

**HUBUNGAN ANTARA MOTIVASI BERWISATA DENGAN
FEAR OF MISSING OUT (FOMO) PADA MAHASISWA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO
YOGYAKARTA**

ARTIKEL ILMIAH

Disiapkan Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata



Disusun oleh:

Nama : Angga Aditomo
NIM : 216452
Program studi : Pariwisata
Jenjang : Strata Satu / S-1

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA

2025

**HUBUNGAN ANTARA MOTIVASI BERWISATA DENGAN
FEAR OF MISSING OUT (FOMO) PADA MAHASISWA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO
YOGYAKARTA**

Angga Aditomo

(216452)

ABSTRACT

Travel motivation is an important aspect in tourists' decision-making; this aspect may arise from within or outside a person to engage in tourism activities. In the modern era, where information exchange occurs rapidly through social media, travel motivation can emerge when someone sees tourism content on their social media. Current tourism trends align with the phenomenon of Fear of Missing Out (FoMO), when someone feels anxious about being left out of others' activities and insists on joining in, especially among college students who are considered young travelers. Students were chosen as research subjects because the young age group is generally active on social media, which is one of the main factors in the Fear of Missing Out (FoMO) phenomenon. The purpose of this research is to find out the relationship between travel motivation and Fear of Missing Out (FoMO) among students of Ambarukmo Tourism College Yogyakarta, using a quantitative method with data collected through questionnaires. The findings of this research show that there is a reciprocal positive relationship between travel motivation and Fear of Missing Out (FoMO), and it is concluded that the positive relationship between the two variables proves that students with strong travel motivation may develop feelings of anxiety about being left out of others' travel activities; conversely, when students see a tourism trend, the motivation to visit the destination.

Keywords: Fear of Missing Out, Students, Travel Motivation

**HUBUNGAN ANTARA MOTIVASI BERWISATA DENGAN
FEAR OF MISSING OUT (FOMO) PADA MAHASISWA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO
YOGYAKARTA**

Angga Aditomo

(216452)

ABSTRAK

Motivasi berwisata merupakan aspek penting dalam pengambilan keputusan wisatawan, aspek ini dapat muncul dari dalam dan luar diri seseorang untuk berwisata. Era modern saat ini ketika pertukaran informasi berlangsung secara cepat oleh media sosial, motivasi berwisata dapat muncul ketika seseorang melihat konten tempat wisata di media sosial mereka. tren pariwisata yang ada kemudian sejalan dengan fenomena *Fear of Missing Out (FoMO)* ketika seseorang merasakan kecemasan tertinggal dari aktivitas orang lain dan bersikeras untuk mengikutinya, khususnya pada mahasiswa yang menjadi wisatawan muda. Mahasiswa dipilih sebagai subjek penelitian karena rentang usia muda umumnya aktif di media sosial yang merupakan salah satu faktor utama fenomena *Fear of Missing Out (FoMO)*. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu hubungan antara motivasi berwisata dan *Fear of Missing Out (FoMO)* pada mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta, dan dilakukan dengan metode kuantitatif dan data dikumpulkan melalui kuesioner. Temuan dari penelitian ini membuktikan bahwa terdapat hubungan yang positif serta timbal balik antara motivasi berwisata dengan *Fear of Missing Out (FoMO)* dan disimpulkan bahwa hubungan yang positif terjalin di antara variabel membuktikan bahwa mahasiswa yang memiliki motivasi berwisata kuat dapat memunculkan perasaan khawatir tertinggal dari aktivitas berwisata orang lain, sebaliknya ketika mahasiswa melihat suatu tren pariwisata maka muncul motivasi untuk berkunjung ke daerah tujuan wisata tersebut.

Kata kunci: *Fear of Missing Out*, Mahasiswa, Motivasi Berwisata

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata menjadi sektor yang mengalami kemajuan pesat di Indonesia dalam beberapa dekade ini, dan mahasiswa merupakan kelompok demografis yang sangat signifikan yang ikut memainkan peran penting dalam hal ini. Melalui peningkatan minat mahasiswa untuk melakukan kegiatan wisata, pariwisata memberikan peran yang lebih dari sekedar sarana untuk rekreasi tetapi juga sebagai media pembelajaran dan pencarian jati diri.

Pertumbuhan pariwisata di kalangan mahasiswa saat ini menjadi kegiatan penting. Dalam dekade terakhir, terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah mahasiswa yang ikut terlibat langsung dalam kegiatan pariwisata. Berdasarkan data yang didapatkan oleh Ahmad & Sigarate (2018), mahasiswa memiliki kontribusi sebesar 20% terhadap total pengeluaran wisatawan, hal ini membuktikan bahwa mereka merupakan salah satu segmen pasar terbesar dan berpengaruh.

Melalui peningkatan aksesibilitas informasi di internet dan media sosial, para mahasiswa saat ini sangat mudah untuk menemukan dan merencanakan perjalanan wisata. Prasetyo *et al* (2023), menyatakan bahwa popularitas media sosial dalam beberapa tahun ini meningkat pesat sehingga mampu dimanfaatkan sebagai media promosi pariwisata lokal. Titik balik dari kemudahan akses informasi yang dirasakan mahasiswa berawal dari kemajuan *information and communication technology* (ITC) sehingga membuka akses informasi global secara instan dan luas. Kemajuan pesat tersebut menyebabkan mahasiswa mengalami kondisi *Hyper*

Digitalized Technology karena semua aspek kehidupan mahasiswa terintegrasi secara intens dengan teknologi digital seperti pembelajaran daring sampai pencarian destinasi pariwisata.

Umumnya mahasiswa saat ini cenderung datang ke daya tarik wisata untuk mencari pengalaman baru dan mengikuti tren yang sedang ramai khususnya di media sosial. Sejalan dengan pernyataan Pratama *et al* (2024), dalam beberapa tahun terakhir terdapat peningkatan minat tren pariwisata di masyarakat dengan motivasi mendapatkan pengalaman seperti petualangan dan eksplorasi. Kegiatan tersebut tidak hanya memberikan hiburan tetapi berdampak pada kondisi mental para mahasiswa yang merasa puas, dan tidak ketinggalan tren. Hal tersebut menjadi bukti bahwa pariwisata telah menjadi bagian penting dari kehidupan mahasiswa modern khususnya generasi z.

Peran mahasiswa dalam industri pariwisata cukup beragam, salah satunya adalah sebagai agen perubahan. Tidak hanya berperan sebagai konsumen, mahasiswa saat ini juga memiliki peran sebagai konten kreator yang memproduksi video promosi suatu daya tarik wisata melalui media sosial. Tik tok dan Instagram menjadi platform umum yang digunakan sebagai media berbagi pengalaman yang dirasakan, sehingga menciptakan tren baru dalam industri pariwisata (Noor *et al*, 2019).

Mahasiswa generasi z umumnya memiliki banyak ide kreatif yang secara langsung dapat meningkatkan daya tarik suatu tempat wisata. Ide kreatif yang mereka aplikasikan dalam sebuah konten dengan mengidentifikasi pasar mampu menciptakan inovasi yang relevan dengan tren saat ini. Sebagai contoh adalah mahasiswa lebih memilih daya tarik wisata yang interaktif, edukatif, dan estetis, seperti desa wisata, wisata alam, dan tempat yang menerapkan *sustainability*.

Pertimbangan kunjungan mahasiswa dipengaruhi oleh beberapa hal seperti harga, akses jalan, aksesibilitas, dan atraksi. Waktu tempuh ke daya tarik wisata juga menjadi pertimbangan penting oleh mahasiswa, kebanyakan dari mereka memilih lokasi yang dijangkau tidak lebih dari tiga jam perjalanan (Ahmad & Sigarate, 2018) Umumnya mahasiswa memilih berwisata secara kelompok dengan teman sebaya dengan alasan biaya dan kedekatan emosional. Dengan demikian mereka cenderung memilih daya tarik wisata alam dan tempat yang fotogenik sebagai cara mereka berwisata sekaligus menciptakan kenangan dengan teman sebaya.

Preferensi mahasiswa dalam konteks wisata sangat berhubungan dengan motivasi berwisata. Motivasi berwisata merujuk pada dorongan atau alasan seseorang untuk melakukan perjalanan menuju destinasi pariwisata untuk memenuhi kebutuhannya. Terdapat faktor yang mempengaruhi mahasiswa ketika menentukan keputusan berwisata seperti, kebutuhan untuk relaksasi karena tekanan dari kegiatan perkuliahan dan kehidupan pribadi mampu mempengaruhi tingkat stres mahasiswa.

Kegiatan wisata mampu memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk relaksasi, dan melepaskan diri dari rutinitas. Selanjutnya eksplorasi budaya, sebagian mahasiswa yang memiliki jiwa sosial dan keingintahuan tinggi memilih berwisata untuk belajar dan merasakan budaya baru. Mahasiswa akan mengunjungi tempat baru bagi mereka untuk memberikan kesempatan kepada dirinya memahami tradisi, kehidupan masyarakat, dan sejarah untuk menambah wawasan. Kemudian interaksi sosial, dengan melakukan kegiatan berwisata bersama teman atau keluarga, mahasiswa mampu mempererat sebuah hubungan dan membangun kenangan yang penuh emosional.

Keinginan mendapatkan pengalaman baru juga menjadi faktor bagi mahasiswa yang memiliki jiwa muda dan petualangan karena umumnya sebuah pengalaman mampu membantu pengembangan diri. Selanjutnya kepuasan pribadi, kegiatan berwisata mampu memberikan rasa puas kepada mahasiswa dengan berbagai alasan seperti pencapaian dalam mengunjungi banyak tempat, menikmati fasilitas sebuah daya tarik wisata, dan memberikan media sosial mereka sebuah unggahan baru yang dapat dilirik oleh orang lain dan mendapatkan *like*.

Berdasarkan dari definisi motivasi berwisata untuk memenuhi kebutuhan dalam mendapatkan validasi oleh orang lain, maka tujuan dari hal tersebut adalah mendapatkan kepuasan dalam hal ini adalah *prestige*. Hal tersebut sejalan dengan teori hierarki kebutuhan oleh Maslow pada tingkatan ke empat menyebutkan bahwa manusia memiliki kebutuhan penghargaan (*esteem needs*) yang berkaitan dengan kepercayaan diri, harga diri, serta pengakuan dan penghargaan dari orang lain.

Kebutuhan mahasiswa dalam mendapatkan penghargaan (*esteem needs*) menjadi hal yang sangat penting dengan banyaknya tren di media sosial saat ini dan keinginan mahasiswa untuk ikut serta dalam semua tren agar mendapatkan pengakuan dalam konteks mengikuti perkembangan zaman menciptakan fenomena baru yang disebut *Fear of Missing Out* (FoMO). *Fear of Missing Out* atau disingkat FoMO merupakan istilah ketakutan ketika kehilangan momen. Ketakutan ini terjadi karena seorang individu yang menganggap dirinya gagal atau tidak bahagia ketika tidak dapat mengikuti tren.

Fear of Missing Out didefinisikan oleh Przybylski *et al* (2013) sebagai rasa khawatir yang muncul karena anggapan kehidupan orang lain yang lebih bahagia dan ditandai dengan rasa cemas serta keinginan untuk terus terhubung dengan kegiatan orang lain. Fitri *et al* (2024) juga mendefinisikan *Fear of Missing Out* sebagai perasaan cemas dan khawatir yang muncul ketika seseorang merasa tertinggal dari pengalaman atau informasi yang dialami oleh orang lain, terutama pada konteks media sosial. Suciani & Hamida (2022) menyatakan bahwa FoMO termasuk pengalaman berharga seseorang namun tidak dialami oleh kebanyakan individu dan memiliki ciri khas ingin selalu terhubung dengan kegiatan orang lain, dalam konteks ini adalah diketahui oleh orang lain sebagai sebuah validasi. Terkait dengan definisi tersebut, FoMO mempengaruhi tingkat kepuasan individu terutama pada mahasiswa generasi z yang mendominasi penggunaan platform media sosial (Puspitasari *et al*, 2025).

Fenomena *Fear of Missing Out* terjadi di era digital yang identik dengan pertukaran informasi secara cepat di media sosial. Mahasiswa menjadi pihak yang terpengaruh dan mempengaruhi orang lain dalam konteks tertarik mendatangi destinasi pariwisata karena sebuah konten video dari media sosial. Tik tok menjadi salah satu contoh platform media sosial yang sering mempengaruhi mahasiswa dalam pengambilan keputusan, media sosial tersebut memberikan banyak rekomendasi dan *review* terhadap daya tarik wisata khususnya di Indonesia. Konten video yang menarik mampu mempengaruhi mahasiswa untuk memutuskan datang berkunjung dan tidak jarang mereka yang berkunjung selanjutnya juga membuat sebuah konten serupa untung kepentingan masing-masing.

Budaya yang ada pada mahasiswa generasi z saat ini memang erat dengan media sosial. Kepuasan mahasiswa untuk mendapatkan validasi dan pencapaian di media sosial dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti, perasaan bangga karena mengunjungi tempat tren lebih awal dari teman lainnya, keinginan mendapatkan jumlah suka dalam foto atau video yang mereka bagikan dari tempat wisata yang telah dikunjungi, rasa takut akan ketinggalan tren kekinian, dan lain sebagainya. Demikian penelitian ini mengambil berjudul "Hubungan Antara Motivasi Berwisata Dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta" yang akan membahas tentang bagaimana keterkaitan antara motivasi berwisata dan fenomena di kalangan mahasiswa khususnya generasi z yang mengalami *Fear of Missing Out*.

1.2. Rumusan Masalah

Penelitian ini akan berfokus dalam menjawab rumusan masalah utama yaitu bagaimana hubungan motivasi berwisata dan *Fear of Missing Out* pada mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo Yogyakarta.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan motivasi berwisata dan *Fear of Missing Out* pada mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo Yogyakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi dalam ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pariwisata dengan menambah wawasan mengenai hubungan antara motivasi berwisata dan *Fear of Missing Out*.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi mahasiswa, hasil dari penelitian mampu dijadikan pemahaman tentang bagaimana *Fear of Missing Out* mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam berwisata.
- b. Bagi industri pariwisata, hasil penelitian ini dapat difungsikan sebagai pemahaman mengenai perilaku wisatawan muda dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I. PENDAHULUAN

Bagian ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II. KAJIAN LITERATUR DAN KAJIAN TEORI

Pada bab ini membahas tinjauan literatur yang relevan dari penelitian sebelumnya, teori-teori yang mendukung masing-masing variabel, dan hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

BAB III. METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan secara rinci jenis penelitian, lokasi dan waktu, populasi dan sampel yang diteliti, instrumen yang digunakan, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data .

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan penjelasan seluruh hasil dan temuan pengelolaan data, disertai gambaran umum objek penelitian. Selanjutnya dilakukan pembahasan yang relevan dengan rumusan masalah dan pembuktian hipotesis yang diajukan

BAB V. PENUTUP

Bab akhir ini menyajikan simpulan pemikiran peneliti yang dituliskan secara singkat dan padat berdasarkan hasil penelitian, serta saran yang berisi saran atau masukan dari peneliti berdasarkan temuan yang telah diperoleh.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Hubungan antara motivasi berwisata dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) menjadi aspek penting terutama pada pola perilaku mahasiswa sebagai wisatawan. Keterkaitan kedua variabel tersebut menciptakan hubungan saling mempengaruhi satu sama lain yang menyebabkan wisatawan khususnya mahasiswa dapat mengalami fenomena motivasi berwisatanya berubah akibat pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO), atau sebaliknya *Fear of Missing Out* (FoMO) menciptakan motivasi dalam diri mahasiswa sebagai wisatawan untuk memenuhi kebutuhan wisatanya sesuai dengan preferensi mahasiswa tersebut.

Hasil dari penelitian ini menekankan pentingnya pemahaman interaksi dua arah antara motivasi berwisata dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) dalam konteks mahasiswa sebagai wisatawan dan menjadi bagian dari generasi yang cakap dalam memperoleh informasi terutama konteks pariwisata. Temuan ini tidak hanya menjawab rumusan masalah, namun memberikan pemahaman lebih luas mengenai perilaku mahasiswa sebagai wisatawan memiliki dinamika menarik ketika motivasi berwisata mereka bertemu dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) dan sebaliknya. Fenomena tersebut dapat dijadikan sebagai strategi lebih luas untuk menarik perhatian wisatawan muda termasuk mahasiswa ke suatu destinasi pariwisata.

5.2. Saran

Peneliti menyadari kekurangan dalam penulisan karya ilmiah ini. peneliti terbuka atas berbagai masukan yang ada. Berdasarkan simpulan yang ditetapkan maka penelitian ini memiliki saran sebagai berikut,

- a) Hubungan positif antara motivasi berwisata dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) dapat dijadikan sebagai upaya untuk menarik jumlah kunjungan wisatawan dengan target mahasiswa melalui penciptaan tren yang mampu mempengaruhi mahasiswa sebagai wisatawan
- b) Temuan dari hasil penelitian ini membuktikan terdapat keterkaitan antara dua variabel. Untuk penelitian selanjutnya dapat menggali lebih jauh tentang pola perilaku wisatawan dalam menentukan keputusan berwisata dengan tren yang ada melalui pendekatan psikologi dan pariwisata yang lebih mendalam.
- c) Lebih lanjut dengan variabel yang sama, penelitian selanjutnya dapat meneliti tentang apakah motivasi berwisata dan *Fear of Missing Out* dapat mempengaruhi keputusan berwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Halim, & Sigarate Bayu Grendo. (2018). *PREFERENSI MAHASISWA DALAM BERWISATA: STUDI KASUS MAHASISWA SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO (STIPRAM), YOGYAKARTA.*
- Audi Puspitasari, C., Ajeng Alwin, D., Kamaludin, M., Reza Pratama, M., & Aulia Azahra, S. (2025). *Pengaruh Fenomena Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Tingkat The Influence Of The Fear Of Missing Out (Fomo) Henomenon On The Levels Of Anxiety And Life Atisfaction Of Gen Z Students On Social Media.* <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408–424. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5)
- Dann, G. M. S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184–194. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(77\)90037-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(77)90037-8)
- Fauziyah Anisa, Sakinah Zahro As, Mariyanto, & Juansah Dase Erwin. (2023). *INSTRUMEN TES DAN NON TES PADA PENELITIAN.*
- Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandy, G. A. (2024). Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fear Of Missing Out (Fomo) pada Generasi Z Pengguna Media Sosial. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 21. <https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2823>
- Haryanto, E. (2022). *MANAJEMEN PARIWISATA BAB 4: MOTIVASI PARIWISATA.*
- Megasari Ceseria, & Latif B Syarifuddin. (2022). PENGARUH DESIGN INTERIOR DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT PENGUNJUNG HOTEL SOTIS KEMANG. *Open Journal System*, 17.
- Noor, A., Suryana, M., & Amalia, S. (2019). *Jurnal ALTASIA Perilaku Mahasiswa Pariwisata Menggunakan Media Sosial Untuk Mempromosikan Destinasi Wisata* (Vol. 1, Issue 2).
- Prasetyo, H., Irawati, N., & Satriawati, Z. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Desa Wisata. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 9(2), 515. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i2.1281>
- Pratama, D., Nusanto, T. S., & Prasetyo, D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Motivasi Terhadap Minat Kunjung Wisatawan pada Jeep Lava Tour Merapi. *PANUNTUN (Jurnal Budaya, Pariwisata, Dan Ekonomi Kreatif)*, 1(2), 65–73. <https://doi.org/10.61476/5k2r4k27>
- 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>

Rangkuti Ahmad Nizar. (2016). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN*.

Santoso Agung. (2023). *Rumus Slovin: Panacea Masalah Ukuran Sample?*

Suciani, & Ayu Rahma Hamida. (2022). FoMO dalam Kebiasaan Generasi Z Menonton Platform Streaming. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 75–88. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v2i2.1079>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.

Suhartapa, S., & Sulisty, A. (2021). Pengaruh Persepsi dan Motivasi Wisatawan Terhadap Minat Kunjung Ulang di Pantai Baru Yogyakarta. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(2), 115–122. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i2.10579>

Suwartono. (2014). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian* (Risanto Erlang, Ed.). ANDI Yogyakarta.

Suwena I Ketut, & Widyatmaja I Gst Ngr. (2010). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata* (cetakan pertama). Udayana University Press.

Taswiyah. (2022). *Mengantisipasi Gejala Fear Of Missing Out (FoMO) Terhadap Dampak Social Global 4.0 dan 5.0 Melalui Subjective Weel-Being dan Joy of Missing Out (JoMO) Taswiyah*. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JAWARA/index>

Wahyuningtyas, I., IM Hambali, & Muslihati. (2024). Profil Kecenderungan Fear of Missing Out (FoMO) Pada Siswa Sekolah Menengah Atas. *G-Couns: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 9(2), 984–991. <https://doi.org/10.31316/g-couns.v9i2.6764>