

PENGARUH *SOCIAL COMPARISON* TERHADAP *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) PADA GENERASI Z PENGGUNA MEDIA SOSIAL DI JAWA TENGAH

Listiana Lodasari
listianalodasari@gmail.com
Universitas Kristen Satya Wacana

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh social comparison terhadap fear of missing out (FOMO) pada Generasi Z pengguna media sosial di Jawa Tengah. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain cross-sectional pada 275 mahasiswa Gen Z. Data dikumpulkan menggunakan skala INCOM dan ON-FoMO yang terbukti reliabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa social comparison berpengaruh positif dan signifikan terhadap FOMO. Dengan kata lain, semakin kuat kecenderungan individu melakukan social comparison, semakin tinggi pula tingkat FOMO yang dialami. Penelitian ini menegaskan pentingnya peran perbandingan sosial dalam memicu FOMO di era digital.

Kata Kunci: Social Comparison, FOMO, Generasi Z.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of social comparison on fear of missing out (FOMO) among Generation Z social media users in Central Java. The method used was quantitative with a cross-sectional design on 275 Gen Z students. Data were collected using the INCOM and ON-FoMO scales, which have been proven reliable. The results show that social comparison has a positive and significant effect on FOMO. In other words, the stronger an individual's tendency to engage in social comparison, the higher the level of FOMO they experience. This study emphasizes the important role of social comparison in triggering FOMO in the digital era.

Keywords: Social Comparison, FOMO, Generation Z.

PENDAHULUAN

Media sosial telah merevolusi cara individu berkomunikasi dan berinteraksi di era digital saat ini. Melalui platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan Youtube memungkinkan pengguna dengan mudah terhubung dengan teman, keluarga dan bahkan orang asing dari seluruh dunia (Boyd, D. M., & Ellison, N. B. 2007). Kemajuan teknologi ponsel dan akses internet telah mendorong peningkatan yang signifikan dalam penggunaan media sosial, yang kini telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat (Nasrullah, R. 2015). Salah satu kelompok yang paling terpengaruh oleh perkembangan ini adalah Gen Z. Gen Z dikenal sebagai digital natives karena mereka telah terbiasa menggunakan teknologi digital dan internet sejak usia dini (Twenge, 2023). Mereka tumbuh dalam ekosistem yang sangat terhubung, di mana media sosial berfungsi sebagai sarana utama untuk berekspresi, mencari informasi, dan membangun identitas diri (Mahapatra, Bhullar, & Gupta, 2022). Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi bagi Gen Z, tetapi juga sebagai ruang sosial yang mempengaruhi pola pikir, perilaku, serta cara mereka memandang diri sendiri dan individu lain.

Menurut Twenge, J. M. (2023) Gen Z merupakan kelompok usia yang aktif menggunakan media sosial. Gen Z adalah kelompok yang terdiri dari individu yang lahir antara tahun 1997 sampai 2012, yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital. Berdasarkan statistik terbaru, jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 143 juta orang, yang mencakup sekitar 50,2% dari total populasi, dengan waktu rata-rata penggunaan mencapai 3 jam 45 menit per hari (We Are Social, 2025). Dari data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2024 (dalam Ahdiat 2024) menunjukkan bahwa platform media sosial yang paling digemari oleh Gen Z di Indonesia adalah Instagram (51,9%), Facebook (51,64%), TikTok (46,84%), dan Youtube (38,63%). Di tingkat provinsi, dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Tengah menunjukkan bahwa sekitar 77,54% penduduk berusia 5 tahun ke atas telah menggunakan internet dalam tiga bulan terakhir, yang mencerminkan tingginya tingkat akses digital di wilayah ini (BPS Jawa Tengah, 2023). Dengan penetrasi internet yang tinggi ini, dapat diasumsikan bahwa sebagian besar Gen Z di Jawa Tengah aktif menggunakan media sosial sebagai bagian dari aktivitas daring mereka. Ismail et al., (2023) mendefinisikan Gen Z sebagai iGeneration atau Generasi Internet karena mereka tumbuh dan berkembang di tengah pesatnya kemajuan teknologi, terutama internet. Katz et al., (2021) mendefinisikan Gen Z merupakan generasi yang terbentuk oleh kehidupan di era digital, yang telah terbiasa hidup dalam dunia yang selalu terhubung, kaya informasi, dan cepat berubah. Mereka mengalami transisi sosial, politik, dan ekonomi yang signifikan sejak kecil, serta memiliki kecenderungan kuat terhadap nilai-nilai inklusivitas, keaslian, dan ekspresi diri. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, namun juga tempat Gen Z mengekspresikan diri, memperoleh hiburan, dan membangun citra diri di ruang digital.

Namun, di balik berbagai kemudahan dan peluang yang ditawarkan, penggunaan media sosial secara intensif juga menimbulkan berbagai tantangan psikologis yang tidak bisa diabaikan. Ketergantungan terhadap platform digital, khususnya media sosial kerap memicu tekanan sosial dan kecemasan, termasuk fenomena Fear of Missing Out (FOMO) atau rasa takut ketinggalan (Rahardjo, L. K. D., & Soetjningsih, C. H. 2022). Menurut Alt 2015 (dalam Farida et al., 2021) FOMO yaitu kondisi di mana individu merasa khawatir bahwa orang lain sedang bersenang-senang sementara mereka tidak dapat berpartisipasi. Ketergantungan pada media sosial dapat memperburuk situasi ini, karena pengguna terus-menerus terpapar konten yang menampilkan kesuksesan, kebahagiaan, atau gaya hidup ideal orang lain. Hal ini menyebabkan perbandingan sosial yang tidak sehat, tekanan untuk selalu terhubung, dan perasaan tidak puas terhadap kehidupan pribadi (Vogel et al., 2014).

Fenomena FOMO semakin relevan bagi Gen Z, yang sangat terhubung secara digital dan cenderung memantau aktivitas teman sebaya secara terus-menerus. Ketika mereka tidak terlibat dalam kegiatan yang ditampilkan di media sosial, muncul rasa penasaran, kekecewaan, atau bahkan penurunan suasana hati (Milyavskaya et al., 2018). Berdasarkan fenomena yang terjadi, maka peneliti melakukan wawancara terhadap 10 individu yang tinggal di sekitar Salatiga pada tanggal 7-10 April 2025. Hasil dari wawancara tersebut menunjukkan 7 dari 10 responden mengaku sering merasa terdorong untuk ikut serta dalam aktivitas yang mereka lihat. Rasa penasaran atau FOMO, serta keinginan untuk merasakan kebersamaan sering kali muncul saat melihat unggahan foto atau cerita dari acara yang tidak mereka ikuti. Beberapa responden juga mengungkapkan bahwa suasana hati mereka dipengaruhi oleh apa yang mereka lihat di media sosial, mulai dari rasa senang, iri, hingga sedih. Ketika tidak diundang untuk suatu acara, responden cenderung merasa kecewa. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman sosial yang dibagikan melalui media digital dapat mempengaruhi emosi, keputusan, dan keterlibatan sosial individu secara nyata.

Untuk memahami lebih dalam mengenai FOMO, dapat menggunakan Self-Determination Theory (SDT), yaitu teori motivasi yang dikembangkan oleh Deci dan Ryan (1985). Teori ini menjelaskan bahwa kesejahteraan psikologis dan motivasi seseorang bergantung pada terpenuhinya tiga kebutuhan dasar : *Autonomy* (Kebebasan Bertindak), *Competence* (Kemampuan untuk merasa efektif), dan *Relatedness* (Kebutuhan akan hubungan sosial). Ketika kebutuhan ini tidak terpenuhi, individu dapat mengalami ketidakstabilan emosi dan regulasi diri yang buruk, yang dapat memicu FOMO sebagai cara untuk mengatasi rasa keterasingan atau kekurangan makna dalam hubungan sosial (Przybylski et al., 2013). Memahami FOMO secara mendalam dapat membantu kita mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perasaan serta bagaimana tekanan sosial dari media digital dapat memengaruhi perilaku dan interaksi sosial (Gupta, M., & Sharma, A. 2021). Selain itu, penelitian tentang FOMO dapat memberikan wawasan untuk merancang strategi intervensi yang efektif, membantu individu mengatasi kecemasan, dan meningkatkan kualitas hidup mereka. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya memiliki relevansi dalam bidang psikologi, tetapi juga memberikan kontribusi praktis bagi masyarakat, terutama untuk generasi muda, dalam menciptakan lingkungan digital yang mendukung kesehatan mental. Ketika individu memiliki tingkat FOMO yang tinggi, dampaknya dapat mencakup peningkatan kecemasan dan stres (Przybylski et al., 2013), penurunan kepuasan hidup dan kesejahteraan psikologis, serta kecenderungan mengalami gejala depresi (Schønning et al., 2020) serta kecenderungan melakukan perilaku adiktif terkait penggunaan media sosial (Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. 2018). Individu dengan FOMO tinggi sering kali mengalami gangguan pola tidur, penurunan fokus, dan perasaan tidak cukup karena terus-menerus membandingkan diri dengan aktivitas daring orang lain (Wegmann et al., 2017). Sebaliknya, individu dengan tingkat FOMO yang rendah cenderung memiliki kepuasan hidup yang lebih tinggi, tingkat kecemasan yang lebih rendah terkait penggunaan media sosial (Chen et al., 2024), serta kemampuan yang lebih baik untuk mengatur diri dan tidak merasa tertekan oleh aktivitas daring orang lain (Wegmann et al., 2017). Mereka lebih mampu menjaga kesejahteraan mereka tanpa harus selalu terhubung atau merasa cemas saat tidak mengikuti tren.

Fear of Missing Out (FOMO) adalah bentuk kecemasan sosial yang muncul ketika individu merasa tertinggal atau tidak terlibat dalam pengalaman menyenangkan yang dilakukan oleh individu lain, terutama yang terlihat di media sosial. Beberapa faktor telah diindikasikan sebagai pemicu perilaku FOMO, termasuk kecanduan media sosial, rasa kesepian, tingkat kepuasan hidup yang rendah, self esteem yang rendah, dan yang paling umum adalah social comparison (Piko et al., 2025). Maka peneliti memilih social comparison sebagai

faktor yang paling relevan untuk diteliti dalam kaitannya dengan FOMO pada pengguna media sosial. Dalam konteks digital saat ini, social comparison tidak hanya terjadi dalam kehidupan nyata, tetapi telah bertransformasi menjadi proses kognitif yang sangat dipengaruhi oleh gambaran kehidupan individu lain di media sosial.

Social Comparison Theory yang dikemukakan oleh Festinger (1954) relevan dalam menjelaskan hubungan antara penggunaan media sosial dan FOMO. Teori ini menyatakan bahwa manusia secara alami melakukan social comparison dengan individu lain sebagai cara untuk mengevaluasi diri mereka. Di era media sosial, kecenderungan ini semakin meningkat karena pengguna terus-menerus terpapar unggahan yang menunjukkan pencapaian, kebahagiaan, dan keberhasilan orang lain. Apple, Gerlach, dan Crusius (2016) menyatakan bahwa semakin sering individu membandingkan diri dengan individu lain di media sosial, semakin besar kemungkinan munculnya perasaan tertinggal serta dorongan untuk terus memantau kehidupan sosial individu lain secara online. Social comparison yang terus-menerus dapat mengubah pandangan individu tentang diri mereka sendiri, terutama ketika mereka merasa kehidupan yang dijalani tidak sebaik atau semenarik yang ditampilkan oleh individu lain di media sosial (Vogel et al., 201). Hal ini dapat menimbulkan ketidakpuasan diri dan mendorong munculnya Fear of Missing Out (FOMO). Penelitian oleh Baker dan Oswald (2021) serta Khan dan Sultana (2021) memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa social comparison secara signifikan memediasi hubungan antara penggunaan media sosial dan FOMO yang dirasakan. Dalam hal ini, social comparison di media sosial bukanlah hal yang pasif, melainkan merupakan proses kognitif yang dapat berdampak negatif pada persepsi diri. Ketika seseorang membandingkan dirinya dengan konten ideal dari individu lain, hal ini dapat memicu perasaan tidak mampu, keterasingan sosial, dan kecemasan yang di sebut sebagai FOMO (Vogel et al., 2014).

Oleh karena itu, social comparison dapat dipahami sebagai salah satu faktor yang memicu munculnya FOMO, hal ini sejalan dengan Reer (2019) yang mengatakan bahwa social comparison merupakan salah satu prediktor yang kuat untuk FOMO. Meskipun banyak penelitian internasional telah menunjukkan adanya hubungan antara social comparison dan FOMO studi mengenai keterkaitan ini dalam konteks remaja atau dewasa muda di Indonesia, khususnya di kalangan Gen Z, masih terbatas. Padahal, kelompok ini merupakan pengguna utama media sosial dan rentan terhadap pengaruh sosial digital. Berdasarkan fenomena yang ada, penting untuk melakukan kajian lebih mendalam tentang bagaimana kecenderungan membandingkan diri dengan individu lain di media sosial berkontribusi terhadap munculnya FOMO.

Hasil penelitian Kurniawan, R. (2024), menemukan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara social comparison dengan FOMO dan menunjukkan bahwa social comparison dapat meningkatkan FOMO. Hal ini sejalan dengan penelitian Piko et al., (2025) yang menunjukkan bahwa social comparison memiliki pengaruh signifikan terhadap FOMO. Konsistensi hasil ini juga terlihat pada penelitian Fitriani, W. (2023) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh social comparison terhadap FOMO. Temuan-temuan ini diperkuat oleh penelitian Tandon et al., (2025) yang menunjukkan bahwa social comparison secara langsung memicu FOMO. Namun, tidak semua penelitian menghasilkan temuan yang konsisten. Hasil penelitian Widirahayu & Husna, J. (2024) menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan antara social comparison dan FOMO. Hasil serupa juga ditemukan oleh Steinberger, P., & Kim, H. (2023), bahwa tidak adanya pengaruh signifikan antara social comparison dan FOMO. Perbedaan hasil dalam penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengaruh antara social comparison dan FOMO belum sepenuhnya dipahami secara konsisten. Hal ini menunjukkan perlunya pengujian lebih lanjut, terutama pada Gen Z yang merupakan kelompok pengguna media sosial paling aktif saat ini. Gen Z dikenal sebagai

digital native yang sangat terbiasa dengan interaksi sosial berbasis digital, sehingga berpotensi lebih rentan terhadap social comparison dan dampaknya terhadap FOMO. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki keunikan karena secara khusus mengkaji pengaruh social comparison terhadap FOMO pada Gen Z pengguna media sosial di Jawa Tengah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai dinamika psikologis yang muncul dalam penggunaan media sosial di kalangan generasi muda.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yaitu metode penelitian yang berlandaskan filosofi positivisme digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data melalui instrumen penelitian. Analisis data digunakan secara kuantitatif atau statistik, bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tentukan (Sugiyono, 2018).

HASIL PENELITIAN

A. Orientasi Kancah Penelitian dan Pengumpulan Data Penelitian

Penelitian dilakukan mulai tanggal 3 September 2025 pukul 15.08 WIB hingga 12 Desember 2025 pukul 10.57 WIB. Penelitian ini dilakukan melalui google form. Peneliti menyebarkan google form melalui media sosial meliputi dari chat personal WhatsApp, chat personal direct message Instagram dan story Instagram.

B. Partisipan Penelitian

Partisipan dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 275 orang yang merupakan mahasiswa Gen Z dengan rentang tahun lahir 1997 hingga 2012 di Jawa Tengah. Seluruh partisipan yang terlibat dalam penelitian ini memiliki karakteristik usia yang sesuai dengan kriteria Gen Z sebagaimana ditetapkan dalam penelitian.

Tabel 1 Partisipan Berdasarkan Tahun Lahir

Tahun Lahir	Jumlah	Persentase
1997	8	2,91%
1998	16	5,82%
1999	12	4,36%
2000	17	6,18%
2001	38	13,82%
2002	35	12,73%
2003	33	12,00%
2004	54	19,64%
2005	17	6,18%
2006	13	4,73%
2007	9	3,27%
2008	10	3,64%
2009	6	2,18%
2010	5	1,82%
2011	0	0,00%
2012	2	0,73%
TOTAL	275	100%

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa jumlah partisipan dalam penelitian ini sebanyak 275 orang dengan rentang tahun lahir 1997 hingga 2012. Dari keseluruhan partisipan, kelompok tahun lahir yang paling dominan adalah tahun 2004 dengan jumlah 54 partisipan (19,64%). Selanjutnya, partisipan terbanyak kedua berasal dari tahun 2001 sebanyak 38 partisipan (13,82%), diikuti oleh tahun lahir 2002 dengan 35 partisipan (12,73%), tahun lahir 2003 sebanyak 33 partisipan (12,00%), tahun lahir 2000 dan 2005 masing-masing sebanyak 17 partisipan (6,18%), tahun lahir 1998 dengan 16 partisipan (5,82%), tahun lahir 2006

sebanyak 13 partisipan (4,73%), dilanjut tahun lahir 1999 dengan 12 partisipan (4,36%), lalu tahun lahir 2008 dengan 10 partisipan (3,64%), diikuti tahun lahir 2007 dengan 9 partisipan (3,27%), tahun lahir 1997 sebanyak 8 partisipan (2,91%), tahun lahir 2009 dengan 6 partisipan (2,18%), tahun lahir 2010 dengan 5 partisipan (1,82%). Sedangkan jumlah partisipan yang paling sedikit dari tahun lahir 2012 sebanyak 2 partisipan (0,73%) dan tidak terdapat partisipan dengan tahun lahir 2011.

C. Hasil Penelitian

1. Kualitas Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas yang diterapkan dalam penelitian ini menggunakan metode expert judgement. Metode ini berarti penilaian dari sejumlah pakar di bidang yang relevan untuk memastikan bahwa setiap item atau pernyataan dalam instrumen penelitian benar-benar mencerminkan aspek atau perilaku yang ingin diukur secara keseluruhan. Dengan kata lain, para ahli mengevaluasi apakah isi dari instrumen tersebut sudah sesuai dan relevan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2014; dalam Slamet & Wahyuningsih, 2020).

Berdasarkan uji validitas, semua item pada skala lowa-Netherlands Comparison Orientation Measure (INCOM) dan skala ON-FoMO dianggap valid jika masing-masing item dapat mengukur sesuai dengan yang diinginkan dalam penelitian. Dengan demikian, kedua skala ini menunjukkan kesesuaian isi (content validity) yang baik karena telah memenuhi kriteria penilaian instrumen penelitian.

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas yang diterapkan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi internal dari instrumen penelitian. Pengujian ini menggunakan koefisien Cronbach's Alpha untuk memastikan bahwa setiap item dalam instrumen saling terkait secara konsisten dalam mengukur konstruk yang sama, sehingga instrumen dapat dianggap andal dan layak digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2014).

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Skala	Jumlah Item	Cronbach's Alpha
<i>Social Comparison</i>	11	,893
<i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	20	,933

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditunjukkan pada Tabel 2 masing-masing variabel menunjukkan nilai Alpha Cronbach's yang reliabel. Skala Social Comparison memiliki nilai Alpha Cronbach's sebesar 0,893, dan skala Fear of Missing Out (FOMO) memiliki nilai Alpha Cronbach's 0,933. Kedua variabel tersebut memenuhi syarat sehingga dapat dianggap reliabel.

c. Uji Diskriminasi Item

Berdasarkan hasil uji daya diskriminasi, pada skala social comparison terdiri dari 11 item, ditemukan 9 item yang layak digunakan dan 2 item yang gugur. Item yang gugur memiliki nilai corrected item-total correlation di bawah 0,30, sehingga tidak mampu membedakan responden dengan baik. Item yang dihapus dari variabel social comparison adalah item nomor 7 dan 8. Selanjutnya, pada skala Fear of Missing Out (FOMO) yang awalnya terdiri dari 20 item, setelah dilakukan uji daya diskriminasi, terdapat 18 item yang layak digunakan dan 2 item yang gugur. Item yang gugur disebabkan karena nilai corrected item-total correlation berada dibawah 0,30. Dalam variabel FOMO, item yang dihapus adalah item nomor 7 dan 9.

2. Hasil Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif berperan untuk mendeskripsikan dan merangkum kumpulan data. Hasil analisis statistik deskriptif disajikan dalam Tabel 4.1 untuk memberikan pemahaman yang jelas tentang karakteristik data dari penelitian.

Tabel 3 Hasil Statistik Deskriptif

<i>Variable</i>	<i>N</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
<i>Social Comparison</i>	275	15	53	31,05	8,588
<i>Fear of Missing Out (FOMO)</i>	275	21	80	47,50	14,402

Dari Tabel 3 di atas memperlihatkan bahwa jumlah data valid untuk setiap variabel adalah 275. Untuk variabel Social Comparison (X), nilai minimumnya adalah 15 dan nilai maksimumnya adalah 53 dari 275 sampel data. Rata-rata nilai Social Comparison adalah 31,05 dengan standar deviasi 8,588. Untuk variabel Fear of Missing Out (Y), dari 275 sampel data, nilai minimumnya adalah 21 dan maksimumnya adalah 80. Rata-rata variabel FOMO adalah 47,50 dengan deviasi standar 14,402.

Data partisipan selanjutnya dikategorikan menjadi tiga kelompok, yaitu rendah, sedang, dan tinggi.

Tabel 4 Kategorisasi Social Comparison

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 22$	44	16%
Sedang	$22 \leq X < 40$	170	61,8%
Tinggi	$40 \leq X$	61	22,2%

Tabel 4 menunjukkan bahwa skor social comparison pada Gen Z pengguna media sosial di kategori rendah berjumlah 44 orang (16%), kategori sedang berjumlah 170 orang (61,8%), dan untuk kategori tinggi berjumlah 61 orang (22,2%).

Tabel 5 Kategorisasi Fear of Missing Out (FOMO)

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 33$	28	10,2%
Sedang	$33 \leq X < 62$	191	69,5%
Tinggi	$62 \leq X$	56	20,4%

Tabel 5 menunjukkan bahwa skor FOMO pada Gen Z pengguna media sosial di kategori rendah sebanyak 28 orang (10,2%), kategori sedang berjumlah 191 orang (69,5%), dan di kategori tinggi sebanyak 56 orang (20,4%).

4. Hasil Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Sebagai salah satu tes statistik, Uji Normalitas membantu peneliti menilai apakah data mereka memenuhi syarat untuk dianalisis dengan metode statistik tertentu yang memerlukan asumsi normalitas. Hasil dari uji normalitas penelitian dapat dilihat pada Tabel 6 di bawah ini :

Tabel 6 Hasil Uji Normalitas

Variabel	Kolmogrov-Smirnov	Sig. (p)
<i>Social Comparison (X)</i>	.182	.000
<i>FOMO (Y)</i>	.191	.000

Berdasarkan hasil uji normalitas Kolmogrov-Smirnov pada tabel 4.6, variabel Social Comparison (X) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti nilai tersebut $< 0,05$, sehingga data untuk variabel Social Comparison tidak berdistribusi normal. Sementara itu, untuk variabel Fear of Missing Out (FOMO), nilai signifikansi sebesar 0,000 pula, yang juga $< 0,05$, sehingga data variabel Fear of Missing Out (FOMO) juga tidak berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat ketidaksamaan varians residual pada setiap nilai variabel independen. Uji ini dilakukan untuk

memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi asumsi homoskedastisitas. Hasil uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 7 di bawah ini :

Tabel 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>	<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	
<i>1</i>	<i>(Constant)</i>	-3,698	1,223		-3,025 ,003
	<i>Social Comparison</i>	,321	,038	,456	8,462 ,000

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4.7, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel social comparison sebesar $0,000 < 0,05$, artinya dapat disimpulkan bahwa terjadi heteroskedastisitas pada variabel social comparison.

5. Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh social comparison terhadap fear of missing out (FOMO) pada Generasi Z yang menggunakan media sosial di Jawa Tengah. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji korelasi Spearman's rho karena data yang digunakan tidak berdistribusi normal.

Tabel 8 Hasil Uji Hipotesis

<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>	<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	
<i>1</i>	<i>(constant)</i>	6,076	1,981		3,067 ,002
	<i>Social Comparison</i>	1,334	,061	,796	21,695 ,000

Dari hasil analisis, diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel social comparison menunjukk nilai B sebesar 1,334 dengan nilai signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hasil ini mengindikasikan bahwa social comparison memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap FOMO. Artinya, setiap peningkatan satu satuan dalam social comparison akan meningkatkan FOMO sebesar 1,334 satuan.

Selain itu, nilai t hitung mencapai 21,695 dengan signifikansi 0,000, yang menunjukkan bahwa pengaruh social comparison terhadap FOMO secara statistik signifikan. Koefisien beta terstandarisasi sebesar 0,796 menunjukkan bahwa pengaruh social comparison terhadap FOMO tergolong kuat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan adanya pengaruh social comparison terhadap Fear of Missing Out (FOMO) diterima.

Pembahasan

Dalam konteks penelitian ini, Gen Z di Jawa Tengah tumbuh dan berkembang dalam lingkungan digital dengan intensitas penggunaan media sosial yang tinggi. Media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai platform untuk evaluasi sosial melalui berbagai fitur seperti likes, comment, story, dan feeds. Paparan konten yang menunjukkan aktivitas, pencapaian, serta kehidupan sosial individu lain secara berulang membuat individu lebih rentan terhadap social comparison. Hal ini meningkatkan kecenderungan munculnya perasaan tertinggal dan kecemasan sosial, yang kemudian berkembang menjadi Fear of Missing Out (FOMO).

Sejalan dengan konteks tersebut, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa social comparison memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap FOMO pada Generasi Z yang menggunakan media sosial di Jawa Tengah. Hasil tersebut dibuktikan melalui uji regresi sederhana yang menghasilkan koefisien regresi sebesar $B = 1,334$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$) serta koefisien beta terstandarisasi sebesar $\beta = 0,796$, yang menunjukkan pengaruh yang kuat. Artinya, semakin tinggi kecenderungan individu untuk melakukan social comparison, semakin tinggi juga tingkat FOMO yang dialaminya.

Temuan ini sejalan dengan Social Comparison Theory yang diusulkan oleh Festinger (1954), yang menyatakan bahwa individu terdorong untuk mengevaluasi diri mereka dengan membandingkan diri dengan individu lain, terutama ketika tidak ada standar objektif yang tersedia. Dalam konteks media sosial, proses perbandingan ini semakin intens karena individu terus-menerus terpapar pada representasi kehidupan orang lain yang sering kali ideal dan selektif. Ketika individu melihat pencapaian, kebahagiaan, dan aktivitas sosial orang lain, mereka cenderung melakukan upward social comparison, yang memicu perasaan tertinggal dan kecemasan sosial yang terwujud dalam bentuk FOMO. Temuan ini juga dapat dijelaskan melalui Self-Determination Theory (SDT) dari Deci dan Ryan (1985). FOMO muncul ketika kebutuhan psikologis dasar individu—terutama kebutuhan akan keterhubungan sosial (relatedness)—tidak terpenuhi dengan baik. Social comparison yang tinggi di media sosial dapat memperkuat perasaan kurang terhubung atau kurang berharga dibandingkan orang lain, sehingga meningkatkan kecenderungan untuk mengalami FOMO.

Hasil penelitian ini konsisten dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menemukan adanya pengaruh positif antara social comparison dan FOMO. Penelitian oleh Kurniawan, R. (2024), Piko et al., (2025), Rizal, I., & Herawaty, Y. (2025) serta Tandon et al., (2025) menunjukkan bahwa individu dengan kecenderungan social comparison tinggi lebih rentan mengalami FOMO. Selain itu, penelitian oleh Baker dan Oswald (2021) serta Khan dan Sultana (2021) juga mengkonfirmasi bahwa social comparison berperan penting dalam meningkatkan FOMO, baik secara langsung maupun sebagai mediator. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bukti empiris bahwa social comparison merupakan salah satu prediktor utama timbulnya FOMO, khususnya di kalangan pengguna media sosial.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, termasuk penggunaan desain cross-sectional, yang berarti tidak dapat dengan jelas menjelaskan hubungan sebab-akibat. Selain itu, metode data yang digunakan adalah self-report, yang berpotensi menghasilkan bias subjektif dari responden saat menjawab instrumen penelitian, serta fokus pada satu variabel independen. Adanya pelanggaran asumsi heteroskedastisitas juga mengharuskan interpretasi hasil dilakukan dengan hati-hati. Oleh karena itu, penelitian mendatang disarankan untuk menggunakan desain longitudinal atau eksperimental, menambahkan variabel, serta memperluas karakteristik responden untuk mendapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai FOMO.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa social comparison memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Fear of Missing Out (FOMO) di kalangan Gen Z pengguna media sosial di Jawa Tengah. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin besar kecenderungan individu untuk melakukan perbandingan sosial, semakin tinggi pula tingkat FOMO yang mereka alami. Hasil penelitian ini mendukung Social Comparison Theory, yang menyatakan bahwa individu cenderung mengevaluasi diri mereka sendiri melalui perbandingan dengan individu lain, serta Self-Determination Theory, yang menekankan pentingnya pemenuhan kebutuhan akan keterhubungan sosial. Selain itu, hasil penelitian ini sejalan dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menegaskan bahwa social comparison merupakan salah satu faktor kunci dalam munculnya FOMO pada pengguna media sosial.

Saran

1. Bagi subjek

Diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan dampak psikologis dari social comparison yang berlebihan. Disarankan agar individu menggunakan media sosial dengan bijak, membatasi waktu penggunaan, dan mengembangkan penerimaan diri untuk tidak mudah

terpengaruh oleh perbandingan sosial.

2. Bagi institusi Pendidikan dan praktisi psikologi

Hasil penelitian dapat dijadikan dasar untuk merancang program edukasi dan intervensi psikologis guna membantu mahasiswa mengelola kecenderungan FOMO secara adaptif.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Disarankan untuk menggunakan desain longitudinal atau eksperimental untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara social comparison dan FOMO secara mendalam. Disarankan juga untuk menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi FOMO. Selain itu, perluasan karakteristik responden di luar mahasiswa, termasuk Gen Z non-mahasiswa dari berbagai wilayah, dapat meningkatkan daya generalisasi hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment. *Journal of business & economics research*, 14(1).
- Ahdiat, A. (2024). Media Sosial Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia. Kata Data. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/09/24/media-sosial-favorit-gen-z-dan-milenial-indonesia>.
- Appel, H., Gerlach, A. L., & Crusius, J. (2016). The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression. *Current opinion in psychology*, 9, 44-49.
- Ardi, Z., Karneli, Y., & Hariko, R. (2024). The Analysis of FoMO Behavior Based on Levels of Self-Esteem and Self-Concept: A Study among University Students. *Journal of Educational, Health & Community Psychology (JEHCP)*, 13(3).
- Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59-72.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. (2023). Pengguna internet menurut umur di Jawa Tengah tahun 2023. Retrieved from <https://jateng.bps.go.id>
- Baker, C. A., & Oswald, D. L. (2021). The role of social media in the development of fear of missing out: A longitudinal study. *Computers in Human Behavior*, 118, 106708. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106708>
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Cahyani, R. O., & Pangestuti, R. (2023). Fear of missing out (FoMO) dengan social comparison pada mahasiswa pengguna Instagram Fear of missing out and social comparison among college students who use Instagram. *Jurnal Psikologi*, 20(1), 2655-5034.
- Che, C., He, Y., & Zhou, M. (2025). Effects of social comparison on variety-seeking behavior: the roles of lack of perceived control and self-reflection. *Frontiers in Psychology*, 16, 1534275.
- Chen, Y., Gao, J., & Li, M. (2024). Social media use, fear of missing out, and well-being in Generation Z: A multi-group analysis across gender. *Computers in Human Behavior Reports*.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). The general causality orientations scale: Self-determination in personality. *Journal of research in personality*, 19(2), 109-134.
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. *Pew research center*, 17(1), 1-7.
- Din, S., & Singh, N. K. (2024). Influence of Social Media on Fear of Missing Out (FOMO) and Social Esteem Among Undergraduate Level Students. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research*, 11(3), 33-40.
- Dossey, L. (2014). FOMO, digital dementia, and our dangerous experiment. *Explore: The Journal of Science and Healing*, 10(2), 69-73.
- Farida, H., Warni, W. E., & Arya, L. (2021). Self-Esteem dan Kepuasan Hidup dengan Fear of Missing Out (FoMO) PADA Remaja. *Jurnal Psikologi Poseidon*, 60-76.
- Fauzy, A., & Ratnawati, E. (2024). DAMPAK SOSIAL MEDIA TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL DI MASYARAKAT. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(6), 10571-10581.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7(2), 117-140.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP

- PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandy, G. A. (2024). Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fear Of Missing Out (Fomo) pada Generasi Z Pengguna Media Sosial. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 21-21.
- FITRIANI, W. (2023). PENGARUH SELF-ESTEEM DAN SOCIAL COMPARISON TERHADAP FEAR OF MISSING OUT PADA DEWASA AWAL PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Franchina, V., Vanden Abeele, M., Van Rooij, A. J., Lo Coco, G., & De Marez, L. (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), 2319.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). True Gen': Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company*, 12(2), 1-10.
- Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). Individual differences in social comparison: development of a scale of social comparison orientation. *Journal of personality and social psychology*, 76(1), 129.
- Gupta, M., & Sharma, A. (2021). Fear of missing out: A brief overview of origin, theoretical underpinnings and relationship with mental health. *World journal of clinical cases*, 9(19), 4881.
- Ismail, D. H., Nugroho, J., & Rohayati, T. (2023). Literature Review: Soft Skill Needed by Gen Z in the Era RI 4.0 and Society 5.0. *Majalah Ilmiah Bijak*, 20(1), 119-131.
- JWT Intelligence. (2012). Fear Of Missing Out (FOMO). Diunduh dari www.jwtintelligence.com/wpcontent/uploads/2012/03/f_JWT_FOMO_update_3.21.12.pdf.
- Katz, R., Ogilvie, S., Shaw, J., & Woodhead, L. (2021). Gen Z, explained: The art of living in a digital age. In *Gen Z, explained*. University of Chicago Press.
- Khan, M. A., & Sultana, A. (2021). The impact of social media on the fear of missing out: The mediating role of social comparison. *Psychology Research and Behavior Management*, 14, 1611–1621. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S329601>
- Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2018). Instagram addiction and the Big Five of personality: The mediating role of self-liking. *Journal of behavioral addictions*, 7(1), 158-170.
- Konstantopoulou, A., & Brailas, A. (2025). The psychological impact of social media: FOMO, social comparison, and media fatigue. *Homo Virtualis*, 8(1), 1-22.
- Kumar, S., & Kumar, S. (2025). Social media's sway: how social comparison on social media stimulates impulse travelling; serial mediation study on Indian millennials tourists. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 8(1), 138-160.
- Kurniawan, R. (2024). Pengaruh Social Comparison Terhadap Fear of Missing Out Pada Mahasiswa di Universitas Negeri Padang. *CAUSALITA: Journal of Psychology*, 1(4), 132-140.
- Liang, W. (2024). The Impact of Social Comparison Processes on Psychological Well-Being: How Social Media, Self-Evaluation, and Education Policies Affect the Mental Health of Gen-Z Students. *J Adv Educ Philos*, 8(6), 438-446.
- Mahapatra, G. P., Bhullar, N., & Gupta, P. (2022). Gen Z: An emerging phenomenon. *NHRD Network Journal*, 15(2), 246-256.
- Milyavskaya, M., Saffran, M., Hope, N., & Koestner, R. (2018). Fear of missing out: prevalence, dynamics, and consequences of experiencing FOMO. *Motivation and emotion*, 42(5), 725-737.
- Mollee, J. S., & Klein, M. C. A. (2017). The effectiveness of upward and downward social comparison for self-evaluation in online social networks. *Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 3371–3382. <https://doi.org/10.1145/3025453.3026024>
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016, 2017.
- O'Brien, K. S., Caputi, P., Minto, R., Peoples, G., Hooper, C., Kell, S., & Sawley, E. (2009). Upward and downward physical appearance comparisons: Development of scales and examination of predictive qualities. *Body image*, 6(3), 201-206.
- Piko, B. F., Müller, V., Kiss, H., & Mellor, D. (2025). Exploring contributors to FoMO (fear of missing out) among university students: The role of social comparison, social media addiction,

- loneliness, and perfectionism. *Acta Psychologica*, 253, 104771.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Rahardjo, L. K. D., & Soetjningsih, C. H. (2022). Fear of Missing Out (FoMO) dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa. *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, 4(2), 456-461.
- Reer, et al. (2019). Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out. *New media and society. Journal New Media and Society*, 21 (7), 1486–1505. <https://doi.org/10.1177/1461444818823719>
- Rizal, I., & Herawaty, Y. (2025). Peran Kontrol Diri Sebagai Moderator Pengaruh Social Comparison Terhadap Fear Of Missing Out Pada Pengguna Media Sosial. *Medium*, 13(1), 70-85.
- Schneider, S., & Schupp, J. (2011). The social comparison scale: testing the validity, reliability, and applicability of the Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure (INCOM) on the German population (No. 55). *DIW Data Documentation*.
- Schønning, V., Hjetland, G. J., Aarø, L. E., & Skogen, J. C. (2020). Social media use and mental health and well-being among adolescents—a scoping review. *Frontiers in psychology*, 11, 1949.
- Seemiller, C., & Grace, M. (2016). *Generation Z goes to college*. John Wiley & Sons.
- Sette, C. P., Lima, N. R., Queluz, F. N., Ferrari, B. L., & Hauck, N. (2020). The online fear of missing out inventory (ON-FoMO): Development and validation of a new tool. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 5, 20-29.
- Steers, M. L. N., Wickham, R. E., & Acitelli, L. K. (2014). Seeing everyone else's highlight reels: How Facebook usage is linked to depressive symptoms. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 33(8), 701-731.
- Steinberger, P., & Kim, H. (2023). Social comparison of ability and fear of missing out mediate the relationship between subjective well-being and social network site addiction. *Frontiers in psychology*, 14, 1157489.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suls, J., & Wheeler, L. (2012). Social comparison theory. *Handbook of theories of social psychology*, 1, 460-482.
- Tandon, A., Laato, S., Islam, N., & Dhir, A. (2025). Social comparisons at social networking sites: how social Media-induced fear of missing out and envy drive compulsive use. *Internet Research*, 35(2), 691-718.
- Triani, C. I. (2017). Hubungan Kebutuhan Berelasi dan Fear of Missing Out dengan Harga Diri sebagai Variabel Moderator. *104(2015)*, 3500–3505.
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy--and completely unprepared for adulthood--and what that means for the rest of us*. Simon and Schuster.
- Twenge, J. M. (2023). *Generations: the real differences between Gen Z, Millennials, Gen X, Boomers, and Silents—and what they mean for America's future*. Simon and Schuster.
- Tylka, T. L., & Sabik, N. J. (2010). Integrating social comparison theory and self-esteem within objectification theory to predict women's disordered eating. *Sex roles*, 63, 18-31.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of popular media culture*, 3(4), 206.
- Wang, H., Miao, P., Jia, H., & Lai, K. (2023). The dark side of upward social comparison for social media users: an investigation of fear of missing out and digital hoarding behavior. *Social Media+ Society*, 9(1), 20563051221150420.
- We Are Social. (2025). *Digital 2025: Indonesia — datareportal – global digital insights*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Wegmann, E., Oberst, U., Stodt, B., & Brand, M. (2017). Online-specific fear of missing out and Internet-use expectancies contribute to symptoms of Internet-communication disorder. *Addictive Behaviors Reports*, 5, 33-42.
- Widirahayu, M. D. A., & Husna, J. (2024). Dampak Perbandingan Sosial Di Instagram Terhadap Fomo Dan Social Anxiety Di Era Digital: Sebuah Kajian Deskriptif Pada Mahasiswa. *Jurnal Jejak Hukum Indonesia (Jhi)*, 1(2), 64-73.