

Pengaruh *Fear of Missing Out* terhadap Perilaku *Phubbing* Gen Z Pengguna TikTok di Kota Bandung

Lydia Affrillia Frans*, Eni Nuraeni Nugrahawati

Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

* lydiaaffrillia.frns16@gmail.com, enipsikologi@gmail.com

Abstract. Phubbing is a term that refers to the act of ignoring people around you to focus on your smartphone. It stems from a continuous need to be connected and updated through social media on your smartphone, driven by the fear of missing out (FOMO). This constant need for social interaction can lead to phubbing behavior, as individuals become engrossed in seeking information and connecting with their friends in the digital world. Generation Z, the most prolific group of internet users in Indonesia, especially on TikTok, is the target of this research. The study aims to understand the impact of FOMO on phubbing behavior among Generation Z TikTok users in Bandung City. The sample size for this study comprises 384 participants, selected using non-probability sampling with convenience sampling techniques. The research uses a simple linear regression analysis with the help of SPSS for Windows to analyze the data. The data was collected using two adapted scales: the Fear of Missing Out scale from Przybyski et al. (2013) and the Phubbing scale from Chotpiyasunondh (2018). The research findings indicate a significant positive effect of the Fear of Missing Out on Phubbing behavior among Gen Z TikTok users in Bandung City. The effect is 0.619 or 69.1%, with the remaining 30.9% being influenced by other factors not included in the study. This means that as the Fear of Missing Out increases, so does the phubbing behavior of Gen Z TikTok users in Bandung City, and conversely, as the Fear of Missing Out decreases, so does the phubbing behavior. A cross-tabulation analysis revealed that female users were more likely to engage in phubbing, accounting for 31% of the total phubbing instances.

Keywords: *Fear of Missing Out, Phubbing, Generation Z.*

Abstrak. Fenomena phubbing merupakan tingkah laku mengabaikan orang lain karena lebih memilih untuk fokus pada handphone. Suatu kebutuhan yang terus dicari dan harus dipenuhi melalui media sosial yang ada di smartphone yang memicu indikasi fear of missing out. Pemenuhan kebutuhan sosial ini yang menimbulkan perilaku phubbing, akibat individu mulai sibuk untuk mencari informasi dan ingin terhubung dengan teman-teman mereka di dunia maya. Generasi Z merupakan pengguna internet terbanyak di Indonesia, terutama pengguna TikTok. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh fear of missing out terhadap perilaku phubbing pada Generasi Z pengguna TikTok di Kota Bandung. Sampel penelitian berjumlah 384 orang, pengambilan sampel dengan teknik non-probability sampling dengan convenience sampling. Uji hipotesis menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS for windows. Pengumpulan data menggunakan adaptasi skala fear of missing out dari Przybyski et al., (2013) dan phubbing scale dari Chotpiyasunondh (2018). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan fear of missing out terhadap perilaku phubbing Gen Z pengguna TikTok di Kota Bandung sebesar 0,619 atau 69.1% dan sisanya 30.9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Hal ini berarti semakin tinggi fear of missing out maka semakin tinggi perilaku phubbing Gen Z pengguna TikTok di Kota Bandung, begitupun sebaliknya semakin rendah fear of missing out (FoMO) maka semakin rendah pula perilaku phubbing Gen Z pengguna TikTok di Kota Bandung. Hasil crosstab menunjukkan jenis kelamin perempuan lebih banyak melakukan phubbing sebanyak 31%.

Kata Kunci: *Fear of Missing Out, Phubbing, Generasi Z*

A. Pendahuluan

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Hootsuite, lebih dari 60% pengguna TikTok adalah Generasi Z, di mana pengguna lahir setelah tahun 1996 [1]. Pada hasil survey *Sensor Tower* menunjukkan bahwa aplikasi TikTok termasuk aplikasi yang banyak diunduh pada tahun 2020, dan pada tahun 2019 TikTok menduduki peringkat pertama yang mengalami kenaikan sebesar 1,6% dengan total 63,3 juta unduhan di *AppStore* dan *Google Play* [2]. Pada laporan *We Are Social* menunjukkan bahwa pengguna TikTok di Indonesia berada pada peringkat kedua dan terbanyak di dunia, dengan jumlah pengguna mencapai 112,97 juta pengguna. Selain itu kelompok yang mendominasi pengguna TikTok yaitu kelompok usia 18-24 tahun. Sementara dari segi wilayah, kota-kota besar seperti Bandung, Jakarta menjadi penyumbang pengguna TikTok yang paling banyak. Generasi Z adalah generasi yang menggunakan media sosial dengan durasi terlama, pada perempuan menghabiskan waktu rata-rata 193 menit perhari sedangkan laki-laki menghabiskan waktu rata-rata 163 menit perhari [3]. *Problematic Social Media Use* pada masa dewasa awal berada pada tingkat tinggi [4]. Menurut McCrindle Generasi Z merupakan generasi yang lahir antara tahun 1995 sampai dengan tahun 2010 [5].

Smartphone membentuk berbagai perubahan sikap dan perilaku pada individu, khususnya pada Generasi Z. Setiap individu mempunyai dunianya masing-masing, di mana setiap individu lebih sering berinteraksi dengan *smartphone* dibandingkan orang-orang di sekitarnya. Selain itu, individu terkadang tidak mendengarkan perkataan lawan bicaranya karena hanya terfokus pada *smartphone*/telepon pintar. Perilaku itu disebut dengan perilaku *phubbing* [6]. *Phubbing* ialah suatu tingkah laku individu yang menghiraukan orang lain pada saat sedang berinteraksi [7].

Akibat dari perilaku *phubbing* adalah berkurangnya tingkat *relationship satisfaction* dan kepercayaan orang lain menjadi kurang bermakna, serta berkurangnya empati ketika seseorang menggunakan *smartphone*. *Phubbing* juga dapat mempengaruhi persahabatan antar individu, perilaku ini mengakibatkan individu menjadi tidak peduli terhadap lingkungannya. Hal tersebut dapat mempengaruhi kualitas persahabatan dan minat sosial individu. aktivitas *phubbing* yang tinggi pada individu dapat berdampak *negative* terhadap perilaku mereka, terutama dalam hal kesulitan dalam membangun fokus, depresi dan *distress*, kurangnya perasaan terhubung, empatik, merenggangkan hubungan dengan mitra komunikasi, perasaan cemburu dan kurangnya keintiman dengan pasangan [7].

Di Indonesia pada tahun 2018 seseorang yang melakukan perilaku *phubbing* mencapai 66%. Pada tahun 2021 perilaku *phubbing* masuk dalam kategori tinggi dengan persentase 81,7%. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku *phubbing* mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. seseorang yang tidak memerhatikan lawan bicara ketika sedang berbicara dan selalu melihat *smartphone*-nya saat sedang berinteraksi dan berkomunikasi dengan lawan bicara dapat merusak hubungan interpersonal dan merusak kesehatan mental individu tersebut khususnya [8].

Perilaku *Phubbing* ini dapat secara langsung merugikan hubungan keluarga, baik dari segi kuantitas maupun kualitas, dengan dampak tambahan berupa perasaan tidak dihargai oleh anggota keluarga sebagai mitra berbicara. Selain itu, fenomena ini juga dapat mengakibatkan penurunan tata krama dan kesopanan dalam berinteraksi, kelalaian terhadap waktu belajar karena ketergantungan pada *smartphone*, kelupaan terhadap jam saat makan, hingga pengabaian terhadap keharusan menjadi anggota dalam keluarga dan masyarakat yang beragama [9].

Terdapat beberapa sebab atau faktor yang dapat memengaruhi tingkat *phubbing* yang dialami oleh individu. Faktor-faktor itu terdiri atas adiksi internet, *fear of missing out*, *self-control*, dan adiksi *smartphone*, adiksi sosial media. Ada banyak faktor yang dapat memengaruhi perilaku *phubbing* salah satunya adalah *fear of missing out* (FoMO) yang diartikan sebagai ketakutan akan hilangnya sesuatu [10].

Fear of missing out adalah perasaan khawatir yang muncul ketika seseorang merasa takut akan kehilangan berkesan saat tidak terlibat di dalamnya. FoMO dapat memunculkan rasa hampa, stress dan asing jika tidak mengetahui kejadian penting yang dilakukan oleh orang lain, hal ini didasarkan pada tinjauan determinasi sosial bahwa media sosial memiliki efek pembandingan antar individu mengenai tingkat kesejahteraan dan persepsi kebahagiaan. FoMO

dipicu karena ketidakterpenuhinya rasa puas atas psikologis, jika kepuasan dasar psikologis tidak terpenuhi dapat memungkinkan individu merasakan FoMO yang cukup tinggi. FoMO yang tinggi akan memicu individu dalam memakai media sosial secara berlebihan dan dapat mengakibatkan terjadinya perilaku *phubbing* [11].

Penelitian yang dilakukan oleh Sandjaja & Syahputra (2019) menemukan bahwa FoMO memprediksi *phubbing* pada siswa SMP, SMA, dan SMK di Indonesia [12]. Hasil temuan serupa juga diperoleh Hura et al., (2021) dimana tingkat FoMO yang tinggi akan meningkatkan kecenderungan *phubbing* yang dilakukan oleh remaja di Indonesia [13]. Dalam penelitian lain yang melibatkan karyawan di Amerika Serikat, ditemukan hasil yang sejalan dengan penelitian sebelumnya bahwa adanya rasa takut ketinggalan (*fear of missing out*) dapat mempengaruhi terjadinya *phubbing* selama jam kerja [14]. Hal tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni et al., (2023) yang ditemukan bahwa FoMO (*Fear of Missing Out*) memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap *phubbing*. Hal ini disebabkan adanya variabel lain yang memediasi pengaruh tersebut [15]. Selain itu terdapat juga penelitian yang dilakukan oleh Chi et al., (2022) bahwa *fear of missing out* berkorelasi lemah dengan *phubbing*, hal tersebut disebabkan oleh munculnya variabel *social media addiction* sebagai variabel pembentuk pada penelitian tersebut [16].

Berdasarkan penjelasan di atas peneliti terdorong untuk meneliti terkait *Fear of Missing Out* dan Perilaku *Phubbing* pada Gen Z khususnya di Kota Bandung dengan judul “Pengaruh *Fear of Missing Out* Terhadap Perilaku *Phubbing* Gen Z Pengguna TikTok di Kota Bandung”. Selanjutnya tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui gambaran *Fear of Missing Out* Gen Z pengguna TikTok di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui gambaran Perilaku *Phubbing* Gen Z Pengguna TikTok di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Fear of Missing Out* terhadap Perilaku *Phubbing* Gen Z Pengguna TikTok di Kota Bandung.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan teknik analisis korelasional dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipilih adalah Generasi Z Pengguna TikTok di Kota Bandung. Teknik sampling yang digunakan adalah *convenience sampling*, pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner berupa *google form* dan didapatkan sebanyak 384 responden penelitian. Adapun teknik analisis data menggunakan teknik regresi linier sederhana.

Fear of missing out diukur dengan menggunakan alat ukur yang dikemukakan oleh Przybylski et al., (2013) yang telah diadaptasi kedalam Bahasa Indonesia oleh Mohammad Ali Abdulloh (2021). Sedangkan, alat ukur *phubbing* menggunakan *phubbing scale* yang dibuat oleh Chotpiyasunondh & Douglas (2018) dan diadaptasi oleh Isrofin (2020).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Data Fear of Missing Out

Tabel 1. Gambaran Fear of Missing Out

Kategori	Jumlah	Presentase
Tinggi	264	68,7%
Rendah	120	31,3%
Total	384	100%

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh hasil bahwa responden cenderung memiliki *fear of*

missing out tinggi sebanyak 264 orang (68,7%). Menurut Al-Menayes (2016) mengatakan bahwa individu yang mengalami FoMO akan menghabiskan waktunya untuk menggunakan media sosial yang berlebih sehingga menyebabkan individu tersebut mengalami kecanduan media sosial [17]. Selain itu juga Hura et al., (2021) mengatakan bahwa individu dengan FoMO tinggi akan selalu melihat *smartphonenya* untuk terhubung pada sosial media dan memastikan dirinya tidak tertinggal informasi apapun. Sedangkan individu dengan FoMO rendah dapat mengendalikan rasa ingin tahu mengenai aktivitas teman-temannya dan tidak akan merasa cemas atau gelisah jika mendapati teman-temannya mengalami hal yang tidak dialaminya [11].

Tabel 2. Gambaran Perilaku *Phubbing*

Kategori	Jumlah	Presentase
Tinggi	234	60,9%
Rendah	146	38,1%
Total	384	100%

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh hasil bahwa diperoleh responden cenderung memiliki *phubbing* tinggi sebanyak 234 orang (60,9%). Yang berarti pengguna media sosial dengan intensitas tinggi akan berdampak terhadap perilaku *phubbing*, khususnya pengguna TikTok, dalam penelitian ini diduga karena adanya peran dari *fear of missing out*. Balta et al. (2018) menemukan bahwa individu yang sering melakukan *phubbing* cenderung memantau lingkaran pertemanan mereka melalui media sosial. Hal ini disebabkan oleh keinginan individu untuk tetap terhubung dengan orang-orang di sekitarnya dan merasa khawatir jika tidak mengikuti perkembangan terbaru. Oleh karena itu, mereka selalu berusaha untuk tetap *online* setiap saat [18].

Tabel 2. Pengaruh *Fear of Missing Out* terhadap Perilaku *Phubbing*

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,819 ^a	,691	,670	5,672484

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber: SPSS Statistic 25.0, diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas, maka analisis determinasi dari hasil *R Square* dapat disimpulkan bahwa pengaruh *fear of missing out* terhadap *phubbing* gen z pengguna TikTok di Kota Bandung sebesar 0,691 (69,1%) dan sisanya 30,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Hal tersebut selaras dengan penelitian Hura et al. (2021) yang menunjukkan *fear of missing out* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku *phubbing* [11]. Przybylski et al., (2013) mengatakan bahwa kehadiran *smartphone* telah memberikan dampak signifikan pada perilaku komunikasi dewasa awal. Mereka cenderung terus menggunakan *smartphone*-nya, bahkan saat sedang berkomunikasi dengan orang lain. Hal ini disebabkan oleh rasa cemas akan ketertinggalan informasi dan keingintahuan untuk tetap mengetahui kegiatan orang lain [9]. Chotpiyasunondh (2018) mengatakan bahwa perilaku *phubbing* dapat dipengaruhi oleh adiksi *smartphone*, adiksi media sosial, adiksi internet, adiksi game, FoMO, kontrol diri, dan empati [6].

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Hasil pengukuran *fear of missing out* menunjukkan bahwa responden berada pada tingkat tinggi.
2. Hasil pengukuran *phubbing* menunjukkan bahwa responden berada pada tingkat tinggi.
3. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *fear of missing out* (FoMO) terhadap perilaku *phubbing* Gen Z pengguna TikTok di Kota Bandung sebesar 69.1%, sehingga masih terdapat 30.9% variabel atau faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku *phubbing* yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Acknowledge

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada Ibu Eni Nuraeni Nugrahawati, Dra., M.Pd., Psikolog. Selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan waktu, bantuan, arahan ilmu juga motivasi kepada peneliti dalam menyusul penelitian ini. Selain itu juga peneliti mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang terlibat dan membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini termasuk kepada 384 responden penelitian yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi data dalam kuesioner.

Daftar Pustaka

- [1] Data Reportal. (2021). DIGITAL 2021: INDONESIA. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- [2] KOMINFO. (2022). 98 Persen Remaja Tahu Internet. Retrieved from Kominfo.co.id: https://www.kominfo.go.id/content/detail/3836/98-persen-anak-dan-remaja-tahu-internet/0/berita_satker
- [3] Kusnandar, F. (2021). Pusat Data Ekonomi dan Bisnis Indonesia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia>
- [4] D arusman, F. A., & Sumaryanti, I. U. (2022). Pengaruh FOMO terhadap Problematic Social Media Use pada Dewasa Awal Pengguna TikTok di Kota Bandung. Bandung Conference Series: Psychology Science, 2(1).
- [5] McCrindle, M. (2014). *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. Australia: MCCrindle Research Pty Ltd.
- [6] Hanika, I. M. (2015). Fenomena phubbing di era milenial (ketergantungan seseorang pada smartphone terhadap lingkungannya). Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 4(1), 42-51.
- [7] Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2018). The effect of “phubbing” on social interaction. *Journal of Applied Social Psychology*
- [8] Wang, L. (2021). Does Mobile Social Media Undermine Our Romantic-Relationships? The Influence of Fear of Missing Out (FoMO) On Young People Romantic Relationship. Research Square, 1–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-636141/v1>
- [9] Sirupang, N., Muhammad, A., & Ratna., S. (2020). Dampak “Phubbing” Terhadap Keharmonisan Keluarga di Kelurahan Kadia Kecamatan Kadia Kota Kendari. *Jurnal Neo Societal*, 5(2), 200-211.
- [10] 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>
- [11] Sandjaja, S. S., & Syahputra, Y. (2019). Has a Fear of Missing Out Contributed to Phubbing Among Students? *International Journal of Innovation, Creativity and Change*.
- [12] Hura, M. S., Sitasari, N. W., & Rozali, Y. A. (2021). Pengaruh fear of missing out terhadap perilaku phubbing pada remaja. *Jurnal Psikologi : Media Ilmiah Psikologi*,

- 19(02). <https://doi.org/10.47007/jpsi.v19i2.191>
- [13] Tandon, A., Dhir, A., Talwar, S., Kaur, P., & Mäntymäki, M. (2022). Social media induced fear of missing out (FoMO) and phubbing: Behavioural, relational and psychological outcomes. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121149. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121149>
 - [14] Christina, R., Yuniardi, M. S., & Prabowo, A. (2019). Hubungan Tingkat Neurotisme dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Remaja Pengguna Aktif Media Sosial. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(2), 105–117. <https://doi.org/10.23917/indigenous.v4i2.8024>
 - [15] Chi, L. C., Tang, T. C., & Tang, E. (2022). The phubbing phenomenon: a crosssectional study on the relationships among social media addiction, fear of missing out, personality traits, and phubbing behavior. *Current Psychology*, 41(2), 1112–1123. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-02468-y>
 - [16] Al-Menayes, J. (2016). The Fear of Missing Out Scale: Validation of The Arabic Version and Correlation with Social Media Addiction. *International Journal of Applied Psychology*, 6(2), 41-46. doi: 10.5923/j.ijap.20160602. 04.
 - [17] Balta, dkk. (2018). Neuroticism, trait fear of missing out, and phubbing: The mediating role of state fear of missing out and problematic Instagram use. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-12.
 - [18] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2020). LAPORAN SURVEI INTERNET APJII 2019 – 2020 (Q2).
 - [19] Azka, F., Firdaus, D.F., & Kurniadewi, E. (2018). Kecemasan sosial dan ketergantungan media sosial pada mahasiswa. *PSYMPATHIC: Jurnal Ilmiah Psikologi*. Vol. 5, No.2, 2018: 201-210.
 - [20] D. Dwitama and F. P. Diana, “Studi Deskriptif Pengguna Secondary Account Twitter di Indonesia,” *Jurnal Riset Psikologi*, vol. 3, no. 2, pp. 117–124, Dec. 2023, doi: 10.29313/jrp.v3i2.2765.
 - [21] R. Habibah and I. U. Sumaryanti, “Pengaruh Skills Group Dialectical Behavior Therapy terhadap Penurunan Disregulasi Emosi Ibu,” *Jurnal Riset Psikologi*, pp. 17–22, Jul. 2023, doi: 10.29313/jrp.v3i1.1849.
 - [22] A. N. Najmi and E. Nawangsih, “Pengaruh Social Control terhadap Cybersex Behavior pada Remaja di Indonesia,” *DELUSION: Exploring Psychology*, vol. 1, no. 1, 2023, doi: 10.29313/delusion.vxix.xxx