

Hani Hatimatunnisani¹, Shofi Sandi Aryanti², Kurnia Pancawati³,
Krisna Eri Sutrisno⁴, Wawan Hermawan⁵

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN *FOMO* FINANSIAL TERHADAP MANAJEMEN KEUANGAN PRIBADI MAHASISWA

Hani Hatimatunnisani¹, Shofi Sandi Aryanti², Kurnia Pancawati³,
Krisna Eri Sutrisno⁴, Wawan Hermawan⁵

Perbankan Dan Keuangan, Politeknik Pajajaran ICB Bandung, Indonesia^{1,2,3,4,5}

hani.hatimatunnisani@poljan.ac.id¹, shofiaryanti860@gmail.com²,
kurniapancawati30@gmail.com³, krisnaerisutrisno01@gmail.com⁴,
wawan.hermawan@poljan.ac.id⁵

Abstract

This study investigates the influence of social media usage and financial fear of missing out (FOMO) on the personal financial management of 52 students from Politeknik Pajajaran. A quantitative method with multiple linear regression was used to analyze questionnaire data. The results show that social media usage is positively and significantly correlated with financial management, while financial FOMO is negatively and significantly correlated. The regression model explains 32.3% of the variance in financial management that can be explained by social media and financial FOMO. These findings indicate the importance of financial literacy and strategies to mitigate FOMO in improving students' financial management. The implications of this research highlight the need for the integration of financial education into the curriculum and the development of financial counseling programs for students.

Keywords : Media Social; FOMO; Personal Financial Management

Abstrak

Penelitian ini mengkaji pengaruh penggunaan media sosial dan *fear of missing out (FOMO)* finansial terhadap manajemen keuangan pribadi 52 mahasiswa Politeknik Pajajaran. Metode kuantitatif dengan regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis data kuesioner. Hasil menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berkorelasi positif dan signifikan dengan manajemen keuangan, sementara *FOMO* finansial berkorelasi negatif dan signifikan. Model regresi menjelaskan 32.3% varians dalam manajemen keuangan dapat dijelaskan oleh media sosial dan *FOMO* finansial. Temuan ini mengindikasikan pentingnya literasi keuangan dan strategi mitigasi *FOMO* untuk meningkatkan pengelolaan keuangan mahasiswa. Implikasi penelitian menyoroti perlunya integrasi edukasi keuangan dalam kurikulum dan pengembangan program konseling keuangan untuk mahasiswa.

Kata Kunci : Media Sosial; FOMO; Manajemen Keuangan Pribadi

Corresponding author : hani.hatimatunnisani@poljan.ac.id

PENDAHULUAN

Pada saat ini, media sosial telah menjadi fenomena global yang mengubah cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi dalam dua dekade terakhir. Dimulai dengan kemunculan *platform* seperti *Friendster* dan *MySpace* pada awal 2000-an, perkembangan media sosial terus berlanjut dengan lahirnya *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan berbagai *platform* lainnya. Saat ini, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari miliaran orang di seluruh dunia.

Diperkirakan tingkat penetrasi media sosial di Indonesia mencapai angka yang signifikan pada tahun 2024, dengan mayoritas pengguna berada pada kelompok usia pelajar dan mahasiswa. Fenomena tersebut menimbulkan berbagai dampak, salah satunya adalah munculnya perilaku *FOMO* (*Fear of Missing Out*) di berbagai bidang termasuk keuangan.

FOMO atau *Fear of missing Out* adalah suatu bentuk ketakutan seseorang akan tertinggal *update* terbaru yang muncul melalui media sosial. Menurut Chilmiyatul Mudrikah (2019) dalam skripsinya yang berjudul “Hubungan Antara Sindrom *FOMO* (*Fear Of Missing Out*) Dengan Kecenderungan *Nomophobia* Pada Remaja”, menjelaskan bahwa *FOMO* adalah ketakutan individu saat tertinggal *update* terbaru mengenai suatu kejadian sementara orang lain mengikutinya sehingga menyebabkan individu untuk selalu terhubung dengan media sosial.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *FOMO* merupakan rasa takut atau kekhawatiran seseorang tertinggal akan suatu trend di media sosial. Sehingga *FOMO* finansial pun mengacu pada kecemasan yang dirasakan seseorang ketika mereka merasa tertinggal dalam pencapaian dan pengalaman finansial dibandingkan dengan apa yang mereka lihat di media sosial.

Mengingat meningkatnya prevalensi konten keuangan di berbagai *platform* media sosial, mulai dari tips investasi, gaya hidup mewah hingga kesuksesan finansial yang sering digambarkan secara instan dan menarik, fenomena ini menjadi semakin penting bagi para mahasiswa sebagai kaula muda yang berada pada tahap kritis pembentukan kebiasaan finansial dan pengambilan keputusan finansial pertama, *FOMO* finansial dapat menimbulkan konsekuensi yang serius. Paparan informasi keuangan di media sosial dapat meningkatkan literasi keuangan dan mendorong perilaku keuangan yang lebih baik. Di sisi lain, hal ini juga dapat menyebabkan keputusan keuangan yang impulsif, perilaku konsumen yang berlebihan, atau menanggung risiko keuangan yang tidak proporsional. Dalam konteks ini, penting untuk memiliki pemahaman mendalam tentang dinamika antara penggunaan media sosial, *FOMO* finansial, dan pengelolaan keuangan pribadi.

Penelitian ini menguji bagaimana paparan media sosial dan perilaku *FOMO* finansial mempengaruhi persepsi pengelolaan keuangan individu.

Kajian ini menjadi semakin relevan mengingat keunikan karakteristik mahasiswa Politeknik Pajajaran sebagai lembaga pendidikan yang fokus pada pendidikan vokasi, dimana orientasi praktik dan persiapan kerja menjadi prioritas. Pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku keuangan mahasiswa memberikan wawasan berharga untuk mengembangkan kurikulum pendidikan keuangan, strategi bimbingan mahasiswa, dan kebijakan institusi untuk mendukung kesejahteraan keuangan mahasiswa diperoleh.

Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi pada literatur yang lebih luas mengenai perilaku keuangan generasi

muda di era digital dan mengeksplorasi tantangan dan peluang yang dihadapi mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi mereka di tengah gejolak ekonomi yang terus berlanjut untuk pemahaman informasi dari media sosial.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini menganalisis secara komprehensif pengaruh media sosial dan *FOMO* finansial terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa Politeknik Pajajaran tahun 2024, dan bertujuan untuk meningkatkan kreativitas mahasiswa mengembangkan strategi dan intervensi yang efektif untuk meningkatkan kesehatan finansial di era digital.

KAJIAN PUSTAKA

1. Pengertian Media Sosial

Menurut Ardiansah dan Maharani (2021), media sosial merupakan alat yang dapat digunakan untuk memfasilitasi interaksi antar pengguna dan memiliki kemampuan komunikasi dua arah. Ini juga sering digunakan untuk membangun identitas atau profil *online* seseorang dan dapat dimanfaatkan oleh bisnis sebagai sumber berita dan informasi.

Sedangkan Menurut Mulawarman dalam Kosasih (2019) media sosial terdiri dari dua kata, yaitu media dan sosial. Media merupakan sebuah alat yang digunakan untuk berkomunikasi, sedangkan sosial merupakan suatu aksi atau interaksi dari seseorang terhadap masyarakat sekelilingnya.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial tidak hanya sebagai alat komunikasi dua arah, tetapi juga berfungsi sebagai wadah bagi pengguna untuk membangun identitas digital dan komunitas virtual. Fungsi media sosial yang demikian luas memungkinkan *platform* ini dimanfaatkan baik untuk tujuan personal, seperti membangun relasi sosial, maupun untuk tujuan komersial, seperti pemasaran dan promosi.

2. Pengertian *FOMO* Finansial

Menurut kamus Oxford, *Fear of Missing Out (FOMO)* adalah kecemasan akan adanya peristiwa menarik yang terjadi di tempat lain, dimana kecemasan ini terstimulasi oleh hal-hal yang ditulis di dalam media sosial seseorang.

Sedangkan finansial sendiri yaitu sesuatu yang berhubungan dengan uang atau pengelolaan sumber daya keuangan. Maka dapat disimpulkan bahwa *FOMO* finansial adalah rasa cemas seseorang akan tren pada pengelolaan keuangan.

3. Pengertian Manajemen Keuangan

Menurut D. Agus Harijto dan Martono (2019:4) manajemen keuangan adalah aktifitas perusahaan yang berhubungan dengan bagaimana memperoleh dana, menggunakan dana, dan mengolah asset sesuai tujuan perusahaan secara menyeluruh.

Sedangkan menurut Irham Fahmi (2015), manajemen keuangan adalah kegiatan yang berhubungan dengan mencari, mengelola, dan membagi dana untuk memberikan profit bagi pemegang saham dan keberlanjutan usaha perusahaan.

Sehingga apabila disimpulkan, manajemen keuangan adalah kegiatan mengelola keuangan. Mulai dari mencari dana, menggunakannya secara efektif, hingga menjaga aset perusahaan agar memberikan keuntungan maksimal dan memastikan kelangsungan bisnis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Muhammad Teguh (2014) penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta kausalitas hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori

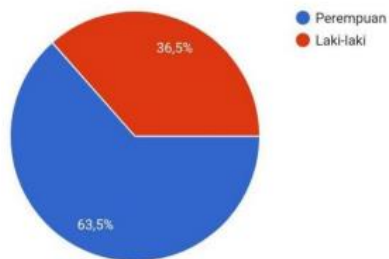
dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan suatu fenomena.

Sedangkan menurut Sugiyono (2017) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui kuesioner *online* terhadap populasi mahasiswa Politeknik Pajajaran ICB Bandung tahun 2024, dan dengan hasil perolehan responden (sampel) sebanyak 52 mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

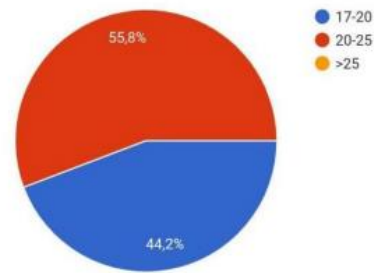
Gambaran Demografis Responden



Gambar 1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber : Hasil Kuesioner yang diolah penulis (2024)

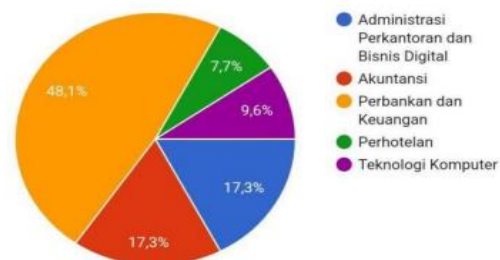
Berdasarkan hasil kuesioner *online* yang disebar pada tanggal 4 Oktober 2024 dan ditutup pada tanggal 12 Oktober 2024, diperoleh sebanyak 52 responden yang telah mengisi kuesioner tersebut. Dari 52 responden yang telah mengisi kuesioner didapati 63,5 % responden perempuan dan 36,5% responden laki-laki.



Gambar 2. Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Sumber : Hasil Kuesioner yang diolah penulis (2024)

Berdasarkan Gambar 2, usia responden menduduki 55,8% berada pada rentang usia 20-25 tahun dan 44,2% berada pada usia lebih dari 17-20 tahun dalam penelitian ini tidak ada mahasiswa yang berusia diatas 25 tahun.



Gambar 3. Jumlah Responden Berdasarkan Jurusan

Sumber : Hasil Kuesioner yang diolah penulis (2024)

Berdasarkan Gambar 3, diperoleh responden yang didominasi oleh jurusan Perbankan dan Keuangan, Administrasi Perkantoran dan Bisnis Digital serta Akuntansi.

Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel X1
(Media Sosial)

Item Pertanyaan	Nilai r	Sig.	Keterangan
1	0.792	0.000	valid
2	0.764	0.000	valid
3	0.737	0.000	valid
4	0.457	0.001	valid
5	0.618	0.000	valid

Sumber : Output SPSS (2024)

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel X2
(FOMO Finansial)

Item Pertanyaan	Nilai r	Sig.	Keterangan
1	0.809	0.000	valid
2	0.825	0.000	valid
3	0.817	0.000	valid
4	0.780	0.000	valid
5	0.685	0.000	valid

Sumber : Output SPSS (2024)

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Y
(Manajemen Keuangan Pribadi)

Item Pertanyaan	Nilai r	Sig.	Keterangan
1	0.730	0.000	Valid
2	0.804	0.000	Valid
3	0.737	0.000	Valid
4	0.725	0.000	Valid
5	0.766	0.000	Valid

Sumber : Output SPSS (2024)

Pengujian memberikan hasil bahwa semua item pertanyaan sebagai indikator dari setiap variabel dinyatakan valid.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel
Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Kesimpulan
Media Sosial (X1)	0,767	0,70	Reliabel
Fomo Finansial (X2)	0,802	0,70	Reliabel
Manajemen Keuangan Pribadi (Y)	0,793	0,70	Reliabel

Sumber : Output SPSS (2024)

Berdasarkan tabel 4, hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel menunjukkan nilai lebih dari 0.70, yang berarti telah memenuhi kriteria reliabilitas yang diperlukan. Ini mengindikasikan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dan dapat diandalkan. Secara keseluruhan, validitas dan reliabilitas yang baik memungkinkan penelitian ini untuk memberikan hasil yang kuat dan akurat.

Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov Test* disimpulkan terpenuhi karena masing-masing variabel penelitian dan residual memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0.05.

Hasil uji multikolinieritas memberikan nilai *Tolerance* 0.713 (lebih dari 0.1) dan *Variance Inflation Factor (VIF)* 1.403 (lebih dari 10). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas yang signifikan antara variabel-variabel independen dalam model ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Media Sosial dan *FOMO* Finansial tidak memiliki korelasi yang tinggi satu sama lain, sehingga analisis lebih lanjut dapat dilanjutkan tanpa khawatir tentang gangguan multikolinieritas.

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji *Glejser* menyimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas karena hasil regresi antara variabel Media Sosial dan *FOMO* Finansial terhadap residual

tidak signifikan. Dengan kata lain, varians residual tidak bergantung pada nilai prediksi, yang berarti tidak ada masalah heteroskedastisitas yang mengganggu validitas model. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang terbentuk memenuhi asumsi klasik dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Berganda

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1	(Constant)	8.773	2.455		3.574	.001
	Media Sosial	.726	.151	.654	4.812	.000
	Fomo Finansial	-.301	.108	-.377	-2.775	.008

a. Dependent Variable: Manajemen Keuangan

Sumber : Output SPSS (2024)

Berdasarkan hasil analisis regresi yang disajikan dalam Tabel 5, model yang terbentuk untuk memprediksi manajemen keuangan pribadi mahasiswa adalah sebagai berikut:

$$Y = 8.773 + 0.726 X_1 - 0.301 X_2$$

Dimana Y merupakan manajemen keuangan pribadi mahasiswa, X1 adalah penggunaan media sosial, dan X2 adalah FOMO finansial. Nilai konstanta sebesar 8.773 menunjukkan bahwa jika semua variabel independen (X1 dan X2) bernilai nol, maka manajemen keuangan pribadi mahasiswa diperkirakan sebesar 8.773. Pengaruh konstanta ini signifikan dengan nilai t = 3.574 dan p-value = 0.001. Selain itu, penggunaan media sosial (X1) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa, dengan koefisien 0.726 dan p-value 0.000, menunjukkan bahwa semakin baik dan bijak dalam penggunaan media sosial, semakin baik manajemen keuangan pribadi mahasiswa.

Sebaliknya, FOMO finansial (X2) berpengaruh negatif terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa, dengan koefisien -0.301 dan p-value 0.008. Artinya, setiap peningkatan dalam tingkat

FOMO finansial dapat mengurangi kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi mereka. Koefisien standar (Beta) untuk X1 sebesar 0.654 menunjukkan pengaruh yang kuat dan positif, sedangkan X2 memiliki Beta sebesar -0.377 yang menunjukkan pengaruh negatif yang signifikan. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial dapat meningkatkan pengelolaan keuangan, FOMO finansial dapat berdampak negatif, mengindikasikan pentingnya kesadaran dan pengelolaan terhadap kedua faktor tersebut dalam meningkatkan kemampuan manajemen keuangan pribadi mahasiswa.

Analisis Korelasi Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Korelasi Berganda

Model	Model Summary			
	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.568 ^a	.323	.295	3.252

a. Predictors: (Constant), Fomo Finansial, Media Sosial

Sumber : Output SPSS (2024)

Berdasarkan Tabel 6, terdapat hubungan yang cukup signifikan antara FOMO Finansial dan Media Sosial terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa. Koefisien determinasi (R²) sebesar 0.323 menunjukkan bahwa sekitar 32.3% variasi dalam manajemen keuangan pribadi mahasiswa dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Nilai R sebesar 0.568 mengindikasikan adanya korelasi positif moderat. Sementara itu, *standard error of the estimate* sebesar 3.252 menunjukkan tingkat kesalahan yang relatif rendah dalam prediksi model ini. Secara keseluruhan, meskipun model ini menunjukkan relevansi yang baik, masih ada 67.7% variasi yang perlu diteliti lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor lain yang memengaruhi manajemen keuangan pribadi mahasiswa.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa Politeknik Pajajaran, sementara *FOMO* finansial memiliki pengaruh negatif yang signifikan. Temuan ini mengindikasikan pentingnya literasi keuangan dan strategi mitigasi *FOMO* finansial dalam meningkatkan pengelolaan keuangan mahasiswa.

SARAN

Untuk meningkatkan efektivitas manajemen keuangan pribadi mahasiswa, disarankan untuk:

1. Meningkatkan literasi keuangan melalui kurikulum yang lebih komprehensif, *workshop*, dan program edukasi keuangan lainnya.
2. Mengembangkan program edukasi media sosial untuk membantu mahasiswa memahami dampak positif dan negatif media sosial terhadap keuangan, serta cara memanfaatkannya secara bijak.
3. Membuat program konseling keuangan untuk memberikan layanan konseling bagi mahasiswa yang mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan mereka, terutama yang terkait dengan *FOMO* finansial.
4. Mendorong kolaborasi dengan lembaga keuangan untuk mengembangkan produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa.
5. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan dengan melibatkan sampel yang lebih besar dan mempertimbangkan variabel lain yang mungkin mempengaruhi manajemen keuangan pribadi mahasiswa, seperti tingkat pendapatan orang tua dan kebiasaan menabung

DAFTAR PUSTAKA

- Fadhil, R. M. (2024). Apa itu fomo? Ini Pengertian, Gejala, dan Dampaknya. Diakses pada 19 Oktober 2024. Diambil kembali dari Halodoc: <https://www.halodoc.com/artikel/ap-a-itu-fomo-ini-pengertian-gejala-dan-dampaknya?srsIid=AfmBOopkVI9UjH2MHygXVu3Rti7SQo61h-90rnOuVPf8gJAhWUTgaz81>
- Fahmi, Irham, (2015). Pengantar Manajemen Keuangan, Cetakan Keempat, Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Hatimatunnisani, H., Pradipta, A., Zahra, W., Amalia, M., & Putri, L. (2024). PENGARUH GAYA HIDUP HEDONISME TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN MAHASISWA PERGURUAN TINGGI DI BANDUNG. *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN MANAJEMEN (EKO-BISMA)*, 3(1), 263-268.
- Harjito, A., & Martono, N. (2011). *Manajemen Keuangan* (Edisi ke-2). Penerbit : EKONISIA.
- Kosasih, E. (2019). "Literasi Media Sosial dalam Pemasarakatan Sikap Moderasi Beragama. *Jurnal Bimas Islam*, 271-272.
- Mudrikah, C. (2019). Hubungan antara sindrom *FOMO* (*fear of missing out*) dengan kecenderungan nomophobia pada remaja. *Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*.
- Teguh, M. (2014). *METODE KUANTITATIF UNTUK ANALISIS EKONOMI DAN BISNIS*. Jakarta : Penerbit Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN RDN*. Bandung : Penerbit Alfabeta

**Hani Hatimatunnisani¹, Shofi Sandi Aryanti², Kurnia Pancawati³,
Krisna Eri Sutrisno⁴, Wawan Hermawan⁵**