



PENGARUH *JOY OF MISSING OUT (JOMO)* TERHADAP KUALITAS KOMUNIKASI INTERPERSONAL GENERASI Z DI ERA DIGITAL

Dina Juniar Anggraini¹, Luna Aprilia Malik², Trikanti³

Fakultas Psikologi, Universitas Gunadarma^{1,3}

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma²

Jl. Margonda raya No 100, Depok, Jawa Barat

dinajuniaranggraini@staff.gunadarma.ac.id¹, lunamalik169@gmail.com²,

trikanti@staff.gunadarma.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Joy of Missing Out (JOMO) on the quality of interpersonal communication of Generation Z in the digital era. The concept of JOMO serves as an alternative to counteract Fear of Missing Out (FOMO) by encouraging mindfulness, balance, and intentional disconnection from digital activities to enhance personal and relational well-being. The research employed a quantitative method, with data collected through an online questionnaire distributed to 100 Generation Z respondents in the Tangerang Regency. The independent variable in this study is JOMO, represented by indicators such as the intensity of JOMO and selectivity in digital activities. The dependent variable is the quality of interpersonal communication, which encompasses indicators of empathy, communication depth, and emotional connection. Data analysis included validity and reliability tests, classical assumption tests, simple linear regression, and hypothesis testing. The results show a significant positive impact of JOMO on the quality of interpersonal communication among Generation Z in the digital era. These findings demonstrate that the practice of JOMO not only enhances individual mental well-being but also strengthens interpersonal relationships by fostering meaningful and deep connections. This research offers practical recommendations for Generation Z to cultivate healthier relationships amidst rapid digitalization. Moreover, it provides a theoretical contribution to understanding the balance between digital use and interpersonal communication in the digital era. Future studies are encouraged to explore diverse variables and adopt mixed-methods approaches to deepen insights into this contemporary issue.

Keywords: *Joy of Missing Out (JOMO), Generation Z, Interpersonal Communication Quality, Digital Era, Fear of Missing Out (FOMO)*

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan aspek mendasar dalam kehidupan manusia, memungkinkan individu untuk bertukar informasi, membangun hubungan sosial, serta menggerakkan orang lain untuk melakukan suatu tindakan (DeVito dalam Anggraini dkk., 2022). Dengan perkembangan teknologi digital, pola komunikasi manusia mengalami perubahan yang signifikan. Teknologi digital memungkinkan interaksi tanpa batas ruang dan waktu, tetapi juga menimbulkan tantangan dalam mempertahankan kualitas komunikasi interpersonal (Roberts & David, 2020).



Generasi Z yang lahir antara tahun 1997-2012 merupakan generasi pertama yang sejak kecil tumbuh dengan teknologi digital (Firamadhina & Krisnani, 2021). Generasi ini memiliki pola komunikasi yang sangat bergantung pada media digital, baik untuk bersosialisasi, mencari informasi, maupun menyelesaikan tugas akademik. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik Kabupaten Tangerang (2024), Generasi Z menyumbang sekitar 24,21% dari total populasi, setara dengan 573.972 jiwa. Dengan jumlah yang besar, generasi ini memainkan peran penting dalam dinamika sosial dan ekonomi, sehingga penting untuk memahami bagaimana teknologi digital mempengaruhi pola komunikasi interpersonal mereka.

Meskipun teknologi digital memberikan manfaat seperti efisiensi komunikasi dan akses informasi yang lebih cepat, penggunaan yang berlebihan juga menimbulkan dampak negatif. Liputan6 (2024) mencatat bahwa Generasi Z menghadapi risiko kecanduan media digital, yang dapat mengurangi kualitas interaksi sosial langsung dan meningkatkan tingkat stres serta kecemasan. Pew Research Center (2022) melaporkan bahwa 70% remaja dari berbagai latar belakang mengalami kecemasan dan depresi akibat tekanan sosial serta ketergantungan terhadap media digital.

Dalam konteks ini, konsep *Joy of Missing Out (JOMO)* muncul sebagai respon terhadap *Fear of Missing Out (FOMO)*, yaitu fenomena ketakutan akan kehilangan informasi atau momen sosial penting (Przybylski et al., 2013). *JOMO* mengajarkan individu untuk lebih fokus pada kehidupan nyata, mengurangi ketergantungan pada media digital, serta meningkatkan kualitas hubungan interpersonal (Crook, 2014). Penerapan *JOMO* diharapkan dapat membantu Generasi Z menemukan keseimbangan antara dunia digital dan interaksi sosial secara langsung.

Penelitian oleh Roberts & David (2020) menunjukkan bahwa *JOMO* berhubungan positif dengan peningkatan kesejahteraan mental dan kualitas komunikasi interpersonal. Dengan berkurangnya interaksi dalam aktivitas digital yang tidak produktif, individu dapat lebih fokus dalam membangun hubungan sosial yang lebih bermakna. Newport (2019) dalam bukunya *Digital Minimalism* juga menekankan bahwa penggunaan teknologi secara bijak dapat meningkatkan keterlibatan emosional dan kualitas interaksi interpersonal.

Meskipun studi mengenai *JOMO* telah banyak membahas dampaknya terhadap kesehatan mental, penelitian yang secara spesifik mengeksplorasi pengaruh *JOMO* terhadap kualitas komunikasi interpersonal Generasi Z masih terbatas (Barry et al., 2023). Selain itu, penelitian terdahulu lebih banyak fokus pada pengalaman *JOMO* dalam konteks kehidupan offline, sedangkan dampaknya terhadap pola komunikasi digital belum banyak dikaji (Chan et al., 2022). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi parsel tersebut dengan menganalisis bagaimana *JOMO* mempengaruhi komunikasi interpersonal Generasi Z di era digital.

Dengan memahami hubungan antara *JOMO* dan komunikasi interpersonal, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi Generasi Z dalam mengelola interaksi sosial mereka dengan lebih sehat dan seimbang di tengah pesatnya digitalisasi.

TINJAUAN PUSTAKA

a. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah pertukaran pesan antara dua individu yang berinteraksi secara verbal maupun nonverbal dalam suatu hubungan sosial (DeVito, 1992). Komunikasi ini bersifat dialogis, memungkinkan adanya umpan balik langsung dan membentuk keterhubungan emosional antara individu.

Efektivitas komunikasi interpersonal dipengaruhi oleh lima faktor utama: keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), dukungan (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*) (Devito, 1997). Faktor-faktor ini menentukan sejauh mana individu dapat berkomunikasi secara efektif dan membangun hubungan yang sehat

b. *Joy of Missing Out (JOMO)*

JOMO merupakan konsep yang muncul sebagai respons terhadap *Fear of Missing Out (FOMO)*. Jika *FOMO* mencerminkan ketakutan akan ketinggalan, *JOMO* justru menekankan kebahagiaan dalam menikmati kehidupan tanpa tekanan sosial media digital (Aranda & Baig, 2018). Individu yang menerapkan *JOMO* cenderung lebih fokus pada kehidupan nyata dan memiliki kualitas komunikasi interpersonal yang lebih baik.

JOMO terbagi dalam dua dimensi utama:

1. Intensitas *JOMO*, yaitu sejauh mana individu memilih untuk melepaskan diri dari media digital demi kesejahteraan psikologis.
2. Selektivitas dalam Aktivitas Digital, yaitu bagaimana individu lebih bijak dalam menggunakan media digital untuk aktivitas yang lebih bermakna (Crook, 2014)

c. Generasi Z

Generasi Z (lahir 1997-2012) merupakan generasi yang tumbuh di era digital, sehingga pola komunikasi mereka sangat dipengaruhi oleh teknologi (Firamadhina & Krisnani, 2020). Generasi ini lebih nyaman berkomunikasi melalui media digital dibandingkan dengan interaksi tatap muka, yang dapat berpengaruh terhadap kualitas komunikasi interpersonal mereka.

Meskipun memiliki keunggulan dalam keterampilan teknologi, Generasi Z juga menghadapi tantangan dalam menjaga keseimbangan antara dunia digital dan kehidupan nyata. Penelitian Pew Research Center (2022) menunjukkan bahwa 70% remaja Generasi Z mengalami kecemasan dan stres akibat tekanan digital, yang mengarah pada meningkatnya kebutuhan akan strategi seperti *JOMO* untuk mengelola kesejahteraan mental mereka

d. Media Digital

Media digital adalah sarana komunikasi berbasis teknologi yang memungkinkan interaksi tanpa batas geografis. Perkembangan media sosial, aplikasi perpesanan, dan platform berbasis video telah mengubah pola komunikasi interpersonal, sering kali mengarah pada interaksi yang lebih dangkal dan cepat berlalu (Newport, 2019).

Meskipun media digital memberikan kemudahan dalam komunikasi, penggunaan berlebihan dapat mengurangi keterhubungan emosional dalam komunikasi interpersonal. Oleh karena itu, konsep JOMO menjadi penting untuk membantu individu, terutama Generasi Z, dalam menyeimbangkan interaksi digital dan kehidupan sosial secara lebih sehat

e. Teori *Self-Determination*

Teori *Self-Determination* dikembangkan oleh Edward L. Deci dan Richard M. Ryan (1985) dan berfokus pada motivasi manusia serta bagaimana individu mencapai kesejahteraan psikologis melalui perilaku yang didorong oleh motivasi intrinsik (internal) dibandingkan dengan motivasi ekstrinsik (pengaruh eksternal).

Teori ini menjelaskan bahwa manusia memiliki tiga kebutuhan psikologis dasar yang memotivasi mereka untuk berkembang dan berfungsi secara optimal:

1. Autonomy (Otonomi) – Kebutuhan untuk memiliki kontrol atas tindakan dan keputusan sendiri.
2. Competence (Kompetensi) – Kebutuhan untuk merasa mampu dan efektif dalam menjalani aktivitas.
3. Relatedness (Keterhubungan Sosial) – Kebutuhan untuk memiliki hubungan yang bermakna dengan orang lain (Ryan & Deci, 2004).

Ketika ketiga kebutuhan ini terpenuhi, individu cenderung mengalami kesejahteraan psikologis yang lebih baik, sedangkan jika tidak terpenuhi, mereka dapat mengalami stres, kecemasan, atau ketidakpuasan hidup.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey untuk mengukur pengaruh *Joy of Missing Out (JOMO)* terhadap kualitas komunikasi interpersonal Generasi Z di era digital. Populasi penelitian adalah Generasi Z berusia 18-25 tahun yang aktif menggunakan media digital di kabupaten Tangerang, dengan teknik *random sampling* untuk mendapatkan sampel yang representatif.

Variabel X (*JOMO*) diukur menggunakan dua indikator utama yaitu intensitas *JOMO* dan selektivitas digital (Crook, 2014). Variabel Y (Kualitas Komunikasi Interpersonal) diukur menggunakan tiga indikator utama yaitu empati, kedalaman komunikasi dan keterhubungan emosional (Devito, 2019). Respon dari kedua alat ukur tersebut diukur menggunakan skala likert 1-5 dengan pilihan jawaban 1=Sangat tidak setuju s/d 5=Sangat setuju.

HASIL DAN DISKUSI

a. Hasil

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner berbasis skala Likert kepada 100 responden dari Generasi Z yang aktif menggunakan media digital dan dianalisis menggunakan

uji statistik dalam SPSS versi 26, didapatkan mayoritas responden berusia 19-22 tahun (81,4%), dengan perbandingan laki-laki (57,6%) dan perempuan (42,4%).

Adapun dalam hasil analisis deskriptif variabel, dapat diketahui bahwa pada variabel *Joy of Missing Out (JOMO)*, responden menunjukkan bahwa 33,3% sangat setuju bahwa *JOMO* membantu mereka mengalokasikan waktu lebih berkualitas dalam komunikasi interpersonal. Selain itu, 41,4% responden menyatakan sangat setuju bahwa selektivitas dalam aktivitas digital membantu mereka memperkuat keterhubungan emosional.

Tabel 1: Hasil Analisis Deskriptif Variabel

Variabel	Indikator	Kategori Responden (%)				
		SS	S	N	TS	STS
Joy of Missing Out (JOMO) (X)	Intensitas JOMO	33,3%	38,4%	13,2%	4,2%	0,9%
	Selektivitas dalam Aktivitas Digital	41,4%	32,1%	9,9%	18,6%	1,5%
Kualitas Komunikasi Interpersonal (Y)	Kedalaman Komunikasi	46,5%	33,3%	8,4%	1,5%	0,3%
	Empati	42,3%	41,4%	5,7%	0,6%	0%
	Keterhubungan Emosional	39,0%	42,6%	6,6%	2,4%	0,6%

Berdasarkan Tabel 1 dapat disimpulkan bahwa Joy of Missing Out (JOMO) berperan dalam meningkatkan kualitas komunikasi interpersonal. Mayoritas responden setuju (S) atau sangat setuju (SS) bahwa intensitas JOMO membantu mereka mengalokasikan waktu lebih berkualitas (33,3% SS, 38,4% S). Selektivitas dalam aktivitas digital juga tinggi, dengan 41,4% responden sangat setuju bahwa hal ini membantu mereka lebih fokus pada interaksi bermakna.

Kualitas Komunikasi Interpersonal meningkat dengan JOMO dengan melihat pada indikator kedalaman komunikasi meningkat dengan 46,5% responden sangat setuju bahwa mereka mengalami interaksi yang lebih bermakna setelah menerapkan JOMO. Empati juga meningkat, dengan 42,3% sangat setuju bahwa mereka lebih mudah memahami perasaan orang lain. Keterhubungan emosional meningkat, dengan 39% sangat setuju bahwa mengurangi interaksi digital yang tidak perlu membuat mereka lebih dekat secara emosional dengan orang lain.

Dalam hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan variabel X dan Y memiliki nilai r hitung $>$ r tabel (0,1654). Hal ini berarti semua item dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian ini. Sementara pada uji reliabilitas didapatkan Nilai Cronbach's Alpha untuk variabel X adalah 0,789 dan variabel Y adalah 0,846. Keduanya memenuhi kriteria reliabel (nilai lebih besar dari 0,6), sehingga kuesioner dapat diandalkan untuk mengukur kedua variabel.

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik, didapatkan hasil uji Normalitas yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,184. Karena nilai ini lebih besar dari batas kritis 0,050, dapat disimpulkan bahwa data dari 100 responden dalam penelitian ini terdistribusi secara normal. Normalitas distribusi data ini memastikan bahwa model regresi yang akan

digunakan memenuhi syarat dasar asumsi statistik, sehingga analisis lanjutan dapat dilakukan dengan valid.

Selain itu, uji linearitas juga dilakukan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Nilai signifikansi didapatkan sebesar 0,205. Nilai ini lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel X (*Joy of Missing Out*) dan variabel Y (Kualitas Komunikasi Interpersonal).

Selanjutnya, pada hasil uji koefisien determinasi yang ditunjukkan pada Tabel 2, didapatkan nilai koefisien korelasi (R) = 0.671 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat antara Joy of Missing Out (X) dan Kualitas Komunikasi Interpersonal (Y). Sementara Nilai koefisien determinasi (R Square) = 0.450 atau setara dengan 45%, yang berarti bahwa 45% variasi dalam variabel Y (Kualitas Komunikasi Interpersonal) dapat dijelaskan oleh variabel X (Joy of Missing Out). Sisanya 55% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini, seperti faktor individu, sosial, atau lingkungan digital yang tidak diteliti.

Tabel 2: Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.671 ^a	.450	.445	3.134

a. Predictors: (Constant), TOTAL X
b. Dependent Variable: TOTAL Y

Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa variabel *Joy of Missing Out* memberikan kontribusi yang cukup kuat dalam memengaruhi kualitas komunikasi interpersonal pada Generasi Z di Kabupaten Tangerang.

Uji T juga dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen *Joy of Missing Out (JOMO)* terhadap variabel dependen Kualitas Komunikasi Interpersonal. Pengujian ini bertujuan untuk menguji hipotesis secara parsial berdasarkan data yang telah dikumpulkan. Hasil yang diperoleh dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3: Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	20.529	2.114		9.709
	TOTAL X	.753	.084	.671	8.963

a. Dependent Variable: TOTAL Y

Data pada Tabel 3 menunjukkan nilai t hitung = 8.963 yang nilainya lebih besar dibandingkan t tabel = 1.984 (dengan $df = n - 2 = 100 - 2 = 98$, taraf signifikansi 0.05). Nilai signifikansi yang tertera yaitu 0.000. Nilai ini lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05 (5%).

Berdasarkan hasil uji T tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa Hipotesis Nol (H_0) ditolak, dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima.

Hasil ini mendukung hipotesis bahwa konsep *Joy of Missing Out* relevan dalam memengaruhi interaksi interpersonal baik secara tatap muka maupun digital. Hubungan linear ini mengindikasikan bahwa peningkatan intensitas *Joy of Missing Out* kemungkinan akan memberikan pengaruh yang terukur dan konsisten terhadap kualitas komunikasi interpersonal pada Generasi Z.

Selain itu, nilai koefisien positif sebesar 0.753 menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas *Joy of Missing Out*, maka semakin baik kualitas komunikasi interpersonal yang dialami oleh Generasi Z dalam penelitian ini. Dengan demikian, penelitian ini mendukung bahwa *JOMO* memberikan dampak positif pada pola komunikasi interpersonal, sesuai dengan karakteristik generasi digital yang menghadapi tekanan dunia maya namun dapat memperkuat hubungan tatap muka mereka melalui kesadaran untuk memanfaatkan media digital secara bijaksana.

b. Diskusi

Hasil analisis dalam penelitian ini mendukung hipotesis alternatif (H_a) bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *Joy of Missing Out (JOMO)* terhadap Kualitas Komunikasi Interpersonal Generasi Z. Temuan ini menegaskan bahwa *Joy of Missing Out* memperkuat kualitas komunikasi. Generasi Z yang memiliki intensitas tinggi dalam menerapkan *JOMO* cenderung mampu menjaga komunikasi interpersonal yang lebih baik, karena mereka lebih selektif dalam menggunakan media digital, sehingga dapat fokus pada hubungan tatap muka.

Pada selektivitas dan kedalaman relasi, *JOMO* memungkinkan Generasi Z untuk mengurangi gangguan digital, membangun keterhubungan emosional yang lebih dalam, serta mengembangkan empati dalam interaksi interpersonal. Pentingnya kesadaran digital juga perlu dimunculkan pada Generasi Z. Studi ini relevan dalam mendorong pendekatan mindful terhadap media digital untuk membantu Generasi Z meningkatkan keseimbangan antara kehidupan online dan offline.

Penelitian ini juga menegaskan pentingnya pengelolaan aktivitas digital dalam meningkatkan empati, kedalaman komunikasi, dan keterhubungan emosional di kalangan Generasi Z. Hasil penelitian ini relevan dengan upaya menciptakan keseimbangan antara kehidupan digital dan hubungan interpersonal yang nyata. Dengan penerapan konsep *Joy of Missing Out (JOMO)*, individu tidak hanya dapat meningkatkan kesejahteraan mental mereka tetapi juga memperbaiki pola komunikasi interpersonal yang sering kali terabaikan dalam dominasi dunia digital.

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pertanyaan utama yang diajukan, yakni sejauh mana *JOMO* memengaruhi kualitas komunikasi interpersonal Generasi Z. Melalui analisis kuantitatif berbasis teori *Self-Determination* yang dikembangkan oleh Edward L. Deci dan Richard M. Ryan (1985) dan berfokus pada motivasi manusia serta

bagaimana individu mencapai kesejahteraan psikologis melalui perilaku yang didorong oleh motivasi intrinsik (internal) dibandingkan dengan motivasi ekstrinsik (pengaruh eksternal).

Individu yang menerapkan *JOMO* secara sadar memilih untuk mengurangi ketergantungan pada media digital dan lebih fokus pada aktivitas yang bermakna bagi mereka, sesuai dengan konsep otonomi dalam teori tersebut. Dengan menghindari tekanan sosial dari *FOMO* (*Fear of Missing Out*), mereka juga merasa lebih bebas dalam menentukan prioritas hidup mereka sendiri (Newport, 2019).

Berbeda dengan anggapan bahwa mengurangi interaksi digital berarti mengisolasi diri, *JOMO* justru mendorong interaksi sosial yang lebih autentik dan bermakna. Dengan lebih memilih komunikasi tatap muka dan hubungan yang lebih dalam, individu dapat memperkuat keterhubungan sosial yang lebih berkualitas dibandingkan hubungan yang dangkal di media sosial (Turkle, 2015).

Hal ini menunjukkan bahwa upaya *disengagement* dari aktivitas digital yang berlebihan tidak hanya meningkatkan kemampuan untuk fokus pada hubungan interpersonal tetapi juga mendorong komunikasi yang lebih autentik dan bermakna.

Lebih lanjut, Generasi Z sebagai generasi yang tumbuh dalam ekosistem digital menghadapi tantangan besar dalam menjaga keseimbangan antara kehidupan online dan offline. Meskipun generasi ini mahir menggunakan teknologi, tekanan untuk selalu terhubung secara digital sering kali mengganggu kualitas hubungan interpersonal mereka. Dengan menyoroti pentingnya *JOMO*, penelitian ini menawarkan pendekatan inovatif yang dapat membantu Generasi Z meningkatkan kualitas hubungan interpersonal mereka, baik secara tatap muka maupun dalam konteks digital.

Temuan penelitian ini juga memiliki implikasi praktis yang luas, khususnya untuk platform media digital. Dengan memahami bagaimana *JOMO* dapat mendorong penggunaan media sosial yang lebih mindful, hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi pengembang teknologi untuk menciptakan fitur yang mendukung keseimbangan antara dunia digital dan kehidupan nyata, seperti pengaturan "*screen time*," mode "*Do Not Disturb*," atau aplikasi refleksi penggunaan perangkat. Langkah-langkah ini dapat menciptakan ekosistem digital yang lebih sehat serta mendukung komunikasi yang lebih mendalam dan bermakna.

Joy of Missing Out (JOMO) memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kualitas komunikasi interpersonal, terutama bagi Gen Z yang sangat dipengaruhi oleh dunia digital. *JOMO* mengajak individu untuk lebih selektif dalam menggunakan teknologi, mengurangi gangguan digital, dan meningkatkan fokus pada hubungan yang lebih mendalam. Saat seseorang memutuskan untuk mengurangi keterlibatan mereka di media digital, mereka akan lebih memperhatikan interaksi yang mereka lakukan secara langsung. Studi oleh (Gonzales & Hancock, 2011) menunjukkan bahwa interaksi di media digital sering kali bersifat superfisial, yaitu tidak memungkinkan individu untuk berkomunikasi dengan lebih mendalam, karena sifatnya yang lebih terbatas pada berbagi status atau gambar secara cepat dan instan.



Dengan menerapkan *JOMO*, individu dapat lebih hadir dalam percakapan dan lebih empatik dalam komunikasi mereka, baik dalam pertemuan fisik maupun di platform digital. *JOMO* berhubungan langsung dengan kemampuan untuk memperdalam hubungan interpersonal dan membangun keterhubungan emosional yang lebih kuat. Dengan membatasi penggunaan media digital, individu lebih fokus pada percakapan yang terjadi secara langsung, yang memungkinkan mereka untuk merasakan kedekatan dan koneksi yang lebih mendalam dengan orang lain. Ketika gangguan digital dikurangi, individu lebih mampu hadir sepenuhnya dalam percakapan dan merasakan empati yang lebih dalam.

Selain itu, penelitian ini relevan bagi pendidik, orang tua, dan pembuat kebijakan yang berfokus pada literasi digital Generasi Z. Dengan memahami hubungan antara *JOMO* dan komunikasi interpersonal, pihak-pihak ini dapat merancang program edukasi yang membantu Generasi Z menggunakan teknologi secara bijak, meminimalkan dampak negatif media digital, dan meningkatkan kualitas hubungan sosial mereka. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperluas literatur yang masih terbatas tetapi juga menawarkan solusi konkret atas tantangan yang dihadapi Generasi Z dalam era digital yang terus berkembang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini mengungkap bahwa *Joy of Missing Out (JOMO)* memiliki pengaruh positif terhadap kualitas komunikasi interpersonal Generasi Z. Dalam era digital yang dipenuhi dengan berbagai distraksi, individu yang menerapkan *JOMO* cenderung lebih selektif dalam memilih interaksi digital mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang memiliki tingkat *JOMO* yang tinggi lebih mampu mengalokasikan waktu mereka secara efektif untuk hubungan sosial yang lebih bermakna. Hal ini tercermin dari tingginya persentase responden yang menyatakan bahwa dengan mengurangi keterlibatan dalam aktivitas digital yang tidak perlu, mereka dapat memperkuat kedalaman komunikasi dan keterhubungan emosional dengan orang-orang di sekitar mereka.

Dari hasil analisis statistik, ditemukan bahwa *JOMO* memiliki hubungan yang signifikan dengan kualitas komunikasi interpersonal. Responden yang lebih selektif dalam aktivitas digitalnya cenderung mengalami komunikasi yang lebih berkualitas, di mana mereka merasa lebih terhubung secara emosional dan mampu menunjukkan empati yang lebih tinggi dalam interaksi sosial mereka. Selain itu, penelitian ini juga mendukung teori *Self-Determination* (Deci & Ryan, 1985) yang menyatakan bahwa individu yang memiliki kontrol terhadap pilihan digital mereka dapat memenuhi kebutuhan psikologis dasar, seperti otonomi dan keterhubungan sosial, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kualitas komunikasi interpersonal.

Adapun saran yang dapat peneliti berikan yaitu, bagi individu dapat menerapkan pola penggunaan media digital yang lebih sadar (*mindful digital consumption*), meningkatkan kesadaran akan pentingnya interaksi sosial tatap muka untuk memperkuat keterhubungan emosional dan empati dalam hubungan interpersonal serta menerapkan teknik *digital detox* secara berkala agar lebih fokus pada aktivitas sosial dan pengembangan diri. Bagi pendidik

dan orang tua juga dapat memberikan edukasi tentang keseimbangan antara dunia digital dan interaksi sosial agar generasi Z dapat menggunakan teknologi secara lebih bijaksana. Terakhir, bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih lanjut dengan mempertimbangkan faktor lain seperti perbedaan budaya, demografi, dan tingkat paparan teknologi dalam memahami dampak *JOMO* terhadap komunikasi interpersonal.

REFERENSI

- Anggraini, C., Ritonga, D. H., Kristina, L., Syam, M., & Kustiawan, W. (2022). Komunikasi interpersonal. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(3), 337-342.
- Anum, Aisah. (2022). Hubungan Antara Fear Of Missing Out (Fomo) Dengan Kesejahteraan Psikologis Pada Mahasiswapengguna Media Sosial Di Uin Ar-Raniry Banda Aceh. *Skripsi: Prodi Psikologi Universitas Islam Negeri Ar-raniry*.
- Aranda, J. H., & Baig, S. (2018). Toward "JOMO": The joy of missing out and the freedom of disconnecting. In *Proceedings of the 20th international conference on human-computer interaction with mobile devices and services* (pp. 1-8).
- Aurel, J. G., & Paramita, S. (2021). FoMO and JoMO phenomenon of active millennial Instagram users at 2020 in Jakarta. In *International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021)* (pp. 722-729). Atlantis Press.
- Barry, C. T., Smith, E. E., Murphy, M. B., Halter, B. M., & Briggs, J. (2023). JOMO: Joy of missing out and its association with social media use, self-perception, and mental health. *Telematics and Informatics Reports*, 10, 100054.
- Brinkmann, S. (2019). *The joy of missing out: The art of self-restraint in an age of excess*. John Wiley & Sons.
- Chan, S. S., Van Solt, M., Cruz, R. E., Philp, M., Bahl, S., Serin, N., ... & Canbulut, M. (2022). Social media and mindfulness: From the fear of missing out (FOMO) to the joy of missing out (JOMO). *Journal of Consumer Affairs*, 56(3), 1312-1331.
- Crook, C. (2014). *The joy of missing out: Finding balance in a wired world*. New Society Publishers.
- Dalton, T. (2019). *The joy of missing out: Live more by doing less*. Thomas Nelson.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (Eds.). (2004). *Handbook of self-determination research*. University Rochester Press.
- DeVito, J. A., & DeVito, J. (2019). The interpersonal communication book. *Instructor*, 1(18), 521-532.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2020). Perilaku generasi Z terhadap penggunaan media sosial TikTok: TikTok sebagai media edukasi dan aktivisme. *Share: Social Work Journal*, 10(2), 199-208.
- Gonzales, A. L., & Hancock, J. T. (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 14(1-2), 79-83.

- Hafizh, A. M., Hidayat, F., & Suansyah, A. (2024). FOMO Vs JOMO: Understanding the psychology behind social media consumption behavior and its impact on mental well-being with a communication psychology approach. *World Journal of Islamic Learning and Teaching*, 1(2), 10-18.
- Newport, C. (2019). *Digital minimalism: Choosing a focused life in a noisy world*. Penguin.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Fear of missing out scale. *Computers in human behavior*.
- Roberts, J. A., & David, M. E. (2020). The social media party: Fear of missing out (FoMO), social media intensity, connection, and well-being. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 36(4), 386-392.
- Turkle, S. (2015). Stop googling. Let's talk. *The New York Times*, 27.