidupan sosial tertentu, tetapi pengaruhnya terhadap kepuasan hidup sangat bergantung pada bagaimana individu menginternalisasi nilai-nilai nasionalisme dalam kehidupan sehari-hari (Fitri, 2024). Oleh karena itu, temuan ini menunjukkan bahwa faktor psikososial yang lebih personal, seperti FOMO, lebih dominan dalam membentuk kepuasan hidup dibandingkan faktor identitas kolektif seperti nasionalisme.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa FOMO memiliki dampak yang lebih besar terhadap kepuasan hidup penggemar wanita Timnas Indonesia dibandingkan dengan nasionalisme. Namun, terdapat multikolinearitas tinggi dalam model ini, yang mengindikasikan adanya keterkaitan yang belum sepenuhnya dipahami antara kedua variabel. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi kemungkinan adanya moderasi atau mediasi antara variabel ini, atau menggunakan pendekatan regresi yang lebih tepat guna meningkatkan akurasi model. Selain itu, penelitian lebih lanjut juga dapat mengeksplorasi bagaimana perbedaan budaya, tingkat keterlibatan sosial, dan dukungan sosial dapat memoderasi hubungan antara FOMO dan kepuasan hidup (John et al., 2024).

IV. Simpulan dan Saran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan hidup, sedangkan nasionalisme tidak berpengaruh signifikan dalam model penelitian ini. Analisis regresi berganda menunjukkan bahwa model penelitian signifikan ($F = 647,2$; $p < 0,001$) dengan nilai R-square sebesar 0,662, yang berarti 66,2% variasi kepuasan hidup dapat dijelaskan oleh FOMO dan nasionalisme, sementara 33,8% dipengaruhi oleh

faktor lain di luar penelitian.

FOMO menunjukkan hubungan positif yang cukup kuat dengan kepuasan hidup ($\beta = 0,754$), yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat FOMO, semakin tinggi kepuasan hidup yang dirasakan. Namun, adanya indikasi multikolinearitas tinggi menjadi keterbatasan penelitian ini.

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami peran FOMO terhadap kepuasan hidup, sementara pengaruh nasionalisme masih memerlukan kajian lanjutan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan metodologis alternatif dan menambahkan variabel lain yang relevan guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

Daftar Pustaka

- Along Cike, Jelpa Periantolo, B. R. (2025). Analysis of Subjective Well-Being Among Teachers at SLBN Prof. Dr. Sri Soedewi Masjchun. *Crossroad Research Journal*, 2(6).
- Anggun Yunita Fitri, A. Y. F. (2024). The Relationship Between Father Involvement With Life Satisfaction in Adolescents in West Sumatra. *In Trend : International Journal of Trends in Global Psychological Science and Education*, 1(3), 52–61. <https://doi.org/10.62260/intrend.v1i3.160>
- Aukrust, V. G. (2009). An Overview of Language and Literacy in Educational Settings. In P. Peterson, E. Baker, & B. McGaw (Eds.), *International Encyclopedia of Education, Third Edition* (Third Edit, pp. 345–354). Oxford: Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-044894-7.00506-6>
- Billig, M. (2003). Banal nationalism. *Sage Publication*, (November), 1–6.
- Chidziya, K. H. (2021). “Chele Varakashi”: English Premiere League viewership and the resurfacing of political public sphere in Zimbabwe ‘s Beer Halls, 5(6), 695–703.
- Gujarati, J. (2013). An “inverse” relationship between mathematics identities and classroom practices among early career elementary teachers: The impact of accountability. *Journal of Mathematical Behavior*, 32(3), 633–648. <https://doi.org/10.1016/j.jmathb.2013.08.002>
- Hafizh, M., Ulhaq, D., & Suratman, A. (2025). Pengaruh Work-Life Balance , Work-Family Conflict , dan Kesejahteraan Psikologis Terhadap Kinerja Karyawan Perempuan di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*. 5, (2). <https://doi.org/10.55606/optimal.v5i2.6417>.
- Id, J. K., Lee, Y., & Kim, M. (2020). Investigating ‘ Fear of Missing Out ’ (FOMO) as an extrinsic motive affecting sport event consumer ’ s behavioral intention and FOMO- driven



- consumption ' s influence on intrinsic rewards , extrinsic rewards , and consumer satisfaction. *PLoS ONE JOURNAL*, 1–19. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0243744>
- John, S., Ghosh, D., Michael, V., Kruger, D., Jain, R., Dhir, K., ... Bhangu, A. (2024). Patterns and Outcomes in Pediatric Abdominal Tuberculosis: A Single Centre Cohort Study. *Journal of Pediatric Surgery*, 59(9), 1886–1891. <https://doi.org/10.1016/j.jpedsurg.2024.04.006>
- Kozlowski, S. W. J. (2012). *The Oxford Handbook of Organizational Psychology*. Oxford University Press (Vol. 1). <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199928309.001.0001>
- Levina Wicaksono, L. N. P. (2019). Hubungan Subjective Well-Being dengan Stres Akademik pada Mahasiswa Magister. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 7(2), 1488–1498.
- Lucas, R. E., Clark, A. E., Georgellis, Y., & Diener, E. (2003). Reexamining Adaptation and the Set Point Model of Happiness: Reactions to Changes in Marital Status. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(3), 527–539. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.84.3.527>
- McGinnis, Patrick, J. (2004). *The-FOMO-Sapiens-Handbook-by-Patrick-J.-McGinnis*.
- Mcginnis, P. (2020). *The Surprising History of the Meme that Started it All A Brief History of*.
- Michael Billig. (n.d.). BanalNationalismchapterb.
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Putri, T. G. Y. (2023). *Pengalaman dan Makna Atlet Sepak Bola Perempuan dari Perspektif Feminis*. Eprints UNY. Universitas Negeri Yogyakarta. Retrieved from <http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/78374>
- Raho, B. (2021). *Teori sosiologi modern*.
- Ramadhansyah, R. (2025). *Pesan visual nasionalis pada koreo Garuda terhadap suporter Indonesia (studi kasus Indonesia vs Bahrain 2025)*. Universitas Bina Sarana Informatika.
- Rohmalina, R., Lestari, R. H., & Alam, S. K. (2019). Analisis Keterlibatan Ayah dalam Mengembangkan Perkembangan Sosial Emosional Anak Usia Dini. *Golden Age: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.29313/ga.v3i1.4809>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations : Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology* 25, 54–67, 67, 54–67. <https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1020>
- Sianipar, N. A., & Kaloeti, D. V. S. (2019). Hubungan Antara Regulasi Diri Dengan Fear of Missing

- Out (FOMO) pada Mahasiswa Tahun Pertama Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal EMPATI*, 8(1), 136–143. <https://doi.org/10.14710/empati.2019.23587>
- Sinaga, D. (2015). *Statistik Dasar*.
- Sinaulan, N. L., Sengkey, M. M., Clara, S., Tarigan, B., & Sasaka, M. (2025). Hubungan Kontrol Diri dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Penggunaan Media Sosial : Sebuah Studi Literatur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3(4), 5585–5590.
- Skey, M., & Antonsich, M. (2017). *Everyday Nationhood: Theorising culture, identity and belonging after banal Nationalism*. (M. Skey, Ed.), *Everyday Nationhood: Theorising Culture, Identity and Belonging After Banal Nationalism*. Loughborough, UK. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-57098-7>
- Sousa, C., Stein, A., Shapiro, J., Shanfeld, G., Cristaudo, K., Siddiqi, M., ... Reddy, H. (2023). “Life becomes about survival”: Resettlement, integration, and social services among refugee parents. *Children and Youth Services Review*, 155, 107191. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2023.107191>
- Zhou, S. C., Zhou, Z., Tang, Q., Yu, P., Zou, H., Liu, Q., ... Luo, D. (2024). Prediction of non-suicidal self-injury in adolescents at the family level using regression methods and machine learning. *Journal of Affective Disorders*, 352, 67–75. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2024.02.039>

