EduInovasi: Journal of Basic Educational Studies
Vol 5 No 1 (2025) 461 - 473 P-ISSN 2774-5058 E-ISSN 2775-7269
DOI: 47467/eduinovasi.v5i1.6493

Hubungan Antara Intensi Mengakses Media Sosial dengan Kecenderungan Fear of Missing Out pada Gen Z di Yogyakarta

[1]Salsabila Rafif Yasirah, [2]Andhita Dyorita Khoiryasdien
Program Studi Psikologi, Fakultas Ekonomi Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta, Indonesia
salsabilarafif69@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the relationship between social media usage intention and the tendency of fear of missing out (FoMO) among Gen Z in Yogyakarta. The research utilized a quantitative descriptive and inferential approach with a simple correlation method. A total of 140 Gen Z individuals aged 14–26 years in Yogyakarta participated as research subjects. Data were collected through an online survey using Google Forms, which measured social media usage intention and the tendency of fear of missing out. The survey was distributed via social media, and the data obtained were analyzed using classical assumption tests, Pearson correlation tests, and product-moment analysis. The results showed a significant positive relationship between social media usage intention and the tendency of fear of missing out among Gen Z in Yogyakarta (t = 0.694, p < 0.000). This indicates that the higher the intention to use social media, the higher the tendency for FoMO among Gen Z in Yogyakarta. Although the study was conducted effectively, it has some limitations, such as the lack of focus on a specific type of social media. Therefore, future research is recommended to consider sample balance and employ other, more comprehensive methods to strengthen the findings
Keywords: *Social Media Usage Intention, Fear of Missing Out, Gen Z*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara intensi mengakses media sosial dengan kecenderungan *fear of missing out* (FoMO) pada Gen Z di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dan inferensial dengan metode korelasi sederhana. Sebanyak 140 Gen Z berusia 14–26 tahun di Yogyakarta menjadi subjek penelitian. Data dikumpulkan melalui survei online menggunakan Google Formulir yang mengukur intensi mengakses media sosial dan kecenderungan *fear of missing out*. Survei disebarkan melalui media sosial, dan data yang diperoleh dianalisis menggunakan uji asumsi klasik, uji korelasi Pearson, serta uji *product moment*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara intensi mengakses media sosial dengan kecenderungan *fear of missing out* pada Gen Z di Yogyakarta (t = 0.694, p < 0.000). Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi intensi mengakses media sosial, semakin tinggi pula kecenderungan FoMO pada Gen Z di Yogyakarta. Meskipun penelitian ini telah dilaksanakan dengan baik, terdapat beberapa keterbatasan, seperti kurangnya fokus pada satu jenis media sosial tertentu. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian berikutnya mempertimbangkan keseimbangan sampel dan menggunakan metode lain yang lebih komprehensif untuk memperkuat temuan.
Kata Kunci : Intensi Mengakses Media Sosial, *Fear of Missing Out*, Gen Z

Vol 5 No 1 (2025) 461 - 473 P-ISSN 2774-5058 E-ISSN 2775-7269
DOI: 47467/eduinovasi.v5i1.6493

PENDAHULUAN

Generasi Z, lahir sekitar tahun 1995-2013, memiliki peran signifikan dalam era globalisasi. Mereka tumbuh dengan teknologi sejak dini, akrab dengan komputer, *smartphone*, internet, dan media sosial. Ciri khas mereka adalah keinginan untuk selalu terhubung, menciptakan konten, dan aktif di jejaring sosial. Kehidupan mereka dipengaruhi oleh kompleksitas lingkungan, dengan teknologi dan informasi sebagai elemen utama. (Efendi Arieska. Fatimah Clara, Parinata Dwi, Ulfa Marchamah 2021). Menurut data survei Hootsuite We Are Social (Kemp, 2020), pengguna media sosial terbesar di Indonesia berada pada usia 18-34 tahun. Pada rentang usia 18-24 tahun, pengguna laki-laki mencapai 16,1%, lebih tinggi dibandingkan perempuan yang 14,2%. Di rentang usia 25-34 tahun, pengguna laki-laki juga lebih dominan dengan 20,6%, dibandingkan perempuan yang 14,8% (Ahmad Setiadi, 2016).

Generasi Z kerap mengalami fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) akibat penggunaan media sosial yang intensif, di mana aktivitas online mendominasi kehidupan mereka. FoMO adalah kecemasan sosial yang muncul ketika seseorang merasa takut tidak up-to-date, tidak bersosialisasi, atau ketinggalan informasi penting (Przybylski, 2013). Fenomena ini membuat Gen Z terus memeriksa notifikasi, berbagi aktivitas, dan mengikuti tren terbaru di media sosial. Rasa ingin tahu yang tinggi sering kali menimbulkan kecemasan jika mereka terlambat memperoleh informasi atau tren terkini. Akibatnya, teknologi dan internet, khususnya media sosial, berkontribusi pada kecanduan internet di kalangan Gen Z.

Pratiwi dan Fazriani (2020) menjelaskan bahwa FoMO dapat timbul karena kebutuhan psikologis akan hubungan sosial tidak terpenuhi, sehingga menimbulkan rasa cemas akibat keterbatasan waktu, uang, atau akses internet. Przybylski, Murayama, Dehaan, dan Gladwell (2013) mendefinisikan FoMO sebagai kekhawatiran bahwa orang lain menjalani pengalaman yang lebih bernilai, yang memotivasi seseorang untuk terus terhubung. Fenomena ini membuat Gen Z berusaha selalu *up-to-date* dengan informasi dan momen di media sosial, takut kehilangan tren atau peristiwa terbaru. Kondisi ini dapat dialami oleh semua pengguna media sosial, tidak terbatas pada kelompok tertentu.

Dampak negatif media sosial juga tercermin dalam sifat konsumtif, individualistis, serta kurangnya kepedulian terhadap lingkungan sosial, sebagaimana dijelaskan oleh Juwita, Budimansyah, dan Nurbayani (2015). Kecanduan media sosial dapat menyebabkan stres dan depresi (Karaburun, 2016) jika pengguna tidak mampu mengatur waktu dengan bijak, mengaburkan batas antara dunia nyata dan maya, serta mengurangi interaksi sosial yang sehat.

Hasil studi Aisafitri dan Yusriyah (2021) terkait penggunaan media sosial pada 6 informan mahasiswa menunjukkan ketergantungan media sosial berhubungan dengan determinasi diri, kebebasan individu dalam membuat keputusan, serta motivasi intrinsik. Informan merasa canggung jika tidak mengakses media sosial dan kesal jika dianggap tidak *up-to-date*. Ketergantungan pada media sosial sudah menjadi kebiasaan yang sulit dihindari, terutama ketika merasa

Vol 5 No 1 (2025) 461 - 473 P-ISSN 2774-5058 E-ISSN 2775-7269
DOI: 47467/eduinovasi.v5i1.6493

tertinggal dari teman. Dari wawancara pada tiga subjek usia 20-21 tahun, ditemukan bahwa mereka merasa nyaman dan senang jika postingan mendapat banyak like, tetapi gelisah dan menyesal jika jumlah *like* sedikit. Subjek sangat senang melihat notifikasi berupa komentar, pesan langsung, dan suka. Wawancara menunjukkan bahwa salah satu subjek merasa gelisah jika tidak mengakses media sosial dan merasa terlalu bergantung padanya. Awalnya, subjek merasa senang dan tenang karena bisa mengeksplorasi apa yang tidak ada di lingkungan sekitar, namun semakin lama penggunaan media sosial membuatnya mengabaikan lingkungan sekitarnya. Beberapa informan Gen Z yang mengalami kecanduan media sosial (FoMO) mengungkapkan bahwa terlalu sibuk mengakses media sosial membuat mereka ketagihan, lupa waktu, kewajiban terbengkalai, dan lebih memilih bermalas-malasan tanpa menyadari kehidupan nyata terabaikan.

Hubungan antara FoMO dengan intensi media sosial dapat dilihat dari peran media sosial bagi individu yang takut ketinggalan. Kebutuhan untuk tetap terhubung dengan orang lain dan mengetahui apa yang terjadi dapat dipenuhi melalui media sosial. Ketersediaan informasi yang terus-menerus dari media sosial memungkinkan individu mengetahui peristiwa yang dilakukan orang lain sepanjang waktu, yang menyebabkan kecanduan media sosial bagi mereka yang mengalami rasa takut ketinggalan (Abel, 2016).

Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya yang fokus pada milenial, dengan memfokuskan pada Gen Z yang lebih mudah terpengaruh oleh media sosial dan cenderung lebih ingin *up-to-date*. Masalah yang diangkat adalah apakah ada hubungan antara *Fear of Missing Out* (FoMO) dan penggunaan media sosial pada Gen Z.

TINJAUAN LITERATUR

A. *Fear of Missing Out*

1. Definisi *Fear of Missing Out*

   Przybylski, dkk., (2013) mendefinisikan FoMO sebagai kekhawatiran yang dialami individu ketika orang lain memiliki pengalaman yang mengesankan di saat ketidakhadiran dirinya. Sementara itu, FoMO merupakan suatu pengalaman dan perasaan hidup yang negatif, seperti kurang tidur, penurunan kompetensi hidup, ketegangan emosional, efek negatif terhadap kesejahteraan fisik, serangan kecemasan, kurangnya kontrol emosi, kelelahan dan lain-lain (Altuwairiqi et al, 2019).

   FoMO menurut Reagle (2015) yang didasarkan pada definisi FoMO dari Pryzbylski dkk., (2013), yaitu berkomunikasi dengan orang lain, merasa ditinggalkan oleh suatu aktivitas atau percakapan, perasaan negatif ketika kehilangan suatu pengalaman, dan perilaku komplusif. Komponen-komponen tersebut semakin menggambarkan perlunya kemampuan pengaturan diri yang baik, agar tidak menjadi gangguan ketika melakukan kegiatan akademik dan non-akademik. FoMO diartikan sebagai perasaan cemas dan takut ketika merasa

Vol 5 No 1 (2025) 461 - 473 P-ISSN 2774-5058 E-ISSN 2775-7269
DOI: 47467/eduinovasi.v5i1.6493

tertinggal atau ketika melihat teman-teman mengalami hal yang lebih menyenangkan dari apa yang di alami (Putri, Purnama, & Idi, 2019).

Menurut Morford (Jurnalis San Francisco Chronicle), menyatakan bahwa FoMO adalah kecenderungan terhadap suatu peristiwa yang hal luar biasa jika terjadi sesuatu di sekitar seseorang yang menimbulkan kekhawatiran jika individu tersebut tidak terlibat di dalamnya (Moford, 2010).

Fear of missing out adalah kebutuhan yang dimiliki oleh individu agar selalu terhubung dengan lingkungan disekitarnya, hal ini sesuai dengan dorongan dan motivasi yang mempengaruhi individu tersebut (Astuti, 2021). Singkatnya, Menurut Przybylski, Murayama, DeHaan dan Gladwell (dalam Dossey, 2014) menemukan beberapa fakta mengenai *fear of missing out* (FoMO) diantaranya adalah *fear of missing out* (FoMO) merupakan pendorong dibalik penggunaan internet dan social media khususnya, tingkat *fear of missing out* (FoMO) tertinggi dialami oleh remaja dan dewasa awal (*emerging adulthood*).

Dari pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) adalah ketakutan akan ketinggalan yang bukan didorong oleh apa yang ingin seseorang dapatkan, tetapi oleh apa yang telah diberikan kepada orang lain. Takut ketinggalan peristiwa yang sedang berlangsung dan perkembangan yang terjadi menjadi faktor utama dalam menggambarkan sindrom FoMO. Hal ini terlihat dari bagaimana seseorang mengembangkan perasaan negatif, seperti iri terhadap postingan dan kehidupan orang lain di media sosial. Dengan demikian, FoMO menjadi pemicu untuk melakukan hal-hal di luar batas normal dalam penggunaan media sosial.

2. Aspek *Fear of Missing Out*

Menurut Przyblyski dkk, (2013) aspek-aspek *Fear of missing out* terdiri dari sebagai berikut:

a. *Relatedness*

Suatu bentuk hubungan atau koneksi yang dibutuhkan oleh seorang individu atau dapat disebut dengan individu interpersonal. Apabila hubungan tersebut tidak terpenuhi maka berbagai hal akan timbul dan berdampak pada individu, salah satunya adalah perasaan cemas dan takut pada individu. Dalam hal ini, ketika muncul kebutuhan intrapersonal, individu akan berusaha mencari tahu momen apa saja yang dimiliki dan dialami orang lain, salah satunya dengan melihat momen orang lain melalui media sosial. (Przybylski dkk, 2013)

b. *Self*

Merupakan kondisi di mana seseorang memenuhi kebutuhan psikologis, seseorang memiliki perasaan cemas yang muncul ketika individu tidak dapat berkumpul atau bersosialisasi dengan masyarakat luas atau dengan orang-orang di tempat umum yang tidak dikenalnya. (Przybylski dkk, 2013)

Vol 5 No 1 (2025) 461 - 473 P-ISSN 2774-5058 E-ISSN 2775-7269
DOI: 47467/eduinovasi.v5i1.6493

3. Faktor-faktor *Fear of Missing Out*

Astuti (2021) menjelaskan bahwa ada tiga faktor yang mempengaruhi *fear of missing out*, diantaranya adalah :

1. Penggunaan media sosial
   Media sosial menjadi platform yang cukup mudah untuk diakses dan individu dapat melihat dan membaca informasi apa pun.
2. Pertemanan
   Lingkungan pertemanan akan membuat individu bisa saja mendapatkan penerimaan atau penolakan karena sesuatu yang dapat menerima sesuai dengan karakter
3. Budaya
   Budaya memiliki peran dalam mendorong individu untuk mengambil bagian dari perkembangan teknologi atau media sosial.

B. Media Sosial

1. Definisi Media Sosial

Menurut Nasrullah (2015) media sosial adalah media di internet yang memungkinkan penggunanya mewakili dirinya dan berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial virtual. Sementara itu, media sosial merupakan sebuah platform media yang berfokus pada keberadaan penggunanya sehingga memudahkan penggunanya dalam melakukan aktivitasnya (Riyanti, 2016).

Media sosial merupakan aplikasi berbasis internet yang digunakan untuk berkomunikasi dengan orang lain (Hidayatun, 2015). Media sosial memudahkan setiap orang untuk berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi dan membentuk kelompok (Zarella, 2010).

2. Pengertian Intensitas Penggunaan

Andarwati (2016) menyatakan intensitas penggunaan media sosial merupakan ukuran yang mencakup aspek frekuensi dan durasi penggunaan media sosial. Jadi dapat dikatakan bahwa intensitas penggunaan media sosial merupakan ukuran seberapa sering media sosial diakses dan digunakan oleh individu, salah satunya adalah pelajar. Hal ini sejalan dengan Ajzen, (2005) menyatakan intensitas adalah usaha yang dilakukan individu dalam melakukan aktivitas tertentu.

Ajzen (2005) menyatakan bahwa intensi berperilaku adalah intensi untuk mencoba menampilkan suatu perilaku tertentu. Intensi diartikan sebagai intensi individu untuk menampilkan perilaku tertentu. Intensi bersifat spesifik dan mempunyai unsur kesiapan, dalam artian merupakan kecenderungan individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu (Dayakisni dan Hudaniah, 2006). Intensi dikatakan sebagai prediktor terdekat dari perilaku aktual.

Vol 5 No 1 (2025) 461 - 473 P-ISSN 2774-5058 E-ISSN 2775-7269
DOI: 47467/eduinovasi.v5i1.6493

Firmansyah (2010) menyatakan bahwa situs berbasis layanan yang memungkinkan penggunanya membuat profil, melihat daftar pengguna yang tersedia, dan mengundang atau menerima teman untuk bergabung dalam situs tersebut. Tampilan dasar situs jejaring sosial ini menampilkan halaman profil pengguna yang berisi identitas pribadi dan foto pengguna.

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan jejaring sosial adalah suatu sikap atau kondisi yang ditunjukkan oleh aktivitas dalam menggunakan atau mengakses media online yang berfungsi atau berguna untuk memudahkan pengguna dalam menjalin hubungan sosial dan berinteraksi dengan orang lain. orang lain.

3. Aspek-aspek Intensi Penggunaan Media Sosial

Intensitas penggunaan yang tinggi cenderung membuat individu lebih fokus dan menghabiskan waktu lebih lama, serta berupaya memahami informasi yang diterima, baik positif maupun negatif, yang dapat berpengaruh pada perilaku (Kezia dan Yohanna, 2023). Ajzen (2005) menyebutkan terdapat empat aspek yang mempengaruhi intensitas penggunaan media sosial antara lain :

a. Perhatian, dengan maksud sebuah ketertarikan individu kepada suatu aktivitas yang akan jauh lebih kuat dilakukan dibandingkan dengan aktivitas lain.
b. Penghayatan, dengan maksud usaha individu untuk memahami, menikmati, menghayati dan menyerap informasi yang diperoleh.
c. Frekuensi, yaitu mencakup gambaran seberapa sering individu mengakses media sosial dengan berbagai tujuan yang dinyatakan dalam satu kurun waktu tertentu.
d. Durasi, dengan maksud jangka waktu atau seberapa lama kegiatan tersebut berlangsung.

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Media Sosial

Faktor yang mempengaruhi intensi menurut Ajzen (2005) dapat berkaitan dengan intensitas individu dalam menggunakan media sosial. Faktor-faktor yang mempengaruhi intensi yaitu :

1. *Attitudes toward behavior*, yaitu sikap yang muncul dalam menghadapi perkembangan internet dan bentuk perilaku dalam penggunaan media sosial.
2. *Subjective norms,* merupakan keyakinan individu dalam berkomentar dan menggunakan media sosial karena sedang tren dan kekinian, khususnya di kalangan remaja.
3. *Perceived behavioral control*, bentuk perilaku yang ditentukan oleh pengalaman masa lalu dan perkiraan individu mengenai sulit atau mudahnya menggunakan media sosial.

EduInovasi: Journal of Basic Educational Studies
Vol 5 No 1 (2025) 461 - 473 P-ISSN 2774-5058 E-ISSN 2775-7269
DOI: 47467/eduinovasi.v5i1.6493

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitaif. Metode ini sendiri dapat dikenal sebagai metode positivistic karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini dianggap sebagai metode ilmiah karena mengandung kaidah – kaidah ilmiah yaitu, konkrit/empiris, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini juga dpat dikenal sebagai metode konfirmatif karena metode ini dapat digunakan untuk pembuktian atau konfirmasi (Sugiyono, 2013).

Populasi dan Sampel

1. Populasi

   Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Populasi yang diambil dari golongan ini adalah generasi Z dalam rentang usia 14-25 tahun yang aktif menggunakan media sosial dengan berdomisili di Yogyakarta.

2. Sampel

   Sampel adalah sebagian dari populasi itu. Populasi itu misalnya penduduk di wilayah tertentu, jumlah pegawai pada organisasi tertentu, jumlah guru dan murid di sekolah tertentu dan sebagainya (Sugiyono, 2013). Sample yang diambil dalam penelitian ini ialah para Gen Z dalam rentang usia 14-25 tahun dengan bordomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

Hasil Deskripsi

Subjek Penelitian

Tabel 1. Deskripsi Subjek Penelitian

Variabel	Frekuensi	Presentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	40	40%
Perempuan	100	60%
Usia		
14-16	2	1,40%
17-20	41	29,20%
21-23	93	66,40%
24-28	4	2,80%
Jumlah	140	100%

Total subjek dalam penelitian ini berjumlah 140 orang mahasiswa, dengan jumlah laki-laki 40 orang dan perempuan 140 orang. Subjek yang berusia 14-16 tahun

Vol 5 No 1 (2025) 461 - 473 P-ISSN 2774-5058 E-ISSN 2775-7269
DOI: 47467/eduinovasi.v5i1.6493

berjumlah 2 orang, subjek yang berusia 17-20 tahun berjumlah 41 orang, subjek yang berusia 21-23 tahun berjumlah 93 orang, dan subjek yang berusia 24-28 tahun berjumlah 4 orang.

Deskripsi Data Penelitian

Tabel 2. Deskripsi Data Penelitian

Variabel	N	Mean	Minimum	Maksimum	Std.Deviation
Intensi Media Sosial	140	59,7643	41,00	71,00	6,34569
Fear of Missing Out	140	60,8857	38,00	80,00	9,63663

Berdasarkan hasil uji deskriptif di atas, dapat digambarkan distribusi data yang didapatkan adalah:

1. Variable Intensi media sosial, dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum 41 sedangkan nilai maksimum 71, nilai rata-rata intensi media sosial sebesar 59.7643 dan Standar deviasi intensi media sosial adalah 6.34569
2. Variable *fear of missing out*, dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum 38 sedangkan nilai maksimum 80, nilai rata-rata *fear of missing out* sebesar 60.8857 dan Standar deviasi *fear of missing out* adalah 9.69663.

Jadi variable *fear of missing out* memiliki rata-rata yang jauh lebih tinggi dibandingkan variable Intensi media sosial, artinya ukuran yang diukur oleh *fear of missing out* lebih besar dari intensi media sosial secara umum. Meskipun begitu, standar deviasi di *fear of missing out* dan intensi media sosial tersebut masih dalam kisaran yang cukup umum, dan variasi pada variabel *fear of missing out* lebih terkonsentrasi di sekitar mean daripada pada variable intensi media sosial.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

Variable	Indeks Normalitas	Sig (p)	Keterangan
Intensi Mengakses Media Sosial * *Fear Of Missing Out*	0,052	0,476	Data berdistribusi normal

EduInovasi: Journal of Basic Educational Studies
Vol 5 No 1 (2025) 461 - 473 P-ISSN 2774-5058 E-ISSN 2775-7269
DOI: 47467/eduinovasi.v5i1.6493

Berdasarkan hasil uji normalitas, diketahui nilai signifikansi 0.476 > 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal dan dapat digunakan.

Uji Linearitas

Tabel 4. Uji Linearitas

Variabel	Linearity		Deviation from Linearity		Keterangan
Intensi Mengakses Media Sosial * *Fear of Missing Out*	**F**	**Sig (p)**	**F**	**Sig (p)**	Tidak Linear
	156,323	0,000	1,955	0,006	

Berdasarkan table hasil uji linearitas di atas dapat dilihat bahwa pada *Deviation from Linearity* dengan nilai signifikan sebesar 0,006 yang di mana nilai tersebut kurang dari 0,05. Sehingga terjadi adanya penyimpangan yang signifikan antara Intensi Mengakses Media Sosial dengan *Fear of Missing Out* serta hubungan kedua variable dapat dikatakan tidak linear.

Uji Hipotesis

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	**Koefisien Korelasi (r)**	**Sig (p)**	**Keterangan**
Intensi Mmengakses media sosial dengan *Fear of missing out*	0,694	0,000	Sangat Signifikan

Berdasarkan tabel hasil uji hipotesis di atas menghasilkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,694 dengan signifikansi 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini diterima yang di mana berarti terdapat hubungan yang sangat signifikan antara Intensi mengakses media sosial dengan kecenderungan *Fear of missing out* pada gen z di Yogyakarta.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensi mengakses media sosial dengan kecenderungan *fear of missing out* pada gen Z di Yogyakarta. Subjek yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah gen Z yang berusia 14-26 tahun di Yogyakarta. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan positif antara intensi mengakses media sosial dengan kecenderungan *fear of missing out* pada gen Z di Yogyakarta. Semakin tinggi intensi mengakses media sosial maka semakin *fear of missing out* (FoMO) pada gen Z di

Vol 5 No 1 (2025) 461 - 473 P-ISSN 2774-5058 E-ISSN 2775-7269
DOI: 47467/eduinovasi.v5i1.6493

Yogyakarta. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah intensi mengakses media sosial maka semakin berkurang *fear of missing out* (FoMO) pada gen Z di Yogyakarta..

Menurut Przybylski, Murayama, DeHaan, dan Gladwell (2013), ketakutan akan ketinggalan (FoMO) terjadi ketika kebutuhan psikologis seseorang tidak terpenuhi, terutama dalam hal pembaruan informasi diri di dunia maya. Hal ini terjadi ketika individu merasa terisolasi karena tidak mengetahui apa yang sedang dilakukan teman-teman mereka. Selain itu, FoMO juga muncul karena kecemasan terhadap pengalaman yang lebih baik yang dialami orang lain, yang memengaruhi keterhubungan emosional individu dengan lingkungannya. Kuss dan Griffiths (2017) juga menemukan bahwa penggunaan media sosial berlebihan dapat menurunkan produktivitas, gangguan fokus, dan bahkan gejala kecanduan.

Secara keseluruhan, penelitian ini telah dilakukan dengan baik dan terstruktur, meskipun terdapat beberapa kelemahan, seperti tidak berfokus pada satu jenis media sosial saja. Walaupun terdapat keterbatasan tersebut, penelitian ini tetap berkomitmen untuk menyajikan wawasan yang mendalam dan berarti mengenai hubungan antara intensi mengakses media sosial dengan kecenderungan *fear of missing ou* pada gen z di Yogyakarta.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini mengungkapkan adanya hubungan positif antara intensi mengakses media sosial dengan kecenderungan fear of missing out (FoMO) pada Gen Z di Yogyakarta. Semakin tinggi intensi mengakses media sosial, semakin besar kecenderungan FoMO yang dialami, dan sebaliknya, semakin rendah intensi tersebut, semakin berkurang pula kecenderungan FoMO pada Gen Z di wilayah tersebut.

Meskipun diperlukannya peneltian lebih mendlam untuk berfokus pada satu media sosial saja, Namun, Penelitian ini memberikan wawasan penting tentang perlunya pengelolaan intensi mengakses media sosial secara bijak agar dapat meminimalkan kecenderungan FoMO pada Gen Z di Yogyakarta.

Vol 5 No 1 (2025) 461 - 473 P-ISSN 2774-5058 E-ISSN 2775-7269
DOI: 47467/eduinovasi.v5i1.6493

DAFTAR PUSTAKA

Abel P Jessica, Beech-Nut, USA Cheryl L. Buff, Siena College, USA Sarah A. Burr, Ipsos, USA. (2016). *Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment*. Journal of Business & Economics Research.

Afriani, S. F. (2018). *Social Media Engagement Sebagai Mediator antara Fear Of Missing Out Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Remaja*. Jurnal Psikologi Sains dan Profesi.

Aisafitri Lira, Yusriyah Kiayati. (2021). *Kecanduan Media Sosial (FoMO) Pada Generasi Milenial*. Jurnal Ilmu Komunikasi.

Ajijah Ijijah Hilyatul, Selvi Elvi. (2021). *Pengaruh kompetensi dan komunikasi terhadap kinerja perangkat desa*. Jurnal Management.

Al-Aziz, Asma A. (2020). *Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Tingkat Depresi pada Mahasiswa*. Acta Psychologia.

Andi Intan Dwita Putri, L. H. (2019). *The Relation between FoMO (Fear of Missing Out) and Social Media Addiction Among Instagram User Students at Badung Islamic University*. Prosiding Psikologi.

APJII, P., Pengawas, D., Pusat, B. P., Harian, B. P., Baru, D. A., APJII, A. P., ... & Data, G. (2014). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Jakarta: APJII.

Cibro, R. A. D., & Simbolon, H. (2023). *Hubungan Antara Fear Of Missing Out (FOMO) terhadap Konformitas pada Pengguna Media Sosial Tiktok pada Remaja*. Innovative: Journal Of Social Science Research, 3(4), 5420-5435.

Efendi Arieska. Fatimah Clara, Parinata Dwi, Ulfa Marchamah. (2021). *Pemahaman Gen Z Terhadap Sejarah Matematika*. Jurnal Pendidikan Matematika. Vol. 9, No. 2, pp. 116 – 126.

Farida Hasana, Weni Endahing, Arya Lutfi. (2021). *Self-Esteem dan Kepuasan Hidup Dengan fear Of Missing Out (FoMO) Pada Remaja*. Jurnal Psikologi Poseidon.

Fauzi, Ahmad dkk. (2022). *Metodologi Penelitian*. Pena Persada.

Firamadhina Fadhlizha Izzati Rinanda, Krisnani Hetty. (2020). *Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme*. Social Work Jurnal. Vol. 10, No. 2, pp. 199 - 208.

Gayatri Wibaningrum, C. D. (2020). *Fear of Missing Out Scale Indonesian Version: An Internal Structure Analysis*. Jurnal Pengukuran Psikologi dan Pendidikan Indonesia.

Islmail Muhammad Wahyu (2023). *Hubungan FoMO (Fear of Missing Out) dengan Kecenderungan Narsistik Remaja Pengguna Instagram*.

Kusumaisna Kezia, Satwika Yohana Wuri (2023). *Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Dewasa Awal Pengguna Aktif Media Sosial di Kota Surabaya*. Jurnal Penelitian Psikologi.

Vol 5 No 1 (2025) 461 - 473 P-ISSN 2774-5058 E-ISSN 2775-7269
DOI: 47467/eduinovasi.v5i1.6493

Larasati Dewi, Sunarto. (2020). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Dan Tingkat Konformitas Kelompok Teman Sebaya Terhadap Tingkat Perilaku Cyberbullying*. Universitas Diponegoro.

Lisya Septiani Putri, D. H. (2019). *Gaya Hidup Mahasiswa Pengidap Fear Of Missing Out di Kota Palembang*. Jurnal Masyarakat & Budaya.

Mirna Dewi Kalisna, N. W. (2021). *Hubungan Antara Sindrom Fomo (Fear Of Missing Out) dengan Kepercayaan Diri Siswa Pada Siswa Kelas VII Di SMP Muhammadiyah 2 Godean Sleman Tahun Ajaran 2019/2020*. Jurnal Bimbingan dan Konseling.

Mursalin, T. H. (2022). *Direction Of A Fiction Film About Fear Of Missing Out On The Use Of*. e-Proceeding.

Pujiono, A. (2021). *Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z*. Didaché: Journal of Christian Education.

Putri Andi Intan Dwita, Lilim Halimah. (2019). *Hubungan FoMO (Fear of Missing Out) dengan Adiksi Media Sosial pada Mahasiswa Pengguna Instagram di Universitas Islam Badung*. Prosiding Psikologi.

Ranlia Rizki Zulkarnain, S. R. (2023). *Pengaruh Tingkat Fear Of Missing Out (FoMO) Dan Tingkat Social Overload Terhadap Intensi Penghentian Penggunaan Instagram*. Universitas Diponegoro.

Reina Okta Cahyani, R. P. (2023). *Fear of missing out and social comparison among college students who use Instagram*. Psikoislamika: Jurnal Psikologi dan Psikologi Islam.

Rosyida, A., & Romadhani, R. K. (2022). *Gratitude as a predictor of fear of missing out (FOMO) among digital native generation in Yogyakarta*. Psychological Research and Intervention, 5(2), 53-62.

Salinding Jessica Medly, Soetjiningsih Christiana Hari. (2022). *Fear Of Missing Out pada Pengguna Media Sosial dan Kaitannya dengan Loneliness Di Masa Pandemi Covid-19*. Psikoborneo Jurnal Ilmiah Psikologi.

Salwa Nafisa, I. K. (2022). *Hubungan Antara Fear Of Missing Out Dengan Kecanduan Media Sosial*. Journal of Islamic and Contemporary Psychology (JICOP).

Sarwono, S.W. (2006). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Setiadi, Ahmad (2016). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*. AMIK BSI Karawang.

Setyowati, T. A., Herlambang, T., & Winahyu, P. *Pengaruh Kompensasi, Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada SMA Muhammadiyah 2 Genteng*. Sumber, 63, 67.

Sianipar, Nicho A., Kwloeti, Dian Veronika S. (2019). *Hubungan Antara Regulasi Diri Dengan Fear Of Missing Out (FoMO) Pada Mahasiswa Tahun Pertama Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro*. Jurnal Empati.

Sidik, Adi Permana, dan Nunung Sanusi. (2019). *Pola Komunikasi Mahasiswa di Media Sosial (Studi Etnografi Komunikasi Pada Mahasiswa USB YPKP)*. Jurnal Common, 3(1): 26-33.

Vol 5 No 1 (2025) 461 - 473 P-ISSN 2774-5058 E-ISSN 2775-7269
DOI: 47467/eduinovasi.v5i1.6493

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Suryabrata, Sumadi. (2008). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Suwandi Virga Virena, Cangara Hafied, Wahid Umaimah. (2022). *Instagram Addiction: Narcissism and Fear of Missing Out (FoMO)*. Jurnal Mantik.

Wulan Sekar Nagari, M. Y. (2023). *Hubungan FOMO Dan Anxiety Terhadap Remaja Adiksi Medsos Di SMKN 1 Martapura*. Journal Systems.

Zaidan Lukmanul Hakim, M. R. (2023). *Fear of Missing Out (FOMO) Pada Mahasiswa*. Parade Riset Mahasiswa.