

HUBUNGAN ANTARA SELF CONTROL DENGAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO) PADA GENERASI Z PENGGUNA MEDIA SOSIAL TIKTOK

DINDA AZIZIYAH AL MUFARIDA¹, RIZKY PUTRA SANTOSA²

^{1,2}Universitas Negeri Surabaya
e-mail: dinda.20150@mhs.unesa.ac.id

ABSTRAK

Maraknya TikTok di Indonesia dapat menimbulkan beberapa dampak negatif bagi generasi z misal, adanya keinginan kuat untuk terus mengikuti kegiatan yang dilakukan oleh pengguna lain di media sosial TikTok. Hal ini menimbulkan ketakutan, kekhawatiran, dan kecemasan ketika tertinggal berbagai informasi dan trend yang ada di TikTok yang disebut dengan *fear of missing out*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara *self control* dengan *fear of missing out* pada generasi z pengguna media sosial TikTok. Metode pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi tidak diketahui dengan kriteria yaitu seluruh pengguna media sosial TikTok yang berusia 12-24 tahun, maka dari itu penelitian ini menggunakan G*Power 3.1.9.7. untuk mengetahui jumlah sampel yang akan digunakan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 160 responden. Hasil dari analisis korelasi *product moment pearson* diperoleh bahwa nilai korelasi = -0,433 dan p sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan terdapat hubungan yang negatif antara *self control* dengan *fear of missing out*. Artinya bahwa semakin tinggi *self control* semakin rendah *fear of missing out*. Begitupun sebaliknya semakin rendah *self control* maka semakin rendah pula *fear of missing out*.

Kata Kunci: Kontrol diri, takut tertinggal, generasi z

ABSTRACT

The rise of TikTok in Indonesia can have several negative impacts on Generation Z, for example, a strong desire to continue following activities carried out by other users on TikTok social media. This causes fear, worry and anxiety when we miss out on various information and trends on TikTok, which is called the fear of missing out. The aim of this research is to determine the relationship between self-control and fear of missing out in Generation Z users of TikTok social media. The method in this research uses quantitative methods. The population is unknown with criteria, namely all TikTok social media users aged 12-24 years, therefore this research uses G*Power 3.1.9.7. to determine the number of samples to be used. The sample used in this research was 160 respondents. The results of the Pearson product moment correlation analysis show that the correlation value = -0.433 and p is 0.000. This shows that there is a negative relationship between self-control and fear of missing out. This means that the higher the self-control, the lower the fear of missing out. Likewise, the lower the self-control, the lower the fear of missing out.

Keywords: Self control, fear of missing out, generation Z

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya era digital membuat penggunaan internet dari tahun ke tahun kian meningkat. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Terhitung sejak 2018, penetrasi internet Indonesia mencapai 64,8% kemudian, 73,7% di 2020, 77,01% di 2022, dan 78,19% di 2023. Dari hasil survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis APJII, maka tingkat penetrasi internet Indonesia menyentuh angka 79,5% dibandingkan dengan periode sebelumnya, maka ada peningkatan 1,4% (APJII, 2024). Penggunaan internet saat ini sangat mudah dijangkau

melalui ponsel atau telepon seluler yang didalamnya memperkenalkan berbagai aplikasi media sosial seperti Facebook, Youtube, WhatsApp, Instagram, TikTok, Twitter, Telegram dan lain lain. Salah satu media sosial yang sedang booming saat ini adalah TikTok (Wijaya, et al., 2022). TikTok adalah salah satu media sosial yang sangat populer, tidak saja sebagai ajang menunjukkan kreativitas dan tren, tapi juga menjadi hiburan bagi masyarakat (Pratama, et al., 2023).

Riset *we are social* (2023) mengungkapkan bahwa pengguna media sosial TikTok menjadi media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan total pengguna sebanyak 112,98 juta kali sepanjang tahun 2023. Media sosial Tiktok menyediakan berbagai konten video menarik yang berdurasi pendek sekitar 15 sampai 60 detik yang didalamnya terdiri dari konten hiburan, edukasi, motivasi, menari atau dancing, bernyanyi, pengajian dan konten lifestyle (Seperti konten makanan, *outfit of the day* (OOTD), tempat makan, liburan sampai kegiatan sehari hari) (Firamadhina & Krisnani, 2020). TikTok membebaskan penggunaanya dalam berekspresi dan kreatif membuat konten video sesuai dengan keunikan masing-masing individu. Pengguna tidak hanya diberikan kreativitas, namun juga diberikan kemampuan untuk memproduksi dan berbagi konten video dengan musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya, sehingga platform ini menjadi lebih mudah untuk dikonsumsi dan dapat menarik perhatian individu dengan cepat (Yanuartuti, 2023).

Kepopuleran TikTok berhasil mencetak beberapa konten kreator sukses yang mampu menembus keviralan sampai diundang oleh berbagai stasiun televisi (Sandi & Febriana, 2023). Para pengguna TikTok lainnya banyak yang beranggapan bahwa konten yang terdapat pada aplikasi TikTok atau konten viral yang diciptakan oleh konten creator ternama adalah sebuah trend yang harus diikuti agar menjadi viral seperti konten kreator sukses lainnya, sehingga individu mempunyai kecenderungan untuk selalu mengikuti trend. Hal ini membuat pengguna Tiktok untuk berlomba lomba menciptakan dan menampilkan konten dengan mengikuti trend yang ada. Perhatian dan pengakuan dari pengguna lain dalam mengikuti suatu trend tersebut seringkali diperlukan pada saat pengguna mengunggah konten, hal ini bertujuan agar pengguna menjadi dikenal oleh banyak khalayak umum. Ketika individu berhasil dikenal banyak khalayak umum, individu akan mendapatkan sebuah kepopuleritasan dan dikenal banyak khalayak umum (Yanuarti, 2023).

Pengguna TikTok didominasi oleh kalangan muda, data Business of Apps mengatakan bahwa berdasarkan gender perempuan tercatat lebih banyak 55% sedangkan laki laki sebanyak 43% dan 2% dari gender lain, pengguna TikTok paling banyak diusia 18-24 tahun yang mencapai 34,9% sedangkan kelompok usia 12-17 tahun mencapai 14,4% kelompok usia ini bisa dikatakan sebagai generasi Z. Umumnya generasi Z akan dianggap menarik jika aktif dalam sosial media, sebaliknya jika tidak aktif dalam social media individu dinilai kurang menarik atau ketinggalan zaman (Aresti, et al., 2023). Kecanggihan media sosial TikTok dimanfaatkan oleh generasi Z untuk memenuhi rasa keingintahuannya terhadap pembaharuan media sehingga menjadi trend dan terdapat stigma gaul bagi generasi Z yang aktif media sosial (Mutib, 2023).

FoMO dan TikTok adalah dua hal yang saling berhubungan satu sama lain, FoMO ditandai dengan adanya perasaan takut atau cemas akan ketinggalan berbagai informasi, sehingga dapat menjadi salah satu penyebab kecanduan dalam penggunaan TikTok (Hidayah dan Nastiti, 2023). Menurut Przybylski et al (2013) *Fear of missing out* (FOMO) suatu bentuk kekhawatiran yang dirasakan individu bila melewatkan suatu pengalaman yang dialami oleh individu lain tanpa adanya kehadiran individu yang ditandai dengan adanya dorongan untuk selalu hadir, terhubung, dan memantau segala aktivitas apapun yang dilakukan individu lain. *Fear of missing out* menurut Alt (2018) adalah fenomena di mana individu merasa takut ketika orang lain memperoleh pengalaman yang menyenangkan namun individu tersebut tidak terlibat

secara langsung sehingga individu berusaha untuk tetap terhubung dengan orang lain melalui sosial media. Apapun yang viral di TikTok sangat mampu membuat individu merasa FoMO dan merasa kurang update jika tidak turut melakukan hal viral tersebut (Darmayanti, et al., 2023)

Rendahnya *self control* individu dalam penggunaan media sosial dapat menyebabkan perilaku adiktif, di mana individu selalu ingin mendapatkan informasi terbaru dan merasa perlu terus terhubung dengan aktivitas orang lain, hal ini dapat memicu terjadinya fear of missing out (Fomo), di mana individu merasa cemas dan takut ketinggalan informasi atau pengalaman yang dianggap penting (Vaughn & Mack, 2012). *Self control* individu berperan penting dalam mengelola *fear of missing out* pada pengguna media sosial. *Self control* adalah mekanisme yang disengaja dan disertai dengan niat sehingga dapat mengubah perilaku, menahan godaan, mengubah suasana hati, dan bertindak untuk mencapai tujuan pribadi (Layli Mumbaasithoh et al., 2021). Dalam hal ini, tentunya *self control* dapat membantu manage perilaku individu dalam penggunaan internet, jika mempunyai *self control* tinggi akan mampu memadu, mengarahkan dan mengatur perilaku online ke arah yang baik. Sebaliknya individu yang kontrol dirinya rendah akan mengarah ke perilaku negatif (Faradilla, 2020). Sehingga, individu yang memiliki *self control* yang baik maka individu akan terhindar dari kecanduan Tiktok.

Studi pendahuluan yang telah dilakukan oleh peneliti bisa dikatakan bahwa individu memiliki rasa khawatir jika tidak dapat mengakses TikTok, hal ini muncul karena individu cemas jika tertinggal informasi atau trend yang ada di TikTok, dari adanya rasa cemas karena takut tertinggal informasi atau trend seringkali individu merasa kesulitan untuk menghentikan penggunaan TikTok sehingga beberapa individu lebih memilih scroll TikTok meskipun ada tugas yang harus dikerjakan, selalu menyempatkan diri untuk membuka TikTok dalam keadaan apapun seperti, sedang berkumpul bersama keluarga, teman dan ketika sedang mengerjakan tugas, Individu sering membandingkan dirinya dengan pengguna TikTok lain yang lebih memiliki pengalaman yang luar biasa. Berdasarkan studi pendahuluan yang telah dilakukan, peneliti tertarik untuk mengetahui hubungan antara *self control* dengan *fear of missing out* (Fomo) pada generasi z pengguna tiktok.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Jannah (2018) mengungkapkan metode kuantitatif merupakan metode dengan data penelitiannya yang dianalisis dan dikumpulkan dalam bentuk angka. Adapun ciri ciri metode kuantitatif yaitu data berupa angka, menganalisis data dengan menggunakan perhitungan statistik dan hipotesis penelitian. Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan korelasi *product moment pearson*. Jenis pendekatan ini memiliki tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel variabel yang digunakan dalam penelitian (Jannah, 2018).

Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh pengguna media sosial TikTok. Peneliti menentukan karakteristik yang harus dimiliki oleh subjek penelitian diantaranya individu yang berumur 12-24 tahun yang dikatakan Generasi Z. Berdasarkan karakteristik populasi tersebut, maka penelitian ini menggunakan populasi infinit atau jumlah individu yang tidak terhingga. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *G*Power 3.1.9.7* yang bertujuan untuk mengestimasi jumlah responden yang dibutuhkan berdasarkan jenis analisis yang dilakukan pada sebuah penelitian (Apriliawati, 2022). Berdasarkan hasil *G*Power 3.1.9.7* jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian sebanyak 160 responden.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan skala *fear of missing out* dan *self control* menggunakan google form. Alat instrumen yang berisi skala psikologi yang didalamnya terdapat pernyataan pernyataan yang diperuntukkan oleh responden

yang terdiri dan item *favorable unfavorable* (Jannah, 2018). Pengukuran dilakukan dengan menggunakan empat skala likert yang terdiri dari Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Fear of missing out menggunakan teori Sette, et al, (2019) mengungkapkan suatu keadaan psikologis yang menunjukkan adanya kecemasan dalam diri individu ketika melewatkan kebahagiaan atau kegiatan yang dilakukan oleh individu lain melalui sosial media. Penyusunan alat ukur yang digunakan pada skala *fear of missing out* terbagi menjadi 4 aspek yaitu kebutuhan untuk dimiliki (*need to belong*), kebutuhan akan popularitas (*need for popularity*), kecemasan (*anxiety*), kecanduan (*addiction*). Skala *fear of missing out* terdiri dari 20 aitem.

Self control menggunakan teori Tangney, et al, (2004) mengungkapkan bahwa kemampuan untuk mengesampingkan atau mengubah pemikiran negatif serta kemampuan untuk menahan diri untuk tidak melakukan hal hal yang menyimpang. Penyusunan alat ukur yang digunakan pada skala *self control* terbagi menjadi 5 aspek yaitu kedisiplinan diri (*self discipline*), perilaku non impulsif, kebiasaan sehat (*healthy habits*), etos kerja (*work ethic*), kompetensi (*reliability*). Skala *self control* terdiri dari 36 aitem.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Hasil pengujian statistik deskriptif pada penelitian ini bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai data dari variabel yang diperoleh setelah pengambilan data subjek yang dikumpulkan (Azwar, 2022). Setelah pengumpulan data selesai, maka peneliti mengolah data tersebut dengan menghitung nilai minimum, maximum, mean dan standar deviasi.

Tabel 1 Hasil Deskritif Data Penelitian

	N	Minimum	Maiximu m	Mieain	Std. Dieviaition
Fieair Of Missing Out	16 0	19.00	72.00	50.8875	12.08408
Sielf Control	16 0	65.00	116.00	88.3437	12.63172

Hasil perhitungan statistic deskriptif diatas diketahui bahwa jumlah responden dari penelitian ini berjumlah 160 generasi z dengan nilai minimum pada variabel fear of missing out sebesar 19, nilai maximum sebesar 65 dan nilai mean sebesar 50.8875. Pada variabel self control dengan nilai minimum sebesar 65, nilai maximum sebesar 116 dan nilai mean sebesar 88.3437.

Berdasarkan nilai nilai yang tertera diatas, data data tersebut dapat dikategorikan menjadi tiga bentuk skoring mulai dari skor rendah, sedang hingga skor tinggi. Kategorisasi ini secara empiris menggunakan rumus statistik dari standar deviasi. Kategori ini dilakukan guna melihat penyebaran skor pada suatu data subjek. Berikut adalah norma kategorisasi skor dari skala fear of missing out:

Tabel 2 level skor fear of missing out

Rumus	Norma skor	Kaitiegori
$X < (M - SD)$	$X < (39)$	Riendaih
$(M - SD) \leq X < (M + SD)$	$(39) \leq X < (63)$	Siedaang
$X \geq (M + SD)$	$X \geq (63)$	Tinggi

Rumus untuk menentukan skor yang digunakan diatas adalah menggunakan rumus standar deviasi (Azwar, 2018). Hasil dari analisa deskriptif kategorisasi skor diatas dapat dilihat bahwa subjek dengan kategori rendah mempunyai nilai <39 ($X < 39$). Kategori skor sedang memiliki nilai ≤ 39 dan ≥ 63 . Sedangkan kategori dengan skor tinggi memiliki nilai ≥ 63 . Hasil dari kategorisasi skor fear of missing out sebagai berikut.

Tabel 3 level skor fear of missing out

Kriteria	Frikkuensi	Persentase
Rendah	29	18.1
Sedang	106	66.3
Tinggi	25	15.6

Hasil analisa menunjukkan bahwa variabel fear of missing out subjek dengan kategori skor tertinggi berjumlah 25 generasi z, subjek dengan skor sedang berjumlah 106 generasi z, dan subjek dengan skor rendah berjumlah 29 generasi z.

Tabel 4 level skor self control

Rumus	Norma skor	Kategori
$X < (M - SD)$	$X < (75)$	Rendah
$(M - SD) \leq X < (M + SD)$	$(75) \leq X < (101)$	Sedang
$X \geq (M + SD)$	$X \geq (101)$	Tinggi

Rumus untuk menentukan skor yang digunakan diatas adalah menggunakan rumus standar deviasi (Azwar, 2018). Hasil dari analisa deskriptif kategorisasi skor diatas dapat dilihat bahwa subjek dengan kategori rendah mempunyai nilai <75 . Kategori skor sedang memiliki nilai ≤ 75 dan ≥ 101 . Sedangkan kategori dengan skor tinggi memiliki nilai ≥ 101 . Hasil dari kategorisasi skor self control sebagai berikut.

Tabel 5 level skor self control

Kriteria	Frikkuensi	Persentase
Rendah	31	19.4
Sedang	95	59.4
Tinggi	34	21.3

Hasil analisa menunjukkan bahwa variabel fear of missing out subjek dengan kategori skor tertinggi berjumlah 34 generasi z, subjek dengan skor sedang berjumlah 95 generasi z, dan subjek dengan skor rendah berjumlah 31 generasi z.

Hasil Analisis Data

Uji asumsi pada penelitian ini bertujuan untuk memenuhi penelitian parametrik, yang mana pada penelitian ini dibutuhkan uji asumsi untuk melihat kedua variabel berdistribusi normal atau tidak. Jika uji asumsi tidak terpenuhi maka uji hipotesis tidak dapat dilakukan. Uji asumsi adalah teknik analisa data yang digunakan sebelum melanjutkan perhitungan hipotesis. Uji asumsi terdiri dari dua uji, yaitu uji normalitas dan uji linieritas.

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan persyaratan utama untuk memastikan bahwa masing masing variabel memiliki adat yang berdistribusi normal. Sebelum data tersebut berdistribusi normal maka tidak bisa melanjutkan ke pengujian hipotesis (Sugiyono, 2015). Uji normalitas pada

penelitian ini menggunakan teknik Kolmogorov smirnov yang dianalisis menggunakan SPSS 25,0 for windows. Ketika data yang diperoleh sudah dinyatakan normal maka dapat dilanjutkan dengan pengujian selanjutnya yaitu uji hipotesis.

Syarat dalam menentukan data berdistribusi normal atau tidak dapat dilihat dari nilai signifikansi. Apabila nilai signifikansi $<0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Jika nilai signifikansi $>0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal. Dibawah ini adalah hasil olahan data normalitas variabel self control dan fear of missing out dengan teknik Kolmogorov smirnov menggunakan SPSS 25.0 for windows.

Tabel 6 Hasil Uji Normalitas

Variabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
Self Control	0,057	Data berdistribusi normal
Fear of Missing Out	0,064	Data berdistribusi normal

Berdasarkan hasil diatas, maka dapat diketahui hasil dari nilai signifikansi pada variabel self control adalah 0,057 dimana angka ini $>0,05$ dan data dinyatakan berdistribusi normal. Pada variabel fear of missing out nilai signifikansi yaitu 0,064 dimana nilai ini $>0,05$ dan data dinyatakan berdistribusi normal.

Uji Linieritas

Uji linieritas merupakan salah satu teknik yang berfungsi untuk melihat data setiap variabel linier atau tidak (Gunawan, 2017). Uji linieritas merupakan suatu perangkat uji untuk mengetahui bentuk hubungan yang terjadi antara variabel yang sedang diteliti. Uji ini digunakan untuk melihat hubungan dari kedua variabel yang diteliti apakah ada hubungan yang linier dan signifikan (Mochali, 2016). Uji linieritas ini dilakukan menggunakan SPSS 25.0 for windows yang dilihat dari linierity (Mochali, 2016). Dasar pengambilan dilihat dari nilai signifikansi linearity, apabila data $<0,05$ artinya data normal dan apabila nilai signifikansi $>0,05$ artinya data tersebut tidak linier. Dibawah ini hasil uji linieritas.

Tabel 7 Hasil Uji Linieritas

Variabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
Self Control	0,000	Normal
Fear of missing out		

Berdasarkan hasil uji linieritas hubungan antara self control dengan fear of missing out memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut dilihat dari ketentuan yang berlaku apabila nilai signifikansi dari linearity $<0,05$ maka hubungan kedua variabel dinyatakan linier. Hasil kedua variabel tepat berada pada angka 0,000 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05 artinya hubungan variabel Y (fear of missing out) dan variabel X (self control) dinyatakan linier.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dapat dilanjutkan ketika sudah melalui uji asumsi. Dari uji asumsi normalitas dan linieritas terbukti bahwasannya sebaran data penelitian ini berdistribusi normal dan linier. Karena data penelitian ini normal dan linier, maka selanjutnya dilakukan uji hipotesis menggunakan teknik korelasi *product moment pearson*. Untuk melihat kekuatan eratnya hubungan dalam suatu penelitian, dapat dibagi menjadi empat kelompok nilai korelasi (Sarwono, 2013).

Tabel 8 Derajat Nilai Korelasi

Interval	Keterangan
0,00-0,25	Lemah
0,26-0,50	Sedang
0,51-0,75	Kuat
0,76-1,00	Sangat Kuat

Berikut adalah hasil uji korelasi antara variabel self control dengan variabel fear of missing out menggunakan teknik korelasi product moment pearson.

Tabel 9 Hasil Uji Korelasi Product Momen Pearson

		Fieair Of Missing Out	Sielf Control
Fieair Of Missing Out	Pieairson Corrielaition	1	-.433**
	Sig. (2-tailied)		.000
	N	160	160
Sielf Control	Pieairson Corrielaition	-.433**	1
	Sig. (2-tailied)	.000	
	N	160	160

Berdasarkan hasil analisis uji korelasi diatas menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ ($p < 0,005$). Jadi, karena nilai signifikansi dibawah 0,05 maka kedua variabel memiliki hubungan yang signifikan.

Kedua variabel juga menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar $r = -0,433$ yang mana nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara *self control* dengan *fear of missing out* memiliki korelasi dengan derajat hubungan korelasi sedang dan bentuk hubungan adalah negatif. Hubungan negatif menandakan bahwa semakin tinggi *self control* semakin rendah *fear of missing out*, begitupun sebaliknya semakin rendah *self control* maka semakin tinggi *fear of missing out*.

Pembahasan

Terdapat dua hipotesis yang dapat digunakan dalam sebuah penelitian kuantitatif yang pertama yaitu hipotesis satu-arah dan yang kedua hipotesis dua-arah. Menurut Jannah (2018) hipotesis dua-arah dan hipotesis satu-arah merupakan dua kategori hipotesis berdasarkan arah dari pernyataan hipotesis itu sendiri. Hipotesis dua-arah atau two tailed hypothesis yang digunakan dalam korelasi pearson pada penelitian ini untuk mengungkapkan adanya hubungan antara self control dengan fear of missing out pada pengguna media sosial TikTok. Menurut Jannah (2018) hipotesis satu-arah merupakan hipotesis yang menyatakan arah hubungan, perbedaan, atau pengaruh antar variabel bebas dan variabel terikat. Contohnya “ada korelasi positif antara variabel X dan variabel Y” contoh ini termasuk dalam hipotesis alternatif dan untuk hipotesis null psinsipnya sama. Selain itu peneliti perlu untuk menambahkan secara detail dan spesifik terkait arah korelasi, perbedaan, atau pengaruh antar variabel penelitian. Hipotesis dua-arah merupakan hipotesis yang tidak menyatakan secara spesifik mengenai arah hubungan, perbedaan atau pengaruh antar variabel X dan Y, Contohnya “tidak ada hubungan antara variabel X dan Y” (Jannah, 2018).

Hasil hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sedang dan berkorelasi negatif. Menurut Jannah (2018) penelitian korelasi merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau korelasi antara dua atau lebih variabel penelitian, dengan demikian hipotesis yang diajukan yaitu “terdapat hubungan antara self control dengan fear of missing out pada generasi z pengguna media sosial TikTok” diterima. Berkorelasi negatif yang dapat dimaknai bahwasannya tingkat self control generasi z yang semakin tinggi maka semakin

rendah tingkat fear of missing out, begitupun sebaliknya semakin rendah tingkat self control maka akan semakin tinggi pula tingkat fear of missing out pada generasi z. Hasil uji hipotesis ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sujarwo dan Rosada (2023) yang mana memiliki makna semakin tinggi self control semakin rendah pula fear of missing out begitupun sebaliknya. Penelitian lain yang juga dilakukan oleh Maza dan Aprianty (2022) hasil penelitian yang dilakukan berkorelasi negatif yang mana memiliki makna semakin tinggi self control semakin rendah pula fear of missing out begitupun sebaliknya. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Hasna dan Ekawati (2023) yang memiliki hubungan negatif yang mana memiliki makna semakin tinggi self control semakin rendah pula fear of missing out begitupun sebaliknya. Menurut Widiana (2004) individu yang memiliki self control tinggi, individu akan mampu mengatur perilaku online sebaliknya jika individu memiliki self control yang rendah individu tidak mampu mengendalikan diri untuk mengatur dan mengarahkan perilaku dalam menggunakan internet.

Korelasi antara *self control* dengan *fear of missing out* yang terjadi pada generasi z dikarenakan individu berada pada kondisi dimana individu ingin selalu mencari tahu tentang trend atau sebuah informasi yang sedang viral di TikTok atau pengalaman yang menarik yang dilakukan oleh pengguna lain di TikTok. Ketika individu tertinggal suatu informasi atau trend atau pengalaman pengguna lain yang sedang viral individu akan merasakan rasa cemas, takut dan kekhawatiran, hal ini tidak disadari oleh tiap individu ketika individu dalam keadaan self control yang rendah. Selaras dengan penelitian Maza dan Aprianty (2023) ketika individu memiliki self control yang tinggi individu akan memiliki *fear of missing out* yang rendah karena individu mampu untuk mengontrol emosi, pikiran dan perasaannya saat terhubung dengan pengguna lain di media sosial sehingga tidak menimbulkan perasaan cemas, takut dan khawatir akan tertinggal dengan peristiwa atau pengalaman pengguna lain di media sosial atau yang disebut dengan fear of missing out. Penelitian lain oleh Retnowati (2004) mengemukakan bahwa individu yang memiliki self control tinggi dapat menggunakan internet dengan sehat dan sesuai dengan kebutuhan agar tidak mengalami ketergantungan. Individu yang memiliki kemampuan dalam mengendalikan diri, individu dapat membatasi tingkah laku agar tidak berlebihan dalam menggunakan media sosial, hal ini remaja akan menggunakan media sosial dengan sewajarnya karena memiliki kontrol dalam diri (Sujarwo dan Rosada, 2023).

Dimensi *need to belong* pada penelitian mengungkapkan bahwa individu memiliki keinginan untuk terus berusaha menjadi salah satu bagian dari kelompok, karena itu akan membuat individu jadi dikenal oleh banyak khalayak umum, ketika individu semakin dikenal oleh khalayak umum, individu semakin dipercaya oleh perusahaan yang ingin bekerja sama dengan individu tersebut untuk mempromosikan barang dari perusahaan tersebut. Selaras dengan penelitian Wijaya et al (2023) yang mengungkapkan bahwa dimensi need to belong mewakili individu yang memiliki pengalaman takut ditinggalkan dan dorongan agar menjadi bagian sebuah kelompok. Selaras juga dengan penelitian Sette et al (2019) yang menjelaskan bahwa individu lebih erat kaitannya dengan afiliasi dan menilai kebutuhan manusia yang lebih mendasar untuk membentuk dan memelihara hubungan yang stabil.

Dimensi *need for popularity* pada penelitian ini mengungkapkan bahwa individu ingin konten yang dibuat mendapatkan banyak like dan komentar dari pengguna lain, hal ini karena individu ingin mendapatkan pengakuan dari pengguna lain bahwa individu tersebut menjadi selebritis TikTok atau artis TikTok. Hal ini selaras dengan penelitian Wijaya et al (2023) yang mengungkapkan bahwa dimensi need to popularity mengindikasikan ketergantungan pada penerimaan online dari teman sebaya. Selaras juga dengan penelitian Sette et al (2019) bahwa individu lebih terkait dengan dorongan internal untuk mendapatkan pengakuan dari teman sejawat dan rasa takut tidak diakui.

Dimensi *anxiety* pada penelitian ini mengungkapkan bahwa individu memiliki perasaan cemas dan kekhawatiran jika individu tidak terlihat menarik dari pengguna TikTok lainnya. Individu juga membandingkan diri dengan pengguna TikTok yang lain dan menganggap bahwa pengguna TikTok lain lebih menarik dari individu tersebut dan juga individu merasa cemas jika tidak dapat mengakses TikTok dalam jangka waktu yang lama. Hal ini selaras dengan penelitian Wijaya et al (2023) yang menyatakan bahwa individu memiliki kecenderungan ke arah gelisah, pantangan, pikiran negatif secara berulang ulang dan pengaruh negatif ketika individu kehilangan koneksi internet.

Dimensi *addiction* pada penelitian ini mengungkapkan bahwa individu tidak dapat menghentikan perilakunya ketika sedang menggunakan media sosial TikTok. Hal ini selaras dengan penelitian Wijaya et al (2023) yang mengungkapkan bahwa dimensi addiction menangkap kurangnya control diri setelah memulai penggunaan media sosial. Hal ini juga selaras dengan penelitian Sette et al (2019) yang mengungkapkan bahwa individu berlebihan dalam menggunakan media sosial sehingga terdapat masalah dengan pekerjaan, akademis dan relasional. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa fear of missing out berpengaruh dengan faktor lain seperti kecanduan dalam menggunakan ponsel, internet dan kepuasan hidup (Sette et al, 2019). Penelitian sebelumnya juga mengungkapkan terdapat faktor yang dapat mempengaruhi fear of missing out yang salah satunya yaitu self control (Baumeister et al, 2018). Self control memiliki peran penting dalam mengubah perilaku atau pemikiran negatif menjadi lebih positif (Sette et al, 2019).

Hasil deskriptif pada penelitian ini diketahui bahwa fear of missing out berada pada kategori sedang, yang mana dapat dimaknai dengan individu yang mana memiliki keadaan fear of missing out masih dapat mengendalikan dirinya ketika individu mengalami fear of missing out pada media sosial TikTok. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Rasyida (2020) menemukan tingkat fear of missing out (FOMO) pada remaja yang termasuk dalam kategori sedang yaitu remaja yang memiliki kemampuan dalam mengontrol diri, emosi, dan juga mampu mengendalikan diri untuk tidak mengakses internet setiap saat serta mampu mengatur waktu penggunaan internetnya, meskipun mereka masih mudah terganggu dengan keinginan untuk terus terhubung dengan media sosial. Hasil deskriptif self control juga berada pada kategori sedang, yang mana individu dapat memiliki kemampuan dalam mencegah perilaku atau pemikiran yang menyimpang. Hal ini selaras dengan penelitian Rasyida (2020) remaja dengan tingkat kontrol diri yang sedang mempunyai kemampuan untuk menghadapi stimulus yang tidak diinginkan dengan cara mencegah stimulus-stimulus yang sedang berlangsung. Namun tidak jarang remaja mengalami kesulitan dalam membatasi stimulus yang berlangsung karena individu mengalami kesulitan dalam menentukan siapa yang mengendalikan perilakunya. Remaja terkadang masih kesulitan untuk mengambil keputusan, selain itu individu juga sulit menyesuaikan perilaku dengan keadaan.

Pada penelitian ini generasi z yang mengalami Fear of missing out paling banyak diusia 18-24 tahun. Melansir laman idntimes, usia berapapun dapat mengalami FoMO tetapi yang paling tinggi terjadi pada remaja dan dewasa muda, menurut studi dari Amerika fenomena FoMO dipengaruhi oleh tingginya penggunaan media sosial pada usia remaja dan dewasa awal (Kusumo.R, 2021). Berdasarkan survei yang dilakukan oleh JWT Intelligence melaporkan bahwa di Amerika Serikat dan Inggris, orang dewasa awal berusia 18-34 tahun masih menempati peringkat tertinggi yang terkena FoMO. Selain itu riset yang dilakukan oleh Australia psychological Society, melaporkan bahwa individu yang berusia 18-35 tahun mengalami fenomena FoMO tertinggi (Ruyandy & Kartasasmita, 2021). Menurut (Przybylski et al., 2013) FoMO paling tinggi terjadi pada usia remaja dan dewasa awal Faktor yang mempengaruhi terjadinya FoMO adalah pola pengasuhan yang overprotective, penolakan serta

pengabaian yang dirasakan (Richter, 2018) tidak terpenuhinya kebutuhan akan self dan relatedness (Przybylski et al., 2013), kecemasan dan self-esteem (Abel dkk, 2016).

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil pemaparan perolehan data lapangan self control dengan fear of missing out pada generasi z pengguna media sosial TikTok bahwasannya hasil dari penelitian ini memiliki hubungan negatif antara kedua variabel. Jadi, semakin tinggi self control semakin rendah fear of missing out. Hal ini dibuktikan oleh nilai signifikansi yang telah dianalisis dan nilai r pada penelitian ini menunjukkan kekuatan keeratan hubungan antara self control dengan fear of missing out termasuk dalam golongan sedang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: scale development and assessment. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 14(1), 33-44.
- Aisafitri, L., & Yusriyah, K. (2021). Kecanduan media sosial (fomo) pada generasi milenial. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4 (1), 86-106. <https://doi.org/10.33633/ja.v4i01.4249>
- Akbar, R. S., Aulya, A., Psari, A. A., & Sofia, L. (2019). Ketakutan akan kehilangan momen (FoMO) pada remaja kota Samarinda. *Psikostudia J. Psikologi*, 7(2), 38. <http://dx.doi.org/10.30872/psikostudia.v7i2.2404>
- Aprilia, N. (2020). Pengaruh kesepian dan kontrol diri terhadap kecenderungan ketergantungan terhadap ponsel. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(2), 294-254. <http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i2.4908>
- Apriliawati, Denisa. Menghitung ukuran sampel dengan g*power: korelasi bivariat (pearson product moment). youtube, 29 September 2022, <https://www.youtube.com/watch?v=4YjENH9BQcU>
- Aresti, N. G., Lukmantoro, T., & Ulfa, N. S. (2023). Pengaruh tingkat fear of missing out (fomo) dan tingkat pengawasan orang tua terhadap tingkat kecanduan penggunaan tiktok pada remaja. *Interaksi Online*, 11(3), 272-284.
- Arum, D., & Khoirunnisa, R. N. (2021). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna e-commerce shopee. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(9), 92-102.
- Azwar, S. (2009). Efek seleksi aitem berdasar daya diskriminasi terhadap reliabilitas skor tes. *Buletin Psikologi*, 17(1).
- Azwar, S. (2018). Metode penelitian psikologi edisi II.
- Baumeister, R. F., Vohs, K. D., Aaker, J. L., & Garbinsky, E. N. (2016). Some key differences between a happy life and a meaningful life. *In Positive Psychology in Search for Meaning (pp. 49-60)*. Routledge.
- Bloemen, N., & De Coninck, D. (2020). Social media and fear of missing out in adolescents: The role of family characteristics. *Social MediaSociety*, 6(4). <https://doi.org/10.1177/2056305120965517>
- Charan, J., & Kantharia, N. (2013). How to calculate sample size in animal studies?. *Journal of Pharmacology and Pharmacotherapeutics*, 4(4), 303-306.
- Darmayanti, D. P., Arifin, I., & Inayah, M. (2023). FoMO: kecemasan digital di kalangan pengguna tiktok. *emik*, 6(2), 198-215. <https://doi.org/10.46918/emik.v6i2.2041>
- Deriyanto, D., & Qorib, F. (2019). Persepsi mahasiswa universitas tribhuwana tunggadewi malang terhadap penggunaan aplikasi tik tok. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 7(2).

- Ghufron, M. N., & Suminta, R. R. (2010). Teori-teori psikologi.
- Jannah, M. (2016). Psikologi eksperimen: sebuah pengantar. Surabaya: *Unesa University Press*.
- Jannah, M. (2018). Metodologi penelitian kuantitatif untuk psikologi. Surabaya: *Unesa University Press*.
- Kadri, A. F. (2022). Hubungan antara kontrol diri dengan fear of missing out pada mahasiswa pengguna media sosial di universitas islam riau. *Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau*.
- Kaontole, I. T., Rumayar, A. L., & Kumaat, M. M. (2023). Analisis Karakteristik dan Tingkat Pelayanan Arus Pejalan Kaki (Studi Kasus: Jl. Suprpto–Jl. Lembong). *TEKNO, 21(84), 627-638*.
- Kusumaisna, K. (2023). Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Dewasa Awal Pengguna Aktif Media Sosial Kota Surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi, 10(2), 749-764*.
- Lakens, D. (2013). Calculating and reporting effect sizes to facilitate cumulative science: a practical primer for t-tests and ANOVAs. *Frontiers in psychology, 4, 62627*.
- Lenth, Russell V (2001). Some practical guidelines for effective sample size determination. *The American Statistician, 55(3), 187–193*. doi:10.1198/000313001317098149
- Maza, S., & Aprianty, R. A. (2022). Hubungan kontrol diri dengan fear of missing out (fomo) pada remaja pengguna media sosial. *Jurnal Mahasiswa BK An-Nur: Berbeda, Bermakna, Mulia, 8(3), 148-157*.
- Mile, A. C., Firmawati, F., & Febriyona, R. (2023). Hubungan kontrol diri dengan kecanduan media sosial (tiktok) pada remaja di smpn 4 tilamuta. *Jurnal Rumpun Ilmu Kesehatan, 3(1), 198-207*.
- Mochali, I. (2016). Metode penelitian kuantitatif.
- Mutib, A. (2023). Hubungan intensitas penggunaan media sosial Tiktok dengan fenomena fear of missing out FOMO pada remaja awal *Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*.
- Nęcka, E. (2015). Self-control scale AS-36: construction and validation study. *Polish Psychological Bulletin, (3)*.
- Nurhanifa, A., Widiyanti, E., & Yamin, A. (2020). Kontrol diri dalam penggunaan media sosial pada remaja. *Jurnal Ilmu Keperawatan Jiwa, 3(4), 527-540*.
- Pramesti, Getut. 2017. Statistika penelitian dengan SPSS 24. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, *Gramedia Group*.
- Pratama, A. A. P., Narti, S., & Yanto, Y. (2023). Analisis perilaku komunikasi pengguna media sosial tik tok. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik, 10(2), 775-786*.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in human behavior, 29(4), 1841-1848*.
- Puspitadesi, D. I., Yuliadi, I., & Nugroho, A. A. (2013). Hubungan antara figur kelekatan orangtua dan kontrol diri dengan perilaku seksual remaja sma negeri 11 yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Psikologi Candrajawa, 1(4)*.
- Rahmah, P., Putri, M., & Utami, A. S. (2023). Hubungan antara kontrol diri dengan kecanduan media sosial pada remaja. *Jurnal Keperawatan Jiwa, 11(4), 859-866*.
- Rani, P., Tyagi, R., Kathpalia, J., & Kumari, V. (2023). Impact of social media on the health of the rural youth: a sociological study. *IAHRW International Journal of Social Sciences Review, 11(2)*.

- Rani, P. (2021). Social media addiction: impact on life. *international journal of research publication and reviews*, 3(2). diambil dari <https://paradigm-treatment.com/anxiety-teens-young-adults/social-media-addiction/>
- Rasyida, N. A. (2021). Hubungan antara self control dan fear of missing out dengan kecanduan internet pada penggemar korean pop. *Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*.
- Rucita, N., & Rahmasari, D. (2022). Hubungan antara kesepian dan kontrol diri terhadap remaja yang mengalami smartphone addict. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 16(03).
- Servidio, R. (2021). Self-control and problematic smartphone use among Italian University students: The mediating role of the fear of missing out and of smartphone use patterns. *Current Psychology*, 40(8), 4101-4111.
- Sette, C. P., Lima, N. R., Queluz, F. N., Ferrari, B. L., & Hauck, N. (2019). The online fear of missing out inventory (ON-FoMO): Development and validation of a new tool. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 5, 20-29.
- Solikha, I. (2022). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan fear of missing out (fomo) pada siswa smp nx. *Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung*.
- Sujarwo, S., & Rosada, M. M. (2023). Hubungan kontrol diri dengan fear of missing out pada pengguna media sosial. *Jurnal Psikologi: Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan*, 10(1), 178-189
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality*, 72, 271-324. doi:10.1111/j.0022-3506.2004.00263.x .
- Wahyunindya, B. P., & Silaen, S. M. J. (2021). Kontrol diri dengan fear of missing out terhadap kecanduan media sosial pada remaja karang taruna Bekasi Utara. *Ikra-Ith Humaniora: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(1), 1-8.
- We Are Social. (2024). digital 2024: 5 billion social media user. online at <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>, Accessed 31 Januari 2024.
- Wibaningrum, G., & Aurelly, C. D. (2020). Fear of missing out scale Indonesian version: An internal structure analysis. *Jurnal Pengukuran Psikologi Dan Pendidikan Indonesia*.
- Wijaya, P. M. N., Suandita, I. K. E., Della Maharani, N. M., & Parwita, G. B. S. (2022). Perilaku generasi z terhadap penggunaan media sosial tiktok: tiktok Sebagai Media Edukasi dan Aktivitas. *Prosiding Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR)*, 2, 415-424.
- Yanuartuti, S. (2023). Karya tari “fomo on tiktok” sebagai ungkapan takut tertinggal trend tiktok dalam bentuk tipe dramatik. *Solah*, 1(1), 39-50.
- Yaputri, M. S., Dimiyati, D., & Herdiansyah, H. (2020). The correlation between fear of missing out (fomo) phenomenon and consumptive behaviour in millennials. *Doctoral dissertation, President University*. <https://doi.org/10.53276/eligible.v1i2.24>
- Zuhroh, S. F., & Setiawan, A. (2022). Pengaruh self-control terhadap tiktok addiction. *Afeksi: Jurnal Psikologi*, 1(1), 253-263.
- Huysman, M. (2000). An organizational learning approach to the learning organization. *European Journal of Work and Organizational Psychology*. 9(2). 133-145.