

**KONTRIBUSI *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* MAKANAN
VIRAL TERHADAP *HEALTHY BEHAVIOR* MAHASISWA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG**

SKRIPSI



Oleh :

Ayu Azhari

210401110172

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA
MALIK IBRAHIM MALANG**

2025

HALAMAN JUDUL

**KONTRIBUSI *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) MAKANAN VIRAL
TERHADAP *HEALTHY BEHAVIOR* MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

SKRIPSI

Diajukan kepada Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
untuuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana
Psikologi (S.Psi)

Oleh :

Ayu Azhari

210401110172

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA

MALIK IBRAHIM MALANG

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

KONTRIBUSI *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) MAKANAN VIRAL TERHADAP *HEALTHY BEHAVIOR* MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

SKRIPSI

Oleh

Ayu Azhari

210401110172

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing	Tanda Tangan Persetujuan	Tanggal Persetujuan
<u>Rika Fuaturosida, S.Psi, M.A.</u> NIP. 19830429201608012038		07 Maret 2025

Malang, 07 Maret 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi


Kusuf Ratu Agung, M.A.
NIP. 198010202015031

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

**KONTRIBUSI *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) MAKANAN VIRAL
TERHADAP *HEALTHY BEHAVIOR* MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

SKRIPSI

Oleh

Ayu Azhari

210401110172

Telah diujikan dan dinyatakan LULUS oleh Dewan Penguji Skripsi dalam Majelis
Sidang Skripsi Pada tanggal 29 April 2025

DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Dewan Pembimbing	Tanda Tangan Persetujuan	Tanggal Persetujuan
Sekretaris Ujian <u>Rika Fuaturosida, S.Psi, M.A.</u> NIP. 19830429201608012038		14 Mei 2025
Ketua Penguji <u>Drs. Zainul Arifin, M.Ag.</u> NIP. 196506061994031003		14 Mei 2025
Penguji Utama <u>Prof. Dr. Ali Ridho, M.Si.</u> NIP. 197804292006041001		14 Mei 2025

Disahkan oleh,



Prof. Dr. Rifa Hidayah, M.Si., Psikolog

NIP. 197611282002122001

NOTA DINAS

NOTA DINAS

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Psikologi
UIN Maulana Malik Ibrahim
Malang

Assalamu'alaikum wr. wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah skripsi berjudul :

**KONTRIBUSI *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) MAKANAN VIRAL
TERHADAP *HEALTHY BEHAVIOR* MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

Yang ditulis oleh :

Nama : Ayu Azhari
NIM : 210401110172
Program : S1 Psikologi

Peneliti berpendapat bahwa penelitian ini sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang untuk diujikan dalam Sidang Ujian Skripsi.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Malang, 07 Maret 2025

Dosen Pembimbing,



Rika Fuaturosida, S.Psi, M.A.

NIP. 19830429201608012038

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ayu Azhari

NIM : 210401110172

Fakultas : Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Menyatakan bahwa penelitian yang peneliti buat dengan judul "**Kontribusi *Fear Of Missing Out (Fomo)* Makanan Viral Terhadap *Healthy Behavior* Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang**", adalah benar-benar hasil peneliti baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika dikemudian hari ada *claim* dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian surat pernyataan ini peneliti buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar peneliti bersedia mendapatkan sanksi akademik.

Malang, ⁰⁷..... Maret 2025

Peneliti



Ayu Azhari

NIM. 210401110172

MOTTO

“Jangan menyerah, bayangkan gembiranya orang-orang yang selama ini mengharapkan mu gagal. Jangan pernah berhenti, masih ada kemungkinan semuanya akan membaik” – Mario Teguh

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga proses penyusunan tugas akhir penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Penelitian ini peneliti dedikasikan bagi semua pihak yang telah setia mendampingi, memberikan dukungan moril maupun materiil, serta mencurahkan cinta dan kasih sayang sepanjang perjalanan ini. Peneliti juga menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Alm. Bapak Miselan, yang selalu menjadi sumber semangat bagi peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Meskipun bapak tidak dapat menyaksikan perjalanan ini secara langsung, peneliti percaya bahwa bapak selalu melihat dan mendampingi peneliti dari kejauhan.
2. Ibu Kastia, yang merupakan wanita hebat yang telah berjuang tanpa lelah sebagai seorang *single parent*. Terima kasih, Ibu, atas segala kasih sayang, doa, dan pengorbanan yang tak terhitung jumlahnya. Keberhasilan peneliti dalam menyelesaikan studi ini adalah bukti dari cinta dan perjuanganmu.
3. Kepada semua kakak dan keluarga peneliti, terimakasih atas doa dan dukungannya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan pertolongan-Nya, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, dan para sahabat beliau. Penelitian ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan banyak pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M. A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Prof. Dr. Rifa Hidayah, M.Si., Psikolog., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Yusuf Ratu Agung, M.A., selaku Ketua Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Rika Fuaturosida, S.Psi, M.A., selaku Dosen Pembimbing yang sangat berjasa dalam proses pengerjaan tugas akhir ini. Beliau telah memberikan bimbingan, saran, arahan, serta pengetahuan yang berharga.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang selalu mencurahkan ilmunya kepada peneliti.
6. Segenap Civitas Akademika Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang sudah memberikan informasi, bimbingan dan layanan selama kegiatan perkuliahan.

7. Adinda Lianti Salsabilla, yang selalu membersamai peneliti sejak awal kuliah hingga menyelesaikan tugas akhir ini. Terimakasih atas kebersamaan, dukungan, dan kehadirannya di setiap suka maupun duka.
8. Sylvia Agustina, yang telah menemani peneliti di masa masa penyusunan penelitian ini, mendengarkan keluh kesah peneliti, serta memberikan banyak motivasi dan semangat.
9. Serta semua pihak yang telah terlibat dalam penelitian yang tidak bisa disebutkan semua.

Peneliti memanjatkan doa agar segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan penelitian ini mendapat balasan terbaik dari Allah SWT. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam lingkup psikologi sosial dan dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya.

Malang, 07 Maret 2025

Peneliti

Ayu Azhari

NIM. 210401110172

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
NOTA DINAS	v
SURAT PERNYATAAN	vi
MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
0DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
ABSTRACT.....	xviii
خلاصة.....	xix
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	12
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian.....	13
E. Manfaat Penelitian	13
1. Manfaat Teoritis	13

2. Manfaat Praktis	14
BAB II: KAJIAN TEORI.....	15
A. <i>Healthy Behavior</i>	15
1. Definisi <i>Healthy Behavior</i> Terhadap Makanan	15
2. Aspek-aspek <i>Healthy Behavior</i>	18
3. Faktor yang Mempengaruhi <i>Healthy Behavior</i>	24
B. <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	27
1. Definisi <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	27
2. Aspek <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	30
3. Faktor yang Mempengaruhi <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	31
4. Dampak <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	33
C. Perspektif Islam Tentang <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	35
1. Sampel Teks Psikologi Tentang <i>Fear of Missing</i> <i>Out</i> (FoMO).....	35
2. Pola Teks Psikologi Tentang <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	38
3. Analisis Komponen Teks Psikologi	39
4. Peta Konsep <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	40
5. Rumusan Konseptual Teks Psikologi Tentang FoMO.....	41
D. Telaah Reks Al-Qur'an Tentang <i>Fear of Missng Out</i> (FoMO).....	42
1. Sampel Teks	42
2. Pola Teks Qs. Al-Baqarah (1) Ayat 155 & Qs. An-Nisa (4) Ayat 32 Tentang <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	46
3. Analisis Komponen Teks Al – Qur'an	47
4. Peta Konsep Al-Qur'an	48
6. Rumusan Konseptual Teks Al- Qur'an Tentang <i>Fear of</i> <i>Missing Out</i> (FoMO).....	49
E. Kontribusi <i>Fear of Missing Out</i> Terhadap <i>Healthy Behavior</i>	35
F. Kerangka Konseptual	50
G. Hipotesis.....	53
BAB III: METODE PENELITIAN.	54

A. Desain Penelitian.....	54
B. Identifikasi Variabel.....	54
C. Definisi Operasional.....	55
1. <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	55
2. <i>Healthy Behavior</i>	56
D. Populasi dan Sampel.....	57
1. Populasi.....	57
2. Sampel.....	57
E. Teknik Pengumpulan Data... ..	59
1. Skala <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	60
2. Skala <i>Healthy Behavior</i>	61
F. Validitas.....	63
G. Realiabilitas.....	64
H. Teknik Analisis Data.....	65
1. Analisa Deskriptif.....	65
I. Uji Asumsi Klasik.....	66
1. Uji Normalitas.....	66
2. Uji Linieritas.....	66
J. Uji Hipotesis.....	67
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN.....	68
A. Gambaran Lokasi Penelitian.....	68
1. Universitas Islam Negeri Maulana Malin Ibrahim Malang.....	68
2. Pelaksanaan Penelitian.....	69
B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	70
1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Skala FOMO.....	70
2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Skala <i>Healthy Behavior</i>	71
C. Hasil Penelitian.....	73
1. Hasil Uji Asumsi.....	73
2. Hasil Analisis Deskriptif.....	74
3. Hasil Uji Hipotesis.....	81

D. Pembahasan Penelitian.....	83
1. Tingkat <i>Fear of Missing Out</i> Mahasiswa.....	83
2. Tingkat <i>Healthy Behavior</i> Mahasiswa.....	88
3. Kontribusi FoMO terhadap <i>Healthy Behavior</i> Mahasiswa.....	92
BAB V: PENUTUP.....	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Analisis Komponen Teks Psikologi.....	39
Tabel 2. 2 Qs. Al Baqarah (1) Ayat 155	43
Tabel 2. 3 Qs. An-Nisa (4) Ayat 32	43
Tabel 2. 4 Analisis Komponen Al-Qur'an.....	47
Tabel 3. 1 Data Populasi mahasiswa di Universitas Islam Negeri Malang.....	57
Tabel 3. 2 Skala Likert	60
Tabel 3. 3 Blueprint Skala <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	61
Tabel 3. 4 Blueprint Skala <i>Healthy Behavior</i>	62
Tabel 3. 5 Tabel Kategori Data.....	65
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Skala <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	70
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas Skala <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	71
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Skala <i>Healthy Behavior</i>	71
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Skala <i>Healthy Behavior</i>	73
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas.....	73
Tabel 4. 6 Hasil Uji Linieritas	74
Tabel 4. 7 Deskripsi statistik <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	74
Tabel 4. 8 Hasil Kategorisasi <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	75
Tabel 4. 9 Frekuensi dan Presentase <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	75
Tabel 4. 10 Hasil Kategorisasi Setiap Aspek <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	76
Tabel 4. 11 Deskripsi statistik <i>Healthy Behavior</i>	78
Tabel 4. 12 Hasil Kategorisasi <i>Healthy Behavior</i>	78
Tabel 4. 13 Frekuensi dan Presentase <i>Healthy Behavior</i>	79
Tabel 4. 14 Hasil Kategorisasi Setiap Aspek <i>Healthy Behavior</i>	80
Tabel 4. 15 Hasil Uji Persamaan Regresi Linear	81
Tabel 4. 16 Hasil Signifikansi	82
Tabel 4. 17 Hasil Koefisiensi Determinasi.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Pola Teks Psikologi Tentang Fear of Missing Out.....	38
Gambar 2. 2 Peta konsep <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	40
Gambar 2.3 Pola Teks Qs. Al-Baqarah (1) Ayat 155 & Qs. An-Nisa (4) Ayat 32..	46
Gambar 2. 4 Peta Konsep Al-Qur'an.....	48
Gambar 4. 1 Diagram Tingkat <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	76
Gambar 4. 2 Diagram Platfrom Media Sosial.....	77
Gambar 4. 3 Diagram Tingkat <i>Healthy Behavior</i>	79

ABSTRAK

Ayu Azhari, 210401110172, Kontribusi *Fear of Missing Out (FOMO)* Makanan Viral Terhadap *Healthy Behavior* Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2024.

Dosen Pembimbing : Rika Fu'aturosida, S.Psi, M.A.

Kasus obesitas dan diabetes di Indonesia menunjukkan tren peningkatan, yang salah satunya dipicu oleh pola makan tidak sehat. Mahasiswa menjadi kelompok yang rentan karena cenderung mengikuti tren makanan viral di media sosial. Keinginan untuk tetap eksis dan tidak tertinggal tren sering kali mendorong mereka mengonsumsi makanan secara impulsif tanpa mempertimbangkan dampak kesehatannya. Fenomena *Fear of Missing Out (FoMO)* turut memperkuat perilaku ini, sehingga dapat menurunkan perilaku hidup sehat dan meningkatkan risiko gangguan nutrisi. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat *Fear of Missing Out (FoMO)* makanan viral, bagaimana tingkat *Healthy Behavior*, serta adakah kontribusi *Fear of Missing Out (FoMO)* makanan viral terhadap *Healthy Behavior* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat *Fear of Missing Out (FoMO)* makanan viral, untuk mengetahui tingkat *Healthy Behavior*, serta untuk membuktikan pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)* makanan viral terhadap *Healthy Behavior* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal. Subjek penelitian merupakan mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2021, dengan total sampel sebanyak 154 orang yang dipilih melalui teknik *non-probability sampling* menggunakan metode *purposive sampling*. Instrumen yang digunakan mencakup skala *Fear of Missing Out (FoMO)* dan skala *Healthy Behavior*. Teknik analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana.

Penelitian ini menunjukkan bahwa baik tingkat *Fear of Missing Out (FoMO)* maupun *Healthy Behavior* berada pada kategori sedang. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan adanya kontribusi yang signifikan antara FoMO terhadap *Healthy Behavior*, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Sementara itu, hasil analisis koefisien determinasi (R Square) menunjukkan bahwa FoMO memberikan kontribusi sebesar 58,1% terhadap *Healthy Behavior* mahasiswa.

Kata kunci : *Fear of Missing Out. Healthy Behavior, Makanan Viral*

ABSTRACT

Ayu Azhari, 210401110172, Contribution of Fear of Missing Out (FOMO) of Viral Food to Healthy Behavior of Students of Maulana Malik Ibrahim State Islamic University of Malang, 2024.

Supervisor : Rika Fu'aturosida, S.Psi, M.A.

Cases of obesity and diabetes in Indonesia show an increasing trend, one of which is triggered by unhealthy eating patterns. Students are a vulnerable group because they tend to follow viral food trends on social media. The desire to stay in existence and not be left behind by trends often drives them to consume food impulsively without considering the health impacts. The phenomenon of Fear of Missing Out (FoMO) also strengthens this behavior, so that it can reduce healthy living behavior and increase the risk of nutritional disorders. The formulation of the problem in this study is how is the level of Fear of Missing Out (FoMO) of viral food, how is the level of Healthy Behavior, and is there a contribution of Fear of Missing Out (FoMO) of viral food to Healthy Behavior in students of the State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang.

The purpose of this study was to determine the level of Fear of Missing Out (FoMO) of viral food, to determine the level of Healthy Behavior, and to prove the effect of Fear of Missing Out (FoMO) of viral food on Healthy Behavior in students of the State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang.

This study uses a quantitative approach with a causal design. The subjects of the study were students of the State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang class of 2021, with a total sample of 154 people selected through a non-probability sampling technique using the purposive sampling method. The instruments used included the Fear of Missing Out (FoMO) scale and the Healthy Behavior scale. The analysis technique applied in this study was simple linear regression.

This study shows that both the levels of Fear of Missing Out (FoMO) and Healthy Behavior are in the moderate category. Based on the results of the analysis, it was found that there was a significant influence between FoMO and healthy behavior, with a significance value of 0.000 which means it is less than 0.05. Meanwhile, the results of the determination coefficient analysis (R Square) showed that FoMO contributed 58.1% to students' Healthy Behavior.

Keywords: Fear of Missing Out, Healthy Behavior, Viral Food

خلاصة

أيو أز هري، 210401110172، مساهمة الخوف من تفويت الأطعمة الفيروسية في السلوك الصحي لطلاب جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية في مالانج، 2024

المشرف: Rika Fu'aturosida, M.A

تظهر حالات السمنة والسكري في إندونيسيا اتجاهًا متزايدًا، أحد أسبابه أنماط الأكل غير الصحية. يعد الطلاب مجموعة ضعيفة لأنهم يميلون إلى متابعة اتجاهات الأطعمة الفيروسية على وسائل التواصل الاجتماعي. إن الرغبة في البقاء وعدم التخلف عن الركب في كثير من الأحيان تدفعهم إلى استهلاك الطعام بشكل اندفاعي دون النظر إلى التأثيرات الصحية. وتعمل أيضًا على تعزيز هذا السلوك، مما قد يقلل من (FoMO) ظاهرة الخوف من تفويت الفرصة سلوكيات الحياة الصحية ويزيد من خطر الاضطرابات الغذائية. صياغة المشكلة في هذه من الأطعمة الفيروسية، وما هو (FoMO) الدراسة هي ما هو مستوى الخوف من تفويت من الأطعمة (FoMO) مستوى السلوك الصحي، وهل هناك مساهمة للخوف من تفويت الفيروسية في السلوك الصحي لدى طلاب جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

تجاه الأطعمة (FoMO) كان الهدف من هذه الدراسة تحديد مستوى الخوف من تفويت الفرصة الفيروسية، وتحديد مستوى السلوك الصحي تجاه الطعام، وإثبات تأثير الخوف من تفويت تجاه الأطعمة الفيروسية على السلوك الصحي لدى طلاب جامعة مولانا (FoMO) الفرصة مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الكمي مع تصميم سببي. كان موضوع البحث طلاب جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج، دفعة 2021، مع عينة إجمالية قدرها 154 شخصًا تم اختيارهم من خلال أسلوب أخذ العينات غير الاحتمالية باستخدام طريقة أخذ العينات ومقياس (FoMO) العمدية. وتشمل الأدوات المستخدمة مقياس الخوف من تفويت الأشياء السلوك الصحي. إن أسلوب التحليل المتبع في هذه الدراسة هو الانحدار الخطي البسيط.

والسلوك الصحي تقع في (FoMO) تظهر هذه الدراسة أن مستويات الخوف من تفويت الأشياء وسلوك الحياة FoMO الفئة المعتدلة. وبناء على نتائج التحليل وجد أن هناك تأثيرًا معنويًا بين الصحية، حيث بلغت قيمة الدلالة 0.000 أي أنها أقل من 0.05. وفي الوقت نفسه، أظهرت يساهم بنسبة 58.1% في السلوك الصحي FoMO أن (R Square) نتائج تحليل معامل التحديد للطلاب.

الكلمات المفتاحية: الخوف من فقدان الشيء. السلوك الصحي والطعام الفيروسي

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Indonesia, prevalensi diabetes menunjukkan tren yang terus meningkat, tidak hanya menyerang kelompok usia dewasa saja, tetapi juga mulai menjangkiti remaja bahkan anak-anak. Menurut laporan *International Diabetes Federation* (IDF), pada tahun 2021 Indonesia menempati posisi kelima di dunia dengan jumlah penderita diabetes mencapai 19,5 juta orang. Sementara itu, *World Health Organization* (WHO) memproyeksikan bahwa jumlah penderita Diabetes Melitus di Indonesia akan meningkat dari 8,4 juta kasus pada tahun 2000 menjadi sekitar 21,3 juta pada tahun 2030 (Resti & Cahyati, 2022, hlm. 351). Menurut dr. Leonard Uisetiawan, peningkatan angka diabetes ini disebabkan oleh perilaku makan tidak sehat yang sudah berlangsung sejak usia dini hingga lanjut usia, di mana konsumsi makanan dan minuman tinggi gula membuat tubuh lebih rentan terhadap penyakit tersebut (Futaki, 2024, hlm. 4). Sejalan dengan itu, penelitian Maimunah *et al.*, (2020, hlm. 9) menunjukkan bahwa individu yang sering mengonsumsi makanan tidak sehat memiliki risiko 3,8 kali lebih tinggi terkena Diabetes Mellitus Tipe 2 dibandingkan mereka yang memilih makanan sehat

Selain diabetes, obesitas juga menjadi masalah kesehatan serius lain yang menunjukkan peningkatan. Mengacu pada hasil survei yang dilakukan oleh Kementerian Kesehatan pada 2023, tercatat bahwa 23,4% penduduk dewasa di Indonesia yang berusia di atas 18 tahun mengalami obesitas (Finaka, 2024). Selain itu, data dari Survei Kesehatan Indonesia (SKI) tahun yang sama menunjukkan bahwa prevalensi kelebihan berat badan dan obesitas pada anak-anak berusia 5 hingga 12 tahun mencapai sekitar 19,7 persen. Menurut Kementerian Kesehatan, obesitas berkaitan erat dengan perilaku makan yang buruk, seperti porsi makan berlebihan, frekuensi makan yang tidak teratur, serta konsumsi makanan yang tinggi gula, lemak, atau sering digoreng (Kemenpppa, 2024, hlm. 15). Riset yang dilakukan oleh Derang *et al.*, (2023, hlm. 24) juga memperlihatkan bahwa kegemukan memiliki keterkaitan yang signifikan dengan praktik makan yang kurang baik. Diet yang tidak proporsional serta asupan makanan dengan kandungan kalori tinggi dapat mengakibatkan penumpukan energi berlebih di dalam tubuh, yang pada akhirnya memperbesar potensi terjadinya obesitas.

Melihat prevalensi penyakit diabetes dan obesitas yang terus meningkat setiap tahunnya dan telah menjadi masalah kesehatan utama, penelitian mengenai perilaku sehat dalam konsumsi makanan menjadi sangat penting. Hal ini disebabkan oleh dampak serius yang dapat ditimbulkan. Perilaku sehat (*Healthy Behavior*) mencakup berbagai tindakan yang bertujuan untuk menjaga dan meningkatkan kondisi kesehatan, seperti mencegah penyakit, mempercepat proses pemulihan,

menjalani pengobatan, serta mencukupi kebutuhan gizi melalui konsumsi makanan dan minuman yang bergizi (Muary *et al.*, 2020, hlm. 46). Di sisi lain, Natoatmodjo (2007, hlm. 136) mendefinisikan perilaku makan sebagai respons seseorang terhadap makanan yang melibatkan berbagai aspek, serta dipengaruhi oleh cara pandang dan kebiasaan individu terhadap makanan.

Perilaku sehat terhadap makanan dapat dipengaruhi oleh motivasi individu untuk memilih makanan yang bernutrisi, rendah lemak, kaya serat, dan seimbang (Fikha *et al.*, 2023, hlm. 688). Selain itu, kesadaran individu akan dampak jangka panjang dari makanan yang dikonsumsi juga memengaruhi perilaku makan yang sehat, di mana individu dengan kesadaran kesehatan yang tinggi cenderung memiliki sikap positif terhadap pola makan sehat. Oleh karena itu, penting bagi setiap individu untuk mengembangkan kebiasaan makan sehat, karena hal tersebut berpengaruh pada pilihan makanan yang mereka buat.

Meskipun demikian, tidak semua individu yang memiliki kesadaran akan pola makan sehat benar-benar menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Berbagai faktor psikologis dan sosial sering kali mempengaruhi pilihan makanan seseorang, terutama di kalangan dewasa muda. Mahasiswa sebagai bagian dari kelompok usia muda, juga menghadapi tantangan dalam menjaga pola makan sehat. Studi yang dilakukan oleh Ibrahim & Ahmad (2021, hlm. 5), mengungkapkan bahwa sebagian besar mahasiswa cenderung mengonsumsi makanan tinggi gula atau kalori. Penelitian tersebut juga melaporkan beberapa hambatan dalam mengonsumsi makanan

sehat di kalangan mahasiswa, seperti tekanan untuk memenuhi standar *body image*, pengaruh teman sebaya yang mendorong konsumsi makanan tidak sehat, paparan media sosial yang mempromosikan gaya hidup instan. Selain itu, keterbatasan waktu akibat kesibukan akademi, preferensi terhadap makanan cepat saji yang praktis dan terjangkau turut menjadi faktor yang menyebabkan mahasiswa lebih memilih makanan yang kurang sehat.

Temuan ini diperkuat oleh penelitian Martanti *et al.*, (2024, hlm. 837) yang menunjukkan bahwa 74 responden (75,5%) mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas YARSI memiliki perilaku makan tidak sehat, sementara hanya 24 responden (24,5%) yang menunjukkan perilaku makan sehat. Hal ini sejalan dengan tren pangan di Indonesia. Laporan Grab Indonesia (2021) mengungkapkan bahwa makanan cepat saji dan martabak merupakan jenis makanan yang paling sering dicari, dengan mie goreng pedas sebagai makanan yang paling banyak dipesan. Survei KNEKS juga menunjukkan bahwa sebanyak 27% masyarakat Indonesia mengonsumsi makanan cepat saji setiap hari, sementara 22% lainnya mengonsumsi jenis makanan tersebut sebanyak tiga hingga empat kali dalam sepekan (Mahmudiono *et al.*, 2022, hlm. 2). Secara global, kondisi ini semakin mengkhawatirkan. Kementerian Kesehatan melaporkan bahwa rata-rata orang mengonsumsi makanan manis sepuluh kali lebih banyak dari batas yang disarankan, dan sekitar 86% orang mengonsumsi natrium melebihi batas aman.

Hasil survei dan studi tersebut menunjukkan bahwa perilaku makan tidak sehat masih menjadi masalah signifikan di kalangan masyarakat, termasuk mahasiswa. Faktanya, asupan makanan yang sehat tidak hanya membantu menjaga fungsi organ tubuh tetap optimal, tetapi juga berperan dalam meningkatkan energi. Sebaliknya, pola makan yang tidak sehat justru berkontribusi terhadap peningkatan risiko berbagai penyakit, khususnya Penyakit Tidak Menular (PTM). Sejalan dengan itu, hasil Riset Kesehatan Dasar 2018 menunjukkan bahwa prevalensi Penyakit Tidak Menular (PTM), seperti diabetes, stroke, kanker, ginjal kronis, dan hipertensi, meningkat dibandingkan tahun 2013 (Fikha *et al.*, 2023, hlm. 688).

Selain berdampak pada kesehatan fisik, perilaku makan yang tidak sehat juga dapat memengaruhi kondisi psikologis. Temuan Constantin & Fonseca, (2020, hlm. 11) mendukung hal tersebut, dengan menunjukkan bahwa nutrisi yang tepat memengaruhi neurotransmitter otak, yang berhubungan dengan suasana hati, kognisi, dan emosi. Sebaliknya, kekurangan zat gizi penting, seperti vitamin, asam lemak, mineral, dan makronutrien, dapat memperburuk kondisi psikologis serta meningkatkan risiko gangguan mental, stres, kecemasan, dan depresi. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk mengembangkan perilaku makan sehat, guna mendukung kualitas hidup yang lebih baik serta mencegah penyakit.

Namun, dalam praktiknya, pemilihan makanan mahasiswa sering kali dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan, salah satunya adalah preferensi pribadi. Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan

dua mahasiswa UIN Malang dari fakultas yang berbeda menunjukkan bahwa preferensi pribadi tetap mendominasi keputusan dalam memilih makanan, meskipun pertimbangan kesehatan juga turut diperhitungkan.

... Kadang aku perhatiin juga kandungan gizinya, apalagi kalau lagi pengen makan yang lebih sehat. Tapi nggak selalu, kalau udah penasaran pengen nyoba ya nggak merhatiin... (AR, Wawancara 02 Oktober 2024)

... gak terlalu perhatiin kandungan gizinya sih, cuma karena aku lumayan picky sama makanan, jadi lebih ke pilah pilih sesuai dengan yang aku suka dan dirasa aman untuk dicoba... (DS, Wawancara 02 Oktober 2024)

Di sisi lain, Thomas & Cankurt, (2024, hlm. 2) memperkuat gagasan bahwa media sosial memainkan peran krusial dalam membentuk perilaku makan sehat. Temuan ini selaras dengan studi Jihad *et al.*, (2024, hlm. 27), yang mengungkapkan bahwa lebih dari separuh (58,1%) remaja pengguna aktif media sosial memiliki preferensi terhadap makanan yang tidak sehat. Lebih lanjut, Patwardhan, (2024, hlm. 78) juga menjelaskan bahwa media sosial dapat memengaruhi perilaku makan seseorang dengan bertindak sebagai stimulus langsung untuk mengonsumsi makanan, memicu keinginan, serta mencoba tren yang sedang populer, salah satunya adalah tren makanan viral.

Tren makanan ini muncul sebagai fenomena baru yang dapat memengaruhi perilaku makan individu. Paparan konten tersebut sering kali mendorong individu untuk mencobanya. Namun, karena lebih berfokus pada visual, aroma, dan rasa yang menarik, tren ini dapat berkontribusi pada pola makan yang kurang sehat. Makanan viral juga memiliki daya tarik

sosial yang kuat, membuat banyak orang terdorong untuk mencobanya sebagai cara untuk terhubung dengan komunitas sosial, berbagi pengalaman, dan merasakan kepuasan sosial (Syaharani & Laksana, 2023, hlm. 285). Akibatnya, lonjakan kunjungan ke restoran dan peningkatan penjualan produk terkait sering terjadi, karena konsumen merasa perlu mengikuti tren agar tidak tertinggal.

Keterikatan antara aktivitas media sosial dan preferensi makanan tidak sehat diperkuat oleh adanya *Fear of Missing Out* (FOMO), yaitu dorongan psikologis untuk selalu mengikuti apa yang sedang populer di platform daring, meskipun bertentangan dengan prinsip pola makan sehat. J. Walter Thompson menggambarkan FOMO sebagai kecemasan saat merasa terlewatkan pengalaman orang lain. Lebih lanjut, Przybylski *et al.*, (2013, hlm. 1842) menjelaskan FOMO sebagai ketakutan untuk tidak berpartisipasi dalam suatu kejadian atau percakapan, yang kemudian memicu keinginan kuat untuk meniru perilaku orang lain, terutama teman-teman.

Dari sudut pandang psikologi, seseorang dapat mengalami *Fear of Missing Out* (FoMO) ketika dua kebutuhan mendasar dalam dirinya tidak terpenuhi, yakni kebutuhan akan keterhubungan sosial dan pengembangan diri. Kebutuhan akan keterhubungan mencerminkan keinginan individu untuk menjalin kedekatan dengan orang lain, sedangkan aspek *self* mencakup rasa otonomi serta kemampuan untuk bertindak secara efektif (Przybylski *et al.*, 2013, hlm. 1841). Ketika kedua aspek ini tidak tercapai,

individu rentan mengalami perasaan tidak nyaman seperti iri hati, kesepian, atau perasaan terpinggirkan. Sebagai upaya kompensasi, mereka cenderung mengikuti tren di media sosial untuk meraih penerimaan sosial dan kebahagiaan, walaupun kepuasan yang didapat biasanya bersifat sesaat. Ketidakpuasan ini dapat memicu perilaku tidak adaptif, seperti konsumsi makanan berlebihan atau gangguan pola tidur, yang pada akhirnya berdampak negatif terhadap kesehatan fisik dan mental (Hamzah, 2020, hlm. 70).

Tak hanya itu, *Fear of Missing Out* (FOMO) juga dapat menjadi pemicu perilaku impulsif, terutama dalam hal keinginan untuk mencoba hidangan yang tengah menjadi perbincangan hangat di dunia maya. Studi yang dilakukan oleh Diana Maulana (2024, hlm. 90) mengindikasikan bahwa FOMO memiliki dampak yang cukup besar terhadap kecenderungan pembelian impulsif, dengan menyumbang 37,1% variasi pada perilaku tersebut di kalangan mahasiswi Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Studi lain oleh Alfina *et al* (2023, hlm. 8) turut mengindikasikan bahwa FOMO memiliki kaitan tidak langsung dengan kecenderungan individu untuk terlibat, membeli produk, dan melakukan konsumsi. Proses ini dipengaruhi oleh interaksi di platform media sosial yang membangkitkan emosi seperti ketertarikan, kecemburuan, atau keinginan untuk bersaing. Hasil wawancara peneliti memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa interaksi sosial serta anjuran yang diterima melalui media sosial memiliki andil dalam memengaruhi keputusan pembelian para konsumen.

... Aku coba makanan viral karena lihat di media sosial terus banyak yang review positif jadi bikin penasaran, trus aku ikutan nyoba juga... (AR, Wawancara 02 Oktober 2024)

... Rasa penasaran terhadap rasa makanan viral, dan apa spesialnya makanan tersebut sehingga makanan itu bisa viral, terpengaruh teman dan sosmed juga termasuk salah satu penyebabnya... (DS, Wawancara 02 Oktober 2024).

Hasil wawancara tersebut sejalan dengan penelitian Alutaybi *et al.*, (2020, hlm. 21) yang menemukan bahwa *Fear of Missing Out (FoMO)* sering dikaitkan dengan penggunaan media sosial yang berlebihan. Individu dengan FoMO merasa perlu terus memantau aktivitas online agar tetap terhubung dan tidak melewatkan informasi terbaru. Kecemasan ini membuat mereka ingin selalu mengikuti tren, termasuk tren makanan viral. Temuan ini diperkuat oleh penelitian terhadap 2.000 pengguna media sosial, yang menunjukkan bahwa 77% dari mereka merasa FoMO terhadap makanan dan terdorong untuk segera mencoba hidangan yang dipuji banyak orang, mengunjungi tempat kuliner populer, atau mengikuti tren makanan yang sedang viral (Snapcalorie, 2022, hlm. 3). *Fear of Missing Out (FoMO)* juga membuat individu merasa sulit untuk memutuskan apa yang akan dimakan karena keinginan untuk mencoba hidangan tertentu menjadi sangat kuat. Hal ini berkaitan dengan bagaimana makanan bisa menjadi viral.

Makanan dapat menjadi viral ketika memiliki cita rasa unik atau inovatif, menarik perhatian melalui tampilan Instagrammable, serta disajikan secara kreatif, yang membuatnya menarik untuk disebar di media sosial (Syaharani & Laksana 2023, hlm. 288). Popularitas makanan

viral biasanya ditandai dengan tingginya jumlah tontonan, komentar, *like*, atau ulasan yang mendorong banyak orang untuk mencobanya. Tren ini dengan cepat menyebar luas melalui platform seperti TikTok, Instagram, dan Twitter, berkat kemudahan akses dan harga yang terjangkau. Selain itu, influencer dan *food vlogger* juga memainkan peran penting dalam memperkenalkan makanan viral kepada publik, dengan ulasan positif yang mereka berikan yang dapat langsung meningkatkan minat konsumen (Djafarova *et al*, 2017, hlm. 12).

Meskipun tren makanan viral memungkinkan konsumen terhubung dengan komunitas dan menikmati pengalaman kuliner baru, perilaku impulsif akibat FoMO juga dapat membawa risiko kesehatan. *Fear of Missing Out (FoMO)* mendorong individu untuk segera mencoba makanan viral tanpa mempertimbangkan nutrisi atau dampak kesehatannya. Perasaan terburu-buru ini sering membuat orang memesan makanan secara impulsif dan berlebihan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan risiko obesitas (Azizah, 2024, hlm. 2). Variasi makanan viral yang memicu FoMO juga sangat beragam, mulai dari camilan, makanan utama, minuman, hingga *dessert* manis. Misalnya, makanan populer seperti cromboloni atau cokelat dengan isian kunafa pistachio yang mengandung kadar gula tinggi. Konsumsi berlebihan makanan manis seperti ini, jika dilakukan secara terus-menerus, berisiko meningkatkan peluang seseorang mengalami masalah kesehatan seperti pre-diabetes atau bahkan diabetes (Afrilian, 2024, hlm. 2).

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai topik “Kontribusi *Fear of Missing Out (FoMO)* Makanan Viral Terhadap *Healthy Behavior* Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang”. Penelitian ini memiliki perbedaan dari studi sebelumnya karena menitikberatkan pada perilaku sehat terhadap makanan sebagai variabel dependen yang dipengaruhi oleh fenomena *Fear of Missing Out (FoMO)*. Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan kekurangan dari riset terdahulu yang belum secara mendalam menelusuri kaitan antara FoMO dan *Healthy Behavior*, yang masih tergolong terbatas.

Hal tersebut dibuktikan melalui hasil pencarian peneliti di berbagai sumber seperti Google Scholar, ResearchGate, DOAJ, dan Elsevier yang tidak menemukan penelitian yang secara langsung membahas hubungan antara *Fear of Missing Out (FoMO)*, tren makanan viral, dan perilaku sehat terhadap makanan. Dengan demikian, penetapan variabel perilaku sehat terhadap makanan sebagai fokus utama dalam penelitian ini diharapkan mampu menjawab kekosongan pengetahuan yang ada serta memberikan sumbangan yang signifikan dalam memahami dinamika psikologis antara *Fear of Missing Out (FoMO)* dan *Healthy Behavior*. Selain itu, kesenjangan ini penting untuk diteliti, terutama mengingat tingginya risiko penyakit akibat perilaku makan buruk dan berkembangnya tren makanan viral.

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian diperlukan batasan masalah sehingga dalam proses penelitian akan lebih terfokus, terarah, dan efektif. Dengan adanya batasan ini, penelitian dapat dilaksanakan secara lebih optimal, sehingga mampu menjawab permasalahan dengan tepat dan efisien. Penelitian ini difokuskan untuk mengetahui lebih lanjut Kontribusi *Fear of Missing Out (FoMO)* Makanan Viral Terhadap *Healthy Behavior* Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas maka rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tingkat *Fear of Missing Out (FoMO)* makanan viral mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?
2. Bagaimana tingkat *Healthy Behavior* mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?
3. Adakah kontribusi *Fear of Missing Out (FoMO)* makanan viral terhadap *Healthy Behavior* mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat *Fear of Missing Out (FoMO)* makanan viral pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Untuk mengetahui tingkat *Healthy Behavior* mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Untuk membuktikan kontribusi *Fear of Missing Out (FoMO)* makanan viral terhadap *Healthy Behavior* mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

E. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dalam keilmuan baik secara teoritis dan praktis :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber rujukan serta menambah wawasan dalam bidang ilmu psikologi, terutama yang berkaitan dengan fenomena *Fear of Missing Out (FoMO)* makanan viral dan kaitannya dengan pola perilaku sehat di kalangan mahasiswa. Selain itu, penelitian ini dapat memperluas pemahaman tentang bagaimana FoMO memengaruhi keputusan seseorang dalam memilih makanan terutama di era digital yang dipenuhi dengan berbagai tren konsumsi makanan, serta menjadi referensi untuk penelitian serupa yang mengkaji hubungan antara FoMO dan *Healthy Behavior*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Penelitian ini diharapkan dapat membantu mahasiswa untuk lebih memahami pentingnya menjaga perilaku sehat dalam memilih makanan, meskipun terpengaruh oleh tren makanan viral. Dengan adanya pemahaman tentang kontribusi FoMO, mahasiswa diharapkan bisa lebih selektif dalam mengikuti tren makanan yang sedang viral dan membuat keputusan konsumsi yang lebih sehat.

b. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dasar bagi pengembangan program edukasi yang ditujukan kepada pengguna media sosial, guna mengurangi dampak negatif FoMO terhadap perilaku konsumsi makanan, serta meningkatkan kesadaran akan risiko konsumsi makanan yang tidak sehat.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. *Healthy Behavior*

1. Definisi Perilaku Sehat (*Healthy Behavior*) Terhadap Makanan

Muary *et al.*, (2020, hlm. 46) menambahkan bahwa perilaku sehat meliputi tindakan pencegahan dan pemulihan penyakit, pengobatan, peningkatan kesehatan, serta pemenuhan gizi melalui konsumsi makanan dan minuman yang sehat. Sementara itu, Gochman (dalam Glanz *et al.*, 2002, hlm. 12), menjelaskan bahwa perilaku sehat mencakup pola tindakan, kebiasaan, dan perilaku yang berkaitan dengan upaya menjaga, memulihkan, serta meningkatkan kondisi kesehatan.

Selanjutnya, menurut Conner & Norman, (2005, hlm. 2-3) perilaku sehat merujuk pada berbagai tindakan yang bertujuan untuk mencegah serta mendeteksi adanya penyakit, sekaligus memelihara dan meningkatkan kondisi kesehatan serta kesejahteraan individu. Perilaku yang termasuk dalam definisi ini mencakup, penggunaan layanan medis, kepatuhan terhadap regimen medis, dan perilaku kesehatan mandiri. Pendapat lain juga dikemukakan oleh Skinner (1983, hlm. 6) yang menyatakan bahwa perilaku sehat (*healthy behavior*) merupakan respons seseorang terhadap stimulus atau objek yang berkaitan keberadaan penyakit, serta berbagai faktor yang

memengaruhi kesehatan, seperti layanan kesehatan, lingkungan, maupun asupan makanan dan minuman.

Salah satu bentuk dari perilaku sehat adalah perilaku makan, yang berperan penting dalam menjaga keseimbangan fisik dan mental. Menurut Van Strien *et al.*, (1986, hlm. 296-298), perilaku makan dapat dijelaskan melalui tiga teori, yaitu teori *psychosomatic*, *externality*, dan *restraint*. Teori *psychosomatic* berfokus pada hubungan antara kondisi emosional dan perilaku makan. Teori *externality* menyatakan bahwa perilaku makan lebih banyak dipengaruhi oleh rangsangan eksternal, seperti ketersediaan makanan atau lingkungan sosial, daripada oleh rasa lapar atau kenyang internal. Sementara itu, teori *restraint* menekankan pada konsep pengendalian diri dalam perilaku makan, di mana individu berupaya membatasi asupan makanan mereka. Menurut Natoatmodjo (2007, hlm. 136) mendefinisikan perilaku makan merupakan respons seseorang terhadap makanan yang melibatkan berbagai aspek, serta dipengaruhi oleh cara pandang dan kebiasaan individu terhadap makanan.

Selanjutnya, Benarroch *et al.*, (2011, hlm. 1222) mengemukakan bahwa perilaku makan mencakup rangkaian tindakan yang membangun hubungan manusia dengan makanan. Hal ini tidak hanya mencakup jumlah dan jenis makanan yang dikonsumsi, tetapi juga kebiasaan serta perasaan yang terbentuk dalam proses makan. Rahman *et al.*, (2016, hlm. 44) menyatakan bahwa perilaku makan mencakup berbagai aspek, seperti kebiasaan dalam memilih makanan, kesukaan terhadap jenis makanan tertentu, pola makan

sehari-hari, frekuensi makan, serta cara seseorang menjalankan etika saat makan. Di sisi lain, Grimm & Steinle (2011, hlm. 55), mengungkapkan bahwa perilaku makan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berinteraksi, termasuk kondisi psikologis, biologis, lingkungan sosial, dan faktor keturunan, yang semuanya berperan dalam menentukan kapan seseorang makan, seberapa banyak yang dikonsumsi, dan makanan apa yang dipilih.

Perilaku makan berperan penting dalam menentukan status gizi individu. Asupan gizi dipengaruhi secara langsung oleh kualitas makanan yang mencakup kandungan nutrisi yang dibutuhkan tubuh dan juga oleh kuantitas makanan yang dikonsumsi, yaitu sejauh mana jumlahnya mampu mencukupi kebutuhan tubuh. Asupan gizi yang optimal dapat berperan penting untuk menurunkan atau mempertahankan berat badan, menurunkan risiko penyakit, dan meningkatkan produktivitas. Oleh karena itu, status gizi yang baik sangat penting untuk meningkatkan kesehatan, baik untuk masing-masing individu maupun masyarakat secara keseluruhan.

Berdasarkan penjelasan di atas perilaku sehat terhadap makanan merupakan serangkaian tindakan yang dilakukan oleh individu secara sadar mencakup pemilihan makanan bergizi, kebiasaan makan teratur, pola makan, serta perasaan yang terbentuk dalam proses makan dengan tujuan mencegah atau mengurangi risiko penyakit, mendeteksi potensi gangguan kesehatan, serta mendukung kesejahteraan fisik serta mental. Perilaku ini melibatkan respon individu terhadap makanan berdasarkan pengetahuan,

sikap, preferensi pribadi, serta dipengaruhi oleh berbagai faktor yang kompleks, mulai dari faktor fisiologis, sosial, emosional, dan lingkungan.

2. Aspek-aspek *Healthy Behavior*

Menurut Natoatmodjo (2007, hlm. 136), perilaku makan merupakan respons seseorang terhadap makanan yang melibatkan berbagai aspek, serta dipengaruhi oleh cara pandang dan kebiasaan individu terhadap makanan. Adapun penjelasan dari masing-masing aspek adalah sebagai berikut:

a. Pengetahuan

Pemahaman individu mengenai makanan mencakup keterkaitan antara asupan makanan dengan kesehatan, manfaat konsumsi makanan, serta kemampuan dalam memilih bahan makanan yang mengandung berbagai nutrisi penting bagi tubuh. Selain itu, individu juga diharapkan memahami konsep kebutuhan dan kecukupan gizi, serta merancang menu yang seimbang, serta berbagai aspek yang mempengaruhi kebutuhan gizi dan pemilihan pola makan sehat (Angesti *et al.*, 2018, hlm. 8).

b. Persepsi

Persepsi merujuk pada cara individu memandang makanan, yang nantinya akan mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih dan mengonsumsi jenis makanan. Persepsi ini mencakup kecenderungan untuk memilih makanan yang bergizi dan seimbang, yang dapat membantu individu menjaga kesehatan tubuh secara keseluruhan.

c. Sikap

Sikap merupakan kecenderungan individu untuk menyukai atau tidak menyukai jenis makanan tertentu, yang dipengaruhi oleh pengetahuan dan persepsi. Pengetahuan yang baik tentang makanan sehat dapat memperkuat sikap positif terhadap konsumsi makanan bergizi, yang pada gilirannya mendorong individu untuk mematuhi pedoman diet dan memilih makanan bergizi (Hearty *et al.*, 2007, hlm. 9).

d. Praktik terhadap makanan serta unsur-unsur yang terkandung di dalamnya

Serangkaian tindakan yang dilakukan individu dalam memahami kandungan zat gizi yang terdapat pada makanan, seperti vitamin, mineral, protein, dan serat, yang penting bagi kesehatan. Praktik ini melibatkan kemampuan membaca label kemasan dan informasi nutrisi, sehingga individu dapat memastikan pilihan makanan yang sesuai dengan kebutuhan gizi pribadi.

e. Pengolahan makanan

Pengolahan makanan melibatkan teknik-teknik untuk menyiapkan bahan makanan sebelum dikonsumsi, dengan tujuan menjaga keamanan, cita rasa, serta kandungan gizinya. Proses ini mencakup pemilihan metode memasak seperti mengukus, merebus, atau memanggang yang dapat mempertahankan nutrisi, serta menghindari teknik seperti menggoreng yang dapat menambah kalori berlebihan

(Sundari *et al.*, 2015, hlm. 241). Selain itu, pengolahan makan juga berkaitan dengan penggunaan minyak goreng berulang atau suhu penggorengan yang terlalu tinggi, yang dapat menghasilkan senyawa berbahaya seperti akrilamida, sementara penambahan minyak, gula, atau garam selama proses pengolahan dapat meningkatkan kandungan kalori makanan (Bella, 2023).

Menurut Steptoe *et al.*, (1995, hlm. 271), terdapat sembilan aspek utama yang memengaruhi individu dalam memilih makanan. Aspek-aspek ini menjelaskan berbagai pertimbangan yang mendasari preferensi dan keputusan seseorang dalam menentukan makanan yang dikonsumsi :

a. Kesehatan (*Health*)

Ada berbagai alasan mengapa orang memperhatikan aspek kesehatan saat memilih makanan, salah satunya adalah untuk mencegah penyakit kronis. Proses pemilihan makanan dipengaruhi oleh kesadaran nutrisi terhadap pemenuhan kebutuhan fungsional tubuh, yang mencakup pemahaman tentang pentingnya memilih makanan yang mendukung fungsi tubuh optimal, seperti vitamin, mineral, dan antioksidan (Fikha *et al.*, 2023, hlm. 690). Kesadaran akan pentingnya pola makan sehat sering kali mendorong individu untuk lebih selektif dalam membuat pilihan makanan yang bergizi dan tinggi nutrisi. Dengan demikian, kesehatan yang optimal dapat dicapai melalui

konsumsi makanan seimbang yang mencakup banyak vitamin, mineral, protein, dan serat (Dedy Kasingku, 2023, hlm. 856).

b. Mood (Suasana Hati)

Mood (Suasana hati) memainkan peran penting dalam pemilihan makanan. Saat merasa bahagia, seseorang cenderung memilih makanan sehat atau membuat keputusan yang lebih baik. Sebaliknya, suasana hati negatif sering mendorong pilihan makanan tidak sehat. Beberapa orang cenderung makan berlebihan sebagai respons terhadap rangsangan emosional yang intens, biasanya mengonsumsi makanan tinggi kalori yang dapat meningkatkan lemak tubuh.

c. Kenyamanan

Kenyamanan adalah faktor utama dalam pemilihan makanan, yang bagi sebagian orang juga berarti kemudahan dalam menyiapkannya. Kenyamanan sering kali menjadi pendorong dalam memilih makanan yang kurang sehat, karena makanan sehat yang dianggap tidak praktis cenderung kurang diminati. Hal ini menunjukkan bahwa individu yang menjadikan kenyamanan sebagai faktor utama dalam memilih makanan mungkin memiliki sikap negatif terhadap pola makan sehat dan kurang termotivasi untuk menerapkannya.

d. Daya Tarik Sensorik

Daya tarik sensorik memegang peranan penting dalam menentukan preferensi dan pilihan makanan, bahkan sering kali lebih dominan dibandingkan pertimbangan kesehatan. Anggapan bahwa makanan

sehat kurang menarik secara sensori dapat mengurangi minat konsumen. Aspek sensori meliputi penampilan, aroma, tekstur, dan rasa. Aroma yang menggugah selera dapat merangsang indra penciuman dan mendorong seseorang untuk mengonsumsi makanan tersebut.

e. Komposisi Makanan (*Natural Content*)

Persepsi bahwa makanan bersifat 'alami' mendorong konsumen untuk memilih makanan tersebut karena dianggap aman dan bernutrisi. Makanan dianggap lebih alami jika terbebas dari bahan tambahan seperti pengawet, pewarna, pemanis buatan, dan zat aditif lainnya. Mereka cenderung memilih produk yang dianggap lebih sehat dan aman, serta memberikan manfaat gizi yang lebih baik. Penelitian menunjukkan bahwa makanan kaya nutrisi, seperti yang mengandung vitamin dan mineral, termasuk dalam kategori makanan alami yang mendukung kesehatan. Sebaliknya, makanan dengan banyak aditif sering dianggap kurang bernutrisi dan berisiko bagi kesehatan (Rankin et al., 2018, hlm. 2608). Dengan demikian, preferensi terhadap bahan alami mencerminkan pilihan konsumen untuk makanan yang lebih bergizi.

f. Harga

Harga memainkan peran penting dalam memungkinkan individu memperoleh makanan berkualitas dan dalam porsi yang cukup. Namun, makanan sehat umumnya memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan makanan yang kurang sehat. Karena itu, meskipun harga

dapat menjadi faktor pendukung dalam pemilihan makanan, faktor ini juga dapat menjadi kendala bagi seseorang untuk mengonsumsi makanan sehat.

g. Kontrol Berat Badan (*Weight Control*)

Upaya yang dilakukan individu secara sadar dalam memilih makanan rendah kalori, rendah lemak, dan gula, serta tinggi serat merupakan strategi untuk membatasi asupan kalori dan mengontrol porsi makan. Pemilihan makanan ini bertujuan mendukung penurunan atau pemeliharaan berat badan, dengan kecenderungan untuk menghindari makanan tinggi kalori, lemak, dan gula, serta lebih memilih makanan bergizi seperti buah dan sayur. Dengan mengutamakan makanan rendah kalori dan tinggi serat, dapat membantu individu merasa kenyang lebih lama tanpa asupan kalori berlebihan. Selain itu, menurut Hubert (2012, hlm. 744), kontrol berat badan melibatkan pembatasan asupan makanan secara sadar dan berkelanjutan untuk menurunkan, menjaga, atau mencegah kenaikan berat badan.

h. *Familiaritas*

Keakraban dalam pemilihan makanan merujuk pada kecenderungan seseorang untuk memilih makanan yang sudah dikenal daripada mencoba yang baru. Kebiasaan makan sejak kecil sangat memengaruhi preferensi ini, karena makanan yang familiar memberikan rasa nyaman dan mengurangi ketidakpastian. Sosialisasi dalam keluarga juga

berperan, di mana makanan yang sering disajikan di rumah cenderung menjadi pilihan utama.

i. Keprihatinan Etnis (*Ethical Concern*)

Aspek keprihatinan etnis dalam pemilihan makanan merujuk pada bagaimana pertimbangan budaya, tradisi, dan identitas etnis memengaruhi preferensi dan pilihan makanan seseorang. Pada beberapa kelompok etnis, kebiasaan makan merupakan wasan budaya yang diturunkan dari generasi ke generasi.

Maka berdasarkan pendapat Natoatmodjo (2007, hlm. 136) dan Steptoe *et al.*, (1995), aspek yang digunakan peneliti untuk mengukur perilaku sehat terhadap makanan meliputi pengelolaan makanan, kesehatan (*health*), komposisi makanan (*Natural Content*), dan kontrol berat badan (*Weight Control*).

f. Faktor yang Mempengaruhi *Healthy Behavior*

Menurut Barasi (2007, hlm. 146), perilaku sehat terhadap makanan seseorang dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor eksternal dan faktor internal yang mencakup :

a. Faktor Eksternal

1) Budaya

Faktor-faktor seperti gaya hidup, pola makan, dan pilihan makanan tertentu sangat dipengaruhi oleh budaya seseorang. Misalnya, mengonsumsi makanan tertentu sering dianggap sebagai simbol status

sosial dalam beberapa kelompok masyarakat, sehingga orang cenderung memilih makanan berdasarkan tren daripada nilai gizinya. Jika kebiasaan ini berlanjut tanpa pemahaman akan pentingnya asupan gizi, hal ini dapat memicu masalah kesehatan, seperti kekurangan atau kelebihan nutrisi.

2) Ekonomi

Pilihan makanan yang dikonsumsi sangat dipengaruhi oleh harga dan ketersediaan makanan. Banyak orang cenderung beralih ke makanan yang lebih murah namun kurang sehat, seperti makanan cepat saji atau makanan olahan, ketika harga makanan sehat seperti buah dan sayur mahal atau sulit dijangkau. Sebaliknya, jika makanan sehat lebih mudah diakses dan harganya lebih murah, masyarakat akan lebih cenderung mengonsumsinya secara teratur.

3) Norma Sosial

Pilihan makanan individu sering dipengaruhi oleh teman sebaya karena tekanan sosial atau keinginan untuk menyesuaikan diri. Misalnya, seseorang mungkin memilih makanan tertentu hanya karena teman-temannya mengonsumsinya atau karena makanan tersebut populer di lingkungannya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fatmawati & Wahyudi, (2021, hlm. 44), yang menunjukkan bahwa remaja yang sering menghabiskan waktu bersama teman sebaya cenderung memiliki kebiasaan makan yang dipengaruhi

oleh teman-teman mereka, yang pada akhirnya berdampak pada status gizi mereka.

4) Pengetahuan

Pengetahuan seseorang tentang gizi dan kesehatan memengaruhi pilihan makanan mereka. Individu yang memiliki pemahaman tentang gizi cenderung memilih makanan sehat karena menyadari pentingnya nutrisi, terutama jika makanan tersebut lebih terjangkau atau menarik secara visual. Sebaliknya, individu dengan pengetahuan gizi yang rendah lebih rentan memilih makanan tidak sehat.

5) Media atau periklanan

Saat ini, media sosial berperan signifikan dalam membentuk persepsi individu terhadap makanan, menggeser kebiasaan makan yang bersifat tradisional, serta memperkenalkan berbagai tren konsumsi baru. Media komunikasi seperti iklan dan kampanye kesehatan berkontribusi dalam mendorong pola makan sehat dengan menyediakan informasi gizi yang mudah diakses (Jihad *et al.*, 2024, hlm. 24). Namun, media sosial juga berpotensi menyebarkan informasi yang keliru, sehingga dapat mempengaruhi keputusan makan secara negatif.

b. Faktor Internal

1) Faktor Fisik

Faktor fisik mengacu pada kebutuhan fisiologis tubuh yang memengaruhi preferensi makan seseorang. Tubuh membutuhkan berbagai jenis gizi untuk menjalankan fungsi-fungsi dasarnya, seperti

rasa lapar dan kenyang. Kebutuhan gizi tubuh bervariasi tergantung pada usia, kesehatan, metabolisme, dan aktivitas fisik. Sebagai contoh, individu berusia 18-30 tahun umumnya kurang memperhatikan kesehatan, sedangkan kelompok usia yang lebih tua cenderung lebih selektif dalam memilih makanan, terutama dengan mempertimbangkan faktor kesehatan.

2) Faktor Psikologis

Pilihan makanan dapat dipengaruhi oleh emosi seperti stres, kecemasan, atau kebahagiaan. Misalnya, saat mengalami stres, individu cenderung mengonsumsi makanan tinggi lemak dan tidak sehat, sementara makanan rendah lemak dan rendah gula yang lebih sehat sering kali diabaikan. Selain itu, faktor psikologis juga berkaitan dengan disiplin diri, yang mengacu pada kemampuan individu untuk mengatur dirinya sendiri dan membuat pilihan yang bijak. Individu yang memiliki kebebasan untuk memilih makanan yang akan dikonsumsi, dan mereka yang memiliki disiplin diri yang baik cenderung lebih berhati-hati dalam membuat pilihan makanan (Deliens *et al.*, 2014, hlm. 6).

B. *Fear of Missing Out* (FoMO)

1. Definisi *Fear of Missing Out* (FoMO)

Menurut Przybylski *et al.*, (2013, hlm. 1842) *Fear of Missing Out* (FoMO) merupakan bentuk kecemasan yang timbul ketika seseorang merasa tertinggal dari percakapan, peristiwa, atau pengalaman yang sedang

terjadi di sekitarnya, sehingga menimbulkan dorongan kuat untuk terus mengikuti aktivitas sosial teman-temannya. FoMO dipandang sebagai indikasi dari kegagalan individu dalam mengelola dirinya, yang berakar pada kurangnya pemenuhan kebutuhan psikologis, baik secara situasional maupun kronis, seperti rasa terhubung, kompeten, dan memiliki kendali atas diri sendiri. Ketika kebutuhan ini tidak terpenuhi, individu cenderung mencari kompensasi lain melalui media sosial, yang dianggap sebagai sarana untuk membangun kompetensi sosial, memperdalam relasi sosial dengan orang lain, serta menjalin dan memperkuat keterhubungan yang mereka butuhkan (Przybylski *et al.*, 2013, hlm. 1847).

J. Walter Thompson (2012, hlm. 881) mendefinisikan *Fear of Missing Out (FoMO)* sebagai bentuk kecemasan yang timbul saat seseorang merasa kehilangan momen atau pengalaman yang sedang dinikmati oleh orang lain. Perkembangan teknologi serta penggunaan smartphone yang terus-menerus menyajikan pembaruan informasi semakin memperkuat fenomena ini. Sejalan dengan itu, menurut Tomczyk & Selmanagic-Lizde (2018, hlm. 543) *Fear of Missing Out (FoMO)* mengacu pada suatu kondisi cemas yang dipicu oleh keinginan mendesak untuk selalu terhubung dengan jaringan internet, terutama media sosial. Kondisi ini berkaitan dengan kebutuhan yang tinggi untuk saling terhubung, menerima berbagai informasi dari media sosial, serta terlibat dalam pertukaran informasi secara aktif maupun pasif. Ketidakmampuan individu untuk memenuhi kebutuhan ini sering kali menimbulkan emosi negatif.

Dengan semakin pesatnya kemajuan teknologi di era modern, masyarakat menerima banyak informasi dengan cepat, yang turut mendorong fenomena *Fear of Missing Out (FoMO)* menjadi bagian penting dalam gaya hidup. Media sosial kini berperan sebagai platform utama untuk mencari informasi dan berinteraksi, membuat orang semakin mudah mengakses berbagai tren terbaru, termasuk makanan viral. Ketika seseorang melihat teman-temannya atau figur publik yang mereka ikuti mencoba makanan-makanan ini, perasaan cemas karena merasa tertinggal atau tidak ikut terlibat dalam tren tersebut dapat muncul. Hal ini memicu dorongan untuk ikut mencoba dan merasakan pengalaman yang sama agar tidak merasa ketinggalan atau terisolasi dari lingkungan sosial mereka (Astika *et al.*, 2022).

Berdasarkan uraian sebelumnya, *Fear of Missing Out (FoMO)* dapat dipahami sebagai kondisi psikologis yang ditandai oleh munculnya rasa takut dan kecemasan ketika seseorang merasa tertinggal atau tidak ikut serta dalam suatu aktivitas, peristiwa, atau informasi yang dianggap penting. Perasaan ini biasanya dipicu oleh eksposur terhadap unggahan orang lain di media sosial yang membagikan momen-momen menarik. Rasa cemas dan takut ini sering kali diperkuat oleh tekanan untuk selalu *up-to-date* serta perkembangan teknologi yang mempermudah pembaruan informasi secara terus-menerus, yang pada akhirnya dapat berdampak negatif pada kesejahteraan individu.

2. Aspek *Fear of Missing Out* (FoMO)

Fear of Missing Out (FoMO) dipandang sebagai respons yang muncul dalam situasi ketika kebutuhan akan identitas diri (*self*) dan hubungan sosial (*relatedness*) tidak terpenuhi Przybylski *et al.*, (2013, hlm. 1841). Berdasarkan hal tersebut, FoMO terdiri dari beberapa aspek, antara lain:

a. Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *relatedness*

Relatedness atau keterhubungan dengan orang lain merupakan kebutuhan dasar manusia untuk merasa dekat dan memiliki ikatan dengan sesama. Ketika individu menjalin hubungan yang positif, penuh perhatian, dan mendukung, mereka cenderung ingin memperluas interaksi sosial mereka. Sebaliknya, jika kebutuhan akan keterhubungan ini tidak terpenuhi, individu bisa mengalami kecemasan dan terdorong untuk mencari tahu aktivitas atau kehidupan orang lain melalui media sosial. Tindakan ini menjadi cara bagi mereka untuk tetap merasa terhubung secara sosial dan memperkuat rasa memiliki terhadap kelompok atau komunitasnya.

b. Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *self*

Kebutuhan psikologis mengenai *self* ini biasanya berkaitan dengan *competence* dan *autonomy*. Kompetensi merujuk pada keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menjalankan suatu tindakan. Di sisi lain, otonomi mencerminkan kebutuhan akan kebebasan dalam menentukan pilihan dan bertindak tanpa tekanan dari pihak lain. Jika kedua kebutuhan ini tidak terpenuhi, individu cenderung mencari

alternatif untuk menyalurkan diri melalui dunia digital. Salah satu caranya adalah dengan menampilkan diri di media sosial, baik melalui pencarian informasi tentang orang lain maupun dengan membagikan pengalaman pribadi. Aktivitas ini menjadi upaya untuk mendapatkan pengakuan sosial, memperkuat identitas, serta membangun rasa berharga atas diri sendiri.

3. Faktor yang Mempengaruhi *Fear of Missing Out* (FoMO)

Berdasarkan penelitian dari JWT Intellegence, (2012), terungkap adanya enam elemen yang dapat memicu timbulnya *Fear of Missing Out* (FoMO), antara lain:

a. Keterbukaan informasi

Media sosial memungkinkan pengguna untuk secara terbuka menampilkan kehidupan mereka kepada publik. Dengan bantuan perangkat seperti smartphone membuat pengguna dapat dengan mudah membagikan secara langsung aktivitas yang sedang mereka lakukan atau alami. Selain itu, ketersediaan fitur lokasi yang semakin canggih memungkinkan orang lain dengan mudah memantau posisi dan kegiatan individu.

b. Usia

Usia memainkan peran penting dalam mempengaruhi bagaimana individu merasakan dan merespons *Fear of Missing Out* (FoMO). Menurut survei JWT Intelligence, kelompok usia 13-33 tahun memiliki

tingkat FoMO yang tinggi, karena mereka adalah pengguna terbesar media sosial dan menganggap internet sebagai bagian tak terpisahkan dari rutinitas harian mereka.

c. *Social one-upmanship*

Merujuk pada individu yang berusaha untuk menunjukkan bahwa mereka lebih keren, lebih unggul, atau lebih baik dibandingkan orang lain dalam konteks sosial. Perilaku yang ditunjukkan individu ini dapat melalui tindakan, ucapan, atau hal lainnya. Dengan adanya aktifitas “memamerkan” di media sosial dapat meningkatkan tekanan sosial dan ekspektasi untuk selalu terlibat dalam pengalaman yang dianggap menarik.

d. Peristiwa yang diungkapkan melalui hastag

Hashtag di media sosial digunakan untuk menandai dan mengelompokkan konten sesuai tren yang sedang berlangsung. Eksposur terhadap hashtag populer dapat meningkatkan kesadaran seseorang akan tren tersebut, namun bagi yang tidak terlibat, hal ini bisa memicu perasaan tertinggal atau FoMO karena merasa tidak menjadi bagian dari pengalaman yang sedang ramai dibicarakan.

e. Kondisi deprivasi relatif

Ketidakpuasan terhadap diri sendiri dapat mendorong individu untuk membandingkan apa yang mereka alami atau miliki dengan orang lain. Proses perbandingan ini sering kali memicu munculnya perasaan tertinggal. Untuk meredakan perasaan tersebut, individu cenderung

terdorong untuk ikut serta dalam berbagai aktivitas atau tren yang ditampilkan di media sosial, sebagai upaya agar tidak merasa tersisih.

f. Banyak stimulus

Kemajuan media sosial memungkinkan individu untuk mengakses berbagai informasi secara instan dan tanpa kesulitan. Kemudian hal ini turut menumbuhkan rasa ingin tahu yang besar dan dapat mendorong individu untuk terus mengikuti tren atau perkembangan terkini. Kecenderungan untuk selalalu memantau informasi terbaru inilah yang dapat memicu munculnya *Fear of Missing Out* (FoMO).

4. Dampak *Fear of Missing Out* (FoMO)

Dampak yang ditimbulkan dari *Fear of Missing Out* (FoMO) sering kali dikaitkan dengan pengaruh negatif. Menurut Sianipar & Kaloeti, (2019), beberapa dampak dari FoMO antara lain :

a. Putusnya hubungan di dunia nyata akibat kurangnya perhatian dalam komunikasi

Individu yang mengalami FoMO sering kali lebih fokus pada aktivitas di media sosial, sehingga mengabaikan interaksi di dunia nyata. Mereka cenderung lebih fokus dalam mengamati aktivitas orang lain secara online daripada berkomunikasi langsung dengan orang-orang di sekitar mereka. Kebiasaan ini dapat mengganggu hubungan sosial mereka, karena perhatian mereka teralihkan dari komunikasi langsung yang membangun kedekatan emosional. Ketika interaksi tatap muka

berkurang, kualitas hubungan cenderung menurun, yang pada akhirnya bisa menimbulkan rasa terasing atau bahkan putusnya ikatan sosial.

b. Peningkatan ketergantungan dan intensitas penggunaan smartphone

Dorongan *Fear of Missing Out* (FOMO) seringkali menyebabkan individu memiliki kebiasaan untuk secara konstan memantau media sosial agar tidak tertinggal informasi mengenai kegiatan orang lain. Seiring berjalannya waktu, perasaan ini dapat berkembang menjadi ketergantungan, yang membuat individu menghabiskan lebih banyak waktu dengan smartphone dan media sosial.

c. Penurunan tingkat kepuasan hidup.

Menurut (Przybylski *et al.*, 2013, hlm. 1847), ketika seseorang terus-menerus membandingkan dirinya dengan orang lain di media sosial, mereka dapat mengalami penurunan tingkat kepuasan hidup. Perasaan tidak puas ini muncul karena individu merasa bahwa kehidupan mereka tidak sebaik yang terlihat di media sosial. Selain itu, ketergantungan pada media sosial untuk mengatasi kesepian dapat memperburuk kondisi ini, karena individu cenderung merasa bahwa mereka tidak menjalani pengalaman yang memuaskan.

d. Indikasi kondisi sosial dan emosional negatif

Berlebihan dalam menggunakan media sosial dapat membuat individu merasa kesepian dan kebosanan. Meskipun individu terus-menerus memeriksa media sosial, mereka mereka sering kali tidak merasakan kepuasan emosional yang mendalam. Interaksi online,

meskipun menghubungkan secara virtual, tidak dapat menggantikan keekatan emosional dari interaksi langsung. Perasaan ini dapat memicu kecemasan sosial, memperburuk kesehatan emosional, dan membuat individu semakin bergantung pada media sosial untuk mengatasi perasaan negatif mereka (Zavida, 2021, hlm. 32).

C. Perspektif Islam Tentang *Fear of Missing Out* (FoMO)

1. Sampel Teks *Fear of Missing Out* (FoMO)

Dalam pandangannya, Alt (2015), mendefinisikan *Fear of Missing Out* (FoMO) sebagai sebuah keadaan psikologis berupa kegelisahan. Kondisi ini timbul saat individu mempersepsikan bahwa dirinya telah melewatkan momen-momen menarik yang dialami oleh orang lain. Akibatnya, individu tersebut terdorong untuk secara konstan memantau aktivitas orang lain melalui internet. Selanjutnya, menurut Tomczyk & Selmanagic-Lizde (2018, hlm. 543), *Fear of Missing Out* (FoMO) adalah kecemasan yang dipicu oleh keinginan mendesak untuk selalu terhubung dengan jaringan internet, terutama media sosial. Kondisi ini berkaitan dengan kebutuhan tinggi untuk saling terhubung, menerima informasi dari media sosial, serta terlibat dalam pertukaran informasi secara aktif dan pasif. Ketidakmampuan memenuhi kebutuhan ini sering menimbulkan emosi negatif.

Menurut Przybylski et al., (2013, hlm. 1842) *Fear of Missing Out* (FoMO) merupakan bentuk kecemasan yang timbul ketika seseorang

merasa tertinggal dari percakapan, peristiwa, atau pengalaman yang sedang terjadi di sekitarnya, sehingga menimbulkan dorongan kuat untuk terus mengikuti aktivitas sosial teman-temannya. Wortham (2017, hlm. 887), menjelaskan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) merupakan rasa takut atau gelisah yang muncul pada individu ketika melihat orang lain seperti teman atau keluarga terlibat dalam berbagai aktivitas yang tidak ia ikuti.

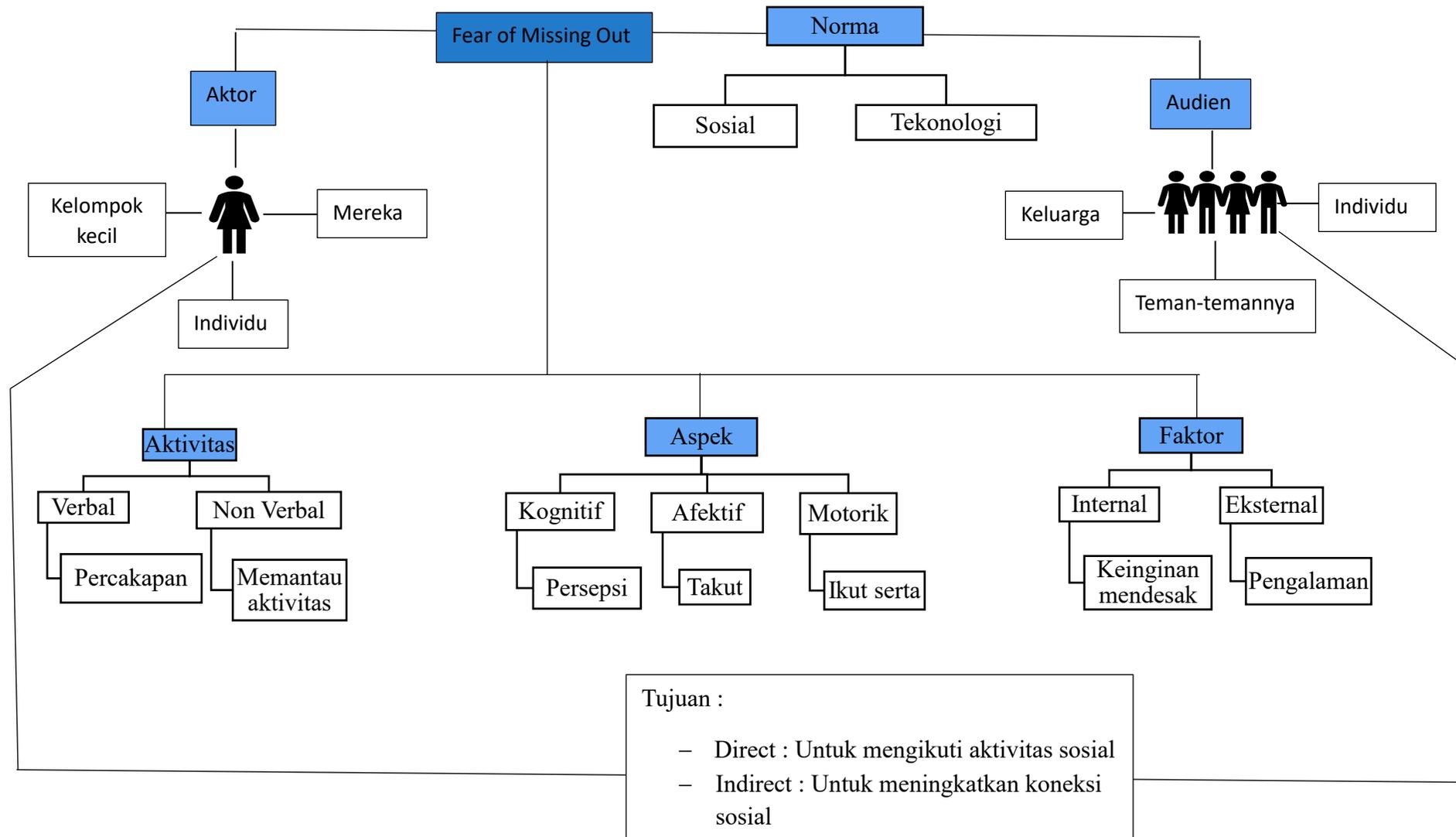
Menurut Salim et al. (2017, hlm. 977), *Fear of Missing Out* (FoMO) adalah perasaan gelisah yang muncul ketika seseorang merasa tertinggal dari momen atau peristiwa penting. Perasaan ini mendorong individu untuk aktif mencari tahu melalui interaksi sosial atau mengikuti topik-topik yang sedang ramai guna memperkuat koneksi sosial serta meningkatkan keterlibatan dalam komunitas. Sementara itu, menurut Franchina (2018, hlm. 1), *Fear of Missing Out* (FoMO) merupakan bentuk kecemasan internal yang muncul ketika seseorang merasa dirinya berpotensi melewatkan pengalaman menyenangkan atau penting yang sedang dialami oleh orang lain. Perasaan ini mendorong individu untuk terus memantau aktivitas orang lain di media sosial dan ikut serta dalam tren yang sedang berlangsung, demi menjaga keterlibatan sosial dan menghindari kesan tidak mengikuti apa yang dianggap normal oleh lingkungan.

Menurut Risdyanti et., al (2019, hlm. 66) *Fear of Missing Out* (FoMO) adalah kecemasan yang muncul ketika individu merasa tertinggal dari pengalaman atau informasi penting yang dialami orang lain. Perasaan ini mendorong individu untuk terus mengikuti percakapan atau informasi

melalui media sosial agar tetap terlibat. Meskipun dapat meningkatkan interaksi sosial, FoMO juga dapat menimbulkan efek negatif, seperti stres, ketidakpuasan, dan kelelahan akibat tekanan untuk selalu “ikut serta.” Wegmann et al., (2017, hlm. 34) menyatakan bahwa Fear of Missing Out (FoMO) menggambarkan suatu bentuk kecemasan yang muncul dalam suatu kelompok terhadap ketidakterlibatan mereka dalam pengalaman sosial orang lain, yang berpotensi menimbulkan dampak negatif bagi kesejahteraan psikologis mereka.

Abel dkk. (2016, hlm. 88) menggambarkan *Fear of Missing Out* (FoMO) sebagai dorongan kuat dalam diri seseorang untuk terlibat dalam berbagai pengalaman sekaligus, yang timbul dari ketakutan melewatkan sesuatu yang dianggap berharga. Perasaan ini mendorong individu untuk menggunakan media sosial guna tetap terhubung dengan momen yang dialami orang lain, karena informasi yang diperoleh dari media sosial sering dianggap sebagai sumber kebahagiaan dan kepuasan. Sedangkan, menurut Aisafitri & Yusriyah, (2021, hlm. 90) *Fear of Missing Out* (FoMO) adalah kecemasan yang muncul ketika individu merasa tertinggal atau tidak terlibat dalam peristiwa atau tren yang sedang berlangsung, terutama setelah melihat pengalaman positif orang lain di media sosial, yang mendorong mereka untuk ikut serta agar tidak merasa ketinggalan.

2. Pola Teks Psikologi Tentang *Fear of Missing Out (FoMO)*

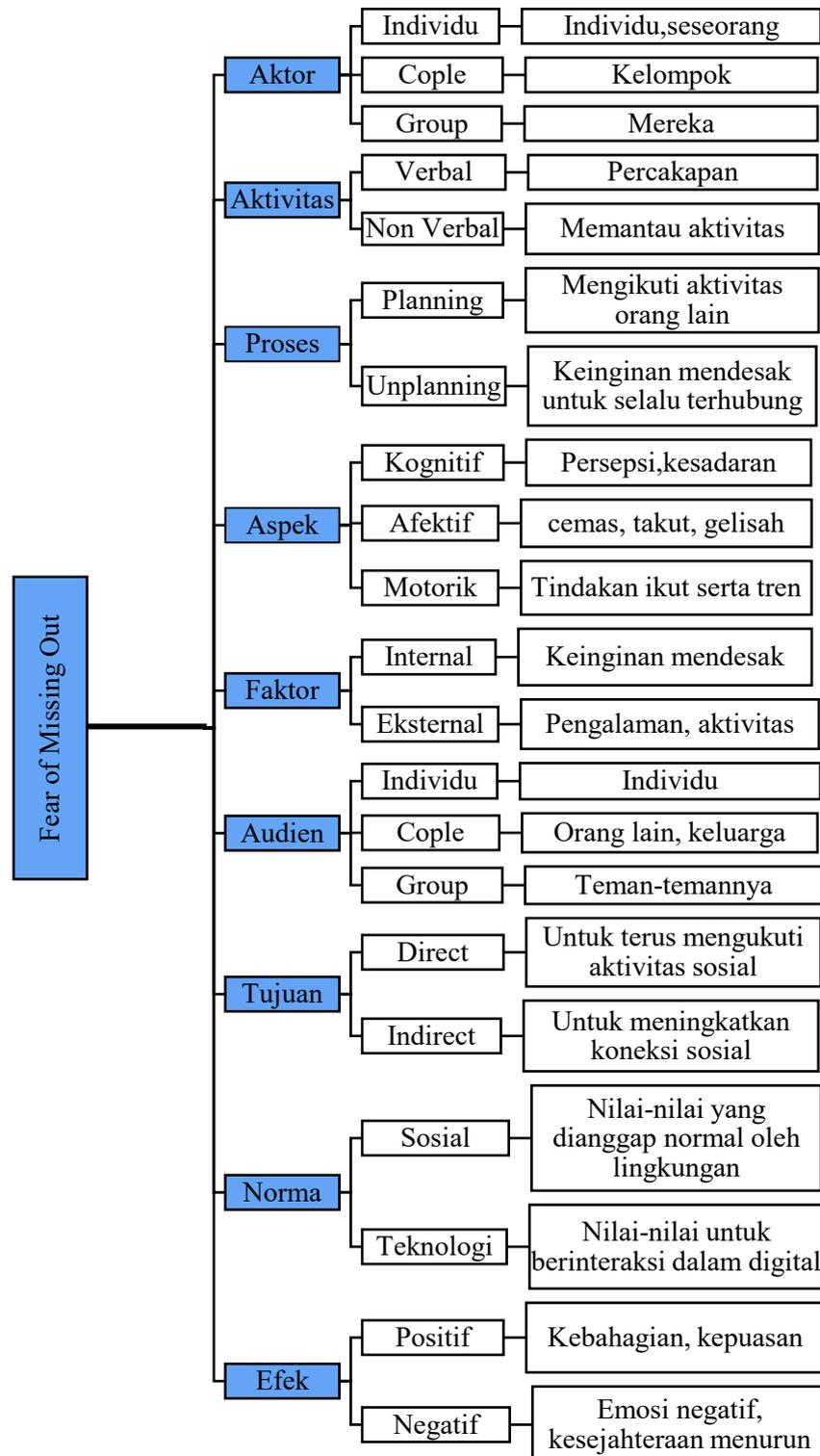


Gambar 2. 1 Pola Teks Psikologi Tentang Fear of Missing Out

3. Analisis Komponen Teks Psikologi

Tabel 2. 1 Analisis Komponen Teks Psikologi

No.	Komponen Teks	Kategori	Deskripsi Teks Psikologi
1	Aktor	Individu, person	Individu, seseorang
		Small Group	Kelompok
		Big Group	Mereka
2	Aktivitas	Verbal	Percakapan
		Non Verbal	Memantau aktivitas orang lain
3	Proses	Planning	Mengikuti aktivitas orang lain untuk menjaga koneksi sosial
		Unplanning	Keinginan mendesak untuk selalu terhubung
4	Aspek	Kognitif	Persepsi, Kesadaran
		Afektif	Kecemasan, ketakutan. Kegelisahan
		Motorik	Tindakan ikut serta tren
5	Faktor	Internal	Keinginan mendesak
		Eksternal	Pengalaman, aktivitas
6	Audiens	Individu, person	Individu
		Small Group	Orang lain, keluarga
		Big Group	Teman-temannya
7	Tujuan	Direct	Untuk terus mengikuti aktivitas sosial
		Indirect	Untuk meningkatkan koneksi sosial
8	Norma	Sosial	Nilai nilai yang dianggap normal oleh lingkungan
		Teknologi	Nilai-nilai untuk berinteraksi dan berpartisipasi dalam digital
9	Efek	Positif	Kebahagiaan, kepuasan
		Negatif	Emosi negatif, Kesejahteraan

4. Peta Konsep *Fear of Missing Out* (FoMO)Gambar 2. 2 Peta konsep *Fear of Missing Out* (FoMO)

5. Rumusan konseptual teks psikologi tentang *Fear of Missing Out*

a. Rumusan konseptual yang bersifat general

Fear of Missing Out (FoMO) merupakan respons psikologis yang ditunjukkan melalui aktivitas verbal maupun non-verbal oleh individu atau kelompok, yang melibatkan aspek kognitif, afektif, dan motorik sebagai bentuk keinginan untuk tetap terhubung dengan aktivitas sosial. Respons ini dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal, serta dinaungi oleh norma sosial dan budaya digital, dengan tujuan menjaga keterlibatan sosial yang pada akhirnya dapat berdampak positif maupun negatif terhadap kesejahteraan individu.

b. Rumusan konseptual yang bersifat partikular (Rinci)

Fear of Missing Out (FOMO) merupakan sebuah aktivitas verbal (seperti berbicara tentang tren atau meninggalkan komentar) maupun non-verbal (seperti memantau unggahan media sosial atau ikut serta dalam tren), yang dilakukan oleh individu atau kelompok, dan melibatkan aspek kognitif (pikiran untuk tetap terlibat), afektif (perasaan takut tertinggal), serta motorik (tindakan nyata mengikuti aktivitas sosial tertentu). Aktivitas ini dipengaruhi oleh faktor internal seperti keinginan untuk diakui dan merasa terlibat, serta faktor eksternal seperti tekanan dari lingkungan sosial dan digital. FOMO juga berjalan seiring dengan norma sosial dan budaya digital yang berlaku, dengan tujuan agar individu tetap menjadi bagian dari kelompok sosial tertentu. Dampaknya dapat bersifat positif, seperti meningkatkan koneksi sosial,

maupun negatif, seperti munculnya stres, kecemasan, atau penurunan kesejahteraan psikologis.

D. Telaah Teks Al Qur'an Tentang *Fear of Missing Out* (FoMO)

1. Sampel Teks

a. Qs. Al Baqarah (1) Ayat 155

وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ وَالثَّمَرَاتِ وَبَشِّرِ الصَّابِرِينَ

Artinya : “Dan sungguh akan Kami berikan cobaan kepadamu, dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa dan buah-buahan. Dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar”

b. Qs. An-Nisa (4) Ayat 32

وَلَا تَتَمَنَّوْا مَا فَضَّلَ اللَّهُ بِهِ بَعْضَكُمْ عَلَى بَعْضٍ لِّلرِّجَالِ نَصِيبٌ مِّمَّا كَتَبْنَا لِلنِّسَاءِ وَلِلنِّسَاءِ نَصِيبٌ مِّمَّا كَتَبْنَا وَلِلرِّجَالِ نَصِيبٌ مِّمَّا كَتَبْنَا وَلِلنِّسَاءِ نَصِيبٌ مِّمَّا كَتَبْنَا وَلِلرِّجَالِ نَصِيبٌ مِّمَّا كَتَبْنَا وَلِلنِّسَاءِ نَصِيبٌ مِّمَّا كَتَبْنَا
مِمَّا كَتَبْنَا وَسَأَلُوا اللَّهَ مِنْ فَضْلِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمًا

Artinya : Janganlah kamu berangan-angan (iri hati) terhadap apa yang telah dilebihkan Allah kepada sebagian kamu atas sebagian yang lain. Bagi laki-laki ada bagian dari apa yang mereka usahakan dan bagi perempuan (pun) ada bagian dari apa yang mereka usahakan. Mohonlah kepada Allah sebagian dari karunia-Nya. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mengetahui segala sesuatu.

c. Analisis Ma'aril Mufrodad

Tabel 2. 2 Qs. Al Baqarah (1) Ayat 155

No	Teks	Terjemahan	Sinonim	Antonim	Kategori	Perspektif Psikologi
1	وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ	dan sungguh Kami akan menguji kalian	لَنَبْلُوَنَّكُمْ	نُنَجِّيكُمْ	Proses	Unplanning
2	بَشِيْرٍ	Dengan sedikit	بَسِيْطَةً	بِكثِيْرٍ	Faktor	Eksternal
3	مِّنَ الْخَوْفِ	Dari rasa takut	الْفَرْعُ	الْأَمْنُ	Aspek	Afektif
4	وَالْجُوعِ	Dan kelaparan	المجاعة	الرِّيِّ	Efek	Negatif
5	وَنَقْصِ	Dan kekurangan	الْقَلَّةُ	لِزِيَادَةٍ	Faktor	Internal
6	مِّنَ الْأَمْوَالِ	Dari harta benda	الْأَمْوَالِ	الْفَقْرُ	Norma	Sosial
7	وَالْأَنْفُسِ	Dan jiwa	الرُّوْحُ	الْمَوْتُ	Aktor	Individu
8	وَالنَّمْرِاتِ	Dan buah- buahan	الْعَلَاثُ	الجَفَافَةُ	Aktor	Big Group
9	وَبَشِيْرٍ	Dan berikanlah kabar gembira	بلغ السعداء	حذر القائطين	Efek	Positif
10	الصَّابِرِيْنَ	Orang-orang yang sabar	الْخُلَمَاءُ	لِيَأْتِيْسِيْنَ	Audien	Big Group

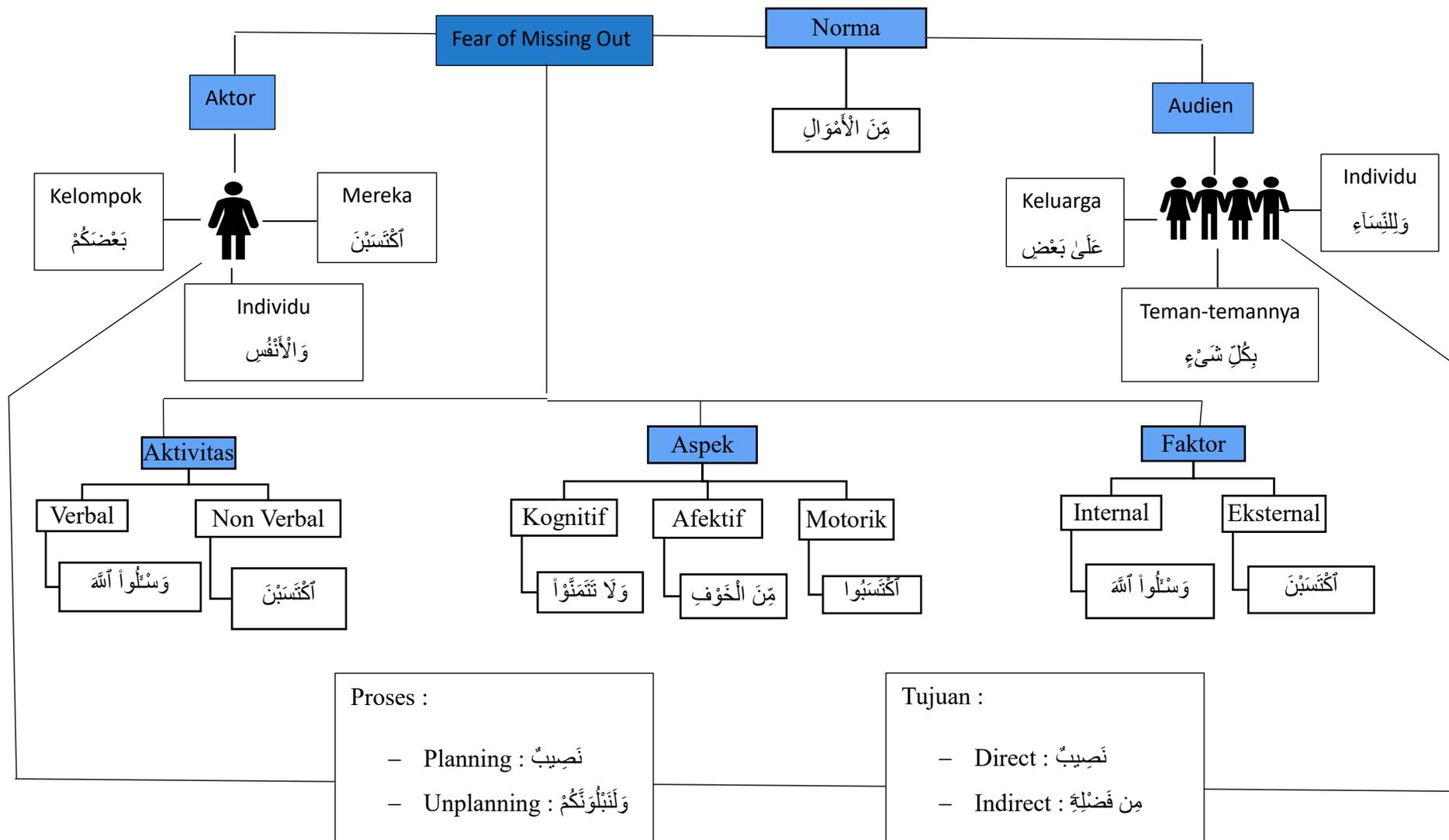
Tabel 2. 3 Qs. An-Nisa (4) Ayat 32

No	Teks	Terjemahan	Sinonim	Antonim	Kategori	Perspektif Psikologi
1	وَلَا تَتَمَنَّوْا	Dan janganlah kamu mengharapka	تَرْغِبُوا	تَرْهَدُوا	Aspek	Kognitif

		n/mengingink an				
2	مَا فَضَّلَ اللَّهُ	apa yang Allah lebihkan/karu niakan	أَعْطَى	نَقَصَ	Faktor	Eksternal
3	بِهِ	Dengannya	-	-	Proses	Unplanning
4	بَعْضِكُمْ	Sebagian kamu	جُزْءٍ مِنْكُمْ	كُلُّكُمْ	Aktor	Small Group
5	عَلَى بَعْضِ	atas sebagian (yang) lain	فَوْقَ بَعْضِ	سِوَاءَ بَعْضِ	Audiens	Small Group
6	لِلرِّجَالِ	Bagi laki-laki ada bagian	مِنْ أَجْلِ الرِّجَالِ	غَيْرِ الرِّجَالِ	Aktor	Individu
7	نَصِيبٍ	bagian/jatah	قِسْمَةٍ	حِزْمَانٍ	Proses	Planning
8	مِمَّا	dari apa yang	-	-	Faktor	Eksternal
9	أَكْتَسَبُوا	mereka usahakan/per buat	عَمِلُوا	تَكَاسَلُوا	Aspek	Motorik
10	الصَّابِرِينَ	Orang-orang yang sabar	لِلْمُحْتَسِبِينَ	الْمُتَسَرِّعِينَ	Proses	Unplanning
11	وَالنِّسَاءِ	Dan bagi perempuan ada bagian	ارْجُوا	اسْتَعْجَلُوا	Audien	Big Group
12	نَصِيبٍ	bagian/jatah	قِسْمَةٍ	حِزْمَانٍ	Tujuan	Direct
13	مِمَّا	dari apa yang	-	-	Faktor	Eksternal
14	أَكْتَسَبُوا	mereka usahakan/per buat	عَمِلُوا	تَكَاسَلُوا	Aktivitas	Non-Verbal

15	وَسَأَلُوا اللَّهَ	Dan mohonlah kepada Allah	وَادْعُوا اللَّهَ	وَاسْتَعْنُوا عَنِ اللَّهِ	Aktivitas	Verbal
16	مِنْ فَضْلِهِ	dari karunia- Nya	عَطَايَةٍ	ضَيْفٍ	Tujuan	Indirect
17	إِنَّ اللَّهَ	Sesungguhnya Allah	إِنَّمَا	رَبِّمَا	Faktor	Eksternal
18	كَانَ	Adalah/telah	كَانَ مَوْجُودًا	لَمْ يَكُنْ	Proses	Unplanning
19	بِكُلِّ شَيْءٍ	terhadap segala sesuatu	بِجَمِيعِ الْأَشْيَاءِ	بِبَعْضِ الْأَشْيَاءِ	Audien	Big Group
20	عَلِيمًا	Maha Mengetahui	خَبِيرًا	جَاهِلًا	Aspek	Kognitif

2. Pola Teks Qs. Al – Baqarah (1) Ayat 155 – Qs. An-Nisa (4) Ayat 32



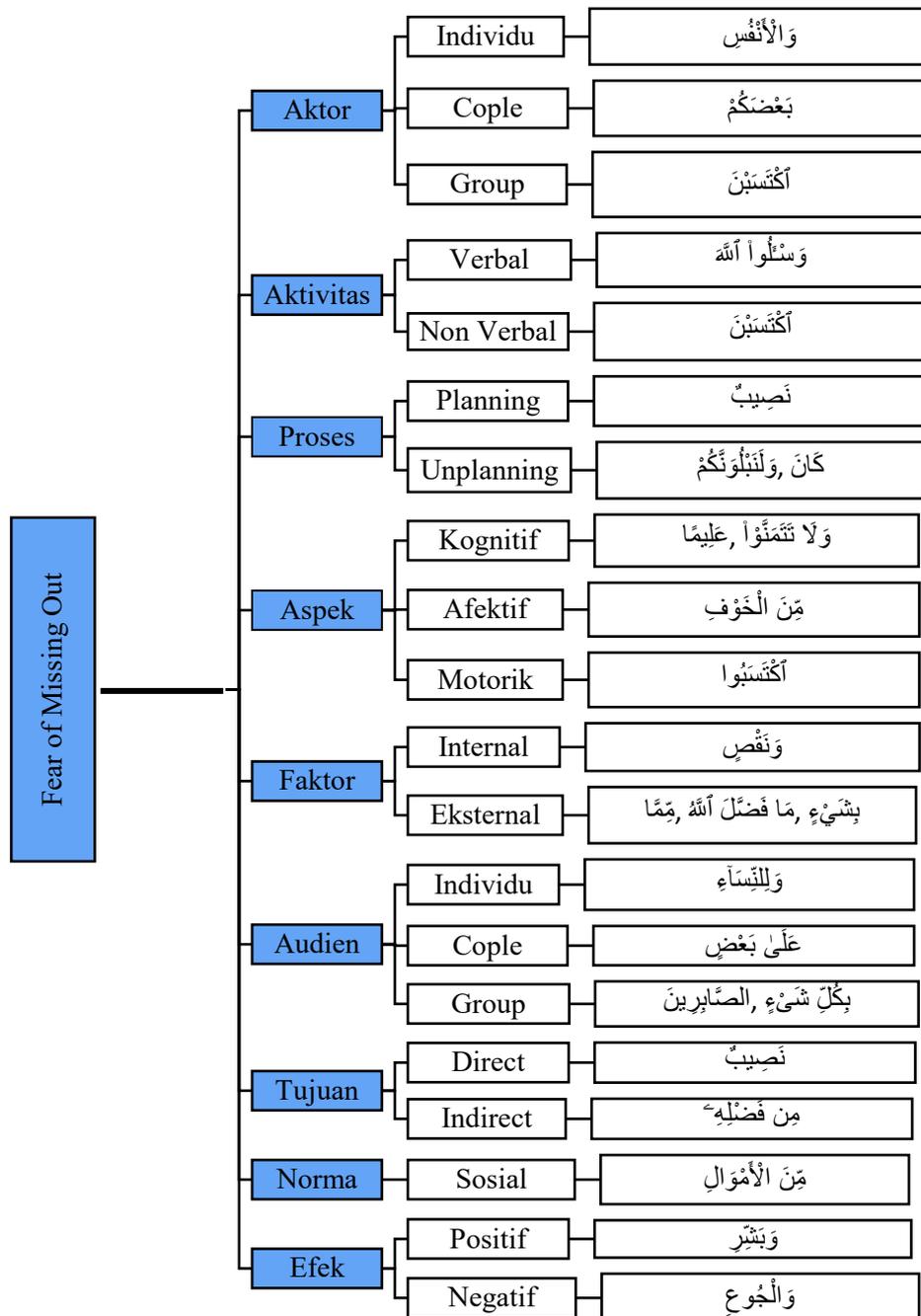
Gambar 2. 3 Pola Teks Qs. Al Baqarah (1) Ayat 155 – An-Nisa (4) Ayat 32

3. Analisis Komponen Teks Al-Qur'an

Tabel 2. 4 Analisis Komponen Al-Qur'an

No.	Komponen Teks	Kategori	Deskripsi Teks Piskologi
1	Aktor	Individu, person	وَالْأَنْفُسِ
		Small Group	بَعْضِكُمْ
		Big Group	أَكْثَرِيْنَ
2	Aktivitas	Verbal	وَسَأَلُوا اللَّهَ
		Non Verbal	أَكْثَرِيْنَ
3	Proses	Planning	نَصِيْبٌ
		Unplanning	كَانَ، وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ
4	Aspek	Kognitif	وَلَا تَتَمَنَّوْا، عَلِيْمًا
		Afektif	مِنَ الْخَوْفِ
		Motorik	أَكْثَرِيْنَ
5	Faktor	Internal	وَنَقْصِ
		Eksternal	بِشَيْءٍ، مَا فَضَّلَ اللَّهُ، مِمَّا
6	Audiens	Individu, person	وَاللِّسَاءِ
		Small Group	عَلَى بَعْضِ
		Big Group	بِكُلِّ شَيْءٍ، الصَّابِرِيْنَ
7	Tujuan	Direct	نَصِيْبٌ
		Indirect	مِنَ فَضْلِهِ
8	Norma	Sosial	مِنَ الْأَمْوَالِ
9	Efek	Positif	وَبَشِّرِ
		Negatif	وَالْجُوعِ

4. Peta Konsep Al-Qur'an



Gambar 2. 4 Peta Konsep Al-Qur'an

5. Rumusan Konseptual Teks Al-Qur'an Tentang *Fear of Missing Out*

a) Rumusan Konseptual yang Bersifat General

Fear of Missing Out (FOMO) merupakan sebuah respons psikologis yang ditunjukkan melalui aktivitas verbal (وَسئَلُوا اللَّهَ) maupun non-verbal (أَكْتَسَبْنَ) oleh individu (وَالْأَنْفُسِ) atau kelompok (أَكْتَسَبْنَ), yang melibatkan aspek kognitif (وَلَا تَتَمَنَّوْا عَلِيمًا), aspek afektif (مِنَ الْخَوْفِ), aspek motorik (أَكْتَسَبُوا) sebagai bentuk keinginan untuk tetap terhubung dengan aktivitas orang lain (بِعَضَّتُمْ). Respon ini dipengaruhi oleh faktor internal (وَنَقْصٍ) maupun eksternal (مَا مِمَّا), serta berlandaskan norma sosial (مِنَ الْأَمْوَالِ) dengan tujuan menjaga keterlibatan sosial (مِن فَضْلِهِ) yang dapat berdampak positif (وَبَشِيرٍ), maupun dampak negatif (وَالْجُوعِ).

b) Rumusan Konseptual yang Bersifat Partikular (Rinci)

Fear of Missing Out (FOMO) merupakan sebuah respons psikologis yang muncul dalam aktivitas verbal (وَسئَلُوا اللَّهَ), seperti percakapan atau komentar maupun non-verbal (أَكْتَسَبْنَ), seperti memantau aktivitas orang lain di media sosial. Respons ini dilakukan oleh individu (وَالْأَنْفُسِ), kelompok kecil (بِعَضَّتُمْ), maupun kelompok besar (أَكْتَسَبْنَ) sebagai bentuk dorongan untuk tetap terhubung dan tidak tertinggal dari tren sosial. Aktivitas ini melibatkan aspek kognitif (وَلَا تَتَمَنَّوْا عَلِيمًا), aspek afektif (مِنَ الْخَوْفِ), serta aspek motorik (أَكْتَسَبُوا). FOMO muncul karena dorongan internal (وَنَقْصٍ) seperti keinginan untuk merasa dilibatkan, serta

tekanan eksternal (بِشْيَاءٍ, مَا فَضَّلَ اللَّهُ, مِمَّا) dari lingkungan sosial maupun digital yang mendorong individu mengikuti norma sosial (مِنَ الْأَمْوَالِ) yang berlaku.

E. Kontribusi *Fear of Missing Out* (FoMO) Terhadap *Healthy Behavior*

Kontribusi *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap *Healthy Behavior* dapat dijelaskan melalui tiga aspek dalam *Self-Determination Theory* (SDT) yang dikemukakan oleh (Ryan and Deci, 2000, hlm. 70) yaitu keterhubungan (*relatedness*), otonomi (*autonomy*), dan kompetensi (*competence*). Ketiga kebutuhan psikologis ini juga menjadi landasan dalam penjelasan FoMO oleh Przybylski *et al.*, (2013, hlm. 1842), yang menyatakan bahwa ketidakpuasan terhadap kebutuhan tersebut dapat mendorong individu untuk mencari pemenuhan alternatif, salah satunya melalui aktivitas di media sosial.

Dalam *Self-Determination Theory* (SDT), *relatedness* merujuk pada kebutuhan psikologis dasar untuk merasa terhubung dengan orang lain, diterima, dan memiliki hubungan sosial yang bermakna. Ketika individu merasa kurang terhubung dengan lingkungan sosialnya, mereka cenderung mengalami ketidakpuasan diri dan terdorong untuk membandingkan pengalaman atau kesempatan yang mereka miliki dengan orang lain. Perbandingan ini dapat memicu perasaan "*missing out*" atau tertinggal dari lingkungan sekitar. Untuk mengatasi rasa cemas ini, individu terdorong untuk ikut serta dalam aktivitas atau tren yang mereka lihat di media sosial,

dengan harapan dapat mengurangi perasaan ketinggalan dan memperkuat hubungan sosial mereka (Przybylski *et al.*, 2013, hlm. 1847).

Dalam konteks makanan, *Fear of Missing Out* (FoMO) mendorong individu untuk merasa cemas ketika tidak dapat bergabung dalam pengalaman mencicipi makanan viral bersama teman, serta merasa cemas ketika teman atau individu lain memiliki pengalaman yang lebih menyenangkan dibandingkan dirinya. Ketakutan akan tertinggal dari lingkungan sosial ini membuat mereka lebih impulsif dalam memilih makanan dan lebih memutamakan keterlibatan sosial daripada mempertimbangkan pola makan sehat. Akibatnya, keputusan konsumsi lebih didorong oleh kecemasan sosial daripada kesadaran akan kandungan nutrisi dan prinsip perilaku sehat. Mereka cenderung mengabaikan pola makan yang seimbang dan lebih memilih makanan yang tinggi gula dan lemak, tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjangnya terhadap kesehatan.

Selanjutnya, *Fear of Missing Out* (FoMO) juga dapat dipengaruhi oleh ketidakpuasan terhadap kebutuhan psikologis akan *self*, khususnya dalam hal *competence* dan *autonomy*. Dalam *Self-Determination Theory* (SDT), *autonomy* merujuk pada kebutuhan psikologis dasar untuk merasa memiliki kendali atas tindakan dan pilihan sendiri. Ketika *autonomy* ini tidak berkembang secara optimal, individu menjadi kurang memiliki inisiatif dan pengarahan diri, sehingga lebih mudah terpengaruh oleh faktor eksternal dalam pengambilan keputusan. Sedangkan, *competence* merujuk pada

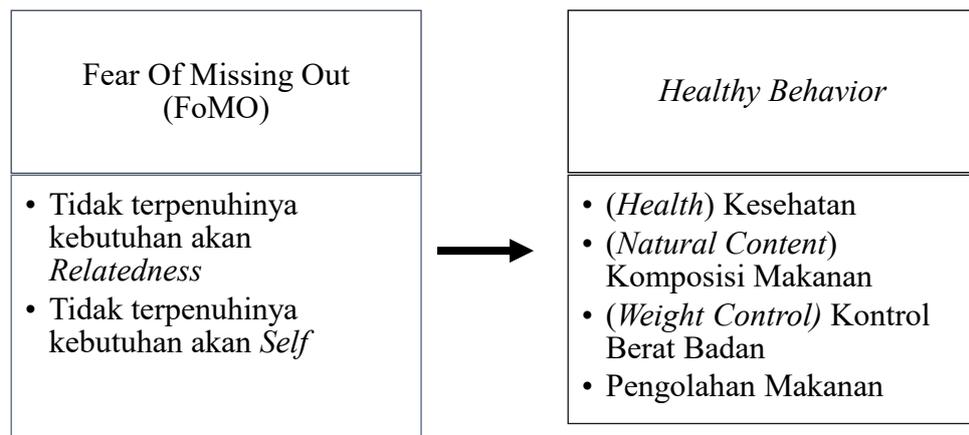
kebutuhan psikologis dasar untuk merasa mampu dalam melakukan sesuatu, menguasai keterampilan, dan mencapai hasil yang diinginkan (Ryan and Deci, 2000, hlm. 69). Kebutuhan ini merupakan dorongan yang melekat pada individu, yang terwujud dalam rasa ingin tahu, eksplorasi, dan berbagai motif epistemic.

Individu dengan *autonomy* rendah lebih bergantung pada validasi eksternal dalam pengambilan keputusan makanan. Mereka cenderung mengkonsumsi makanan viral bukan karena kebutuhan atau preferensi pribadi, tetapi karena ingin mendapat perhatian di media sosial. Keinginan untuk membagikan pengalaman mereka di media sosial sering kali mengalahkan pertimbangan kesehatan, membuat individu lebih memilih makanan yang menarik secara visual atau populer, meskipun tidak sehat. Akibatnya, individu cenderung membeli dan mengkonsumsi makanan viral yang tinggi gula, lemak, atau zat adiktif hanya agar dianggap “*up to date*”, tanpa mempertimbangkan dampak kesehatan dari makanan tersebut.

Sementara itu, individu dengan *competence* yang rendah cenderung kurang percaya diri dalam memilih dan menilai kualitas makanan, sehingga lebih bergantung pada informasi eksternal dalam menentukan pilihan makanan mereka. Akibatnya, individu tersebut terdorong untuk mencari tahu makanan viral yang sedang populer di kalangan teman teman atau mencari ulasan di media sosial sebagai panduan dalam memilih makanan. Rasa ingin tahu mereka lebih terfokus pada tren sosial dibandingkan eksplorasi terhadap manfaat kesehatan, sehingga mendorong mereka untuk

mengikuti tren tanpa mempertimbangkan apakah makanan tersebut diolah dengan cara yang sehat, seperti menggunakan teknik memasak yang minim minyak atau bahan tambahan yang lebih alami.

F. Kerangka Konseptual



G. Hipotesis

Dalam penelitian ini, terdapat dua hipotesis yang perlu diuji kebenarannya. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau pengaruh antara variabel yang diteliti secara signifikan.

Ha : Terdapat kontribusi yang signifikan antara *Fear of Missing Out (FoMO)* makanan viral terhadap *Healthy Behavior* mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Ho : Tidak terdapat kontribusi yang signifikan antara *Fear of Missing Out (FoMO)* makanan viral terhadap *Healthy Behavior* mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan sebab-akibat antar variabel. Pendekatan kuantitatif, sebagaimana dijelaskan oleh Creswell, (2017), merupakan metode yang melibatkan analisis statistik dalam mengkaji hubungan antar variabel yang datanya diperoleh melalui instrumen pengukuran dan disajikan dalam bentuk angka. Penelitian kuantitatif menekankan pada objektivitas hasil dengan bantuan teknik statistik dalam pengolahan data (Sahir, 2022, hlm. 13). Sementara itu, menurut Sugiyono, (2013, hlm. 37), penelitian kausal dilakukan untuk memahami pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel terikat.

B. Identifikasi Variabel

Variabel dalam penelitian merujuk pada atribut atau nilai tertentu yang menunjukkan perbedaan dan dijadikan sebagai pusat perhatian dalam suatu penelitian untuk dianalisis dan disimpulkan.

1. Variabel Bebas

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel terikat. Pada penelitian ini, variabel bebas yang digunakan adalah *Fear of Missing Out (FoMO) (X)*.

2. Variabel Terikat

Variabel terikat variabel yang mengalami perubahan atau dipengaruhi oleh adanya variabel bebas. Pada penelitian ini, variabel terikat yang digunakan adalah Perilaku Sehat (Y).

Berdasarkan pengaruh antar variabel penelitian, model hubungan dapat digambarkan sebagai berikut:



C. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan suatu konsep berdasarkan karakteristik atau sifat-sifatnya yang dapat diamati secara langsung melalui observasi (Widoyoko, 2012, hlm. 130). Definisi operasional berfungsi untuk memberikan penjelasan mengenai langkah-langkah yang perlu dilakukan oleh peneliti dalam mengukur suatu variabel, dengan menetapkan batasan dan makna spesifik dari variabel tersebut. Adapun definisi operasional masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. *Fear of Missing Out* (FoMO)

Fear of Missing Out (FoMO) dalam penelitian ini didefinisikan sebagai suatu keadaan psikologis yang ditandai dengan rasa takut dan gelisah. Kondisi ini muncul ketika mahasiswa merasa terlewatkan atau tidak berpartisipasi dalam pengalaman, kejadian, atau informasi yang dianggap

signifikan atau menarik. Rasa cemas ini semakin diperburuk dengan adanya tekanan untuk selalu mengikuti tren terbaru yang dapat membuat mahasiswa merasa terdorong untuk mencoba makanan tersebut. FoMO terdiri dari dua aspek, yaitu *relatedness* yang merujuk pada kecemasan jika tidak terlibat dalam aktivitas orang lain, terutama terkait makanan viral. Sementara aspek *self*, mendorong seseorang untuk mencoba dan membagikan tren makanan viral sebagai cara menunjukkan identitas diri dan mendapatkan pengakuan sosial, serta mengikuti pengalaman orang lain di media sosial.

2. *Healthy Behavior*

Perilaku sehat terhadap makanan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai serangkaian tindakan kompleks yang dilakukan mahasiswa secara sadar dalam memilih, mengonsumsi, dan mengatur pola makan bergizi seimbang, dengan tujuan utama untuk mencegah risiko penyakit, memulihkan kondisi kesehatan, serta mendukung kesejahteraan fisik dan mental. Aspek dalam perilaku sehat terhadap makanan meliputi, pengelolaan makanan yaitu teknik yang digunakan dalam mengolah makanan, kesehatan yaitu kesadaran seseorang terhadap kandungan nutrisi dan pemilihan makanan bergizi, komposisi makanan yaitu kesadaran terhadap bahan tambahan dan memilih makanan dengan bahan alami, dan kontrol berat badan yaitu pengendalian berat badan melalui pemilihan makanan rendah kalori dan lemak.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono, (2013, hlm. 79), menjelaskan bahwa istilah "populasi" mengacu pada sekumpulan subjek atau objek dengan batasan jumlah dan ciri-ciri tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagai area kajian. Arikunto (2006, hlm. 130), mendefinisikan populasi sebagai keseluruhan partisipan penelitian. Dalam penelitian ini, populasi yang dituju adalah mahasiswa-mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang tahun masuk 2021.

Tabel 3. 1 Data Populasi mahasiswa di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

No.	Fakultas	Jumlah
1	Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan	899
2	Fakultas Syari'ah	537
3	Fakultas Humaniora	364
4	Fakultas Psikologi	246
5	Fakultas Ekonomi	519
6	Fakultas Sains dan Teknologi	747
7	Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan	179
Total		3.491

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang digunakan untuk menjadi objek penelitian (Arikunto, 2006, hlm. 131),. Dalam praktik penelitian, sampel digunakan ketika jumlah populasi terlalu besar untuk

diteliti secara keseluruhan, misalnya karena keterbatasan biaya, waktu atau tenaga. Dengan demikian, peneliti menggunakan teknik tertentu untuk mengambil sampel dari sebagian populasi yang ada.

Penelitian ini menerapkan teknik pengambilan sampel *nonprobabilitas*, khususnya metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* sendiri dipilih karena memungkinkan peneliti menentukan responden berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2013, hlm. 85). Maka dari itu, penelitian ini menerapkan pemilihan responden secara cermat sesuai dengan persyaratan yang telah ditetapkan. Berikut adalah kriteria pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Mahasiswa/mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2021
2. Pernah atau sering terpapar konten makanan viral melalui media sosial.
3. Memiliki pengalaman membeli atau mengonsumsi makanan viral (makanan yang mendapatkan popularitas secara luas melalui unggahan di media sosial).

Sampel pada penelitian ini akan mengambil taraf kesalahan 10 % untuk populasi untuk dijadikan sample. Untuk menentukan jumlah sampel, penelitian ini menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah responden

N: Ukuran populasi

e : Batas kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir,(e=0,1)

Maka hasil penghitungan sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{3.491}{1 + 3.491(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3.491}{35,91}$$

$$n = 97,21$$

Dari perhitungan keseluruhan sampel di atas, didapatkan hasil sejumlah 97,21 yang kemudian ditetapkan menjadi 100 responden setelah pembulatan. Jumlah ini merepresentasikan batas bawah jumlah sampel yang ideal, dan peneliti berhasil mendapatkan total sampel sebanyak 154 subjek

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen berupa skala pengukuran. Sugiyono (2013, hlm. 92), menjelaskan bahwa skala membantu menentukan rentang nilai dalam suatu instrumen, sehingga memungkinkan peneliti memperoleh data yang bersifat numerik. Peneliti ini menggunakan skala likert yang telah disesuaikan dengan

menghilangkan opsi netral agar responden tidak cenderung memilih jawaban tengah. Selain itu, skala Likert yang digunakan terdiri dari item favorable dan unfavorable. Adapun pemberian skor pada masing-masing item adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor	
	Favorabel	Unfavorable
Sangat Setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

Penelitian ini menggunakan dua jenis skala untuk mengukur masing-masing variabel yang diteliti. Berikut adalah penjelasan mengenai skala yang digunakan:

1. Skala *Fear of Missing Out* (FoMO)

Dalam penelitian ini, digunakan Skala Fear of Missing Out (FoMO) yang dikembangkan oleh Przybylski *et al.*, (2013). Skala ini dirancang untuk mengukur tingkat kecemasan seseorang terhadap kemungkinan tertinggal informasi atau aktivitas sosial yang dialami orang lain. FoMO dipahami sebagai manifestasi dari ketidakpuasan individu terhadap pemenuhan kebutuhan psikologisnya, khususnya dalam hal keterhubungan sosial (relatedness) dan pengembangan diri (self). Instrumen ini terdiri dari 10 item yang seluruhnya bersifat positif (favorable) dan disusun untuk

menggambarkan kecenderungan individu dalam merespons fenomena FoMO dalam kehidupan sehari-hari.

Tabel 3. 3 Blueprint Skala *Fear of Missing Out* (FoMO)

Aspek	Indikator	Item	
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologi akan <i>Relatedness</i>	Merasa cemas ketika tidak dapat bergabung dalam pengalaman atau kegiatan yang dilakukan individu lain.	5, 12, 13	1, 22
	Merasa cemas ketika teman atau individu lain memiliki pengalaman yang lebih baik.	2, 10, 15	6, 7
Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologi akan <i>Self</i>	Merasa terdorong untuk mencari tahu apa yang sedang terjadi dengan orang lain	3, 11, 17	19, 21
	Sering update untuk memberitahukan kabar dirinya ke dunia maya	4, 9, 14, 18	8, 16, 20

2. Skala *Healthy Behavior*

Skala perilaku sehat terhadap makanan dalam penelitian ini disusun dengan menggabungkan aspek-aspek dari *Food Choice Questionnaire* (FCQ) yang dikembangkan oleh Steptoe *et al.*, (1995) dan aspek-aspek perilaku makan oleh Natoatmodjo (2007). Dari FCQ, penelitian ini hanya

menggunakan aspek kesehatan (*health*), komposisi makanan (*Natural Content*), dan kontrol berat badan (*Weight Control*), yang relevan dengan perilaku sehat terhadap makanan. Sementara dari Natoatmodjo, penelitian ini mengambil aspek pengelolaan makanan yang berhubungan dengan perilaku sehat terhadap makanan.

Tabel 3. 4 Blueprint Skala Perilaku Sehat Terhadap Makanan

Aspek	Indikator	Item	
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
Pengolahan makanan	Memperhatikan dan memilih teknik pengolahan makanan yang mempertahankan kandungan gizi	4, 35	24, 31
	Menggunakan bahan tambahan dalam pengolahan makanan	1, 26	5, 23
Kesehatan (Health)	Kesadaran nutrisi terhadap pemenuhan kebutuhan fungsional tubuh	16, 17	2, 6
	Konsumsi makanan bergizi melibatkan pemilihan makanan dengan nilai gizi tinggi, seperti protein, serat, dan nutrisi penting lainnya	3, 25	7, 15, 29
	Kesadaran terhadap kualitas makanan, yang	14, 32	8, 18, 27

Komposisi makanan (Natural Content)		mencakup penghindaran bahan tambahan seperti pengawet, pewarna, pemanis buatan, dan zat aditif lainnya.		
			Memilih makanan yang mengandung bahan-bahan alami	9, 28
Kontrol berat badan (Weight Control)		Usaha individu dalam memilih makanan rendah kalori, lemak, dan gula, serta tinggi serat.	12, 19	10, 22, 30
			Pembatasan asupan makanan sebagai upaya mencegah kenaikan berat badan	11, 20

F. Validitas

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur secara akurat hal yang memang dimaksud untuk diukur. Artinya, validitas merujuk pada tingkat ketepatan alat ukur dalam merepresentasikan konsep yang ingin diteliti, sehingga jika instrumen tersebut valid, maka data yang dihasilkan pun akan memiliki validitas yang baik (Widoyoko, 2012, hlm. 141). Sebuah instrumen pengukuran dianggap memiliki validitas yang baik apabila mampu mengukur apa yang memang seharusnya diukur, sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan dalam penelitian (Azwar, 2004).

Untuk menjamin validitas instrumen, penelitian ini melakukan uji validitas dalam dua tahap. Pertama, validitas dilakukan melalui pendapat ahli (*expert judgment*). Dalam tahap pelaksanaannya, setelah instrumen disusun sesuai dengan aspek-aspek yang ingin diukur, instrumen tersebut dikonsultasikan terlebih dahulu kepada pihak yang berkompeten, seperti dosen pembimbing, untuk melihat kekuatan butir-butir item yang disusun. Dalam hal ini, Widoyoko (2012, hlm. 146) juga menjelaskan bahwa dalam penelitian yang dilakukan untuk menyelesaikan tugas akhir perkuliahan, baik berupa skripsi, tesis, maupun disertasi, tenaga ahli yang dimaksud adalah pembimbing.

Kedua, setelah melalui *expert judgment*, maka dilakukan uji coba instrumen. Adapun untuk menentukan valid atau tidaknya setiap butir item, peneliti menggunakan metode *Pearson Product Moment* dalam melakukan uji validitas. Kriteria validitas suatu alat ukur, sebagaimana dijelaskan oleh Widoyoko (2012, hlm. 151), adalah jika tingkat signifikansi itemnya menunjukkan angka di bawah 0,05. Jika tingkat signifikansi item justru berada di atas 0,05, maka alat ukur tersebut dianggap tidak memenuhi syarat validitas.

G. Reliabilitas

Widoyoko (2012, hlm. 157), sebuah instrumen dikatakan memiliki reliabilitas apabila mampu menghasilkan data yang stabil dan konsisten saat digunakan berulang kali dalam kondisi yang serupa. Sejalan dengan itu,

Sugiyono (2013, hlm. 121) mengungkapkan bahwa reliabilitas berhubungan dengan tingkat konsistensi suatu alat ukur, dimana apabila penelitian yang sama dilakukan kembali pada subjek dan dengan metode yang serupa, maka hasil yang diperoleh seharusnya tetap serupa.

Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini, digunakan metode statistik Cronbach's Alpha. Berdasarkan pandangan Ghozali (2018), suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha melebihi 0,60. Jika nilai Cronbach Alpha berada di bawah 0,60, maka instrumen tersebut dianggap tidak reliabel. Tingkat reliabilitas konsistensi internal akan semakin meningkat seiring dengan semakin dekatnya nilai Cronbach Alpha menuju 1.

H. Teknik Analisis Data

1. Analisa Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan sejauh mana karakteristik subjek penelitian berkaitan dengan variable yang diteliti. Langkah ini melibatkan pengolahan data melalui perhitungan seperti nilai rata-rata (mean), standar deviasi (SD), dan pengelompokan data ke dalam kategori tertentu menggunakan rumus klasifikasi.

Tabel 3. 5 Tabel Kategori Data

Kategori	Rumusan
Tinggi	$X \geq (M+1SD)$
Sedang	$(M-1SD) \leq X < (M+1SD)$
Rendah	$X \leq (M-1SD)$

I. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan langkah yang dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam suatu variabel memiliki distribusi yang normal. Dalam penelitian ini, normalitas data diuji menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* pada tingkat signifikansi 5% (0,05). Untuk menentukan apakah suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat dilihat dari nilai signifikansinya. Jika nilai signifikansi yang diperoleh melampaui 0,05, maka data tersebut dapat dianggap berdistribusi normal. Konfirmasi distribusi normal data menjadi prasyarat untuk melanjutkan ke tahap analisis berikutnya (Rodliyah, 2021, hlm. 49).

2. Uji Linieritas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang bersifat linier secara signifikan antara dua variabel yang diteliti. Penentuan hasil uji linearitas ini didasarkan pada nilai signifikansi *deviation from linearity*. Apabila nilai signifikansi yang diperoleh melebihi 0,05, maka relasi antara variabel independen dan variabel dependen diasumsikan bersifat linear. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, hubungan kedua variabel tersebut dianggap non-linear (Rodliyah, 2021, hlm. 93).

J. Uji Hipotesis

Proses pengujian hipotesis dalam penelitian umumnya dipahami sebagai anggapan sementara yang diajukan dalam kaitannya dengan masalah yang tetap tidak pasti, yang memerlukan validasi empiris. Uji hipotesis yang digunakan peneliti adalah teknik regresi linier sederhana pada program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) 24. Sugiyono, (1997, hlm. 227) menyatakan bahwa regresi linier sederhana merupakan analisis yang digunakan untuk melihat hubungan fungsional atau sebab-akibat antara satu variabel bebas (independen) dengan satu variabel terikat (dependen). Secara umum, bentuk persamaan dari regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

Keterangan :

Y : variabel dependen (variabel terikat)

X : variabel independen (variabel bebas)

a : konstanta (Nilai dari Y jika X = 0)

b : koefisien regresi (Pengaruh Positif atau Negatif)

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Lokasi Penelitian

1. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang didirikan berdasarkan Surat Keputusan Presiden No. 50 pada 21 Juni 2004, yang diresmikan pada 8 Oktober 2004 oleh Menko Kesra Prof. H. A. Malik Fadjar, M.Sc. Sejak saat itu, universitas ini terus berkembang dan saat ini terdiri dari enam fakultas serta satu Program Pascasarjana yang mencakup berbagai bidang ilmu seperti agama, humaniora, ekonomi, psikologi, sains, dan teknologi. Universitas ini berkomitmen untuk melahirkan lulusan yang tidak hanya menguasai disiplin ilmu mereka, tetapi juga memahami ajaran Islam secara mendalam. Dikenal dengan visinya sebagai *the center of excellence* dan *the center of Islamic civilization*, UIN Malang berupaya untuk menghasilkan lulusan yang siap berkontribusi dalam membangun peradaban Islam yang rahmatan lil 'alamin. Kampus yang terletak di Jalan Gajayana, Dinoyo, Malang ini terus memodernisasi fasilitas kampusnya, termasuk gedung rektorat, fakultas, laboratorium, dan *ma'had*, dengan dukungan pendanaan dari Islamic Development Bank (IDB), yang semakin memperkuat posisi UIN Malang dalam pendidikan tinggi.

2. Pelaksanaan Penelitian

a. Waktu dan Tempat Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini berlangsung dari tanggal 24 September 2024 sampai dengan 20 Februari 2025. Subjek penelitian yang terlibat adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang tahun angkatan 2021. Data dikumpulkan melalui penyebaran skala yang disajikan dalam format Google Form.

b. Jumlah Subjek Penelitian

Jumlah subjek yang dianalisis dalam penelitian ini adalah 154 responden, yang ditentukan berdasarkan rumus Slovin. Komposisi sampel terdiri dari 71% perempuan (109 responden) dan 29% laki-laki (45 responden).

c. Prosedur Pengambilan Data

Penelitian ini dilaksanakan pada mahasiswa angkatan 2021 di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Proses pengumpulan data dilakukan secara daring dengan mendistribusikan instrumen penelitian melalui Google Form, yang selanjutnya disebarluaskan melalui platform media sosial seperti WhatsApp, Telegram, dan Instagram. Metode pengumpulan data secara online ini dipilih untuk memperluas jangkauan responden serta menghemat waktu dalam proses penelitian. Proses ini tetap mengikuti kaidah etika dan prosedur penelitian dengan mencantumkan identitas peneliti, kriteria responden, serta permohonan kesediaan responden sebagai partisipan.

B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pada Skala *Fear of Missing Out* (FoMO)

Berdasarkan hasil uji validitas skala *Fear of Missing Out* (FoMO), diperoleh bahwa dari seluruh item yang diuji, sebanyak 21 item dinyatakan valid karena memiliki tingkat signifikansi $< 0,05$. Sementara itu, satu item yaitu X6 dinyatakan tidak valid karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Hasil lengkap pengujian validitas ditampilkan pada tabel berikut :

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Skala *Fear of Missing Out* (FoMO)

No. Aitem	Skor Sig.	Keterangan
X1	0,000	Valid
X2	0,021	Valid
X3	0,000	Valid
X4	0,000	Valid
X5	0,001	Valid
X6	0,277	Tidak Valid
X7	0,030	Valid
X8	0,001	Valid
X9	0,008	Valid
X10	0,015	Valid
X11	0,001	Valid
X12	0,000	Valid
X13	0,002	Valid
X14	0,000	Valid
X15	0,004	Valid
X16	0,025	Valid
X17	0,000	Valid

X18	0,000	Valid
X19	0,012	Valid
X20	0,000	Valid
X21	0,007	Valid
X22	0,000	Valid

Uji reliabilitas pada skala *Fear of Missing Out* (FoMO) menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,880 , yang melebihi batas minimum sebesar 0,6. Hal ini mengindikasikan bahwa skala tersebut memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi dan layak digunakan untuk mengukur FoMO. Rincian hasil uji reliabilitas tersebut disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas Skala Fear of Missing Out (FoMO)

Variabel	Cronbach Alpha (> 0,60)	Keterangan
<i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	0,880	Reliabel

2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pada Skala *Healthy Behavior*

Berdasarkan hasil uji validitas skala *Healthy Behavior*, sebanyak 38 item dinyatakan valid karena memiliki tingkat signifikansi $< 0,05$. Sementara itu, 7 item lainnya, yaitu X1, X3, X4, X9, X11, X16, dan X25 dinyatakan tidak valid karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Hasil lengkap pengujian validitas ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Skala *Healthy Behavior*

No. Aitem	Skor Sig.	Keterangan
X1	0,435	Tidak Valid
X2	0,018	Valid

X3	0,295	Tidak Valid
X4	0,120	Tidak Valid
X5	0,002	Valid
X6	0,000	Valid
X7	0,000	Valid
X8	0,024	Valid
X9	0,067	Tidak Valid
X10	0,001	Valid
X11	0,064	Tidak Valid
X12	0,024	Valid
X13	0,001	Valid
X14	0,034	Valid
X15	0,003	Valid
X16	0,089	Tidak Valid
X17	0,030	Valid
X18	0,000	Valid
X19	0,001	Valid
X20	0,000	Valid
X21	0,000	Valid
X22	0,000	Valid
X23	0,001	Valid
X24	0,004	Valid
X25	0,051	Tidak Valid
X26	0,002	Valid
X27	0,000	Valid
X28	0,004	Valid
X29	0,000	Valid
X30	0,000	Valid
X31	0,000	Valid
X32	0,001	Valid

X33	0,000	Valid
X34	0,046	Valid
X35	0,012	Valid
X36	0,005	Valid

Uji reliabilitas pada skala *Healthy Behavior* menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,916, yang melebihi batas minimum sebesar 0,6. Hal ini mengindikasikan bahwa skala tersebut memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi dan layak digunakan untuk mengukur perilaku sehat dalam konsumsi makanan. Rincian hasil uji reliabilitas tersebut disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Skala *Healthy Behavior*

Variabel	Cronbach Alpha (> 0,60)	Keterangan
<i>Healthy Behavior</i>	0,916	Reliabel

C. Hasil penelitian

1. Hasil Uji Asumsi

b. Uji Normalitas

Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas

Variabel	Asymhlm. Sig. (2-tailed)	Keterangan
X Terhadap Y	0,200	Normal

Nilai signifikansi (sig.) sebesar 0,200 didapatkan dari uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Sesuai dengan standar

pengujian, data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai sig. melebihi 0,05. Dengan demikian, data dalam penelitian ini memenuhi persyaratan normalitas.

c. Uji Linieritas

Tabel 4. 6 Hasil Uji Linieritas

Variabel	<i>Deviation From Linearity</i>	Keterangan
X Terhadap Y	0,084	Linier

Hasil uji linearitas menggunakan *Deviation from Linearity* menunjukkan bahwa nilai signifikansi (sig.) sebesar 0,084. Berdasarkan kriteria pengujian, jika nilai sig. > 0,05, maka hubungan antara variabel independen dan dependen dianggap linier. Dengan demikian, hasil analisis menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bersifat linier. Karena asumsi linearitas terpenuhi, maka analisis regresi dapat dilakukan untuk menguji pengaruh antara variabel-variabel dalam penelitian ini.

3. Hasil Analisis Deskriptif

a. Analisis Data *Fear of Missing Out (FoMO)*

1) Kategorisasi Tiap Aspek *Fear of Missing Out (FoMO)*

Tabel 4. 7 Deskripsi statistik Fear of Missing Out (FoMO)

Fear of Missing Out (FoMO)				
N	Xmin	Xmax	Mean	Std. Deviasi
154	27	78	57,1	12,41

Mengacu pada Tabel 4.7, diketahui bahwa nilai rata-rata (mean) untuk variabel Fear of Missing Out (FoMO) adalah sebesar 57,1 dengan standar deviasi sebesar 12,41. Selanjutnya, dilakukan proses kategorisasi terhadap variabel FoMO dengan menggunakan rumus yang telah ditentukan dalam penelitian ini sebagai acuan penetapan kategori skor responden..

Tabel 4. 8 Hasil Kategorisasi Fear of Missing Out (FoMO)

Kategori	Rumusan	Hasil
Tinggi	$X \geq (M+1SD)$	$X \geq 69,42$
Sedang	$(M-1SD) \leq X < (M+1SD)$	$44,59 \leq X < 69,42$
Rendah	$X \leq (M-1SD)$	$X \leq 44,59$

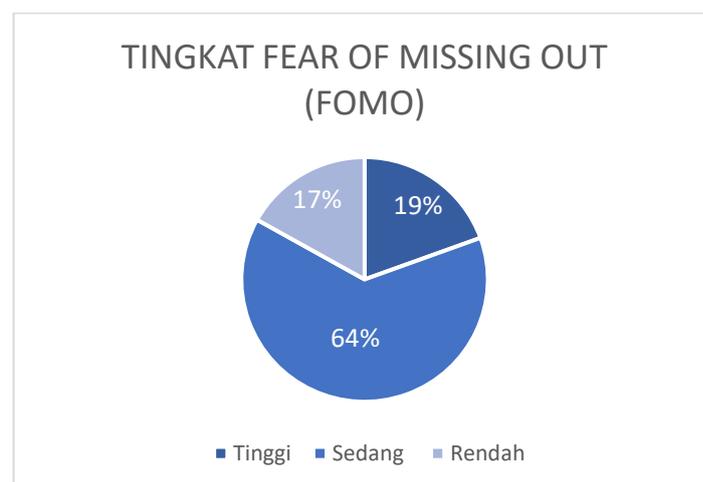
Berdasarkan data pada tabel 4.8, peneliti menganalisis total data responden yang tergolong dalam kategori rendah, sedang, dan tinggi. Adapun hasil analisis kategorisasi *Fear of Missing Out (FoMO)* dapat digambarkan pada tabel 4.9.

Tabel 4. 9 Frekuensi dan Presentase Fear of Missing Out

Kategori	Frekuensi	Presentasi
Tinggi	30	19%
Sedang	98	64%
Rendah	26	17%
Total	154	100%

Berdasarkan hasil analisis di atas, diketahui bahwa sebanyak 19% subjek (30 responden) berada pada kategori *Fear of Missing Out* (FoMO) tinggi. Sementara itu, mayoritas subjek, yaitu 64% (98 responden), berada pada kategori sedang. Adapun subjek yang termasuk dalam kategori rendah sebesar 17% atau sebanyak 26 responden. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat FoMO pada kategori sedang.

Gambar 4. 1 Diagram Tingkat Fear of Missing Out (FoMO)



2) Kategorisasi Tiap Aspek *Fear of Missing Out* (FoMO)

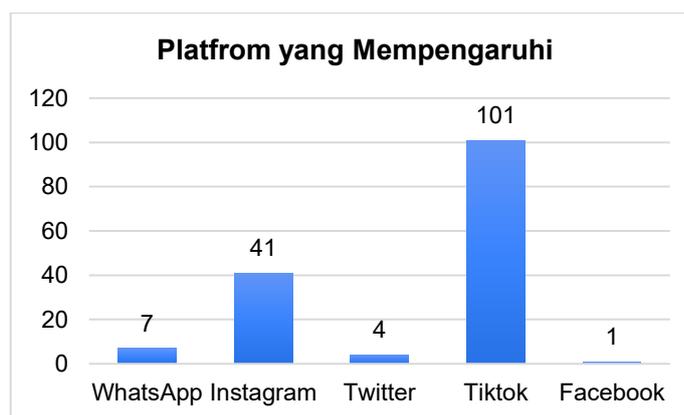
Tabel 4. 10 Hasil Kategorisasi Setiap Aspek *Fear of Missing Out*

Aspek	Kategorisasi	Frequensi	Presentase
Relatedness	Tinggi	30	20%
	Sedang	100	65%
	Rendah	24	16%
Self	Tinggi	36	23%
	Sedang	90	58%
	Rendah	28	18%

Merujuk pada data dalam tabel, terlihat bahwa dalam aspek *Relatedness*, sebanyak 24 responden (16%) berada pada kategori rendah, 100 responden (65%) pada kategori sedang, dan 30 responden (20%) berada pada kategori tinggi. Pada aspek *Self*, terdapat 28 responden (18%) dalam kategori rendah, 90 responden (58%) dalam kategori sedang, dan 36 responden (23%) dalam kategori tinggi.

3) Platform yang Mempengaruhi Pembelian

Gambar 4. 2 Diagram Platform Media Sosial



Berdasarkan hasil di atas, diketahui bahwa platform media sosial yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah TikTok, dengan jumlah 101 responden atau 68%. Selanjutnya, Instagram menempati posisi kedua dengan 41 responden atau 27%, yang mengindikasikan bahwa platform ini juga cukup berperan dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Sementara itu, WhatsApp digunakan oleh 7 responden atau 5%. Twitter dan Facebook memiliki pengaruh yang lebih kecil, dengan masing-masing 4 responden atau 3% dan 1 responden atau 1%. Hal ini menunjukkan bahwa kedua platform

ini kurang efektif dalam mempengaruhi keputusan pembelian dibandingkan dengan TikTok dan Instagram.

b. Analisis Data *Healthy Behavior*

1) Kategorisasi *Healthy Behavior*

Tabel 4. 11 Deskripsi statistik *Healthy Behavior*

Perilaku Sehat				
N	Xmin	Xmax	Mean	Std. Deviasi
154	40	115	65,49	15,28

Mengacu pada tabel 4.12, diketahui bahwa nilai mean untuk variabel *Healthy Behavior* adalah sebesar 65,49 dengan nilai standar deviasi sebesar 15,28. Selanjutnya, dilakukan proses kategorisasi terhadap variabel *Healthy Behavior* dengan menggunakan rumus yang telah ditentukan dalam penelitian ini sebagai acuan penetapan kategori skor responden.

Tabel 4. 12 Hasil Kategorisasi *Healthy Behavior*

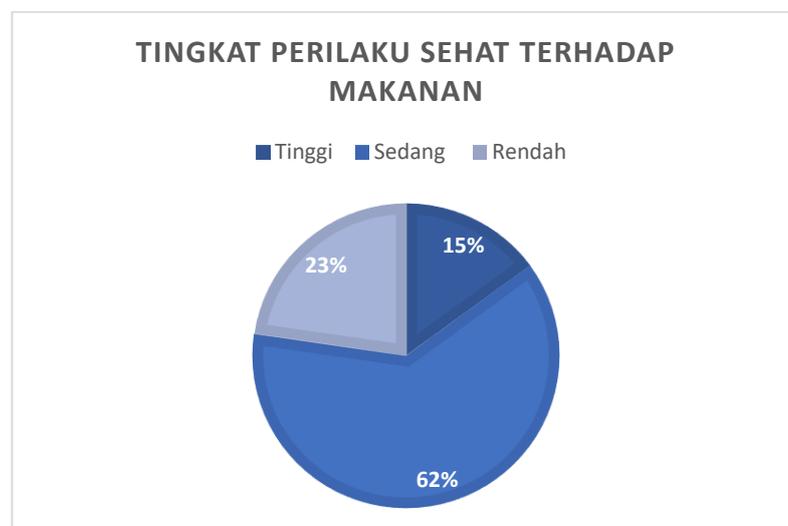
Kategori	Rumusan	Hasil
Tinggi	$X \geq (M+1SD)$	$X \geq 80,76$
Sedang	$(M-1SD) \leq X < (M+1SD)$	$50,22 \leq X < 80,76$
Rendah	$X \leq (M-1SD)$	$X \leq 50,22$

Berdasarkan pada tabel 4.13, kemudian peneliti melakukan analisis total data responden penelitian yang tergolong pada kategori rendah, sedang, tinggi. Adapun hasil analisis kategorisasi *Healthy Behavior* dapat digambarkan pada tabel 4.13

Tabel 4. 13 Frekuensi dan Presentase *Healthy Behavior*

Kategori	Frekuensi	Presentasi
Tinggi	23	15%
Sedang	96	62%
Rendah	35	23%
Total	154	100%

Berdasarkan hasil analisa di atas, diketahui subjek yang berada pada kategori *Healthy Behavior*. tinggi memiliki presentasi 15% dengan jumlah sebanyak 23 responden. Subjek yang berada pada kategori sedang memiliki presentase terbesar, yaitu 62% dengan jumlah sebanyak 96 responden. Sementara itu, subjek yang berada pada kategori rendah memiliki presentase sebesar 23% dengan jumlah 35 responden. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kategori sedang dalam tingkat Perilaku Sehat terhadap makanan.

Gambar 4. 3 Diagram Tingkat *Healthy Behavior*

2) Kategorisasi Tiap Aspek *Healthy Behavior***Tabel 4. 14 Hasil Kategorisasi Setiap Aspek *Healthy Behavior***

Aspek	Kategorisasi	Frekuensi	Presentase
Pengolahan Makanan	Tinggi	27	18%
	Sedang	99	64%
	Rendah	28	18%
Kesehatan	Tinggi	25	16%
	Sedang	103	67%
	Rendah	26	17%
Komposisi Makanan	Tinggi	23	15%
	Sedang	102	66%
	Rendah	29	19%
Kontrol Berat Badan	Tinggi	23	15%
	Sedang	99	64%
	Rendah	32	21%

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa pada aspek Pengolahan Makanan, tingkat rendah sebesar 18% dengan jumlah 28 responden, tingkat sedang sebesar 64% dengan jumlah 99 responden, dan tingkat tinggi sebesar 18% dengan jumlah 27 responden. Pada aspek Kesehatan, tingkat rendah sebesar 17% dengan jumlah 26 responden, tingkat sedang sebesar 67% dengan jumlah 103 responden, dan tingkat tinggi sebesar 16% dengan jumlah 25 responden.

Pada aspek Komposisi Makanan, tingkat rendah sebesar 19% dengan jumlah 29 responden, tingkat sedang sebesar 66% dengan jumlah 102 responden, dan tingkat tinggi sebesar 15% dengan jumlah 23

responden. Sedangkan pada aspek Kontrol Berat Badan, tingkat rendah sebesar 21% dengan jumlah 32 responden, tingkat sedang sebesar 64% dengan jumlah 99 responden, dan tingkat tinggi sebesar 15% dengan jumlah 23 responden.

3. Hasil Uji Hipotesis

Tabel 4 15 Hasil Uji Persamaan Regresi Linear

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	118,942	3,769		31,561	,000
	X	-,938	,065	-,762	-14,512	,000

Pada tabel di atas menjelaskan tentang nilai constant (a) sebesar 118,942, sedangkan nilai Fear of Missing Out (X) sebesar – 0,938, sehingga persamaannya dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y = a + b X$$

$$Y = 118,942 (a) - 0,938 (X)$$

Berdasarkan hasil analisis regresi, konstanta yang diperoleh dalam penelitian ini adalah 118,942. Ini menunjukkan bahwa ketika nilai Fear of Missing Out (FoMO) adalah 0, maka nilai Perilaku Sehat (*Healthy Behavior*) tetap berada pada angka 118,942. Selanjutnya, koefisien regresi untuk variabel FoMO sebesar -0,938 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada FoMO akan menurunkan *Healthy Behavior*

sebesar 0,938. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif antara *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap makanan viral dengan *Healthy Behavior* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel terikat dan variabel bebas, nilai signifikansi (sig.) yang diperoleh dari analisis regresi menjadi acuan. Dengan Pedoman pengujian, pengaruh dianggap signifikan apabila nilai sig. kurang dari 0,05, dan tidak signifikan apabila nilai sig. lebih besar dari 0,05. Tabel berikut menyajikan hasil uji signifikansi yang relevan dengan penelitian ini:

Tabel 4. 16 Hasil Signifikansi

kontribusi antar Variabel	Sig.
XY	0,000

Berdasarkan data pada Tabel 4.18, nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa terdapat kontribusi signifikan antara FoMO terhadap makanan viral dengan *Healthy Behavior* mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Hasil ini mendukung penerimaan hipotesis alternatif (Ha) dan penolakan hipotesis nol (Ho).

Selanjutnya, untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel bebas (FoMO) dalam mempengaruhi variabel terikat (*Healthy Behavior*),

dapat dilihat dari hasil koefisien determinasi. Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 17 Hasil Koefisiensi Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,762 ^a	,581	,578	9,920

Merujuk pada Tabel 4.17, nilai *R Square* yang diperoleh adalah 0,581 atau 58,1%. Ini berarti bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) Makanan Viral memiliki andil sebesar 58,1% dalam memengaruhi *Healthy Behavior* pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2021. Sementara itu, 41,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar cakupan penelitian ini.

D. Pembahasan Penelitian

1. Tingkat *Fear of Missing Out* (FoMO) Makanan Viral Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 154 mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2021, sebanyak 64% responden (98 orang) berada pada tingkat sedang dalam *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap makanan viral. Sementara itu, 19% responden (30 orang) berada pada tingkat tinggi, dan sisanya, yaitu 17% (26 orang), berada pada tingkat rendah. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki kecenderungan untuk mengikuti tren makanan viral, tetapi tidak selalu

merasa tertekan atau terdorong secara ekstrem untuk mencoba setiap makanan yang sedang populer. Kategori sedang tersebut juga menunjukkan bahwa perilaku *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap makanan viral pada mahasiswa UIN Malang berada pada tingkat rata-rata, tanpa kecenderungan ekstrem ke arah tinggi maupun rendah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Komala & Rafiyah (2022, hlm. 5), menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa keperawatan Universitas Padjadjaran (67,8%) merasakan kecemasan ketika melewatkan tren tertentu, namun tidak dalam tingkat ekstrem, yang mengindikasikan bahwa tingkat FoMO mereka berada pada kategori sedang. Hasil serupa juga ditemukan oleh Aisyah (2024, hlm. 108), yang melaporkan bahwa 59% responden merasakan kekhawatiran akan ketinggalan tren, namun tidak dalam tingkat yang ekstrem. Faktor-faktor seperti durasi penggunaan media sosial, khususnya TikTok yang mencapai 3–4 jam per hari, serta faktor demografis seperti jenis kelamin dan usia, berperan dalam tingkat FoMO yang dialami. Selain itu, penelitian Cahyani (2023, hlm. 94) juga mengungkapkan bahwa 77,5% mahasiswa pengguna Instagram di Fakultas Ushuluddin dan Dakwah mengalami FoMO dengan tingkat sedang, yang menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa tersebut masih merasakan kecenderungan FoMO.

Peneliti juga menganalisis platform media sosial yang dapat memengaruhi keputusan pembelian makanan viral individu. TikTok menjadi platform yang paling dominan dengan persentase 68%, diikuti oleh

Instagram di posisi kedua sebesar 27%. Sementara itu, WhatsApp memiliki pengaruh sebesar 5%, sedangkan Twitter dan Facebook menunjukkan pengaruh yang lebih kecil, dengan masing-masing sebesar 3% dan 1%. Berdasarkan analisis temuan, dapat disimpulkan bahwa di antara platform media sosial, TikTok memiliki pengaruh yang paling kuat dalam memotivasi mahasiswa Universitas Islam Negeri Malang untuk membeli makanan viral. Hal tersebut dapat terjadi karena Tiktok memungkinkan penggunaanya untuk mengeskperikan diri melalui berbagai tren yang dapat diikuti oleh berbagai kalangan.

Kategorisasi berdasarkan aspek juga dilakukan untuk mengetahui bagaimana distribusi responden dalam setiap kategori. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kategori sedang dalam aspek relatedness, yaitu sebesar 65% (100 responden). Sementara itu, sebanyak 16% (24 responden) berada pada kategori rendah, dan 20% (30 responden) masuk dalam kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa merasa cemas ketika tidak dapat bergabung dalam tren makanan viral atau merasa pengalaman mereka tidak lebih baik dibandingkan orang lain, kecemasan tersebut umumnya berada dalam tingkat sedang, tanpa kecenderungan ekstrem ke arah rendah maupun tinggi.

Selain itu, pada aspek tidak terpenuhinya kebutuhan akan *self*, distribusi responden menunjukkan bahwa mayoritas (58% atau 90 responden) berada pada kategori sedang. Kemudian, 18% (28 responden) berada dalam kelompok rendah, dan 23% (36 responden) tergolong dalam kelompok

tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun responden memiliki kecenderungan untuk mencari informasi terkait tren makanan viral dan mengunggahnya ke media sosial, dorongan tersebut umumnya berada dalam tingkat sedang, tanpa kecenderungan ekstrem ke arah rendah maupun tinggi.

Secara keseluruhan, hasil ini memperkuat temuan bahwa mayoritas responden mengalami *Fear of Missing Out (FoMO)* makanan viral dalam kategori sedang, yang sejalan dengan penelitian Salim *et al.* (2017, hlm. 977), yang menyatakan bahwa individu dengan *Fear of Missing Out (FoMO)* sedang cenderung mampu mengatasi ketidakseimbangan kebutuhan psikologisnya, meskipun tidak sepenuhnya sempurna. Penelitian Kartika (2024, hlm 87) juga menjelaskan bahwa tingkat *Fear of Missing Out (FoMO)* seseorang dipengaruhi oleh sejauh mana kebutuhan psikologisnya terpenuhi atau tidak, terutama dalam aspek *relatedness* dan *self (autonomy dan competence)*.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan kecenderungan serupa dalam ketidakterpenuhan kebutuhan akan *self* dan *relatedness* pada kategori sedang. Masyitah *et al.*, (2022, hlm. 849) menemukan bahwa aspek *self* dan *relatedness* pada remaja muslim Pekanbaru berada dalam kategori sedang, dengan masing-masing persentase sebesar 71,1% dan 65,8%. Penelitian Cahyani (2023, hlm. 97), juga menunjukkan hasil serupa, dengan 54,19% responden mengalami ketidakterpenuhan kebutuhan *relatedness* dalam kategori sedang, dan pada

aspek *self* sebesar 50,99% juga berada dalam kategori sedang. Walaupun begitu, temuan penelitian ini tidak selaras dengan laporan Watipah *et al.*, (2024, hlm. 10903), yang menyatakan bahwa hanya aspek kebutuhan diri yang berada pada tingkat sedang, sementara kebutuhan akan keterhubungan lebih banyak ditemukan pada tingkat tinggi. Perbedaan ini dapat terjadi karena individu cenderung lebih rentan terhadap tekanan sosial, seperti kecemasan saat tertinggal dari teman-teman atau melewatkan momen bersama. Sementara itu, pada aspek *self*, kontrol diri lebih berperan dalam mengatur dorongan individu untuk mencari informasi dan membagikannya di media sosial.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa ketidakpenuhan kebutuhan *relatedness* dan *self* membuat individu lebih rentan terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO), yang pada gilirannya mendorong mereka untuk mengikuti tren makanan viral sebagai bentuk kompensasi. Apabila individu gagal memenuhi kebutuhan akan kedekatan dengan orang lain, mereka cenderung merasakan kekhawatiran, melakukan penilaian diri melalui perbandingan sosial, dan mengalami perasaan kehilangan momen penting. Untuk mengatasi ini, mereka terdorong mengikuti tren media sosial, termasuk konsumsi makanan viral, demi memperkuat hubungan sosial. Sementara itu, ketika kebutuhan akan konsep diri (*self*) tidak terpenuhi, individu memiliki kecenderungan untuk mencari validasi melalui internet dengan tujuan mendapatkan informasi dan merasakan hubungan dengan orang lain (Przybylski *et al.*, 2013, hlm. 1847).

Mereka cenderung lebih sering mengunggah aktivitas mereka di media sosial, membagikan pengalaman konsumsi makanan viral, atau mengikuti tren yang sedang populer untuk mendapatkan pengakuan dari lingkungan sosialnya.

2. Tingkat *Healthy Behavior* Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2021, ditemukan tiga tingkat *Healthy Behavior* (Perilaku Sehat), yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Dari total responden yang diperoleh sebanyak 154 orang sebanyak 96 responden atau 62% berada pada tingkat perilaku sehat terhadap makanan yang sedang, 23 responden atau 15% memiliki tingkat perilaku sehat terhadap makanan yang tinggi dan 35 responden atau 23% memiliki tingkat perilaku sehat terhadap makanan yang rendah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa telah mempertimbangkan berbagai aspek dalam konsumsi makanan viral, tetapi masih belum sepenuhnya konsisten dalam menerapkan perilaku sehat terhadap makanan. Kategori sedang tersebut juga menunjukkan bahwa tingkat perilaku sehat terhadap makanan pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang berada pada tingkat rata-rata, tanpa kecenderungan ekstrem ke arah tinggi maupun rendah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Kristianto *et al.*, (2023, hlm. 7) yang menunjukkan bahwa pola makan sehat pada remaja SMA Swasta Katolik Budi Murni 2 sebagian besar berada dalam kategori sedang, yaitu sebanyak 45 siswa (64,3%). Ketidakseimbangan asupan karbohidrat, protein, sayur, dan buah, serta kebiasaan mengonsumsi makanan cepat saji atau makanan ringan, mencerminkan bahwa pola makan sehat pada kelompok ini belum optimal. Temuan serupa juga ditemukan dalam penelitian Raudatussalamah & Arif, (2023, hlm. 13) yang menunjukkan bahwa 41,5% mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau memiliki kecenderungan perilaku makan sedang yang mengarah ke perilaku makan sehat. Selain itu, penelitian Sofyan *et al.*, (2024, hlm. 67) di SMAN 2 Yogyakarta menemukan bahwa perilaku makan sehat siswa didominasi oleh kategori sedang, dengan 39 siswa (50,6%) berada dalam kategori ini. Salah satu penyebabnya adalah kebiasaan melewatkan sarapan karena takut terlambat ke sekolah, sehingga mereka lebih memilih membeli makanan siap saji di kantin saat jam istirahat.

Kategorisasi berdasarkan aspek juga dilakukan untuk mengetahui bagaimana distribusi responden dalam setiap kategori. Pada aspek Pengolahan Makanan, 99 responden (64%) masuk dalam kategori sedang, yang menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa menyadari pentingnya teknik pengolahan yang sehat, mereka tetap mencoba makanan viral tanpa mempertimbangkan prosesnya. Padahal, metode seperti merebus atau

mengukus lebih baik dalam mempertahankan nutrisi dibandingkan menggoreng atau pemrosesan berlebih (Sundari *et al.*, 2015, hlm. 241).

Pada aspek Kesehatan juga menunjukkan pola serupa, dengan 103 responden (67%) berada dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat kesadaran yang cukup terhadap kandungan nutrisi saat memilih makanan viral, meskipun kesadaran tersebut belum sepenuhnya optimal. Kondisi ini selaras dengan penelitian Adriaanse *et al.*, (2011, hlm. 88) yang menemukan bahwa meskipun individu memiliki pemahaman gizi yang baik dan menyadari manfaat pola makan sehat, masih terdapat kesenjangan antara niat dan penerapannya.

Pada aspek Komposisi Makanan, mayoritas responden (66% atau 102 responden) berada dalam kategori sedang, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden cukup mempertimbangkan komposisi makanan saat memilih makanan viral, meskipun belum sepenuhnya optimal. Temuan ini menunjukkan bahwa kesadaran terhadap komposisi makanan masih bervariasi di antara responden, yang dapat dikaitkan dengan tingkat pemahaman gizi dari masing-masing individu. Hal ini sejalan dengan temuan Wahyuningtyas *et al.*, (2021, hlm. 6), yang menjelaskan bahwa *natural content* memiliki hubungan dengan pengetahuan gizi, dimana individu dengan pemahaman gizi yang lebih baik cenderung lebih memperhatikan aspek seperti bahan alami, kandungan zat aditif, dan keamanan pangan saat memilih makanan.

Sementara itu, pada aspek kontrol berat badan, 99 responden (64%) juga berada dalam kategori sedang. Artinya, meskipun mahasiswa UIN Malang menyadari pentingnya menjaga berat badan, mereka belum sepenuhnya mempertimbangkan aspek tersebut saat memilih makanan viral. Padahal, dalam penelitian Fikha *et al.*, (2023, hlm. 691) individu yang memiliki kesadaran tinggi terhadap pengelolaan berat badan cenderung memilih makanan rendah kalori, rendah kolesterol, dan tinggi serat, seperti buah dan sayuran, yang membantu mempertahankan rasa kenyang lebih lama.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa UIN Malang cenderung mempertimbangkan aspek kesehatan, pengolahan, komposisi, dan kontrol badan dalam mengonsumsi makanan viral. Namun, tren makanan viral di media sosial sering kali membangkitkan rasa penasaran dan ketertarikan, yang dapat mengurangi perhatian mahasiswa terhadap aspek-aspek tersebut dalam pemilihan makanan. Jika hal ini terjadi, penerapan pola makan sehat juga dapat terganggu, yang pada akhirnya dapat memengaruhi keseimbangan asupan gizi. Asupan gizi yang seimbang tidak hanya membantu menjaga berat badan ideal serta mencegah infeksi dan penyakit kronis, tetapi juga meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan psikologis (Herlianty *et al.*, 2024, hlm. 69). Constantin & Fonseca, (2020, hlm. 11) juga menambahkan bahwa kekurangan zat gizi seperti vitamin, asam lemak, dan mineral dapat meningkatkan risiko gangguan mental, stres, kecemasan, dan depresi.

3. Kontribusi *Fear of Missing Out* (FoMO) Makanan Viral Terhadap *Healthy Behavior* Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Hasil penelitian yang melibatkan mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2021, menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) makanan viral berkontribusi secara signifikan terhadap *Healthy Behavior*. Hipotesis nol (H_0) dalam penelitian ini ditolak, sedangkan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hal ini didasarkan pada hasil analisis regresi linier sederhana, yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, lebih kecil dari batas signifikan 0,05.

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,581. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel *Fear of Missing Out* (FoMO) memberikan sumbangan sebesar 58,1% terhadap variasi dalam perilaku sehat (*Healthy Behavior*) pada mahasiswa. Selain itu, hubungan antara kedua variabel bersifat negatif, sebagaimana tercermin dari nilai koefisien regresi sebesar -0,938. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat FoMO terhadap makanan viral, maka semakin rendah kecenderungan mahasiswa dalam menerapkan pola konsumsi yang sehat. Sebaliknya, semakin rendah tingkat FoMO, maka semakin besar kemungkinan individu untuk menunjukkan perilaku makan yang lebih sehat.

Sampai saat ini, belum ditemukan penelitian yang secara khusus meneliti hubungan antara Fear of Missing Out (FoMO) dan Healthy Behavior. Meskipun demikian, keterkaitan antara kedua variabel tersebut dapat ditelaah melalui tiga komponen utama dalam *Self-Determination Theory* (SDT) yang dikemukakan oleh Ryan dan Deci (2000), yakni *relatedness*, *autonomy*, dan *competence*.

Individu dengan *relatedness* rendah cenderung merasa cemas ketika tidak dapat bergabung dalam pengalaman mencicipi makanan viral bersama teman, serta merasa cemas ketika teman atau individu lain memiliki pengalaman yang lebih menyenangkan dibandingkan dirinya. Ketakutan akan tertinggal dari lingkungan sosial ini membuat mereka lebih impulsif dalam memilih makanan dan lebih memutamakan keterlibatan sosial daripada mempertimbangkan pola makan sehat. Akibatnya, keputusan konsumsi lebih didorong oleh kecemasan sosial daripada kesadaran akan kandungan nutrisi dan prinsip perilaku sehat. Mereka cenderung mengabaikan pola makan yang seimbang dan lebih memilih makanan yang tinggi gula dan lemak, yang dapat berdampak negatif pada kesehatan jangka panjang.

Individu dengan *autonomy* rendah lebih bergantung pada validasi eksternal dalam pengambilan keputusan makanan. Mereka cenderung mengonsumsi makanan viral bukan karena kebutuhan atau preferensi pribadi, tetapi karena ingin mendapat perhatian di media sosial. Keinginan untuk membagikan pengalaman mereka di media sosial sering kali

mengalahkan pertimbangan kesehatan, membuat individu lebih memilih makanan yang menarik secara visual atau populer, meskipun tidak sehat. Akibatnya, individu cenderung membeli dan mengonsumsi makanan viral yang tinggi gula, lemak, atau zat adiktif hanya agar dianggap “*up to date*”, tanpa mempertimbangkan dampak kesehatan dari makanan tersebut.

Sementara itu, individu dengan *competence* yang rendah cenderung kurang percaya diri dalam memilih dan menilai kualitas makanan, sehingga lebih bergantung pada informasi eksternal dalam menentukan pilihan makanan mereka. Akibatnya, individu tersebut terdorong untuk mencari tahu makanan viral yang sedang populer di kalangan teman teman atau mencari ulasan di media sosial sebagai panduan dalam memilih makanan. Rasa ingin tahu mereka lebih terfokus pada tren sosial dibandingkan eksplorasi terhadap manfaat kesehatan, sehingga mendorong mereka untuk mengikuti tren tanpa mempertimbangkan apakah makanan tersebut diolah dengan cara yang sehat, seperti menggunakan teknik memasak yang minim minyak atau bahan tambahan yang lebih alami.

Selain penjelasan mengenai pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)* dan *Healthy Behavior* berdasarkan *Self-Determination Theory (SDT)*, perilaku sehat terhadap makanan dan FoMO juga dapat dipahami melalui berbagai faktor yang memengaruhinya. Salah satu faktor tersebut adalah media sosial, yang memainkan peran penting dalam pemasaran digital makanan dan minuman. Penelitian Jihad *et al.*, (2024, hlm. 27), menemukan bahwa 58,1% remaja yang aktif menggunakan media sosial memiliki

kecenderungan untuk mengonsumsi makanan yang kurang sehat. Selain itu, penelitian A'Yunin *et al.*, (2024, hlm. 550) juga menunjukkan bahwa keterlibatan konsumen dalam media sosial seperti menyukai, mengomentari, dan membagikan konten makanan dapat memengaruhi pola makan mereka, baik dalam mengikuti tren makanan viral maupun dalam mempertahankan pola makan sehat.

Selain itu, keberadaan konten kreator atau influencer yang sering kali menampilkan tren makanan dengan menyoroti popularitasnya dapat menciptakan persepsi bahwa makanan tersebut layak dicoba atau bahkan bersifat eksklusif. Tak hanya itu, review serta ulasan positif yang mereka berikan juga dapat menimbulkan rasa ketertarikan dan penasaran, sehingga mendorong individu untuk mencoba makanan tersebut guna membuktikan kesesuaiannya dengan ulasan tersebut. Kondisi ini dapat memicu *Fear of Missing Out* (FoMO) dan mendorong individu untuk mengonsumsi makanan tersebut agar tidak merasa tertinggal (Hayran *et al.*, 2020, hlm. 5).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Bersadarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan tentang Kontribusi *Fear of Missing Out (FoMO)* Makanan Viral Terhadap *Healthy Behavior* Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis deskriptif menunjukkan bahwa tingkat *Fear of Missing Out (FoMO)* Makanan Viral pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2021 mayoritas berada pada kategori sedang 64% (98 responden). Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki kecenderungan untuk mengikuti tren makanan viral, tetapi tidak selalu merasa tertekan atau terdorong secara ekstrem untuk mencoba setiap makanan yang populer. Selain itu, hasil analisis menunjukkan bahwa ketidakterpenuhan kebutuhan akan *relatedness* dan *self* berperan dalam mendorong mahasiswa untuk mengikuti tren makanan viral, meskipun kecemasan dan dorongan tersebut berada dalam kategori sedang.
2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa tingkat *Healthy Behavior* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2021 mayoritas berada dalam kategori sedang 62% (96 responden). Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa telah

mempertimbangkan berbagai aspek dalam konsumsi makanan viral, tetapi masih belum sepenuhnya konsisten dalam menerapkan perilaku sehat terhadap makanan. Selain itu, hasil analisis per aspek menunjukkan bahwa dalam membeli makanan viral, mahasiswa berada dalam kategori sedang dalam mempertimbangkan aspek pengolahan makanan, kesehatan, komposisi makanan, serta kontrol berat badan saat membeli makanan viral.

3. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Fear of Missing Out (FoMO) terhadap makanan viral dengan perilaku sehat (Healthy Behavior) mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Sementara itu, hubungan yang ditemukan bersifat negatif, artinya semakin tinggi tingkat FoMO terhadap makanan viral, maka semakin rendah kecenderungan mahasiswa untuk berperilaku sehat dalam mengonsumsi makanan, dan sebaliknya.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis data penelitian di lapangan maka peneliti bermaksud memberikan saran dengan harapan mampu memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Saran bagi populasi penelitian ini, adalah untuk lebih meningkatkan kesadaran akan nutrisi dan pola makan sehat dengan cara lebih selektif

dalam mengikuti tren makanan viral serta mempertimbangkan dampak kesehatan sebelum membelinya. Selain itu, mahasiswa perlu lebih bijak dalam menyaring informasi dari berbagai platform media sosial seperti TikTok dan Instagram yang memiliki pengaruh besar terhadap keputusan konsumsi.

2. Saran bagi instansi, yaitu perlu mengembangkan program edukasi yang efektif, seperti seminar atau workshop mengenai dampak *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap kehidupan mahasiswa serta pentingnya *self-control* dalam menggunakan media sosial. Selain itu, edukasi mengenai perilaku sehat dalam mengonsumsi makanan juga perlu diberikan, termasuk pemahaman mengenai dampaknya terhadap kesehatan fisik maupun psikologis. Hal ini menjadi penting mengingat tingginya risiko penyakit akibat pola makan yang buruk serta pesatnya perkembangan media sosial yang memunculkan berbagai tren terbaru, termasuk tren makanan viral.
3. Saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu agar jumlah sampel diperbesar guna meningkatkan generalisasi temuan terhadap populasi yang lebih luas, mengingat penelitian ini hanya melibatkan 154 mahasiswa dari Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan angkatan 2021. Selain itu, karena variabel *Healthy Behavior* atau perilaku sehat terhadap makanan masih belum banyak diteliti, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan penggunaan variabel lain yang memiliki dampak lebih langsung terhadap perilaku sehat, seperti *self concept*, usia, pengaruh teman sebaya, atau pengetahuan nutrisi.

DAFTAR PUSTAKA

- A'Yunin, E. N., Mustakim, M., & Arumsari, I. (2024). Adolescents' Unhealthy Eating Behavior and Customer Engagement on Social Media in Sub-Urban Areas. *Amerta Nutrition*, 8(4), 549–556. <https://doi.org/10.20473/amnt.v8i4.2024.549-556>
- Adriaanse, M. A., Vinkers, C. D. W., De Ridder, D. T. D., Hox, J. J., & De Wit, J. B. F. (2011). Do implementation intentions help to eat a healthy diet? A systematic review and meta-analysis of the empirical evidence. *Appetite*, 56(1), 183–193. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2010.10.012>
- Afrilian, D. (2024). 5 Efek Buruk Terlalu FOMO dengan Makanan Viral. Detikfood. <https://food.detik.com/info-kuliner/d-7616015/5-efek-buruk-terlalu-fomo-dengan-makanan-viral/2>
- Alfina, Hartini, S., & Mardhiyah, D. (2023). FOMO related consumer behaviour in marketing context: A systematic literature review. *Cogent Business and Management*, 10(3). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2250033>
- 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), 1–28. <https://doi.org/10.3390/ijerph17176128>
- Angesti, A. N., Triyanti, T., & Sartika, R. A. D. (2018). Riwayat Hipertensi Keluarga Sebagai Faktor Dominan Hipertensi pada Remaja Kelas XI SMA Sejahtera 1 Depok Tahun 2017. *Buletin Penelitian Kesehatan*, 46(1), 1–10. <https://doi.org/10.22435/bpk.v46i1.41>
- Arikunto, S. (2006). *Proses Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Revisi VI). PT RINEKA CIPTA.
- Astika, H., Nugroho, R. A., & Dias Mumpuni, S. (2022). Konseling Kelompok untuk Mengurangi Fenomena Fear of Missing Out(FoMO) Remaja Kota Tegal. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 4(2), 46–53. <http://journal.univetbantara.ac.id/index.php/advice10.32585/advice.v4i2.2740>
- Azizah, K. (2024). *Susahnya Hidup Sehat di Tengah Gempuran Makanan Viral yang Manisnya Kebangetan*. DetikHealth. <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-7224755/susahnya-hidup-sehat-di-tengah-gempuran-makanan-viral-yang-manisnya-kebangetan>
- Bella, A. (2023). *Bahaya Makan Gorengan dan Cara Menyiasatinya*. Allodokter. <https://www.alodokter.com/jangan-lupa-diri-menikmati-gorengan>
- Benarroch, A., Pérez, S., & Perales, J. (2011). Factors influencing adolescent eating behaviour: Application and validation of a diagnostic instrument. ... of

- Research in ...*, 9(25), 1219–1244. http://www.investigacion-psicopedagogica.com/revista/articulos/25/english/Art_25_598.pdf
- Conner, M., & Norman, P. (2005). Predicting health behaviour: a social cognition approach. *Predicting Health Behaviour*, 2, 1–27.
- Constantin, E.-T., & Fonseca, S. (2020). The effect of food on mental health. *Revista Internacional de Educação, Saúde e Ambiente*, 3(2), 1–17. <https://doi.org/10.37334/riesa.v3i2.36>
- Creswell, J. (2017). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (Edisi Ketii). Pustaka Belajar.
- Dedy Kasingku, J. (2023). Peran Makanan Sehat Dalam Meningkatkan Kesehatan Fisik dan Kerohanian Pelajar. *Jurnal Pendidikan Mandala*, 8(3), 853–859. <http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JUPE/index>
- Deliens, T., Clarys, P., De Bourdeaudhuij, I., & Deforche, B. (2014). Determinants of eating behaviour in university students: A qualitative study using focus group discussions. *BMC Public Health*, 14(1), 1–12. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-14-53>
- Derang, I., Ginting, F., & Ginting, A. (2023). Edukasi Konsumsi Makanan Berisiko Dengan Kejadian Obesitas Pada Masyarakat Tanjung Anom. *JUPKES Jurnal Pengabdian Kesehatan*, 3(1), 21–25. <http://ejournal.stikeselisabethmedan.ac.id:85/index.php/JUPKes/article/view/579%0Ahttp://ejournal.stikeselisabethmedan.ac.id:85/index.php/JUPKes/article/download/579/366>
- Djafarova, Elmira and Rushworth, C. (2017). Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users. *Academy of Management*, 51(September), 1–51. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.009>
- Fatmawati, I., & Wahyudi, C. T. (2021). Pengaruh Teman Sebaya dengan Status Gizi Lebih Remaja di Sekolah Menengah Pertama di Kecamatan Pamulang. *JURNAL ILMIAH KESEHATAN MASYARAKAT: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 13(1), 41–45. <https://doi.org/10.52022/jikm.v13i1.176>
- Fikha, I. I., Fitry, U., Bafani, F., & Faza, F. (2023). Alasan Pemilihan Makanan Pada Orang Dewasa Sehat : Tinjauan Literatur. *Prepotif: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 7(1), 687–692.
- Finaka, A. (2024). *Obesitas Di Indonesia*. Indonesiabaik.Id. <https://indonesiabaik.id/infografis/obesitas-di-indonesia>
- Futaki, S. (2024). *Marak Anak-Anak terkena Penyakit Diabetes, ini Tips untuk Mencegahnya*. Times Indonesia. <https://timesindonesia.co.id/kesehatan/507769/marak-anakanak-terkena-penyakit-diabetes-ini-tips-untuk-mencegahnya>

- Glanz, K., Rimer, B. k., & Viswanath, K. (2002). *Health and Health*.
- Hamzah, I. F. (2020). Aplikasi Self-Determination Theory pada Kebijakan Publik Era Industri 4.0. *Psisula: Prosiding Berkala Psikologi*, 1(September), 66–73. <https://doi.org/10.30659/psisula.v1i0.7691>
- Hayran, C., Anik, L., & Gürhan-Canli, Z. (2020). A threat to loyalty: Fear of missing out (FOMO) leads to reluctance to repeat current experiences. *PLoS ONE*, 15(4), 1–17. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0232318>
- Hearty, Á. P., McCarthy, S. N., Kearney, J. M., & Gibney, M. J. (2007). Relationship between attitudes towards healthy eating and dietary behaviour, lifestyle and demographic factors in a representative sample of Irish adults. *Appetite*, 48(1), 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2006.03.329>
- Herlianty, H., Ketut Sumidawati, N., & Bakue, T. (2024). The Importance of Eating Healthy and Nutritionally Balanced Food for Elementary School Children. *Abdimas Polsaka*, 3(1), 40–46. <https://doi.org/10.35816/abdimaspolsaka.v3i1.66>
- Ibrahim, N., & Ahmad, A. (2021). Analysis of The Risk Factors of Eating Habit in Midwifery Students in Banda Aceh. *Nurlaila Ibrahim, Maidar, Aripin Ahmad*, 14(1), 1–6. <http://ejournal.poltekkesaceh.ac.id/index.php/jn>
- Jihad, F. F., Paradhiba, M., Is, J. M., Duana, M., Sriwahyuni, S., Darmawan, & Oktaria, Y. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Preferensi Makanan Sehat dan Bergizi pada Remaja: Studi di Kalangan Siswa SMA. *Journal of Healthcare Technology and Medicine*, 10(1), 22–32.
- Kemenpppa. (2024). *Lindungi Anak Dari Penyakit Tidak Menular, Kemen PPPA Dorong Orang Tua Perhatikan Konsumsi Gula, Garam dan Lemak Anak*. Kementerian Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak Republik Indonesia. <https://www.kemenpppa.go.id/page/view/NTM2OQ==#>
- Kristianto, V., Siringoringo, M., & Hizkia, I. (2023). Gambaran Pola Makan Remaja Resiko Penyakit Tidak Menular Hipertensi di Sekolah Menengah Atas Katolikbudi Murni 2 Medan Tahun 2023. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 26–37.
- Mahmudiono, T., Rachmah, Q., Indriani, D., Permatasari, E. A., Hera, N. A., & Chen, H. L. (2022). Food and Beverage Consumption Habits through the Perception of Health Belief Model (Grab Food or Go Food) in Surabaya and Pasuruan. *Nutrients*, 14(21), 1–20. <https://doi.org/10.3390/nu14214482>
- Maimunah, S., Asrinawaty, & Rahman, E. (2020). Pengaruh Faktor Aktifitas Fisik, Genetik dan Pola Makan Terhadap Kejadian Diabetes Militus Type II Di RSUD Dr. H. Moch Ansari Saleh Banjarmasin Tahun 2020. *EPrints UNISKA*, 1, 1–10. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/3130>
- Martanti, S., Batubara, L., Arsyad, M., Syam, E., & Kunci, K. (2024). *Hubungan Tingkat Pengetahuan Gizi terhadap Pola Perilaku Makan pada Mahasiswa*

Fakultas Kedokteran Universitas Yarsi Angkatan 2023 dan Tinjauannya Menurut Pandangan Islam The Relationship between The Level of Nutritional Knowledge and Eating Behavior Patte. 2(7), 831–842.

- Masyitah, & Libbie Annatagia. (2022). Gambaran Fear of Missing Out (FoMO) pada Remaja Muslim di Pekanbaru Indonesia. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(3), 846–852. <https://doi.org/10.29313/bcsps.v2i3.4885>
- 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>
- Rahman Nurdin, D. N. U. (2016). Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Perilaku Makan pada Remaja SMA Negeri 1 Palu. *Jurnal Preventif*, 7(June), 43–52.
- Rankin, A., Bunting, B. P., Poínhos, R., Van Der Lans, I. A., Fischer, A. R. H., Kuznesof, S., Almeida, M. D. V., Markovina, J., Frewer, L. J., & Stewart-Knox, B. J. (2018). Food choice motives, attitude towards and intention to adopt personalised nutrition. *Public Health Nutrition*, 21(14), 2606–2616. <https://doi.org/10.1017/S1368980018001234>
- Raudatussalamah, R., & Arif, T. D. (2023). Persepsi Risiko Dan Perilaku Makan Pada Mahasiswa. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 4(1), 11. <https://doi.org/10.24014/pib.v4i1.19225>
- Resti, H. Y., & Cahyati, W. H. (2022). Kejadian Diabetes Melitus Pada Usia Produktif Di Puskesmas Kecamatan Pasar Rebo. *Higeia Journal Of Public Health Research And Development*, 6(3), 350–361. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/higeia>
- Rodliyah, I. (2021). *Pengantar Dasar Statistika Dilengkapi Analisis Dengan Bantuan Software SPSS*. <http://www.lppm.unhasy.ac.id>.
- Sahir, S. (2022). *Metodologi Penelitian*.
- Saifuddin Azwar. (2004). *Reabilitas dan Validitas* (katiga). Pustaka Belajar.
- 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>
- Snapcalorie. (2022). *What is Food FOMO?* Snapcalorie. <https://www.snapcalorie.com/blog/what-is-food-fomo/>
- Sofyan, E. M., Rahmawati, A., & Sudyasih, T. (2024). Hubungan pola makan dengan status gizi pada siswa kelas X di SMA N 2 Yogyakarta *The relationship between diet and nutritional status in class X students at SMA N 2 Yogyakarta*. 2(September), 360–366.

- Steinle, E. R. G. & N. I. (2011). Genetics of Eating Behavior: Established and Emerging Concepts. *Nutrition Reviews*, 69(1), 52–60. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111%2Fj.1753-4887.2010.00361.x>
- Steptoe, A., Pollard, T. M., & Wardle, J. (1995). Development of a Measure of the Motives Underlying the Selection of Food: the Food Choice Questionnaire. Department of Psychology, St George's Hospital Medical School, London. *Appetite*, 25, 267–284.
- Sugiyono. (1997). *Statistika Untuk Penelitian* (Cetakan Pe). Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Cetakan Ke). Penerbit Alfabeta.
- Sundari, D., Almasyhuri, A., & Lamid, A. (2015). Pengaruh Proses Pemasakan Terhadap Komposisi Zat Gizi Bahan Pangan Sumber Protein. *Media Penelitian Dan Pengembangan Kesehatan*, 25(4), 235–242. <https://doi.org/10.22435/mpk.v25i4.4590.235-242>
- Syahrani, Q., & Laksana, N. Y. (2023). Pengaruh Respon Viewers Tentang Konten Food Vlogger @Jogjabikinlaper Terhadap Minat Beli Makanan Di Yogyakarta the Effect of Viewers' Response About the Content of Food Vlogger @Jogjabikinlaper on Interest in Buying Food in Yogyakarta. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(3), 285–292. <https://doi.org/10.21831/lektur.v5i3.19178>
- Thomas, T. W., & Cankurt, M. (2024). Influence of Food Environments on Dietary Habits: Insights from a Quasi-Experimental Research. *Foods*, 13(13). <https://doi.org/10.3390/foods13132013>
- Tomczyk, Ł., & Selmanagic-Lizde, E. (2018). Fear of Missing Out (FOMO) among youth in Bosnia and Herzegovina — Scale and selected mechanisms. *Children and Youth Services Review*, 88, 541–549. <https://doi.org/10.1016/j.chilyouth.2018.03.048>
- van Strien, T., Frijters, J. E. R., Bergers, G. P. A., & Defares, P. B. (1986). The Dutch Eating Behavior Questionnaire (DEBQ) for assessment of restrained, emotional, and external eating behavior. *International Journal of Eating Disorders*, 5(2), 295–315. [https://doi.org/10.1002/1098-108X\(198602\)5:2<295::AID-EAT2260050209>3.0.CO;2-T](https://doi.org/10.1002/1098-108X(198602)5:2<295::AID-EAT2260050209>3.0.CO;2-T)
- Vidya Patwardhan, J. M. K. S. dan D. K. (2024). Influence of social media on young adults' food consumption behavior: scale development. *Cogent Social Sciences*, 10, 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2391016>
- Wahyuningtyas, R., Wisnusanti, S. U., & Kusuma, M. T. P. L. (2021). Factors associated with food choice motives of adolescents in Yogyakarta Special District. *Jurnal Gizi Klinik Indonesia*, 18(2), 86. <https://doi.org/10.22146/ijcn.63152>

- Watipah, Y. S., & Yusra, Z. (2024). Kontribusi Kontrol Diri Terhadap Fear Of Missing Out Pada Mahasiswa Pengguna Instagram Di Universitas Negeri Padang. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 10896–10906.
- Widoyoko, E. P. (2012). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Cetakan Pe). Pustaka Pelajar.
- Zavida, T. P. (2021). PENGARUH ENDORSEMENT SELEBGRAM TERHADAP PERILAKU KONSUMSI PRODUK MAKANAN OLEH MAHASISWA JURUSAN ILMU EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA. *Independent: Journal Of*, 1(1), 30–38.

LAMPIRAN

Lampiran 1 1 kuesioner penelitian

KUESIONER *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* MAKANAN VIRAL

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Fakultas :

Angkatan :

Instruksi Pengisian

Bacalah setiap pernyataan dalam kuesioner ini dengan cermat. Berikan jawaban yang paling sesuai dengan pengalaman atau pendapat Anda dengan memilih salah satu dari empat opsi berikut:

SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju)

No	Item	SS	S	TS	STS
1	Saya tetap merasa santai dan tidak terpengaruh meskipun teman-teman sudah mencoba makanan viral tanpa saya				
2	Saya merasa kurang puas jika pengalaman saya dalam mencoba makanan viral tidak semenarik yang dialami teman-teman saya				
3	Saya merasa terdorong untuk mencari tahu makanan viral yang sedang populer di kalangan teman-teman saya				

4	Saya merasa puas ketika saya bisa menunjukkan pengalaman saya dalam mencoba makanan yang sedang viral				
5	Saya merasa tidak tenang jika melewatkan kesempatan mencoba makanan viral yang sedang ramai dibicarakan				
6	Saya sama sekali tidak merasa khawatir atau tertinggal meskipun teman-teman saya sudah mencoba makanan viral yang belum pernah saya coba				
7	Saya lebih sering menikmati makanan viral secara pribadi tanpa mengunggahnya di media sosial				
8	Saya suka menulis ulasan tentang makanan viral yang saya coba di media sosial				
9	Saya merasa khawatir jika belum mencoba makanan viral yang sedang tren, karena teman-teman saya sering membahasnya				
10	Saya cukup sering mencari ulasan atau rekomendasi tentang makanan viral di media sosial untuk mengetahui tren terbaru				
11	Saya merasa cemas ketika tidak dapat bergabung dengan teman-teman yang sedang mencicipi makanan viral				
12	Saya merasa khawatir akan tertinggal dalam obrolan jika tidak ikut mencoba makanan viral yang sedang tren				
13	Saya sering mengunggah foto atau video makanan viral yang saya coba di media sosial				

14	Saya merasa cemas ketika mengetahui teman-teman saya mendapatkan pengalaman yang lebih memuaskan saat mencoba makanan viral dibandingkan dengan pengalaman saya				
15	Saya jarang membagikan foto atau ulasan tentang makanan viral di media sosial				
16	Saya cenderung penasaran dengan makanan yang sering muncul di story teman-teman saya				
17	Saya sering membagikan pengalaman mencicipi makanan viral di media sosial				
18	Saya merasa tenang jika saya ketinggalan informasi tentang makanan viral yang sedang dicoba teman-teman saya				
19	Saya merasa tidak perlu memberi tahu teman-teman di media sosial setiap kali mencoba makanan yang sedang viral				
20	Saya merasa tren makanan viral tidak terlalu penting untuk saya ketahui				
21	Saya sama sekali tidak merasa cemas meskipun tidak ikut mencoba makanan viral bersama teman-teman				

KUESIONER PERILAKU SEHAT TERHADAP MAKANAN

No.	Item	SS	S	TS	STS
1	Saya memahami bahwa konsumsi makanan viral yang tinggi gula, seperti bubble tea atau dessert kekinian, perlu dibatasi untuk menjaga kesehatan, tetapi saya tetap mengonsumsinya				
2	Saya tidak terlalu mempermasalahkan penggunaan minyak goreng berulang dalam pengolahan makanan viral, asalkan rasanya enak				
3	Saya memahami efek buruk konsumsi makanan viral yang berminyak, seperti fried chicken kekinian, terhadap kesehatan kulit, namun saya tetap tergoda untuk mencobanya				
4	Saya sering memilih makanan viral yang menarik perhatian, meskipun belum tentu memiliki kandungan nutrisi yang tinggi				
5	Saya tetap membeli makanan viral meskipun tahu makanan itu mungkin mengandung pewarna buatan				
6	Saya lebih memilih makanan viral yang tampak menarik meskipun saya tidak selalu memeriksa kandungan kalori atau seratnya				
7	Saya lebih cenderung memilih makanan viral yang rendah kalori untuk menjaga pola makan sehat, meskipun itu berarti saya tidak selalu mengikuti tren terbaru				

8	Bagi saya, pengalaman mencoba makanan viral lebih penting daripada memikirkan apakah bahan-bahannya alami				
9	Saya selalu memilih makanan viral yang tidak mengandung pengawet atau bahan tambahan lainnya, meskipun sedang tren				
10	Saya jarang memastikan makanan viral yang saya konsumsi mengandung nutrisi penting seperti serat atau protein				
11	Saya memilih makanan viral yang dapat memberikan manfaat bagi fungsi tubuh, seperti memperkuat sistem imun				
12	Saat membeli makanan viral, saya lebih tertarik mencoba pengalaman baru daripada memikirkan apakah makanan itu mengandung zat tambahan seperti pemanis atau MSG				
13	Saya lebih memilih makanan viral yang tinggi serat untuk menjaga kesehatan, meskipun itu membuat saya ketinggalan tren				
14	Saya memilih untuk tidak mengonsumsi makanan viral yang tinggi lemak atau gula sebagai upaya mencegah kenaikan berat badan				
15	Saya tidak membatasi makanan viral yang tinggi lemak atau gula, meskipun tahu hal tersebut dapat menyebabkan kenaikan berat badan				
16	Saya cenderung mengabaikan kandungan kalori dalam makanan viral jika makanan tersebut sedang populer				

17	Saya cenderung tidak memperhatikan banyaknya penambahan gula atau garam pada makanan viral, meskipun dapat meningkatkan kalori makanan				
18	Saya lebih sering memperhatikan rasa atau pengalaman mencoba makanan viral dibandingkan teknik pengolahannya				
19	Saya lebih suka makanan viral yang menggunakan minyak sehat, seperti minyak kelapa, dibandingkan minyak goreng biasa				
20	Saya sering membeli makanan viral meskipun tidak tahu secara rinci apakah makanan tersebut mengandung bahan tambahan seperti pengawet				
21	Saya lebih memilih makanan viral yang terbuat dari bahan alami dibandingkan yang mengandung bahan tambahan				
22	Saya lebih tertarik mencoba makanan viral yang sedang populer, meskipun tidak selalu memberikan manfaat kesehatan				
23	Saya terkadang memilih makanan viral tanpa mempertimbangkan kandungan lemak atau gula yang ada di dalamnya				
24	Saya tetap membeli makanan viral meskipun teknik pengolahannya kurang sehat, seperti menggunakan banyak minyak				
25	Saya percaya bahwa makanan viral yang tidak mengandung bahan tambahan seperti pemanis dan pewarna buatan lebih baik untuk kesehatan				

26	Saya mencoba makanan viral tanpa terlalu memikirkan apakah bahannya alami atau tidak				
27	Saya terkadang makan makanan viral dalam jumlah besar, meskipun tahu itu bisa berdampak buruk pada berat badan saya.				
28	Saya lebih suka makanan viral yang diolah dengan cara sehat, seperti direbus atau dikukus, dibandingkan yang digoreng				
29	Saya takut melewatkan pengalaman mencoba makanan viral manis, seperti croffle atau dessert box, meskipun hal itu dapat memengaruhi berat badan saya				

Lampiran 1 2 Surat Keterangan Validasi**SURAT KETERANGAN VALIDASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama :

Pekerjaan :

Telah membaca instrumen penelitian yang berjudul “Kontribusi Fear of Missing Out (FoMO) Makanan Viral Terhadap Healthy Behavior Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang” oleh :

Nama : Ayu Azhari

NIM : 210401110172

Fakultas : Psikologi

Demikian keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 03 Februari 2025



Rika Fuaturosida, S.Psi, M.A.

NIP. 19830429201608012038

Hasil Validasi

Instrumen Skala Perilaku Sehat Terhadap Makanan

Instrumen Perilaku Sehat yang digunakan dalam penelitian ini dirancang untuk mengukur Perilaku Sehat Terhadap Makanan. Instrumen ini disusun dengan menggabungkan aspek-aspek dari Food Choice Questionnaire (FCQ) yang dikembangkan oleh Steptoe et al. (1995) dan aspek-aspek perilaku makan yang diuraikan oleh Natoatmodjo (2007), yaitu kesehatan (health), komposisi makanan (natural content), kontrol berat badan (weight control), dan pengelolaan makanan.

Aspek	Indikator	Aitem	
		Favo	Unfavo
Pengolahan makanan	Memperhatikan dan memilih teknik pengolahan makanan yang mempertahankan kandungan gizi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya lebih suka makanan viral yang diolah dengan cara sehat, seperti dipanggang atau dikukus, dibandingkan yang digoreng. 2. Saya berusaha memastikan bahwa makanan viral yang saya beli diolah dengan teknik yang sehat untuk menjaga kandungan gizinya 3. Saya menghindari makanan viral yang diolah dengan cara yang dapat merusak kandungan gizinya, seperti digoreng dalam minyak berlebih. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya sering membeli makanan viral karena tampilannya menarik, meskipun saya kurang memperhatikan teknik pengolahannya 2. Saya tetap membeli makanan viral meskipun teknik pengolahannya kurang sehat, seperti menggunakan banyak minyak 3. Saya lebih sering memperhatikan rasa atau pengalaman mencoba makanan viral dibandingkan teknik pengolahannya
	Menghindari penggunaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya lebih memilih makanan viral yang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya tidak terlalu mempermasalahkan

	bahan tambahan dalam pengolahan makanan	<p>diolah dengan metode yang tidak meningkatkan risiko senyawa berbahaya, seperti penggunaan minyak goreng berulang atau suhu penggorengan terlalu tinggi.</p> <p>2. Saya lebih suka makanan viral yang menggunakan minyak sehat, seperti minyak kelapa, dibandingkan minyak goreng biasa.</p>	<p>penggunaan minyak goreng berulang dalam pengolahan makanan viral, asalkan rasanya enak.</p> <p>2. Saya cenderung tidak memperhatikan banyaknya penambahan gula atau garam pada makanan viral, meskipun dapat meningkatkan kalori makanan</p>
Kesehatan (Health)	Kesadaran nutrisi terhadap pemenuhan kebutuhan fungsional tubuh	<p>1. Saya memilih makanan viral yang mengandung keju atau yogurt karena menyadari pentingnya kalsium untuk menjaga kesehatan tulang dan gigi.</p> <p>2. Saya memilih makanan viral yang dapat memberikan manfaat bagi fungsi tubuh, seperti memperkuat sistem imun.</p>	<p>1. Saya memahami bahwa konsumsi makanan viral yang tinggi gula, seperti bubble tea atau dessert kekinian, perlu dibatasi untuk menjaga kesehatan, tetapi saya tetap mengonsumsinya</p> <p>2. Saya memahami efek buruk konsumsi makanan viral yang berminyak, seperti fried chicken kekinian, terhadap kesehatan kulit, namun saya tetap tergoda untuk mencobanya.</p>
	Konsumsi makanan bergizi	1. Saya memilih untuk mencoba makanan viral	1. Saya sering memilih makanan viral yang

	melibatkan pemilihan makanan dengan nilai gizi tinggi, seperti protein, serat, dan nutrisi penting lainnya	yang memiliki kandungan serat tinggi 2. Saya memilih untuk mencoba makanan viral yang memiliki kandungan protein yang tinggi.	menarik perhatian, meskipun belum tentu memiliki kandungan nutrisi yang tinggi. 2. Saya lebih tertarik mencoba makanan viral yang sedang populer, meskipun tidak selalu memberikan manfaat kesehatan. 3. Saya jarang memastikan makanan viral yang saya konsumsi mengandung nutrisi penting seperti serat atau protein.
Komposisi makanan (Natural Content)	Kesadaran terhadap kualitas makanan, yang mencakup penghindaran bahan tambahan seperti pengawet, pewarna, pemanis buatan, dan zat aditif lainnya.	1. Saya selalu memilih makanan viral yang tidak mengandung pengawet atau bahan tambahan lainnya, meskipun sedang tren 2. Saya percaya bahwa makanan viral yang tidak mengandung bahan tambahan seperti pemanis dan pewarna buatan lebih baik untuk kesehatan.	1. Saat membeli makanan viral, saya lebih tertarik mencoba pengalaman baru daripada memikirkan apakah makanan itu mengandung zat tambahan seperti pemanis atau MSG 2. Saya sering membeli makanan viral meskipun tidak tahu secara rinci apakah makanan tersebut mengandung bahan tambahan seperti pengawet 3. Saya tetap membeli makanan viral meskipun tahu makanan itu mungkin mengandung pewarna buatan

			4. Saat membeli makanan viral, saya tidak terlalu memperhatikan apakah makanan tersebut mengandung bahan tambahan, asalkan makanan tersebut sedang tren
	Memilih makanan yang mengandung bahan-bahan alami	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya lebih memilih makanan viral yang terbuat dari bahan alami dibandingkan yang mengandung bahan tambahan 2. Saya percaya makanan viral berbahan alami lebih sehat dibandingkan makanan berbahan tambahan 3. Saya memilih makanan viral berbahan alami karena mempertimbangkan dampaknya terhadap kesehatan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mencoba makanan viral tanpa terlalu memikirkan apakah bahannya alami atau tidak 2. Bagi saya, pengalaman mencoba makanan viral lebih penting daripada memikirkan apakah bahan-bahannya alami
Kontrol berat badan (Weight Control)	Usaha individu dalam memilih makanan rendah kalori, lemak, dan gula, serta tinggi serat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya lebih memilih makanan viral yang tinggi serat untuk menjaga kesehatan, meskipun itu membuat saya ketinggalan tren 2. Saya lebih cenderung memilih makanan viral 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya terkadang memilih makanan viral tanpa mempertimbangkan kandungan lemak atau gula yang ada di dalamnya. 2. Saya cenderung mengabaikan kandungan kalori dalam makanan viral

		yang rendah kalori untuk menjaga pola makan sehat, meskipun itu berarti saya tidak selalu mengikuti tren terbaru.	<p>jika makanan tersebut sedang populer.</p> <p>3. Saya lebih memilih makanan viral yang tampak menarik meskipun saya tidak selalu memeriksa kandungan kalori atau seratnya.</p>
	Pembatasan asupan makanan sebagai upaya mencegah kenaikan berat badan	<p>1. Saya membatasi konsumsi makanan viral yang tinggi kalori untuk menjaga berat badan tetap stabil</p> <p>2. Saya memilih untuk tidak mengonsumsi makanan viral yang tinggi lemak atau gula sebagai upaya mencegah kenaikan berat badan</p>	<p>1. Saya terkadang makan makanan viral dalam jumlah besar, meskipun tahu itu bisa berdampak buruk pada berat badan saya.</p> <p>2. Saya tidak membatasi makanan viral yang tinggi lemak atau gula, meskipun tahu hal tersebut dapat menyebabkan kenaikan berat badan.</p> <p>3. Saya takut melewatkan pengalaman mencoba makanan viral manis, seperti croffle atau dessert box, meskipun hal itu dapat memengaruhi berat badan saya</p>

Instrumen Skala Fear of Missing Out (FoMO)

Instrumen FOMO yang digunakan dalam penelitian ini dirancang untuk mengukur FOMO terkait konsumsi makanan viral. Instrumen ini disusun berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Przybylski et al. (2013), yaitu tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan keterhubungan (*relatedness*) dan tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan pemenuhan diri (*self*).

Aspek	Indikator	Aitem	
		Favo	Unfavo
Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologi akan <i>Relatedness</i>	Merasa cemas ketika tidak dapat bergabung dalam pengalaman atau kegiatan yang dilakukan individu lain	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa cemas ketika tidak dapat bergabung dengan teman-teman yang sedang mencicipi makanan viral 2. Saya merasa tidak tenang jika melewatkan kesempatan mencoba makanan viral yang sedang ramai dibicarakan. (aitem asli) 3. Saya merasa cemas jika melewatkan kesempatan mencoba makanan viral yang sedang tren di media sosial. 4. Saya merasa khawatir akan tertinggal dalam obrolan jika tidak ikut mencoba makanan viral yang sedang tren. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya sama sekali tidak merasa cemas meskipun tidak ikut mencoba makanan viral bersama teman-teman. 2. Saya benar-benar tidak peduli jika melewatkan kesempatan mencoba makanan viral yang sedang ramai dibicarakan. 3. Saya tetap merasa santai dan tidak terpengaruh meskipun teman-teman sudah mencoba makanan viral tanpa saya. (aitem asli)
	Merasa cemas ketika teman atau	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa cemas ketika mengetahui teman- 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya selalu merasa puas dengan pengalaman saya

	individu lain memiliki pengalaman yang lebih baik	<p>teman saya mendapatkan pengalaman yang lebih memuaskan saat mencoba makanan viral dibandingkan dengan pengalaman saya</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Saya merasa kurang puas jika pengalaman saya dalam mencoba makanan viral tidak semenarik yang dialami teman-teman saya. 3. Saya merasa khawatir jika belum mencoba makanan viral yang sedang tren, karena teman-teman saya sering membahasnya 	<p>mencoba makanan viral, tanpa peduli seberapa menarik pengalaman teman-teman saya.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Saya sama sekali tidak merasa khawatir atau tertinggal meskipun teman-teman saya sudah mencoba makanan viral yang belum pernah saya coba.
Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan <i>Self</i>	Merasa terdorong untuk mencari tahu apa yang sedang terjadi dengan orang lain	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa terdorong untuk mencari tahu makanan viral yang sedang populer di kalangan teman-teman saya (aitem asli) 2. Saya cukup sering mencari ulasan atau rekomendasi tentang makanan viral di media sosial untuk mengetahui tren terbaru 3. Merasa terdorong untuk mencari tahu apa yang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa tenang jika saya ketinggalan informasi tentang makanan viral yang sedang dicoba teman-teman saya (aitem asli) 2. Saya merasa tren makanan viral tidak terlalu penting untuk saya ketahui

		sedang terjadi dengan orang lain	
		4. Saya cenderung penasaran dengan makanan yang sering muncul di story teman-teman saya.	
	Sering update untuk memberitahukan kabar dirinya ke dunia maya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya sering membagikan pengalaman mencicipi makanan viral di media sosial (Aitem Asli) 2. Saya suka menulis ulasan tentang makanan viral yang saya coba di media sosial 3. Saya sering mengunggah foto atau video makanan viral yang saya coba di media sosial. 4. Saya merasa puas ketika saya bisa menunjukkan pengalaman saya dalam mencoba makanan yang sedang viral. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa tidak perlu memberi tahu teman-teman di media sosial setiap kali mencoba makanan yang sedang viral. 2. Saya lebih sering menikmati makanan viral secara pribadi tanpa mengunggahnya di media sosial. 3. Saya jarang membagikan foto atau ulasan tentang makanan viral di media sosial.

Lampiran 1 3 Hasil Uji Validitas

Validitas Skala *Fear of Missing Out (FoMO)*

Correlations

		X19	X20	X21	X22	Total
X01	Pearson Correlation	,382 [*]	,494 ^{**}	,384 [*]	,474 ^{**}	,694 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,031	,004	,030	,006	,000
	N	32	32	32	32	32
X02	Pearson Correlation	,073	,092	,161	,431 [*]	,406 [*]
	Sig. (2-tailed)	,690	,615	,378	,014	,021
	N	32	32	32	32	32
X03	Pearson Correlation	,242	,428 [*]	,247	,448 [*]	,777 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,182	,014	,174	,010	,000
	N	32	32	32	32	32
X04	Pearson Correlation	,116	,417 [*]	,051	,319	,709 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,527	,018	,781	,075	,000
	N	32	32	32	32	32
X05	Pearson Correlation	-,004	,228	,232	,308	,579 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,983	,209	,202	,087	,001
	N	32	32	32	32	32
X06	Pearson Correlation	-,073	-,271	-,183	-,366 [*]	-,198
	Sig. (2-tailed)	,693	,133	,315	,039	,277
	N	32	32	32	32	32
X07	Pearson Correlation	,127	,460 ^{**}	,194	,215	,384 [*]
	Sig. (2-tailed)	,487	,008	,287	,238	,030
	N	32	32	32	32	32
X08	Pearson Correlation	,482 ^{**}	,732 ^{**}	,526 ^{**}	,196	,542 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,002	,282	,001
	N	32	32	32	32	32
X09	Pearson Correlation	-,025	,015	,181	,351 [*]	,462 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,894	,934	,322	,049	,008
	N	32	32	32	32	32

X10	Pearson Correlation	-,018	,075	-,071	,288	,426*
	Sig. (2-tailed)	,923	,685	,700	,110	,015
	N	32	32	32	32	32
X11	Pearson Correlation	,354*	,374*	,156	,232	,553**
	Sig. (2-tailed)	,047	,035	,394	,202	,001
	N	32	32	32	32	32
X12	Pearson Correlation	,104	,322	,112	,434*	,679**
	Sig. (2-tailed)	,571	,073	,540	,013	,000
	N	32	32	32	32	32
X13	Pearson Correlation	-,096	,095	-,238	,254	,531**
	Sig. (2-tailed)	,603	,604	,190	,160	,002
	N	32	32	32	32	32
X14	Pearson Correlation	,448*	,560**	,240	,243	,680**
	Sig. (2-tailed)	,010	,001	,186	,181	,000
	N	32	32	32	32	32
X15	Pearson Correlation	-,256	,000	-,127	,377*	,493**
	Sig. (2-tailed)	,157	1,000	,489	,033	,004
	N	32	32	32	32	32
X16	Pearson Correlation	,410*	,528**	,430*	,091	,395*
	Sig. (2-tailed)	,020	,002	,014	,621	,025
	N	32	32	32	32	32
X17	Pearson Correlation	,003	,380*	,208	,455**	,581**
	Sig. (2-tailed)	,987	,032	,253	,009	,000
	N	32	32	32	32	32
X18	Pearson Correlation	,261	,547**	,387*	,441*	,713**
	Sig. (2-tailed)	,148	,001	,029	,011	,000
	N	32	32	32	32	32
X19	Pearson Correlation	1	,565**	,513**	,259	,439*
	Sig. (2-tailed)		,001	,003	,153	,012
	N	32	32	32	32	32
X20	Pearson Correlation	,565**	1	,533**	,370*	,709**
	Sig. (2-tailed)	,001		,002	,037	,000

N		32	32	32	32	32
X21	Pearson Correlation	,513**	,533**	1	,259	,468**
	Sig. (2-tailed)	,003	,002		,153	,007
N		32	32	32	32	32
X22	Pearson Correlation	,259	,370*	,259	1	,595**
	Sig. (2-tailed)	,153	,037	,153		,000
N		32	32	32	32	32
Total	Pearson Correlation	,439*	,709**	,468**	,595**	1
	Sig. (2-tailed)	,012	,000	,007	,000	
N		32	32	32	32	32

Validitas Skala perilaku Sehat Terhadap Makanan

Correlations

		X32	X33	X34	X35	X36	Total
X01	Pearson Correlation	,468**	-,075	-,138	,114	-,058	,143
	Sig. (2-tailed)	,007	,683	,452	,534	,754	,435
	N	32	32	32	32	32	32
X02	Pearson Correlation	,123	,450**	,185	,226	-,002	,415*
	Sig. (2-tailed)	,502	,010	,311	,214	,991	,018
	N	32	32	32	32	32	32
X03	Pearson Correlation	,362*	-,223	,111	,198	-,058	,191
	Sig. (2-tailed)	,042	,221	,545	,277	,751	,295
	N	32	32	32	32	32	32
X04	Pearson Correlation	-,115	,197	,104	,414*	,189	,281
	Sig. (2-tailed)	,531	,280	,572	,018	,301	,120
	N	32	32	32	32	32	32
X05	Pearson Correlation	,411*	,138	,159	,167	,215	,535**
	Sig. (2-tailed)	,019	,450	,385	,360	,237	,002
	N	32	32	32	32	32	32
X06	Pearson Correlation	,329	,417*	,186	,144	,241	,668**
	Sig. (2-tailed)	,066	,017	,309	,433	,184	,000
	N	32	32	32	32	32	32

X07	Pearson Correlation	,443 [*]	,336	,403 [*]	,259	,486 ^{**}	,765 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,011	,060	,022	,152	,005	,000
	N	32	32	32	32	32	32
X08	Pearson Correlation	,024	,207	,417 [*]	,130	,321	,399 [*]
	Sig. (2-tailed)	,896	,255	,018	,478	,074	,024
	N	32	32	32	32	32	32
X09	Pearson Correlation	,409 [*]	,068	-,064	,382 [*]	,000	,328
	Sig. (2-tailed)	,020	,712	,728	,031	1,000	,067
	N	32	32	32	32	32	32
X10	Pearson Correlation	-,018	,477 ^{**}	,322	,042	,257	,541 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,923	,006	,072	,821	,156	,001
	N	32	32	32	32	32	32
X11	Pearson Correlation	,253	,086	-,102	,219	-,110	,331
	Sig. (2-tailed)	,162	,639	,580	,229	,547	,064
	N	32	32	32	32	32	32
X12	Pearson Correlation	,244	,181	-,136	,403 [*]	-,316	,399 [*]
	Sig. (2-tailed)	,178	,321	,459	,022	,078	,024
	N	32	32	32	32	32	32
X13	Pearson Correlation	,009	,424 [*]	,644 ^{**}	,070	,730 ^{**}	,573 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,959	,016	,000	,704	,000	,001
	N	32	32	32	32	32	32
X14	Pearson Correlation	,229	,097	-,134	,536 ^{**}	,070	,376 [*]
	Sig. (2-tailed)	,208	,598	,464	,002	,702	,034
	N	32	32	32	32	32	32
X15	Pearson Correlation	,356 [*]	,201	,593 ^{**}	-,030	,688 ^{**}	,505 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,046	,270	,000	,869	,000	,003
	N	32	32	32	32	32	32
X16	Pearson Correlation	,319	,140	-,277	,239	-,229	,306
	Sig. (2-tailed)	,075	,444	,125	,187	,208	,089
	N	32	32	32	32	32	32
X17	Pearson Correlation	,407 [*]	-,051	,092	,331	,189	,383 [*]
	Sig. (2-tailed)	,021	,781	,615	,064	,301	,030
	N	32	32	32	32	32	32

X18	Pearson Correlation	,328	,376*	,438*	,106	,258	,686**
	Sig. (2-tailed)	,067	,034	,012	,565	,153	,000
	N	32	32	32	32	32	32
X19	Pearson Correlation	,451**	,419*	-,175	,536**	-,007	,576**
	Sig. (2-tailed)	,010	,017	,339	,002	,968	,001
	N	32	32	32	32	32	32
X20	Pearson Correlation	,461**	,538**	,021	,338	,234	,694**
	Sig. (2-tailed)	,008	,001	,907	,059	,198	,000
	N	32	32	32	32	32	32
X21	Pearson Correlation	,436*	,517**	,323	,044	,408*	,671**
	Sig. (2-tailed)	,013	,002	,072	,810	,020	,000
	N	32	32	32	32	32	32
X22	Pearson Correlation	,073	,682**	,241	,096	,385*	,674**
	Sig. (2-tailed)	,690	,000	,184	,601	,030	,000
	N	32	32	32	32	32	32
X23	Pearson Correlation	-,142	,557**	,442*	,002	,521**	,542**
	Sig. (2-tailed)	,439	,001	,011	,990	,002	,001
	N	32	32	32	32	32	32
X24	Pearson Correlation	,050	,403*	,391*	,008	,354*	,499**
	Sig. (2-tailed)	,784	,022	,027	,966	,047	,004
	N	32	32	32	32	32	32
X25	Pearson Correlation	,451**	,097	-,134	,536**	,070	,348
	Sig. (2-tailed)	,010	,598	,464	,002	,702	,051
	N	32	32	32	32	32	32
X26	Pearson Correlation	,600**	,362*	-,025	,486**	,140	,537**
	Sig. (2-tailed)	,000	,042	,892	,005	,446	,002
	N	32	32	32	32	32	32
X27	Pearson Correlation	,226	,808**	,153	,131	,383*	,713**
	Sig. (2-tailed)	,214	,000	,402	,475	,031	,000
	N	32	32	32	32	32	32
X28	Pearson Correlation	,736**	,156	-,199	,506**	-,121	,499**
	Sig. (2-tailed)	,000	,394	,275	,003	,511	,004
	N	32	32	32	32	32	32

X29	Pearson Correlation	,140	,482**	,427*	,118	,572**	,680**
	Sig. (2-tailed)	,445	,005	,015	,518	,001	,000
	N	32	32	32	32	32	32
X30	Pearson Correlation	,330	,557**	,248	,157	,335	,714**
	Sig. (2-tailed)	,065	,001	,171	,391	,061	,000
	N	32	32	32	32	32	32
X31	Pearson Correlation	,217	,565**	,278	,191	,393*	,711**
	Sig. (2-tailed)	,234	,001	,124	,294	,026	,000
	N	32	32	32	32	32	32
X32	Pearson Correlation	1	,146	-,093	,322	,102	,552**
	Sig. (2-tailed)		,427	,612	,072	,579	,001
	N	32	32	32	32	32	32
X33	Pearson Correlation	,146	1	,038	,209	,197	,621**
	Sig. (2-tailed)	,427		,836	,251	,280	,000
	N	32	32	32	32	32	32
X34	Pearson Correlation	-,093	,038	1	-,212	,647**	,356*
	Sig. (2-tailed)	,612	,836		,245	,000	,046
	N	32	32	32	32	32	32
X35	Pearson Correlation	,322	,209	-,212	1	-,010	,438*
	Sig. (2-tailed)	,072	,251	,245		,956	,012
	N	32	32	32	32	32	32
X36	Pearson Correlation	,102	,197	,647**	-,010	1	,483**
	Sig. (2-tailed)	,579	,280	,000	,956		,005
	N	32	32	32	32	32	32
Total	Pearson Correlation	,552**	,621**	,356*	,438*	,483**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,046	,012	,005	
	N	32	32	32	32	32	32

Lampiran 1 4 Hasil Uji Reliabilitas

HASIL UJI RELIABILITAS SKALA FEAR OF MISSING OUT

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,880	22

HASIL UJI RELIABILITAS SKALA PERILAKU SEHAT

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,916	36

Lampiran 1 5 Hasil Uji Kategorisasi

Kategorisasi Tingkat Fear of Missing Out

		Kat_FOMO			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	1	26	16,9	16,9	16,9
	2	98	63,6	63,6	80,5
	3	30	19,5	19,5	100,0
Total		154	100,0	100,0	

Kategorisasi Tingkat Perilaku Sehat

		Kat_PerilakuSehat			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	1	35	22,7	22,7	22,7
	2	96	62,3	62,3	85,1
	3	23	14,9	14,9	100,0
	Total	154	100,0	100,0	

Kategorisasi Aspek Fear of Missing Out Relatedness

		Kat_RELAT			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	1,00	20	13,0	15,4	15,4
	2,00	84	54,5	64,6	80,0
	3,00	26	16,9	20,0	100,0
	Total	130	84,4	100,0	
Missing	System	24	15,6		
Total		154	100,0		

Kategorisasi Aspek Fear of Missing Out Self

		KAT_SELF			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	1,00	28	18,2	18,2	18,2
	2,00	90	58,4	58,4	76,6
	3,00	36	23,4	23,4	100,0
	Total	154	100,0	100,0	

Kategorisasi Aspek Perilaku Sehat Pengolahan Makanan

		Kat_PENG			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	1,00	28	18,2	18,2	18,2
	2,00	99	64,3	64,3	82,5
	3,00	27	17,5	17,5	100,0
	Total	154	100,0	100,0	

Kategorisasi Aspek Perilaku Sehat Kesehatan

KAT_KES					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	26	16,9	16,9	16,9
	2,00	103	66,9	66,9	83,8
	3,00	25	16,2	16,2	100,0
Total		154	100,0	100,0	

Kategorisasi Aspek Perilaku Sehat Komposisi Makanan

KAT_KOM					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	29	18,8	18,8	18,8
	2,00	102	66,2	66,2	85,1
	3,00	23	14,9	14,9	100,0
Total		154	100,0	100,0	

Kategorisasi Aspek Perilaku Sehat Kontrol diri

KAT_KON					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	32	20,8	20,8	20,8
	2,00	99	64,3	64,3	85,1
	3,00	23	14,9	14,9	100,0
Total		154	100,0	100,0	

Lampiran 1 6 Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Linieritas

			ANOVA Table		
			Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	551,206	6,276	,000
		Linearity	20723,841	235,943	,000
		Deviation from Linearity	122,001	1,389	,084
Within Groups			87,834		
Total					

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		154
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	9,88715816
Most Extreme Differences	Absolute	,054
	Positive	,054
	Negative	-,043
Test Statistic		,054
Asymhlm. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 1 7 Hasil Uji Hipotesis

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,762 ^a	,581	,578	9,920

- a. Predictors: (Constant), X
 b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	118,942	3,769		31,561	,000
	X	-,938	,065	-,762	-14,512	,000

- a. Dependent Variable: Y

Lampiran 1 8 Hasil Uji Tambahan

Aplikasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	41	26,6	26,6	26,6
	2	101	65,6	65,6	92,2
	3	7	4,5	4,5	96,8
	4	4	2,6	2,6	99,4
	5	1	,6	,6	100,0
Total		154	100,0	100,0	

