

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengalaman Intrapersonal

1. Pengertian Pengalaman Intrapersonal

Ritonga menyatakan pengalaman intrapersonal sebagai bagian dari proses komunikasi intrapersonal yang dialami individu dalam berkomunikasi pada diri sendiri, mengelola emosi, dan membuat refleksi terhadap pengalaman hidup. Indikator pengalaman ini melibatkan sensasi, persepsi, memori, dan berpikir yang terjadi dalam diri seseorang ketika berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Hasil dari dialog internal ini membentuk pola perilaku behaviorial yang konsisten dengan pemaknaan subjek terhadap realitas tersebut.²⁰

Dalam pandangan Ritonga, pengalaman intrapersonal bersifat subjektif dan deterministik. Artinya, efektivitas komunikasi interpersonal seseorang sangat ditentukan oleh kualitas pengalaman intrapersonalnya. Jika individu memiliki konsep diri yang positif dan pengolahan informasi yang jernih, maka perilaku komunikasi yang dihasilkan akan cenderung efektif.²¹

Pengalaman intrapersonal adalah peristiwa komunikasi di mana seseorang menjadi komunikator sekaligus komunikan bagi dirinya sendiri, menciptakan realitas internal yang menentukan cara ia bersikap di dunia luar. Kondisi tersebut dipengaruhi adanya fungsi psikologi komunikasi yang dikemukakan oleh Ritonga. Meliputi penerimaan stimulus, penafsiran

²⁰ Ritonga, M.H. *Psikologi Komunikasi*. (Perdana Publishing, 2019): hlm. 87.

²¹ *Ibid.*

makna, penyimpanan informasi, dan pengolahan keputusan.²²

Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada eksplorasi mendalam tentang bagaimana mahasiswa berkomunikasi dengan diri mereka sendiri dan memanfaatkan pemahaman diri untuk mengelola pengalaman FoMO. Pendekatan ini menempatkan subjek penelitian sebagai individu yang aktif dalam memaknai dan merespons pengalaman mereka, sesuai dengan paradigma kualitatif yang menekankan pada kedalaman makna subjektif.

2. Aspek Pengalaman Intrapersonal

Husni Ritonga menjelaskan bahwa komunikasi intrapersonal adalah akar dari seluruh proses komunikasi manusia. Sebelum seseorang berkomunikasi dengan orang lain, individu terlebih dahulu berkomunikasi dengan dirinya sendiri melalui pengolahan informasi. Pengalaman intrapersonal ini terdiri dari empat dimensi utama yang saling berkelanjutan, diantaranya:²³

a. Sensasi

Sensasi merupakan tahap paling awal dalam penerimaan informasi. Secara teoritis, sensasi adalah proses menangkap stimuli melalui alat indera (mata, telinga, hidung, kulit, dan lidah). Ritonga menekankan bahwa sensasi menghubungkan organisme dengan lingkungannya. Dalam dimensi ini, kualitas informasi yang diterima sangat bergantung pada ambang batas indrawi individu dan intensitas

²² Ritonga, M.H (2019). *Psikologi Komunikasi*. Perdana Publishing, hlm. 87

²³ *Ibid.* h. 30.

stimulus yang masuk.

b. Persepsi

Persepsi adalah aspek yang memberikan makna terhadap alat indera setelah menerima stimuli dari sensasi. Ritonga menyebutkan bahwa persepsi bukan sekadar rekaman objek, melainkan interpretasi aktif.

c. Memori

Memori sistem yang sangat berstruktur, yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing perilakunya. Memori berperan sebagai gudang penyimpanan informasi yang telah diproses. Dalam komunikasi intrapersonal, memori sangat krusial karena ia menyediakan data referensi untuk membandingkan informasi baru dengan informasi lama. Memori terbagi menjadi ingatan jangka pendek atau *short-term memory* dan memori jangka panjang atau *long-term memory*.

d. Berpikir

Berpikir merupakan dimensi puncak dari pengalaman intrapersonal. Berpikir dilakukan untuk memahami realitas dalam rangka mengambil keputusan, memecahkan persoalan, dan menghasilkan sesuatu yang baru. Ritonga menjelaskan bahwa dalam proses berpikir, individu melakukan manipulasi atau transformasi simbol-simbol, ide, dan visualisasi untuk mencapai suatu kesimpulan atau tindakan tertentu.

3. Proses Pengalaman Intrapersonal

Penjelasan dari Husni Ritonga mengenai pengalaman intrapersonal tidak muncul begitu saja. Tetapi pengalaman tersebut dibentuk melalui proses pengolahan informasi di dalam diri individu-mulai dari sensasi hingga berpikir. Dalam proses ini Ritonga menjelaskan:²⁴

a. Tahap Penerimaan (Sensasi)

Proses dimulai ketika alat indera manusia menangkap berbagai stimulus dari lingkungan luar. Secara teknis, sensasi adalah energi fisik yang diubah menjadi impuls saraf. Dalam pengalaman intrapersonal, sensasi adalah gerbang utama; tanpa adanya kemampuan indera untuk menangkap rangsangan, tidak akan ada informasi yang dapat diproses lebih lanjut oleh individu.

b. Tahap Pengelolaan (Persepsi)

Setelah rangsangan diterima, otak mulai mengorganisasikan dan menginterpretasikan data tersebut. Tahap persepsi adalah proses di mana individu memberikan makna pada sensasi yang ditangkap. Menurut Ritonga, persepsi sangat dipengaruhi oleh faktor internal individu seperti ekspektasi, motivasi, dan kondisi psikologis saat itu. Hal inilah yang menyebabkan dua individu berbeda dapat memiliki pengalaman intrapersonal yang berbeda meskipun menerima stimulus yang sama.

²⁴ Ritonga, M.H. *Psikologi Komunikasi*. (Perdana Publishing, 2019): h. 30.

c. Tahap Penyimpanan dan Pemanggil (Memori)

Informasi yang telah diberi makna kemudian akan berinteraksi dengan sistem memori. Memori dalam proses intrapersonal berfungsi sebagai "perpustakaan internal". Informasi baru akan disimpan dan di saat yang bersamaan, individu akan memanggil kembali pengalaman-pengalaman masa lalu untuk membandingkan atau memperkuat informasi yang baru masuk tersebut.

d. Tahap Berpikir (Thinking)

Tahap puncak dari proses ini adalah berpikir. Setelah informasi dipersepsikan dan dikaitkan dengan memori, individu akan melakukan pengolahan secara aktif. Berpikir melibatkan proses manipulasi simbol, pengujian ide, dan dialog dengan diri sendiri. Pada tahap ini, individu melakukan evaluasi terhadap informasi tersebut untuk kemudian menentukan sikap, memecahkan masalah, atau mengambil keputusan tindakan.

Keempat komponen ini bekerja secara koperhensif ketika individu meresponnya dan proses yang dilalui itu menjadikan pengalaman intrapersonal. Dalam menjelaskan proses di atas, Ritonga menekankan tidak selalu berakhir dalam berpikir. Tetapi hasil dari berpikir seringkali menjadi persepsi baru yang masuk kembali ke dalam sistem saraf, ini terjadi pada waktu yang singkat "per-mili sekian detik".²⁵

²⁵ Ritonga, M.H. *Psikologi Komunikasi*. (Perdana Publishing, 2019): h. 30

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

Menurut Husni Ritonga, keakuratan dan kedalaman pengalaman intrapersonal seseorang saat memproses informasi sangat ditentukan oleh dua kelompok faktor utama, yaitu faktor fungsional dan faktor struktural, yang kemudian berkembang dalam aspek personal dan situasional.²⁶

a. Faktor Fungsional (personal)

Faktor fungsional adalah faktor yang berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu, dan hal-hal lain termasuk yang disebut sebagai karakteristik psikologis individu. Faktor ini meliputi:

- 1) Kebutuhan atau bisa disebut *Needs*, individu cenderung memproses informasi yang berhubungan dengan kebutuhannya saat itu.
- 2) Pengalaman masa lalu menekankan cara kita mempersepsi sesuatu sangat dipengaruhi oleh apa yang telah kita pelajari sebelumnya. Memori tentang peristiwa serupa di masa lalu akan mengarahkan bagaimana otak memberikan makna pada informasi baru.
- 3) Kerangka rujukan adalah standar atau tolok ukur yang dimiliki seseorang dalam pikirannya. Kerangka rujukan ini terbentuk dari pendidikan, budaya, dan lingkungan sosial individu.
- 4) Kondisi emosional menentukan keadaan perasaan individu saat menerima stimulus memengaruhi proses berpikir. Emosi yang

²⁶ Ritonga, M.H. *Psikologi Komunikasi*. (Perdana Publishing, 2019): h. 30

tidak stabil dapat mendistorsi persepsi dan memperumit pengambilan keputusan dalam diri, begitu pula sebaliknya.

b. Faktor Struktural (Situasional)

Faktor struktural berasal dari sifat stimulus fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu. Faktor ini meliputi:²⁷

- 1) Intensitas stimulus semakin kuat atau mencolok jika sebuah stimulus (warna yang terang, suara yang keras, frekuensi yang sering didengar), akan semakin besar kemungkinannya untuk melewati tahap sensasi dan diproses lebih lanjut.
- 2) Hukum kedekatan dan kesamaan pada penjelasan Ritonga, mengadopsi prinsip psikologi Gestalt di mana manusia cenderung mengelompokkan stimuli yang memiliki kemiripan atau kedekatan posisi menjadi satu makna tertentu.
- 3) Konteks atau lingkungan situasi fisik di mana individu berada saat proses intrapersonal terjadi. Lingkungan yang bising atau penuh tekanan akan memengaruhi kualitas berpikir dan memori seseorang.

B. *Fear of Missing Out* (FoMO)

1. Pengertian *Fear of Missing Out* (FoMO)

Fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) secara historis memiliki dua tokoh penting yang perlu dibedakan: pencetus akronim dan peneliti akademisnya. Akronim populer FoMO pertama kali dicetuskan dan dipublikasikan oleh Patrick J. McGinnis pada tahun 2004 dalam sebuah

²⁷ Ritonga, M.H. *Psikologi Komunikasi*. (Perdana Publishing, 2019): h. 60

artikel opini di koran mahasiswa *Harvard Business School, The Harbus*.²⁸

McGinnis menggunakan istilah tersebut untuk mendeskripsikan perasaan cemas karena melewatkan pengalaman yang lebih baik. Namun, secara substansi fenomena psikologis yang mendasari FoMO adalah kecenderungan untuk merasakan ketidakpuasan dan kekhawatiran karena merasa melewatkan kesempatan sebenarnya. Pada tahun 1996 Dr. Dan Herman adalah ahli strategi pemasaran kala itu, ia mengidentifikasi dan mempelajari secara akademisi lebih dahulu serta melakukan penelitian awal mengenai konsep ini pada tahun 1996 dan mempublikasikan temuannya dalam jurnal akademik pada tahun 2000.²⁹ Dengan demikian, McGinnis berperan dalam popularisasi istilah, sementara Herman menjadi pionir dalam analisis akademik fenomena tersebut.

Fear of missing out (FoMO) dalam konteks pertama kali dipelajari secara ilmiah oleh Przybylski dan timnya. Mereka menjelaskan FoMO sebagai rasa cemas yang muncul ketika kita takut orang lain sedang mengalami hal-hal menarik sementara kita tidak ikut merasakannya. Biasanya ditandai dengan keinginan terus-menerus untuk tahu apa yang sedang dilakukan orang lain. Dalam penelitian ini, teori FoMO membantu kita memahami mengapa mahasiswa psikologi Islam merasa cemas saat melihat aktivitas, prestasi, atau gaya hidup teman-teman mereka di Instagram. Teori ini mengatakan bahwa FoMO muncul karena ada tiga

²⁸ McGinnis, P. J. *Social Theory at HBS: McGinnis' Two FOs*. (The Harbus, p. 3. 2004, May 10).

²⁹ Herman, D. *Marketing the Feeling of Wholeness: The Complementary Roles of Brand*. (The Journal of Brand Management, vol. 7 no. 5, 2000): h. 313–324.

kebutuhan dasar yang tidak terpenuhi yaitu kemandirian, kemampuan, dan hubungan dengan orang lain.³⁰

Fear of missing out adalah perasaan takut atau cemas kehilangan pengalaman menarik yang sedang dialami orang lain. Kondisi ini muncul ketika kita merasa ada kesenjangan antara hidup kita dengan hidup orang lain, yang akhirnya membuat kita cemas dan tidak nyaman. Kunci pembeda dari penggunaan instagram yang normal dan adaktif berkaitan dengan efek negatif dan penggunaan yang tidak terkontrol dan kompulsif pada media sosial. Individu yang tidak merasa risau ketika dirinya tidak menggunakan instagram maka individu tersebut dapat mengontrol dirinya membagi waktu dengan kegiatan atau dapat mengontrol dirinya terhadap adiksi instagram. Meskipun kebanyakan individu menghabiskan banyak waktu untuk menggunakan instagram tidak serta merta individu termasuk kategori *Fear of Missing Out*.³¹ Oleh karena itu, menggali sudut pandang pengalaman intrapersonal pada mahasiswa psikologi Islam dalam konteks memahami dan mengelola FoMO menjadi penting untuk menjaga keseimbangan mental, terutama di era digital yang serba mudah dan cepat.

2. Ciri-Ciri *Fear Of Missing Out*

Przybylsky mengidentifikasi beberapa karakteristik FoMO, diantaranya:

- a. Kekhawatiran terus-menerus: Individu merasa bahwa teman-teman atau orang lain sedang menjalani kehidupan yang lebih memuaskan,

³⁰ Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. *Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out*. (Computers in human behavior, vol. 29 no. 4, 2013).

³¹ *Ibid*.

lebih seru, atau lebih bermakna daripada yang sedang ia jalani saat itu.

- b. Penggunaan media sosial yang berlebihan: FoMO sangat erat kaitannya dengan perilaku di dunia digital. Contoh ciri yang dapat dilihat adalah sering memeriksa notifikasi pada saat makan, langsung terbangun dari tidur, atau bahkan saat berkendara. Merasakan gelisah jika tidak bisa mengakses media sosial dalam waktu singkat.
- c. Kebutuhan untuk Tetap Terhubung: Dorongan kuat untuk selalu update dengan informasi terkini.
- d. Perbandingan Sosial: Membandingkan kehidupan sendiri dengan kehidupan orang lain yang terlihat di media sosial.

Penelitian di Universitas Islam Riau menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa, dengan kontribusi sebesar 47,3%. Ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat FoMO seseorang, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk mengalami kecanduan media sosial.³²

FoMO sering muncul sebagai reaksi terhadap ketidakpuasan pada kebutuhan dasar psikologis sebagai hubungan atau pengakuan diri, dan menurut riset lebih rentan terjadi pada masa usia remaja serta masa dewasa awal. Fenomena ini sering kali menghasilkan efek pada kesejahteraan mental, seperti tekanan, kehilangan, serta perasaan terasing ketika seseorang tidak menyadari atau terlibat dalam pengalaman yang dialami oleh lingkungan

³² Salwa Nafisa, *Hubungan antara Fear of Missing Out (FoMO) dengan Kecanduan Media Sosial pada Mahasiswa Universitas Islam Riau*, Skripsi (Pekanbaru: Universitas Islam Riau, 2021): h. 68.

sosialnya.³³

3. Aspek *Fear Of Missing Out*

Fear of missing out bila dipandang dari perspektif kognitif dapat secara khusus mempengaruhi mahasiswa Psikologi Islam dalam proses akademisi dan batiniah. Mahasiswa studi program ini memiliki keistimewaan karena mereka mempelajari psikologi modern sekaligus mendalami perspektif Islam dalam memahami jiwa dan perilaku manusia. Hal ini sangatlah kompleks bagi mahasiswa psikologi Islam karena bisa menjadi pedang bermata dua dalam menghadapi FoMO.

Menurut Przybylski, terdapat skala ukur FoMO dalam pengembangannya. Membagi fenomena FoMO ke dalam dua aspek utama yang saling berkaitan. Aspek ini menjelaskan mengapa seseorang merasa cemas dan bagaimana kecemasan itu bermanifestasi dalam perilaku. Aspek-aspek *fear of missing out* ini mencakup:³⁴

a. Aspek Kognitif

Aspek ini berkaitan dengan apa yang terjadi di dalam pikiran individu. Ini adalah bentuk kecemasan internal atau persepsi seseorang terhadap situasi sosialnya. Seperti, keyakinan akan adanya pengalaman yang sangat berharga, perasaan akan tertinggal, dan perbandingan sosial.

b. Aspek Perilaku

Aspek ini adalah manifestasi nyata atau tindakan yang diambil oleh

³³ Stead, H., Bibby, P. A., & Rigby, M. *Fear of Missing Out (FoMO): The role of impulsivity and social media engagement in non-suicidal self-injury*. (Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, vol. 22 no. 9, 2019): h. 608-613.

³⁴ Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. *Motivational, Emotional, and behavioral correlates of Fear of Missing Out*. (Computers in Human Behavior, 2013).

individu untuk meredakan kecemasan kognitif di atas. Dorongan untuk terus terhubung akan adanya kebutuhan kompulsif untuk selalu memperbarui informasi atau yang sering disebut *update-to-date* tentang apa yang dilakukan orang lain melalui media sosial atau alat komunikasi lainnya. Pengecekan berulang-ulang dengan memeriksa secara berulang-ulang, bahkan disituasi tidak tepat seperti saat belajar, makan, berkendara, atau tengah di tengah percakapan langsung dengan orang lain. Ketergantungan pada validasi sosial untuk berusaha selalu hadir secara digital agar tetap dianggap sebagai bagian kelompok dan tidak melewatkan tren apapun.

Przybylski menjelaskan bahwa aspek-aspek ini biasanya muncul ketika seseorang mengalami rendahnya tingkat kepuasan terhadap tiga kebutuhan dasar manusia. Diantara tiga kebutuhan dasar manusia ini meliputi otonomi, kompetensi, dan keterikatan (*relatedness*).³⁵

4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi *Fear Of Missing Out*

Faktor kebutuhan psikologis dasar (*basic psychological needs*) yang mempengaruhi adanya *fear of missing out* (FoMO) yang dikemukakan oleh Przybylski diantaranya adalah:³⁶

a) *Relatedness*

Keterhubungan individu akan dorongan kuat dengan individu lain untuk menjadi bagian dari kelompok dan dapat diterima oleh kelompok. Karena mahasiswa terus mencari validasi dan koneksi di instagram,

³⁵ Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. *Motivational, Emotional, and behavioral correlates of Fear of Missing Out*. (Computers in Human Behavior, 2013).

³⁶ *Ibid*.

mereka mungkin lebih rentan terhadap FoMO.

b) Competence

Kebutuhan untuk merasa efektif dan mampu. Jika seseorang merasa kurang kompeten atau kurang populer dengan yang lainnya di instagram, ini dapat memicu FoMO.

c) Autonomy

Kebutuhan rasa untuk memiliki kendali diri sendiri atas pilihan dan tindakan. Jika penggunaan instagram menjadi kompulsif karena FoMO, otonomi bisa terganggu. Kebutuhan otonomi atau *self* adalah suatu kesadaran yang dimiliki individu mengenai keberadaan serta fungsi dari dirinya, kesadaran tersebut diperoleh dari pengalaman yang dimiliki individu ketika terlibat sebagai subjek maupun objek.

Adapun faktor kognitif internal berupa pola pikir negatif, kecemasan, serta kebutuhan psikologis yang tidak terpenuhi. Hal ini memicu munculnya FoMO karena individu merasa kurang aman secara emosional dan sosial, sehingga berusaha mencari keterhubungan dan pengakuan dari lingkungannya agar tidak merasa terasing atau kehilangan sesuatu yang penting. Berikut faktor kognitif internal yang dipengaruhi oleh FoMO yaitu:³⁷

a. Pola pikir negatif dan rumination

- Kecenderungan berpikir berulang tentang hal-hal yang dilewatkan.

³⁷ Al Farisi, S. Y., Arpandy, G. A., & Fitriah, A. *Hubungan Antara Fear of Failure dengan Perfeksionisme pada Mahasiswa*. (Jurnal Psikologi, vol. 1 no. 4, 2024).

- *Catastrophic thinking* tentang konsekuensi tidak mengikuti aktivitas tertentu.
- *Cognitive* bias dalam mempersepsikan kehidupan orang lain sebagai lebih baik.

b. Perfeksionisme dan standar yang tidak realistis

- Ekspektasi yang terlalu tinggi terhadap diri sendiri.
- Ketakutan akan kritik atau penilaian negatif dari orang lain.
- Keinginan untuk selalu tampil sempurna di media sosial.

Sedangkan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi *fear of missing out* (FoMO) ialah :³⁸

a. Fitur dan Rancangan Instagram

Instagram adalah platform media sosial yang dirancang untuk berbagi foto dan video dengan fokus kuat pada visual, yang terus berevolusi dengan berbagai fitur baru. Pada 2025, Instagram menghadirkan beberapa fitur dan perubahan rancangan yang signifikan untuk meningkatkan pengalaman penggunanya, ini diantaranya adalah:³⁹

2) Karakteristik Visual dan Kurasi Konten

Platform di instagram sangat berfokus pada visual, di mana para pengguna sering memposting momen-momen terbaik yang telah dikurasi. Hal ini menimbulkan kesan adanya kehidupan yang ideal sehingga dapat memicu perbandingan sosial.

³⁸ Jurnal Arjuna: *Publikasi Ilmu Pendidikan*, (Bahasa dan Matematika, Vol. 2 No. 1 Februari 2024).

³⁹ Temp.co. *Cara Kerja Algoritma Instagram 2025*, 21 Mei 2025.

3) Algoritma

Algoritma instagram dibuat untuk mengoptimalkan interaksi, merupakan penampilan konten dengan *impact* besarnya akan membuat pengguna tetap *scrolling* dan melihat apa yang dilakukan orang lain.

4) Notifikasi

Notifikasi yang menandakan pemberitahuan mengenai kegiatan teman (*like, coment, atau new post*) dapat membangkitkan keinginan untuk selalu memeriksa aplikasi, mempertkuat FoMO.

b. Tekanan Sosial dan Lingkungan

Tekanan sosial berasal dari kebutuhan individu untuk diterima dalam kelompok sosial dan takut dicemooh atau ditinggalkan jika tidak mengikuti norma atau tren yang sedang berkembang. Dalam konteks media sosial, tekanan ini semakin kuat karena individu dapat terus-menerus membandingkan dirinya dengan orang lain yang menunjukkan kehidupan atau pengalaman yang tampak lebih menyenangkan dan sukses. Tekanan ini meliputi seperti:

1) Lingkaran Sosial

Saat teman-teman atau lingkungan sekitar rutin membagikan dan mendiskusikan kegiatan di instagram, muncul tekanan untuk berpartisipasi agar tidak terasing.⁴⁰

⁴⁰ Temp.co. *Cara Kerja Algoritma Instagram 2025*, 21 Mei 2025.

2) Tren dan Gaya Hidup

Munculnya tren tertentu misalnya, tempat nongkrong yang sedang hits ataupun hangout populer, produk terbaru yang banyak digemari, dan event yang viral di instagram. Ini dapat memicu dorongan implusif untuk terus *up-to-date* (tidak ketinggalan).

3) Usia

Mahasiswa (terutama usia dewasa awal) biasanya mengalami fase eksplorasi identitas dan interaksi sosial, sehingga membuat mereka mudah terpengaruh oleh FoMO.

5. Dampak FoMO pada Mahasiswa

Penelitian di Indonesia mengidentifikasi berbagai dampak negatif FoMO diantaranya:⁴¹

a. Dampak Psikologis

- Stres dan kecemasan meningkat
- Penurunan kesejahteraan psikologis
- Gangguan konsentrasi belajar
- Ketidakpuasan hidup

b. Dampak Perilaku

- Kecanduan media sosial
- Gangguan tidur karena sering mengecek smartphone sebelum tidur

⁴¹ Cahyadi, A. *Gambaran Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) pada Generasi Z di Kalangan Mahasiswa*. (Jurnal Widya Warta, vol. 2, 2021): h. 146–154.

- Penurunan produktivitas akademik
- Kesulitan menjalin hubungan interpersonal yang mendalam

c. Dampak Fisik

- Gangguan pola tidur
- Kelelahan mata (eye strain)
- Postur tubuh yang buruk akibat terlalu lama menggunakan smartphone.