

FEAR OF MISSING OUT PADA GENERASI Z

Nurul Khotimah Ambri¹, Evi Jayanti², Muhammad Rio Tri Saputra³, Sophia Luthfiah⁴,
Nurlailida Ismaya⁵, Riska⁶

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi,

Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Indonesia

Email : nukhoa524@gmail.com¹, evijayanti0207@gmail.com², m.riotrisaputra@gmail.com³,
sopialuthfiah50@gmail.com⁴, meshahr21@gmail.com⁵

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan alat ukur Fear of Missing Out pada Generasi Z dengan Validitas dan Reliabilitas. Validitas isi diperoleh dengan menghitung content validity index menggunakan rumus aiken, Melibatkan expert judgement dari 6 ahli. Dengan acuan nilai valid 0,78, Dari 125 aitem, terdapat 18 aitem gugur karena memiliki nilai valid <0,78. 107 Aitem diuji cobakan ke-252 subjek, mendapatkan Alpha sebesar 0.957. Hasil uji alat ukur menunjukkan bahwa generasi Z mengalami FoMO pada kategori sedang.

Kata Kunci: Alat Ukur Psikologi, *Fear of Missing Out*, Generasi Z

Abstract: This research aims to develop a tool to measure Fear of Missing Out in Generation Z with Validity and Reliability. Content validity is obtained by calculating the content validity index using the Aiken formula, involving expert judgment from 6 experts. With a valid reference value of 0.78, of the 125 items, 18 items were disqualified because they had a valid value of <0.78. 107 Items were tested by 252 subjects, getting an Alpha of 0.957. The results of the measuring instrument test show that generation Z experiences FoMO in the moderate category.

Keywords: Psychological Measuring Tool, *Fear of Missing Out*, Generation Z

Article History

Received: Desember 2024

Reviewed: Desember 2024

Published: Desember 2024

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/Liberosis.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Liberosis



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Fenomena FoMo (*Fear of Missing Out*) atau ketakutan akan ketinggalan adalah istilah yang merujuk pada perasaan cemas, khawatir, atau gelisah ketika seseorang merasa bahwa orang lain sedang mengalami sesuatu yang lebih menarik atau bermanfaat, sementara dirinya tidak terlibat. FoMo ini semakin meningkat seiring dengan berkembangnya media sosial dan platform digital, yang memfasilitasi akses informasi secara real-time. Salah satu kelompok yang paling terdampak oleh fenomena ini adalah Generasi Z, yaitu kelompok yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Latar belakang dan penyebab utama dari FoMo pada Generasi Z dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, dinamika sosial, dan cara mereka berinteraksi dengan dunia luar, baik dalam kehidupan nyata maupun dunia maya.

Generasi Z merupakan generasi pertama yang tumbuh besar dengan adanya internet dan teknologi digital sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari mereka. Sejak kecil, mereka sudah terbiasa dengan perangkat teknologi seperti smartphone, tablet, dan komputer yang memudahkan mereka mengakses informasi secara instan. Media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan Twitter menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mereka, memungkinkan mereka untuk selalu terhubung dengan dunia luar. Menurut Pew Research Center (2018), sekitar 95% dari remaja di Amerika Serikat memiliki akses ke ponsel pintar dan 45% di antaranya menyatakan bahwa mereka hampir selalu terhubung ke internet. Akses yang konstan ini membuat mereka selalu merasa *up-to-date* dengan berbagai peristiwa, tren, dan aktivitas yang terjadi di sekitar mereka.

Keterhubungan ini dapat menumbuhkan perasaan FoMo, karena hampir semua informasi yang dibagikan di media sosial seolah-olah memberi tahu mereka bahwa "semua orang" sedang mengalami hal-hal yang lebih seru, lebih menarik, atau lebih bermanfaat daripada apa yang sedang mereka lakukan. Dalam banyak kasus, hal ini menciptakan rasa cemas bahwa jika mereka tidak terlibat dalam aktivitas tersebut, mereka akan merasa tertinggal.

Media sosial tidak hanya menjadi sarana untuk berkomunikasi, tetapi juga berfungsi sebagai "etalase" kehidupan seseorang. Platform seperti Instagram dan TikTok memberikan ruang bagi pengguna untuk menunjukkan sisi terbaik dari hidup mereka, baik itu melalui foto liburan, prestasi akademis, atau pengalaman sosial lainnya. Fenomena ini menciptakan standar perbandingan yang tidak realistis, yang sering kali mengarah pada perasaan bahwa hidup mereka kurang menarik atau "tidak cukup" dibandingkan dengan apa yang dilihat di media sosial. Hal ini mendasari munculnya FoMo. Menurut penelitian yang diterbitkan dalam *Journal of Social and Clinical Psychology* oleh Primack et al. (2017), penggunaan media sosial yang berlebihan berkorelasi dengan peningkatan perasaan kesepian dan kecemasan. Meskipun media sosial bisa menjadi sumber hiburan dan interaksi sosial, namun penggunaan yang berlebihan sering kali memunculkan perasaan tidak puas dengan kehidupan pribadi, yang mengarah pada FoMo. Ketika seseorang melihat teman-teman atau influencer favorit mereka yang tampaknya memiliki hidup yang lebih menyenangkan atau lebih penuh pengalaman, perasaan cemas untuk ikut serta dan tidak ketinggalan menjadi sangat dominan.

Generasi Z, yang tumbuh di era yang sangat terhubung, cenderung memiliki tekanan sosial yang lebih besar untuk selalu aktif dan terlibat dalam berbagai kegiatan yang populer. Mereka sering kali merasa bahwa partisipasi dalam tren atau kegiatan tertentu merupakan cara untuk menunjukkan eksistensi mereka, mendapatkan pengakuan, dan diterima dalam kelompok sosial. Fenomena ini berakar pada kebutuhan dasar manusia untuk merasa diterima dan diakui, yang diperburuk oleh tekanan dari teman-teman, komunitas online, dan budaya populer. Menurut sebuah studi oleh *The American Psychological Association* (2020), remaja dan dewasa muda lebih rentan terhadap perasaan FoMo karena mereka berada pada tahap perkembangan yang sangat dipengaruhi oleh interaksi sosial dan pencarian identitas. Keinginan untuk diterima dan dilihat sebagai bagian dari "kelompok" sosial ini semakin diperburuk oleh eksposur yang terus-menerus terhadap kehidupan orang lain di media sosial. Hal ini mengarah pada peningkatan rasa cemas jika mereka merasa tidak sejalan dengan apa yang terjadi di sekitar mereka. Salah satu aspek penting dari kehidupan digital Generasi Z adalah kecenderungan untuk mencari validasi melalui "likes", komentar, dan jumlah pengikut di media sosial. Validasi

ini sering kali menjadi ukuran bagi banyak orang dalam menilai-nilai diri mereka, yang pada gilirannya memperburuk perasaan FoMo. Ketika seseorang merasa tidak aktif atau tidak mengikuti tren yang sedang viral, mereka dapat merasa bahwa mereka "hilang dari perhatian" atau "tidak relevan". Sebuah penelitian oleh Nesi dan Prinstein (2015) yang diterbitkan dalam *Psychology of Popular Media Culture* menemukan bahwa remaja yang lebih sering menggunakan media sosial untuk mencari validasi diri cenderung mengalami peningkatan kecemasan dan depresi. Penggunaan media sosial yang berfokus pada citra diri dan pengakuan sosial sering kali memperburuk perasaan ketidakpuasan dan rasa takut tertinggal dari tren atau aktivitas yang sedang berlangsung.

Generasi Z juga hidup dalam era komunikasi yang didominasi oleh media digital, di mana percakapan sering kali berlangsung melalui pesan teks atau aplikasi pesan instan seperti WhatsApp dan Snapchat, serta komunikasi visual lewat media sosial. Berbeda dengan generasi sebelumnya yang lebih sering berinteraksi tatap muka, banyak anggota Generasi Z merasa tekanan untuk tetap "online" dan terlibat dalam percakapan digital agar tidak merasa terasing dari kelompok mereka. Kebutuhan untuk "terhubung" secara terus-menerus ini, meskipun tampak sepele, sering kali dapat menumbuhkan perasaan FoMo, terutama ketika mereka merasa tidak mengikuti percakapan atau tidak terlibat dalam kegiatan yang sedang berlangsung di dunia maya. Meskipun FoMo dapat memotivasi individu untuk tetap terlibat dalam tren atau aktivitas sosial, perasaan cemas yang ditimbulkan akibat FoMo dapat berdampak buruk pada kesehatan mental. Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa FoMo berkaitan dengan peningkatan kecemasan, stres, dan perasaan kesepian. Dalam sebuah studi yang diterbitkan oleh *Frontiers in Psychology* (2020), ditemukan bahwa FoMo yang terus-menerus dapat menyebabkan penurunan kesejahteraan emosional dan berkontribusi pada gangguan kecemasan dan depresi, terutama di kalangan remaja dan dewasa muda.

Berdasarkan uraian di atas maka Fair of Missing out (FoMo) atau ketakutan akan ketinggalan merujuk pada perasaan cemas atau khawatir yang dirasakan seseorang karena merasa ketinggalan suatu kesempatan, informasi, atau pengalaman yang sedang berlangsung. Perasaan ini sering kali dipicu oleh aktivitas di media sosial, di mana seseorang melihat orang lain terlibat dalam acara, tren, atau kegiatan yang tampaknya menarik atau menguntungkan, sehingga memunculkan perasaan terasing atau tertinggal. FoMo bisa berhubungan dengan banyak aspek kehidupan, seperti hubungan sosial, karier, atau keputusan finansial, dan seringkali membuat individu merasa perlu untuk mengikuti apa yang sedang tren agar tidak merasa terisolasi. Dengan demikian peneliti ingin membuat instrumen Fair of Missing Out (FoMo) guna mengidentifikasi sejauh mana perasaan takut ketinggalan ini mempengaruhi kecemasan, depresi atau ketidakpuasan diri yang sering muncul di sebabkan perbandingan sosial.

METODE PENELITIAN

Alat ukur *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Generasi Z dikembangkan berdasarkan teori FoMO dari Przybylski (2013) dan disesuaikan dengan konteks kehidupan generasi Z. Definisi operasional dari FoMO pada generasi Z adalah kekhawatiran dan kecemasan yang dirasakan oleh individu ketika mereka merasa tertinggal dalam suatu peristiwa sosial yang terjadi, yang ditandai dengan keinginan untuk selalu terhubung dengan orang lain melalui media sosial.

Definisi operasional dari FoMO meliputi 5 aspek yaitu tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *relatedness*, tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *self*, perbandingan sosial, kecemasan sosial, dan penggunaan berlebihan media sosial. *Fear Of Missing Out* pada generasi Z diukur menggunakan skala dengan 5 aspek tersebut.

Pengembangan alat ukur memiliki beberapa tahapan, diantaranya; merumuskan indikator perilaku, menyusun aitem berdasarkan indikator perilaku, uji validitas isi dengan metode *expert judgement* kepada 6 rater, menghitung validitas, yaitu validitas isi dengan CVI (*content validity item*), mengumpulkan data/mengujicobakan alat ukur, menghitung nilai reliabilitas, menyusun item yang valid dan reliabel, kemudian membuat kategori berdasarkan jumlah responden. Skala FOMO pada gen Z pada awalnya (sebelum proses validasi) berjumlah 125 item yang tersebar pada 5 aspek FOMO

Table 1. Blueprint Skala FOMO

Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah Valid
		Favorable	Unfavorable	
Relatedness	Merasa tertinggal dalam hubungan	1, 2, 3, 4	5	5
	Ketakutan akan kehilangan koneksi dengan orang lain	6, 7, 8	9, 10	5
	Keinginan untuk terus melakukan apa yang dilakukan orang lain	11, 12, 13	14, 15	5
	Khawatir jika tidak dianggap penting	16, 17, 18, 19, 20		5
	Keinginan untuk mengetahui tentang kehidupan orang lain	24, 25	21, 22, 23	5
Self	Bergantung pada pujian dan persetujuan orang lain	26, 27, 28	29, 30	5
	Terlalu memaksakan diri untuk melakukan banyak hal	31, 32, 33	34, 35	5
	Mengabaikan kebutuhan pribadi seperti istirahat, refleksi, dan pengembangan diri	36, 37	38, 39, 40	5
	Merasa kurang mampu atau tidak kompeten dalam mencapai tujuan pribadi	41, 42, 43	44, 45	5
	Memiliki krisis identitas	46, 47	48, 49, 50	5
Perbandingan sosial	Kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain	51, 52	53, 54, 55	5
	Merasa kurangnya kepercayaan diri karena merasa tertinggal	56, 59	57, 58, 60	5
	Terlalu sering <i>update</i> untuk menunjukkan kemampuan dalam mengikuti tren	61, 62, 63, 64	65	5

	Merasa harus menyesuaikan diri dengan tren di media sosial	66, 67, 68, 69	70	5
	Merasa tidak puas dengan kehidupan sendiri	71, 72	73, 74, 75	5
Kecemasan sosial	Merasa khawatir atau cemas saat melewati suatu pengalaman	76, 77, 78, 79	80	5
	Merasa hampa atau tidak adanya tujuan hidup yang jelas	81, 82, 83	84, 85	5
	Mengalami kesulitan tidur akibat melakukan sesuatu yang dilakukan orang lain	86, 87, 88	89, 90	5
	Merasa cemas ketika melihat orang lain melakukan sesuatu yang tidak dilakukannya	91, 92, 94 95	93	5
	Sulit menyusun prioritas karena merasa cemas	96, 97, 98, 99, 100		5
Penggunaan berlebihan media sosial	Terlalu aktif media sosial	101, 102, 103, 104, 105		5
	Merasa tidak nyaman saat tidak mengakses media sosial	106, 107, 110	108, 109	5
	Mengabaikan tanggung jawab karena terlalu sibuk pada media sosial	111, 112, 113, 114	115	5
	Merasa sulit menikmati aktivitas bersama orang lain	116, 117, 118, 119, 120		5
	Merasa lebih nyaman berinteraksi di sosial media	121, 123, 124, 125	122	5

Uji validitas isi dengan *expert judgement* dilakukan dengan cara meminta 6 rater yang merupakan lulusan psikologi untuk memberikan penilaian pada setiap aitem di skala tersebut. Penilaian tersebut adalah Sesuai (skor 4), Kurang Sesuai (skor 3), Tidak Sesuai (skor 2), dan Sangat Tidak Sesuai (skor 1). Setelah proses *expert judgement* tersebut, diperoleh hasil yang kemudian *content validity item* (CVI). aitem yang valid $> 0,78$, aitem moderately valid bernilai 0,61. Aitem dibawah moderalty valid digugurkan.

Berdasarkan uji validitas tersebut akan diperoleh hasil aitem yang valid dan tidak valid. Aitem yang valid kemudian diujicobakan untuk memperoleh indek reliabilitas. Reliabilitas alat ukur ini, diestimasi menggunakan aitemen untuk mengetahui direlibilitas dan gaya beda item. Uji coba alat ukur dilakukan dengan metode survei secara *online* pada responden dengan cara menyebarkan kuesioner dengan kriteria generasi Z, yaitu usia 12-27 tahun. Uji coba ini disebarakan melalui media sosial maka subjek cukup mudah ditemukan. Responden yang didapatkan dari hasil uji coba ini sebanyak 252 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ilmiah, validitas dan reliabilitas adalah dua konsep penting yang harus dipertimbangkan untuk memastikan bahwa hasil penelitian dapat dipercaya dan relevan. Validitas mengacu pada sejauh mana alat ukur atau metode penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Jenis validitas yang digunakan untuk penelitian ini adalah validitas isi, yaitu mengacu pada sejauh mana isi alat ukur mencakup seluruh aspek dari konstruk yang diukur (Syarif & Syamsurizal, 2019).

Aiken's V adalah metode statistik yang digunakan untuk menghitung validitas isi (*content validity*). Metode ini bertujuan untuk menilai sejauh mana aitem-aitem dalam instrument mampu mempresentasikan konstruk yang diukur. Hasil Aiken's V menunjukkan validitas isi suatu item, sehingga peneliti dapat memutuskan apakah aitem itu dapat dipertahankan, diubah, atau dihapus.

Indeks validitas aitem dari skala Fear of Missing Out yang dinilai oleh 6 rater untuk menguji kesesuaian butir soal dengan indikator dari FoMO pada Generasi Z menggunakan kartu CVI. Berdasarkan kriteria validitas AIKEN, aitem yang layak digunakan berada di rentang 0,78 sampai 1,00. Maka sebanyak 46 aitem valid, 61 moderate valid karena berada di rentang 0,61 sampai 0,77, dan 18 aitem gugur.

Table 2. Hasil Uji Validitas Isi

No Aitem	CVI	Keterangan	28	0,83	Valid
1	0,94	valid	29	0,72	moderate valid
2	0,89	valid	30	0,72	moderate valid
3	0,89	valid	31	0,56	tidak valid
4	0,67	moderate valid	32	0,67	moderate valid
5	0,61	moderate valid	33	0,50	tidak valid
6	0,94	Valid	34	0,61	moderate valid
7	0,89	Valid	35	0,67	moderate valid
8	0,89	Valid	36	0,72	moderate valid
9	0,78	Valid	37	0,67	moderate valid
10	0,83	Valid	38	0,72	moderate valid
11	0,72	moderate valid	39	0,78	Valid
12	0,72	moderate valid	40	0,72	moderate valid
13	0,83	Valid	41	0,56	tidak valid
14	0,50	tidak valid	42	0,61	moderate valid
15	0,33	tidak valid	43	0,72	moderate valid
16	0,94	Valid	44	0,83	Valid
17	0,89	Valid	45	0,61	moderate valid
18	0,83	Valid	46	0,56	tidak valid
19	0,94	Valid	47	0,67	moderate valid
20	0,89	Valid	48	0,56	tidak valid
21	0,50	tidak valid	49	0,72	moderate valid
22	0,61	moderate valid	50	0,78	Valid
23	0,61	moderate valid	51	0,67	moderate valid
24	0,61	moderate valid	52	0,67	moderate valid
25	0,50	tidak valid	53	0,78	Valid
26	0,72	moderate valid	54	0,83	Valid
27	0,78	Valid	55	0,78	Valid

56	0,67	moderate valid	91	0,61	moderate valid
57	0,61	moderate valid	92	0,56	tidak valid
58	0,72	moderate valid	93	0,61	moderate valid
59	0,67	moderate valid	94	0,72	moderate valid
60	0,44	tidak valid	95	0,67	moderate valid
61	0,78	Valid	96	0,67	moderate valid
62	0,61	moderate valid	97	0,83	Valid
63	0,56	tidak valid	98	0,94	Valid
64	0,72	moderate valid	99	0,72	moderate valid
65	0,61	moderate valid	100	0,72	moderate valid
66	0,83	Valid	101	0,78	Valid
67	0,67	moderate valid	102	0,78	Valid
68	0,50	tidak valid	103	0,78	Valid
69	0,61	moderate valid	104	0,44	tidak valid
70	0,67	moderate valid	105	0,78	Valid
71	0,83	Valid	106	0,78	Valid
72	0,61	moderate valid	107	0,83	Valid
73	0,67	modeerate valid	108	0,83	Valid
74	0,78	Valid	109	0,67	moderate valid
75	0,89	Valid	110	0,72	moderate valid
76	0,78	Valid	111	0,72	moderate valid
77	0,39	tidak valid	112	0,67	moderate valid
78	0,78	Valid	113	0,56	tidak valid
79	0,67	moderate valid	114	0,44	tidak valid
80	0,61	moderate valid	115	0,67	moderate valid
81	0,72	moderate valid	116	0,72	moderate valid
82	0,67	moderate valid	117	0,78	Valid
83	0,56	tidak valid	118	0,72	moderate valid
84	0,61	moderate valid	119	0,78	Valid
85	0,67	moderate valid	120	0,72	moderate valid
86	0,83	Valid	121	0,72	moderate valid
87	0,83	Valid	122	0,78	Valid
88	0,67	moderate valid	123	0,78	Valid
89	0,78	Valid	124	0,67	moderate valid
90	0,78	Valid	125	0,67	moderate valid

Beberapa aitem harus digugurkan, sehingga menyisakan aitem valid dan moderate valid berjumlah 107.

Table 2. Blueprint Skala FOMO setelah Uji Validitas Isi

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
Relatedness	Merasa tertinggal dalam hubungan	1, 2, 3, 4	5	5
	Ketakutan akan kehilangan koneksi dengan orang lain	6, 7, 8	9, 10	5

	Keinginan untuk terus melakukan apa yang dilakukan orang lain	11, 12, 13		3
	Khawatir jika tidak dianggap penting	16, 17, 18, 19, 20		5
	Keinginan untuk mengetahui tentang kehidupan orang lain	24	22, 23	3
Self	Bergantung pada pujian dan persetujuan orang lain	26, 27, 28	29, 30	5
	Terlalu memaksakan diri untuk melakukan banyak hal	32	34, 35	3
	Mengabaikan kebutuhan pribadi seperti istirahat, refleksi, dan pengembangan diri	36, 37	38, 39, 40	5
	Merasa kurang mampu atau tidak kompeten dalam mencapai tujuan pribadi	42, 43	44, 45	4
	Memiliki krisis identitas	47	49, 50	3
Perbandingan sosial	Kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain	51, 52	53, 54, 55	5
	Merasa kurangnya kepercayaan diri karena merasa tertinggal	56, 59	57, 58	4
	Terlalu sering <i>update</i> untuk menunjukkan kemampuan dalam mengikuti tren	61, 62, 64	65	4
	Merasa harus menyesuaikan diri	66, 67, 69	70	3

	dengan tren di media sosial			
	Merasa tidak puas dengan kehidupan sendiri	71, 72	73, 74, 75	5
Kecemasan sosial	Merasa khawatir atau cemas saat melewati suatu pengalaman	76, 78, 79	80	4
	Merasa hampa atau tidak adanya tujuan hidup yang jelas	81, 82	84, 85	4
	Mengalami kesulitan tidur akibat melakukan sesuatu yang dilakukan orang lain	86, 87, 88	89, 90	5
	Merasa cemas ketika melihat orang lain melakukan sesuatu yang tidak dilakukannya	91, 94, 95	93	4
Penggunaan berlebihan media sosial	Sulit menyusun prioritas karena merasa cemas	96, 97, 98, 99, 100		5
	Terlalu aktif media sosial	101, 102, 103, 105		4
	Merasa tidak nyaman saat tidak mengakses media sosial	106, 107, 110	108, 109	5
	Mengabaikan tanggung jawab karena terlalu sibuk pada media sosial	111, 112	115	3
	Merasa sulit menikmati aktivitas bersama orang lain	116, 117, 118, 119, 120		5
	Merasa lebih nyaman berinteraksi di sosial media	121, 123, 124, 125	122	5

Setelah melakukan validitas isi, peneliti melakukan uji coba aitem pada responden yang sesuai kriteria. Penelitian ini berhasil mengumpulkan data dari 252 responden yang berasal dari berbagai usia di kalangan Generasi Z. Kemudian peneliti kembali melakukan analisis data untuk memperoleh nilai IRA (Indeks Reliabilitas Aitem) menggunakan data aiteman. Indeks reliabilitas aitem berkaitan dengan tingginya reliabilitas tes. Berdasarkan hasil aiteman, alpha yang diperoleh yaitu 0,957. Karena data ini merupakan data politomus, maka setelah dianalisis menggunakan aiteman, IRA dapat dilihat melalui item scale correlation pada tabel analisis aiteman.

Table 4. Hasil Indeks Reliabilitas Aitem

No. Aitem	IRA	Status	Keputusan				
				36	0.571	Reliabel	Dipakai
				37	0.603	Reliabel	Dipakai
1	0.333	Reliabel	Dipakai	38	0.554	Reliabel	Dipakai
2	0.384	Reliabel	Dipakai	39	0.105	Reliabel	Dipakai
3	0.361	Reliabel	Dipakai	40	0.480	Reliabel	Dipakai
4	0.418	Reliabel	Dipakai	41	0.12	Reliabel	Dipakai
5	0.486	Reliabel	Dipakai	42	0.154	Reliabel	Dipakai
6	0.445	Reliabel	Dipakai	43	0.184	Reliabel	Dipakai
7	0.291	Reliabel	Dipakai	44	0.636	Reliabel	Dipakai
8	0.441	Reliabel	Dipakai	45	0.095	Reliabel	Dipakai
9	0.088	Reliabel	Dipakai	46	0.226	Reliabel	Dipakai
10	0.488	Reliabel	Dipakai	47	0.569	Reliabel	Dipakai
11	0.423	Reliabel	Dipakai	48	0.24	Reliabel	Dipakai
12	0.085	Reliabel	Dipakai	49	0.586	Reliabel	Dipakai
13	0.459	Reliabel	Dipakai	50	0.54	Reliabel	Dipakai
14	0.522	Reliabel	Dipakai	51	0.218	Reliabel	Dipakai
15	0.415	Reliabel	Dipakai	52	0.652	Reliabel	Dipakai
16	0.119	Reliabel	Dipakai	53	0.579	Reliabel	Dipakai
17	0.332	Reliabel	Dipakai	54	0.169	Reliabel	Dipakai
18	0.429	Reliabel	Dipakai	55	0.535	Reliabel	Dipakai
19	0.140	Reliabel	Dipakai	56	0.221	Reliabel	Dipakai
20	0.546	Reliabel	Dipakai	57	0.554	Reliabel	Dipakai
21	0.146	Reliabel	Dipakai	58	0.582	Reliabel	Dipakai
22	0.489	Reliabel	Dipakai	59	0.338	Reliabel	Dipakai
23	0.117	Reliabel	Dipakai	60	0.576	Reliabel	Dipakai
24	0.197	Reliabel	Dipakai	61	0.296	Reliabel	Dipakai
25	0.119	Reliabel	Dipakai	62	0.238	Reliabel	Dipakai
26	0.144	Reliabel	Dipakai	63	0.288	Reliabel	Dipakai
27	0.241	Reliabel	Dipakai	64	0.559	Reliabel	Dipakai
28	0.418	Reliabel	Dipakai	65	0.554	Reliabel	Dipakai
29	0.562	Reliabel	Dipakai	66	0.183	Reliabel	Dipakai
30	0.21	Reliabel	Dipakai	67	0.645	Reliabel	Dipakai
31	0.115	Reliabel	Dipakai	68	0.494	Reliabel	Dipakai
32	0.455	Reliabel	Dipakai	69	0.158	Reliabel	Dipakai
33	0.172	Reliabel	Dipakai	70	0.530	Reliabel	Dipakai
34	0.574	Reliabel	Dipakai	71	0.570	Reliabel	Dipakai
35	0.504	Reliabel	Dipakai	72	0.572	Reliabel	Dipakai

73	0.258	Reliabel	Dipakai	91	0.61	Reliabel	Dipakai
74	0.526	Reliabel	Dipakai	92	0.614	Reliabel	Dipakai
75	0.158	Reliabel	Dipakai	93	0.025	Reliabel	Dipakai
76	0.346	Reliabel	Dipakai	94	0.524	Reliabel	Dipakai
77	0.547	Reliabel	Dipakai	95	0.128	Reliabel	Dipakai
78	0.252	Reliabel	Dipakai	96	0.594	Reliabel	Dipakai
79	0.427	Reliabel	Dipakai	97	0.494	Reliabel	Dipakai
80	0.100	Reliabel	Dipakai	98	0.450	Reliabel	Dipakai
81	0.577	Reliabel	Dipakai	99	0.540	Reliabel	Dipakai
82	0.626	Reliabel	Dipakai	100	0.296	Reliabel	Dipakai
83	0.567	Reliabel	Dipakai	101	0.549	Reliabel	Dipakai
84	0.113	Reliabel	Dipakai	102	0.558	Reliabel	Dipakai
85	0.059	Reliabel	Dipakai	103	0.529	Reliabel	Dipakai
86	0.467	Reliabel	Dipakai	104	0.175	Reliabel	Dipakai
87	0.352	Reliabel	Dipakai	105	0.074	Reliabel	Dipakai
88	0.460	Reliabel	Dipakai	106	0.437	Reliabel	Dipakai
89	0.052	Reliabel	Dipakai	107	0.498	Reliabel	Dipakai
90	0.332	Reliabel	Dipakai				

Kemudian peneliti melakukan kategorisasi untuk 252 data responden. Terdapat 5 kategori, yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Sehingga didapatkan hasil seperti berikut.

Table 3. Kategorisasi FOMO pada Generasi Z

No	Interval Skor	Kategorisasi	Jumlah
1	363,8 - < 428	Sangat tinggi	10
2	299,6 - < 363,8	Tinggi	17
3	234,9 - < 299,6	Sedang	187
4	171,2 - < 234,9	Rendah	35
5	171,2 - < 234,9	Sangat Rendah	3

Dapat dilihat, kebanyakan responden dikategorikan sedang, yaitu sebanyak 187 responden. Kemudian 35 responden dikategorikan rendah, 17 responden dengan kategori tinggi, 10 responden kategori sangat tinggi, dan terdapat 3 responden yang mendapat kategori sangat rendah. Hasil dari skala FoMO yang dikembangkan oleh peneliti adalah Tingkat FoMO pada Generasi Z adalah mayoritas sedang.

KESIMPULAN

Penelitian ini telah mengembangkan alat ukur psikologi terkait Fear of Missing Out (FoMO) yang diberikan kepada Generasi Z. Skala ini berjumlah 125 aitem. Setelah melalui uji validitas isi, beberapa aitem digugurkan dan tersisa 107 aitem. Uji alat ukur menggunakan metode survei secara online. Kemudian aitem kembali diuji indeks reliabilitas isi dan mendapatkan alpha sebesar 0,957. data responden dikategorisasikan, lalu mendapat hasil yaitu mayoritas memiliki kategori sedang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan banyak terima kasih untuk semua pihak yang terlibat, terutama kepada dosen pengampu dan seluruh responden yang telah bersedia ikut serta dalam penelitian ini. Besar harapan kami mendapatkan kritik dan saran yang membangun sebagai pembelajaran di penelitian berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abel, J. P. (2016). Social Media and the Fear of Missing Out Scale Development and Assessment. *Journal of Business & Economics Research*, 47-65.
- Akbar, R. S. (2019). Ketakutan akan Kehilangan momen (FoMO) pada Remaja Kota Samarinda. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, 38.
- Azwar, S. (1995). Reliabilitas dan Validitas Aitem. *Buletin Psikologi*, 19-26.
- Nesi, J. &. (2015). Using Social Media for Social Comparison and Feedback Seeking: Grnder and Popularity Moderate Associations With Depressive Symptoms. *Psychology of Popular Media Culture*, 32-44.
- Primack, B. A. (2017). Social Media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in the U.S. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 16-30.
- Przybylski, A. K. (2013). Motivational, Emotional, and Behavioural Correlates of Fear of Missing Out. *Computer in Human Behavior*, 1841-1848.
- Syamsurizal. (t.thn.). Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.