

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Tempat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan perilaku Fear of Missing Out (FoMO) pada Generasi Z di Provinsi Jambi. Partisipan yang turut serta dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria sampel yang telah ditetapkan sebelumnya, dengan syarat bahwa mereka bersedia untuk turut serta dalam penelitian. Responden penelitian ini adalah individu yang termasuk dalam kategori Generasi Z, berusia antara 15 hingga 30 tahun, memiliki pengalaman terkait FoMO, serta memiliki akun media sosial dan berdomisili di Provinsi Jambi.

Berdasarkan asesmen yang telah dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa mayoritas Generasi Z di Provinsi Jambi menunjukkan kecenderungan yang tinggi untuk tidak ingin melewatkan hal-hal yang sedang populer atau menjadi tren di lingkungan sosial mereka. Fenomena ini menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki perhatian yang besar terhadap informasi terkini, terutama yang berkaitan dengan aktivitas teman sebaya, media sosial, serta berbagai aspek budaya populer lainnya. Hal ini menjadi salah satu karakteristik utama Generasi Z yang dikenal sebagai generasi yang sangat terhubung dengan teknologi dan memiliki rasa keingintahuan terhadap peristiwa yang berlangsung di sekitar mereka.

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner daring yang difasilitasi oleh platform Google Form. Kuesioner tersebut dirancang untuk menggali informasi mengenai kecenderungan perilaku *Fear of Missing Out (FoMO)* pada Generasi Z dengan mencakup sejumlah pertanyaan yang berkaitan dengan pengalaman dan kebiasaan mereka dalam mengikuti tren atau aktivitas sosial tertentu. Peneliti menyasar Generasi Z dari berbagai daerah dan kabupaten di wilayah Provinsi Jambi dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas dan representatif terkait fenomena ini. Penyebaran data dilakukan mulai pada tanggal 05 Desember 2024 dan berakhir pada tanggal 06 Desember 2024.

4.2 Perancangan Alat Ukur Final

1. Adaptasi Alat Ukur

Penelitian ini menggunakan hasil adaptasi dari alat ukur yang dikembangkan oleh Przybylski, dkk. (2013) sebagai dasar pengukuran. Tahap pertama dalam perancangan alat ukur adalah melakukan adaptasi terhadap alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini.

2. Penerjemahan dan *Back-Translation*

Proses selanjutnya adalah penerjemahan alat ukur ke dalam bahasa Indonesia. Penerjemahan dilakukan oleh penerjemah tersumpah untuk memastikan keakuratan terjemahan. Setelah itu, proses *back-translation* dilakukan, yaitu menerjemahkan kembali alat ukur yang telah diterjemahkan ke dalam bahasa sumber (bahasa Inggris) oleh penerjemah yang berbeda. Proses ini bertujuan untuk meminimalisir kesalahan terjemahan dan memastikan bahwa makna dari setiap item dalam alat ukur tidak mengubah makna aslinya.

3. Uji Keterbacaan

Uji keterbacaan dilakukan untuk memastikan bahwa semua item dalam alat ukur mudah dipahami oleh responden. Dalam tahap ini, instrumen akan diuji untuk melihat apakah bahasa yang digunakan dalam pertanyaan atau pernyataan cukup jelas dan mudah dimengerti oleh berbagai kelompok umur atau latar belakang pendidikan yang beragam.

4. Uji Coba Alat Ukur

Tahap berikutnya adalah melakukan uji coba alat ukur kepada sekelompok responden yang sesuai dengan kriteria. Uji coba ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah instrumen dapat dipahami dengan baik oleh responden. Pada tahap ini, respons dari peserta akan dianalisis untuk mengidentifikasi apakah ada bagian dari alat ukur yang membingungkan atau tidak relevan.

5. Uji Validitas dan Reliabilitas

Setelah uji coba dan uji keterbacaan, langkah selanjutnya adalah melakukan uji validitas dan reliabilitas alat ukur. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen dapat mengukur apa yang seharusnya diukur, sementara uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen memberikan hasil yang konsisten jika digunakan berulang kali. Alat ukur yang valid dan reliabel akan memberikan hasil yang akurat dan dapat dipercaya.

6. Hasil Akhir

Hasil akhir dari proses adaptasi dan pengujian alat ukur menunjukkan bahwa instrumen yang telah disesuaikan dapat dipahami dengan baik oleh responden dan tetap mempertahankan makna asli dari alat ukur yang dikembangkan oleh Przybylski, dkk. (2013). Oleh karena itu, alat ukur ini dinyatakan layak digunakan dalam konteks penelitian di Indonesia.

4.2.1 Skala Fear of Missing Out

Pengembangan skala *fear of missing out* dimulai dengan merumuskan dasar teori sebagai pedoman dalam menyusun konstruksi alat ukur. Penelitian ini didasarkan pada teori *fear of missing out* yang dikemukakan oleh Przybylski (2013) dengan 2 aspek FoMO yakni *relatedness* dan *self*, yaitu kebutuhan seseorang untuk senantiasa merasa terhubung dengan orang lain maupun kelompok yang menyebabkan kecemasan apabila kebutuhan tersebut kurang terpenuhi.

1. Uji Daya Beda Aitem

Skala *fear of missing out* yang telah dikembangkan selanjutnya di uji cobakan kepada 41 responden Gen Z di Provinsi Jambi. Berdasarkan hal tersebut, diperoleh indeks daya beda item yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.1 Hasil Indeks Daya Beda Aitem Skala *Fear of Missing Out*

Nama Aitem	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
X1	0.744	Valid
X2	0.867	Valid
X3	0.641	Valid
X4	0.730	Valid
X5	0.809	Valid
X6	0.821	Valid
X7	0.861	Valid
X8	0.780	Valid
X9	0.870	Valid
X10	0.836	Valid

Berdasarkan table 4.1 dari total 10 aitem yang sudah diuji coba oleh peneliti, semua aitem memiliki nilai koefisien di atas 0,200. Maka diperoleh 10 aitem dengan kategori valid yang dapat digunakan karena mempunyai nilai indeks diskriminasi $>0,200$.

2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha untuk skala Fear of Missing Out disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.2 Tabel Reliabilitas Skala *Fear of Missing Out* final

Alat ukur	Jumlah aitem	<i>Cronbach's Alpha</i>
Skala <i>fear of missing out</i>	10	0,949

Hasil uji reliabilitas (tabel 4.2) Pada skala *Fear of Missing Out* instrumen ini memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,949 yang menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat baik. Nilai ini mengindikasikan bahwa skala tersebut memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi karena memiliki koefisien hasil uji Cronbach Alpha sebesar 0,949 ($p>0,80$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan jika alat ukur ini dapat digunakan sebagai instrumen yang konsisten dalam mengukur konstruk FoMO.

4.3 Uji Normalitas

Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov diterapkan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi apakah data yang diperoleh mengikuti distribusi normal. Data dianggap terdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Berikut ini adalah hasil dari uji normalitas yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas Data

<i>Fear of Missing Out</i>	Nilai Signifikansi (p)	Keterangan
145	0.200	Normal

Sumber: Output Data SPSS 25

Pada tabel 4.3 Hasil uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa data pada variabel Fear of Missing Out terdistribusi secara normal.

4.4 Deskripsi Responden Penelitian

Peneliti berhasil mengumpulkan sebanyak total 181 responden. Selanjutnya, peneliti menyaring kembali data responden yang dianggap valid dan dapat digunakan dalam analisis data penelitian. Sebanyak 145 data responden yang valid berhasil didapatkan dari proses penyaringan ini. Data yang dianggap valid adalah data para responden yang menyatakan pernah mengalami FoMO pada kuesioner penelitian, dan data responden yang menjawab seluruh pernyataan pada item kontrol sesuai dengan instruksi.

Responden penelitian merupakan Gen Z dengan usia 15-30 tahun yang berdomisili di Provinsi Jambi dan memiliki pengalaman terkait perilaku *fear of missing out*. Berikut merupakan data distribusi karakteristik responden dalam penelitian ini yang terdiri dari jenis kelamin, usia, dan domisili.

4.4.1 Jenis Kelamin Responden

Dalam penelitian mengenai Fear of Missing Out (FoMO), hasil menunjukkan bahwa partisipan perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki disajikan dalam table berikut;

Tabel 4.4 Pengelompokan Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin	Jumlah responden	Persentase
Laki – laki	10	6,90%
Perempuan	135	93,10%
Total	145	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil penelitian menunjukkan bahwa distribusi berdasarkan jenis kelamin Generasi Z yang mengalami Fear of Missing Out (FoMO) di Provinsi Jambi didominasi oleh perempuan, dengan jumlah responden sebanyak 77 orang (93,10%), sementara laki-laki sebanyak 6,90%.

4.4.2 Usia Responden

Jumlah total responden dalam penelitian ini adalah 145 orang yang terdiri dari berbagai kelompok usia dalam generasi Z. Dari total responden dibagi menjadi 3 kelompok usia berdasarkan tingkatan usia perkembangan Hurlock (2023) yaitu remaja pertengahan (15 -18 tahun), remaja akhir (18-21 tahun) dan dewasa awal (21-40 tahun) yang kemudian disajikan dalam bentuk table di bawah;

Tabel 4.5 Pengelompokan Usia Responden

Kategori usia	Jumlah responden	Persentase
remaja pertengahan (15 -18 tahun)	25	17,24%
remaja akhir (18-21 tahun)	77	53.10%
dewasa awal (21-30 tahun)	43	29.65%
Total	145	100%

Sumber; Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Pengelompokan Usia Responden

Hasil penelitian menunjukkan distribusi usia responden Generasi Z yang mengalami *Fear of Missing Out* (FoMO) di Provinsi Jambi berada dalam rentang remaja akhir (15 -18 tahun) dengan mayoritas responden sebanyak 77 orang (53.10%), diikuti dewasa awal (21-30 tahun) sebanyak 43 orang (29.65%), dan remaja pertengahan (15 -18 tahun) tahun sebanyak 25 orang (17.24%).

4.4.3 Domisili Responden

Penelitian ini melibatkan 145 responden dari generasi Z yang berada di Provinsi Jambi yang tersebar di 11 kabupaten/kota. Data mengenai domisili responden diperoleh untuk memahami variasi distribusi geografi dalam kaitannya dengan fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) di kalangan Gen Z. Tabel berikut menunjukkan distribusi responden berdasarkan kabupaten/kota yang ada di Provinsi Jambi:

Tabel 4.6 Pengelompokan Domisili Responden

Kabupaten/Kota	Jumlah responden	Persentase
Kota Jambi	71	48.97%
Muaro Jambi	34	23.45%
Batanghari	7	4.83%
Kerinci	1	0.69%
Tebo	5	3.45%
Sarolangun	3	2.07%
Merangin	6	4.14%
Bungo	3	2.07%
Tanjung Jabung Barat	6	4.14%
Tanjung Jabung Timur	7	4.83%
Sungai Penuh	3	2.07%
Jumlah Total	145	100

Sumber; Hasil Pengolahan Data Berdasarkan Pengelompokan Domisili Responden

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa mayoritas responden berasal dari Kota Jambi, dengan jumlah 71 responden, yang mencakup 48,97% dari total sampel.

4.5 Hasil Analisis Deskriptif Data

Deskripsi data diperlukan untuk memastikan bahwa hasil yang diperoleh menggambarkan kondisi responden dengan akurat sehingga setiap variabel dapat menunjukkan jawaban yang relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian.

4.5.1 Hasil Analisis Deskriptif Data *Fear of Missing Out*.

Fear of missing out merupakan variabel utama pada penelitian ini. Hasil analisis deskriptif data skala *fear of missing out* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7 Hasil Deskriptif Data Variabel Fear of Missing Out

<i>Fear Of Missing Out</i>	Range	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi	
	145	36	14	50	32.37	6.682

Sumber; Output SPSS 25

Pada table 4.10 dapat dilihat bahwa deskripsi data dalam penelitian variabel fear of missing out memiliki nilai range sebesar 36, nilai minimum 14, nilai maksimum 50, nilai mean atau rata-rata sebesar 32,37 dan standar deviasi sebesar 6.682. Selanjutnya, data akan dikelompokkan ke dalam beberapa kategori dengan tujuan untuk mengklasifikasikan individu berdasarkan tingkat klasifikasi yang sesuai dengan kontinuitas atribut yang diukur. Kategori yang diperoleh dari analisis deskriptif data akan dijelaskan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.8 Kategori Data Variabel Fear of Missing Out

Rentang Nilai	Kategori	Frekuensi	Presentase
X < 25	Rendah	19	13.1%
25 ≤ X < 39	Sedang	98	67.6%
39 ≤ X	Tinggi	28	19.3%

Sumber: Output SPSS 25

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat FOMO (Fear of Missing Out) di Provinsi Jambi sebagian besar berada pada kategori sedang dengan 98 responden (67.6%), diikuti kategori tinggi sebanyak 28 responden (19.3%), dan kategori rendah sebanyak 19 responden (13.1%). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Jambi mulai merasakan pengaruh media sosial, dalam bentuk dorongan untuk mengikuti tren (perasaan FoMO). Faktor seperti keterbatasan akses internet di beberapa daerah, budaya interaksi sosial langsung yang masih kuat, serta fokus pada aktivitas sehari-hari membuat tingkat FOMO tidak terlalu tinggi. Responden dengan FOMO kategori tinggi biasanya adalah mereka yang lebih aktif menggunakan media sosial, sedangkan kategori rendah cenderung berasal dari kelompok dengan paparan media sosial yang minim.

A. Deskripsi Hasil Data Relatedness

Berikut hasil analisis deskriptif dimensi relatedness pada variabel *fear of missing out*.

Tabel 4.13 Hasil Deskriptif data Dimensi *Relatedness*

<i>Fear Of Missing Out</i>	Range	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi	
	145	22	8	30	19.45	4.400

Sumber: Output SPSS 25

Pada table 4.11 menunjukkan hasil deskriptif data penelitian dimensi relatedness memiliki hasil nilai range sebesar 22, nilai minimum 8, nilai 59 maksimum 30, nilai mean 19.45 dan nilai standar deviasi 4.400. Selanjutnya, data akan dikelompokkan ke dalam beberapa kategori dengan tujuan untuk mengklasifikasikan individu berdasarkan tingkat klasifikasi yang sesuai dengan kontinuitas atribut yang diukur. Kategori yang diperoleh dari analisis deskriptif data akan dijelaskan dalam tabel di bawah ini;

Tabel 4.13 Kategori Data Dimensi *Relatedness*

Rentang Nilai	Kategori	Frekuensi	Presentase
$X < 15$	Rendah	19	13.1%
$15 \leq X < 24$	Sedang	97	66.9%
$24 \leq X$	Tinggi	29	20.0%

Sumber: Output SPSS 25

Pada table 4.12 Hasil analisis menunjukkan bahwa aspek relatedness dalam Fear of Missing Out (FoMO) pada Gen Z di Proisi Jambi sebagian besar berada pada kategori sedang dengan frekuensi 97 dan persentase 66,9%. Aspek relatedness menggambarkan sejauh mana individu merasa perlu terhubung dengan lingkungan sosial termasuk teman dan kelompok pertemanan. Dalam penelitian ini, aspek tersebut diukur melalui enam item yang masing-masing memberikan wawasan tentang perilaku dan perasaan responden terkait kebutuhan sosial mereka.

Secara keseluruhan, mayoritas responden berada pada kategori sedang, yang mencerminkan kebutuhan keterhubungan sosial yang cukup besar namun tidak berlebihan. Responden dalam kategori tinggi menunjukkan kekhawatiran yang lebih besar terhadap keterlibatan sosial baik secara langsung maupun melalui media sosial. Sementara itu, responden dalam kategori rendah menunjukkan bahwa mereka kurang terpengaruh oleh kebutuhan untuk tetap terhubung secara sosial.

B. Deskripsi Hasil Data Self

Berikut hasil analisis deskriptif dimensi *relatedness* pada variabel *fear of missing out*.

Tabel 4.13 Hasil Deskriptif data Dimensi *Relatedness*

<i>Fear Of Missing Out</i>	Range	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi	
	145	14	6	20	12.92	2.795

Sumber: Output SPSS 25

Pada table 4.11 menunjukkan hasil deskriptif data penelitian dimensi self memiliki hasil nilai range sebesar 14, nilai minimum 6, nilai maksimum 20, nilai mean 12.92 dan nilai standar deviasi 2.795. Selanjutnya, data akan dikelompokkan ke dalam beberapa kategori dengan tujuan untuk mengklasifikasikan individu berdasarkan tingkat klasifikasi yang sesuai dengan kontinuitas atribut yang diukur. Kategori yang diperoleh dari analisis deskriptif data akan dijelaskan dalam tabel di bawah ini;

Tabel 4.13 Kategori Data Dimensi *Relatedness*

Rentang Nilai	Kategori	Frekuensi	Presentase
$X < 10$	Rendah	12	8.3%
$10 \leq X < 16$	Sedang	108	74.5%
$16 \leq X$	Tinggi	25	17.2%

Sumber: Output SPSS 25

Hasil analisis data pada aspek self dari Fear of Missing Out (FoMO) menggambarkan kecemasan individu dalam konteks sosial, seperti perasaan tidak nyaman saat melewatkan kesempatan tertentu, kekhawatiran berlebihan terhadap aktivitas teman-teman, serta rasa cemas bahwa orang lain memiliki pengalaman yang lebih menarik. Berdasarkan hasil kategorisasi, sebanyak 108 dengan persentase 74.5% berada dalam kategori sedang yang mencerminkan bahwa sebagian besar Gen Z di Proinsi Jambi mengalami rasa cemas dalam hubungan sosial yang masih berada pada tingkat sedang. Mereka terkadang merasa khawatir jika melewatkan kesempatan atau tidak mengetahui aktivitas orang lain, namun perasaan tersebut tidak sepenuhnya mendominasi kehidupan mereka sehari-hari.

Sebanyak 25 responden (17.2%) masuk dalam kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa kelompok ini memiliki kecemasan sosial yang lebih signifikan. Responden dalam kategori ini cenderung sering merasa tertekan oleh kebutuhan untuk terus mengikuti aktivitas sosial atau mendapatkan validasi dari lingkungan mereka. Hasil Analisis Data Gambaran Perilaku FoMO

Deskripsi gambaran perilaku FoMO diperlukan untuk menggambarkan perilaku fear of missing out pada Gen Z secara lebih mendalam, yang mencakup 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.

1. Bentuk-Bentuk Fomo

Tabel 4.9 Pengelompokkan Berdasarkan Bentuk Fomo

Kategori	Frekuensi	Persentase
Membeli makanan/minuman yang sedang viral	108 jawaban	73,97%
Membeli barang yang sedang trend	94 jawaban	64,38%
Berusaha mengikuti aktivitas yang sedang trend (misalnya travel, hobi, dsb.)	48 jawaban	32,88%
Mengikuti olahraga/praktik kesehatan tertentu	48 jawaban	32,88%
Lainnya	48 jawaban	32,88%
Total	346	

Berdasarkan data yang diperoleh, bentuk perilaku FOMO (*Fear of Missing Out*) pada Gen Z di Provinsi Jambi tampak paling dominan pada aktivitas membeli makanan atau minuman yang sedang viral dengan persentase sebesar 73,97% sebanyak 108 responden. Hal ini menunjukkan bahwa tren kuliner menjadi salah satu aspek yang paling mempengaruhi perilaku konsumsi mereka. Sedangkan sisanya, para responden mengaku seringkali terdorong untuk

2. Perasaan Saat Mengalami *Fear Of Missing Out*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena Fear of Missing Out (FOMO) di kalangan Gen Z di Provinsi Jambi mencakup berbagai pengalaman emosional yang dikategorikan ke dalam beberapa sub tema.

Tabel 4.10 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Perasaan

Sub tema	Frekuensi	Persentase
Ingin merasa terhubung	32 jawaban	17.30%
Rasa senang dan kepuasan diri	57 jawaban	30.81%
Perasaan tidak nyaman	18 jawaban	9.73%
Dorongan internal	37 jawaban	20.00%
Kebutuhan untuk mengontrol diri	6 jawaban	3.24%
Ketidakpuasan emosional	21 jawaban	11.35%
Perbandingan sosial	14 jawaban	7.57%
Total	185 jawaban	100%

Berdasarkan data pada table di atas, didapatkan bahwa frekuensi tertinggi adalah rasa senang dan kepuasan diri sebanyak 57 responden (30,81%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasakan kebahagiaan dan kepuasan saat berhasil mengikuti tren atau aktivitas sosial. Subtema dengan frekuensi tertinggi berikutnya adalah dorongan internal, dengan 37 responden (20,00%). Temuan ini menggambarkan bahwa banyak individu dipengaruhi oleh motivasi, seperti keinginan untuk memperluas pengalaman pribadi atau mengikuti hal-hal yang mereka anggap penting.

Sedangkan sisanya, responden mengalami adanya rasa ingin terhubung, perasaan tidak nyaman, kebutuhan untuk mengontrol diri, ketidakpuasan emosional dan perbandingan sosial.

3. Pikiran saat mengalami Fear of Missing Out

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengalaman dan perilaku responden saat mengalami Fear of Missing Out. Berdasarkan data demografis, diperoleh berbagai sub tema yang dapat dikelompokkan menjadi beberapa kategori dibawah ini;

Tabel 4.11 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Pikiran

Sub tema	Frekuensi	Persentase
Eksplorasi dan keingintahuan	41 jawaban	32,03%
Perasaan tertinggal	23 jawaban	17,97%
Dorongan Impulsivitas	19 jawaban	14,84%
Perbandingan sosial	5 jawaban	3,91%
Persepsi positif	7 jawaban	5,47%
Butuh pengakuan sosial	12 jawaban	9,38%
Perasaan senang	10 jawaban	7,81%
Pertimbangan resiko dan keputusan	8 jawaban	6,25%
Perasaan tidak puas	3 jawaban	2,34%
Total	128 jawaban	100%

Table di atas menunjukkan bahwa subtema eksplorasi dan keingintahuan memiliki frekuensi tertinggi, yaitu 41 responden (32,03%). Temuan ini mencerminkan bahwa dorongan utama dari fenomena FoMO pada responden adalah keinginan untuk menjelajahi hal-hal baru dan memuaskan rasa ingin tahu mereka. Beberapa responden lainnya memiliki pemikiran senang dan perasaan tidak puas, perasaan tertinggal, dorongan impulsivitas, butuhnya pengakuan sosial. Adanya persepsi positif, pertimbangan resiko dan keputusan.

4. Perilaku Saat Mengalami Fear Of Missing Out

Penelitian ini bertujuan untuk memahami perilaku dan respons responden terhadap Fear of Missing Out (FOMO). Data kualitatif dari total 151 jawaban

diuraikan ke dalam kategori dan subtema untuk memberikan gambaran rinci terkait perilaku yang dilakukan responden. Berikut pembahasan terperinci dari setiap subtema;

Tabel 4.12 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Perilaku

Sub tema	Frekuensi	Persentase
Melakukan strategi manajemen diri	20 jawaban	13.42%
Berinteraksi dengan media sosial	20 jawaban	13.42%
Melakukan strategi pengambilan keputusan	29 jawaban	19.46%
Mengikuti keinginan	65 jawaban	43.62%
Mengalihkan keinginan	7 jawaban	4.70%
Memikirkan kembali keputusan yang dibuat	5 jawaban	3.36%
Tidak memiliki pengaruh	2 jawaban	1.34%
Faktor sosial	1 jawaban	0.67%
Total	149 jawaban	100%

Hasil analisis menunjukkan bahwa sub tema dengan jumlah responden terbanyak adalah mengikuti keinginan dengan 65 responden (43.62%). Ini menunjukkan bahwa perilaku ini paling sering dilakukan oleh responden ketika menghadapi fenomena FOMO yaitu mengikuti keinginan agar tetap terhubung dengan kondisi yang ada. Beberapa responden lainnya memunculkan perilaku berinteraksi dengan media sosial, melakukan strategi manajemen diri dan strategi pengambilan keputusan, mengalihkan keinginan, memikirkan kembali keputusan yang dibuat, faktor sosial dan ada beberapa responden yang tidak memiliki pengaruh.

5. Situasi dan Waktu yang Sering Memicu Timbulnya FoMO

Hasil dari penelitian berikut bertujuan untuk menggambarkan pengalaman pribadi responden terhadap Fear of Missing Out (FOMO). Data kualitatif diuraikan ke dalam kategori dan subtema untuk memberikan gambaran rinci terkait pengalaman yang dilakukan responden yang digambarkan menggunakan table pembahasan terperinci dari setiap subtema berikut:

Tabel 4.13 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Situasi dan Waktu

Sub tema	Frekuensi	Persentase
Melihat media sosial	43 jawaban	27.74%
Membandingkan diri dan mendapat pengaruh lingkungan	33 jawaban	21.29%
Mengalami ketidaknyamanan	9 jawaban	5.81%
Merasa tertarik	37 jawaban	23.87%
Kebutuhan untuk terlibat	7 jawaban	4.52%
Keingintahuan terhadap hal baru	23 jawaban	14.84%
Tidak menentu	3 jawaban	1.94%
Total	155 jawaban	100%

Berdasarkan hasil penelitian, situasi yang paling sering memicu timbulnya FOMO adalah melihat media sosial yang dipilih oleh 43 responden (27.74%). Hal ini terjadi karena media sosial menjadi sumber utama informasi tentang aktivitas, pencapaian, atau hal-hal baru yang dilakukan orang lain. Akses yang mudah dan konten yang selalu diperbarui membuat responden merasa tertarik dan tidak ingin ketinggalan informasi, sehingga memicu munculnya FOMO. Responden lainnya mengalami FoMO saat membandingkan dirinya dan mendapat pengaruh dari lingkungan, mengalami ketidaknyamanan, merasa tertarik dan keingintahuan pada hal baru, kebutuhan untuk terlihat, dan ada beberapa responden yang tidak menentu.

6. Manfaat yang Dirasakan Ketika Mengalami Fomo

Hasil dari penelitian berikut bertujuan untuk menggambarkan pengalaman pribadi responden terhadap hal baik yang dirasakan setelah mengalami Fear of Missing Out (FOMO). Data kualitatif diuraikan ke dalam kategori dan subtema untuk memberikan gambaran rinci terkait pengalaman yang dilakukan responden yang digambarkan menggunakan table pembahasan terperinci dari setiap subtema berikut;

Tabel 4.14 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Manfaat

Sub tema	Frekuensi	Persentase
Memperluas pengalaman	29 jawaban	18.01%
Pengembangan diri	37 jawaban	22.98%
Kebahagiaan dan kepuasan diri	60 jawaban	37.27%
Keterlibatan dalam tren	12 jawaban	7.45%
Kemampuan kontrol diri	7 jawaban	4.35%
Koneksi sosial	4 jawaban	2.48%
Tidak ada dampak positif	12 jawaban	7.45%
Total	161 jawaban	100%

Berdasarkan data yang diperoleh, manfaat terbesar yang dirasakan saat mengalami FOMO adalah kebahagiaan dan kepuasan diri dengan persentase sebesar 37.27%. Hal ini menunjukkan bahwa individu cenderung merasa lebih puas dan bahagia ketika mereka terlibat dalam berbagai aktivitas atau tren yang sedang berlangsung, meskipun dorongan ini mungkin berasal dari keinginan untuk tetap relevan di lingkungan sosial mereka. Manfaat lain yang dirasakan oleh responden seperti memperluas pengalaman, pengembangan diri, keterlibatan dalam tren, kemampuan untuk mengontrol diri, koneksi sosial dan ada beberapa lainnya yang tidak merasakan manfaat positif.

7. Dampak Negatif Saat Mengalami FoMO

Hasil dari penelitian berikut bertujuan untuk menggambarkan pengalaman pribadi responden terhadap hal buruk yang dirasakan setelah *mengalami Fear o==Missing Out* (FOMO). Data kualitatif diuraikan ke dalam kategori dan subtema untuk memberikan gambaran rinci terkait pengalaman yang dilakukan responden yang digambarkan menggunakan table pembahasan terperinci dari setiap subtema berikut;

Tabel 4.15 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Dampak Negatif

Sub tema	Frekuensi	Persentase
Perilaku konsumtif	68 jawaban	37.99%
Perasaan ketidaknyamanan	45 jawaban	25.14%
Kehilangan waktu dan fokus	8 jawaban	4.47%
Kehilangan kendali diri	15 jawaban	8.38%
Penurunan kualitas diri	13 jawaban	7.26%
Tekanan sosial	6 jawaban	3.35%
Gangguan pada keseharian	7 jawaban	3.91%
Tidak ada pengaruh	9 jawaban	5.03%
Total	171 jawaban	100%

Berdasarkan data yang diperoleh, dampak negatif terbesar yang dirasakan saat mengalami FOMO adalah perilaku konsumtif, dengan persentase sebesar 37.99%. Hal ini menunjukkan bahwa FOMO memicu dorongan berlebih untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa, sering kali tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya. Dampak negatif lain yang dirasakan oleh beberapa responden adalah perasaan ketidaknyamanan, kehilangan waktu dan fokus, kehilangan kendali diri, penurunan kualitas diri, tekanan sosial, gangguan pada keseharian, dan beberapa responden lainnya tidak merasakan manfaat baik.

8. Cara Mengatasi FoMO

Hasil dari penelitian berikut bertujuan untuk menggambarkan bagaimana cara individu dalam mengatasi Fear of Missing Out. Data kualitatif diuraikan ke dalam kategori dan subtema untuk memberikan gambaran rinci terkait pengalaman yang dilakukan responden yang digambarkan menggunakan table pembahasan terperinci dari setiap subtema berikut;

Tabel 4.16 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Cara Mengatasi

Sub tema	Frekuensi	Persentase
Pengelolaan media sosial	12 jawaban	8.76%
Strategi pengendalian diri	49 jawaban	35.77%
Pengambilan keputusan yang bijak	31 jawaban	22.63%
Penyaringan informasi	10 jawaban	7.30%
Mengurangi paparan dan pengaruh sosial	19 jawaban	13.87%
Pemanfaatan waktu yang positif	12 jawaban	8.76%
Mengikuti dorongan internal	7 jawaban	5.11%
Interaksi sosial dan dukungan	4 jawaban	2.92%
Menyadari dampak buruk	1 jawaban	0.73%
Tidak menemukan solusi	12 jawaban	8.76%
Total	137 jawaban	100%

Dari data yang dikumpulkan, strategi yang paling banyak dipilih untuk mengatasi FOMO adalah strategi pengendalian diri dengan persentase sebesar 35.77%. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan untuk mengendalikan dorongan dan emosi, seperti membatasi akses terhadap media sosial atau menahan diri dari mengikuti tren yang tidak relevan, menjadi kunci utama dalam menghadapi dampak negatif FOMO. Strategi lainnya yang dilakukan oleh responden saat untuk mengatasi FoMO adalah dengan melakukan pengelolaan media sosial, pengambilan keputusan yang bijak, penyaringan informasi, mengurangi paparan dan pengaruh sosial, pemanfaatan waktu yang positif, mengikuti dorongan internal, memperbanyak interaksi sosial dan dukungan, menyadari dampak dari FoMO dan beberapa lainnya tidak menemukan solusi.

9. Pertimbangan dalam Mengambil Keputusan Sehari-Hari

Hasil dari penelitian berikut bertujuan untuk menggambarkan bagaimana cara individu dalam mengambil keputusan dalam sehari-hari. Data kualitatif diuraikan ke dalam kategori dan subtema untuk memberikan gambaran rinci terkait pengalaman yang dilakukan responden yang digambarkan menggunakan

table pembahasan terperinci dari setiap subtema berikut;

Tabel 4.17 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Memilih Keputusan

Sub tema	Frekuensi	Persentase
Melakukan evaluasi	18 jawaban	11.76%
Membuat pertimbangan sebelum mengambil keputusan	104 jawaban	67.97%
Melakukan konsultasi/mencari dukungan	15 jawaban	9.80%
Memilih berdasarkan keputusan pribadi	8 jawaban	5.23%
Menahan diri	6 jawaban	3.92%
Tidak memiliki pertimbangan	9 jawaban	5.88%
Total	153 jawaban	100%

Dari data yang diperoleh, sebagian besar responden (67.97%) memilih untuk membuat pertimbangan sebelum mengambil keputusan sebagai bentuk pertimbangan utama dalam menghadapi FOMO. Ini menunjukkan bahwa individu cenderung berhati-hati dan memikirkan secara mendalam sebelum melakukan tindakan. Sedangkan responden lainnya melakukan evaluasi, melakukan konsultasi/mencari dukungan, memilih keputusan pribadi, menahan diri dan lainnya tidak memiliki pertimbangan.

10. Peran Lingkungan dalam Pengambilan Keputusan Sehari-Hari

Hasil dari penelitian berikut bertujuan untuk menggambarkan bagaimana peran teman dan orang di sekitar responden terhadap pengambilan keputusan. Data kualitatif diuraikan ke dalam kategori dan subtema untuk memberikan gambaran rinci terkait pengalaman yang dilakukan responden yang digambarkan menggunakan table pembahasan terperinci dari setiap subtema berikut

Tabel 4.18 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Peran Lingkungan

Sub tema	Frekuensi	Persentase
Menyediakan dukungan	31 jawaban	21,52%
Memberikan pengaruh	54 jawaban	37,5%
Netral atau tidak berpengaruh besar	50 jawaban	34,7%
Sebagai pengingat	9 jawaban	6,25%
Total	144 jawaban	100%

Dari data yang telah dihitung, mayoritas responden (37,5%) menyebutkan bahwa lingkungan sosial, seperti keluarga, teman, atau rekan kerja, membantu individu memberikan pengaruh dalam pengambilan keputusan. Sedangkan responden lainnya menyebutkan bahwa peran teman dapat untuk menyediakan dukungan, netral atau tidak berpengaruh besar ada pula sebagai pengingat.

4.6 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat gambaran dan mengidentifikasi tingkat perilaku Fear of Missing Out (FoMO) pada Generasi Z di Provinsi Jambi serta memahami faktor-faktor yang memicu timbulnya perilaku tersebut dan mengeksplorasi fenomena FoMO yang dialami oleh responden. Fokus penelitian ini adalah bagaimana Generasi Z memproses fenomena ini dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Penelitian ini menggunakan skala FoMO yang diadaptasi dari teori Przybylski (2013) yang kemudian dikembangkan menjadi beberapa pertanyaan yang dibuat oleh peneliti berdasarkan aspek, karakteristik dan teori. Skala ini mengukur dua aspek utama, yaitu *relatedness* dan *self*. Skala yang telah di uji diuji validitas dan reliabilitasnya, menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,949 menandakan tingkat reliabilitas yang sangat tinggi.

Responden dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang berusia 15–30 tahun, berdomisili di Provinsi Jambi, memiliki akun media sosial, dan pengalaman terkait FoMO. Dari 181 data yang terkumpul, 145 memenuhi kriteria penelitian dengan sebagian besar responden adalah perempuan (93,10%). Responden tersebar di 11 kabupaten/kota dengan konsentrasi terbesar di Kota Jambi (48,97%).

Adapun mayoritas responden yang mengalami *Fear of Missing Out* (FoMO) di Provinsi Jambi berada dalam rentang remaja akhir (18-21 tahun) sebanyak 77 orang (53.10%), diikuti dewasa awal (21-30 tahun) sebanyak 43 orang (29.65%), dan remaja pertengahan (15 -18 tahun) tahun sebanyak 25 orang (17.24%). Menurut penelitian Putri, N. (2023) menyebutkan bahwa remaja akhir (18–21 tahun) rentan terhadap FOMO karena berada dalam tahap pencarian identitas diri, membutuhkan validasi sosial, dan terpapar media sosial. Tekanan untuk mengikuti tren, membandingkan diri, dan menghadapi transisi karier atau pendidikan memperkuat kerentanan ini.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa bahwa tingkat FOMO di Provinsi Jambi sebagian besar berada pada kategori sedang dengan 98 responden (61,25%). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Jambi mulai merasakan pengaruh media sosial, dalam bentuk dorongan untuk mengikuti tren (perasaan FoMO). Adanya faktor seperti keterbatasan akses internet di beberapa daerah, interaksi sosial langsung yang masih kuat, serta fokus pada aktivitas sehari-hari membuat tingkat FOMO tidak terlalu tinggi.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua aspek dalam *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Gen Z di Provinsi Jambi sebagian besar berada dalam kategori sedang. Pada aspek relatedness sebanyak 66,9% responden (97 orang) menggambarkan bahwa mayoritas individu memiliki kebutuhan keterhubungan sosial yang cukup besar namun tidak berlebihan. Mereka merasa perlu terhubung dengan lingkungan sosial, termasuk teman dan kelompok pertemanan, meskipun tingkat kebutuhan tersebut tidak mendominasi kehidupan mereka.

Sementara itu, dalam aspek self, sebanyak 74,5% responden (108 orang) menunjukkan bahwa mayoritas Gen Z di Provinsi Jambi mengalami kecemasan sosial cukup besar namun masih dalam kategori yang tidak berlebihan. Mereka terkadang merasa khawatir apabila melewatkan kesempatan tertentu atau tidak mengetahui aktivitas orang lain, namun perasaan tersebut tidak sepenuhnya mendominasi kehidupan sehari-hari mereka.

Selanjutnya, pada hasil penelitian ditemukan bahwa mayoritas responden di Provinsi Jambi mengalami FoMO dalam bentuk membeli makanan/minuman yang sedang tren sebesar 108 responden (73,97%). Pada penelitian Sari, A., & Prasetyo, T. (2023) mengidentifikasi bahwa meskipun FoMO tidak selalu

signifikan, generasi Z cenderung membeli makanan yang viral untuk mendapatkan validasi sosial. Dalam beberapa kasus, seperti makanan tradisional yang sedang dipopulerkan, motivasi pembelian juga dipengaruhi oleh kebutuhan untuk terlihat relevan di lingkungan sosial. Dengan membeli makanan yang sedang viral, Gen Z merasa terhubung dengan kelompoknya dan mendapatkan pengakuan sebagai bagian dari tren tersebut.

Selanjutnya, berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa *Fear of Missing Out* di Provinsi Jambi mayoritas responden merasakan senang dan kepuasan diri sebagai perasaan yang paling dominan saat mengalami FOMO (30,81%). Dapat dijelaskan melalui temuan dalam penelitian Savitri (2022) yang menunjukkan bahwa fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) berhubungan dengan kesejahteraan psikologis, terutama dalam hal kepuasan hidup dan koneksi sosial.

Berdasarkan hasil penelitian, situasi yang paling memicu FOMO adalah ketika melihat media sosial (27,74%) dan karena adanya dorongan untuk mengeksplorasi dan rasa ingin tahu menjadi salah satu faktor dominan (32,03%). karena platform ini menjadi sumber utama informasi tentang aktivitas dan pencapaian orang lain. Pada Penelitian oleh Handayani, dkk. (2023) menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat FoMO dan kecemasan sosial, maka semakin meningkat pula tingkat kecanduan media sosial, disebabkan oleh penggunaan media sosial yang berlebihan dapat dipengaruhi secara signifikan dikarenakan ketakutan akan ketertinggalan (FoMO).

Selain itu, FoMO juga mempengaruhi pengambilan keputusan, di mana responden cenderung melakukan evaluasi kebutuhan dan manfaat sebelum mengambil keputusan (38,78%) dan mayoritas responden mempertimbangkan untuk membuat analisis sebelum mengambil keputusan (67,97%) sebagai strategi dalam pengambilan keputusan sehari-hari, dengan lingkungan sosial seperti keluarga dan teman memberikan pengaruh besar. Sejalan dengan penelitian maulidya (2013) menjelaskan bahwa lingkungan sosial, termasuk keluarga dan teman, memiliki peran penting dalam mempengaruhi perilaku individu, termasuk dalam pengambilan keputusan sehari-hari. Lingkungan sosial yang mendukung atau memberikan informasi yang relevan akan mempengaruhi individu dalam membuat keputusan yang lebih matang dan terinformasi.

Perilaku yang paling sering dilakukan responden adalah mengikuti keinginan yang kemudian menimbulkan dampak negatif yang signifikan, seperti perilaku konsumtif (35,98%). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yaputri, dkk. (2022) yang menemukan hubungan yang signifikan antara FoMO dan perilaku konsumtif. Hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa fenomena FoMO dan perilaku konsumtif memiliki hubungan positif, yang berarti semakin tinggi tingkat FoMO, semakin besar pula kecenderungan perilaku konsumtif yang muncul yang dialami seseorang dalam memenuhi keinginannya, semakin besar pula kecenderungan untuk terlibat dalam perilaku konsumtif.

Selain itu, hasil mengungkapkan bahwa FoMO memiliki dampak positif sebanyak 28,95% yang dimana responden merasakan kebahagiaan dan kepuasan diri saat berhasil mengikuti tren yang menunjukkan bahwa FoMO dapat meningkatkan keterlibatan sosial dan rasa pencapaian. Penelitian yang dilakukan oleh Farida, Warni, dan Arya (2021) mengungkapkan bahwa FoMO memiliki korelasi yang signifikan dengan harga diri (self esteem) dan kepuasan hidup. Dalam penelitian ini, FoMO sering kali dikaitkan dengan dampak negatif, penelitian ini juga memberikan indikasi bahwa FoMO dapat menjadi pendorong sosial, terutama pada individu yang memiliki self-esteem yang cukup tinggi. Mereka cenderung merasa termotivasi untuk lebih aktif secara sosial guna meningkatkan pengalaman hidup mereka.

Untuk mengatasi FoMO, berbagai strategi dilakukan oleh responden, paling banyak dilakukan oleh responden adalah strategi pengendalian diri, dengan persentase sebesar 35,77%. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sianipar dan Kaloeti (2019), yang mengungkapkan bahwa terdapat hubungan negatif antara regulasi diri dan tingkat FoMO. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa dengan tingkat regulasi diri yang tinggi cenderung mengalami tingkat FoMO yang lebih rendah. Strategi regulasi diri, seperti membatasi waktu penggunaan media sosial dan memprioritaskan kegiatan penting, membantu individu merasa lebih puas dan terhindar dari perasaan tertinggal.

Secara keseluruhan, hasil penelitian mendukung teori Przybylski (2013), yang menyatakan bahwa FoMO adalah fenomena psikologis yang timbul dari kebutuhan dasar manusia untuk terhubung secara sosial. Generasi Z di Provinsi Jambi menghadapi tekanan sosial yang signifikan untuk mengikuti tren, tetapi

mereka juga menunjukkan kemampuan untuk mengelola pengalaman ini dengan cara mengurangi penggunaan media sosial, menyaring informasi, atau berfokus pada pengambilan keputusan yang bijak. FoMO, meskipun sering dianggap sebagai fenomena negatif, juga dapat memberikan pengaruh positif jika dikelola dengan tepat dan menjadi motivasi untuk pengembangan diri.

