

The Relationship Between Locus of Control and Fear of Missing Out Among K-Pop Fans on Social Media

Zain Adawiah

Institut Agama Islam Negeri Langsa, Langsa, Indonesia

*)Corresponding author, ✉e-mail: zainadawiah85@gmail.com

Abstract: *This study aims to examine the relationship between locus of control and fear of missing out (FoMO) among K-Pop fans (K-Popers) on social media. The research employed a quantitative correlational design with 200 participants, selected through a convenience sampling technique. Data were analyzed using the Spearman rank correlation test to identify the association between the two variables. The findings reveal that the dominant dimension of locus of control among participants was the external-chance factor, while the primary component influencing FoMO was anxiety. Furthermore, the analysis indicated a significant positive correlation between locus of control and FoMO, with a weak correlation strength of 19.6%. This suggests that the higher the external locus of control, the higher the level of FoMO experienced by K-Pop fans on social media. The results also indicate that individuals who are more externally oriented in their locus of control tend to depend on external validation and connection, which in turn fosters FoMO-related behaviors. This study contributes to the understanding of how personality factors influence digital behavior in fan communities, providing a psychological perspective on social media engagement among K-Pop fans.*

Keywords: *Locus of Control, Fear of Missing Out, K-Popers, Social Media, Digital Behavior.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara locus of control dengan fear of missing out (FoMO) pada penggemar K-Pop (K-Popers) di media sosial. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain korelasional, melibatkan 200 partisipan yang dipilih melalui teknik convenience sampling. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji korelasi rank Spearman untuk mengidentifikasi hubungan antara kedua variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek utama pembentuk variabel locus of control adalah faktor eksternal (chance), sedangkan pada variabel FoMO, faktor dominan adalah kecemasan. Temuan penelitian juga menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara locus of control dan FoMO dengan tingkat korelasi lemah sebesar 19,6%. Artinya, semakin tinggi orientasi eksternal pada locus of control individu, semakin tinggi pula tingkat FoMO yang dialami oleh K-Popers di media sosial. Hasil ini mengindikasikan bahwa individu yang cenderung berorientasi pada faktor eksternal memiliki kebutuhan yang lebih besar untuk tetap terhubung dengan lingkungannya, sehingga memunculkan perilaku FoMO. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman mengenai pengaruh faktor kepribadian terhadap perilaku digital, khususnya dalam konteks keterlibatan penggemar K-Pop di media sosial.

Kata Kunci: Locus of Control, Fear of Missing Out, K-Popers, Media Sosial, Perilaku Digital.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited © 2023 by author(s)

PENDAHULUAN

K-Popers merupakan sebutan bagi penggemar industri hiburan Korea yang K-Pop. K-Pop adalah musik pop asal Korea Selatan yang menggabungkan berbagai macam gaya musik dan merujuk pada musik yang dibawakan oleh penyanyi idola muda (KBBI, 2016). Indonesia menjadi negara yang memiliki penggemar K-Pop terbanyak dari total 20 negara (Nurfadhilah & Rachmawati, 2023) dan menjadi salah satu yang mendominasi penggunaan internet di Indonesia. Menurut survei (Nusaresearch, 2018), K-Pop lebih sering didengar melalui internet dibandingkan televisi. Peran penting media sosial atas keterhubungan antar selebriti dan penggemar membuat K-Popers menjadi lebih tergantung dengan media sosial. K-Popers menganggap media sosial sebagai jembatan penting yang menghubungkan K-Popers dengan artis Korea yang di idolakan (Utami, 2019).

Beberapa aktivitas yang dilakukan K-Popers melalui *platform online* antara lain mengikuti akun pribadi idol Korea, mengunggah cerita seputar K-Pop, membagikan berita atau artikel seputar K-Pop, dan membuat akun media sosial atau blog khusus untuk kegiatan *fangirling/fanboying* (aktivitas penggemar). Survei yang dilakukan (Jajak Pendapat, 2016), menunjukkan 35,44% dari 793 responden setiap hari mengakses media seputar K-Pop dan dari 281 responden 64,06% diantaranya menghabiskan waktu selama 1-6 jam dan 3,2% lebih dari 12 jam. Dalam penelitian Coskun dan Muslu tahun 2019, besar frekuensi dan durasi yang digunakan seseorang dalam mengakses media sosial memiliki keterkaitan dengan fenomena *fear of missing out* (Coskun & Muslu, 2019). *Trend* K-Pop telah menjadi sasaran untuk saling berhubungan antar sesama K-Popers, sehingga terkadang memunculkan perilaku tidak ingin tertinggal momen yang berkaitan dengan K-Pop perilaku inilah yang disebut dengan *Fear of Missing Out*.

Fear of missing out atau disingkat dengan FoMO ialah suatu bentuk kecemasan sosial yang muncul ketika kebutuhan psikologis seseorang untuk terhubung dengan orang lain tidak terpenuhi yang ditunjukkan dengan rasa cemas karena melewatkan suatu hal yang individu tersebut tidak ada di dalamnya (Przybylski dkk., 2013). Istilah FoMO dipopulerkan oleh Patrick McGinnis pada tulisannya dalam majalah kampus "*The Harbus*" pada tahun 2004. (Mc.Ginnis, 2020), menjelaskan bahwa FoMO merupakan suatu Kecemasan yang tidak diinginkan yang berasal dari persepsi bahwa pengalaman orang lain lebih memuaskan daripada pengalamannya sendiri, yang seringkali terjadi melalui terpaan media sosial. Media sosial membuat K-Popers dapat mengakses informasi seputar K-Pop tanpa batas dan menyebabkan kecemasan, ketakutan dan kekhawatiran jika tidak dapat terhubung ataupun tertinggal dengan aktivitas K-Popnya.

(Przybylski dkk., 2013), mengatakan jika terdapat tiga indikator dari FoMO yaitu, kecemasan, ketakutan dan kekhawatiran. K-Popers yang mengalami FoMO akan mudah merasa cemas dan khawatir jika ketinggalan kabar terbaru artis idolanya. Ketakutan akan kehilangan momen yang dialami, membuat K-Popers ingin selalu terhubung dengan aktivitas para idol melalui media sosial. Perilaku ini dapat menyebabkan penggunaan media sosial yang berlebihan sehingga menyebabkan perilaku selalu ingin terkoneksi dengan internet yang merupakan mediator individu kepada FoMO (Metin-Orta, 2020). Perilaku selalu ingin terkoneksi dengan internet ini dapat disebabkan karena beberapa faktor, salah

satunya adalah *locus of control* yang merupakan asal pengendalian tingkah laku suatu individu (Jacob, 2020).

Konsep *locus of control* dikemukakan oleh Julian B. Rotter pada tahun 1966. J. Jung dalam (Ghufron & Risnawati, 2016) mengatakan bahwa *locus of control* merupakan gambaran keyakinan pada seseorang perihal sumber perilakunya. Rotter dalam (Tyler dkk., 2020), mengemukakan makna *locus control* ialah keyakinan suatu individu perihal perilaku yang dilakukannya apakah akan mempengaruhi atau tidak akan mempengaruhi diri individu tersebut. *Locus of control* menjadi bagian dari atribut kepribadian di mana suatu individu percaya situasi yang terjadi padanya berada di bawah kendalinya atau kendali orang lain.

Levenson dalam (Sumantri & Pratiwi, 2020), membagi *locus of control* kedalam tiga aspek yaitu aspek internal, aspek eksternal *powerful others* dan aspek eksternal *chance*. Individu dengan *locus of control* aspek pembentuk utamanya internal percaya bahwa individu memiliki peran penting dalam mengontrol kehidupannya, berbeda dengan individu yang aspek pembentuk utama *locus of control* nya eksternal *powerful others* berkeyakinan bahwa nasib dirinya ditentukan oleh orang lain yang lebih kuat posisi atau kedudukannya dan individu dengan aspek pembentuk utama *locus of control* nya eksternal *chance* beranggapan bahwa faktor-faktor diluar kendalinya yang menentukan hidupnya, seperti takdir, nasib, kesempatan dan keberuntungan (Sumantri & Pratiwi, 2020). Seseorang yang memiliki *locus of control* cenderung eksternal lebih mudah merasakan kecemasan (Darmayanti & Budiana, 2017) dan merasa keterhubungan dengan orang lain adalah suatu hal yang penting sedangkan K-Popers yang mengalami FOMO akan merasa gelisah jika tidak terhubung dengan artis K-Pop atau aktivitas K-Pop yang disukainya. Berdasarkan fenomena tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji hubungan antara *locus of control* dengan *fear of missing out* dengan K-Popers sebagai subjek penelitian.

METODE

Penelitian ini didesain dalam bentuk penelitian kuantitatif korelasional. Penarikan sampel menggunakan teknik *convenience sampling* yang dilakukan melalui media sosial diantaranya Telegram, Instagram, *Whatsapp*, *Facebook* dan *Line* dengan cara menyebarkan *link google forms* kuesioner penelitian kepada K-Popers yang tersebar di media sosial tersebut. Waktu penelitian dilakukan selama bulan Juni sampai dengan bulan Juli tahun 2022. Alat ukur yang digunakan adalah skala *locus of control* yang telah dimodifikasi oleh (Julianingsih & Damayanti, 2022) berdasarkan skala IPC Lavenson dengan reliabilitas sebesar 0,742 serta skala *fear of missing out* yang telah dimodifikasi oleh (Gracella dkk., 2021) berdasarkan skala Pryzblzski dkk dengan realibilitas sebesar 0,894. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis non parametrik metode rank spearman dengan bantuan SPSS versi 25.0 *for windows*.

HASIL PENELITIAN

Tabel 1. Tingkat *Locus of Control*

No.	Kategori	Jumlah	Persentase
1.	Tinggi	47	24%

2.	Sedang	150	75%
3.	Rendah	3	1%
	Total	200	100%

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa tingkat *locus of control* pada 200 K-Popers dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga kategori yakni, 47 K-Popers memiliki *locus of control* tinggi, 150 K-Popers berada pada kategori *locus of control* sedang dan 3 K-Popers berada pada kategori *locus of control* rendah. Berdasarkan tabel tersebut, K-Popers yang menjadi sampel dalam penelitian ini cenderung memiliki tingkat *locus of control* sedang dengan persentase 75%.

Tabel 2. Aspek Pembentuk Utama *Locus of Control*

No.	Aspek	Sig	Spearman Correlation
1.	Internal (I)	0.000	0.311
2.	Eksternal <i>Powerful Others</i> (P)	0.000	0.541
3.	Eksterbal <i>Chance</i> (C)	0.000	0.596

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa aspek eksternal *chance* (C) memiliki nilai korelasi tertinggi sebesar 0.596, hal ini menunjukkan bahwa aspek pembentuk utama variabel *locus of control* dalam penelitian ini adalah aspek eksternal *chance*.

Tabel 3. Tingkat *Fear of Missing Out*

No.	Kategori	Jumlah	Persentase
1.	Tinggi	48	24%
2.	Sedang	133	67%
3.	Rendah	19	9%
	Total	200	100%

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa tingkat FoMO pada 200 K-Popers yang tersebar di sosial media terbagi menjadi tiga kategori yakni, 48 K-Popers berada pada kategori tinggi, 133 K-Popers berada pada kategori sedang, dan 19 K-Popers berada pada kategori rendah. Pada tabel di atas ditunjukkan bahwa K-Popers yang menjadi sampel dalam penelitian ini cenderung memiliki tingkat FoMO sedang dengan persentase 67%.

Tabel 4. Aspek Pembentuk Utama *Fear of Missing Out*

No.	Aspek	Sig	Spearman Correlation
1.	Kecemasan	0.000	0.898
2.	Ketakutan	0.000	0.851
3.	Kekhawatiran	0.000	0.780

Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa aspek kecemasan memiliki nilai korelasi tertinggi diantara aspek lainnya sebesar 0.898, artinya aspek pembentuk utama variabel FoMO dalam penelitian ini adalah aspek kecemasan.

Tabel 5. Uji Analisis *Rank Spearman*

Hubungan Variabel	Sig	Spearman Correlation	Keterangan
X dan Y	0.005	0.196	Hubungan dengan arah positif

Berdasarkan tabel 5 nilai sig $0.005 < 0.05$ dengan koefisien korelasi 0.196, hal ini menunjukkan bahwa *locus of control* dan FoMO memiliki hubungan secara positif dengan tingkat korelasi sangat lemah sebesar 19,6% sedangkan 80.4% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang memiliki hubungan dengan FoMO. Karena berhubungan dengan arah positif maka semakin tinggi *locus of control* semakin tinggi pula FoMO pada K-popers di dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Tingkat *Locus of Control* pada K-popers di Media Sosial

Berdasarkan hasil analisis ditunjukkan bahwa tingkat *locus of control* pada 200 K-Popers dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga kategori yakni, 47 K-Popers memiliki *locus of control* tinggi, 150 K-Popers berada pada kategori *locus of control* sedang dan 3 K-Popers berada pada kategori *locus of control* rendah. Dari hasil penelitian tersebut maka K-Popers dalam penelitian ini didominasi oleh K-Popers yang memiliki tingkat *locus of control* sedang dengan jumlah persentase 75% serta aspek pembentuk utama variabel *locus of control* dalam penelitian ini adalah faktor eksternal *chance*.

Individu yang memiliki *locus of control* dengan aspek utama internal berkeyakinan bahwa segala yang dialami dalam kehidupannya ditentukan oleh usaha dan kemampuannya sendiri, berbeda dengan individu yang aspek pembentuk utama *locus of control*nya eksternal *powerful others* berkeyakinan bahwa nasib dirinya ditentukan oleh orang lain yang lebih kuat dan individu yang aspek pembentuk utama *locus of control*nya eksternal *chance* percaya bahwa nasib dirinya dikendalikan oleh sesuatu diluar kendalinya seperti takdir, nasib, kesempatan atau keberuntungan (Sumantri & Pratiwi, 2020). K-Popers yang merasa hidupnya dikendalikan oleh tindakannya sendiri akan memiliki kepercayaan diri dan tak kenal lelah dalam menjalani hidup. Sebaliknya, K-Popers yang tidak berdaya, tertekan dan berpikir bahwa hidup mereka ditentukan oleh kekuatan-kekuatan eksternal cenderung lebih mudah pasrah terhadap peristiwa yang terjadi dalam dirinya (Rachman, 2022). K-Popers yang memiliki *locus of control* internal dapat secara aktif mengontrol perilaku dirinya sendiri sedangkan K-Popers yang *locus of control* eksternalnya lebih tinggi kurang memiliki motivasi dalam mengontrol dirinya sendiri karena beranggapan bahwa perilaku atau peristiwa yang terjadi pada dirinya sudah ditentukan oleh nasib, takdir, kesempatan dan keberuntungan.

Tingkat *Fear of Missing Out* K-popers di Media Sosial

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa tingkat FoMO K-Popers pada penelitian ini berada pada kategori sedang dengan persentase 67% sebanyak 133 K-popers, tinggi 24% sebanyak 48 K-popers dan rendah 9% sebanyak 19 K-popers. Sejalan dengan penelitian Julianingsih yang juga menemukan bahwa FoMO pada K-popers di media sosial cenderung berada dikategori sedang. Penelitian ini mengungkapkan bahwa 48 subjek penelitian memiliki tingkat *fear of missing out* yang tinggi, artinya subjek cenderung merasa cemas jika tidak dapat mengikuti perkembangan berita artis idolanya. FoMO terjadi ketika K-Popers tidak memiliki akses ke internet untuk jangka waktu tertentu untuk memperbarui informasi idolnya. K-Popers takut melewatkan momen yang berkaitan dengan sang idola

sehingga memilih menghabiskan waktu untuk sekedar mengakses informasi K-Pop di media sosial. Terlebih jika tidak dapat menghadiri konser disaat teman yang lain hadir, K-popers yang memiliki tingkat FoMO tinggi akan merasa gelisah dengan keteringgalan tersebut. Seperti yang dikatakan Marseal, dkk dalam penelitiannya bahwa K-popers mengalami FoMO ketika sedang ingin mencari tau informasi terbaru terkait dengan idola mereka. K-popers akan menggunakan waktu luangnya untuk mencari berbagai informasi terkait idolanya. Dengan ciri-ciri FoMO yang dapat dilihat dari K-popers ialah munculnya rasa gelisah, khawatir, kecewa ketika tidak mendapatkan informasi yang dicari (Marseal dkk., 2022).

Sebanyak 133 subjek penelitian memiliki tingkat FoMO sedang, artinya subjek masih mampu mengendalikan diri untuk tidak mengakses internet dengan cukup baik dan mampu mengatur waktu penggunaan internetnya, meskipun masih mudah teralihkan oleh keinginan untuk tetap terhubung dengan idolanya. Terakhir, 19 subjek penelitian memiliki tingkat FoMO yang rendah, artinya subjek masih mampu mengendalikan diri dan cenderung merasa tidak khawatir ataupun cemas saat tertinggal informasi seputar idolanya. Mereka berpikir masih dapat mengakses informasi K-Pop setelah pekerjaan atau kewajiban selesai. Selain itu, K-Popers dengan FoMO rendah tetap dapat mengatur dan membedakan antara kesenangan dan pekerjaan.

Hubungan *Locus of Control* dengan *Fear of Missing Out* pada Kpopers di Media Sosial

FoMO dalam penelitian ini adalah munculnya ketakutan ketika K-Popers tidak dapat terhubung dengan idolanya yang ditunjukkan dengan munculnya rasa cemas karena melewatkan sesuatu hal yang K-Popers tersebut tidak ada di dalamnya baik di dalam kehidupan nyata seperti konser dan *fansign* maupun di media sosial seperti *live streaming*, *update* berita terbaru, dan *comeback* sang artis. Saat di dunia maya, fenomena ini membuat mereka tidak bisa berhenti mengikuti aktivitas media sosial yang berhubungan dengan Kpop, keadaan seperti inilah yang dinamakan dengan *fear of missing out* (FoMO), suatu keinginan kuat untuk tetap terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain (Przybylski dkk., 2013). FoMO merupakan suatu perilaku yang terbentuk karena Kurangnya kebutuhan psikologis akan *relatedness* yaitu kebutuhan individu untuk merasakan keterhubungan dengan orang lain, kurangnya kebutuhan psikologis akan *self*, *self* yang dimaksud adalah keadaan diri individu yang tidak bersumber dari dirinya sendiri (*autonomy*), dan kondisi individu yang ingin menjadi lebih baik dari orang lain (*competence*) (Przybylski dkk., 2013).

Istilah FoMO dipopulerkan oleh Patrick McGinnis pada tulisannya dalam majalah kampus "*The Harbus*" pada tahun 2004 (Mc.Ginnis, 2020). Untuk pertama kalinya Przybylski dkk, melakukan riset mengembangkan dasar empiris dan teoretis untuk membingkai fenomena FoMO serta mendefinisikan FoMO sebagai kekhawatiran yang dirasakan seseorang bahwa orang lain mungkin melakukan pengalaman memuaskan. Contohnya seorang K-Popers yang tidak pergi ke konser tetapi teman-temannya pergi, dalam situasi ini K-Popers yang memiliki FoMO tinggi akan merasakan kegelisahan dan kecemasan karena merasa tertinggal dan kehilangan momen berharga saat teman-temannya ada di dalam momen tersebut. Hal ini mendorong K-Popers dengan FoMO tinggi melakukan aktivitas untuk terus terhubung dengan momen tersebut, seperti melakukan panggilan video

dengan temannya yang mengikuti konser ataupun melakukan streaming konser pada *platform online* sebagai bentuk kompensasi karena tidak hadir di dalam konser.

(Przybylski dkk., 2013), mengatakan bahwa tiga indikator dari FoMO adalah kecemasan, ketakutan dan kekhawatiran. K-Popers yang mengalami FoMO akan mudah merasa cemas dan khawatir jika ketinggalan kabar terbaru artis idolanya atau ketinggalan momen yang berbau K-Pop. Ketakutan akan kehilangan momen yang dialami, membuat K-Popers membentuk suatu perilaku ingin terus terhubung dengan aktivitas para idol dan aktivitas K-Pop lainnya melalui media sosial. Perilaku ini dapat menyebabkan penggunaan media sosial yang berlebihan sehingga menyebabkan perilaku selalu ingin terkoneksi dengan internet yang merupakan mediator individu kepada FoMO (Metin-Orta, 2020).

Perilaku yang selalu ingin terkoneksi dengan internet ini dapat disebabkan karena beberapa faktor, salah satunya adalah pusat kendali yang merupakan asal pengendalian tingkah laku suatu individu (Jacob, 2020). Pusat kendali atau dalam teorinya disebut dengan *locus of control* merupakan pembahasan dalam teori belajar sosial milik Julian B. Rotter. *Locus of control* merupakan gambaran keyakinan pada seseorang perihal sumber perilakunya (Ghufron & Risnawati, 2016). Rotter mengemukakan makna *locus of control* sebagai suatu keyakinan individu perihal perilaku yang dilakukannya apakah akan mempengaruhi atau tidak akan mempengaruhi diri individu tersebut. *Locus of control* menjadi bagian dari atribut kepribadian di mana suatu individu percaya situasi yang terjadi padanya berada di bawah kendalinya atau kendali orang lain (Tyler dkk., 2020).

Individu yang memiliki *locus of control* dengan aspek utama internal berkeyakinan bahwa segala yang dialami dalam kehidupannya ditentukan oleh usaha dan kemampuannya sendiri, individu dengan aspek pembentuk utama *locus of control*nya eksternal *powerful others* berkeyakinan bahwa nasib dirinya ditentukan oleh orang lain yang lebih kuat posisi dan kedudukannya, serta individu dengan aspek pembentuk utama *locus of control*nya eksternal *chance* percaya bahwa situasi yang dialami dalam hidupnya berada diluar kendali dirinya seperti nasib, keberuntungan, kesempatan, atau lainnya (Lavenson dalam Sumantri & Pratiwi, 2020). Seseorang yang memiliki *locus of control* dengan eksternal yang tinggi akan menganggap bahwa keterhubungan dengan orang lain adalah suatu hal yang penting sehingga menggiring opini adakah keterhubungan antara *locus of control* dengan perilaku FoMO yang dialaminya oleh K-Popers di media sosial.

Dalam penelitian ini dilakukan uji analisis *rank spearman* antara *locus of control* dan FoMO untuk mengetahui keterhubungan antar kedua variabel tersebut. Hasil uji hipotesis ini menemukan bahwa *locus of control* berhubungan secara signifikan pada FoMO dengan arah positif, yaitu semakin tinggi *locus of control* maka semakin tinggi FoMO pada K-Popers, dengan tingkat korelasi lemah sebesar 19,6% yang berarti bahwa *locus of control* mempengaruhi FoMO sebesar 19,6% sedangkan 80,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain, Jacob juga menemukan bahwa *locus of control* memiliki hubungan yang positif dengan perilaku ingin terus terhubung dengan internet yang merupakan mediator penyebab FoMO (Jacob, 2020).

Berdasarkan hasil analisis tambahan didapatkan bahwa aspek eksternal *chance locus of control* dan aspek kecemasan FoMO menjadi aspek pembentuk utama pada masing-masing variabel dalam penelitian ini, sehingga hal ini lah yang menyebabkan semakin tinggi *locus*

of control pada K-Popers semakin tinggi juga FoMO pada K-Popers, yang membuat hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Budiana bahwa *locus of control* eksternal memiliki hubungan positif dengan kecemasan, yang berarti semakin tinggi aspek eksternal *locus of control* pada individu semakin tinggi pula kecemasan yang dialami individu (Darmayanti & Budiana, 2017).

K-Popers dengan aspek eksternal *locus of control* tinggi cenderung mudah merasa cemas dan pasrah terhadap lingkungan serta kurang percaya dengan kemampuan sendiri dalam menghadapi suatu keadaan yang menurutnya mengancam dan akan lebih besar kemungkinan untuk mengalami kecemasan. Kecemasan terjadi apabila seseorang berada pada kondisi atau keadaan emosi yang kurang menyenangkan yang dialami oleh manusia. Kecemasan menjadi salah satu aspek pembentuk FoMO yang ditandai dengan rasa takut ketinggalan momen.

KESIMPULAN

Tingkat *locus of control* pada 200 K-popers yang menjadi subjek dalam penelitian ini berada pada tingkat sedang, yaitu sebanyak 150 Kpopers dengan persentase 75% dan aspek eksternal *chance* sebagai faktor pembentuk utamanya sedangkan tingkat FoMO pada 200 K-popers yang menjadi subjek dalam penelitian ini berada pada tingkat sedang, yaitu sebanyak 133 K-Popers dengan persentase 67% dan aspek kecemasan sebagai faktor pembentuk utamanya. *Locus of Control* dan FoMO memiliki hubungan signifikan dengan arah positif dan tingkat korelasi sangat lemah sebesar 19,6%. Artinya semakin tinggi *locus of control* semakin tinggi pula FoMO pada K-popers yang menjadi subjek dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Coskun, S., & Muslu, G. K. (2019). Investigation of Problematic Mobile Phones Use and Fear of Missing Out (FoMO) Level in Adolescents. *Community Mental Health Journal*, 55, 1004–1014.
- Darmayanti, N. M. D., & Budiana, M. S. (2017). Hubungan Antara Extrenal Locus Of Control Dengan Kecemasan Pada Penari Tradisional Remaja. *Jurnal Psikologi Pendidikan*, 4(2), 1–6.
- Ghufron, M. N., & Risnawati, R. (2016). *Teori-Teori Psikologi*. AR-RUZZ MEDIA.
- Gracella, E. A., Arifin, M., & Susanti, S. (2021). The Contribution of Fear of Missing Out to Self-Regulation Among K-Pop Fans in Makassar. *Proceedings of the Interdisciplinary Conference of Psychology, Health, and Social Science (ICPHS 2021)*, 1, 191–198.
- Jacob, J. (2020). Internet Addiction, Locus of Control and Resilience. *Artha Journal of Social Science*, 19(1), 27–45.
- Jajak Pendapat. (2016). *Kpop Fans Respondent Demographic*. <http://admin.jajakpendapat.net/surveyorproject/6767/print>. .

- Julianingsih, T., & Damayanti, I. (2022). Locus of Control, FOMO, Kecenderungan Kecanduan Internet Pada Penggemar Korean Wave. *Persepsi: Jurnal Riset Mahasiswa Psikologi*, 1(1), 23–37.
- KBBI. (2016). *K-pop*. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/K-pop>.
- Marseal, A. P., Al Fatihah, A. D., Lestari, I. A., Christina, S., Wardono, T. S. Z. G., & Cahyono, R. (2022). Fenomena Fear of Missing Out Pada Penggemar K-Pop,” *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental*. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental*, 2(1), 599–606.
- Mc.Ginnis, P. (2020). *Fear Of Missing Out: Tepat mengambil Keputusan di Dunia Yang Menyajikan Terlalu Banyak Pilihan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Metin-Orta, I. (2020). Fear of Missing Out, Internet Addiction and Their Relationship to Psychological Symptons. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 7(1), 67–73.
- Nurfadhilah, S. N., & Rachmawati, I. (2023). Sentimen Fans K-Pop terhadap Kohesivitas Kelompok. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3(2), 820–824. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v3i2.8862>
- Nusaresearch. (2018). *Laporan Riset Grup K-pop Tahun 2018*. https://nusaresearch.net/public/news/863-Laporan_Riset_Grup_K-Pop_Tahun_2018.nsr.
- 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>
- Rachman, M. M. (2022). *Locus of Control sebagai pengendali individu karyawan terhadap kesuksesan*. Cipta Media Nusantara.
- Sumantri, M. A., & Pratiwi, I. (2020). Locus of control: Upaya untuk menurunkan social loafing. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 8(1), 10. <https://doi.org/10.22219/jipt.v8i1.7846>
- Tyler, N., Heffernan, R., & Fortune, C. A. (2020). Reorienting Locus of Control in Individuals Who Have Offended Through Strengths-Based Interventions: Personal Agency and the Good Lives Model. Dalam *Frontiers in Psychology* (Vol. 11). Frontiers Media S.A. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.553240>
- Utami, E. F. (2019). *Social Media , Celebrity and Fans: A Study Of Indonesian K-Pop Fans*. Taylor’s University.