

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Populasi manusia di dunia akan selalu mengalami perubahan di tiap generasi berikutnya. Perbedaan antar generasi muncul akibat pengalaman dari peristiwa-peristiwa tertentu yang dialami oleh sekelompok orang dalam kurun waktu yang sama. Karena hal tersebut, terbentuklah pengelompokan generasi yang diidentifikasi oleh beberapa ahli berdasarkan fenomena tersebut. Bencsik, dkk. (2016) mengelompokkan generasi menjadi enam kelompok yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Generasi paling muda yang baru memasuki angkatan kerja adalah generasi Z, disebut juga *iGeneration* atau generasi internet. Generasi Z mencakup individu yang lahir dalam periode 1995 hingga 2010. (Bencsik, dkk. 2016)

Generasi Z termasuk dalam salah satu generasi yang muncul di tengah pergantian teknologi dan pertumbuhan sosial yang pesat. Teknologi dengan berbasis digital mulai masuk ke dalam setiap aspek kehidupan manusia pada generasi ini yang lahir setelah munculnya internet, generasi Z merupakan generasi pertama yang sejak awal pertumbuhannya telah akrab dengan kemajuan teknologi (Deva, 2024). Generasi ini, yang juga dikenal sebagai post-millennial, mencakup generasi yang memiliki tahun lahir dari 1995 hingga 2010 (Bencsik, dkk. 2016). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Generasi Z saat ini terdiri dari individu yang berusia 15 hingga 30 tahun.

Generasi Z saat ini tumbuh dan berkembang dalam lingkungan komunikasi yang menggunakan fitur media baru yang dikenal sebagai internet. Fase-fase komunikasi ini tidak selalu sama setiap tahun, tetapi juga memiliki fase tertentu yang dibentuk oleh peristiwa dan pengalaman historis yang mereka alami. Perkembangan ini dipengaruhi oleh berbagai kemajuan teknologi, yang juga mempengaruhi sikap, nilai, dan perilakunya contohnya seperti munculnya sosial media di kehidupan yang sekarang (Nurlaila, 2024).

Media sosial merupakan sebuah platform daring yang memungkinkan individu untuk membangun dan mengelola profil dalam suatu sistem yang dapat diakses oleh masyarakat umum, serta melihat dan mengakses informasi koneksi orang lain (Cahyono, 2016). Selain hal tersebut, Mayfield (2008) menyatakan media sosial merupakan suatu platform yang dapat diakses dengan mudah untuk mendistribusikan informasi, berinteraksi, dan membangun koneksi dengan orang lain. Beberapa contoh media sosial yang umum digunakan antara lain: blog, platform jejaring sosial seperti ensiklopedia, forum diskusi online, serta dunia virtual dengan representasi karakter tiga dimensi. Dari penjelasan ini disimpulkan bahwa media sosial adalah salah satu media antar individu untuk membangun komunikasi bersama individu yang lain. Media sosial juga memungkinkan orang berinteraksi, bekerja sama dan mempresentasikan diri.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa kelompok usia 16-30 tahun merupakan pengguna media sosial terbesar. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) per maret 2023, sebanyak 94,16% dari kelompok usia tersebut telah menggunakan internet dalam kurun waktu tiga bulan terakhir, dan 84,37% salah satunya adalah memanfaatkan internet untuk mengakses berbagai platform media sosial. (Databoks Katadata, 2024). Menurut sumber yang sama, penetrasi berdasarkan gender atau jenis kelamin pada tahun 2022-2023 adalah 79,32 % dari total populasi laki-laki dan 77,36% dari total populasi perempuan di Indonesia (APJII, 2023). Berdasarkan laporan terkini dari We Are Social dan Hootsuite, per Januari 2023 jumlah pengguna internet di seluruh dunia telah mencapai 5,16 miliar orang. Jumlah tersebut mencakup sekitar 64,4% dari total populasi global yang diperkirakan mencapai 8,01 miliar jiwa.

Pada era globalisasi internet sekarang, dari semua kalangan umur sudah sangat akrab dengan teknologi masa kini yang digunakan untuk menggunakan perangkat untuk mengakses data dari seluruh dunia yang disebut dengan *gadget*. *Gadget* merupakan salah satu produk yang dihasilkan dari kemajuan teknologi saat ini yang menyasar ke semua kalangan (Sapta, 2019). Adanya kemudahan seperti ini, menimbulkan dampak secara positif maupun negatif.

Gadget memberi kemungkinan untuk penggunanya terhubung ke dunia digital, Mempermudah pencarian informasi, berinteraksi dengan orang lain, serta melakukan berbagai aktivitas secara online.(Mulyani, 2022). Namun, penggunaan gadget yang melebihi kapasitasnya dapat menimbulkan pengaruh buruk terhadap kesehatan jasmani dan psikologis. Penggunaan *gadget* yang berlebihan dapat meningkatkan kecemasan, depresi, dan stress. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti tekanan untuk tetap terhubung ke dunia digital, mempertahankan *game online* dan terus mengecek informasi terbaru yang diterima oleh perangkat (Syifa dkk., 2019). Fakta ini diungkapkan dalam hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Wegman dkk. (2017) menyatakan bahwa masyarakat saat ini mengalami ketakutan atas kehilangan berbagai aktivitas dan pengalaman, serta interaksi dengan kawan kelompoknya.

Adanya kemudahan akses terhadap internet dan gawai memicu mereka untuk terus terhubung dengan aktiitas dilakukan orang lain di sosial media, yang pada akhirnya menimbulkan kecemasan dalam diri sendiri dan berujung pada situasi takut akan kehilangan momen tertentu. Fenomena ini sering disebut dengan *Fear of Missing Out* (FoMO). Fenomena ini tergambarkan melalui pengumpulan data awal yang peneliti lakukan, dimana ditemukan sebagian besar responden mengaku pernah mengalami FoMO. Data tersebut dapat dilihat dari diagram berikut ini:



Gambar 1.1 Diagram Pie Pengalaman FoMO

Temuan ini juga didukung oleh respon salah satu subjek yang memiliki pengalaman FoMO melalui kuesioner. Ia menyatakan bahwa:

“... salah satu contohnya adalah ketika saya ingin membeli barang yang sedang tren dan banyak digunakan oleh teman saya dan saya menginginkannya. maka saya memutuskan untuk membelinya, dengan syarat saya harus menghasilkan uang itu sendiri dengan cara bekerja dan tidak meminta pada orang tua...” (Tm, 20 tahun, 20 November 2023)

Menurut Przybylski, dkk. (2013) Fear of Missing Out (FoMO) adalah perasaan takut kehilangan momen penting yang berarti bagi individu atau kelompok lain, di mana mereka tidak dapat terlibat di dalamnya dan biasanya seseorang yang mengalami fenomena ini ditandai dengan timbulnya keinginan untuk selalu terhubung dengan aktivitas yang dilakukan oleh orang lain melalui internet di dunia digital..

Sejak awal kemunculannya perasaan Fear of Missing Out (FoMO) sangat prevalen di lingkungan Generasi Z yang mencakup individu berusia 15-30 tahun pada tahun 2024. Penelitian oleh Khairani, dkk. (2022) mengidentifikasi bahwa kelompok usia yang paling banyak merasakan Fear of Missing Out (FoMO) adalah individu pada masa transisi dari remaja awal yaitu sekitar usia 19 hingga 25 tahun. Tingkat FoMO tertinggi pada kelompok usia ini disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk penggunaan internet dan platform media sosial yang secara intensif serta ketergantungan pada perangkat digital untuk tetap terhubung dengan lingkungan sosial mereka. Pada usia ini, individu cenderung lebih sering menggunakan platform media sosial, baik untuk keperluan pribadi maupun profesional, yang meningkatkan kecemasan mereka akan kehilangan informasi atau peristiwa penting yang terjadi di sekitar mereka.

Penelitian lain oleh Savitri, J. A. (2019) juga mengungkapkan bahwa kelompok usia yang paling sering mengalami Fear of Missing Out (FoMO) adalah 18 hingga 25 tahun. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan yang negatif antara FoMO dan kesejahteraan psikologis pada pengguna media sosial pada rentang usia tersebut. Individu yang merasakan FoMO dalam

tingkat yang lebih tinggi cenderung memiliki kesejahteraan psikologis yang lebih rendah. FoMO berkontribusi terhadap kesejahteraan psikologis sebesar 9,9%, menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat FoMO yang dirasakan oleh seseorang, semakin besar kemungkinan mereka mengalami penurunan dalam kesejahteraan psikologis.

Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku FOMO lebih sering dialami oleh individu berusia sekitar 15-30 tahun karena mereka berada dalam fase kehidupan yang sangat dinamis dengan perubahan dan perkembangan yang cepat. Ketergantungan mereka pada media sosial yang digunakan untuk tetap terhubung dan mendapatkan pengakuan sosial membuat mereka lebih rentan terhadap FOMO.

Fear of Missing Out (FoMO) yang disebabkan oleh penggunaan media sosial secara intensif memunculkan respon emosional yang signifikan di antara mereka. Penelitian menunjukkan bahwa generasi Z sering merasa cemas dan tertekan ketika melihat teman-teman mereka memposting momen-momen yang tampak sempurna di platform jejaring sosial seperti Instagram dan Facebook. Hal ini membuat mereka merasa tertinggal atau tidak cukup baik yang pada akhirnya berdampak pada kesejahteraan mental mereka. (Fadilah, 2021).

Hal ini sejalan dengan temuan dari wawancara yang telah dilakukan oleh penulis dengan salah satu responden yang memiliki pengalaman FoMO. Berikut kutipan wawancara responden yang dimaksud:

“.....Saya juga merasa sedikit minder karena tidak tahu apa yang sedang dibicarakan oleh orang-orang di sekitar saya, di saat seperti itu saya biasanya segera mencari tahu tentang tren tersebut di media sosial. Saya mengikuti akun-akun yang sering update tentang tren terbaru dan bertanya kepada teman-teman saya tentang tren tersebut....” (Eo, 22 tahun, 13 juli 2024)

Keterhubungan konstan dengan teknologi dan media sosial menyebabkan Generasi Z sering kali membandingkan diri mereka dengan orang lain yang meningkatkan perasaan tidak puas dan tekanan sosial. Fenomena ini memicu berbagai respon emosional, mulai dari rasa cemas dan stres hingga dorongan untuk mengikuti tren terbaru agar tetap relevan dan diterima dalam komunitas mereka (We Are Social, 2024).

Hal ini sejalan dengan temuan dari wawancara yang telah dilakukan oleh penulis dengan salah satu responden yang memiliki pengalaman FoMO. Berikut kutipan wawancara responden yang dimaksud:

“.....beberapa kali mungkin hampir setiap saat saya menemukan tempat baru yang sedang lewat di beranda tiktok saya itu membuat saya mengunjungi tempat tersebut secara langsung...” (Eo, 21 Tahun, 16 November 2023)

Selain itu, dari hasil kuesioner data awal yang dilakukan oleh penulis dengan 15 responden yang memiliki kriteria usia 18 - 30 tahun dan memiliki sosial media, ditemukan bahwa sebagian besar (46,7%) responden mengalami FoMO berupa membeli makanan/minuman yang sedang viral seperti diagram berikut:



Gambar 1.2 Diagram Pie Bentuk Perilaku FoMO

Menurut Przybylski dkk. (2013), *Fear of Missing Out* (FoMO) membuat seseorang memiliki perasaan untuk selalu mencontoh apa yang dilakukan oleh orang lain, sehingga orang yang mengalami fenomena FoMO melihat media sosial yang dianggap menarik, ditandai dengan keinginan untuk terus mengikuti serta mengetahui aktivitas orang lain di dunia maya.

Fear of Missing Out (FoMO) merupakan fenomena yang dapat berpengaruh negatif, tidak hanya pada kehidupan sosial namun juga finansial terutama dalam konteks festival musik. Di Provinsi Jambi, hal ini menjadi semakin jelas terlihat ketika ada acara musik besar yang dipromosikan secara intensif di media sosial. Individu yang melihat teman-teman atau kenalan mereka

membagikan momen-momen dari festival tersebut merasa cemas dan tertekan karena takut melewatkan pengalaman yang dianggap penting atau menyenangkan. Penelitian oleh Bella et al. (2021) menunjukkan bahwa perasaan FOMO yang dipicu oleh media sosial dapat berdampak buruk pada kesejahteraan mental, mengakibatkan stres dan kecemasan yang berkelanjutan di kalangan pengguna.

Ningtyas (2020) menyebutkan bahwa dampak lain negatif finansial dari FoMO adalah ketika seseorang merasa perlu untuk membeli produk yang sedang populer saat ini. Dampak negatif FoMO dapat mengakibatkan seseorang untuk cenderung bersikap konsumtif atau membelanjakan uang untuk kebutuhan yang tidak mendesak dan berujung pada resiko seseorang tersebut untuk mengajukan hutang untuk menghapus kecemasan dan ketakutan akan kehilangan sesuatu dan mencukupi keinginannya (Ningtyas, 2020).

Bella dkk. (2021) menyebutkan bahwa adapun dampak terburuk dari fenomena Fear of Missing Out (FoMO) diantaranya menerima informasi dalam jumlah yang berlebihan, terutama karena banyaknya data yang beredar dapat membawa risiko kesulitan dalam membedakan antara informasi yang valid dan yang keliru. Selain itu, kelebihan informasi dapat menyebabkan kelelahan mental. Dampaknya tidak hanya pada level kognitif, tetapi juga berpengaruh terhadap kesehatan mental, seperti perubahan mood, perasaan kesepian, rendahnya kepercayaan diri, kecemasan, serta beban psikologis. Selain itu, penerimaan berlebihan terhadap berita dan data dapat menyebabkan rasa terkendala dan kelelahan baik secara fisik maupun mental (Bella dkk. 2021).

Hal ini sejalan dengan temuan dari wawancara yang telah dilakukan oleh penulis dengan salah satu responden yang memiliki pengalaman FoMO. Berikut kutipan wawancara responden yang dimaksud:

“.....terkadang untuk mengikuti tren dan gaya hidup teman-teman saya, saya sering kali menghabiskan uang lebih dari yang seharusnya. Saya mengambil kredit untuk membeli barang-barang mewah dan mengikuti gaya hidup yang sebenarnya tidak bisa saya pertahankan dalam jangka panjang. Ini membuat kondisi keuangan saya sering tidak stabil.....” (RN, 21 tahun, 10 juli 2024)

Melihat dampak negatif dari sikap *Fear of Missing Out* (FoMO), maka penting untuk mendalami bagaimana Generasi Z merespons fenomena FoMO, baik dalam konteks penggunaan media sosial maupun dalam kehidupan sehari-hari mereka. Ketidaksetaraan informasi antara kehidupan *online* dan kehidupan nyata menciptakan tekanan sosial untuk selalu terlibat dengan semua berita terkini. Keterlibatan konstan dalam media sosial memicu perbandingan sosial dan kecemasan akan ketinggalan pengalaman menarik. Untuk mengatasi FoMO, individu perlu mengadopsi sikap yang lebih realistis terhadap media sosial, menyadari bahwa apa yang ditampilkan tidak selalu mencerminkan kehidupan sebenarnya. Selain itu, menetapkan batasan waktu untuk penggunaan media sosial, fokus pada pencapaian pribadi, dan memprioritaskan koneksi sosial dalam kehidupan nyata dapat membantu mengurangi tekanan FoMO.

Fear of Missing Out (FoMO) dapat diatasi salah satunya melalui penerapan *Joy of Missing Out* (JoMO) yakni suatu respon puas dan bahagia seseorang untuk bisa menghargai hidup diri sendiri tanpa membandingkan dengan hidup orang lain memberikan kesempatan untuk melepaskan ketergantungan pada teknologi untuk menciptakan ruang bagi kebahagiaan sehingga memungkinkan munculnya energi positif untuk menjalani kehidupan tanpa teknologi (Jacobsen, 2021). Salah satu pendekatan untuk memperkuat JoMO adalah dengan memprioritaskan kebutuhan pribadi dan hasil introspeksi diri yang memungkinkan seseorang untuk dapat memahami kebutuhan, minat, dan nilai-nilai yang sesungguhnya penting bagi diri sendiri (Jacobsen, 2021). Maka itu, untuk dapat mencapai JoMO, individu perlu memiliki gambaran tentang dirinya sendiri dahulu, seperti apa yang menjadi kebutuhan dan yang menjadi prioritas baginya.

Joy of Missing Out (JoMO) memberikan kesempatan untuk dapat mengembangkan keterampilan manajemen waktu dan pengambilan keputusan yang efektif untuk membantu seseorang dalam mengenali kesempatan yang benar-benar bermakna dan relevan dengan tujuan hidup agar dapat memperkecil rasa cemas atau kekhawatiran yang muncul dari fenomena FoMO. Dalam artian lain, JoMO memberikan pemahaman bahwa kebahagiaan sejati tidak selalu terletak pada keterlibatan dalam setiap kegiatan atau interaksi sosial, tetapi juga pada ketenangan batin dan kepuasan dalam momen-momen ketenangan.

Berdasarkan dari fenomena dan uraian latar belakang masalah yang telah disampaikan sebelumnya, maka peneliti mengambil sebuah judul Gambaran Perilaku Fear of Missing Out (FOMO) pada Generasi Z di Provinsi Jambi. Penelitian sebelumnya telah mencoba untuk memahami dampak FoMO pada Generasi Z, tetapi masih ada kebutuhan untuk menggali lebih dalam perilaku-perilaku seperti apa yang mencerminkan FoMO, serta faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas dan dampaknya.

Penelitian ini bertujuan untuk mendalami pemahaman tentang perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) pada generasi ini serta faktor dan bentuknya di Provinsi Jambi. Serta mungkin memberikan wawasan yang berguna dalam merancang pendekatan yang lebih efektif dalam pengelolaan penggunaan media sosial dan mengurangi dampak negatifnya pada generasi ini. Selain itu, temuan dalam penelitian ini dapat berkontribusi terhadap pengembangan kajian literature dan pemahaman mengenai interaksi antara generasi milenial dan teknologi digital yang terus berkembang pesat.

1.1 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimanakah Gambaran Perilaku *Fear Of Missing Out* (FoMO) Pada Generasi Z Di Provinsi Jambi?

1.2 Tujuan Penelitian

1.2.1 Tujuan Umum

Adapun dari tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui Gambaran Perilaku *Fear Of Missing Out* (FOMO) Pada Generasi Z Di Provinsi Jambi.

1.2.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkatan Perilaku Fear of Missing Out (FOMO) yang dialami oleh Generasi Z di Provinsi Jambi.
2. Untuk mengetahui bentuk FoMO, perasaan yang dirasakan saat mengalami FoMO, pikiran yang muncul saat mengalami FoMO, perilaku saat

mengalami FoMO, situasi dan waktu yang sering memicu terjadinya FoMO, manfaat yang dirasakan saat mengalami FoMO, dampak negatif akibat FoMO, cara mengatasi FoMO, serta pertimbangan dan peran lingkungan dalam mengambil keputusan sehari-hari yang dialami oleh Generasi Z di Provinsi Jambi.

1.3 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat yaitu sebagai berikut;

1.3.1 Manfaat Teoritis

1. Diharapkan hasil penelitian ini akan memberikan informasi dan ilmu pengetahuan tentang Gambaran Perilaku Fear of Missing Out (FOMO) yang dialami oleh Generasi Z di Provinsi Jambi.
2. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan penelitian sebelumnya tentang Gambaran Perilaku Fear of Missing Out (FOMO) yang dialami oleh Generasi Z di Provinsi Jambi.
3. Diharapkan hasil penelitian ini akan membantu siswa memahami Gambaran Perilaku Fear of Missing Out (FOMO) yang dialami oleh Generasi Z di Provinsi Jambi.

1.3.2 Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan tambahan informasi terkait Gambaran Perilaku Fear of Missing Out pada Generasi Z di Provinsi Jambi.
2. Informasi mengenai Gambaran Perilaku Fear of Missing Out pada Generasi Z dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai gambaran perilaku, faktor beserta tingkatan fenomena FoMo berdasarkan pengalaman.
3. Untuk menambah ilmu pengetahuan dan khazanah keilmuan lainnya terkait dengan fenomena Fear of Missing Out yang bermanfaat untuk proses pembelajaran sebagai ilmuwan psikologi kedepannya.
4. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya yang membahas mengenai gambaran perilaku Fear of Missing Out (FoMO) pada Generasi Z serta variabel psikologis lain yang relevan dan

ditemukan dalam penelitian ini.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan berjudul Gambaran perilaku Fear of Missing Out (FOMO) yang dialami oleh Generasi Z di Provinsi Jambi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti sejauh mana Generasi Z memiliki kesadaran akan keberadaan fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam kehidupan sehari-hari mereka serta apa saja faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya perilaku FoMO pada Generasi Z di Kota Jambi.

Penelitian ini akan melibatkan partisipan Generasi Z di Provinsi Jambi dengan kategori umur 15 – 30 tahun dan aktif dalam bermain social media yang secara sukarela berbagi pengalaman dan pandangan mereka terkait *fenomena Fear of Missing Out* (FoMO). Pemilihan kelompok usia ini didasarkan pada karakteristik mereka yang cenderung sangat aktif di media sosial, yang menjadi salah satu pendorong utama fenomena FoMO.

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif deskriptif dalam proses pengumpulan dan analisis data. Metode tersebut dipilih karena memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menggambarkan karakteristik dan perilaku FoMO secara objektif dan sistematis melalui pengumpulan data yang terstruktur. Data akan dikumpulkan menggunakan kuesioner yang didistribusikan kepada sampel yang representatif dari populasi Generasi Z di Provinsi Jambi.

Skala yang diterapkan dalam penelitian ini merupakan skala *Fear of Missing Out* (FoMO) yang dirancang oleh Przybylski, dkk. (2013) dan kemudian dikembangkan oleh Kaloeti, Kurnia, dan Tahamata pada tahun 2021. Skala ini mencakup dimensi *Fear of Missing Out* (FoMO) yang terdiri dari 2 aspek yaitu tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *relatedness* dan *self* dalam format Skala Likert yang telah diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia.

1.5 Keaslian Penelitian

Beberapa penelitian sebelumnya digunakan sebagai tinjauan dan perbandingan penelitian ini, yang nantinya akan membedakan penelitian yang akan dilakukan, akan mengungkap keaslian penelitian ini. Berikut ini adalah penjelasan penelitian yang terkait:

Tabel 1.1 Penelitian yang Relevan

No	Judul Peneliti	Nama Peneliti	Variabel	Hasil penelitian
1	Fenomena Fear of Missing Out Pada Generasi Z Pengguna Media Sosial Instagram	Widiyanti, Gushenalti, Dionni Ditya Perdana	FoMO	Fenomena FoMO terjadi pada mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu yang aktif menggunakan Instagram. FoMO ditunjukkan dengan rasa takut tertinggal, kecemasan, ketidakpuasan, dan kegelisahan. Faktor penyebab FoMO meliputi kecenderungan penggunaan media sosial yang berlebihan, intensitas penggunaan internet, serta keinginan untuk tetap terhubung dengan orang lain melalui media sosial.
2	Gambaran Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) pada Generasi Z di Kalangan Mahasiswa	Andi Cahyadi	FoMO	
3	Perilaku Fear of Missing Out (FoMO) Pada Mahasiswa Pengguna TikTok	Utami Niki Kusaini, Lusiana Wulandari, Reski Raja Guk Guk, Bellin Dwi Indah Cahya, Devi Fitriana, Muhammad Regilsa, Devi Anggraini, Vivi Oktaviana, Muhammad Alridho Lubis, Muhammad Ferdiansyah	FoMO	Mahasiswa yang mengalami FoMO cenderung menghabiskan lebih banyak waktu di TikTok, mengalami tingkat stres yang lebih tinggi, dan memiliki kinerja akademik yang lebih rendah. Diperlukan strategi pengelolaan waktu yang efektif dan peningkatan literasi digital untuk mengurangi dampak negatif dari penggunaan media sosial.

4	Menilik Fenomena Fear of Missing Out pada Mahasiswa Uniersitas Muhammadiyah Riau	Fitria Mayasari, Nurrahmi	FoMO	Penelitian ini mengungkapkan bahwa mahasiswa UMRI yang mengalami FoMO cenderung menggunakan media sosial secara berlebihan, bahkan hingga mencapai lebih dari 10 jam per hari. Kondisi ini memicu ketakutan untuk ketinggalan informasi atau momen penting yang terjadi di lingkungan sosial mereka. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor lingkungan—seperti kebiasaan teman-teman sekitarnya yang juga aktif di dunia maya—berperan penting dalam memperkuat fenomena FoMO. Mahasiswa pun merasa kurang puas dengan kehidupan nyata mereka karena selalu membandingkan diri dengan apa yang terlihat di media sosial.
5	Gambaran Fear of Missing Out pada Remaja di Kota Makassar	Ekasriwahyuningsih Siregar, Sitti Syawaliyah Gismin, Nurhikmah	FoMO	Penelitian ini menemukan bahwa 41,1% remaja di Makassar memiliki tingkat FoMO sedang, sedangkan 11,5% masuk dalam kategori sangat tinggi. FoMO disebabkan oleh keinginan untuk tetap terhubung dengan media sosial, takut ketinggalan informasi, dan tekanan sosial untuk mengikuti tren. Akibatnya, remaja mengalami kecemasan, gangguan tidur, dan ketergantungan berlebihan pada media sosial. Studi ini menegaskan bahwa FoMO berkaitan dengan kurangnya kepuasan hidup, mood yang rendah, serta dorongan untuk selalu mengecek media sosial setiap saat.

Sebagaimana ditampilkan dalam Tabel 1.1, terdapat beberapa penelitian yang telah dijelaskan dan memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan, baik dari durasi, subjek, maupun lokasi penelitian. Maka dapat dikatakan bahwa penelitian ini memiliki beberapa perbedaan dari penelitian sebelumnya. Fokus penelitian ini adalah generasi Z yang memiliki umur 15-30 tahun yang berada di Provinsi Jambi. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini merupakan skala Fear of Missing Out (FoMO) yang dirancang oleh Przybylski, dkk. (2013) dan kemudian dikembangkan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang sesuai.

Beberapa hal yang telah disebutkan di atas memberikan bukti bahwa penelitian ini adalah asli dan dibuat oleh peneliti sendiri; ini menunjukkan bahwa penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya.