

**PENGARUH KONSEP DIRI PADA POLA KOMUNIKASI  
INTERPERSONAL GEN Z TERHADAP KECENDERUNGAN *FEAR*  
*OF MISSING OUT* (FOMO)**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:  
RANI ALFITRIYANA LESTARI S  
07031281924094**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

**“PENGARUH KONSEP DIRI PADA POLA KOMUNIKASI  
INTERPERSONAL GEN Z TERHADAP KECENDERUNGAN *FEAR OF  
MISSING OUT*”**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1  
Ilmu Komunikasi**

**Oleh :**

**Rani Alfitriyana Lestari S  
07031281924094**

**Pembimbing I**

**1 Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si  
NIP. 196406061992031001**

**Tanda Tangan**



**Tanggal**

**21 Desember 2024**

**Pembimbing II**

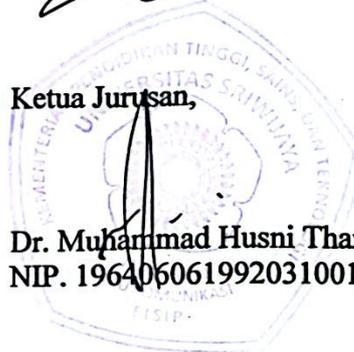
**2 Krisna Murti, S.I.Kom.,M.A  
NIP. 198807252019031010**

**21 Desember 2024**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan,**

**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si  
NIP. 196406061992031001**



HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**“Pengaruh Konsep Diri Pada Pola Komunikasi Interpersonal Generasi Z  
Terhadap Kecenderungan *Fear of Missing Out* (FoMO)”**

**Skripsi**

**Oleh :**

**Rani Alfitriyana Lestari S**

**07031281924094**

**Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji  
Pada tanggal 31 Desember 2024  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**KOMISI PENGUJI**

Misni Astuti, S.Sos., M.Ikom

NIP. 198505102023212034

**Ketua Penguji**

Galih Priambodo, S.Pd., M.Ikom

NIP. 198908312023211021

**Sekretaris Penguji**

Dr. M. Husni Thamrin, M.Si

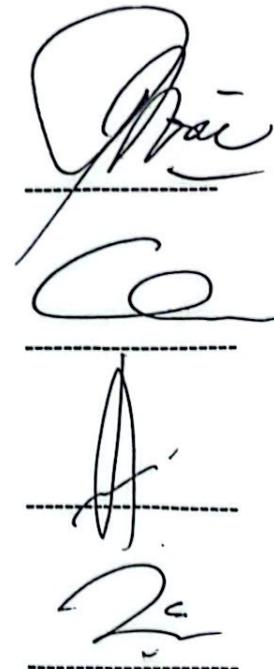
NIP. 196406061992031001

**Penguji**

Krisna Murti, S.I.Kom., M.A

NIP. 198807252019031010

**Penguji**



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,



**Prof. Dr. Alfitri, M.Si**  
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**  
NIP. 196406061992031001

# PERNYATAAN ORISINALITAS

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rani Alfitriyana Lestari S  
NIM : 07031281924094  
Tempat dan Tanggal Lahir : Jambi, 05 Januari 2002  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengaruh Konsep Diri Pada Pola Komunikasi Interpersonal Gen Z Terhadap Kecenderungan *Fear of Missing Out* (FoMO)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 27 Desember 2024  
Yang membuat pernyataan,



Rani Alfitriyana Lestari S  
NIM. 07031281924094

## **MOTTO**

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya.”

(QS. Albaqarah : 286)

“Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya, berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan perasaanmu sebagai manusia”

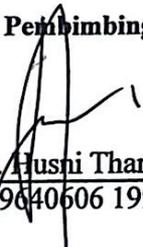
(Hindia - Mata Air)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konsep diri terhadap pola komunikasi interpersonal Generasi Z serta hubungannya dengan kecenderungan *Fear of Missing Out* (FoMO). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang diisi oleh 100 mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep diri yang positif, meliputi dimensi aktualisasi diri, otonomi, kejujuran, dan penyesuaian emosional, berhubungan signifikan dengan penurunan tingkat *Fear of Missing Out* (FoMO). Selain itu, pola komunikasi interpersonal yang mencakup keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan juga memiliki pengaruh terhadap tingkat *Fear of Missing Out* (FoMO). Sinergi antara konsep diri yang kuat dan pola komunikasi interpersonal yang efektif dapat menurunkan kecenderungan *Fear of Missing Out* (FoMO) secara signifikan. Setelah dilakukan pengukuran dan analisis data didapatkan hasil bahwa dari variabel Konsep Diri terhadap Variabel *Fear of Missing Out* adalah 0,309 yang berarti korelasi lemah. Lalu, hasil dari Variabel Komunikasi Interpersonal terhadap *Variabel Fear of Missing Out* (FoMO) adalah 0,379 yang berarti korelasi lemah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengelolaan konsep diri dan penguatan pola komunikasi interpersonal adalah kunci dalam mengurangi dampak negatif *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Generasi Z, terutama di era digital.

**Kata Kunci:** *Fear of Missing Out* (FoMO), Generasi Z, Konsep Diri, Pola Komunikasi Interpersonal.

Dosen Pembimbing I

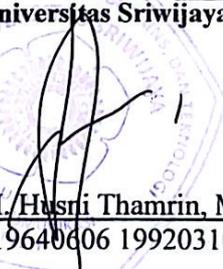
  
Dr. M. Husni Thamrin, M.Si  
NIP. 19640606 19920310 01

Dosen Pembimbing II

  
Krisna Murti, S.I.Kom., MA  
NIP. 19880725 20190310 100

Palembang, 31 Desember 2024

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sriwijaya

  
Dr. M. Husni Thamrin, M.Si  
NIP. 19640606 19920310 01

## ABSTRACT

*This research aims to analyze the influence of self-concept on Generation Z's interpersonal communication patterns and its relationship with the Fear of Missing Out (FoMO) tendency. This research uses descriptive quantitative methods by collecting data through questionnaires filled out by 100 Communication Science students at Sriwijaya University. The research results show that a positive self-concept, including the dimensions of self-actualization, autonomy, honesty, and emotional adjustment, is significantly related to reducing the level of Fear of Missing Out (FoMO). Apart from that, interpersonal communication patterns which include openness, empathy, supportive attitudes, positive attitudes, and equality also have an influence on the level of Fear of Missing Out (FoMO). The synergy between a strong self-concept and effective interpersonal communication patterns can significantly reduce the tendency to Fear of Missing Out (FoMO). After measuring and analyzing the data, the results showed that the Self Concept variable for the Fear of Missing Out variable was 0.309, which means a weak correlation. Then, the result of the Interpersonal Communication Variable on the Fear of Missing Out Variable is 0.379, which means a weak correlation. This research concludes that managing self-concept and strengthening interpersonal communication patterns is the key to reducing the negative impact of Fear of Missing Out (FoMO) on Generation Z, especially in the digital era.*

**Keywords:** *Fear of Missing Out (FoMO), Generation Z, Interpersonal Communication Patterns, Self-Concept.*

**Thesis Advisor I**



Dr. M. Husni Thamrin, M.Si  
NIP. 19640606 19920310 01

**Thesis Advisor II**



Krisna Murti, S.I.Kom.,MA  
NIP. 19880725 20190310 100

**Palembang, 31 December 2024**

**Head of Communication Science Department  
Faculty of Social and Political Sciences  
Sriwijaya University**



Dr. M. Husni Thamrin, M.Si  
NIP. 19640606 19920310 01

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang dengan Rahmat, Hidayah, serta Karunia-Nya yang telah memberikan kesehatan jasmani dan rohani kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini diperuntukan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan derajat Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi pada Universitas Sriwijaya. Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Konsep Diri Pada Pola Komunikasi Interpersonal Generasi Z Terhadap Kecenderungan *Fear of Missing Out* (FoMO).”**

Selama penyusunan skripsi ini, peneliti mengalami banyak sekali hambatan serta tantangan namun dapat dilalui berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, SE, M.Si. selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajaran pengurus Dekanat lainnya.
3. Dr. M. Husni Thamrin, M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan juga dosen Pembimbing II yang selalu memberikan arahan, saran, dan motivasi selama penulis membuat skripsi. Dan Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si. selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sriwijaya.

4. Bapak Krisna Murti, S.I.Kom., M.A. selaku Pembimbing II yang selalu memberikan arahan, saran, dan motivasi selama penulis membuat skripsi.
5. Bapak Oemar Madri Badhal, S.I.Kom., M.Si. selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi, semangat, dan saran selama masa perkuliahan.
6. Seluruh Dosen beserta Staf Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan bantuan selama proses penyusunan skripsi.
7. Kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Syahrhan dan Ibu Harmita, orang tua yang hebat yang selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Yang tiada henti-hentinya mendo'akan, mencurahkan kasih sayang, perhatian, motivasi, nasihat, serta dukungan baik secara moral maupun finansial.
8. Kepada kedua saudara tercinta saya, Surya Syafri Harbi dan Ricky Agustinus. Terima kasih sudah menjadi panutan saya. Terima kasih atas materi dan dukungannya selama ini serta doa-doa baiknya.
9. Kepada orang-orang terdekat saya Deddy Sudrajat, Adinda Tiara Putri Maharani, Nanda De, Raudah Windiani Putri dan Morina Ayu Lestari yang telah memberikan segala sesuatu yang baik dalam keadaan apapun, terima kasih telah selalu kebersamai, memberikan kebahagiaan disetiap waktu dan selalu ada dalam keadaan apapun. Terima kasih selalu menjadi penyemangat sehingga membuat motivasi dalam mengerjakan penelitian ini.

10. Kepada seseorang yang tidak bisa penulis sebut namanya, yang memberikan semangat dan yang berkata akan menunggu hingga kelulusan penulis, walau nyatanya ia tidak mampu menunggu proses kelulusan penulis hingga akhir. Terima kasih untuk patah hati yang diberikan saat proses penyusunan skripsi ini. Guru terbaik yaitu pengalaman pendewasaan untuk belajar ikhlas, sabar dan menerima arti kehilangan sebagai bentuk proses penempaan menghadapi dinamika hidup. Karena hidup setiap harinya adalah pembelajaran, pada akhirnya setiap orang ada masanya dan setiap masa ada orangnya.

11. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me. I wanna thank me for never quitting.*

Penulis sadar akan banyak kekurangan proposal skripsi ini sehingga penulis masih membutuhkan baik kritik dan saran yang membangun.

Palembang, 23 Januari 2025

Penulis

Rani Alfitriyana Lestari S

07031281924094

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>xiv</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	8
1.3    Tujuan Penelitian.....	9
1.4    Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1    Landasan Teori .....	11
2.2    Fear of Missing Out.....	12
2.2.1    Faktor-Faktor FoMo.....	14
2.2.2    Dimensi FoMO .....	15
2.3    Konsep Diri .....	16
2.3.1    Definisi Konsep Diri .....	16
2.3.2    Aspek Konsep Diri.....	18
2.3.3    Faktor yang Mempengaruhi Konsep Diri .....	19
2.4    Generasi Z .....	21
2.4.1    Karakter Umum Generasi Z.....	22

2.5 Kerangka Teori.....	27
2.6 Hipotesis Deskriptif.....	29
2.7. Kerangka Pemikiran .....	29
2.8 Penelitian Terdahulu.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Desain Penelitian .....	32
3.2 Definisi Konsep.....	33
3.3 Definisi Operasional.....	33
3.4.1 Jenis Data .....	36
3.4.2 Sumber Data.....	36
3.5 Populasi dan Sampel .....	36
3.5.1 Populasi.....	36
3.5.2 Sampel.....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	39
3.7.1 Uji Validitas .....	39
3.7.2 Uji Reabilitas.....	41
3.8 Teknik Analisis Data .....	43
3.8.1 Uji Linearitas.....	44
3.8.2 Uji Korelasi <i>Product Momen</i> .....	45
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....</b>	<b>46</b>
4.1 Objek Penelitian .....	46
4.2 Hubungan Antara Konsep Diri dan FoMO .....	47
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
5.1 Gambaran Umum Responden.....	48

5.2	Analisis Data Deskriptif Kuantitatif .....	50
5.3	Analisis Eksplanatif .....	80
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>85</b>
6.1	Kesimpulan.....	85
6.2	Saran .....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>88</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>85</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Survey FoMO oleh JWT di tahun 2012.....	4
---	---

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Pemikiran.....	29
Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	34
Tabel 3.3 Uji Reabilitas.....	41
Tabel 5.1 Kriteria Berdasarkan Rata-Rata Skor.....	51
Tabel 5.2 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Self Fulfillment</i> .....	52
Tabel 5.3 Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Autonomy</i> .....	54
Tabel 5.4 Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Honesty</i> .....	56
Tabel 5.5 Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Emotional Adjustment</i> .....	58
Tabel 5.6 Distribusi Frekuensi Dimensi Keterbukaan.....	60
Tabel 5.7 Distribusi Frekuensi Dimensi Empati.....	62
Tabel 5.8 Distribusi Frekuensi Dimensi Sikap Mendukung.....	64
Tabel 5.9 Distribusi Frekuensi Dimensi Sikap Positif.....	65
Tabel 5.10 Distribusi Frekuensi Dimensi Kesetaraan.....	67
Tabel 5.11 Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Missed Expeience</i> .....	69
Tabel 5.12 Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Comparing with Friends</i> .....	69
Tabel 5.13 Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Compulsive</i> .....	73
Tabel 5.14 Ringkasan Analisis Deskriptif.....	75
Tabel 5.15 Uji Korelasi.....	80

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang**

Tren adalah istilah yang dapat digunakan untuk menggambarkan fenomena sosial yang saat ini sedang terjadi di lingkungan masyarakat umum. Tren yang sedang bergerak di suatu negara tertentu dengan kemudahan penerimaan dan partisipasi masyarakat karena adanya penyebaran informasi secara tepat waktu melalui media sosial. Tren yang muncul dapat mencakup berbagai kategori, termasuk yang populer di kalangan masyarakat umum, seperti fashion, makanan, hiburan, atau kategori lainnya.

Masa berlaku suatu tren yang hanya sekejap mengakibatkan masyarakat berbondong untuk mengikuti tren yang sedang ramai diperbincangkan. Bahkan beberapa ada yang takut ketinggalan jika tidak mengikuti tren tersebut. Fenomena ini biasa disebut sebagai FoMO atau *Fear of Missing Out*. Perilaku ini merupakan suatu dampak karena adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat serta memasuki era digital. Disampaikan oleh Sakti Wira Yudha yang merupakan dosen Sosiologi Universitas Indonesia, kondisi FoMO pada masyarakat muncul beriringan dengan perkembangan teknologi digital yang menyebabkan seseorang mengalami ketakutan berlebihan karena merasa khawatir dirinya tertinggal informasi, tren, gaya hidup yang ada di media sosial (Yudha, 2023).

Ungkapan "*Fear of Missing Out*" pertama kali digunakan oleh Patrick J. McGinnis dalam sebuah artikel tahun 2004 di surat kabar sekolah. Belakangan, *Fear of Missing Out* pertama kali dipelajari oleh JWT Intelligence pada tahun

2012 untuk memahami fenomena FoMO yang memengaruhi individu. Menurut Gemma P., JWT Intelligence bekerja untuk mengidentifikasi kelompok konsumen-merek yang paling mungkin mengalami FOMO, serta cara kelompok-kelompok ini menghadapinya (JWT Explores, 2022). Przybylski *et al.*, (2013) melakukan penelitian tentang tingkat FoMO dalam sejumlah tanggapan internasional. Menurut temuan penelitian ini, FoMO adalah jenis bias kognitif yang membuat orang lebih cenderung percaya bahwa orang lain yang berbeda dari dirinya memiliki cara yang mahal dan tidak dapat diandalkan untuk melakukan aktivitasnya sendiri. Studi saat ini mengukur derajat *Fear of Missing Out* (FoMO), membahas hubungan antara faktor eksternal dan FoMO, serta efek emosional dan praktis dari FoMO. FoMO yang tinggi dapat meningkatkan frekuensi seseorang menggunakan media sosial.

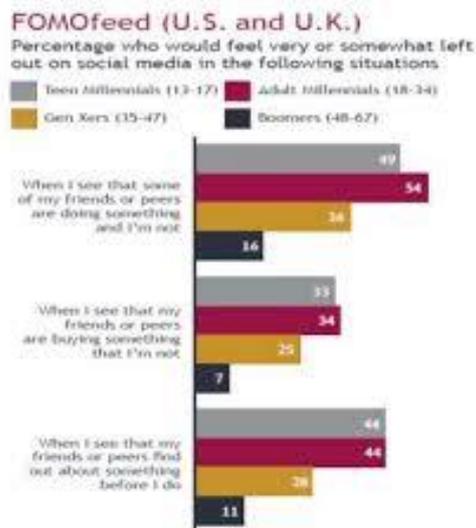
FoMO bukanlah sebuah fenomena yang baru. Dr. Dan Herman meneliti sindrom ini pertama kali pada tahun 1996 melalui pengamatan terhadap suatu kelompok yang berbincang-bincang mengenai suatu produk. Berdasarkan pengamatannya, ia menyimpulkan bahwa perilaku tersebut mirip dengan ketakutan akan kehilangan peluang dan kesenangan yang bisa didapatkan. Penelitian itu kemudian dipublikasikan di *The Journal of Brand Management*.

Dalam perkembangan generasi, terdapat 6 generasi yang berkembang sampai saat ini yaitu, *Veteran generation*, atau yang sering disebut juga *silent generation*, Generasi B (*baby boomer*), Generasi X, Generasi Y (*Generasi Milenial*), Generasi Z (*Generasi Post-Millennial*), dan Generasi Alpha.

*Fear of Missing Out* termasuk yang paling menarik untuk dikutip pada tulisan ini. Mengingat dunia saat ini semakin maju dan kehidupan manusia

terkena dampak negatif dari penggunaan teknologi digital. Di era digitalisasi ini, yang paling memungkinkan terdampak FoMO adalah mereka yang lahir sebagai generasi Z atau post-millennial. Meskipun FoMO bisa terjadi pada siapa saja, tetapi kecenderungan ini nampak lebih jelas pada generasi Z. Beberapa karakteristik dari generasi ini yang sayangnya menjadi dasar pembentuk FoMO. Pertama, *under-influence* yakni ketika individu sangat bergantung pada teknologi, gawai dan internet. Ketergantungan ini merupakan salah satu komponen FoMO. Kedua, *being always connected*, yakni keadaan pada saat individu merasa butuh untuk terus terhubung agar dia merasa diakui atau diterima. Ketiga, digital *intuitiveness*, yakni ketika individu memiliki kemampuan untuk memprediksi sesuatu yang dapat menjadi trending seperti topik, belanja daring, fashion statement, kuliner hingga pola hidup sehat (Wijoyo et al., 2020). Hal ini tentu saja memicu individu untuk mencari apa yang baru untuk menciptakan sesuatu yang lebih baru agar bisa viral. Semakin banyak pilihan yang disodorkan oleh media sosial, semakin meningkat pula perasaan takut akan kehilangan berita.

Generasi Z adalah kelompok yang paling terpapar dengan informasi tentang apa yang teman sebaya lakukan di media sosial mereka. Namun, untuk dapat memutuskan pembelian produk atau layanan sebagai akibat dari FoMO tentunya kapabilitas dan daya beli menjadi faktor lain yang menjadi turut penentu (JWT Intelligence, 2012).



**Gambar 1. Survey FoMO oleh JWT di tahun 2012**

**Sumber: JWT 2012**

Survey tersebut menunjukkan perbandingan antara empat kelompok umur terhadap beberapa pertanyaan yang dapat menjadi indikator seseorang yang FoMO di media sosial. Dari pertanyaan yang disajikan, dapat dilihat bahwa presentasi *Adult Millennials* dengan rentang usia 18-34 tahun memimpin untuk pertanyaan mengenai FoMO yang diakibatkan oleh media sosial. Korelasi antara generasi Milenial dan FoMO adalah fungsi dari usia dan tahap kehidupan mereka (JWT Intelligence, 2012)

Konsep apa pun tentang diri seseorang terkait dengan apa pun yang termasuk dalam diri terdalam seseorang. Menurut Widiarti (2017), konsep diri merupakan komponen dari diri. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan Baron dan Byrne (2003), yaitu bahwa gagasan tentang diri sendiri merupakan komponen terpenting dari penemuan diri atau identitas individu. Seorang individu dapat

mengembangkan tingkah laku yang relevan melalui keyakinan pribadi yang dimilikinya. Namun, ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan sebelum membuat keputusan akhir. Informasi ini diperoleh dari Nida, mahasiswa pascasarjana Universitas Negeri Semarang, yang menyatakan bahwa hubungan antara FoMO tinggi atau rendah dengan penggunaan sistem manajemen krisis dan interpretasi diri individu dimungkinkan. Penilaian yang efektif terjadi ketika individu berbicara untuk dirinya sendiri atau disebut sebagai "konsep diri".

Melihat banyaknya mahasiswa di kota Palembang yang mengikuti tren. Contohnya menonton konser musik. Baru-baru ini salah satu band ternama di dunia yaitu Coldplay mengadakan konser di Indonesia. Sejak Coldplay mengumumkan bahwa mereka akan bertandang ke Indonesia untuk tur dunia mendadak semua orang mengikuti euphoria tersebut. Akibatnya keputusan membeli tiket yang didorong dari emosi tidak stabil menyebabkan rendahnya kontrol diri dan daya kritis. Hal ini menyebabkan seseorang yang FoMO ingin mendapatkan sesuatu dengan cepat dengan berbagai cara, baik secara resmi atau ilegal. Bahkan rela mengorbankan banyak hal untuk merasakan apa yang orang lain rasakan. Daya kritis yang melemah karena rasa cemas dan takut menyebabkan rentan dalam salah mengolah informasi yang diterima dan berisiko menjadi korban penipuan.

Dilansir dari media kompas.id. konser ini menggambarkan kompleksitas masyarakat yang di dorong oleh konsumerisme, di mana hasrat akan eksklusivitas dan status sosial membentuk keinginan dan perilaku kita.

Lalu contoh lainnya yang diambil dari berita Kompas.com. Dalam beberapa waktu terakhir, olahraga lari semakin populer di kalangan masyarakat Indonesia,

terutama di kalangan kaum muda. Banyak orang yang terjun ke dunia lari bukan hanya untuk menjaga kesehatan, tetapi juga karena ingin mengikuti tren atau merasakan FoMO. Seorang pelatih lari mengungkapkan bahwa rasa FoMO dalam berlalu sebenarnya bukanlah masalah. Hal ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan. Namun diingatkan bahwa perasaan FoMO sebaiknya tidak mendorong pelari untuk memaksakan diri mengikuti kompetisi lari jarak jauh, seperti *half marathon* atau *marathon*.

Sebagai contoh lain, terdapat juga fenomena nongkrong. Saat ini nongkrong dijadikan sebagai media penyalur ekspresi saat mengisi waktu luang dengan membicarakan suatu topik. Dikarenakan adanya teknologi gadget membuat informasi bergerak lebih cepat, disaat seseorang mengajak teman-temannya nongkrong, ada rasa takut tertinggal karena tidak mengikuti aktivitas tersebut. Akibatnya, timbul sebuah perasaan cemas dan takut yang timbul di dalam diri seseorang akibat ketinggalan aktivitas tertentu.

Fokus pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh konsep diri generasi z atau *self concept* terhadap fenomena *Fear of Missing Out*. Peneliti ingin melihat pengaruh yang ditampilkan antara konsep diri generasi z dan FoMO sehingga FoMO dapat ditangani dengan baik dan tidak menimbulkan kecemasan maupun kekhawatiran pada individu. Hal ini dapat menjadi salah satu upaya preventif untuk menjaga kesehatan mental. Pemilihan konsep diri sebagai variabel bebas pada penelitian ini disebabkan karena pada konsep diri telah terdapat beberapa komponen yang harus dimiliki oleh individu, sehingga dapat ditinjau tiap aspek dalam penelitian yang akan dilakukan. Adanya keterlibatan konsep diri dalam mempengaruhi FoMO menjadi hal yang penting untuk dikaji lebih lanjut

mengingat jika FoMO dibiarkan dapat mengganggu kehidupan maupun kesejahteraan psikologis para penderitanya (Sunarti *et al.*, 2021).

Fenomena yang telah dibahas pada latar belakang di atas, menjadi pemicu penelitian ini untuk dilakukan. Selain itu, terdapat beberapa alasan mengapa penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut:

1. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat pengaruh konsep diri terhadap fenomena FoMO pada Gen Z. Hal ini mendasari peneliti untuk mengkaji lebih dalam tentang bagaimana konsep diri pada Gen Z dapat berkaitan erat dengan kecenderungan FoMO. Metode pada penelitian ini secara deskriptif interpretatif yang memaparkan bagaimana sindrom media sosial dengan dampak *fear of missing out* dalam penggunaannya sehingga membentuk konsep diri pada generasi Z. Melalui metode penelitian ini, memaparkan dampak *fear of missing out* (FoMO) yang secara tidak langsung membentuk konsep diri individu yang mempengaruhi pola komunikasi kesehariannya.
2. Dampak negatif dari FoMO terutama pada Gen Z yang cenderung setiap harinya menggunakan teknologi sulit terhindarkan, Penggunaan media sosial yang dijadikan sebagai suatu kebutuhan sehari-hari membuat Gen Z lebih menyukai media sosial dibandingkan dengan lingkungannya. Pandangan akan diri sendiri secara tidak sadar akan terbentuk dengan penggunaan media sosial yang semakin mendominasi dalam kesehariannya. Baik bentuk

secara positif maupun negatif dalam dirinya. Akan mengarah ke dampak positif apabila tidak dapat menghindari FoMO.

3. Konsep diri yang terbentuk akan mengarahkan pada suatu aktivitas keseharian baik penerapannya pada kehidupan bermasyarakat maupun untuk diri sendiri. Hal inilah yang memberikan pengaruh pada pola tingkah laku individu termasuk komunikasi. Apa yang dialami oleh generasi Z dengan terpaan informasi dari berbagai media sosial ini akan menjadi problematika yang tidak bisa diremehkan lagi, karena dampaknya akan membentuk karakter dalam konsep diri yang salah yang berpengaruh pada komunikasi antar sesama maupun khalayak luas.

Berdasarkan pemaparan berbagai permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya dan sejalan dengan fenomena yang saat ini sedang terjadi pada generasi z terkait konsep diri generasi z dan FoMO, peneliti memutuskan untuk mengangkat kedua variabel tersebut menjadi bahan penelitian dengan judul “Pengaruh Konsep Diri pada Pola Komunikasi Gen Z terhadap Kecenderungan *Fear of Missing Out*”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu: “Apakah konsep diri pada pola Komunikasi Interpersonal Gen Z berpengaruh terhadap Kecenderungan *Fear of Missing Out*?”

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu: “Untuk mengetahui pengaruh konsep diri pada pola Komunikasi Interpersonal Gen Z terhadap Kecenderungan *Fear of Missing Out*.”

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah rujukan keilmuan bagi penelitian selanjutnya yang memiliki topik utama sama. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangsih dan kontribusi bagi pengembangan Ilmu Komunikasi tentang komunikasi konsep diri pada pola Komunikasi Interpersonal Gen Z terhadap Kecenderungan *Fear of Missing Out*.

#### **1.4.2 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan dasar bagi kajian konsep diri pada pola komunikasi interpersonal dan *Fear of Missing Out* terutama pada Generasi Z.

#### **1.4.3 Manfaat Praktis**

1. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan ketika melakukan komunikasi terkait *Fear of Missing Out* serta Konsep Diri agar tidak menimbulkan suatu permasalahan baru.

2. Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan saran bagi Generasi Z atau masyarakat dalam menyikapi *Fear of Missing Out* dan Konsep Diri pada Gen Z.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Aisafitri, L., & Yusriyah, K. (2021). Kecanduan Media Sosial (FoMO) Pada Generasi Milenial. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(01), 86-106.
- Aurelya, C. H. (2021). *PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MUNCULNYA SINDROM FEAR OF MISSING OUT (FOMO)(Studi Kasus Media Sosial TikTok di Kalangan Generasi Z)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA).
- Hulukati, W., & Djibran, M. R. (2018). Analisis tugas perkembangan mahasiswa fakultas ilmu pendidikan universitas negeri gorontalo. *Jurnal Bikotetik (Bimbingan dan Konseling: Teori dan Praktik)*, 2(1), 73-80
- Estikomah, E., & Sahrah, A. (2019, April). Pengaruh Persepsi Pengembangan Karier Terhadap Kesejahteraan Psikologis Polisi Wanita di MAPOLDA DIY. In *Prosiding Seminar Nasional Pakar* (pp. 2-3).
- Folastri, S., & Prasetyaningtyas, W. E. (2017). Gambaran konsep diri siswa di sekolah menengah kejuruan sumbangsih Jakarta Selatan. *TERAPUTIK: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 1(1), 33-40
- Muqodas, I., Kartadinata, S., Nurihsan, J., Dahlan, T., Yusuf, S., & Imaddudin, A. (2020, February). Psychological well-being: A preliminary study of guidance and counseling services development of preservice teachers in Indonesia. In *International Conference on Educational Psychology and*

*Pedagogy- " Diversity in Education"(ICEPP 2019)* (pp. 56-60). Atlantis Press.

Kustiawan, W., Amelia, R. N., & Sugiarto, S. (2022). Dampak Media Sosial Tiktok terhadap perilaku remaja pada Era globalisasi. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 2108-2115.

Kusuma, N. M. E. (2023). Hubungan Antara *Fear of Missing Out* (Fomo) Media Sosial Dan Konsep Diri Akademis IPA Dengan Prestasi Belajar IPA Siswa Smp Negeri 1 Singaraja. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Profesi Guru*, 6(1).

Maghfiroh, C. M., Wardani, S. Y., & Dewi, N. K. (2023, July). Studi Literatur Hubungan Sindrom Fear of Missing Out Terhadap Nomophobia Pada Mahasiswa. In *SEMINAR NASIONAL SOSIAL, SAINS, PENDIDIKAN, HUMANIORA (SENASSDRA)* (Vol. 2, No. 1, pp. 8-18).

Mufidah, W., & Nursanti, E. (2023). FEAR OF MISSING OUT (FoMO) PADA REMAJA PENGGUNA INSTAGRAM: FEAR OF MISSING OUT (FoMO) PADA REMAJA PENGGUNA INSTAGRAM. *IDEA: Jurnal Psikologi*, 7(1), 46-57.

Müller, S. M., Wegmann, E., Stolze, D., & Brand, M. (2020). Maximizing social outcomes? Social zapping and fear of missing out mediate the effects of maximization and procrastination on problematic social networks use. *Computers in Human Behavior*, 107, 106296.

Nugroho, A. C. (2021). Teori Utama Sosiologi Komunikasi (Fungsionalisme Struktural, Teori Konflik, Interaksi Simbolik). *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2(2).

- Putra, I. F., Pratitis, N. T., & Kusumandari, R. Kecanduan media sosial pada generasi milenial: Bagaimana peranan kontrol diri dan fear of missing out?
- Rahman, K. M., Purnomo, A. M., & Agustini, A. (2020). Penggunaan Simbol pada Proses Interaksi Simbolik Siswa Tunagrahita dan Guru di Sekolah Luar Biasa. *Jurnal Komunikatio*, 6(2).
- Risdyanti, K. S., Faradiba, A. T., & Syihab, A. (2019). Peranan fear of missing out terhadap problematic social media use. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 3(1), 276-282
- Subowo, A. T. (2021). Membangun Spiritualitas Digital Bagi Generasi Z. *DUNAMIS: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani*, 5(2), 379-395
- Sunarti, S., Sasiarini, L., & Rosandy, M. G. (2021). *Woman Called Nenek*. Universitas Brawijaya Press.
- Wahyunindya, B. P., & Silaen, S. M. J. (2021). Kontrol diri dengan fear of missing out terhadap kecanduan media sosial pada remaja karang taruna Bekasi Utara. *Ikra-Ith Humaniora: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(1), 1-8
- Widiarti, P. W. (2017). Konsep diri (self concept) dan komunikasi interpersonal dalam pendampingan pada siswa SMP se kota Yogyakarta. *INFORMASI Kajian Ilmu Komunikasi*, 47(1), 135-148
- Widiyastono, M. H. (2021). Fear Of Missing Out Syndrome In Generation Z In Review Of Gender Group. In *INTERNATIONAL CONFERENCE OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCE (ICHSS)* (pp. 518-522).

- Wijoyo, H., Haudi, H., Ariyanto, A., Sunarsi, D., & Akbar, M. F. (2020). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa (Pengabdian Kepada Masyarakat Kerjasama Antar Kampus). *Ikra-Ith Abdimas*, 3(3), 169-175.
- Yustinus Semiun, O. F. M. (2021). *Teori-Teori Kepribadian Humanistis*. PT Kanisius.
- Zahroh, L., & Sholichah, I. F. (2022). Pengaruh Konsep Diri dan Regulasi diri Terhadap Fear of Missing Out (FoMO) Pada Mahasiswa Pengguna Instagram. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(3), 1103-1109
- Zuleyka, A., & Sutanti, T. (2023, September). Konseling kelompok teknik muhasabah diri dalam mereduksi fear of missing out (fomo) pada siswa. In *Prosiding Seminar Nasional Bimbingan dan Konseling Universitas Ahmad Dahlan* (Vol. 3)