

HUBUNGAN *SELF ACCEPTANCE* DAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) MAHASISWA GENERASI Z PENGGUNA APLIKASI TIKTOK

Thania Auruly Wardani Putri¹, Maharani Tyas Budi Hapsari²
^{1,2}Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Indonesia
Email: thaniaauruly@gmail.com

Article Info

Submit :
9 Januari 2024
Revised:
24 Febuari 2024
Published:
30 Maret 2024

Kata Kunci:
Self Acceptance; Generasi Z;
Fear of Missing Out; TikTok

Keywords:
Self Acceptance; *Generation Z*;
Fear of Missing Out; *TikTok*.

Abstrak

TikTok kerap menampilkan momen-momen paling menyenangkan dari kehidupan orang lain yang ingin mereka tunjukkan kepada pengikutnya, Namun hal ini dijadikan tolak ukur dalam kehidupan seseorang hingga menyebabkan kecemasan sosial atau *fear of missing out*. *Self acceptance* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi *fear of missing out*. Keunikan penelitian ini terletak pada variabel dan objek yang digunakan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan *self acceptance* dan *fear of missing out* mahasiswa Gen Z pengguna aplikasi TikTok. Metode yang digunakan adalah kuantitatif korelasional dengan teknik *purposive sampling*. Populasi penelitian ini terdiri dari 106 mahasiswa Gen Z yang berdomisili di Solo Raya dan jumlah sampel sebanyak 35 responden. Skala psikologis menggunakan jenis skala Likert yang terdiri dari skala *self acceptance* dan skala *fear of missing out* yang disusun dengan memodifikasi alat ukur yang sudah ada. Analisis data menggunakan teknik korelasi *product moment*. Analisis data menghasilkan koefisien korelasi -0,552 dan sig 0,000, maka hipotesis yang diajukan peneliti diterima. Artinya, *self acceptance* mahasiswa Gen Z pengguna aplikasi TikTok memiliki hubungan negatif dengan *fear of missing out* dan sebaliknya.

Abstract

TikTok often displays the most pleasant moments from other people's lives that they want to show their followers, but this is used as a benchmark in a person's life to cause social anxiety or fear of missing out. Self-acceptance is one of the factors that influence the fear of missing out. The uniqueness of this study lies in the variables and objects used. The purpose of this study was to determine the relationship between self-acceptance and fear of missing out Gen Z students using the TikTok application. The method used is quantitative correlational with purposive sampling techniques. The population of this study consisted of 106 Gen Z students domiciled in Solo Raya and a sample of 35 respondents. The psychological scale uses a type of Likert scale consisting of a self-acceptance scale and a fear of missing out scale which is compiled by modifying existing measuring instruments. Data analysis using product moment correlation techniques. Data analysis yielded a correlation coefficient of -0.552 and a sig of 0.000, hence the hypothesis proposed by the researcher was accepted. That is, the self-acceptance of Gen Z students using the TikTok application has a negative relationship with fear of missing out and vice versa.

PENDAHULUAN

Berkembangnya populasi manusia di dunia telah menciptakan beberapa generasi dengan latar belakang yang beragam. Berawal dari Generasi *Baby Boomers*, Generasi X, Generasi Y, dan Generasi Z. Generasi *Baby Boomers* yaitu kelahiran tahun 1955-1964 dengan rentang usia 59-68 tahun, Generasi X yaitu kelahiran tahun 1965-1980 dengan rentang usia 43-58 tahun, Generasi Millenials yaitu kelahiran tahun 1981-1996 dengan rentang usia 27-42 tahun, Generasi Z yaitu kelahiran tahun 1997-2012 dengan rentang usia 11-26 tahun (Septiani, 2023). Menurut Wisnubrata (2021) Gen Z adalah individu yang lahir diantara tahun 1997 hingga 2012. Mahasiswa yang lahir dalam rentang waktu 1997 hingga 2012 atau berumur 11-26 tahun dapat disebut mahasiswa Gen Z. Mahasiswa Gen Z dikenal juga dengan sebutan generasi internet atau *iGeneration* karena dilahirkan pada zaman teknologi yang canggih, selalu terhubung dengan dunia maya dan mampu menggunakan berbagai teknologi yang tersedia (Putri, 2021). Menurut Badan Pusat Statistik (2023) Gen Z membentuk kelompok terbesar dalam struktur demografi global, mencakup sekitar 26% dari total populasi. Mereka adalah generasi pertama yang tumbuh sebagai *digital native*, mengalami perkembangan teknologi seiring dengan pertumbuhan mereka (Branka, 2024). Kelahiran dan pengalaman yang bersinggungan dengan kemajuan di dunia digital menghasilkan mahasiswa Gen Z berbeda dengan generasi sebelumnya. Perbedaan yang sangat menonjol pada mahasiswa Gen Z dengan generasi lainnya ialah dalam penggunaan internet (Firamadhina & Krisnani, 2021).

Penggunaan internet dengan mudah melalui telepon seluler atau alat elektronik lainnya pada mahasiswa Gen Z dapat membangun dan mengembangkan komunikasi, tetapi juga memberikan akses penting untuk memperoleh informasi tentang dunia luar (Firamadhina & Krisnani, 2021). Media sosial juga memberikan kemudahan kepada penggunanya untuk berkomunikasi satu sama lain atau berbagi konten seperti tulisan dan foto. Laporan Social (2022) mencatat bahwa sekitar 4,62 miliar orang, atau sekitar 58% dari total populasi dunia, menggunakan media sosial secara aktif. Dalam jumlah penduduk Indonesia, sekitar 191,4 juta orang, atau sekitar 68,9% dari populasi, tercatat sebagai pengguna media sosial yang terlibat secara aktif.

Pengguna media sosial yang aktif menggunakan berbagai platform bermedia seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *TikTok*. Pengguna platform media sosial dipenuhi dari berbagai kalangan generasi tersendiri pada zamannya. Mahasiswa Gen Z menjadi pengguna utama dalam aplikasi TikTok. Sebanyak 32,5% dari pengguna TikTok berumur 10-19 tahun, 29,5% dari pengguna berumur 20-29 tahun aktif menggunakan platform ini. Sementara itu, pengguna TikTok yang berumur 30-39 tahun menyumbang 26,4%, kemudian usia 40-49 tahun sebesar 13,9%, dan pengguna dengan usia 50 tahun ke atas mencapai 7,1%, dapat disimpulkan bahwa TikTok dikuasai oleh mahasiswa Gen Z dan mahasiswa Gen Z memiliki pengaruh yang kuat sebesar 60% dari total pengguna TikTok (Wisnuadi Krisno, 2022). TikTok adalah platform video yang populer dan sering digunakan oleh pengguna ponsel khususnya kalangan mahasiswa Gen Z. Saat ini, TikTok menjadi platform yang sedang trend karena aplikasinya yang menyenangkan. Oleh karena itu, banyak orang termasuk di Indonesia tertarik dan menggunakan aplikasi

TikTok dengan antusias (Husna & Fatonah, 2020). Keunggulan TikTok dibandingkan dengan platform media sosial lainnya terletak pada penggunaan algoritma yang berfungsi sebagai penyesuaian dengan ketertarikan dan keperluan pengguna (Aresti et al., 2023). Algoritma tersebut yang dikenal sebagai *For You Page* (FYP) dan ditampilkan di situs web TikTok, hal ini memungkinkan pengalaman yang lebih personal dan relevan bagi pengguna ketika mereka menggunakan aplikasi tersebut (Aresti et al., 2023).

Banyak individu yang menggunakan media sosial menghadapi tantangan terkait penggunaan media sosial yang berpotensi mengancam kesehatan mental mereka (Adila & Putri, 2023). Media sosial kerap menampilkan momen-momen paling menyenangkan dari kehidupan orang lain yang ingin mereka tunjukkan kepada pengikutnya. Namun, hal ini sering dijadikan tolak ukur dan dibandingkan dengan aspek negatif dalam kehidupan seseorang (Reong et al., 2022). Mengukur diri dengan standar orang lain adalah cara yang pasti mengarah ke kecemasan dan ketidakbahagiaan, dan media sosial telah mempermudah hal tersebut dan dampak negatif dari media sosial dapat berujung pada depresi dan kecemasan atau kegelisahan. Menguras waktu yang berlebihan di media sosial mungkin menyebabkan dampak negatif pada suasana hati. Hubungan antara depresi dan penggunaan platform media sosial berkaitan dengan interaksi dan hubungan yang kita miliki dengan teman-teman di platform tersebut. Koneksi yang terbentuk di media sosial tidak melibatkan interaksi tatap muka langsung. Akibatnya, koneksi ini cenderung kurang memuaskan secara emosional, yang pada gilirannya dapat menyebabkan perasaan terisolasi dari kehidupan sosial (Budiman et al., 2023).

Dalam evolusinya, media sosial juga dapat memicu munculnya perilaku kecemasan sosial yang baru yaitu *Fear of Missing Out* (Mukrimaa et al., 2016). FOMO adalah kecemasan atau ketakutan yang dialami ketika kita merasa bahwa pengalaman orang lain lebih bernilai daripada pengalaman pribadi kita sendiri. Ditunjukkan oleh keinginan yang terus-menerus terlibat dalam kegiatan orang lain (Przcybylski., 2013). FOMO adalah fenomena psikologis yang terjadi dalam kehidupan manusia pada zaman kemajuan teknologi yang pesat, di tempat di mana seseorang merasa gelisah, takut, dan saat atau orang lain memiliki pengalaman yang bernilai tetapi dirinya sendiri tidak terlibat secara langsung dalam situasi tersebut (Ana & Maryam, 2024). Kecenderungan untuk tetap terkoneksi dan mengikuti kegiatan teman dan individu lain sering kali menimbulkan kecemasan pada dirinya, hal ini dapat dilihat ketika mereka merasa bahwa individu lain memiliki pengalaman yang dianggap lebih bernilai daripada diri mereka sendiri. Fenomena ini disebut FOMO (Wibowo, S., D. & Nurwindasari, 2019).

Berdasarkan studi pendahuluan yang sudah peneliti lakukan dengan survei awal melalui google form yang diisi 35 mahasiswa Gen Z terdapat 71,4% pengguna aplikasi TikTok dan 54,3% menggunakan aplikasi TikTok dengan intensitas penggunaan lebih dari empat jam dalam sehari, hal ini yang membuat mahasiswa Gen Z selalu ingin terhubung ke aplikasi TikTok. Kemudian dilanjutkan dengan wawancara terhadap 3 dari 35 mahasiswa Gen Z, mahasiswa Gen Z mengatakan bahwa ia selalu memulai hari-harinya untuk terhubung ke internet seperti saat bangun dan sebelum tidur melakukan kegiatan yang berkaitan dengan *handphone* dan mahasiswa Gen Z juga mengatakan bahwa ia merasa perlu memeriksa media sosial agar tidak melewatkan apapun yang sedang terjadi. Mahasiswa Gen Z merasa gelisah jika tidak memiliki akses ke internet

atau media sosial karena ia merasa harus berbagi setiap momen penting dalam hidupnya di media sosial agar tidak merasa tertinggal, mahasiswa Gen Z mengungkapkan bahwa hal ini dikarenakan ia merasa iri saat melihat orang lain berbagi pengalaman seru di media sosial dan ia juga harus bisa melakukannya.

Menurut Przybylski et al., (2013) FOMO adalah faktor yang mendorong individu untuk memanfaatkan platform media sosial dan memiliki keterkaitan dengan penggunaan media sosial. FOMO dapat berperan sebagai sarana untuk mengatasi kekurangan dalam kebutuhan psikologi melalui partisipasi dalam kegiatan sosial, dalam perkembangannya perilaku FOMO banyak terjadi dalam situasi online, khususnya di platform media sosial (Fitria, 2023). FOMO dalam konteks online memiliki empat aspek yang telah dikembangkan oleh Satté, et al (2020), yaitu *need to belong* (kebutuhan untuk dimiliki), *need to popularity* (kebutuhan untuk popularitas), *anxiety* (kecemasan), dan *addiction* (kecanduan). Lebih lanjut, individu yang mengalami FOMO akan menghadapi konsekuensi psikologis yang negatif, termasuk tingkat stress yang tinggi, kecemasan yang dirasakan, gangguan tidur, dan dampak negatif terhadap kesejahteraan dan kepuasan hidup mereka (Hayran & Anik, 2021). Aktivitas di sosial media juga menimbulkan tekanan.

Penelitian oleh Abel, Buff, & Burr (dalam Akbar et al., 2019) menyatakan bahwa individu yang cenderung mengalami FOMO menunjukkan berbagai gejala seperti, sulit untuk menjauh dari *smartphone*, mengalami cemas dan gelisah saat tidak melakukan pemeriksaan media sosial, berinteraksi dengan teman secara online dianggap lebih signifikan daripada berkomunikasi dengan teman di dunia nyata, mereka menunjukkan antusiasme terhadap postingan atau status orang lain di platform media sosial, senantiasa berkeinginan untuk *update* mengenai dirinya, dan merasa cemas bahkan mengalami perasaan depresi ketika orang yang melihat foto atau video kegiatannya yang dibagikan. Selain itu, riset yang dilakukan oleh Al-enayes (2016) menyatakan bahwa individu dengan FOMO akan tetap ingin menggunakan internet, yang pada akhirnya dapat menyebabkan mereka rentan terhadap kecanduan media sosial. Melalui studi terhadap 1327 mahasiswa program komunikasi di universitas Arab Saudi, terungkap bahwa ketergantungan pada media sosial yang dipicu oleh fenomena FOMO memiliki konsekuensi signifikan terhadap aspek psikologis dan kesehatan mental dalam hidup manusia.

Penelitian oleh peneliti yang bekerja di Penn State University pada tahun 2016 juga mengindikasikan bahwa melihat foto selfie orang lain di media sosial dapat mengurangi tingkat harga diri seseorang karena pengguna cenderung membandingkan diri mereka dengan gambar orang yang terlihat sangat bahagia. Hal tersebut termasuk dalam komponen penerimaan diri yang terdapat pada aspek penerimaan fisik dengan indikator menerima kondisi fisik dari segi tubuh dan penampilan wajah. Studi yang dilakukan oleh University of Strathclyde, Ohio Univeristy, dan University of Iowa juga mencatat bahwa wanita cenderung membandingkan mereka dengan diri mereka secara negatif ketika melihat foto selfie wanita lain. Oleh karena itu, para peneliti telah mencapai kesimpulan bahwa ketika individu menggunakan platform media sosial untuk melakukan perbandingan antara kehidupan mereka dengan karier atau hubungan yang terlihat lebih sukses pada orang lain, hal itu dapat membuat mereka merasa kurang

berhasil dalam hidup mereka sendiri (Brown, 2018).

Penelitian lain oleh van Rooij et al., (2018) mengungkapkan hasil dari survei besar-besaran terhadap 2663 remaja Flemish. Temuan studi ini menunjukkan bahwa FOMO dapat dianggap sebagai indikator positif terkait dengan seberapa sering remaja menggunakan berbagai platform media sosial dan sejauh mana mereka aktif menggunakan platform tersebut. Menurut penelitian Royal Society For Public Health Inggris pada tahun 2017, media sosial dipandang sebagai faktor yang dominan menyebabkan remaja mengalami depresi, kecemasan, dan kesepian, selain itu, temuan dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa remaja cenderung merasa rendah diri, memiliki persepsi tubuh yang negatif, dan mengalami kesulitan tidur. Ini terjadi ketika terdapat komentar negatif pada gambar atau video yang diuploadnya, disamping itu, jumlah *like* (suka) yang kecil pun dapat mempengaruhi remaja untuk memiliki tingkat harga diri yang rendah dan merasakan kecemasan. Menurut Ryff pada tahun 1998 munculnya hal tersebut disebabkan oleh kesulitan remaja dalam menerima dirinya sendiri dan kurangnya hubungan yang positif dengan orang lain dan tingkat kebahagiaan yang dimiliki dipengaruhi oleh orang lain dan penilaian dari orang lain. Adanya tekanan lingkungan membuat mahasiswa gen Z merasakan kehilangan jati dirinya atau identitas dirinya, tidak tahu ke mana akan berjalan, dan merasa cemas dan khawatir yang membuat orang kehilangan fokus pada dirinya sendiri (Rulinsantica et al., 2022). Kecemasan dan rasa gelisah pada seseorang berkaitan dengan tingkat penerimaan diri atau *self acceptance* yang dimilikinya (Rulinsantica et al., 2022).

Self acceptance adalah sikap dasar yang mencerminkan kepuasan individu terhadap diri sendiri, mutu dan potensi yang dimilikinya, serta penerimaan terhadap kekurangan diri (Chaplin & Kartono Kartini, 1995). Hurlock (1996) mengemukakan bahwa *Self acceptance* adalah kapasitas dan keinginan seseorang untuk menerima dan hidup dengan segala karakteristiknya sendiri. Seseorang yang dapat menerima dirinya dijelaskan sebagai individu yang tidak mengalami masalah dengan dirinya sendiri, tidak memikul beban perasaan terhadap diri sendiri, sehingga memberikan kesempatan lebih besar bagi individu tersebut untuk beradaptasi dengan lingkungannya (Rizkiana & Retnaningsih, 2009). Hal ini sejalan dengan penelitian (Tohari & Aminah, 2023) yakni mereka yang menerima diri mereka sendiri cenderung tidak menimbulkan banyak perselisihan internal, yang membuat mereka cenderung lebih mudah menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar mereka. *Self acceptance* memiliki peran yang krusial dalam menentukan kebahagiaan individu dan kemampuannya dalam menyesuaikan diri dengan baik (Al-Mighwar, 2016). Santrock (2020) juga menyatakan bahwa *self acceptance* adalah kesadaran untuk menerima diri sendiri seutuhnya dengan apa adanya. *Self acceptance* yang positif dapat dikenali dari kemampuan seseorang dalam menerima diri apa adanya. Dengan kemampuan ini, seseorang dapat mengadopsi sifat positif terhadap diri sendiri dan menghadapi kehidupannya dengan positif (Supatmi et al., 2021).

Self acceptance termasuk dalam enam dimensi dari kesejahteraan psikologi yang mempunyai hubungan negatif dengan FOMO hal ini dikutip dari jurnal terjemahan Fear Of Missing Out (FOMO) and *Psychological Well-Being of Late Adolescents Using Social Media* oleh Sutanto et al., (2020). Gen Z apabila mempunyai *self acceptance* yang baik maka kecil kemungkinannya akan terjadi FOMO dalam dirinya. *Self acceptance* berarti

percaya pada standar dan pengetahuan sendiri tanpa mengandalkan pendapat orang lain (Hurlock, 1996). Hurlock (1996) mendefinisikan *self acceptance* sebagai "the degree to which an individual having considered his personal characteristics is able and willing to live with them" yaitu derajat di mana seseorang mempertimbangkan sifat individualnya, merasa sanggup, dan siap untuk bertahan dengan sifat tersebut. Adreson (dalam L Suggiarti, 2008) menunjukkan bahwa penerimaan diri berarti kita lebih bisa menerima kekurangan dan kelebihan diri sebagaimana adanya. Menerima diri sendiri berarti kita telah menemukan sifat dan prinsip kita sendiri, yang bisa membentuk kerendahan hati dan integritas.

Karakteristik utama dari *self acceptance* adalah bertanggung jawab terhadap diri sendiri, menerima kualitas diri tanpa menyalahkan diri atau situasi yang tidak dapat dikendalikannya. Gen Z yang memiliki *self acceptance* yang tinggi tidak memedulikan seberapa banyak kelemahan yang dimilikinya. Sebaliknya, mereka merasa melihat kelemahan tersebut sebagai sumber daya yang dapat ditingkatkan untuk memaksimalkan potensi kelebihan yang dimiliki. Seseorang yang mampu menerima dirinya sendiri dianggap mampu hidup dengan menerima semua kelebihan dan kekurangan yang dimilikinya (Rizkiana & Retnaningsih, 2009). Powel (dalam Husna & Fatonah, 2020) mengemukakan bahwa terdapat empat aspek yang membentuk *self acceptance*, yaitu penerimaan terhadap aspek fisik, emosi, kepribadian, serta keterbatasan diri.

Pembaharuan penelitian ini adalah objek yang akan diteliti yaitu pada aplikasi TikTok yang saat ini menjadi aplikasi yang sedang trend di kalangan Gen Z. Penelitian ini menggunakan skala FOMO yang bersifat online yang didalamnya terdapat aspek *need to belong* (kebutuhan untuk dimiliki), *need to popularity* (kebutuhan untuk popularitas), *anxiety* (kecemasan), dan *addiction* (kecanduan), dibandingkan penelitian sebelumnya yang hanya menggunakan aspek relatedness (kedekatan atau keinginan untuk dapat berhubungan dengan orang lain) dan tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan self. Berdasarkan studi pendahuluan yang telah dipaparkan maka dipandang perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui hubungan *self acceptance* dan *Fear of Missing Out* (FOMO) generasi Z pengguna aplikasi TikTok. Untuk menurunkan terjadinya FOMO pada gen Z, maka penulis melakukan penelitian mengenai hal tersebut di kalangan Gen Z. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menentukan hubungan antara *self acceptance* dan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada mahasiswa Gen Z pengguna aplikasi TikTok. Hipotesis dari penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan negatif antara *self acceptance* dan *Fear of Missing Out* (FOMO) Gen Z pengguna aplikasi TikTok.

METODE

Riset ini menggunakan jenis metode kuantitatif korelasional. Peneliti memilih metode korelasi sebab tujuannya adalah untuk memeriksa serta menganalisis hubungan antara dua atau lebih variabel (Sukardi, 2011). Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel yang diamati yakni variabel terikat (*dependent*) yaitu *fear of missing out* (FOMO) dan variabel bebas (*independent*) yaitu *self acceptance*. Populasi penelitian melibatkan 106 mahasiswa Gen Z pengguna aplikasi TikTok. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling*. Peneliti menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2019) *purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel yang

represif menggunakan pertimbangan khusus. Peneliti telah menetapkan beberapa pertimbangan atau standar untuk pembambilan sampel ini. Kriteria dalam sampel penelitian ini adalah mahasiswa yang berdomisili di Solo Raya, berumur 18-25 tahun, dan pengguna aplikasi TikTok.

Peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan jenis skala *Likert* dengan Skala *self acceptance* dan skala *Fear of Missing Out* (FOMO). Skala *self acceptance* memodifikasi dari alat ukur atau instrumen Husna & Fatonah (2020) berdasarkan aspek yang telah dikembangkan Powel meliputi aspek penerimaan fisik, penerimaan perasaan atau emosi, penerimaan kepribadian dan penerimaan keterbatasan diri. Pada skala *Fear of Missing Out* (FOMO) juga memodifikasi dari instrumen pengukuran Kurniawan & Utami (2022) berdasarkan aspek yang telah dikembangkan Satte et al. meliputi *need to belong* (kebutuhan untuk dimiliki), *need to popularity* (kebutuhan untuk popularitas), *anxiety* (kecemasan), dan *addiction* (kecanduan).

Validitas diuji menggunakan uji validitas isi dan item. Materi diuji keberlanjutan melalui uji validitas isi, dengan evaluasi oleh para profesional dan analisis rasional (Azwar Saifuddin, 2009). Dengan melakukan analisis statistik menggunakan *corrected item total correlation*, kita dapat meniai validitas item. Uji validitas skala *self acceptance* dengan aspek penerimaan fisik, penerimaan perasaan atau emosi, penerimaan kepribadian dan penerimaan keterbatasan diri dengan total item 51 menghasilkan 28 item valid dan 23 item tidak valid dengan nilai validitas 0,284 sampai 0,368. Uji validitas skala FOMO sebanyak 60 item sesuai dengan aspek *need to belong* (kebutuhan untuk dimiliki), *need to popularity* (kebutuhan untuk popularitas), *anxiety* (kecemasan), dan *addiction* (kecanduan) menunjukkan 38 item valid dan 22 item tidak valid dan nilai validitas berkisar 0,308 sampai 0,398.

Reliabilitas dievaluasi dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 21.0 dan metode *Cronbach's alpha*. Keandalan data dianggap terjamin jika nilai reliabilitasnya mendekati 1 atau nilai reliabilitasnya adalah 0 sampai 1 (Azwar Saifuddin, 2009). Uji reliabilitas mendapatkan Skor *Cronbach alpha* skala *self acceptance* sebesar 0,823 dan skor *Cronbach alpha Fear of Missing Out* sebesar 0,972. Metode yang diterapkan pada kedua skala tersebut dapat dianggap sebagai metode penilaian yang dapat dipercaya. Berikutnya, dilakukan analisis *product moment* menggunakan SPSS 21.0 untuk menentukan hubungan anatara variabel X dan Y.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penggunaan dalam penelitian ini melibatkan dua Istrumen variabel yaitu instrument *self acceptance* berjumlah 28 item dan instrument FOMO berjumlah 38 item. Instrument tersebut telah disebarkan kepada 35 orang sampel (mahasiswa Gen Z pengguna aplikasi TikTok) dengan teknik *non probability sampling* yang berjenis *purposive sampling*. Pemilihan sampel ini dilakukan berdasarkan pertimbangan atau kriteria khusus yang telah diinformasikan oleh peneliti. Berikut sebaran temuan menurut distribusi responden:

Tabel 1 Distribusi Subjek

Keterangan	Subjek	Jumlah	%
Jenis Kelamin	Perempuan	86	81
	Laki-laki	19	19
Σ		106	100
Usia	18	4	4
	19	7	7
	20	22	21
	21	36	34
	22	27	25
	23	10	9
Σ		106	100

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden adalah perempuan dengan jumlah 86 (81%) dan berumur 21 tahun berjumlah 36 (34%).

Tabel 2 Analisis Deskripsi Penelitian

	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
Self Acceptance	106	62,00	97,00	79,9340	8,1489
Fear of Missing Out	106	69,00	173,00	118,264	21,590

Nilai pada *self acceptance* dan *fear of missing out* dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan kategori nilai berdasarkan hasil perhitungan pada tabel tersebut, dapat dijadikan sebagai norma.

**Tabel 3 Analisis Kategori Skor
Skor Subjek**

Keterangan	<i>Self Acceptance</i>		<i>Fear of Missing Out</i>	
	Σ	%	Σ	%
Rendah	20	19	15	14
Sedang	72	68	76	72
Tinggi	14	13	15	14

Tabel diatas menunjukkan sebagian besar mahasiswa Gen Z berjumlah 72 (68%) mempunyai *self acceptance* pada tingkat sedang, sedangkan 14 (13%) mahasiswa Gen Z mempunyai *self acceptance* dengan tingkat yang tinggi. Kemudian, 76 (72%) mahasiswa Gen Z mengalami *fear of missing out* tingkat sedang, sementara 15 (14%) mahasiswa Gen Z mengalami *fear of missing out* dengan tingkat yang rendah.

**Tabel 4 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Self Acceptance	Fear of Missing Out
N		106	106
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	80.52	113.49
	Std. Deviation	17.416	26.339
Most Extreme Differences	Absolute	.074	.053
	Positive	.074	.053
	Negative	-.068	-.039

Kolmogorov-Smirnov Z	.766	.542
Asymp. Sig. (2-tailed)	.600	.931

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.

Dengan menggunakan SPSS 21.0 untuk menganalisis data pada output di atas, uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah distribusi data yang diamati bersifat normal atau tidak. Tingkat signifikansi *self acceptance* sebesar 0,600 dan *fear of missing out* sebesar 0,931. Signifikansi *self acceptance* 0,600 menunjukkan lebih besar dari 0,05 dan signifikansi *fear of missing out* 0,931 menunjukkan lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa tingkat signifikansi variabel *self acceptance* dan *fear of missing out* mahasiswa Gen Z pengguna aplikasi TikTok berdistribusi normal.

Tabel 5 Uji Linearitas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Fear of Missing Out * Self Acceptance	Between Groups	(Combined)	49543.274	50	990.865	2.339	.001
		Linearity	25517.940	1	25517.940	60.232	.000
		Deviation from Linearity	24025.334	49	490.313	1.157	.298
	Within Groups		23301.217	55	423.658		
Total			72844.491	105			

Berdasarkan perhitungan SPSS 21.0 pada output di atas, uji linearitas dilakukan untuk mengetahui bentuk hubungan variabel *self acceptance* dan *fear of missing out* mahasiswa Gen Z pengguna aplikasi TikTok. Hasil perhitungan yang ditunjukkan dalam tabel tersebut, menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 1,157 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,298. Tingkat signifikansi 0,298 menunjukkan lebih besar dari 0,05 oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel *self acceptance* dan *fear of missing out* mahasiswa Gen Z pengguna aplikasi TikTok.

Tabel 6 Uji Hipotesis

		Self Acceptance	Fear of Missing Out
Self Acceptance	Pearson Correlation	1	-.552**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	106	106
Fear of Missing Out	Pearson Correlation	-.552**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	106	106

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan perhitungan SPSS 21.0 pada output di atas, uji hipotesis korelasional mempunyai tujuan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan variabel *self acceptance* dan *fear of missing out* mahasiswa Gen Z pengguna aplikasi TikTok. Signifikansi *self acceptance* dan *fear of missing out* berada dalam angka 0,000, hal

ini menunjukkan bahwa tingkat signifikansi 0,000 kurang dari 0,005 sehingga dapat disimpulkan terdapat bahwa ada korelasi antar kedua variabel. Koefisien korelasi *self acceptance* dan *fear of missing out* yaitu -0,552 yang berarti terdapat hubungan yang negatif.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis pengujian korelasional variabel *self acceptance* dan *fear of missing out* (FOMO) dengan menerapkan teknik korelasi product moment pearson untuk menguji hipotesis, hasil yang diperoleh menunjukkan nilai sig sebesar 0,000 dengan nilai korelasi rxy sebesar -0,552 hal ini dapat diartikan jika hipotesis diterima dan terbukti bahwa ada korelasi negatif antara *self acceptance* dan FOMO. Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Gen Z yang mengalami FOMO cenderung mengalami penurunan sejalan dengan peningkatan *self acceptance*, begitupun sebaliknya.

Temuan peneliti ini ditemukan ketidaksamaan dengan penelitian lain yang menunjukkan *fear of missing out* berhubungan dengan semua dimensi *psychological well being* (Purba et al., 2021). Pada penelitian ini menggunakan salah satu dimensi *psychological well being* yaitu *self acceptance*, kemudian peneliti melakukan penelitian dengan variabel *self acceptance* dan *fear of missing out* menunjukkan hasil adanya korelasi negatif dan signifikan. Temuan studi ini mempertunjukkan apabila semua dimensi *psychological well being* jika dipisahkan belum tentu memberi korelasi dengan FOMO. Penelitian dari Hakim et al., (2023) menunjukkan adanya hubungan FOMO pada pengguna instagram, temuan ini juga menunjukkan adanya hubungan FOMO pada pengguna aplikasi TikTok. Hal tersebut disebabkan karena aplikasi TikTok saat ini banyak digemari oleh kalangan mahasiswa Gen Z. Seperti halnya media sosial, TikTok telah berkembang menjadi aplikasi yang populer dan banyak digunakan oleh masyarakat (Ramadani et al., 2023).

Mahasiswa gen Z pengguna aplikasi TikTok menunjukkan bahwa variabel x memiliki dampak pada variabel y. Sesuai hasil penelitian, mayoritas mahasiswa Gen Z sebanyak 72 (68%) memiliki tingkat *self acceptance* yang sedang, sedangkan 14 (13%) mahasiswa Gen Z memiliki tingkat *self acceptance* dengan tingkat yang tinggi 76 (72%) mahasiswa Gen Z mengalami FOMO tingkat sedang, sedangkan 15 (14%) mahasiswa Gen Z mengalami FOMO tingkat rendah. Ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa gen Z mengalami FOMO tingkat sedang dan *self acceptance* tingkat rendah. Berdasarkan hasil temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa FOMO berada pada tingkat sedang karena adanya *self acceptance* dalam diri mahasiswa Gen Z seperti adanya penerimaan fisik, penerimaan perasaan atau emosi, penerimaan kepribadian dan penerimaan keterbatasan diri.

Hasil ini menunjukkan bahwa orang yang menggunakan banyak waktu untuk mengakses aplikasi TikTok, dapat mengurangi tingkat *self acceptance* dalam dirinya karena nilai kebahagiaan yang dimiliki dipengaruhi oleh orang lain. Mahasiswa Gen Z beranggapan bahwa kehidupan orang lain lebih baik dari dirinya, sehingga cenderung ingin selalu terkoneksi di media sosial. Selain itu, mahasiswa Gen Z merasa cemas dan khawatir jika ada informasi yang tertinggal tentang kehidupan orang lain. Harapannya,

media sosial dapat digunakan mahasiswa Gen Z untuk sebatas memperoleh informasi yang berguna. Media Sosial juga mempunyai kegunaan untuk berkomunikasi orang lain secara lebih mudah dan juga memberikan fasilitas untuk memperoleh informasi yang terbaru (Savitri et al., 2019).

Purba et al., (2021) yang melakukan penelitian terhadap 121 siswi SMA YPBK di Surabaya, mendukung hasil temuan di atas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan negatif yang signifikan antara *self acceptance* dan FOMO. Mahasiswa dengan intensitas menggunakan aplikasi TikTok lebih dari empat jam dalam sehari, ingin terhubung ke aplikasi TikTok, selalu memulai hari-harinya untuk terhubung ke internet agar tidak melewatkan apapun yang sedang terjadi, merasa gelisah jika tidak memiliki akses ke internet atau media sosial, dan merasa iri saat melihat orang lain berbagi pengalaman seru di media sosial. Hal ini yang menyebabkan terjadinya FOMO pada mahasiswa Gen Z, studi ini berfokus pada seberapa penting *self acceptance* mahasiswa gen Z sebagai pemicu untuk menurunkan terjadinya FOMO. Studi ini mempertunjukkan jika pemicu untuk mengurangi terjadinya FOMO pada aplikasi TikTok adalah adanya *self acceptance* pada mahasiswa Gen Z.

Dengan tingkat *self acceptance* yang positif, sikap positif yang dimiliki mahasiswa Gen Z juga akan meningkat untuk menerima diri sendiri, melibatkan pengalaman baik dan buruk yang terjadi dalam hidupnya. Sebaliknya apabila mahasiswa Gen Z memiliki *self acceptance* yang rendah terhadap dirinya sendiri, maka menyebabkan timbulnya rasa kecewa terhadap pengalaman yang dialami dan merasa rendah terhadap kualitas dirinya hingga memunculkan keinginan untuk menjadi seseorang yang berbeda. Hal ini berhubungan dengan FOMO dengan *self acceptance*, mahasiswa Gen Z yang dengan tingkat FOMO tinggi maka lebih suka merasa tidak puas dengan pencapaian yang telah diperoleh, merasa kurang, dan menginginkan untuk menyerupai orang lain. Menurut (C. Ryff & Corey Keyes (1995), mahasiswa Gen Z yang mampu menjalani kehidupan dengan kebahagiaan berdasarkan pengalamannya, serta memberikan makna yang berharga dan membanggakan bagi dirinya, berarti dapat menerima dirinya dengan baik.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan adanya korelasi negatif antara *self acceptance* dan FOMO mahasiswa Gen Z pengguna aplikasi TikTok. Handayani (2017) mengemukakan bahwa *self acceptance* adalah sejauhmana individu mampu menyadari dan mengakui sifat-sifat pribadi, serta mengaplikasikannya dalam menghadapi perjalanan hidup. Sikap tersebut dinyatakan dengan pengakuan terhadap keunggulan-keunggulannya sekaligus dapat menerima kekurangan-kekurangan dalam dirinya dengan tidak ingin menjadi orang lain dan selalu berkeinginan untuk terus berkembang dan meningkatkan diri. Mahasiswa Gen Z dengan *self acceptance* yang baik tidak akan menjadikan orang lain sebagai tolak ukur kebagaiannya, hal ini akan menurunkan tingkat FOMO dalam dirinya. Mahasiswa Gen Z hendaknya mempunyai *self acceptance* yang baik untuk menghindari terjadinya FOMO yang berdampak negatif dalam dirinya karena *self acceptance* diyakini penting karena dapat berguna untuk menghindarkan dampak buruk terjadinya FOMO.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian pada Mahasiswa Gen Z pengguna aplikasi TikTok mengenai korelasi *self acceptance* dengan *fear of missing out* bisa disimpulkan jika hipotesis peneliti diterima dengan adanya korelasi negatif antara *self acceptance* dengan *fear of missing out* mahasiswa Gen Z pengguna aplikasi TikTok. Dengan kata lain, apabila FOMO meningkat maka seiringan dengan menurunnya *self acceptance* mahasiswa Gen Z pengguna aplikasi TikTok, sedangkan FOMO menurun maka seiringan dengan meningkatnya *self acceptance* mahasiswa Gen Z pengguna aplikasi TikTok. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk memberikan tuntunan kepada mahasiswa Gen Z bahwa penggunaan aplikasi TikTok yang berlebihan dapat menimbulkan perilaku kecemasan sosial atau FOMO. Selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan serta wawasan pembaca mengenai kajian psikologi, terutama psikologi sosial. Peneliti selanjutnya dapat menjelajahi lebih mendalam tentang keterkaitan atau korelasi mengenai *self acceptance* dan FOMO yang akan memungkinkan peneliti lain untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang aspek *self acceptance* yang manakah yang memiliki pengaruh terbesar guna mengurangi tingkat FOMO yang dialami.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan rahmat dan karunia-Nya, penulis bersyukur kepada Allah SWT atas petunjuk yang diberikan-Nya, memberikan kekuatan, dan kesabaran selama proses penulisan penelitian ini. Kepada Ibu/Bapak dosen pembimbing dan penguji yang dengan sabar memberikan bimbingan, ilmu, dan arahan, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya. Tak lupa kepada keluarga yang senantiasa memberikan dukungan moral dan doa restu, keberadaan kalian adalah anugrah yang tak ternilai. Terimakasih atas doa dan semangat yang selalu mengiringi setiap langkah penulis. Kepada teman-teman yang selalu berbagi ilmu, pengalaman, dan motivasi, terimakasih banyak. Kebersamaan ini memberikan semangat dan warna tersendiri dalam perjalanan penulisan jurnal ini. Serta kepada semua partisipan yang telah berkontribusi dalam penulisan jurnal ini. Terakhir, penulis mengucapkan terimakasih kepada semuanya yang turut serta dalam penyusunan jurnal ini, baik secara langsung maupun tidak langsung demi kelancaran pembuatan jurnal ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan juga menjadi kebaikan bagi kalian semua.

DAFTAR PUSTAKA

- Adila, A., & Putri, F. A. N. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Fear Of Missing Out (FoMO). *Bussiness and Administration Journal*, 2(2), 30–39.
- Akbar, R. S., Aulya, A., Psari, A. A., & Sofia, L. (2019). Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FoMo) Pada Remaja Kota Samarinda. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 7(2), 38. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v7i2.2404>
- Ana, I. Al, & Maryam, E. W. (2024). *The Relationship Beetwen Using Tiktok Social Media and FoMO (Fear of Missing Out) in Students [Hubungan Penggunaan Media Sosial Tiktok dengan FoMO (Fear of Missing Out) pada Mahasiswa]*. 1–9.
- Andrew K. Przybylski, Kou Murayama, Cody R. DeHaan, V. G. (2013). Motivational,

- emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- 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*.
- Azwar Saifuddin. (2009). *Metode Penelitian* (Cet 9). Pustaka Pelajar. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=22686>
- Branka. (2024). *Statistik Generasi Z-2024*. Truelist.Com. <https://truelist.co/blog/generation-z-statistics/>
- C. Ryff & Corey Keyes. (1995). The Structure of Psychological Well-being Revisited. *Journal of Personality and Social Psychology*. <https://www.semanticscholar.org/paper/The-structure-of-psychological-well-being-Ryff-Keyes/e6bfdfaedc646daee0b6890ce2dd04ad7c6f5365>
- C. Satte, N. R. S. Lima, F. Queluz, B. L. Ferrari, N. H. (2020). The Online Fear of Missing Out Inventory (ON-FoMO): Development and Validation of a New Tool. *Journal of Technology in Behavioral Science*. [https://www.semanticscholar.org/paper/The-Online-Fear-of-Missing-Out-Inventory-\(ON-FoMO\)%3A-Sette-Lima/7eb28004c728dccb84520cea462176c934cade65](https://www.semanticscholar.org/paper/The-Online-Fear-of-Missing-Out-Inventory-(ON-FoMO)%3A-Sette-Lima/7eb28004c728dccb84520cea462176c934cade65)
- Chaplin & Kartono Kartini. (1995). *Kamus Lengkap Psikologi* (ed. 1 cet.2). Raja Grafindo Persada. <http://library.stik-ptik.ac.id/detail?id=23625&lokasi=lokal>
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). Perilaku Generasi Z terhadap PEenggunaan Media Sosial TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Fitria, N. (2023). The Relationship between FOMO and Work Motivation with Employee Performance in Gen Z. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 7(2), 189–198. <https://doi.org/10.30741/adv.v7i2.1208>
- Hakim, Z. L., Reyhan, M., & Damopoli, P. (2023). *Fear of Missing Out (FOMO) Pada Mahasiswa Pengguna Instagram*. 1(1), 257–268.
- Handayani, P. (2017). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Presentasi Diri Pada Pengguna Instagram (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang). *Doctoral Dissertation, University of Muhammadiyah Malang*.
- Hayran, C., & Anik, L. (2021). Well-being and fear of missing out (Fomo) on digital content in the time of covid- 19: A correlational analysis among university students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(4), 1–13. <https://doi.org/10.3390/ijerph18041974>
- Hurlock, E. B. (1996). *Psikologi perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (5th ed.). Erlangga. <https://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=1710>
- Husna, A. N., & Fatonah. (2020). Skala Penerimaan Diri: Konstruksi dan Analisis Psikometri. *University Research Colloquium*, 12, 200–208.
- Kurniawan, R., & Utami, R. H. (2022). Validation of Online Fear of Missing Out (ON-FoMO) Scale in Indonesian Version. *Jurnal Neo Konseling*, 4(3), 1. <https://doi.org/10.24036/00651kons2022>
- L Suggiarti. (2008). Gambaran Penerimaan Diri pada Wanita Involuntary Childless. *Jurnal*

- Jurusan Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.*
https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=qAOwB6YAAAAJ&citation_for_view=qAOwB6YAAAAJ:u_35RYKgDlwC
- Mukrimaa, S. S., Nurdyansyah, Fahyuni, E. F., YULIA CITRA, A., Schulz, N. D., غسان, د., Taniredja, T., Faridli, E. M., & Harmianto, S. (2016). Upaya Pelestarian Budaya Asli Indonesia Melalui Fenomena FOMO Generasi Z di Media Sosial TikTok Menuju Indonesia Emas. *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 6(August), 128.
- Purba, O. B., Matulesy, A., & Haque, S. A. ul. (2021). Fear of missing out dan psychological well being dalam menggunakan media sosial. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 2(01), 42–51.
- Putri, A. D. (2021). Maksimalisasi Media Sosial untuk Meningkatkan Pendapatan dan Pengembangan Diri Generasi Z di MAN 1 Pesawaran. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 2(2), 37. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v2i2.1180>
- Ramadani, W., Septiansyah, G., Djohar, R., Syukur, M., & Arifin, I. (2023). Analisis Media Sosial Tiktok Terhadap Perubahan Tingkah Laku Siswa di SMPN 11 Maros Baru. *COMSERVA Indonesian Journal of Community Services and Development*, 2(12), 2952–2959. <https://doi.org/10.59141/comserva.v2i12.705>
- Reong, A. R., Kuwa, M. K. R., Mane, G., Gaharpung, M. S., Carvallo, Y. T., Dewi, A. Y. A., & Lipi, P. (2022). Terapi Aktivitas Kelompok (TAK) Melatih Stimulasi Sensori Menyanyi dan Menari Bersama Warga Disabilitas Mental Di Dusun Ru Wolong Desa Lela Kabupaten Sikka. *Journal of Health Innovation and Community Service*, 1(2), 16–21. <https://doi.org/10.54832/jhics.v1i2.49>
- Rizkiana, U., & Retnaningsih, R. (2009). Penerimaan Diri Pada Remaja Penderita Leukemia. *Jurnal Ilmiah Psikologi Gunadarma*, 2(2), 99081.
- Rulinsantica, A. S., Pratikto, H., & Ristawati, A. R. (2022). *Hubungan antara self-acceptance dengan quarter life crisis pada dewasa awal di surabaya.*
- Santrock, J. W. (2020). *A topical approach to lifespan.*
- Septiani, Z. (2023). *7 Nama Generasi Berdasarkan Umur.* Detik.Com. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6737366/7-nama-generasi-berdasarkan-umur-kamu-yang-mana>
- Social, W. A. & H. (2022). *Digital-2023.* Wearesocial.Com. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (ed. 1). Alfabeta. <http://epustaka.umma.ac.id:8123/lib/opac/detail-opac?id=6348>
- Sutanto, F., Sahrani, R., & Basaria, D. (2020). *Fear of Missing Out (FoMO) and Psychological Well-Being of Late Adolescents Using Social Media.* 478(Ticash), 463–468. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201209.071>
- Tohari, S., & Aminah, A. (2023). Efektivitas Konseling Krisis Pendekatan Realita untuk Meningkatkan Penerimaan Diri pada Anak Broken Home. *Jurnal Consulenza: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Psikologi*, 6(2), 259–268. <https://doi.org/10.56013/jcbkp.v6i2.2357>

- van Rooij, A. J., Lo Coco, G., De Marez, L., Franchina, V., & Abeeel, M. Vanden. (2018). Fear of missing out as a predictor of problematic social media use and phubbing behavior among Flemish adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(10). <https://doi.org/10.3390/ijerph15102319>
- Wibowo, S., D. & Nurwindasari, R. (2019). *Hubungan Intensitas Penggunaan Instagram terhadap Regulasi Diri dan Fear of Missing Out. Prosiding Seminar Nasional & Call Paper Psikologi Sosial.*
- Wisnuadi Krisno. (2022). *Data Statistik Jumlah Pengguna TikTok.* Dipstrategy.Co.Id. <https://dipstrategy.co.id/blog/data-statistik-jumlah-pengguna-tiktok-april-2022-lengkap/>
- Wisnubrata. (2021). *Mengenal Generasi XYZ dan Karakteristik Khasnya.* Kompas.Com. <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/01/11/101112720/mengenal-generasi-xyz-dan-karakteristik-khasnya?page=all>