

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pesatnya perkembangan era digital saat ini, penggunaan internet dan sosial media semakin luas dan merata. Internet, sebagai jaringan global yang menghubungkan jutaan komputer, memungkinkan akses data dalam berbagai bentuk, seperti teks, grafik, dan multimedia (Rizalia, Sunartin, & Mansyur, 2022). Pada era modern ini, media sosial memegang peran yang penting, tidak hanya sebagai wadah untuk mendapatkan informasi dan belajar, tetapi juga sebagai bentuk hiburan.

Di Indonesia, aplikasi seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok, Telegram, dan Twitter sangat populer, terutama di kalangan Generasi Z. Salah satu platform yang banyak diminati adalah TikTok, yang memungkinkan pengguna merekam, menonton, dan membagikan video berdurasi pendek dengan berbagai fitur seperti musik dan filter (Adawiyah, 2020). TikTok merupakan sebuah platform yang menyediakan beragam efek spesial yang menarik dan unik, penggunaannya bisa menggunakan efek tersebut dengan mudah. Melalui aplikasi TikTok, pengguna dapat membuat video singkat kreatif dan menarik, lalu membagikannya publik (Ilahin, 2022).

Berdasarkan data yang dirilis oleh Statista pada 20 Agustus 2024, disebutkan bahwa jumlah pengguna TikTok di Indonesia mencapai 157,6 juta orang. Angka ini menempatkan Indonesia sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia, bahkan melebihi jumlah

pengguna di Amerika Serikat. Hal tersebut menegaskan posisi TikTok sebagai salah satu platform media sosial yang sangat dominan di Indonesia dan memiliki potensi besar dalam menyebarkan informasi (Nuraeni & Gustini, 2024).

Berdasarkan survei untuk mengukur tingkat literasi digital masyarakat Kabupaten Sleman, yang dilakukan pada 648 responden di Sleman Yogyakarta terdapat 348 responden yang menggunakan TikTok di Sleman. Adapun data frekuensi akses media sosial pada literasi digital Sleman 2023, sebanyak 53,64% responden di Sleman menggunakan TikTok lebih dari 2 jam per hari. Durasi penggunaan tersebut mengungguli aplikasi lain seperti Instagram dan YouTube (Qoyyimi, Zulaela, Susyanto, Husnaqilati, & Wahyujati, 2023).

Rahayuningtyas, Pratitis, dan Arifiana, (2025) menyatakan bahwa media sosial sering kali menciptakan tekanan sosial untuk tampil sempurna, sehingga menyebabkan stres dan perasaan rendah diri. Fenomena ini juga dapat menghambat interaksi sosial secara langsung, yang pada akhirnya memperburuk kesehatan mental. Penelitian menunjukkan bahwa FoMO dan ketergantungan pada media sosial dapat menurunkan kesejahteraan psikologis, menyebabkan perasaan kesepian, serta meningkatkan risiko gangguan mental seperti depresi dan kecemasan.

FoMO pada TikTok dikategorikan dalam empat tingkatan, mulai dari FoMO ringan hingga FoMO ekstrem. FoMO yang berlebihan dapat menyebabkan kecanduan media sosial, mengganggu aktivitas sehari-hari,

hingga berdampak negatif pada kesehatan mental seperti kecemasan ekstrem dan bahkan keinginan untuk melakukan tindakan berbahaya. Secara psikologis, individu yang mengalami FoMO lebih rentan terhadap perasaan rendah diri dan ketidakpuasan hidup, karena mereka terus-menerus membandingkan kehidupan mereka dengan orang lain (Darmayanti, Arifin, & Inayah, 2023).

FoMO (*Fear of Missing Out*) atau ketakutan akan tertinggal informasi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu banyaknya stimulus informasi dan kemampuan *Self-control* individu. Di era digital saat ini, seseorang terus-menerus terpapar oleh berbagai rangsangan informasi, terutama dari media sosial yang menghadirkan pembaruan secara cepat dan terus-menerus. Hal ini mendorong individu untuk selalu ingin tahu dan mengikuti perkembangan terbaru agar tidak merasa tertinggal. Salah satu sumber utama dari stimulus ini adalah media sosial, yang menyajikan berbagai informasi tentang kehidupan orang lain, tren, atau berita aktual.

Tidak semua individu merespons paparan informasi dari media sosial dengan cara yang sama. Kemampuan individu untuk mengontrol diri dalam menghadapi godaan informasi digital sangat bergantung pada faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang memengaruhi *Self-control* mencakup usia semakin bertambah usia seseorang, umumnya semakin baik pula kemampuannya dalam mengendalikan diri. Sementara itu, faktor eksternal seperti lingkungan keluarga juga berperan penting. Terutama, peran orang tua sangat menentukan dalam membentuk kemampuan *Self-*

control seseorang. Remaja yang memandang penerapan disiplin dari orang tua secara demokratis cenderung memiliki *Self-control* yang lebih baik. Oleh karena itu, jika orang tua secara konsisten menerapkan disiplin sejak dini dan menegakkan konsekuensi atas perilaku menyimpang anak, maka sikap konsisten tersebut akan diinternalisasi oleh anak dan pada akhirnya membentuk *Self-control* dalam dirinya (Ghufron & S, 2010).

Namun, tanpa adanya *Self-control* yang baik, individu dapat kesulitan dalam mengatur waktu dan membatasi informasi yang dikonsumsi. Ketidakmampuan untuk mengendalikan diri dalam penggunaan media sosial ini dapat berdampak negatif, seperti meningkatnya rasa cemas, stres, hingga terganggunya keseimbangan kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, dalam menghadapi derasnya arus informasi, penting bagi individu untuk memiliki *Self-control* yang kuat agar tidak terjebak dalam pola perilaku FoMO (Wulandari, 2020).

Rata-rata masyarakat Indonesia menggunakan media sosial selama 3 jam 26 menit per hari, yang dapat menyebabkan ketergantungan dan meningkatkan FoMO. Penggunaan TikTok yang berkepanjangan mendorong individu untuk selalu mengikuti tren dan kehidupan orang lain, sehingga mereka merasa harus terus terhubung. Hal ini berpotensi menimbulkan kecemasan, ketegangan emosional, serta gangguan tidur akibat terus-menerus terpapar konten di TikTok (Pattinama & Kristinawati, 2024), apabila diteruskan dalam menggunakan internet, termasuk TikTok, lebih dari 5 jam sehari cenderung mengalami *Fear of Missing Out* (FoMO)

yang lebih tinggi. Durasi penggunaan yang lama menyebabkan ketidakmampuan untuk terpisah dari media sosial dan meningkatkan kecemasan saat tidak terhubung (Agustin & Nurfadillah, 2024).

Generasi Z, lahir antara tahun 1995 dan 2010, juga dikenal sebagai Generasi Net atau Generasi Internet (Christiani & Ikasari, 2020). Generasi ini merupakan generasi yang berkembang di tengah kemajuan era digital dan memiliki kedekatan yang tinggi dengan teknologi (Aprianti & Wendari, 2023). Mereka bergantung pada perangkat seperti ponsel dalam menjalani aktivitas sehari-hari dan dikenal sebagai generasi yang serba digital, serba instan, serta lebih banyak menghabiskan interaksinya di dunia maya (Sari, Ifdil, & Yendi, 2020). Kebiasaan ini membuat mereka menghabiskan banyak waktu di media sosial, yang pada akhirnya dapat memicu FoMO, yaitu dorongan untuk terus mengikuti perkembangan dan informasi terkini (Aprianti & Wendari, 2023).

Gen Z yang mengalami FoMO memiliki karakteristik psikologis seperti kecenderungan untuk selalu memantau aktivitas di media sosial, sering membandingkan diri dengan orang lain, serta merasa khawatir dan cemas jika tidak terhubung dengan update informasi terkini. Secara psikologis, mereka merasa cemas dan khawatir akan ketinggalan informasi, tren, atau aktivitas yang sedang terjadi di dunia maya. Karakteristik utamanya mencakup ketergantungan pada media sosial, perilaku terus-menerus memantau update, dan kecenderungan untuk membandingkan diri dengan orang lain. Dampak negatifnya terlihat pada penurunan

kesejahteraan psikologis, di mana kecemasan dan ketidakpuasan diri semakin meningkat akibat terus-menerus mengejar validasi dan perbandingan sosial yang terjadi di dunia maya (Fitri, Hariyono, & Arpandy, 2024).

Generasi Milenial yang mengalami FOMO memunculkan emosi kecemasan, ketidaknyamanan, dan perasaan tertekan akibat keharusan untuk selalu terhubung dengan media sosial. Generasi Milenial yang sangat bergantung pada platform digital mengalami dorongan emosional yang membuat mereka terus-menerus memeriksa update di berbagai aplikasi sosial, karena kekhawatiran akan kehilangan informasi atau tren terbaru. Kondisi ini tidak hanya memengaruhi produktivitas mereka, tetapi juga berdampak pada kesejahteraan psikologis secara keseluruhan, karena kebutuhan emosional untuk mendapatkan validasi sosial dan keterhubungan menjadi sangat dominan dalam kehidupan sehari-hari mereka (Yunarti, 2024).

Gen Z memiliki kebutuhan yang tinggi akan pengakuan sosial dan keterlibatan komunitas daring. Dorongan untuk tidak ketinggalan perkembangan dan keinginan kuat untuk tetap terhubung dengan komunitas digital membuat mereka lebih mudah terpengaruh oleh FoMO. Hal ini disebabkan oleh kebutuhan psikologis dasar mereka yang meliputi otonomi, kompetensi, dan keterhubungan, yang bila tidak terpenuhi, akan mendorong mereka untuk mencari validasi dan informasi secara kompulsif.

Gen Z lebih rentan mengalami FoMO secara emosional karena identitas mereka yang sangat dibentuk oleh eksposur media sosial sejak dini. Gen Z kerap merasakan kecemasan dan kegelisahan yang mendalam karena ketidakmampuan untuk selalu mengikuti arus informasi dan tren yang berlangsung di dunia digital. Dorongan untuk tidak ketinggalan perkembangan dan keinginan kuat untuk tetap terhubung dengan komunitas digital membuat Gen Z lebih mudah terpengaruh oleh FoMO. Hal ini disebabkan oleh kebutuhan psikologis dasar mereka yang meliputi otonomi, kompetensi, dan keterhubungan, yang bila tidak terpenuhi, akan mendorong mereka untuk mencari validasi dan informasi secara kompulsif, sehingga meningkatkan intensitas emosi FoMO dalam kehidupan sehari-hari mereka (Pakpahan, dkk., 2024).

FoMO berdampak signifikan pada mahasiswa Gen Z, terutama dalam penggunaan media sosial seperti TikTok. Dampak positifnya adalah FoMO dapat menjadi motivasi bagi individu untuk tetap mengikuti tren dan mendapatkan pengalaman baru yang dapat meningkatkan keterampilan sosial dan wawasan mereka. Namun, dampak negatifnya lebih dominan, termasuk kecemasan berlebih, stres, gangguan tidur, dan ketergantungan pada media sosial (Putri & Hapsari, 2024). FoMO juga dapat membuat seseorang lebih fokus pada pencapaian orang lain, yang menyebabkan perasaan tidak cukup baik dan kurangnya apresiasi terhadap diri sendiri (Tombeng & Yuwono, 2023).

FoMO, atau ketakutan ketinggalan, merupakan perasaan cemas yang muncul ketika individu melihat tren dan informasi viral di media sosial seperti TikTok. Perasaan ini bisa memicu kecenderungan untuk terus-menerus memeriksa media sosial agar tidak ketinggalan update terbaru. Untuk mengurangi FoMO, sangat perlu menekankan pentingnya peningkatan *Self-Control*. Dengan kemampuan mengendalikan impuls dan menetapkan batasan penggunaan media sosial, remaja dapat lebih bijak dalam mengatur waktu serta mengurangi kecemasan yang ditimbulkan oleh tekanan sosial digital (Maharani, Kholidin, & Prasetya, 2025).

Penting untuk disadari bahwa FoMO (*Fear of Missing Out*) kerap kali dikaitkan dengan penggunaan media sosial. Para pengguna cenderung terus memantau berbagai unggahan orang lain dan merasa terdorong untuk selalu terlibat dalam percakapan atau peristiwa yang berlangsung di dunia maya. Perilaku ini berpotensi menimbulkan tekanan emosional, perasaan kurang berharga, serta ketergantungan terhadap interaksi daring. FoMO juga dapat memengaruhi pola penggunaan media sosial, seperti kebiasaan berlebihan dalam memeriksa linimasa, notifikasi, dan konten lainnya demi menjaga perasaan tetap terhubung dan mendapatkan informasi terbaru. Hal ini bisa mengganggu keseimbangan antara kehidupan digital dan nyata, serta berdampak negatif pada kesehatan mental (Sachiyati, Yanuar, & Nisa, 2023).

FoMO yang tinggi sering kali muncul akibat penggunaan internet yang terlalu intens. Ketergantungan terhadap media sosial menyebabkan

individu merasa cemas jika tidak mengetahui perkembangan yang terjadi di luar diri mereka, sehingga media sosial menjadi kebutuhan yang sulit ditinggalkan. Generasi Z, yang cenderung menghabiskan banyak waktu di platform digital, akan mengalami pengaruh baik positif maupun negatif terhadap kualitas belajarnya. Sisi positifnya, media sosial dapat dimanfaatkan untuk memperoleh informasi akademis. Namun di sisi lain, jika penggunaannya berlebihan dan tidak mengenal waktu, hal ini dapat mengganggu waktu belajar serta menurunkan kualitas pembelajaran (Aprianti & Wendari, 2023).

Ketika individu terlalu fokus pada dunia maya, mereka berisiko mengabaikan aktivitas offline yang memiliki makna, seperti bekerja, belajar, atau berinteraksi langsung secara sosial. Selain itu, kecemasan karena tidak mengetahui aktivitas orang lain di media sosial mendorong individu untuk terus-menerus mengecek media sosial (Tandon, Dhir, Talwar, Kaur, & Mantymaki, 2022). Meskipun demikian, FoMO juga memiliki sisi positif yaitu dapat meningkatkan keterhubungan sosial dengan mendorong intensitas dan keterlibatan di media sosial.

Keinginan untuk tidak ketinggalan informasi membuat individu lebih aktif menjalin hubungan dengan orang lain secara daring, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kebahagiaan. Akan tetapi, efek positif ini hanya muncul jika media sosial digunakan secara aktif, seperti dengan memberikan komentar, menyukai unggahan, atau membagikan konten. Sebaliknya, penggunaan pasif seperti hanya melihat tanpa interaksi dapat

menurunkan tingkat kebahagiaan karena kurangnya koneksi sosial yang bermakna (Austin, 2019).

Menurut Panggabean dan Brahmana (2021) menyebutkan bahwa FoMO merupakan konsekuensi dari perkembangan teknologi dan internet yang erat kaitannya dengan kecanduan media sosial. Pengguna berusaha untuk terus mengikuti arus informasi di media sosial, yang bisa berdampak positif maupun negatif. Dampak positifnya antara lain adalah tumbuhnya rasa syukur atas apa yang dimiliki dan terbukanya peluang untuk memperluas jaringan pertemanan secara daring. Di sisi lain, penggunaan yang berlebihan juga dapat menjadi toksik karena membuat individu lalai terhadap tanggung jawab dan terdorong untuk bermalas-malasan.

Masa dewasa awal, yang mencakup usia 18 hingga 25 tahun, merupakan fase penting dalam kehidupan seseorang karena pada periode ini terjadi banyak perubahan signifikan, seperti peralihan dari dunia pendidikan ke dunia kerja, membangun hubungan baru, serta proses pembentukan identitas diri. Dalam fase ini, FoMO (*Fear of Missing Out*) atau rasa takut tertinggal bisa sangat memengaruhi individu. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya adalah perubahan lingkungan sosial dari yang sebelumnya stabil seperti sekolah menjadi lebih dinamis dan tidak menentu seperti dunia kerja atau kampus baru, yang dapat menimbulkan rasa cemas atau terasing (A'yun & Sokip, 2024).

Selain itu, tingginya penggunaan media sosial di kalangan dewasa muda juga memperkuat efek FoMO, karena mereka terus-menerus terpapar

pada gambaran ideal kehidupan orang lain yang sering kali menimbulkan perasaan kurang puas terhadap diri sendiri. Pada saat yang sama, mereka juga sedang giat membentuk identitas melalui eksplorasi berbagai peran sosial dan profesional, dan FoMO dapat mengganggu proses ini dengan menumbuhkan keraguan terhadap pilihan hidup yang diambil. Tak hanya itu, tekanan sosial untuk sukses di berbagai bidang juga mendorong individu merasa harus terus bersaing dan mencapai prestasi yang lebih tinggi dari orang lain (A'yun & Sokip, 2024).

FoMO juga mudah memengaruhi kehidupan remaja karena mereka berada dalam masa pencarian jati diri. Remaja sering kali memiliki kecenderungan untuk membandingkan diri dengan orang lain dan merasa khawatir jika tidak sejalan atau bahkan ingin terlihat lebih baik dari teman-temannya. Fenomena ini diperkuat oleh paparan media sosial yang tidak selalu menghadirkan informasi yang sehat bagi perkembangan psikologis mereka. Akibatnya, perasaan iri atau tidak suka bisa muncul dan dalam beberapa kasus bisa memicu perilaku negatif seperti perundungan antar teman. Meskipun FoMO bukan tergolong gangguan obsesif kompulsif, penelitian menunjukkan bahwa terdapat kaitan antara keduanya (Fauzi & Fredian, 2024).

Remaja sendiri berada dalam tahap perkembangan yang khas, yaitu masa transisi dari kanak-kanak menuju dewasa, yang ditandai dengan berbagai perubahan besar, baik secara biologis, kognitif, sosial, maupun emosional. Perubahan ini juga tercermin dalam cara mereka berinteraksi

sosial, di mana kontak langsung atau tatap muka mulai tergeser oleh interaksi digital melalui media sosial. Teknologi saat ini memberikan kemudahan bagi remaja untuk tetap terhubung, namun juga menciptakan ruang baru bagi munculnya tekanan sosial yang bisa memengaruhi kesehatan mental mereka (Syifa & Irwansyah, 2022).

Meskipun remaja cenderung lebih mudah terpengaruh oleh FoMO dibandingkan dengan individu di usia dewasa awal, hal ini terjadi karena mereka berada dalam tahap pencarian jati diri yang kuat dan sangat dipengaruhi oleh opini serta penerimaan dari lingkungan sekitarnya. Selain itu, ketidakstabilan emosional yang umum pada masa remaja membuat mereka lebih sulit dalam mengendalikan perasaan cemas atau rendah diri akibat rasa takut tertinggal. Namun demikian, kelompok usia dewasa awal juga tetap memiliki potensi besar untuk mengalami FoMO. Pada tahap kehidupan ini, individu menghadapi berbagai perubahan penting, seperti memasuki dunia kuliah, memulai karier, dan menetapkan arah hidup.

Tekanan untuk sukses secara akademik, profesional, maupun sosial, serta pengaruh ekspektasi dari lingkungan, dapat menimbulkan perasaan tidak aman atau tertinggal, terutama ketika membandingkan diri dengan pencapaian orang lain di media sosial. Oleh karena itu, walaupun remaja dinilai lebih rentan mengalami FoMO karena kondisi psikososial yang belum stabil, dewasa awal pun tetap menghadapi risiko serupa yang dipicu oleh tuntutan hidup dan proses pembentukan identitas diri yang kompleks.

Kondisi ini terlihat jelas di Sleman, sebuah wilayah di Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki populasi Generasi Z terbanyak dibandingkan daerah sekitarnya, dengan jumlah mencapai 261.118 jiwa (BPS, 2024). Dengan kemudahan akses internet dan keterbukaan masyarakat terhadap teknologi, Generasi Z di Sleman menjadi sangat terpapar beragam informasi dan tren yang berkembang melalui media sosial, terutama TikTok. Oleh sebab itu, dorongan untuk terus mengikuti tren dan tetap terhubung dengan konten terbaru semakin memperbesar risiko FoMO di kalangan mereka.

Fear of Missing Out adalah keadaan di mana individu merasa khawatir tertinggal momen penting yang dialami oleh individu lain atau kelompok tertentu. Kondisi ini mendorong seseorang untuk mengikuti norma sosial yang dianggap umum, sehingga memicu kebiasaan untuk terus memantau dan membandingkan kehidupan sendiri dengan kehidupan orang lain (Servidio, Soraci, Griffiths, Boca, & Demetrovics, 2024). Manifestasi nyata dari FoMO adalah kecemasan intens terkait aktivitas orang lain, di mana individu sangat fokus pada apa yang dilakukan orang lain dan khawatir terhadap pandangan mereka mengenai kehidupan pribadinya (Fitri, Hariyono, & Arpandy, 2024). Dalam konteks digital, FoMO terjadi saat seseorang merasa ketinggalan informasi atau tidak mengetahui aktivitas terbaru orang lain (Sianipar & Kaloeti, 2019).

Fenomena FoMO semakin banyak terjadi di era digital dan memberikan dampak negatif pada berbagai aspek kehidupan, khususnya

bagi Generasi Z. FoMO menyebabkan gangguan keseimbangan hidup serta mendorong penggunaan media sosial secara berlebihan (Wahyuni & Nasution, 2024). Banyak individu yang terlalu fokus untuk terhubung dengan media sosial hingga mereka menghabiskan banyak waktu hanya untuk mengetahui aktivitas orang lain, seolah-olah mereka merasa harus mengetahui semua yang sedang terjadi (Rosjayani, Idrus, & Tang, 2024).

Selain itu, individu yang mengalami FoMO sering merasa tertekan untuk selalu mengetahui aktivitas teman-teman mereka dan khawatir jika tidak terlibat dalam tren terkini. Perasaan cemas ini dapat menjadi kronis, memengaruhi keseharian mereka dengan dampak negatif pada konsentrasi, kualitas tidur, dan kesehatan fisik secara umum (Arsini, Azzahra, Tarigan, & Azhari, 2023). Ketidakmampuan untuk selalu ikut serta dalam aktivitas sosial dapat menimbulkan perasaan rendah diri yang dalam jangka panjang berisiko menyebabkan depresi.

Dampak negatif lainnya dari perilaku FoMO mencakup berkurangnya fokus, meningkatnya kebiasaan menunda pekerjaan, serta tingginya rasa stres dan kecemasan. Mahasiswa yang mengalami FoMO cenderung merasa tidak puas dengan kehidupan mereka dan merasa perlu terus terhubung dengan sosial media agar tetap mendapatkan informasi atau mengikuti kegiatan yang dianggap penting (Azzahra, Nurmansyah, Putri, Juliaska, & Erni, 2024). Kecemasan yang muncul membuat mereka sulit fokus karena perhatian mereka terus-menerus teralihkan oleh keinginan untuk tetap terhubung dengan lingkungan sosial. Sebagai dampaknya,

kegiatan yang membutuhkan fokus penuh, seperti belajar atau bekerja, sering kali terganggu (Nggongu & Seldjatem, 2024). Dalam konteks ini, *Self-control* memiliki peran penting dalam mengurangi dampak negatif FoMO.

Hasil penelitian Janiyah dan Dewi (2024) mengungkapkan bahwa pengguna TikTok dengan tingkat *Self-control* yang rendah cenderung mengalami FoMO yang lebih tinggi, sedangkan mereka dengan pengendalian diri yang baik merasakan FoMO yang lebih rendah. Pattinama dan Kristinawati (2024) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan negatif antara tingkat *Self-control* dan kecenderungan FoMO pada remaja yang aktif menggunakan media sosial TikTok. Penelitian Mursal dan Hidayat (2024) juga mengungkapkan individu dengan pengendalian diri yang baik cenderung tidak mengalami FoMO dan mampu mengatur penggunaan media sosial sehingga tidak mengganggu kegiatan sehari-hari mereka.

Pada penelitian Aji dan Wulandari (2025) menunjukkan bahwa FoMO di Yogyakarta semakin meningkat akibat ketergantungan individu pada validasi sosial dan teknologi. Ketakutan untuk tertinggal dari tren, inovasi, atau informasi terbaru semakin memperparah tekanan sosial, terutama bagi Generasi Z. Tren di media sosial, seperti gaya berpakaian atau penggunaan barang bermerek (misalnya iPhone), semakin memperkuat FoMO di kalangan anak muda. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Purwandini, Syafitri, Widayati, dan Wiyani (2023) menunjukkan bahwa kecanduan media sosial, khususnya TikTok, dikaitkan dengan tingkat stres

siswa SMA di Sleman, Yogyakarta. FoMO menjadi salah satu penyebab timbulnya kecanduan ini, karena siswa merasa wajib tetap mengikuti tren dan kerap membandingkan dirinya dengan orang lain melalui konten yang diunggah.

Berdasarkan beberapa temuan penelitian yang sudah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang kuat dan signifikan pada *Self-control* dan FoMO. Semakin baik tingkat pengendalian diri seseorang, semakin kecil kemungkinan mereka mengalami FoMO. Sebaliknya, rendahnya *Self-control* meningkatkan potensi munculnya FoMO, yang dapat berkontribusi pada munculnya kecemasan sosial serta ketergantungan berlebihan terhadap media sosial. Oleh karena itu, penguatan *Self-control* di kalangan Generasi Z di Sleman menjadi hal yang krusial untuk mengurangi dampak FoMO dan mendukung kesejahteraan psikologis mereka. Dengan *Self-control* yang baik, individu dapat mengelola perilaku online dengan lebih bijaksana dan lebih memusatkan perhatian pada aktivitas yang bermanfaat serta selaras dengan tujuan hidup mereka.

Self-control adalah kemampuan untuk menahan dorongan dan keinginan yang dapat mengganggu tujuan jangka panjang seseorang. Pada generasi Z, *Self-control* sering diuji oleh dorongan instan yang didorong oleh kecanggihan teknologi dan media sosial. Gen Z cenderung sangat terhubung dengan dunia maya, dan media sosial sering kali menyajikan gambaran ideal kehidupan orang lain yang dapat menimbulkan perasaan ingin terus mengikuti tren atau kegiatan tertentu (Zhafirah, Kosasih, &

Zakariyya, 2023).

Pada Gen Z, FOMO lebih terasa karena adanya perbandingan sosial yang intens melalui platform seperti Instagram, TikTok, atau Twitter, yang menyajikan highlight kehidupan orang lain. Dalam jurnal ini, dijelaskan bahwa FOMO dapat mempengaruhi kesejahteraan emosional Gen Z, meningkatkan tingkat stres, kecemasan sosial, dan bahkan rasa ketidakpuasan diri. Untuk mengurangi FOMO, Gen Z dianjurkan untuk lebih bijaksana dalam memilih apa yang mereka ikuti di media sosial, serta mengingatkan diri mereka bahwa kehidupan yang ditampilkan di platform tersebut tidak sepenuhnya menggambarkan kenyataan. Melalui pemahaman bahwa FOMO seringkali dipicu oleh perasaan kekurangan, mereka bisa belajar untuk lebih fokus pada kebahagiaan dan pencapaian pribadi yang lebih autentik (Mutiara, Agustin, Puriani, & Putri, 2025).

Fenomena FoMO semakin terlihat di masyarakat, seperti yang dilaporkan oleh Agungnoe (2023) di mana penduduk Sleman, Yogyakarta mengalami kesulitan dalam membedakan realitas dengan dunia maya. Kesulitan ini memicu kecemasan dan rendahnya kepercayaan diri, terutama pada kelompok usia 18–35 tahun. FoMO juga terlihat di kalangan penggemar sepak bola yang mengikuti pemain Timnas Indonesia hanya karena tren, yang berdampak pada aspek psikologis dan sosial, seperti perilaku impulsif, keterikatan emosional berlebihan, serta tekanan sosial dalam komunitas penggemar (Puspapertiwi & Nugroho, 2024). FoMO di Sleman semakin meluas, terutama di kalangan remaja, yang dipengaruhi

oleh rendahnya kepercayaan diri serta intensitas paparan terhadap pencapaian orang lain di media sosial (DP3AP2 DIY, 2023).

Peneliti melakukan observasi dan wawancara terhadap 10 responden yang aktif menggunakan media sosial di Kabupaten Sleman, Yogyakarta, sebagai bagian dari studi pendahuluan yang bertujuan untuk memahami pola penggunaan media sosial dan indikasi perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) di kalangan Generasi Z. Dari hasil temuan, diketahui bahwa para responden cenderung mengakses media sosial untuk mendapatkan hiburan, mengikuti tren, dan melihat kehidupan orang lain. Mereka menyatakan bahwa media sosial sering digunakan di waktu luang, seperti saat bekerja, makan, atau ketika tidak ada aktivitas lain yang dianggap menarik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 10 responden, diperoleh beberapa temuan terkait penggunaan TikTok, dan bagaimana hal tersebut berkaitan dengan perilaku FoMO (*Fear of Missing Out*) di kalangan Generasi Z. Menurut 8 dari 10 responden Generasi Z di Kabupaten Sleman menyebutkan bahwa mereka sering menggunakan TikTok dan Instagram sebagai sarana hiburan dan mendapatkan informasi terkini. TikTok menjadi platform favorit karena kontennya yang beragam, mudah diakses, dan selalu *up-to-date*. Sebanyak 7 dari 10 responden juga mengaku sering merasa tertarik untuk mencoba hal baru setelah melihat unggahan teman di media sosial. Hal ini menunjukkan adanya dorongan untuk mengikuti tren yang sedang viral, baik dalam bentuk *challenge*, *dance*, atau aktivitas lainnya.

Sebanyak 6 dari 10 responden mengaku merasa gelisah atau khawatir akan ketinggalan informasi jika tidak membuka media sosial dalam waktu lama. Ada juga yang menyebutkan bahwa mereka merasa kehilangan hiburan atau merasa kurang terhubung dengan lingkungan sosialnya. Terkait hal mengikuti tren di media sosial 8 dari 10 responden yang aktif mengikuti tren yang sedang populer di TikTok, seperti tantangan dance, penggunaan fitur *streak pet*, dan konten viral lainnya. Meskipun beberapa menganggap hal tersebut hanya sebagai hiburan, ada juga yang merasa terbebani dalam menjaga konsistensi tren seperti *streak pet*.

Selain itu, sebagian besar responden menggunakan TikTok sebagai sarana pelarian dari rutinitas dan stres harian. Mereka cenderung membuka aplikasi ini ketika merasa penat atau membutuhkan hiburan ringan. Menurut 8 dari 10 responden menyatakan bahwa mereka lebih memilih untuk scroll TikTok dibandingkan bersosialisasi langsung dengan orang-orang di sekitar. Salah satu alasan utamanya adalah perasaan kesepian serta kecenderungan merasa lelah secara emosional ketika harus berinteraksi tatap muka. Beberapa responden mengungkapkan bahwa interaksi sosial di dunia nyata terasa menguras energi, membuat mereka lebih nyaman berada di dunia digital seperti TikTok. Mereka merasa membutuhkan waktu yang lama untuk mengisi ulang energi setelah bertemu orang lain, sehingga lebih betah scroll TikTok yang dirasa tidak menuntut energi sosial sebanyak itu.

Di platform TikTok, mereka merasa bisa bebas menikmati konten tanpa tekanan sosial atau rasa takut dinilai oleh orang lain. Beberapa bahkan

menyebutkan bahwa obrolan langsung seringkali terasa canggung atau tidak nyambung, sementara TikTok memberi kenyamanan melalui konten-konten yang sesuai dengan preferensi dan suasana hati mereka.

Dalam hal durasi, para responden melaporkan waktu penggunaan yang bervariasi, mulai dari 3 hingga 13 jam per hari. Mayoritas dari mereka menggunakan TikTok selama lebih dari satu jam dalam sehari, dengan durasi yang meningkat saat waktu senggang atau sebelum tidur. Hal ini mengindikasikan bahwa TikTok memiliki sifat adiktif, di mana algoritma yang disesuaikan secara personal membuat pengguna terus-menerus tertarik untuk melanjutkan konsumsi konten. Sebagian responden bahkan menyadari bahwa mereka sering lupa waktu saat menggunakan aplikasi ini.

Dari sisi emosional, mayoritas responden merasa bahwa TikTok memberikan pengalaman positif seperti rasa senang, terhibur, dan tenang. 8 dari 10 responden mengungkapkan bahwa mereka merasa lebih nyaman berada di TikTok dibandingkan di dunia nyata. Mereka menyebutkan bahwa konten-konten di TikTok sering kali "*relate*" dengan perasaan pribadi mereka, bahkan terkadang mampu mewakili hal-hal yang sulit diungkapkan secara langsung. Beberapa responden menyatakan bahwa TikTok bisa "membaca" suasana hati mereka, di mana konten yang muncul di FYP sesuai dengan kondisi emosional yang sedang dialami. Ini membuat mereka merasa dihargai, dipahami, dan tidak sendirian. Namun, beberapa responden juga merasa FOMO ketika melihat kehidupan orang lain yang tampak lebih menyenangkan.

Ketika dibandingkan dengan interaksi sosial di dunia nyata, sebagian besar responden merasa bahwa TikTok dapat menjadi pengganti yang nyaman dan menyenangkan. Menurut 8 dari 10 responden menyebutkan bahwa mereka lebih nyaman berinteraksi secara daring, termasuk melalui TikTok, karena dianggap lebih praktis dan tidak memerlukan energi sosial yang besar. Mereka merasa lebih bebas mengekspresikan diri tanpa harus berpura-pura, dan lebih mudah menemukan orang-orang yang memahami pengalaman serta perasaan mereka. Beberapa bahkan menyampaikan bahwa di TikTok, orang-orang terasa lebih terbuka dan responsif dibandingkan teman-teman di dunia nyata yang kadang tidak memberikan tanggapan sesuai harapan. Sementara itu, 2 dari 10 responden tetap lebih menyukai komunikasi langsung karena merasa bisa mendapatkan kehangatan dan kedekatan emosional yang lebih nyata.

Berdasarkan kesadaran responden 6 dari 10 responden menyadari tingginya intensitas penggunaan TikTok dan berusaha untuk mengurangi waktu penggunaan media sosial dengan berbagai cara. Ada yang mencoba menghapus aplikasi, mengatur batas waktu penggunaan, atau mengalihkan perhatian ke aktivitas lain. Namun, sebagian besar mengaku kesulitan untuk benar-benar lepas dari TikTok karena adanya dorongan untuk tetap terhubung dan mengikuti tren. Hasil wawancara menunjukkan bahwa 7 dari 10 responden yang mengalami gejala FoMO, seperti rasa gelisah saat tidak membuka media sosial, keinginan kuat untuk mengikuti tren, dan ketergantungan pada media sosial sebagai sumber hiburan utama. Perilaku

ini memperlihatkan rendahnya tingkat *Self-control* dalam mengelola waktu dan aktivitas di media sosial.

Dari hasil wawancara di atas, menunjukkan bahwa penggunaan TikTok yang intens berkaitan erat dengan munculnya perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO). Sebagian besar responden menggunakan TikTok untuk hiburan, mendapatkan informasi terkini, dan mengikuti tren viral, sehingga memicu kecemasan ketika tidak membuka media sosial. Ketergantungan ini menunjukkan rendahnya kemampuan pengendalian diri (*Self-Control*), terutama ketika mereka merasa lebih nyaman berada di dunia digital dibandingkan berinteraksi langsung di dunia nyata. TikTok juga menjadi bentuk pelarian dari stres dan kejenuhan, yang semakin memperkuat pola penggunaan berlebihan. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengelolaan waktu serta peningkatan kesadaran dalam penggunaan media sosial agar dampak negatif dari FoMO dapat diminimalkan dan *Self-control* dapat ditingkatkan.

Self-control berperan penting dalam mengatasi perasaan FOMO yang mengganggu. Proses psikologis yang terlibat dalam *Self-control* mencakup tiga tahap utama: penilaian diri, pengaturan impuls, dan pemantauan diri. Pada tahap pertama, individu menilai situasi yang sedang dihadapi, mengidentifikasi apakah dorongan untuk mengikuti aktivitas sosial di media sosial selaras dengan tujuan jangka panjang mereka. Pada tahap kedua, pengaturan impuls terjadi, di mana individu harus menahan dorongan instan untuk terlibat dalam aktivitas yang dapat mengalihkan

perhatian mereka dari tujuan pribadi. Proses terakhir adalah pemantauan diri, di mana individu terus mengevaluasi keputusan mereka dan mengingatkan diri tentang nilai-nilai atau tujuan pribadi yang lebih penting daripada rasa cemas atau dorongan untuk mengikuti kerumunan. Dalam konteks FOMO, Gen Z yang berhasil menerapkan ketiga tahap ini dapat dengan lebih mudah mengelola perasaan kecemasan terkait ketinggalan dan lebih fokus pada kesejahteraan mereka sendiri (Amelisastri, Yandri, & Kholidin, 2024).

Generasi Z yang berada dalam rentang usia 18 hingga 25 tahun cenderung lebih impulsif, yang berhubungan dengan rendahnya *Self-control* dalam kontrolnya (Ramanda, 2024). Generasi Z yang memiliki tingkat *Self-control* yang baik mampu lebih selektif dalam menyaring informasi yang relevan serta mampu menahan dorongan untuk terus mengikuti tren tanpa pertimbangan yang matang. *Self-control* dan FOMO saling berkaitan karena individu sering kali terdorong untuk terus mengikuti tren, informasi, atau pengalaman menarik yang sedang populer di media sosial seperti TikTok (Mufarida & Santosa, 2024). Ketika seseorang merasa tertinggal atau tidak terlibat dalam tren atau aktivitas viral tersebut, mereka cenderung merasakan kecemasan, ketakutan, dan kekhawatiran, terutama pada individu dengan tingkat *Self-control* yang rendah (Mufarida & Santosa, 2024). Oleh karena itu, *Self-control* sangat penting untuk mengendalikan penggunaan *smartphone* agar sesuai dengan kebutuhan (Yuliyani & Sumiyarini, 2022).

Penurunan kemampuan *Self-control* akan meningkatkan kecenderungan untuk mengalami FoMO (Vadincha & Arumi, 2024). Oleh karena itu, penting bagi Generasi Z di Sleman untuk memperkuat *Self-control* guna mengurangi dampak FoMO dan meningkatkan kesejahteraan psikologis mereka. *Self-control* mencakup kemampuan dalam mengelola waktu saat menggunakan media sosial, menahan keinginan untuk terus membandingkan diri sendiri dengan orang lain, serta memfokuskan diri pada aktivitas yang lebih prioritas dan sejalan dengan tujuan hidup mereka.

Penelitian lain juga menunjukkan hubungan negatif antara *Self-control* dan FoMO. Semakin baik kemampuan seseorang dalam mengendalikan diri, semakin rendah kecenderungan FoMO saat menggunakan media sosial (Sujarwo & Rosada, 2023). Temuan serupa juga diperoleh dari penelitian Kartohadiprodo dan Suryadi (2025), yang menunjukkan bahwa hubungan antara *Self-control* dan FoMO bersifat linear negatif, artinya peningkatan kemampuan *Self-control* berkontribusi pada penurunan FoMO secara konsisten. Hal ini diperkuat oleh penelitian Khuluqiyah dan Satwika (2024), yang menunjukkan bahwa semakin kuat pengendalian diri pada remaja madya, semakin kecil kecenderungan mereka mengalami FoMO.

Penelitian ini penting dilakukan karena fenomena penggunaan media sosial, khususnya TikTok, semakin meluas dan sering kali tidak terkontrol. Banyak individu mengalami kesulitan dalam membatasi waktu penggunaan, meskipun mereka menyadari dampak negatifnya. Hal ini

menunjukkan bahwa kesadaran diri saja tidak cukup, melainkan dibutuhkan kemampuan *Self-control* yang kuat untuk mengatur perilaku digital secara efektif.

Meneliti hubungan antara FoMO dan *Self-control* penting untuk memahami akar dari perilaku penggunaan TikTok yang berlebihan. Jika penelitian ini tidak dilakukan, maka pemahaman mengenai hubungan *Self-control* dengan FoMO dalam konteks penggunaan media sosial terutama TikTok akan tetap terbatas. Tanpa penelitian ini, peluang untuk menyusun strategi pengelolaan diri yang sesuai dengan tantangan era digital juga akan berkurang, sehingga masyarakat tetap rentan terhadap dampak negatif dari FoMO.

Penelitian ini penting dilakukan karena fenomena FoMO yang terus meningkat di kalangan Generasi Z pengguna TikTok dapat berdampak pada kesejahteraan psikologis. Rasa takut tertinggal dan tekanan untuk selalu terhubung membuat individu menjadi kurang produktif, cemas, bahkan kehilangan kendali atas waktu dan prioritas hidupnya. Jika kondisi ini terus dibiarkan, maka bukan tidak mungkin akan mempengaruhi kualitas hidup secara keseluruhan.

Melalui penelitian ini, diharapkan Generasi Z menjadi lebih sadar bahwa perilaku FoMO yang berlebihan bukanlah hal yang sehat. Diperlukan kemampuan *Self-control* untuk membatasi diri dalam penggunaan media sosial, agar tidak terjebak dalam lingkaran perbandingan sosial dan tekanan digital. Dengan menyadari pentingnya pengendalian diri, individu dapat

mulai mengubah kebiasaan mereka menjadi lebih bijak, seimbang, dan produktif, baik di dunia maya maupun di kehidupan nyata. Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat nyata dalam kehidupan, tidak hanya secara akademis, tetapi juga secara praktis yaitu sebagai langkah awal perubahan menuju kehidupan yang lebih sehat secara psikologis, lebih fokus terhadap tujuan pribadi, dan lebih damai dalam menjalani kehidupan sehari-hari di tengah gempuran informasi digital.

Mengacu pada penjelasan di atas, peneliti berminat untuk mengkaji hubungan antara *Self-control* dengan perilaku *Fear of Missing Out* pada pengguna TikTok dari Generasi Z, karena terlihat adanya fenomena FoMO di kalangan Generasi Z di Sleman, khususnya pengguna aplikasi TikTok. Dampak dari penggunaan TikTok terhadap FoMO terlihat dalam kecenderungan individu untuk terus memantau dan mengikuti tren terkini, sehingga mereka merasa tertekan untuk selalu terlibat dalam aktivitas online dan takut tertinggal informasi yang sedang viral. Salah satu faktor yang berperan dalam mengurangi dampak FoMO adalah *Self-Control*. Dengan demikian, tujuan penelitian ini yaitu mengetahui apakah ada hubungan antara *Self-control* dan perilaku *Fear of Missing Out* pada pengguna TikTok dari Generasi Z di Sleman, Yogyakarta. Penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman serta informasi mengenai hubungan antara *Self-control* dan perilaku FoMO.

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris mengenai hubungan antara *Self-control* dan perilaku FoMO pada Generasi Z

pengguna aplikasi TikTok di Sleman Yogyakarta.

C. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah bagi pengembangan disiplin ilmu psikologi, khususnya dalam bidang psikologi sosial dan psikologi perkembangan. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai rujukan bagi penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Generasi Z

Penelitian ini diharapkan membantu Generasi Z menyadari bahwa perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) yang berlebihan bisa berdampak negatif, seperti mengganggu fokus, menimbulkan kecemasan, dan menurunkan kualitas hidup. Dengan mengetahui hal ini, Gen Z mampu membangun *Self-control* yang lebih baik agar tidak mudah terbawa arus tren digital. *Self-control* yang baik membantu Gen Z untuk lebih bijak dalam menggunakan media sosial, mampu mengatur waktu dengan lebih seimbang antara dunia maya dan kehidupan nyata, serta menjaga hubungan sosial yang lebih sehat. Pemahaman ini dapat mendorong perubahan perilaku ke arah yang lebih positif dan membangun kehidupan yang lebih tenang, terarah, dan bermakna.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini memberikan wawasan bagi masyarakat, terutama orang tua, pendidik, dan lingkungan sekitar, mengenai dampak FoMO dan pentingnya *Self-control* dalam menghadapi tantangan media sosial. Masyarakat dapat lebih memahami tekanan yang dihadapi generasi muda serta mendukung agar tidak terjebak dalam penggunaan media sosial yang berlebihan. Dengan meningkatnya kesadaran bersama, masyarakat bisa ikut berperan dalam membentuk lingkungan yang sehat secara digital, serta mendorong perilaku yang lebih seimbang dan produktif, baik dalam dunia nyata maupun daring.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti lain yang ingin mengkaji lebih lanjut hubungan antara *Self-control* dan FoMO. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga membuka peluang untuk melakukan studi lanjutan, seperti menguji perbedaan *Self-control* dan FoMO berdasarkan jenis kelamin, usia, atau latar belakang sosial lainnya ataupun menguji mengenai hubungan antara FoMO dengan variabel lainnya.

D. Keaslian Penelitian

Penelitian mengenai *Self-control* dan *Fear of Missing Out* (FoMO) telah dilakukan oleh beberapa peneliti lain namun dikaitkan dengan variabel yang berbeda-beda. Berdasarkan pemahaman peneliti, penelitian ini merupakan penelitian terbaru yang membahas *Self-control* dan *Fear of Missing Out* pada Generasi Z pengguna aplikasi TikTok di Sleman Yogyakarta.

Tabel 1. Keaslian Penelitian

| Penulis | Variabel | Metode dan Alat Ukur | Subjek | Persamaan | Perbedaan |
|----------------------------|--|---|---|-------------------------------|--|
| Kalisna dan Wahyuni (2021) | FoMO (<i>Fear of Missing Out</i>) Dengan Kepercayaan Diri | Penelitian Kuantitatif, Skala FOMO dalam penelitian ini didasarkan pada Przybylski dkk. (2013). | Siswa Kelas VII SMP Muhammadiyah 2 Godean | Metode penelitian kuantitatif | Skala yang digunakan berbeda, pada penelitian ini memodifikasi skala FoMO (Kurniawati & Prawita, 2024), variabel yang digunakan yaitu variabel FoMO dan kepercayaan diri sedangkan penelitian ini menggunakan variabel <i>Self-control</i> dengan FoMO. Subjek yang digunakan yaitu Siswa Kelas VII SMP Muhammadiyah 2 Godean, sedangkan penelitian ini yaitu Generasi Z pengguna aplikasi TikTok di Sleman Yogyakarta. Teknik pengambilan |

| | | | | | |
|---------------|---|--|-----------|-------------------------------|--|
| | | | | | sampel menggunakan teknik <i>quota random sampling</i> , sedangkan penelitian ini menggunakan <i>purposive sampling</i> dan <i>accidental sampling</i> . |
| Hikmah (2021) | <i>Fear of Missing Out</i> dengan <i>Psychological Well Being (PWB)</i> | Penelitian Kuantitatif, skala online <i>Fear of Missing Out</i> , adaptasi dari Utami dkk. (2021). | Mahasiswa | Metode penelitian kuantitatif | Variabel yang digunakan yaitu FoMO dan <i>Psychological Well Being</i> , sedangkan penelitian ini menggunakan variabel <i>Self-control</i> dengan FoMO. Subjek yang digunakan yaitu mahasiswa universitas di Kota Padang, sedangkan penelitian ini yaitu Generasi Z pengguna aplikasi TikTok di Sleman Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik <i>accidental sampling</i> , sedangkan penelitian ini menggunakan <i>purposive sampling</i> dan <i>accidental sampling</i> . Skala FoMO yang digunakan yaitu adaptasi dari Utami dkk. (2021), sedangkan penelitian ini memodifikasi skala FoMO (Kurniawati & |

| | | | | | |
|--|---|---|---|-------------------------------|--|
| | | | | | Prawita, 2024). |
| Anastasya, Safarina, dan Safuwani (2021) | Manajemen Waktu dengan Kecenderungan FoMO | Metode penelitian Kuantitatif, Skala (FoMO) yang dikembangkan berdasarkan teori dari Przybylski dkk. (2013) | Ibu yang bekerja, termasuk pegawai negeri, pegawai swasta, guru, dosen, dan profesi lainnya | Metode penelitian Kuantitatif | Variabel yang digunakan yaitu Manajemen Waktu dengan kecenderungan FoMO, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel <i>Self-control</i> dengan FoMO. Subjek yang digunakan yaitu Ibu yang bekerja, termasuk pegawai negeri, pegawai swasta, guru, dosen, dan profesi lainnya, sedangkan penelitian ini yaitu Generasi Z pengguna aplikasi TikTok di Sleman Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik random sampling, sedangkan penelitian ini menggunakan <i>purposive sampling</i> dan <i>accidental sampling</i> . Skala FoMO yang digunakan berbeda, pada penelitian ini memodifikasi skala FoMO (Kurniawati & Prawita, 2024). |
| Gertrudis dan Perang | <i>Self-control</i> dengan | Metode penelitian | Mahasiswa Program | Metode penelitian Kuantitatif | Variabel yang digunakan yaitu <i>Self-control</i> dengan |

| | | | | | |
|---------------------------------|----------------------------------|---|--------------------------------------|--------------------|---|
| (2022) | Nomophobia | Kuantitatif, Skala <i>Self-control</i> dimodifikasi oleh Nadya Atika Putri (2019) | Sarjana Keperawatan di Kota Makassar | | Nomophobia, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel <i>Self-control</i> dengan FoMO. Subjek yang digunakan yaitu Mahasiswa Program Sarjana Keperawatan di Kota Makassar, sedangkan penelitian ini yaitu Generasi Z pengguna aplikasi TikTok di Sleman Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik probability sampling dengan dan <i>propotional stratified random sampling</i> , sedangkan penelitian ini menggunakan <i>purposive sampling</i> dan <i>accidental sampling</i> . Skala <i>Self-control</i> yang digunakan yaitu dimodifikasi dari Nadya Atika Putri (2019), sedangkan penelitian ini memodifikasi skala <i>Self-control</i> (Kartohadiprodjo & Suryadi, 2025) |
| Naibaho, Agustina, dan Wijayani | <i>Self-control</i> dan Perilaku | Metode kuantitatif, skala <i>Self-</i> | Komunitas Remaja Gereja | Metode kuantitatif | Variabel yang digunakan yaitu <i>Self-control</i> dan Perilaku <i>Disinhibition Online</i> |

| | | | | | |
|---------------------------------|--|---|-----------------------------------|---|---|
| (2023) | <i>Disinhibi tion Online Effect</i> | <i>control</i> diadopsi dari Tangney dkk. (2004) | Santo Nikodem us Ciputat | | <i>Effect</i> , sedangkan penelitian ini menggunakan variabel <i>Self-control</i> dengan FoMO. Subjek yang digunakan yaitu Komunitas Remaja Gereja Santo Nikodemus Ciputat, sedangkan penelitian ini yaitu Generasi Z pengguna aplikasi TikTok di Sleman Yogyakarta. Skala <i>Self-control</i> yang digunakan yaitu diadopsi dari Tangney dkk. (2004), sedangkan penelitian ini memodifikasi skala <i>Self-control</i> (Kartohadiprodjo & Suryadi, 2025) |
| Khairunnisa dan Nursanti (2024) | <i>Self-control</i> dengan Perilaku <i>Phubbing</i> | Metode kuantitatif non-eksperimental, <i>Self-control</i> Scale (SCS), dikembangkan oleh Tangney dkk. | Mahasiswa | - | Variabel yang digunakan yaitu <i>Self-control</i> dengan Perilaku <i>Phubbing</i> , sedangkan penelitian ini menggunakan variabel <i>Self-control</i> dengan FoMO. Subjek yang digunakan yaitu mahasiswa aktif se Indonesia, sedangkan penelitian ini yaitu Generasi Z pengguna aplikasi TikTok di |

| | | | | | |
|----------------------|---|---|-----------|---|---|
| | | (2004) | | | Sleman Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik hanya <i>accidental sampling</i> , sedangkan penelitian ini menggunakan <i>purposive sampling</i> dan <i>accidental sampling</i> . Skala yang digunakan yaitu <i>Self-control Scale</i> (SCS), dikembangkan oleh Tangney dkk. (2004), sedangkan penelitian ini memodifikasi skala <i>Self-control</i> (Kartohadiprodjo & Suryadi, 2025) |
| Slamat dan S, (2024) | <i>Fear of Missing Out</i> dan Perilaku <i>Phubbing</i> | Metode Penelitian Kuantitatif, Skala <i>Fear of Missing Out</i> yang dibuat berdasar kan aspek-aspek Dari Mcginnis , (2023) | Siswa SMK | Kuantitatif dengan teknik korelasional. | Variabel yang digunakan yaitu <i>Fear of Missing Out</i> dan Perilaku <i>Phubbing</i> , sedangkan penelitian ini menggunakan variabel <i>Self-control</i> dengan FoMO. Subjek yang digunakan yaitu Siswa SMK Mandiri Palembang, sedangkan penelitian ini yaitu Generasi Z pengguna aplikasi TikTok di Sleman Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik kluster sampling, |

| | | | | | |
|-------------------------------|--|--|--|--------------------|---|
| | | | | | sedangkan penelitian ini menggunakan <i>purposive sampling</i> dan <i>accidental sampling</i> . Skala <i>Fear of Missing Out</i> yang dibuat berdasarkan aspek-aspek Dari McGinnis, (2023), sedangkan penelitian ini memodifikasi skala FoMO (Kurniawati & Prawita, 2024) |
| Rosyida dan Romadhani, (2022) | <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) dan <i>Gratitude</i> | Kuantitatif, Skala FOMO dari Savitri (2019). | Individu berusia 15–24 tahun di Yogyakarta yang aktif menggunakan media sosial | Metode Kuantitatif | Variabel yang digunakan yaitu <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) dan <i>Gratitude</i> , sedangkan penelitian ini menggunakan variabel <i>Self-control</i> dengan FoMO. Subjek yang digunakan yaitu Individu berusia 15–24 tahun di Yogyakarta yang aktif menggunakan media sosial, sedangkan penelitian ini yaitu Generasi Z pengguna aplikasi TikTok di Sleman Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel hanya menggunakan teknik <i>accidental sampling</i> , sedangkan penelitian ini menggunakan |

| | | | | | |
|----------------------------|---|--|---|--------------------------|---|
| | | | | | <i>purposive sampling</i> dan <i>accidental sampling</i> . Skala FoMO yang digunakan yaitu dari Savitri (2019), sedangkan penelitian ini memodifikasi skala FoMO (Kurniawati & Prawita, 2024) |
| Fathoni dan Asiyah, (2021) | <i>Self-Control</i> , kesepian dan Nomophobia | Kuantitatif korelasional, skala kontrol diri yang didasarkan menurut teori Tangney, (2004) | Siswa dan siswi SMK Negeri 12 Surabaya, SMA Negeri 22 Surabaya, dan MAN Kota Surabaya | Kuantitatif korelasional | Variabel yang digunakan yaitu <i>Self-Control</i> , kesepian dan Nomophobia, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel <i>Self-control</i> dengan FoMO. Subjek yang digunakan yaitu Siswa dan siswi SMK Negeri 12 Surabaya, SMA Negeri 22 Surabaya, dan MAN Kota Surabaya, sedangkan penelitian ini yaitu Generasi Z pengguna aplikasi TikTok di Sleman Yogyakarta. Skala kontrol diri yang digunakan yaitu menurut teori Tangney, (2004), sedangkan penelitian ini memodifikasi skala <i>Self-control</i> (Kartohadiprodjo & Suryadi, 2025). |

| | | | | | |
|--|---|---|---------------------------|--------------------|--|
| Fumar, Setiadi, Harijanto, dan Tan, (2023) | <i>Fear of Missing Out, Sales Promotion, Emotional Motives, Self-Control, Self-impulsive Buying</i> | Kuantitatif, skala FOMO Przybylski dkk. (2013) Skala <i>Self-control Brief Self-control Scale</i> | Konsumen produk Hypebeast | Metode Kuantitatif | Variabel yang digunakan yaitu <i>Fear of Missing Out, Sales Promotion, Emotional Motives, Self-Control, Impulsive Buying</i> , sedangkan penelitian ini menggunakan variabel <i>Self-control</i> dengan FoMO. Subjek yang digunakan yaitu Konsumen produk Hypebeast, sedangkan penelitian ini yaitu Generasi Z pengguna aplikasi TikTok di Sleman Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik convenience sampling, sedangkan penelitian ini menggunakan <i>purposive sampling</i> dan <i>accidental sampling</i> . Skala FoMO yang digunakan yaitu dari Przybylski dkk. (2013) dan Skala <i>Self-control Brief Self-control Scale</i> , sedangkan penelitian ini memodifikasi skala FoMO (Kurniawati & Prawita, 2024) dan memodifikasi skala <i>Self-control</i> |
|--|---|---|---------------------------|--------------------|--|

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|------------------------------------|
| | | | | | (Kartohadiprojjo & Suryadi, 2025). |
|--|--|--|--|--|------------------------------------|

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, peneliti menjabarkan beberapa penelitian yang paling mendekati berdasarkan topik, teori, alat ukur, dan subjek penelitian, sebagai berikut:

1. Keaslian Topik

Topik penelitian ini mengenai hubungan antara *Self-control* dengan *Fear of Missing Out* pada Generasi Z pengguna aplikasi tiktok di Sleman Yogyakarta. Sedangkan pada penelitian lain seperti pada penelitian Fumar, Setiadi, Harijanto, dan Tan, (2023) yaitu Pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO), Promosi Penjualan, dan Pengendalian Diri yang Dimediasi Motif Emosional terhadap Pembelian Impulsif untuk Produk Hypebeast. Kedua penelitian tersebut menggunakan variabel FoMO dan *Self-control* namun, kedua variabel tersebut merupakan variabel bebas yang secara bersamaan mempengaruhi variabel Pembelian Impulsif. Sedangkan pada penelitian ini variabel FoMO merupakan variabel tergantung dan *Self-control* merupakan variabel bebas.

2. Keaslian Teori

Penelitian ini menggunakan teori *Fear of Missing Out* dari Przybylski dkk. (2013) dan teori *Self-control* dari Averil (1973). Seperti pada penelitian Kalisna dan Wahyumiani (2021) Anastasya, serta Safarina, dan Safuwani (2021) teori yang digunakan berdasarkan teori dari Przybylski dkk. (2013). Pada penelitian Naibaho, Agustina, dan

Wijayani (2023), Khairunnisa dan Nursanti (2024) serta Fathoni dan Asiyah, (2021) menggunakan teori *Self-control* dari Tangney dkk. (2004). Selain itu, penelitian Slamet dan S, (2024) menggunakan teori FoMO dari McGinnis, (2023).

3. Keaslian Alat Ukur

Pada penelitian ini, alat ukur yang digunakan yaitu skala *Self-control* yang dimodifikasi dari skala (Kartohadiprojo & Suryadi, 2025) dan, alat ukur *Fear of Missing Out* menggunakan skala *Fear of Missing Out* yang dimodifikasi dari (Kurniawati & Prawita, 2024). Sedangkan pada penelitian Kalisna dan Wahyumiani (2021) Anastasya, serta Safarina, dan Safuwan (2021) menggunakan skala FoMO yang berbeda namun dikembangkan dari teori yang sama yaitu dari Przybylski dkk. (2013).

4. Keaslian Subjek Penelitian

Penelitian ini menggunakan subjek Generasi Z pengguna aplikasi TikTok di Sleman Yogyakarta. Sedangkan pada penelitian Hikmah (2021), Gertrudis dan Perang (2022), serta Khairunnisa dan Nursanti (2024) subjek yang digunakan yaitu mahasiswa universitas di Kota Padang, Mahasiswa Program Sarjana Keperawatan di Kota Makassar dan mahasiswa aktif se Indonesia.

Berdasarkan analisis terhadap penelitian-penelitian sebelumnya, penelitian ini memiliki keunikan dalam beberapa aspek utama. Dari segi keaslian topik, penelitian ini berbeda karena menempatkan *Fear of Missing Out* (FoMO) sebagai variabel tergantung dan *Self-control* sebagai variabel

bebas, berbeda dengan penelitian lain yang meneliti keduanya sebagai variabel bebas yang mempengaruhi variabel lain. Dari keaslian teori, penelitian ini tetap menggunakan teori FoMO dari Przybylski dkk. (2013) dan teori *Self-control* dari Averil (1973), yang juga digunakan dalam beberapa penelitian sebelumnya. Namun, dalam keaslian alat ukur, penelitian ini menggunakan skala *Self-control* dan FoMO yang telah dimodifikasi dari penelitian terbaru, sehingga memiliki perbedaan dibandingkan dengan penelitian lain yang menggunakan skala berbeda meskipun berasal dari teori yang sama.

Dari keaslian subjek penelitian, penelitian ini fokus pada Generasi Z pengguna TikTok di Sleman, Yogyakarta, yang berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak meneliti mahasiswa dari berbagai wilayah. Dengan demikian, penelitian ini memiliki keunikan dalam struktur variabel, populasi penelitian, serta alat ukur yang digunakan, sehingga memberikan kontribusi baru dalam memahami hubungan antara *Self-control* dan *Fear of Missing Out* dalam konteks pengguna TikTok dari Generasi Z di Sleman.