

Peran Fear of Missing Out (FoMO) Terhadap Loot Box Engagement Pada Pemain Video Game

Muhammad Naufal Hafizh*, Sri Tiatri

Universitas Tarumanagara, Indonesia

Email: Moonafiz10@gmail.com*

Keywords:

*Fear of Missing Out;
Loot Box Engagement;
loot box;
video game;
Self-Determination Theory.*

Abstract

Loot boxes in video games often present exclusive items and time-limited offers that can trigger players' fear of missing out on certain opportunities, a phenomenon that has grown increasingly prevalent alongside expanding loot-box monetization in the global gaming industry. Research directly examining FoMO's role in Loot Box Engagement, particularly among Indonesian video game players, remains limited, even though the issue is highly relevant given loot boxes' resemblance to gambling. This study aims to determine FoMO's role in Loot Box Engagement among video game players. The study uses a quantitative approach with a correlational design. Participants numbered 117 video game players with experience purchasing loot boxes using real money. Data were collected using the FoMO Scale and Loot Box Engagement Scale, measuring, respectively, the tendency to fear missing valuable experiences and behavioral engagement in loot boxes. Normality test results showed the data were not normally distributed, so analysis used Spearman's rho correlation test. Results show that FoMO plays a significant role in Loot Box Engagement ($r_s = 0.653$; $p < 0.001$), indicating a strong positive relationship between the two variables. The coefficient of determination shows that FoMO contributes 42.6% to Loot Box Engagement, with the remainder influenced by factors outside this study's model. These findings indicate that the higher a player's FoMO level, the higher their engagement in loot box activity. This study contributes to understanding the key psychological factors driving player engagement in loot boxes and provides a basis for game developers and regulators to design more ethical monetization mechanisms.

Kata Kunci:

*Fear of Missing Out;
Loot Box Engagement;
loot box;
video game;
Self-Determination Theory.*

Abstrak

Loot box dalam video game sering menghadirkan item eksklusif dan penawaran terbatas waktu yang dapat menimbulkan kekhawatiran pemain akan kehilangan kesempatan, sebuah fenomena yang semakin marak seiring meluasnya monetisasi loot box di industri game global. Penelitian yang secara langsung membahas peran Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Loot Box Engagement, khususnya pada pemain video game di Indonesia, masih terbatas, meskipun isu ini relevan mengingat kemiripan loot box dengan perjudian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran FoMO terhadap Loot Box Engagement pada pemain video game. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Partisipan berjumlah 117 pemain video game yang memiliki

pengalaman membeli loot box menggunakan uang nyata. Data dikumpulkan menggunakan Skala Fear of Missing Out (FoMO) dan Skala Loot Box Engagement, yang masing-masing mengukur kekhawatiran tertinggal dari pengalaman berharga dan tingkat keterlibatan perilaku dalam loot box. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal sehingga analisis dilakukan menggunakan uji korelasi Spearman's rho. Hasil penelitian menunjukkan bahwa FoMO berperan secara signifikan terhadap Loot Box Engagement ($r_s = 0,653$; $p < 0,001$), menandakan hubungan positif yang kuat antara kedua variabel. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa FoMO memberikan kontribusi sebesar 42,6% terhadap Loot Box Engagement, sementara sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian ini. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat FoMO yang dimiliki pemain, semakin tinggi pula keterlibatannya dalam aktivitas loot box. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman faktor psikologis yang mendorong keterlibatan pemain dalam loot box serta menjadi dasar bagi pengembang game dan regulator merancang mekanisme monetisasi yang lebih etis.

PENDAHULUAN

Loot box merupakan item virtual dalam video game yang berisi berbagai hadiah ditentukan secara acak. Hadiah tersebut dapat berupa item kosmetik, seperti skin, maupun item yang mendukung progres pemain dalam permainan. Pemain biasanya tidak mengetahui hadiah yang akan diperoleh sebelum loot box dibuka. Loot box dapat diperoleh menggunakan uang nyata, mata uang virtual, atau melalui aktivitas tertentu dalam permainan (Baeck & Claey, 2021). Industri video game terus berkembang dan mengalami perubahan dalam penerapan model monetisasi. Pengembang tidak hanya memperoleh pendapatan melalui penjualan video game, tetapi juga melalui transaksi mikro berupa item dan bonus di dalam permainan (Zendle et al., 2020). Karakteristik utama loot box terletak pada unsur ketidakpastian karena pemain tidak mengetahui secara pasti hadiah yang akan diperoleh sebelum loot box dibuka. Loot box dapat berisi item kosmetik, karakter, senjata, perlengkapan, atau berbagai keuntungan lain dalam permainan. Fitur ini sering menarik perhatian pemain karena menawarkan item eksklusif, item langka, serta penawaran terbatas waktu (Nicklin et al., 2021). Namun, unsur acak dalam loot box juga menimbulkan kekhawatiran karena memiliki kemiripan dengan mekanisme perjudian.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pembelian loot box berkaitan dengan masalah perjudian, gaming berlebihan, serta kecenderungan pengeluaran yang tidak terkendali (Zendle & Cairns, 2018). Keterlibatan pemain dalam loot box tidak hanya dapat dipahami dari aspek desain permainan, tetapi juga dari faktor psikologis dan sosial. Salah satu faktor yang relevan adalah Fear of Missing Out (FoMO). Keterlibatan pemain dalam loot box tidak hanya dapat dipahami berdasarkan aspek desain permainan, tetapi juga melibatkan berbagai faktor psikologis dan sosial, seperti pengaruh emosional, pengaruh sosial, dan Fear of Missing Out (FoMO) (Nicklin et al., 2021). Penelitian (Li et al., 2019) menunjukkan bahwa pembelian loot box berkaitan dengan tingkat problematic gaming dan problem gambling yang lebih tinggi. Pemain yang membeli loot box juga dilaporkan bermain dan berjudi secara daring dengan

frekuensi serta durasi yang lebih tinggi dibandingkan pemain yang tidak melakukan pembelian loot box.

FoMO merupakan kekhawatiran yang muncul ketika individu merasa bahwa orang lain sedang memperoleh pengalaman yang berharga tanpa kehadirannya, disertai keinginan untuk terus mengikuti aktivitas orang lain (Przybylski et al., 2013). Dalam konteks video game, FoMO dapat muncul ketika pemain merasa khawatir kehilangan item dalam suatu koleksi, melewatkan event dalam permainan, atau tertinggal dari pengalaman yang dimiliki pemain lain (Nicklin et al., 2021). Individu dengan tingkat Fear of Missing Out (FoMO) yang lebih tinggi cenderung menunjukkan lebih banyak gejala depresi, tingkat perhatian penuh yang lebih rendah, serta lebih banyak keluhan fisik (Baker et al., 2016). Liesera et al. (2019) menjelaskan bahwa keterlibatan remaja dalam permainan daring berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan psikologis dasar. Permainan dapat menyediakan kesempatan bagi pemain untuk memenuhi kebutuhan autonomy, competence, dan relatedness, yang selanjutnya berhubungan dengan tingkat keterlibatan pemain dalam aktivitas permainan.

Penelitian Dhir et al. (2018) menunjukkan bahwa FoMO berkaitan dengan penggunaan media digital yang bersifat kompulsif. Individu yang khawatir kehilangan informasi atau pengalaman sosial cenderung terus memantau aktivitas digital agar tidak merasa tertinggal. Dalam konteks video game, kecenderungan serupa dapat mendorong pemain untuk terus mengikuti event, promosi, atau item eksklusif yang tersedia melalui loot box. Keterkaitan antara FoMO dan loot box dapat dijelaskan melalui Self-Determination Theory (Ryan & Deci, 2017). Teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh tiga kebutuhan psikologis dasar, yaitu autonomy, competence, dan relatedness. Dalam konteks loot box, kebutuhan autonomy dapat terlihat ketika pemain merasa memiliki pilihan untuk membuka atau membeli loot box; kebutuhan competence dapat muncul melalui keinginan memperoleh item yang meningkatkan kemampuan, pencapaian, atau status dalam permainan; sedangkan kebutuhan relatedness berkaitan dengan keinginan untuk tetap terhubung dengan teman atau komunitas game.

Selain itu, Social Comparison Theory (Festinger, 1954) relevan karena pemain dapat mengevaluasi dirinya dengan membandingkan item, skin, karakter, status, atau pencapaiannya dengan pemain lain. Penelitian Steinberger dan Kim (2023) menunjukkan bahwa perbandingan sosial terhadap kemampuan berkaitan dengan FoMO dalam konteks aktivitas digital. Temuan Servidio et al. (2024) juga menunjukkan bahwa social comparison dapat menjadi salah satu mekanisme yang menjelaskan keterkaitan FoMO dengan keterlibatan digital yang bermasalah. Oleh karena itu, perbandingan sosial dapat memperkuat kekhawatiran pemain untuk tertinggal dan mendorong keterlibatan yang lebih tinggi dalam aktivitas loot box.

Meskipun penelitian mengenai loot box telah banyak membahas hubungannya dengan perilaku perjudian, pengeluaran, dan problem gaming, kajian yang secara langsung membahas peran FoMO terhadap Loot Box Engagement, khususnya pada pemain video game di Indonesia, masih terbatas. Penelitian terkini oleh Hartanto & Kasturiratna (2024) secara longitudinal menemukan hubungan dua arah antara FoMO dan konsumsi loot box berisiko, yang menunjukkan adanya siklus yang saling memperkuat. Namun, studi tersebut dilakukan di luar Indonesia dan belum secara spesifik mengukur keterlibatan (engagement) pemain dalam aktivitas loot box sebagai variabel dependen. Di sisi lain, Dewi et al. (2026) meneliti FoMO dalam konteks pembelian blind box di Indonesia, namun objek penelitiannya bukanlah loot

box dalam video game. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menguji secara empiris peran FoMO terhadap Loot Box Engagement pada pemain video game di Indonesia.

Urgensi penelitian ini terletak pada meningkatnya popularitas video game dengan sistem loot box di Indonesia dan potensi dampak negatifnya, seperti pengeluaran berlebihan dan kecenderungan perilaku adiktif. Dengan memahami peran FoMO, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pemain, pengembang game, dan pembuat kebijakan. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian peran FoMO terhadap Loot Box Engagement dalam konteks pemain video game di Indonesia, yang masih jarang dilakukan. Penelitian ini juga menggunakan alat ukur Loot Box Engagement yang diadaptasi dari Game Engagement Questionnaire (Brockmyer et al., 2009), sehingga memberikan kontribusi pada pengukuran keterlibatan pemain secara lebih komprehensif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Loot Box Engagement pada pemain video game. Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan ilmu psikologi, khususnya dalam bidang psikologi konsumen dan psikologi media digital, serta memberikan implikasi praktis bagi pengembang game untuk merancang fitur yang lebih etis dan bertanggung jawab.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan mengukur variabel penelitian melalui data numerik, sedangkan desain korelasional digunakan untuk mengetahui peran Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Loot Box Engagement. Karena data penelitian tidak berdistribusi normal, analisis hipotesis dilakukan menggunakan uji korelasi Spearman's rho.

Partisipan

Partisipan penelitian berjumlah 117 pemain video game yang memiliki pengalaman bermain game dengan fitur loot box dan pernah membeli loot box menggunakan uang nyata. Partisipan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Berdasarkan jenis kelamin, partisipan terdiri dari 99 laki-laki (84,6%) dan 18 perempuan (15,4%).

Tabel 1. Gambaran Partisipan

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	99	84,6%
Perempuan	18	15,4%
Total	117	100%

Sumber: Disusun oleh penulis berdasarkan data primer yang dikumpulkan dari 117 pemain video game yang dipilih secara sengaja.

Instrumen Penelitian

Loot Box Engagement diukur menggunakan alat ukur yang diadaptasi dari The Development of the Game Engagement Questionnaire: A Measure of Engagement in Video Game-Playing (Brockmyer et al., 2009). Alat ukur ini disesuaikan dengan konteks loot box dan terdiri dari empat dimensi, yaitu presence, flow, absorption, dan dissociation. Seluruh item

pada alat ukur Loot Box Engagement bersifat favorable, sehingga semakin tinggi skor yang diperoleh menunjukkan semakin tinggi keterlibatan pemain terhadap aktivitas loot box.

Fear of Missing Out (FoMO) diukur menggunakan alat ukur yang diadaptasi dari Indonesian version of the Fear of Missing Out Scale in adolescents (Kaloeti et al., 2021). Alat ukur ini terdiri dari tiga dimensi, yaitu missed experience, compulsion, dan comparison with friends. Seluruh item pada alat ukur FoMO bersifat favorable, sehingga semakin tinggi skor yang diperoleh menunjukkan semakin tinggi tingkat FoMO partisipan.

Kedua alat ukur menggunakan skala Likert dengan rentang jawaban 1 sampai 5, yaitu 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju.

Validitas dan Reliabilitas

Validitas alat ukur dilakukan melalui validitas isi dan analisis validitas butir. Validitas isi dilakukan melalui expert judgement untuk menilai kesesuaian item dengan dimensi dan indikator variabel yang diukur. Setelah itu, analisis validitas butir dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung setiap item dengan nilai *r* tabel. Item dinyatakan valid apabila nilai *r* hitung lebih besar daripada *r* tabel. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item Loot Box Engagement memiliki nilai *r* hitung di atas *r* tabel (0,1801), dengan rentang 0,299 sampai 0,715. Seluruh item FoMO juga memiliki nilai *r* hitung di atas *r* tabel (0,1801), dengan rentang 0,200 sampai 0,714.

Reliabilitas instrumen diuji menggunakan Cronbach's Alpha. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa Loot Box Engagement memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,817, sedangkan FoMO memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,829. Dengan demikian, kedua instrumen memiliki reliabilitas yang baik dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 2. Hasil Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item
Loot Box Engagement	0,817	19
Fear of Missing Out	0,829	12

Sumber: Diproses oleh penulis berdasarkan pengujian reliabilitas Skala Fear of Missing Out (FoMO) dan Skala Keterlibatan Loot Box menggunakan IBM SPSS dengan Alpha Cronbach.

Teknik Analisis Data

Data penelitian dianalisis menggunakan IBM SPSS. Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui gambaran skor FoMO dan Loot Box Engagement. Uji normalitas dilakukan menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Karena data tidak berdistribusi normal, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan korelasi Spearman's rho. Besarnya kontribusi FoMO terhadap Loot Box Engagement dihitung menggunakan koefisien determinasi dengan rumus $KD = r^2 \times 100\%$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa nilai mean empiris Loot Box Engagement sebesar 72,21, lebih tinggi daripada mean hipotetik sebesar 57,00. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat Loot Box Engagement partisipan cenderung tinggi. Pada variabel FoMO, nilai mean

empiris sebesar 44,44, lebih tinggi daripada mean hipotetik sebesar 36,00, sehingga tingkat FoMO partisipan juga cenderung tinggi.

Tabel 3. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Mean Empiris	Mean Hipotetik	SD Empiris	SD Hipotetik	Keterangan
Loot Box Engagement	72,21	57,00	7,845	12,67	Tinggi
Fear of Missing Out	44,44	36,00	6,452	8,00	Tinggi

Sumber: Diproses oleh penulis berdasarkan analisis statistik deskriptif dari skor Fear of Missing Out (FoMO) dan Loot Box Engagement menggunakan IBM SPSS (2026).

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,008 ($p < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa data penelitian tidak berdistribusi normal. Oleh karena itu, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji korelasi Spearman's rho sebagai teknik statistik nonparametrik.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Variabel	Sig.	Keterangan
Unstandardized Residual	0,008	Tidak normal

Sumber: Diproses oleh penulis berdasarkan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov yang dilakukan menggunakan IBM SPSS pada dataset penelitian (2026).

Uji Hipotesis

Hasil uji korelasi Spearman menunjukkan bahwa FoMO berperan terhadap Loot Box Engagement dengan nilai $r_s = 0,653$ dan $p < 0,001$. Nilai koefisien korelasi tersebut menunjukkan arah positif, artinya semakin tinggi FoMO, semakin tinggi pula Loot Box Engagement. Berdasarkan pedoman interpretasi koefisien korelasi, nilai 0,653 berada pada kategori kuat. Hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa FoMO memberikan kontribusi sebesar 42,6% terhadap Loot Box Engagement, sedangkan 57,4% sisanya berkaitan dengan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 5. Hasil Uji Korelasi Spearman

Variabel	r_s	Sig.	Keterangan
FoMO dengan Loot Box Engagement	0,653	$< 0,001$	Berperan

Sumber: Diproses oleh penulis berdasarkan analisis korelasi Spearman's rho antara Fear of Missing Out (FoMO) dan Loot Box Engagement menggunakan IBM SPSS pada data dari 117 pemain video game (2026).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fear of Missing Out (FoMO) berperan terhadap Loot Box Engagement pada pemain video game. Temuan ini menunjukkan bahwa pemain yang memiliki tingkat FoMO lebih tinggi cenderung memiliki keterlibatan yang lebih tinggi dalam aktivitas loot box. Hal ini dapat dipahami karena pemain yang mengalami FoMO memiliki

kekhawatiran untuk kehilangan pengalaman, kesempatan, atau keuntungan yang dianggap berharga dalam permainan. Dalam konteks loot box, kekhawatiran tersebut dapat muncul ketika pemain melihat adanya item eksklusif, promosi terbatas, event tertentu, atau pemain lain yang telah memperoleh item yang diinginkan.

Hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui Self-Determination Theory (Ryan & Deci, 2017), yang menyatakan bahwa motivasi dan perilaku individu dipengaruhi oleh pemenuhan tiga kebutuhan psikologis dasar, yaitu *autonomy*, *competence*, dan *relatedness*. Kebutuhan *relatedness* terlihat ketika pemain ingin tetap merasa terhubung dengan komunitas permainan dan tidak tertinggal dari pengalaman pemain lain. Ketika pemain melihat anggota komunitas memperoleh item langka atau mengikuti event tertentu, kekhawatiran kehilangan pengalaman yang sama dapat mendorong keterlibatan terhadap loot box. Kebutuhan *competence* terlihat ketika pemain memandang item yang diperoleh dari loot box sebagai sarana untuk meningkatkan kemampuan, pencapaian, atau status dalam permainan. Sementara itu, kebutuhan *autonomy* berkaitan dengan persepsi pemain bahwa keputusan membuka atau membeli loot box merupakan pilihan pribadi untuk mencapai tujuan tertentu dalam permainan. Dengan demikian, ketiga kebutuhan psikologis tersebut membantu menjelaskan mengapa FoMO dapat berkaitan dengan meningkatnya Loot Box Engagement.

Temuan penelitian ini juga dapat dijelaskan melalui Social Comparison Theory (Festinger, 1954). Teori ini menjelaskan bahwa individu memiliki kecenderungan untuk menilai kemampuan, pencapaian, dan posisi dirinya dengan membandingkan diri dengan orang lain. Dalam konteks video game, pemain dapat membandingkan item, skin, karakter, status, atau pencapaiannya dengan pemain lain. Ketika pemain melihat orang lain memperoleh item eksklusif atau mengikuti event terbatas, pemain dapat merasa tertinggal dan terdorong untuk memperoleh hal yang sama. Penjelasan ini sejalan dengan Steinberger dan Kim (2023), yang menunjukkan bahwa *social comparison of ability* berkaitan dengan FoMO dalam konteks penggunaan jejaring sosial. Servidio et al. (2024) juga menunjukkan bahwa *social comparison* berperan sebagai salah satu mekanisme yang menghubungkan FoMO dengan *problematic social media use*. Meskipun kedua penelitian tersebut dilakukan dalam konteks media sosial, temuannya mendukung penjelasan bahwa perbandingan sosial dapat memperkuat FoMO dalam aktivitas digital. Dalam penelitian ini, mekanisme tersebut dapat tercermin pada dorongan pemain untuk membuka atau membeli loot box agar tidak merasa tertinggal dari pemain lain.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa FoMO berkaitan dengan keterlibatan individu dalam aktivitas digital. Individu dengan tingkat FoMO yang tinggi cenderung terus mengikuti informasi, aktivitas, dan pengalaman orang lain agar tidak merasa tertinggal. Dalam konteks loot box, kecenderungan tersebut dapat terlihat melalui dorongan pemain untuk mengikuti event, memperoleh item eksklusif, serta terus terlibat dengan fitur loot box yang tersedia dalam permainan.

Penelitian ini memiliki kelebihan karena mengangkat topik Loot Box Engagement yang masih relatif terbatas diteliti di Indonesia. Selain itu, penelitian ini menggunakan Self-Determination Theory dan Social Comparison Theory untuk memberikan penjelasan yang lebih komprehensif mengenai bagaimana FoMO dapat berperan terhadap keterlibatan pemain dalam aktivitas loot box. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya melihat loot box sebagai

fitur permainan, tetapi juga sebagai fenomena psikologis dan sosial yang berkaitan dengan kebutuhan psikologis, keterhubungan sosial, dan perbandingan dengan pemain lain.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, partisipan penelitian didominasi oleh laki-laki, sehingga hasil penelitian perlu diinterpretasikan secara hati-hati ketika digeneralisasikan kepada populasi yang lebih luas. Penelitian ini juga tidak melakukan analisis perbedaan berdasarkan jenis kelamin, sehingga belum dapat disimpulkan apakah laki-laki dan perempuan memiliki perbedaan dalam FoMO maupun Loot Box Engagement. Kedua, penelitian menggunakan metode self-report, sehingga data yang diperoleh bergantung pada persepsi, ingatan, dan kejujuran partisipan. Kondisi tersebut memungkinkan terjadinya bias respons atau ketidakakuratan dalam mengingat pengalaman membuka atau membeli loot box.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Fear of Missing Out (FoMO) berperan terhadap Loot Box Engagement pada pemain video game. Pemain dengan tingkat FoMO yang lebih tinggi cenderung memiliki keterlibatan yang lebih tinggi dalam aktivitas loot box. FoMO memberikan kontribusi sebesar 42,6% terhadap Loot Box Engagement, sedangkan sisanya berkaitan dengan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Temuan ini menunjukkan bahwa FoMO merupakan salah satu faktor psikologis yang relevan dalam memahami keterlibatan pemain terhadap loot box.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji variabel lain yang berpotensi berperan terhadap Loot Box Engagement, seperti impulsivitas, kontrol diri, motivasi bermain, tekanan sosial, atau kecenderungan perilaku perjudian. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan jumlah partisipan laki-laki dan perempuan yang lebih seimbang serta melakukan analisis tambahan untuk mengetahui perbedaan FoMO dan Loot Box Engagement berdasarkan jenis kelamin.

Bagi pemain game, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran terhadap dorongan FoMO ketika dihadapkan pada item eksklusif, event terbatas, atau penawaran loot box. Bagi pengembang game, hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan untuk merancang mekanisme loot box yang lebih etis dan bertanggung jawab, misalnya dengan memberikan informasi peluang hadiah secara transparan dan menyediakan fitur pembatasan pengeluaran.

REFERENSI

- Baeck, J., & Claeys, I. (2021). Restitution of money spent on loot boxes in video games? *Computer Law & Security Review*, 41, 105566.
- Baker, Z. G., Krieger, H., & LeRoy, A. S. (2016). Fear of missing out: Relationships with depression, mindfulness, and physical symptoms. *Translational Issues in Psychological Science*, 2(3), 275-282. <https://doi.org/10.1037/tps0000075>
- Brockmyer, J. H., Fox, C. M., Curtiss, K. A., McBroom, E., Burkhart, K. M., & Pidruzny, J. N. (2009). The development of the Game Engagement Questionnaire: A measure of engagement in video game-playing. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(4), 624-634.
- Dhir, A., Yossatorn, Y., Kaur, P., & Chen, S. (2018). Online social media fatigue and psychological wellbeing—A study of compulsive use, fear of missing out, fatigue,

- anxiety and depression. *International Journal of Information Management*, 40, 141–152. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2018.01.012.
- Elsayed, H. A. E. (2025). Fear of Missing Out and its impact: Exploring relationships with social media use, psychological well-being, and academic performance. *Frontiers in Psychology*.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Kaloeti, D. V. S., Kurnia, A. S., & Tahamata, V. M. (2021). Validation and psychometric properties of the Indonesian version of the Fear of Missing Out Scale in adolescents. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 6(1), 1-12.
- Li, W., Mills, D., & Nower, L. (2019). The relationship of loot box purchases to problem video gaming and problem gambling. *Addictive Behaviors*, 97, 27-34. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2019.05.016>
- Liesera, N., Tiatri, S., & Widiastuti, N. (2019). The Unhealthy Delights: Online Games–Does Personality Traits And Needs Satisfaction Plays A Role?. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 3(2).
- Nicklin, L. L., Spicer, S. G., Close, J., Parke, J., Smith, O., Raymen, T., Lloyd, H., & Lloyd, J. (2021). “It’s the attraction of winning that draws you in”: A qualitative investigation of reasons and facilitators for videogame loot box engagement in UK gamers. *Journal of Clinical Medicine*, 10(10), 2103. <https://doi.org/10.3390/jcm10102103>
- 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.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2017). *Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness*. Guilford Publishing.
- Servidio, R., Soraci, P., Griffiths, M. D., Boca, S., & Demetrovics, Z. (2024). Fear of missing out and problematic social media use: A serial mediation model of social comparison and self-esteem. *Addictive Behaviors Reports*, 19, 100536. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2024.100536>
- Steinberger, P., & Kim, H. (2023). Social comparison of ability and fear of missing out mediate the relationship between subjective well-being and social network site addiction. *Frontiers in Psychology*, 14, 1157489. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1157489>
- Zendle, D., & Cairns, P. (2018). Video game loot boxes are linked to problem gambling: Results of a large-scale survey. *PLoS ONE*, 13, e0206767. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0206767>
- Zendle, D., Meyer, R., Cairns, P., & Ballou, N. (2020). The prevalence of loot boxes in mobile and desktop games. *Addiction*, 115(9), 1768-1772. <https://doi.org/10.1111/add.14973>