

Peran *Fear Of Missing Out* dan Adiksi Media Sosial Terhadap *Phubbing* Remaja Akhir Pengguna *TikTok*

¹Gina Robbini, ²Anizar Rahayu

¹Fakultas Psikologi Universitas Persada Indonesia Y.A.I, Jakarta, Indonesia

²Fakultas Psikologi Universitas Persada Indonesia Y.A.I, Jakarta, Indonesia

E-mail: ¹Gina.2124090034@upi-yai.ac.id, ²Anizar.rahayu@upi-yai.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan agar memahami peran *fear of missing out* (FoMO) dan adiksi media sosial sebagai variabel independen terhadap perilaku *phubbing* sebagai variabel dependen pada remaja akhir pengguna *TikTok* di Jakarta. Metode penelitian memakai pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear sederhana dan berganda melalui aplikasi JASP 0.18.1.0. Populasi penelitian adalah remaja berusia 18–22 tahun yang aktif menggunakan *TikTok*, dengan sampel berjumlah 185 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Instrumen penelitian meliputi skala *phubbing*, skala *fear of missing out*, dan skala adiksi *TikTok*. Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa *fear of missing out* berperan positif serta signifikan terhadap perilaku *phubbing* dengan nilai $R^2 = 0,696$ ($p < 0,001$). Adiksi media sosial juga berperan positif dan signifikan terhadap perilaku *phubbing* dengan nilai $R^2 = 0,723$ ($p < 0,001$). Secara simultan, *fear of missing out* dan adiksi media sosial berkontribusi terhadap perilaku *phubbing* dengan nilai $R^2 = 0,779$ ($p < 0,001$). Hal ini menunjukkan bahwa 77,9% variabilitas perilaku *phubbing* dapat dijelaskan secara simultan oleh *fear of missing out* dan adiksi media sosial. Secara rinci, kontribusi *fear of missing out* sebesar 5,6%, sedangkan adiksi media sosial memberikan kontribusi sebesar 72,3%. Sementara itu, 22,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa faktor psikososial seperti *fear of missing out* dan adiksi media sosial berpengaruh kuat terhadap terbentuknya perilaku *phubbing* pada remaja akhir pengguna *TikTok* di era digital.

Kata kunci : *Fear Of Missing Out (FoMO), Adiksi Media Sosial, Phubbing, TikTok, Remaja Akhir*

ABSTRACT

This study aims to examine the role of *fear of missing out* (FoMO) and social media addiction as independent variables on *phubbing* behavior as the dependent variable among late adolescents who use *TikTok* in Jakarta. The research employed a quantitative approach with simple and multiple linear regression analyses using JASP 0.18.1.0. The study population consisted of adolescents aged 18–22 years who actively use *TikTok*, with a total of 185 respondents selected through *purposive sampling*. Research instruments included the *phubbing* scale, the FoMO scale, and the *TikTok* addiction scale. The results of simple regression analysis indicated that FoMO has a positive and significant effect on *phubbing* behavior with $R^2 = 0.696$ ($p < 0.001$). Social media addiction also showed a positive and significant effect with $R^2 = 0.723$ ($p < 0.001$). Simultaneously, FoMO and social media addiction contributed to *phubbing* behavior with $R^2 = 0.779$ ($p < 0.001$). This demonstrates that 77.9% of the variance in *phubbing* behavior can be jointly explained by FoMO and social media addiction. Specifically, *fear of missing out* contributed 5.6%, while social media addiction contributed 72.3%, with the remaining 22.1% influenced by other factors outside the research model. In conclusion, psychosocial factors such as FoMO and social media addiction strongly influence the formation of *phubbing* behavior among late adolescents who use *TikTok* in the digital era.

Keyword : *Fear of Missing Out (FoMO), Social Media Addiction, Phubbing, TikTok, Late Adolescents*

1. PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi digital sudah memberi dampak besar pada cara masyarakat berinteraksi. Media sosial bukan lagi sekedar menjadi alat untuk berinteraksi, namun juga telah menjadi bagian penting dari pembentukan identitas diri. Di Indonesia, terdapat 167 juta pemakai aktif media sosial dengan rerata durasi penggunaan lebih dari tiga jam perhari (*rri.co.id*, 2024). Survei Superdy (2023) menempatkan Jakarta di peringkat keempat kota dengan tayangan *TikTok* terbanyak, yakni 37,1 juta. Berlandaskan Donny Eryastha, *Head of Public Policy TikTok* Indonesia, remaja berusia 14-24 tahun menguasai pengguna *TikTok* (Mahmudah, Rahayu & Prasetyo, 2023). Fakta ini memperkuat bahwa remaja akhir di Jakarta merupakan kelompok strategis pengguna media sosial termasuk *TikTok*.

Walaupun media sosial menghadirkan kemudahan dalam akses informasi dan komunikasi, intensitas penggunaan yang berlebihan justru menimbulkan persoalan sosial baru, salah satunya adalah *phubbing*, yaitu kecenderungan mengabaikan interaksi tatap muka karena terlalu fokus pada ponsel (Rafinitia Aditia, 2021).

Remaja akhir masuk dalam kelompok rentan terhadap fenomena ini, karena menurut Santrock (2012), remaja akhir berada pada masa transisi menuju kedewasaan yang ditandai dengan pencarian identitas diri, peningkatan otonom, serta pengembangan keterampilan komunikasi interpersonal. Namun kenyataannya, kemudahan akses internet membuat mereka lebih sering berinteraksi melalui media sosial dibandingkan tatap muka, sehingga kualitas langsung berpotensi menurun. Laporan APJII (2024) menunjukkan total pemakaian internet di Indonesia hingga 221,6 juta jiwa dan didominasi oleh generasi Z (10-25 tahun), termasuk remaja

akhir. Jakarta sebagai pusat digitalisasi memiliki intensitas penggunaan internet yang tinggi.

Phubbing diartikan sebagai perilaku mengabaikan lingkungan sekitar dengan memusatkan perhatian pada *smartphone* hingga mengganggu interaksi sosial (Rifana, Florenta & Aditya 2023). Perilaku *phubbing* dalam interaksi sosial dapat menimbulkan dampak negatif, seperti membuat lawan bicara merasa diabaikan atau bahkan meniru perilaku yang sama. Apabila kecenderungan ini terus berlanjut tanpa adanya upaya pengendalian, maka remaja berisiko mengalami penurunan empati, kesulitan menyesuaikan diri dengan lingkungannya, berkurangnya kesadaran akan tanggung jawab akademik, serta meningkatnya potensi konflik sosial dengan teman seumurannya, keluarga, ataupun orang dewasa di sekitarnya (Muhibbu Abivian, 2022).

Suatu aspek yang berperan dalam munculnya tabiat *phubbing* yakni *fear of missing out* (Chotpitayasunondh & Douglass, 2016). Konsep ini menggambarkan kecemasan dalam interaksi sosial yang didasari keyakinan bahwa orang lain mungkin memperoleh pengalaman lebih menyenangkan (Akbar dkk., 2018). Penelitian Al-Saggaf dan O'Donnel (2019) mengonfirmasi adanya korelasi positif diantara tingginya *fear of missing out* diiringi meningkatnya perilaku *phubbing*.

Sementara itu, faktor lain yang mempengaruhi perilaku *phubbing* yakni ketergantungan media sosial (Nazir & Bulut, 2019). Ketergantungan media sosial menggambarkan kondisi pemakaian media sosial yang berlebihan hingga mengganggu keseharian (Ames et al., dalam Ardhini & Tondok, 2023). Survei *Goodstats.id* (2025) menunjukkan bahwa 63% responden usia 15-27 tahun lebih memilih *scrolling* media sosial saat

waktu luang, dengan *TikTok* sebagai salah satu *platform* dominan. Bahkan, *TikTok* tercatat sebagai aplikasi dengan rata-rata pengguna tertinggi, yaitu 34 jam per bulan per penggunaanya di Indonesia (We Are Social, 2024). Intensitas tersebut memperlihatkan bagaimana penggunaan yang awalnya bersifat hiburan berubah menjadi kecenderungan kompulsif, sehingga memperbesar risiko *phubbing* dalam situasi sosial sehari-hari.

Fenomena *phubbing* pada remaja pengguna *TikTok* di Jakarta terlihat jelas dalam interaksi sehari-hari. Banyak remaja yang meskipun berada di tengah pertemuan sosial atau bersama keluarga lebih memilih memantau notifikasi, menonton konten terbaru, atau membuat *video TikTok* daripada berkomunikasi dengan orang di sekitarnya. Tekanan psikologis untuk tidak tertinggal informasi atau biasa dikenal dengan *fear of missing out*, serta kebiasaan *scrolling* berlebihan sebagai bentuk adiksi media sosial memperkuat perilaku *phubbing* dapat terjadi. Akibatnya, interaksi tatap muka sering kali terabaikan dan kualitas relasi sosial menurun.

Penelitian sebelumnya oleh Istia & Sovitriana (2023) memperlihatkan bahwasanya baik *fear of missing out* maupun adiksi media sosial berpengaruh signifikan dalam membentuk perilaku *phubbing*. Namun, kedua kajian yang secara khusus meneliti peran kedua variabel tersebut terhadap perilaku *phubbing* remaja akhir pengguna *TikTok* di Jakarta masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bermaksud guna menganalisa peranan *fear of missing out* serta ketergantungan media sosial dalam pembentukan perilaku *phubbing* remaja akhir pengguna *TikTok* di Jakarta.

2. LANDASAN TEORI

Phubbing

Phubbing merupakan perilaku menolak komunikasi tatap muka sebab lebih fokus terhadap *smartphone*. Perilaku ini dipandang sebagai bentuk pengabaian dalam interaksi sosial yang dapat menimbulkan dampak negatif pada hubungan interpersonal (Robert & David, 2017). Seorang pelaku *phubbing* biasanya terindikasi menyakiti lawan bicara dengan berpura-pura memperhatikan, namun terus memeriksa ponsel yang berada di genggamannya (Youarti & Hidayah, 2018).

Karadag et al. (2015) mengkategorikan aspek *phubbing* menjadi 2, yakni :

communication disturbance; hambatan komunikasi saat perhatian lebih tertuju pada ponsel daripada lawan bicara, dan *phone obsession*; obsesi kompulsif terhadap ponsel. Chotpitayasunondh & Douglas (2018) menambahkan 4 aspek lain, *interpersonal conflict*; gangguan relasi karena ponsel lebih diprioritaskan, *self-isolation*; menarik diri dari interaksi sosial, dan *problem acknowledgement*; kesadaran akan dampak negatif namun tetap menggunakan ponsel berlebihan.

Fear of Missing Out

Fear of missing out ialah situasi psikis yang ditandai adanya rasa tegang, cemas, dan hampa ketika seseorang tidak memahami kegiatan ataupun pengalaman orang lain. Kondisi tersebut biasanya dipicu oleh dorongan kuat untuk senantiasa terhubung dan ikut serta dalam setiap momen (Tahnan, Ozok, & Tayiz, 2022).

Przbylski et al. (2013) membagi aspek *fear of missing out* menjadi *fear* (ketakutan tertinggal pengalaman), *worry* (kekhawatiran melewatkan informasi), dan *anxiety* (kecemasan intens saat tidak ikut terlibat). Abel, Buff & Bur (2016)

menambahkan aspek *fear of missing out* yang meliputi dari *self-esteem* (harga diri rendah meningkatkan *fomo*), *social interaction* (dorongan tinggi untuk terlibat dalam hubungan sosial), dan *social anxiety* (kecemasan ketika tidak ikut aktivitas sosial teman sebaya).

Adiksi Media Sosial

Adiksi/ketergantungan media sosial adalah pemakaian media sosial dengan berlebih hingga mengganggu kehidupan sehari-hari, ditandai dengan ketergantungan psikologis dan sulitnya mengendalikan diri (Moqbel & Kock, 2018). Menurut Franchina et al. (2018) adiksi ini mencerminkan kecenderungan individu untuk tetap menggunakan media sosial secara intens meskipun telah menimbulkan dampak negatif dalam kehidupannya. Sejalan dengan itu, Andreassen menjelaskan bahwa individu yang mengalami adiksi cenderung mengorbankan aktivitas produktif seperti belajar atau bekerja demi menggunakan media sosial (dalam Oktafiana & Noviana, 2024).

Griffiths (2005) mengidentifikasi enam aspek adiksi media sosial, yaitu *salience*; dominan dalam kehidupan sehari-hari, *mood modification*; penggunaan untuk memperbaiki suasana hati, *tolerance*; peningkatan waktu penggunaan, *withdrawl*; gejala negatif saat tidak mengakses, *conflict*; gangguan dengan aktivitas lain, dan *relapse*; kembali kecanduan setelah berhenti. Menurut Al Menayes (dalam Rahardja dkk., 2020) aspek adiksi media sosial terdiri dari *social consequence*; dampak negatif pada relasis sosial, *time displacement*; pengabaian tugas penting, dan *compulsive feeling*; penggunaan sebagai pelarian emosi negatif.

Keterkaitan *fear of missing out* dan adiksi media sosial terhadap *phubbing* remaja akhir pengguna *TikTok*

Fear of missing out yakni situasi psikologis berupa ketakutan tertinggal dari aktivitas atau interaksi sosial. Remaja akhir dengan *fear of missing out* besar biasanya terus memantau media sosial agar merasa tetap terlibat, hal ini justru mendorong mereka lebih sering menggunakan ponsel di tengah situasi sosial. Kebiasaan tersebut memicu *phubbing*, yaitu mengabaikan interaksi nyata demi keterlibatan digital.

Adiksi media sosial ditandai dengan penggunaan yang berlebihan, kompulsif, dan sulit dikontrol yang berpotensi mengganggu aktivitas maupun hubungan sehari-hari. *TikTok* sebagai salah satu *platform* dominan sering digunakan remaja secara intensif, bahkan dalam situasi sosial. Ketika individu lebih memilih berinteraksi dengan konten digital dibandingkan lawan bicara, *phubbing* semakin mungkin terjadi.

Fear of missing out (FoMO) membuat anak supaya terus memeriksa media sosialnya guna menjaga hubungan sosial sekaligus menghindari kekhawatiran akan tertinggal dari berbagai kesempatan maupun mengalami kerugian. Dorongan tersebut kerap berkembang menjadi perilaku kompulsif, di mana individu mengalami kesulitan menahan keinginan untuk mengakses media sosial atau menghentikan keterlibatannya (Arya & Dangri, 2023). Hal ini didukung oleh Gupta & Sekhar (2024) yang menegaskan bahwasanya *fear of missing out* yakni dijadikan pelopor utama pemakaian media sosial secara berlebihan.

Penelitian sebelumnya mendukung hubungan ini, dimana *fear of missing out* terbukti berdampak signifikan pada *phubbing* (Sandjaja & Syahputra, 2019), dan adiksi media sosial berkorelasi positif

dengan perilaku tersebut (Ali Rachman, 2021). Maka dari itu, *fear of missing out* serta ketagihan media sosial dipandang memiliki peran penting dalam memengaruhi *phubbing* pada remaja akhir pengguna *TikTok*.

Berdasarkan penjabaran tersebut maka hipotesis yang diajukan pada riset ini ialah :

- (a) H_a^1 : ada peranan *fear of missing* terhadap *phubbing* remaja akhir pengguna *TikTok*
- (b) H_a^2 : ada peranan adiksi media sosial terhadap *phubbing* remaja akhir pengguna *TikTok*
- (c) H_a^3 : ada peran *fear of missing out* serta adiksi media sosial terhadap *phubbing* remaja akhir pengguna *TikTok*

3. METODOLOGI

Penelitian ini memakai metode kuantitatif dengan populasi remaja akhir berumur 18–22 tahun yang tinggal di Jakarta dan memiliki durasi penggunaan *TikTok* lebih dari lima jam per hari. Teknik mengambil sampel yang dipakai ialah *purposive sampling* sebab riset menargetkan kriteria khusus, yakni remaja akhir dengan intensitas penggunaan *TikTok* yang tinggi. Pengumpulan data dilaksanakan lewat kuesioner berlandaskan *Google Form* yang disebarakan selama satu minggu dan berhasil mengumpulkan 185 partisipan sebagai responden penelitian.

Instrumen penelitian memakai skala Likert pada lima pilihan jawaban. Tiga skala yang dipakai antara lain: skala *phubbing* yang diadaptasi dari teori Karadag et al. (2015), skala *fear of missing out* yang diadaptasi mengarah pada teori Przblyski et al. (2013), serta skala adiksi *TikTok* yang disusun berdasarkan adaptasi dari Galansi et al.

(2024) dengan rujukan teori Griffiths (2005).

Sebelum data dianalisa, dilaksanakan uji validitas serta reliabilitas pada ketiga skala tersebut. Hasilnya menunjukkan bahwa skala *phubbing*, *fear of missing out*, dan adiksi *TikTok* memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang baik dengan skor *Cronbach's Alpha* di atas 0,8. Analisis data selanjutnya dilakukan memakai regresi linear sederhana serta berganda dengan metode *enter* serta *stepwise*, melalui perangkat lunak JASP versi 0.18.1.0 for iOS.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisa regresi linear sederhana, hasilnya tercantum dalam tabel berikut :

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana *Fear of Missing Out* Terhadap Perilaku *Phubbing* dan Adiksi Media Sosial Terhadap Perilaku *Phubbing*

Variabel	β	R^2	P
<i>Fear Of Missing Out</i>	0,676	0,696	< 0,001
Adiksi Media Sosial	0,541	0,723	< 0,001

Berdasarkan tabel 1. Hasil pengajuan hipotesis pertama memperlihatkan bahwasanya *fear of missing out* mempunyai peran positif serta signifikan pada tindakan *phubbing* remaja akhir pengguna *TikTok* di Jakarta. Artinya, semakin tinggi rasa takut tertinggal pengalaman yang dirasakan individu, semakin tinggi pula mereka melakukan *phubbing*. Dari perolehan analisis regresi sederhana didapatkan skor koefisien sebanyak 0,676 dengan skor signifikansi $p < 0,001$. Sedangkan nilai determinasi (R^2) sebanyak 0,696 memperlihatkan bahwasannya, 69,9% variasi perilaku *phubbing* bisa diperjelas

oleh *fear of missing out*. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_1) dinyatakan diterima.

Perolehan riset ini sesuai dengan riset Mei et al. (2021) yang memperlihatkan bahwasannya *fear of missing out* mempunyai peran pada menambah kecenderungan *phubbing* di kalangan remaja. Adiningsing & Ratnasari (2024) juga menemukan bahwa remaja pada tingkatan *fear of missing out* yang besar lebih mudah mengabaikan interaksi tatap muka karena terdorong untuk tetap aktif secara daring. Selanjutnya, penelitian Frans & Nugrahawati (2024) mendukung hal tersebut dengan membuktikan bahwasannya *fear of missing out* memengaruhi terbentuknya perilaku *phubbing* terhadap remaja pengguna *TikTok*. Temuan-temuan ini ditekankan bahwasannya *fear of missing out* yakni aspek psikologis yang signifikan dalam menjelaskan perilaku *phubbing*.

Selanjutnya, uji hipotesis kedua juga memperlihatkan bahwasanya adiksi media sosial berperan positif serta signifikan. Sehingga, makin besar ketergantungan individu pada media sosial, semakin besar pula kemungkinan mereka melakukan *phubbing*. Analisis regresi sederhana menghasilkan koefisien sebesar 0,541 dengan signifikansi $p < 0,001$, sedangkan nilai determinasi (R^2) 0,723 menunjukkan kontribusi adiksi media sosial terhadap *phubbing* sebesar 72,3%. Oleh karena itu, hipotesis alternatif (H_1) kembali dinyatakan diterima.

Perolehan ini sesuai dengan riset Nazir & Bulut (2019) serta Ali Rachman (2021) yang menemukan bahwa adiksi media sosial berhubungan erat dengan meningkatnya perilaku *phubbing*. Individu yang memiliki kecenderungan adiktif terhadap media sosial lebih sering mengabaikan interaksi langsung karena perhatian mereka tersita oleh aktivitas

daring. Hal ini mengindikasikan bahwa adiksi media sosial bukan hanya kebiasaan, tetapi sudah menjadi faktor perilaku dominan dalam membentuk *phubbing*.

Tabel 2 Hasil Analisis Regresi Berganda *Fear of Missing Out* Dan Adiksi Media Sosial Terhadap Perilaku *Phubbing*

Variabel	β	R^2	P
<i>Fear Of Missing Out</i>	0,338		$< 0,001$
Adiksi Media Sosial	0,322		$< 0,001$
<i>Fear Of Missing Out</i> dan Adiksi Media Sosial		0,779	

Berdasarkan tabel 2, perolehan uji hipotesis ketiga dengan analisis regresi berganda memperlihatkan bahwasanya kedua variabel independen, *fear of missing out* serta adiksi media sosial berperan positif serta signifikan pada pembentukan *phubbing* remaja akhir pengguna *TikTok* di Jakarta. Hasil analisis berganda dengan metode *enter* didapati variabel *fear of missing out* mempunyai koefisien regresi sebanyak 0,338 dengan $p < 0,001$, sedangkan variabel adiksi media sosial memiliki koefisien regresi sebanyak 0,322 dengan $p < 0,001$.

Pada tahap akhir, dilakukan analisa regresi berganda oleh metode *stepwise* digunakan untuk melihat kontribusi relatif variabel *fear of missing out* serta adiksi media sosial terhadap perilaku *phubbing* remaja akhir pengguna *TikTok* di Jakarta. Hasil analisis memperlihatkan *fear of missing out* berkontribusi sebanyak 5,6% dalam variasi pembentuk *phubbing*. Sementara itu, adiksi media sosial memberikan kontribusi jauh lebih dominan sebesar 72,3% terhadap variasi pembentuk perilaku *phubbing*. Adapun

sisanya 22,1% dipengaruhi variabel lainnya di luar model penelitian.

Selanjutnya, hasil analisis menghasilkan skor koefisien determinasi sebanyak 0,779, yang berartikan 77,9% variasi perilaku *phubbing* bisa dijabarkan oleh penggabungan *fear of missing out* serta ketergantungan media sosial. Sehingga, hipotesis alternatif (H_1) yang mengatakan ada peranan *fear of missing out* serta ketergantungan media sosial terhadap perilaku *phubbing* remaja akhir pengguna *TikTok* di Jakarta terbukti diterima.

Temuan ini konsisten dengan penelitian Bin Gao dkk. (2023) yang menekankan bahwa perilaku *phubbing* terbentuk dari kombinasi *fear of missing out* dan adiksi/ketergantungan media sosial. Demikian didukung oleh Rifana, Florenta, & Aditya (2023) menemukan makin besar *fear of missing out* dan adiksi/ketergantungan media sosial, semakin besar kecenderungan individu melakukan *phubbing*. Penelitian Li Chiu dkk. (2021) juga menegaskan bahwa *fear of missing out* serta ketergantungan media sosial dengan bersamaan meningkatkan perilaku *phubbing*, yang memperkuat temuan penelitian ini bahwa kedua variabel tersebut saling melengkapi dalam menjelaskan *phubbing*.

Hal ini mengindikasikan bahwa remaja dengan tingkatan *fear of missing out* serta adiksi/ketergantungan media sosial yang tinggi biasanya lebih sering melakukan *phubbing*. Sebaliknya, remaja dengan tingkat rendah pada kedua variabel tersebut menunjukkan kecenderungan *phubbing* lebih rendah.

Hasil analisis juga menjelaskan bahwa adiksi media sosial memiliki kontribusi lebih besar dibandingkan dengan *fear of missing out*. Demikian bisa dijelaskan dari sifat media sosial khususnya *TikTok* yang dirancang untuk

bersifat adiktif melalui konten singkat, algoritma personalisasi, dan notifikasi berulang. Sementara itu, *fear of missing out* jadi pemicu awal yang mendorong individu mengakses media sosial untuk selalu berkaitan pada lingkungan digital supaya tidak merasa tertinggal yang pada akhirnya membentuk perilaku *phubbing*.

Secara simultan, kedua variabel mampu menjelaskan hampir 78% variasi perilaku *phubbing*, menegaskan bahwasannya *fear of missing out* serta ketergantungan media sosial saling melengkapi dalam membuat sikap tersebut. Fenomena ini nyata terlihat pada remaja akhir pengguna *TikTok* di Jakarta, di mana dorongan untuk terus mengikuti tren, konten viral, serta kebutuhan akan validasi sosial membuat mereka lebih sering menomorduakan interaksi nyata dengan orang di sekitarnya. Dengan demikian, *phubbing* bukan sekadar kebiasaan, melainkan cerminan dari dinamika psikologis dan sosial yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital serta budaya penggunaan media sosial yang intens di kalangan remaja akhir.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan perolehan analisa dan pembahasan, kesimpulannya ialah:

1. Adanya peran *fear of missing out* yang signifikan ke arah positif dalam membentuk perilaku *phubbing* remaja akhir pengguna *TikTok* di Jakarta. Remaja pada tingkatan *fear of missing out* yang besar akan terus mempunyai perasaan yang ingin selalu terikat dengan orang lain secara virtual, sehingga hubungan secara nyata sering kali terabaikan yang pada akhirnya meningkatkan perilaku *phubbing*.

2. Terdapat peran adiksi media sosial yang signifikan ke arah positif dalam membentuk perilaku *phubbing* remaja akhir pengguna *TikTok* di Jakarta. Remaja dengan tingkatan adiksi media sosial yang tinggi seringkali mengabaikan orang lain disekitarnya karena fokus pada media sosial yang sedang diakses, hal ini mengakibatkan hubungan interpersonal langsung menjadi berkurang yang pada akhirnya perilaku *phubbing* dominan dilakukan.
3. *Fear of missing out* dan ketergantungan media sosial memiliki peran yang signifikan dalam membentuk perilaku *phubbing* remaja akhir pengguna *TikTok* di Jakarta. Diantara keduanya, adiksi media sosial tampak menjadi faktor yang lebih dominan.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis berikan penghargaan mendalam dan terima kasih kepada seluruh responden, yaitu remaja akhir Jakarta yang sudah ikut berpartisipasi pada penelitian ini sehingga bisa terselesaikan dengan baik. Penghargaan yang mendalam juga disampaikan kepada Ibu Anizar Rahayu selaku *co-writer* yang telah memberikan kontribusi berharga dalam penulisan artikel jurnal ini. Penulis juga ucapkan terima kasih pada semua pihak berkaitan sudah membantu proses penelitian ini, sehingga penelitian ini bisa dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). *Social Media and The*

Fear of Missing Out: Scale Development and Assesment. Journal of Business Economic Research, 33-44

Adiningsing, V. D., & Ratnasari, L. (2024). Pengaruh fear of missing out terhadap perilaku *phubbing* pada remaja pengguna media sosial. *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 3(1).

Akbar, R. S., Aulya, A., Apsari, A., & Sofia, L. (2018). Ketakutan akan kehilangan momen (*fear of missing out*) pada remaja Kota Samarinda. *Jurnal Psikologi*, 7(2), 38–47.

Ali Rachman. (2021). *The Effcet of Social Media Addiction on Student Phubbing Behavior: International Journal of Social Science*, vol 4 issues 3

Al-Saggaf, Y., & O'Donnell, S.B. (2019). *The Role of State Boredom, State of Fear of Missing Out and State Loneliness in State Phubbing: Australasian Conference on Information Systems*, 214-221

Arya, M., & Dangri, K. (2023). *Fear of missing out and problematic mobile phone use as predictors of phubbing: A study on emerging adults. Journal of the Asiatic Society*, 97(2), 92.

Bin Gao., Yuanyuan Liu., Quanwei Shen., Changqin Fu., Weiyl Li., & Xu Li.(2023). *Why Cannot I Stop Phubbing? Boredom Proneness and Phubbing: A Multiple Mediation Model: Psychology Research Behavior Management*, vol 16

Chotpitayasunondh Varoth., & Douglas Karen M. (2016). *How Phubbing Become The Norm: The Antecedents and Consequence of Snubbing Via Smartphone: School of Psycology*

Chotpitayasunondh Varoth., & Douglas Karen M. (2018). *The Effect of "Phubbing" on Social*

- Interaction: Journal of Applied Social Psychology*, vol 48(6)
- David, M. E., & Roberts, J.A. (2017). *Phubbed and Alone: Phone Snubbing, Social Exclusion, and Attachment to Social Media*. *Journal of the Association for Consumer Research*
- Franchina, V., Vanden Abeele, M., Van Rooij, A. J., Lo Coco, G., & De Marez, L. (2018). *Fear of missing out as a predictor of problematic social media use and phubbing behavior among Flemish adolescents*. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(10), Article 2319.
- Frans, L. A., & Nugrahawati, E. N. (2024). Pengaruh *fear of missing out* terhadap perilaku *phubbing* Gen Z pengguna *TikTok* di Kota Bandung. *Psychology Science*, 4(1), 578–583.
- GoodStats. (2025). Goodstats.id. diakses melalui: <https://goodstats.id/article/mayoritas-generasi-z-menghabiskan-waktu-luang-dengan-media-sosial-KT9NM>
- Griffiths Mark D., & Kuss Daria J. (2017). *Adolescent Social Media Addiction*. *Education & Health*, vol 35 no 3
- Gupta, P., & Sekhar, A. (2024). *Fear of Missing Out, Social Media Addiction and Phubbing Behavior Among Young Adults: Inspa Journal of Applied and School Psychology*, vol 5 issues 114-119
- Istia, D. A., & Sovitriana, R. (2023). *Fear of missing out terhadap phubbing dengan social media addiction sebagai mediator di SMPK 3 Penabur Jakarta Pusat*. *Jurnal Psikologi Kreatif Inovatif*, 3(3).
- Jasa Internet Indonesia. <https://apjii.or.id>.diakses melalui: <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Karadag Engin., Tosuntas Sule Betul., Erzen Evren., Duru Pinar., Boston Nalan., Sahin Berrak Mizrak., Culha Ilkay., & Babadag Burcu. (2015). *Determinants of Phubbing, Which is The Sum of Many Virtual Addiction: A Structural Equation Model: Journal of Behavioral Addiction*, 4(20)
- Mahmudah, S. M., Rahayu, M., & Prasetyo, K. (2023). *Virtual identity in the use of TikTok for youth in Jakarta, Indonesia*. *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 9(2).Tanhan Fuat., Ozok Halil Ibrahim., & Tayiz Volkan. (2022). *Fear of Missing Out: Current Approach in Psychiatry*, 14(1):74-85
- Mei Sandrin Hura., Novendawati Wahyu Sitasari., & Yuli Asmi Rozali. (2021). Pengaruh *Fear of Missing Out* Terhadap Perilaku *Phubbing* Pada Remaja: *Jurnal Psikologi*, vol 19 no. 2
- Moqbel. M., & Kock. N. (2018). *Unveiling the dark side of social network sites: Personal and work-related consequences of social networking site addiction*. *Information & Management*, 55(1), 109-119.
- Muhibbu Abivian. (2022). Gambaran Perilaku *Phubbing* dan Pengaruhnya terhadap Remaja Pada Era *Society 5.0: Profesional, Empathy, Islamic Counseling Journal*, vol 5, no, 2, 155-164
- Nazir, T., & Bulut, S. (2019). *Phubbing and What Could Be Its Determinants: A Dugout of Literature Psychology*, 10, 819-829
- Oktafiana, V., & Noviana, R. (2024). Hubungan antara *fear of missing out*

- dengan adiksi media sosial pada penggemar *K-POP*. Jurnal Psikologi, 3(2), 98–112.
- Radio Republik Indonesia. Ini data statistik pengguna media sosial masyarakat Indonesia tahun 2024. RRI. Diakses melalui : <https://rri.co.id/iptek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024>.
- Rafinitia Aditia. (2021). Fenomena *Phubbing*: Suatu Degradasi Relasi Sosial Sebagai Dampak Media Sosial: Jurnal Sosial dan Humaniora
- Rahardja, W., Qomariyah, N., Andriani, I., Hermita, M., & Zanah, F. N. (2020). Adiksi media sosial pada remaja pengguna *Instagram* dan *WhatsApp*: Memahami peran *need fulfillment* dan *social media engagement*. Jurnal Psikologi Sosial, 18(1).
- Rifana, W. O., Florenta, T., & Aditya, A. M. (2023). *Fear of missing out* dan kecenderungan perilaku *phubbing* pada pengguna sosial media. Jurnal Psikologi Karakter, 3(1).
- Santrock, J.W. (2012). Life Span Development Jilid 1 (Ed. 13). Jakarta: Erlangga
- Sandjaja, S. S., & Syahputra, Y. (2019). *Has a Fear of Missing Out Contribute to Phubbing Among Students?*. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, vol 5, issues 6
- We Are Social. (2024). *Wearesocial.com*, diakses melalui: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- Youarti, I. E., & Hidayah, N. (2018). Perilaku *phubbing* sebagai karakter remaja generasi Z. Jurnal Fokus Konseling, 4(1), 143–152.