

PENGARUH *GRATITUDE* TERHADAP FOMO (*Fear of Missing Out*) PADA REMAJA PENGGUNA MEDIA SOSIAL TIKTOK DI KOTA WAINGAPU

Oleh

Maria Agithya R.E Nggilimara¹, Wahyuni Kristinawati²

^{1,2}Fakultas Psikologi, Universitas Kristen Satya Wacana

E-mail: ¹agitiamedia@gmail.com, ²yunikristi.38@gmail.com

Article History:

Received: 08-04-2025

Revised: 13-04-2025

Accepted: 11-05-2025

Keywords:

Adolescence; Tiktok;

Gratitude; FOMO

Abstract: This research aimed to examine whether there is an influence of gratitude on FOMO (*Fear of Missing Out*) behavior among teenage TikTok users in Waingapu City. The research method used was quantitative correlational with an accidental sampling technique. The number of subjects in this study was 138 teenagers from Waingapu who actively use TikTok. Data collection was conducted using two psychological scales: the gratitude scale and the FOMO scale, both of which had been tested for validity and reliability. The correlational test was carried out using linear regression analysis with bootstrapping, and the correlation coefficient obtained was -0.344 , $p = 0.036$. This indicates that when gratitude increases by one unit, FOMO tends to decrease by 0.344 units. The t -value = -117 suggests that this effect is fairly strong.

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang terjadi saat ini, disebut dengan era globalisasi, dimana tercipta berbagai teknologi yang membantu memudahkan kehidupan manusia yang ada di berbagai penjuru dunia. Salah satu teknologi yang tercipta yaitu kemunculan *Handphone* yang pada era saat ini biasa disebut dengan *Smartphone*. Kemajuan teknologi yang pesat itu juga diikuti dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang diwujudkan dengan adanya internet, aplikasi sosial media yang membantu mempermudah manusia dalam mencari informasi dan berkomunikasi dengan manusia lain dari berbagai penjuru dunia. Tidak hanya itu, hal tersebut juga mampu memberikan hiburan bagi manusia dan semua itu didapat melalui fasilitas yang disediakan oleh *Smartphone* dan berbagai teknologi lain seperti laptop, *ipad* dan lain sebagainya (Karuni & dkk., 2023). Terdapat banyak sosial media yang tersedia sampai saat ini, seperti Instagram, Twitter, Youtube, Tiktok, dan Facebook.

Remaja menjadi populasi yang paling banyak menghabiskan waktu di sosial media. Survey yang dilakukan oleh Stam4, *the youth mental health charity* (2023) pada anak-anak di UK menemukan bahwa 97% anak-anak berusia 12 tahun kini menggunakan media sosial. Survey yang dilakukan Gallup (dalam Forbes, 2023) juga menyatakan bahwa 51% remaja dengan kisaran usia 13-19 tahun di AS menghabiskan minimal sekitar 4-5 jam bermain sosial media dalam sehari dan remaja perempuan menghabiskan waktu lebih banyak yaitu sekitar

5-6 jam dibandingkan remaja laki-laki (3-4 jam). Di Indonesia sendiri, menurut data pengguna sosial media di Indonesia mencapai 139 juta per Januari 2024 (Databoks, 2024). Aplikasi Tiktok merupakan aplikasi yang paling banyak diunduh, bahkan aplikasi sosial media ini dapat mengalahkan Facebook dan Instagram dan Indonesia menjadi negara nomor 2 dengan pengguna Tiktok terbanyak setelah Amerika Serikat.

Tiktok merupakan aplikasi jejaring sosial yang memiliki beragam fitur dan filter menarik yang dapat membantu penggunanya dapat membuat video singkat yang menarik kemudian diposting dan juga dapat diunduh sehingga dapat disebarluaskan di akun media sosial lainnya (Kusuma, 2020 dlm Harnata & Prasetya, 2023). Salah satu fitur yang menarik di aplikasi tiktok yaitu FYP (*for your page*). Fitur ini membantu merekomendasikan pada penggunanya video-video yang sesuai dengan apa yang disukai oleh pengguna tersebut dan juga fitur FYP ini dapat merekomendasikan video-video yang sedang viral. Selain FYP, sekarang fitur tiktok telah berkembang dan menjadi *e-commerce* yang membantu penggunanya untuk dapat juga berbelanja melalui aplikasi tersebut. Inilah beberapa alasan menjadikan tiktok menarik dan spesial dibandingkan aplikasi sosial media lainnya seperti Instagram dan Facebook.

Beberapa penelitian yang menemukan bahwa kecanduan dalam bermain aplikasi Tiktok memiliki hubungan pada tingginya perilaku FOMO seseorang. Penelitian kualitatif yang dilakukan oleh Darmayanti, dkk (2023) menemukan bahwa remaja yang kecanduan bermain Tiktok mengalami FOMO. Dalam penelitian tersebut menemukan bahwa Tiktok sangat signifikan menyebabkan FOMO karena berisi konten yang tidak terbatas, disajikan dalam durasi yang singkat dan mudah diakses sehingga dapat merangsang penggunanya untuk selalu meng-*scroll* dan meracuni penggunanya. Penelitian yang dilakukan oleh Mutib (2023) menemukan bahwa terdapat hubungan antara intensitas penggunaan aplikasi Tiktok dengan kecenderungan untuk mengalami FOMO pada remaja awal.

Fenomena *Fear of Missing Out* merupakan salah satu fenomena yang sedang terjadi, diikuti dengan meningkatnya penggunaan sosial media di dunia. Banyaknya informasi yang diberikan oleh sosial media menjadikan kesadaran orang untuk mengetahui informasi-informasi yang ada terus meningkat, banyak orang memiliki keinginan yang tinggi untuk mengetahui kegiatan orang lain atau sekedar mengetahui apa yang sedang terjadi dalam sosial media (Zhong, 2023). Menurut Przybylski *et al.*, (2013) Fenomena FOMO merupakan kekhawatiran yang meluas bahwa orang lain mungkin mendapatkan pengalaman berharga yang tidak dimiliki seseorang. FOMO juga dapat ditandai dengan keinginan untuk terus terhubung dengan apa yang dilakukan oleh orang lain. Penelitian yang dilakukan oleh Blackwell *et al.*, (2017) menunjukkan bahwa FOMO dilakukan oleh orang-orang yang menghabiskan waktunya secara berlebihan di sosial media karena sosial media memiliki akses yang mudah untuk melakukan interaksi sosial dan dapat meningkatkan keterlibatan sosial (Bloemen & De Coninck, 2020). Tomczyk dan Selmanagic-Lizde mengatakan bahwa fenomena FOMO yang terjadi merupakan salah satu jenis kecanduan internet yang sebagian besar menyerang anak-anak dan remaja dan dalam penelitian yang dilakukan pada remaja pengguna media sosial berusia 13-20 tahun yang tinggal di Polandia dan Bosnia-Herzegovina, mereka menemukan bahwa 20% remaja mengalami gejala FOMO dan 30% lainnya memiliki resiko kecanduan sosial media (Bloemen & Coninck, 2020)

Pada penelitian yang dilakukan oleh Zahroh dan Sholichah (2022) menemukan bahwa

mahasiswa yang memiliki konsep dan regulasi diri yang rendah mengalami tingkat FOMO yang tinggi dan dalam penelitian tersebut ditemukan juga bahwa perempuan mengalami tingkat FOMO yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Mandas dan Silfiyah (2022) menemukan hubungan yang signifikan bahwa remaja yang memiliki sosial *self-esteem* yang rendah dalam kehidupan nyata mendorong mereka untuk mendapatkan hal tersebut di dunia maya atau sosial media yang akhirnya mendorong adanya perilaku FOMO yang tinggi (Mandas & Silfiyah, 2022).

Dalam buku yang ditulis oleh McGinnis (2020) berjudul "*Fear of Missing Out*" menjelaskan bahwa FOMO dapat dipengaruhi oleh perilaku individu yang menghabiskan waktu dan tenaga untuk berfantasi tentang apa yang ingin mereka miliki sehingga mengakibatkan kurangnya rasa syukur atau berterima kasih pada apa yang sudah mereka miliki dan dapatkan dalam hidup mereka (Rosyida & Romadhani, 2022). Sejalan dengan hal tersebut penelitian yang dilakukan oleh Rosyida dan Romadhani (2022) menemukan bahwa *gratitude* atau rasa syukur yang tinggi merupakan faktor yang mempengaruhi rendahnya perilaku FOMO pada remaja generasi *digital native* di Yogyakarta. Pada penelitian meneliti pada remaja di Yogyakarta yang menggunakan aplikasi media sosial Whatsapp, Instagram dan Youtube.

Gratitude sendiri merupakan salah satu konsep dalam psikologi positif yaitu perasaan positif dimana seseorang sadar dan mensyukuri hal-hal baik yang terjadi dalam hidupnya (Seligman, 2005). Namun terdapat sebuah penelitian yang dilakukan oleh Tanhan *et al.*, (2022) mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi FOMO dan menemukan bahwa tidak terdapat korelasi yang signifikan antara *gratitude* dan perilaku FOMO seseorang dan terdapat juga penelitian yang dilakukan oleh Garg dan Shourie (2023) yang tidak menemukan bukti empiris bahwa *gratitude* berpengaruh terhadap rendahnya FOMO pada dewasa muda pengguna sosial media. Dari pro kontra yang ditemukan berdasarkan hasil-hasil penelitian sebelumnya, maka peneliti ingin meneliti lanjut mengenai pengaruh *gratitude* terhadap FOMO pada remaja terkhususnya pengguna aplikasi tiktok di Kota Waingapu.

LANDASAN TEORI

Fear Of Missing Out (FOMO)

1. Definisi FOMO

Menurut Przybylski *et al.*, (2013) Fenomena FOMO merupakan kekhawatiran yang meluas bahwa orang lain mungkin mendapatkan pengalaman berharga yang tidak dimiliki seseorang. FOMO juga dapat ditandai dengan keinginan untuk terus terhubung dengan apa yang dilakukan oleh orang lain orang lain. Menurut JWT *Intelligence* (2012), FOMO merupakan perasaan takut yang dirasakan oleh seseorang ketika dia tidak mengalami atau turut andil dalam suatu kejadian atau kegiatan yang sama yang diikuti oleh orang lain. Adapun menurut Song *et al.*, (2017) FOMO merupakan fenomena yang dalam konteks media sosial menyebabkan penggunaannya selalu memiliki keinginan untuk membuka smartphone mereka dan melihat sosial media yang mereka miliki guna mendapatkan berbagai informasi dan kejadian yang terjadi diluar sana secara berlebihan. Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan teori FOMO yang dikemukakan oleh Przybylski *et al.*, (2013) karena sesuai dengan permasalahan yang ingin diteliti.

2. Aspek-aspek FOMO

Menurut Przybylski *et al.*, (2013) aspek FOMO (*Fear Of Missing Out*) terdiri dari 2 aspek yaitu:

a. Kebutuhan akan *Relatedness*

Relatedness merupakan kondisi dimana individu membutuhkan adanya hubungan dekat dengan orang lain untuk mendapatkan rasa aman dan nyaman. *Relatedness* biasanya didapatkan di dunia nyata dan diberikan oleh orang-orang dekat seperti keluarga. Namun, ketika individu tidak mendapatkan hal ini di kehidupan nyata maka akan muncul perasaan cemas dan untuk menghilangkan perasaan cemas tersebut individu akan rentan untuk mendapatkan hal tersebut di dunia maya atau di sosial media.

b. Kebutuhan pada *Self*

Hal ini mengacu pada keinginan individu untuk dapat membuat keputusan dan bertindak atas pilihan sendiri tanpa adanya dorongan atau kendali orang lain (*Autonomy*) dan juga keinginan individu untuk dapat melakukan interaksi dan beradaptasi dengan orang lain secara efektif agar dapat mencapai tujuan yang dimiliki. Ketika kebutuhan ini tidak terpenuhi maka individu cenderung untuk tidak dapat menentukan pilihan sendiri serta kurang mampu untuk dapat beradaptasi dan menghadapi tantangan dalam suatu lingkungan. Hal ini akan mendorong individu untuk selalu melakukan pelampiasan di sosial media agar mendapatkan kebutuhan tersebut dan memiliki keterhubungan dengan orang lain.

3. Faktor yang Mempengaruhi FOMO

- Faktor usia. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Tomczyk dan Selmanagic-Lizde (2018), ditemukan bahwa orang dengan usia lebih muda memiliki kemungkinan lebih besar untuk mengalami FOMO
- Self Esteem*. Penelitian yang dilakukan oleh Buglass *et al.*, (2017) mengatakan bahwa *Selfesteem* merupakan faktor yang dapat mempengaruhi FOMO. *Selfesteem* dapat menjadi faktor pelemah jika *selfesteem* yang dimiliki oleh individu rendah.
- Life Satisfaction*. Menurut Przybylski *et al.*, (2013), individu yang memiliki kepuasan hidup yang rendah cenderung akan mencari cara untuk dapat melampiaskan hal tersebut salah satunya dengan berada di sosial media.
- Gratitude*. Berbeda dengan faktor lainnya yang merupakan faktor yang dapat meningkatkan FOMO, *gratitude* menjadi faktor yang mempengaruhi rendahnya FOMO pada seseorang. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rosyida & Romadhani (2022) menemukan bahwa *gratitude* dapat menjadi faktor yang menurunkan tingkat FOMO yang dialami oleh seseorang.

Gratitude

1. Definisi *Gratitude*

Menurut Peterson dan Seligman (2004) *gratitude* adalah perasaan berterima kasih dan kegembiraan dalam menanggapi penerimaan suatu anugerah, baik anugerah itu berupa manfaat nyata dari orang lain atau momen kebahagiaan damai yang ditimbulkan oleh keindahan alam. Definisi *gratitude* yang dikemukakan oleh McCullough, Emmons, dan Tsang (2002) adalah perilaku positif yang ketika seseorang merasakan keberuntungan karena telah menerima banyak hal dalam hidup, serta mengapresiasi

berbagai kejadian yang terjadi. Adapun Menurut Watkins, dkk (2003) (dlm Listiyandini dkk, 2015) mengatakan bahwa *gratitude* seseorang dapat dilihat dari seberapa sejahtera dan puas seseorang dalam hidupnya. . Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan definisi yang dikemukakan oleh McCullough, Emmons, dan Tsang (2002) yaitu perilaku positif seseorang dimana ia merasa beruntung dan mengapresiasi berbagai hal dan kejadian dalam hidupnya.

2. Aspek-aspek *Gratitude*

Terdapat 4 aspek *gratitude* yang dikemukakan oleh McCullough, Emmons, dan Tsang (2002), antara lain:

a. *Intensity*

Seseorang yang selalu bersyukur cenderung akan mengalami pengalaman atau kejadian positif lebih sering dibandingkan dengan seseorang yang kurang bersyukur.

b. *Frequency*

Seseorang yang selalu bersyukur cenderung akan melaporkan bahwa mereka merasakan rasa syukur berkali-kali bahkan pada hal-hal atau kejadian kecil. Namun seseorang yang jarang bersyukur cenderung melaporkan sedikit merasakan rasa syukur atau mengalami kejadian yang membuat mereka bersyukur

c. *Span*

Rentang *gratitude* mengacu pada jumlah keadaan hidup yang membuat seseorang merasa bersyukur pada waktu tertentu. Orang yang mempunyai sifat bersyukur biasanya merasa bersyukur atas keadaan diri, keluarga mereka, pekerjaan mereka, kesehatan mereka, dan kehidupan mereka sendiri, serta berbagai hal lainnya.

d. *Density*

Hal ini mengacu pada seberapa banyak orang yang disyukuri dalam hidup. Seorang yang memiliki sifat bersyukur cenderung akan menyebutkan banyak orang seperti, orang tua, teman, keluarga, dll.

Media Sosial Tiktok

1. Tiktok merupakan aplikasi yang menyediakan efek yang berbeda dari aplikasi sosial media lain, lebih menarik dan dapat digunakan oleh para pengguna media sosial tersebut dengan mudah (Malimbe dkk, 2021). Efek yang dapat digunakan seperti membuat video berdurasi singkat yang keren dan mampu untuk mencuri perhatian pengguna lain untuk menonton video singkat tersebut dan video-video konten yang menarik seperti itu dapat dibuat dengan mudah oleh penggunanya. Tidak hanya berbagai efek yang menarik, banyak juga fitur-fitur yang menarik yang ada dalam aplikasi Tiktok salah satunya adalah FYP (*For Your Page*). FYP merupakan halaman utama dari tiktok yang menampilkan berbagai konten video/informasi dari berbagai pengguna yang mendorong untuk mendapatkan banyak perhatian atau menjadi viral.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Tiktok

a. Faktor Internal

Faktor internal yaitu faktor yang berasal dari dalam diri seseorang. Faktor dalam diri seseorang yang mempengaruhi dalam menggunakan tiktok ialah perasaan. Menurut Ahmadi (dlm Malimbe dkk, 2021) penggunaan tiktok dipengaruhi oleh perasaan senang dan suka pada apa yang dilihat tau diberikan dalam aplikasi tersebut yang akhirnya diwujudkan dengan perilaku membuka aplikasi tiktok terus menerus.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal sendiri merupakan faktor yang berasal dari luar diri. Faktor eksternal yang mempengaruhi penggunaan tiktok pada seseorang ialah berbagai informasi yang didapatkan dari berbagai aplikasi lainnya/internet yang memberikan memperkenalkan aplikasi tiktok sehingga akhirnya diketahui oleh banyak orang (Malimbe dkk, 2021).

Remaja

1. Definisi Remaja

Menurut Hurlock (2004), remaja merupakan usia dimana seseorang berpindah dari masa kanak-kanak menuju usia dewasa, namun dalam usia ini seseorang belumlah matang dan belum bertanggung jawab sehingga seorang remaja perlu untuk mampu beradaptasi dan menyesuaikan diri dengan masyarakat yang semakin maju.

2. Karakteristik Remaja

Terdapat karakteristik remaja menurut Hurlock (2004), antara lain :

a. Remaja sebagai masa peralihan

Masa remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju usia dewasa dan pada masa ini seseorang perlu untuk mempelajari berbagai perilaku baru.

b. Remaja merupakan masa yang penting

Banyak penyesuaian yang harus dilakukan pada masa ini, seperti penyesuaian pada perubahan fisik dan emosional yang penting dan berjangka panjang.

c. Remaja merupakan masa yang bermasalah.

Masalah sering terjadi di masa ini. Ketika masalah terjadi, remaja biasanya kesusahan dalam menyelesaikan permasalahan tersebut bahkan terkadang tidak sesuai dengan harapan mereka.

d. Remaja merupakan masa mencari identitas.

Pada masa ini, remaja sering kali ingin di akui oleh teman sebaya dan masyarakat tentang dirinya, sehingga mereka cenderung melakukan apa saja agar mendapatkan pengakuan.

e. Remaja merupakan masa perubahan

Banyak perubahan yang terjadi pada masa ini, seperti perubahan fisik, psikis dan minat yang menjadi harapan sosial serta terjadi peningkatan emosi yang ketergantungan pada perubahan fisik dan psikis yang terjadi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain korelasional untuk melihat pengaruh antara gratitude (X) dan FOMO (Fear of Missing Out) (Y) pada remaja pengguna TikTok di Kota Waingapu sebanyak 138 remaja. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara daring melalui *Google Form*. Skala yang digunakan untuk mengukur FOMO dari alat ukur *Fear Of Missing Out Scale* (FOMOs) yang dikembangkan oleh Przybylski *et al.*, (2013) dan telah dimodifikasi oleh Rahmawati (2023) dan Skala yang digunakan untuk mengukur Gratitude dari alat ukur *Gratitude Questionnaire-6* (GQ-6) yang dikembangkan oleh McCullough *et al.*, (2002). Metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis statistik. Dalam penelitian ini, uji korelasi dengan menggunakan analisis regresi linear dengan Bootstrapping untuk mengetahui

signifikansi pengaruh gratitude terhadap FOMO. Pengujian data pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS (Statistical Package for Social Science) 24 for windows.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Partisipan Penelitian

Penelitian ini melibatkan 138 partisipan yang merupakan remaja di Waingapu, Nusa Tenggara Timur. Partisipan terdiri dari laki-laki dan perempuan dengan rentang usia 11-20 tahun. Selain itu, penelitian ini juga melihat durasi penggunaan TikTok sebagai salah satu aspek yang relevan dengan variabel yang diteliti. Tabel berikut menunjukkan karakteristik demografi partisipan dalam penelitian ini:

Tabel 1. Karakteristik Demografi Partisipan

Karakteristik	Kategori	N	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	69	50%
	Perempuan	69	50%
	Total	138	100%
Usia	11-14 tahun	19	13,7%
	15-17 tahun	47	34%
	18-20 tahun	72	52,3%
	Total	138	100%
Durasi Bermain Tiktok (jam)	1-3 jam	60	43,5%
	4-6 jam	51	37%
	7+ jam	27	19,5%
	Total	138	100%

Analisis Deskriptif Statistik

Analisis deskriptif dalam penelitian ini, yaitu FOMO dan gratitude dapat dilihat dalam tabel 2 berikut:

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif Data Penelitian

	N	Min.	Max.	Mean	Std. Deviation
FOMOs	138	17	38	27,28	3,89
GQ-6	138	15	23	18,59	2,02

Tabel berikut menunjukkan hasil kategorisasi data untuk FOMO dan *Gratitude* pada partisipan:

Tabel 3. Kategorisasi Variabel FOMO

Interval	Kategori	N	Persentase (%)
$x < 21.39$	Sangat Rendah	13	9,42%
$21.39 \leq x < 25.33$	Rendah	26	18,84%
$25.33 \leq x < 29.23$	Sedang	59	42,75%
$29.23 \leq x < 33.12$	Tinggi	34	24,64%
$x \geq 33.12$	Sangat Tinggi	6	4,35%
Total		138	100%

Tabel 4. Kategorisasi Variabel Gratitude

Interval	Kategorisasi	N	Persentase (%)
$x < 15.56$	Sangat Rendah	7	5,7%
$15.56 \leq x < 17.57$	Rendah	44	31,88%
$17.57 \leq x < 19.60$	Sedang	40	28,99%
$19.60 \leq x < 21.62$	Tinggi	36	26,9%
$x \geq 21.62$	Sangat Tinggi	11	7,97%
Total		138	100%

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, ditemukan bahwa sebagian besar remaja pemain TikTok berada pada kategori FOMO sedang (42,75%) dan tinggi (24,64%), yang menunjukkan adanya kecenderungan signifikan untuk mengalami FOMO dalam penggunaan media sosial. Di sisi lain, tingkat gratitude mayoritas responden berada pada kategori rendah (31,88%) dan sedang (28,99%), sementara hanya sebagian kecil yang memiliki rasa syukur tinggi (26,09%) atau sangat tinggi (7,97%). Temuan ini mengindikasikan bahwa rasa syukur pada remaja masih belum berkembang secara optimal, dan dapat diasumsikan bahwa rendahnya tingkat gratitude berkorelasi dengan tingginya kecenderungan FOMO.

Hasil Uji Asumsi

a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov untuk mengetahui apakah data pada penelitian ini berdistribusi normal atau tidak. Data dikatakan berdistribusi normal jika signifikansi (Sig.) > 0,05. Berikut hasil uji normalitas yang dilakukan:

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

<i>Kolmogorov-Smirnov</i>			
	N	Statistik	Sig.
FOMOs	138	0,130	,000
GQ-6	138	0,153	,000

Berdasarkan hasil analisis (lihat Tabel 5), kedua variabel memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 pada kedua uji, yang berarti data tidak memenuhi asumsi normalitas. Oleh karena itu, analisis selanjutnya menggunakan uji non-parametrik yang lebih sesuai untuk data yang tidak berdistribusi normal.

b. Hasil Uji Linearitas

Uji linieritas diperlukan untuk mengetahui apakah kedua variabel memiliki hubungan yang linier dengan menggunakan uji ANOVA. Jika nilai Sig. > 0,05, maka hubungan antar variabel dianggap linear. Hasil uji linearitas disajikan dalam Tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Linearitas

<i>One-way Anova</i>			
	F	p-value	Kesimpulan
<i>Gratitude</i> →FOMO	0,737	0,641	Linear

Hasil uji linearitas menunjukkan bahwa nilai p-value (Sig. *Deviation from Linearity*) sebesar 0.641, yang lebih besar dari 0.05. Ini menunjukkan terdapat hubungan antara *Gratitude* dan FOMO bersifat linear.

c. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji analisis regresi linear dengan *Bootstrapping* yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel yang diteliti atau tidak. uji analisis regresi linear dengan *Bootstrapping* digunakan untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh *Gratitude* terhadap FOMO pada remaja pengguna Tiktok di Waingapu.

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis

	B	Std. error	Beta	t	p-value	95% CI (Lower-Upper)
(constant)	33,668	3,035	-	11,095	,001	27,951 – 40,108
Gratitude	-0,344	0,162	-0,179	-2,117	,036	-0,693 – -0,022

Hasil analisis regresi linear dengan metode *bootstrapping* menunjukkan bahwa *Gratitude* berpengaruh signifikan terhadap FOMO. Berdasarkan tabel koefisien, nilai B = -0,344, p = 0,036 menunjukkan bahwa ketika *Gratitude* meningkat sebesar satu unit, maka FOMO cenderung menurun sebesar 0,344 unit. Nilai t = -2,117 mengindikasikan bahwa pengaruh ini cukup kuat. Selain itu, analisis *bootstrapping* dengan 1000 sampel menunjukkan interval kepercayaan 95% (-0,693 hingga -0,022), yang tidak melewati angka nol, sehingga memperkuat signifikansi hasil.

d. Hasil Uji T

Uji independent sample t-test dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan tingkat Fear of Missing Out (FOMO) dan *Gratitude* berdasarkan jenis kelamin. Analisis ini bertujuan untuk melihat apakah laki-laki dan perempuan memiliki perbedaan yang signifikan dalam hal skor FOMO dan *Gratitude*.

Tabel 8. Hasil Uji independent sample t-test

	Jenis Kelamin	N	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig (2-tailed)
FOMOs	Laki-laki	69	28,22	3,472	2,895	132,505	0,004
	Perempuan	69	26,35	4,090			
GQ-6	Laki-laki	69	17,77	1,750	-5,180	135,326	0,000
	Perempuan	69	19,41	1,958			

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan analisis regresi linear dengan metode *bootstrapping* didapatkan bahwa terdapat pengaruh negatif *Gratitude* terhadap Fomo, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *gratitude* yang dimiliki seorang remaja, maka semakin rendah pula kecenderungan mereka untuk mengalami FOMO. Sebaliknya, ketika seorang remaja memiliki tingkat *gratitude* yang rendah, besar kemungkinan ia lebih rentan mengalami FOMO. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan dalam kemampuan mereka untuk menghargai apa yang dimiliki. Penemuan ini sejalan dengan teori McGinnis (2020) (dlm

Rosyida dan Romadhani 2022) yang menunjukkan bahwa tingginya *Gratitude* yang dimiliki oleh seseorang dapat mengakibatkan rendahnya FOMO yang dimiliki sehingga penting bagi seseorang untuk mampu meningkatkan *Gratitude* yang dimiliki. Secara teoritis, *Gratitude* merupakan salah satu konsep dalam psikologi positif yaitu perasaan positif dimana seseorang sadar dan mensyukuri hal-hal baik yang terjadi dalam hidupnya (Seligman, 2005). Hal tersebut dapat menandakan bahwa *gratitude* dapat menjadi salah satu bentuk emosi positif yang mampu membantu individu meregulasi emosinya, sehingga tidak mudah terpengaruh oleh tekanan sosial atau perbandingan sosial yang sering muncul dalam penggunaan media sosial. Secara empiris, temuan ini menjawab rumusan masalah yang diajukan, tentang apakah terdapat pengaruh antara *gratitude* terhadap FOMO pada remaja.

Berdasarkan hasil uji t (independent sample t-test), diperoleh nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar 0,004. Nilai ini lebih kecil dari 0,05, yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara tingkat FOMO pada remaja laki-laki dan perempuan. Temuan ini menunjukkan bahwa jenis kelamin berperan dalam membedakan tingkat FOMO yang dialami oleh individu. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Vonna (2022) yang meneliti mengenai perbedaan kecenderungan untuk mengalami FOMO yang ditinjau dari jenis kelamin dan menemukan bahwa remaja laki-laki cenderung mengalami FOMO dibandingkan dengan remaja perempuan. Dalam konteks penggunaan TikTok, pengguna remaja sering kali mudah terpapar oleh berbagai konten yang menampilkan keseruan, pencapaian, serta gaya hidup orang lain, yang dapat memicu munculnya FOMO atau perasaan takut tertinggal dari pengalaman sosial tertentu. Temuan ini menjadi lebih relevan ketika melihat konteks media sosial secara luas. Pada remaja di Waingapu, Sumba Timur, yang walaupun tinggal di daerah dengan karakteristik sosial budaya yang lebih tradisional dan komunal, tetap memiliki akses pada media sosial global melalui *smartphone* dan jaringan internet. Remaja di Waingapu tidak luput dari pengaruh budaya populer yang ditampilkan di TikTok, termasuk tren-tren viral, gaya hidup perkotaan, serta eksistensi digital yang sering kali menjadi tolok ukur status sosial. Fenomena tersebut juga tercermin dalam data penelitian ini, yang menemukan bahwa sebagian besar remaja Waingapu yang bermain TikTok secara keseluruhan berada pada kategori FOMO sedang (42,75%) dan tinggi (24,64%), yang menunjukkan adanya kecenderungan yang signifikan untuk mengalami FOMO dalam penggunaan media sosial.

Pada penelitian ini tingkat *Gratitude* pada remaja Waingapu sebagian besar berada pada tingkat yang rendah dengan persentase 31,88%, disusul dengan tingkat sedang dengan persentase 28,99%. Dalam hasil Statistik Deskriptif, nilai mean *Gratitude* remaja rata-rata berada pada rentang sedang. Hasil ini menunjukkan tingkat *Gratitude* yang belum mencapai kategori tinggi dapat menjadi salah satu faktor yang berkontribusi terhadap tingginya kecenderungan FOMO pada remaja Waingapu, khususnya dalam konteks penggunaan media sosial seperti TikTok. Remaja di kota Waingapu dengan tingkat *Gratitude* yang sedang cenderung masih mengalami kesulitan dalam menghargai diri-sendiri dan mensyukuri hal-hal positif yang dimiliki dalam kehidupannya. Kondisi ini akhirnya membuat mereka lebih mudah terpengaruh oleh konten-konten di media sosial yang menampilkan kesuksesan, gaya hidup mewah, atau pengalaman menarik orang lain. Ketika rasa syukur tidak terbentuk secara kuat, individu menjadi lebih rentan mengalami perasaan tidak cukup, ketertinggalan, dan membandingkan dirinya dengan orang lain, yang merupakan inti dari fenomena FOMO.

Dalam konteks budaya kondisi ini dapat dikaitkan dengan budaya di Waingapu, Sumba Timur, yang masih menekankan pentingnya daya tahan (*resilience*) dan ketangguhan sebagai nilai yang dijunjung tinggi. Meskipun hal tersebut memiliki banyak aspek positif, namun terkadang dapat menyebabkan remaja kurang memiliki ruang yang cukup untuk mengeksplorasi dan mengekspresikan kebutuhan emosionalnya, termasuk dalam hal mengenali dan mencintai diri sendiri.

Dalam fenomena ini, media sosial Tiktok sering kali dapat menjadi pelarian dan alternatif bagi remaja untuk mencari validitas dan pengakuan serta membandingkan diri dengan orang lain, yang pada akhirnya dapat memicu muncul dan meningkatnya FOMO. Temuan pada penelitian ini mengindikasikan bahwa Gratitude pada remaja di Waingapu masih belum berkembang secara optimal yang dapat dilihat dari rendahnya tingkat Gratitude yang berkorelasi dengan tingginya kecenderungan FOMO. Hal ini mendukung hipotesis bahwa Gratitude dapat menjadi faktor protektif dalam menurunkan tingkat FOMO.

Secara teoritis, temuan ini juga mendapat dukungan dari teori FOMO yang dikemukakan oleh Reagle (2015), yang menyatakan bahwa FOMO berasal dari perasaan tidak cukup dan ketakutan akan tertinggal dari pengalaman sosial orang lain sehingga gratitude dapat menjadi kunci dalam mengatasi perasaan tidak cukup tersebut. Dengan demikian, kehadiran gratitude berperan penting sebagai pelindung terhadap tekanan sosial digital. Penelitian ini juga didukung oleh Rosyida dan Romadhani (2022) yang menemukan bahwa adanya pengaruh *Gratitude* terhadap rendahnya tingkat FOMO yang dialami oleh remaja pengguna media sosial. sehingga kehadiran *Gratitude* sebagai emosi positif dapat menjadi pengurang dari gejala tersebut. Selain itu penelitian ini diperkuat oleh temuan dalam studi yang dilakukan oleh Rahmawati & Lestari (2024), yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat *gratitude*, semakin rendah kecenderungan seseorang mengalami FOMO. Dalam penelitiannya, individu dengan rasa syukur yang tinggi menunjukkan kepuasan yang lebih besar terhadap kehidupan mereka dan tidak merasa tertinggal atas aktivitas orang lain di media sosial. Emosi-emosi negatif yang tidak teregulasi dengan baik seperti takut tertinggal, mengabaikan apa yang dimiliki dalam hidup serta rasa *insecure* yang berperan dalam meningkatkan FOMO, dapat membuktikan bahwa kehadiran *Gratitude* sebagai emosi positif dapat mengurangi dari gejala tersebut.

Secara psikologis perkembangan, masa remaja merupakan tahap perkembangan manusia untuk mencari identitas dan penerimaan sosial, sehingga sangat mungkin terjadi fenomena perbandingan sosial pada remaja (Hurlock, 2004). Ditambah dengan algoritma media sosial yang secara sistematis memunculkan konten viral dan populer, tekanan untuk “ikut serta” dalam tren tertentu pun menjadi sangat kuat. *Gratitude* dalam konteks ini dapat berperan sebagai mekanisme perlindungan emosional, yang menjaga individu tetap merasa cukup, puas, dan tidak mudah terprovokasi oleh pencitraan sosial digital. Hasil penelitian ini memiliki implikasi praktis, khususnya dalam upaya mengembangkan intervensi berbasis psikologi positif pada kalangan remaja. Sekolah, keluarga ataupun komunitas sosial/pendidikan dapat mengembangkan program-program seperti *journaling* syukur, latihan *mindfulness*, atau diskusi terbuka mengenai rasa cukup, apresiasi serta kebahagiaan sejati untuk dapat meningkatkan dan memperkuat rasa syukur dan mencegah dampak negatif media sosial seperti fenomena FOMO ini. *Gratitude* dapat menjadi dasar dalam membentuk gaya hidup digital yang lebih sehat, reflektif, dan penuh makna.

Meskipun penelitian ini memberikan gambaran yang jelas mengenai pengaruh gratitude terhadap FOMO, namun terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan untuk penelitian selanjutnya. Pertama, metode pengambilan sampel dilakukan secara *accidental sampling*, yang memungkinkan hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan ke seluruh populasi pengguna Tiktok. Kedua, data yang dikumpulkan melalui kuesioner dilakukan secara daring/*online* sehingga bersifat *self-report*, yang dapat menyebabkan adanya bias subjektivitas dari responden. Desain penelitian yang bersifat *cross-sectional* sehingga hasil penelitian ini hanya dapat memberikan gambaran hubungan pada satu waktu tertentu saja. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menggunakan desain longitudinal dan mempertimbangkan pendekatan kualitatif agar dapat menggali lebih dalam mengenai dinamika psikologis antara *Gratitude* dan FOMO. Dengan memperkuat *Gratitude* dalam diri remaja, baik melalui pendidikan karakter maupun intervensi psikologis, kita dapat meminimalkan dampak negatif dari paparan media sosial yang intens seperti Tiktok.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *Gratitude* dan FOMO pada remaja pengguna Tiktok di Kota Waingapu. Artinya, semakin tinggi tingkat *Gratitude* yang dimiliki oleh individu, maka semakin rendah pula tingkat FOMO yang mereka alami. Sebaliknya, individu dengan tingkat *Gratitude* yang rendah cenderung lebih rentan mengalami FOMO dalam penggunaan media sosial, khususnya Tiktok. Hal ini mengindikasikan bahwa *Gratitude* memiliki peran penting sebagai salah satu bentuk emosi positif yang dapat berfungsi sebagai faktor protektif terhadap tekanan psikologis yang ditimbulkan oleh eksposur media sosial, seperti perasaan tertinggal, tidak cukup, dan kecemasan sosial. Hasil ini menjawab rumusan masalah dalam penelitian, yaitu mengenai adanya pengaruh antara *Gratitude* terhadap FOMO, dengan menunjukkan bahwa pengembangan rasa syukur dapat menjadi salah satu strategi efektif untuk mengurangi kecenderungan FOMO. Selain itu, temuan deskriptif juga menunjukkan bahwa mayoritas responden dengan tingkat *Gratitude* rendah memiliki tingkat FOMO yang tinggi, menguatkan hubungan negatif antara dua variabel. Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan kontribusi dalam pemahaman psikologis mengenai pentingnya menumbuhkan rasa syukur pada remaja, khususnya dalam konteks budaya digital dan penggunaan media sosial yang intens. Implikasi praktis dari temuan ini dapat diarahkan pada intervensi berbasis psikologi positif, seperti program peningkatan *Gratitude*, untuk membantu remaja lebih mampu meregulasi emosinya dan tidak mudah terpengaruh oleh tekanan sosial digital yang memicu FOMO.

Saran

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya, sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan sampel dengan mempertimbangkan latar belakang demografis yang lebih beragam, seperti status sosial ekonomi, tingkat pendidikan, serta perbedaan budaya, guna memperoleh hasil yang lebih generalisable.
2. Peneliti berikutnya diharapkan dapat mempertimbangkan penggunaan metode kualitatif ataupun campuran (*mixed methods*) untuk menggali lebih dalam pengalaman subjektif individu terkait *gratitude* dan FOMO.

3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji variabel mediasi seperti regulasi emosi, *self-esteem*, atau dukungan sosial, untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai mekanisme psikologis yang menghubungkan *gratitude* dengan FOMO

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adgate, B. (2023). Gallup: teens spend more time on social media than on homework. *Forbes*. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/bradadgate/2023/10/18/gallup-teens-spend-more-time-on-social-media-than-on-homework>
- [2] Annur, C. M. (2024). Ini media sosial paling banyak digunakan di Indonesia awal 2024. Databoks. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>
- [3] Buglass, S. L., Binder, J. F., Betts, L. R., & Underwood, J. D. (2017). Motivators of online vulnerability: The impact of social network site use and FOMO. *Computers in Human Behavior*, 66, 248-255.
- [4] Bloemen, N., & De Coninck, D. (2020). Social media and fear of missing out in adolescents: The role of family characteristics. *Social Media and Society*, 6(4). <https://doi.org/10.1177/2056305120965517>
- [5] Darmayanti, D. P., Arifin, I., & Inayah, M. (2023). FoMO: kecemasan digital di kalangan pengguna tikTok. *Emik*, 6(2), 198-215.
- [6] Garg, G., & Shourie, S. (2023). Relationship between social media addiction, fomo and self-esteem among young adults. *International Journal of Interdisciplinary Approaches in Psychology*, 1(3), 381-395.
- [7] Harnata, AA, & Prasetya, BEA (2022). Gambaran perasaan insecure di kalangan pelajar yang mengalami kecanduan media sosial tiktok. *Buletin Konseling dan Psikoterapi*, 4(3), 823-830.
- [8] Hurlock, Elizabeth B. (2004). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- [9] JWT Intelligence. (2012). Fear of missing out (FoMO).
- [10] Mandas, A. L., & Silfiah, K. (2022). Social self-esteem dan fear of missing out pada generasi z pengguna media sosial. Skripsi . Malang: Universitas Muhammadiyah Malang. *Jurnal Sinestesia*, 12(1), 19-27. <https://sinestesia.pustaka.my.id/journal/article/view/78>
- [11] Malimbe, A., Waani, F., & Suwu, E. A. (2021). Dampak penggunaan aplikasi online tiktok (Douyin) terhadap minat belajar di kalangan mahasiswa sosiologi fakultas ilmu sosial dan politik universitas sam ratulangi manado. *Jurnal ilmiah society*, 1(1).
- [12] McCullough, M. E., Emmons, R. A., & Tsang, J. A. (2002). The grateful disposition: a conceptual and empirical topography. *Journal of personality and social psychology*, 82(1), 112. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.82.1.112>
- [13] Mutib, A. (2023). Hubungan intensitas penggunaan media sosial Tiktok dengan fenomena fear of missing out FOMO pada remaja awal (Skripsi diterbitkan). Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

- [14] 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. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- [15] Rahmawati, D. A., & Lestari, R. (2024). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Dan Gratitude Terhadap Fomo Pada Mahasiswa*. (Skripsi diterbitkan). Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta
- [16] Reagle, J. (2015). Following the joneses: FOMO and conspicuous sociality. *First Monday*, 20(10), 1-8.
- [17] Rosyida, A., & Romadhani, R. K. (2022). Gratitude as a predictor of fear of missing out (FOMO) among digital native generation in Yogyakarta. *Psychological Research and Intervention*, 5(2), 53-62. <http://dx.doi.org/10.21831/pri.v5i2.60541>
- [18] Santrock, J. W. (2012). *Life span development jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- [19] Seligman, M. E., Steen, T. A., Park, N., & Peterson, C. (2005). Positive psychology progress: empirical validation of interventions. *American psychologist*, 60(5), 410
- [20] Song, X., Zhang, X., Zhao, Y., & Song, S. (2017). Fearing of missing out (FoMO) in mobile social media environment: Conceptual development and measurement scale. *IConference 2017 Proceedings*.
- [21] stem4. (2023). Body image among young people: negative perceptions and damaging content on 40 social media, combined with pandemic fallout, contribute to a low sense of self-worth and a rise in eating difficulties, new survey reveals. <https://stem4.org.uk/press-releases/>
- [22] Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung
- [23] Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- [24] Tanhan, F., Özok, H. İ., & Tayiz, V. (2022). Fear of missing out (FoMO): A current review. *Psikiyatride Guncel Yaklasimlar*, 14(1), 74-85. <https://psycnet.apa.org/doi/10.18863/pgy.942431>
- [25] Tomczyk, Ł., & Selmanagic-Lizde, E. (2018). Takut Ketinggalan (FOMO) di kalangan remaja di Bosnia dan Herzegovina—Skala dan mekanisme terpilih. *Tinjauan Layanan Anak dan Remaja*, 88, 541-549.
- [26] Zahroh, L., & Sholichah, IF. (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. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i3.4711>
- [27] Zhong, P. (2023). The phenomenon and effects of fear of missing out. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 29(1), 36-41. <https://doi.org/10.54254/2753-7048/29/20231380>