



## Digital Receipt

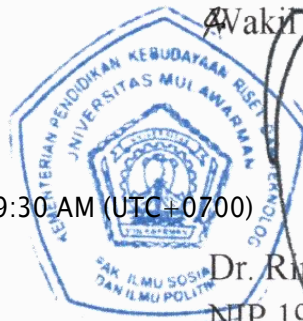
This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

# 22%

The first page of your submissions is displayed below.

Submission author: Dheandra Audya Mulyono  
Assignment title: JURNAL  
Submission title: FENOMENA FEAR OF MISSING OUT (FOMO) SEBAGAI BENTU...  
File name: 1802055078\_Dheandra\_Audya\_jurnal.docx  
File size: 76.91K  
Page count: 14  
Word count: 5,039  
Character count: 33,362  
Submission date: 27-Oct-2023 09:30 AM (UTC+0700)  
Submission ID: 2199419792

**SIMILARITY INDEX**



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Rina Juwita, S.P., MHRIR  
NIP.198104172005012001

eJournal Informatika, 2023, 1 (1): 1-12  
ISSN: 0000-0000 ejournal@fkip-umul.ac.id  
© Copyright 2023

### FENOMENA FEAR OF MISSING OUT (FOMO) SEBAGAI BENTUK KECCANDUAN INTERNET PADA KOMUNITAS ARMY SAMARINDA

Dheandra Audya Mulyono<sup>1</sup> Ainun N'Matu Rohmah<sup>2</sup>

#### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *fear of missing out (fomo)* sebagai bentuk kecanduan internet pada Komunitas ARMY Samarinda. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan pada 5 informan dari Komunitas ARMY Samarinda. Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terjadinya fenomena *fear of missing out (fomo)* pada Komunitas ARMY Samarinda yang ditirigi dengan kecanduan terhadap informasi BTS yang diterima sesuai dengan fokus penelitian yang ditetapkan yaitu sesuai dasar teori Uses and Gratifications.

**Kata Kunci:** *fear of missing out (fomo)*, Komunitas ARMY Samarinda, kecanduan

#### Pendahuluan

Saat ini hampir seluruh masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan saling terhubung satu sama lain dalam segala aspek kehidupan seperti budaya, politik, lingkungan, teknologi, ataupun ekonomi (Winarno, 2006). Dengan adanya kemajuan ini, negara Korea Selatan mulai melangkah untuk memperkenalkan negaranya melalui gelombang Korea Wave. Sebuah gelombang bernama *Korean Wave* atau *hallyu* yang mengerahnya sebagai Hallyu pada awalnya hanya berkembang di negara Asia Timur kemudian berubah menjadi populer di seluruh dunia terutama di Indonesia (Jin, 2016).

Jika menyinggung gelombang Korea atau Hallyu maka hal yang sering diketahui adalah *K-pop*. *K-pop* adalah kepanjangan dari *Korean Pop* yaitu aliran musik berasal dari Korea Selatan yang menarik perhatian pemada pemudi di seluruh dunia.

Pemikat *K-pop* kemudian menciptakan sekelompok penggemar yang memiliki kaitan erat satu sama lain dan berasal dari berbagai negara dan budaya (Stacey, 2006). Sekelompok penggemar yang terdapat pada budaya dalam *K-pop* dikenal sebagai *K-popers (Kpop Lovers)*. Dimana kelompok ini akan membantu segala macam informasi terkait secepatnya atau sekelompok idola *K-pop* yang mereka sukai dimana di dalam *K-pop* terdapat sekelompok penyanyi maupun grup musik Korea yang dikenal dengan sebutan *Boy Band* dan *Girl Band*.

<sup>1</sup> Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: dheandya99@gmail.com

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing dan Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman