



Hubungan Antara Konformitas dan *Fear of Missing Out* (Fomo) pada Perempuan Pengguna Vape

Ni Desak Nyoman Dhea Tuarissa¹, Emmanuel Satyo Yuwono²

^{1,2}Universitas Kristen Satya Wacana, Indonesia

E-mail: tuarissan@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2025-11-05 Revised: 2025-12-19 Published: 2026-01-16	The use of electronic cigarettes (vapes) is becoming increasingly popular among women, particularly those from Generation Z. This phenomenon is influenced not only by lifestyle but also by social pressure and the fear of missing out (FOMO). Conformity is one of the factors that drives individuals to adopt group behaviors in order to gain social acceptance. Therefore, this study aims to examine the relationship between conformity and FOMO among female vape users. This research employed a quantitative correlational method. The subjects were 120 Generation Z female vape users selected using purposive sampling. The instruments used were the conformity scale and the FOMO scale, both of which had been tested for validity and reliability. Data were analyzed using Pearson Product Moment correlation. The results indicated a significant positive relationship between conformity and FOMO with $r=0.727$ and $p=0.001$ ($p<0.05$). This suggests that the higher an individual's level of conformity, the higher their FOMO tends to be. These findings highlight the important role of conformity factors in driving vape use among Generation Z women.
Keywords: <i>Conformity;</i> <i>Fear of Missing Out;</i> <i>Female;</i> <i>Vape;</i> <i>Generation Z.</i>	

Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2025-11-05 Direvisi: 2025-12-19 Dipublikasi: 2026-01-16	Penggunaan rokok elektrik (vape) semakin populer di kalangan perempuan, khususnya generasi Z. Fenomena ini tidak hanya dipengaruhi oleh gaya hidup, tetapi juga tekanan sosial dan rasa takut tertinggal tren atau <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO). Konformitas menjadi salah satu faktor yang mendorong individu untuk mengikuti perilaku kelompok agar mendapatkan penerimaan sosial. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dan FOMO pada perempuan pengguna vape. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain korelasional. Subjek penelitian adalah 120 perempuan generasi Z pengguna vape yang dipilih melalui teknik <i>purposive sampling</i> . Instrumen penelitian terdiri dari skala konformitas dan skala FOMO yang telah diuji validitas serta reliabilitasnya. Analisis data dilakukan menggunakan uji korelasi Pearson Product Moment. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara konformitas dan FOMO dengan nilai $r=0,727$ dan $p=0,001$ ($p<0,05$). Hal ini berarti semakin tinggi konformitas seseorang, semakin tinggi pula tingkat FOMO yang dialami. Temuan ini menegaskan bahwa faktor konformitas berperan penting dalam mendorong penggunaan vape pada perempuan generasi Z.
Kata kunci: <i>Konformitas;</i> <i>Fear of Missing Out;</i> <i>Perempuan;</i> <i>Vape;</i> <i>Generasi Z.</i>	

I. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan vape di kalangan perempuan, khususnya remaja dan dewasa muda, mengalami peningkatan pesat baik di Indonesia maupun secara global (Saepulloh et al., 2024). Vape kini tidak lagi hanya dipandang sebagai alternatif rokok, melainkan telah menjadi simbol gaya hidup modern dan eksistensi sosial. Menurut Diva Widyantari (2023), media sosial berperan besar dalam membentuk persepsi ini melalui konten yang menampilkan vape sebagai bagian dari tren kekinian. Vape atau rokok elektrik sendiri merupakan alat penghantar nikotin yang bekerja dengan cara memanaskan cairan berisi nikotin, propilena glikol, gliserin, dan zat aditif lain untuk

menghasilkan uap yang dihirup (Widia et al., 2021).

Penelitian oleh Monifa Putri dan Fitriyani Bahriyah (2023) menemukan bahwa dari 96 responden, 9,4% menggunakan vape, dengan mayoritas perempuan sebesar 62,5%. Alasan penggunaan bervariasi, seperti ingin terlihat gaul, dewasa, dan keren (29,2%), sedangkan faktor yang paling memengaruhi adalah lingkungan sosial (35,4%), diikuti keluarga (33,3%) dan gaya hidup (30,2%), dengan hasil uji chi-square menunjukkan hubungan signifikan ($p = 0,000$). Data Riskesdas dan WHO juga menunjukkan peningkatan penggunaan vape dua kali lipat dalam lima tahun terakhir, dan berdasarkan Global Youth Tobacco Survey (2019), sekitar 10% remaja perempuan di

Indonesia pernah mencoba vape. Wahidin et al. (2021) menambahkan bahwa 8,3% remaja di Jakarta Pusat menggunakan vape sejak usia 14 tahun, dipengaruhi oleh teman sebaya, kemudahan akses, persepsi bahwa vape aman, serta pengaruh media sosial.

Remaja perempuan menggunakan vape tidak hanya karena alasan fungsional, tetapi juga karena tekanan sosial. Antariksa Fajar (2017) menegaskan bahwa pengaruh teman sebaya, keingintahuan, dan kemudahan akses daring merupakan faktor utama. Monifa Putri dan Fitriyani Bahriyah (2023) menambahkan bahwa komunitas pengguna vape dan paparan media sosial turut memperkuat perilaku ini. Wijaya et al. (2014) mengidentifikasi bahwa persepsi positif terhadap vape, iklan, dan gaya hidup modern menjadi pendorong utama perilaku merokok elektrik di kalangan mahasiswa.

Secara kesehatan, Kementerian Kesehatan RI (2023) dan FDA menjelaskan bahwa cairan vape mengandung zat berbahaya seperti nikotin dan logam berat yang dapat menyebabkan gangguan paru, jantung, hingga ketergantungan. Chun et al. (2017) menemukan bahwa penggunaan vape menimbulkan iritasi saluran pernapasan dan risiko penyakit kardiovaskular. WHO (2021) juga menegaskan bahwa vape tetap berisiko tinggi meski diklaim lebih aman dari rokok konvensional. Banowati et al. (2023) menyoroti bahwa perilaku merokok pada perempuan sering dianggap menarik karena berbeda dari norma sosial, namun hal ini berpotensi mengganggu kesehatan reproduksi dan hormonal.

Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi wadah utama penyebaran tren vape. Kausy dan Andriyani (2023) menemukan bahwa faktor ekonomi, pengaruh teman sebaya, dan persepsi gaya hidup modern mendorong keputusan menggunakan vape. Keputusan ini tidak hanya didasari kebutuhan nikotin, tetapi juga identitas sosial dan pencitraan diri. Salah satu faktor psikologis yang berperan kuat dalam perilaku ini adalah Fear of Missing Out (FOMO).

Przybylski et al. (2013) mendefinisikan FOMO sebagai rasa cemas karena takut tertinggal dari pengalaman sosial orang lain, yang berakar pada kebutuhan akan keterhubungan dan pengakuan diri. Individu dengan tingkat FOMO tinggi cenderung mengikuti tren untuk menjaga penerimaan sosial. Dalam konteks ini, perempuan pengguna vape mungkin merasa perlu menggunakan vape agar tetap dianggap "in" dalam kelompok sosialnya.

FOMO sering kali muncul bersamaan dengan konformitas, yaitu kecenderungan menyesuaikan

perilaku agar diterima kelompok. Baron dan Byrne (2005) menjelaskan bahwa konformitas dapat bersifat normatif (agar diterima sosial) maupun informatif (percaya pendapat kelompok lebih benar). Sumantri et al. (2023) menemukan adanya hubungan positif antara konformitas dan FOMO pada remaja—semakin tinggi konformitas, semakin besar pula FOMO yang dialami. Hasil serupa dikemukakan Iklimah et al. (2023) yang menemukan korelasi kuat antara kedua variabel tersebut pada Generasi Z, sementara Visanti dan Qonitatin (2024) menegaskan bahwa konformitas teman sebaya secara signifikan meningkatkan kecenderungan FOMO.

Konformitas pada perempuan pengguna vape muncul karena keinginan untuk diterima atau takut dikucilkan. Lestari dan Nurasiah (2022) menunjukkan bahwa pengaruh teman sebaya menjadi faktor konformitas utama dalam penggunaan vape di kalangan remaja. Ibrahim dan Aviani (2024) menambahkan bahwa perempuan dengan self-esteem rendah lebih rentan mengalami FOMO dan terdorong menggunakan vape demi penerimaan sosial. Temuan dari Universitas Gunadarma (2023) memperkuat hal ini dengan menunjukkan bahwa konformitas berhubungan dengan gaya hidup hedonis pada pengguna vape, serta perempuan dengan kecerdasan emosional rendah lebih mudah terpengaruh oleh tekanan sosial.

Secara keseluruhan, berbagai penelitian tersebut menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan vape di kalangan perempuan muda tidak hanya disebabkan oleh faktor fisik atau lingkungan, tetapi juga oleh dinamika psikologis seperti konformitas dan FOMO. Kedua faktor ini saling memperkuat dalam membentuk perilaku mengikuti tren, di mana keinginan untuk diterima dan ketakutan tertinggal sosial membuat perempuan Gen Z lebih rentan menggunakan vape sebagai simbol penerimaan dan eksistensi diri.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dan Fear of Missing Out (FOMO) pada perempuan pengguna vape.

Hipotesis

H0: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara konformitas dan Fear of Missing Out (FOMO) pada perempuan pengguna vape.

H1: Terdapat hubungan yang signifikan antara konformitas dan Fear of Missing Out (FOMO) pada perempuan pengguna vape.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel konformitas dan variabel Fear of Missing Out (FOMO) pada perempuan pengguna vape. Desain korelasional dipilih karena memungkinkan peneliti melihat sejauh mana hubungan antara dua variabel tersebut tanpa melakukan manipulasi terhadapnya.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu konformitas sebagai variabel bebas (X) dan Fear of Missing Out (FOMO) sebagai variabel terikat (Y). Konformitas didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk menyesuaikan sikap, perilaku, atau opini agar sesuai dengan norma sosial atau tekanan kelompok, baik secara nyata maupun imajinatif. Definisi ini mengacu pada pendapat Baron dan Byrne (2005) yang menegaskan bahwa individu sering kali menyesuaikan diri untuk memperoleh penerimaan sosial atau menghindari penolakan. Walker dan Andrade (1996) menambahkan bahwa konformitas sering muncul akibat tekanan sosial dari kelompok sebaya, terutama pada remaja dan dewasa muda, yang menyesuaikan perilaku mereka dengan kelompok, termasuk dalam gaya hidup seperti penggunaan vape. Dalam penelitian ini, konformitas diukur berdasarkan teori Baron dan Byrne yang mencakup dua aspek utama, yaitu Normative Social Influence dan Informational Social Influence. Aspek Normative Social Influence mencakup indikator penyesuaian diri agar diterima kelompok, rasa takut tidak diterima, serta kecenderungan menghindari konflik. Skala menggunakan model Likert empat poin, di mana semakin tinggi skor menunjukkan tingkat konformitas yang lebih tinggi.

Fear of Missing Out (FOMO) didefinisikan sebagai perasaan cemas, takut, atau khawatir karena merasa tertinggal dari pengalaman sosial yang dianggap penting, terutama melalui media sosial. Definisi ini mengacu pada Przybylski et al. (2013) yang menjelaskan bahwa FOMO merupakan kebutuhan psikologis untuk terus terhubung dengan pengalaman orang lain secara daring. Penelitian Milyavskaya et al. (2018) menunjukkan bahwa individu dengan tingkat FOMO tinggi lebih sering memantau media sosial, merasa gelisah saat tidak mengakses informasi sosial, dan terdorong mengikuti tren kelompok. Skala FOMO disusun berdasarkan teori Przybylski et al. (2013) yang berakar pada Self-Determination Theory dari Deci dan Ryan (2000), kemudian dikembangkan oleh Kaloeti

dkk. (2021) menjadi dua aspek, yaitu kebutuhan psikologis akan keterhubungan (relatedness) dan kebutuhan akan pengakuan diri (self/eksistensi). Skala ini terdiri dari 12 item dengan format Likert empat poin, di mana skor tinggi menunjukkan tingkat FOMO yang lebih tinggi.

Populasi penelitian ini adalah perempuan pengguna vape berusia 18 hingga 24 tahun yang tergolong Gen Z dan aktif di media sosial seperti Instagram, TikTok, atau Facebook. Partisipan dipilih dengan teknik nonprobability sampling jenis insidental sampling, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan kriteria dapat dijadikan responden, sesuai pendapat Sugiyono (2016).

Pengumpulan data dilakukan menggunakan dua instrumen, yaitu Skala Fear of Missing Out (FoMO) dan Skala Konformitas yang disebarluaskan melalui tautan Google Form. Skala FoMO disusun berdasarkan teori Przybylski et al. (2013) dan Self-Determination Theory (Deci & Ryan, 2000). FoMO dikembangkan menjadi dua aspek utama: kebutuhan akan keterhubungan sosial (relatedness) yang ditunjukkan melalui rasa takut tertinggal momen sosial dan dorongan mengikuti kegiatan teman, serta kebutuhan akan pengakuan diri (self/eksistensi) yang ditunjukkan melalui kecemasan tidak eksis dan perilaku mengikuti tren untuk diterima sosial. Sementara itu, skala konformitas disusun berdasarkan teori Baron dan Byrne (2005), yang membagi konformitas menjadi dua bentuk, yaitu Normative Social Influence (penyesuaian demi diterima sosial) dan Informational Social Influence (penyesuaian karena percaya pada pendapat kelompok). Kedua skala menggunakan empat pilihan jawaban: Sangat Tidak Sesuai (1), Tidak Sesuai (2), Sesuai (3), dan Sangat Sesuai (4).

Uji validitas dilakukan untuk memastikan setiap item kuesioner mampu mengukur konstruk yang dimaksud, sebagaimana dijelaskan oleh Ghozali (2018). Uji ini dilakukan menggunakan program SPSS 30. Reliabilitas diukur dengan melihat konsistensi hasil pengukuran menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, dengan ambang batas $p > 0,05$. Apabila hasil pengukuran berbeda menunjukkan perbedaan signifikan, maka instrumen dianggap tidak reliabel (Ghozali, 2018).

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap. Uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov untuk melihat apakah data terdistribusi normal, dengan kriteria signifikansi lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$). Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah hubungan antara konformitas (X) dan FOMO (Y) bersifat

linear, dengan analisis ANOVA Test for Linearity pada SPSS, dan hasil dianggap linear apabila nilai Sig. Deviation from Linearity > 0,05. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment dengan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dan uji dua arah (two-tailed).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Penelitian dan Pengumpulan Data Penelitian

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara daring melalui penyebaran kuesioner berbentuk *Google Form* kepada perempuan pengguna vape yang termasuk dalam kategori Generasi Z. Pada tahap awal, peneliti menyebarkan tautan kuesioner kepada teman-teman terdekat yang memenuhi kriteria partisipan, namun jumlah responden yang terkumpul masih terbatas. Untuk memperluas jangkauan, peneliti kemudian memanfaatkan media sosial pribadi seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp dalam menyebarkan kuesioner. Melalui proses penyebaran tersebut, peneliti berhasil memperoleh jumlah partisipan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 120 orang, seluruhnya merupakan perempuan berusia antara 18 hingga 24 tahun yang telah menggunakan vape. Berdasarkan karakteristik jenis kelamin, seluruh partisipan adalah perempuan (100%), sehingga data ini menunjukkan bahwa penelitian sepenuhnya difokuskan pada kelompok perempuan pengguna vape.

Dari segi usia, partisipan penelitian didominasi oleh kelompok usia 20 tahun dengan jumlah 27 orang (22,5%). Kelompok usia 22 tahun menyusul dengan 24 orang (20%), diikuti usia 21 tahun sebanyak 23 orang (19,2%). Sementara itu, partisipan berusia 19 tahun berjumlah 15 orang (12,5%), usia 23 tahun sebanyak 13 orang (10,8%), dan usia 24 tahun sebanyak 12 orang (10%). Adapun jumlah partisipan paling sedikit berasal dari kelompok usia 18 tahun, yaitu sebanyak 6 orang (5%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia awal 20-an yang merupakan fase perkembangan dewasa muda dan aktif secara sosial.

Hasil analisis deskriptif mengenai penggunaan media sosial menunjukkan bahwa dari total 120 partisipan, sebagian besar aktif menggunakan Instagram dan TikTok, sedangkan Facebook relatif jarang digunakan. Sebanyak 92 partisipan (76,7%) menggunakan Instagram, sementara 78 partisipan (68%) menggunakan TikTok. Sebaliknya, hanya 23 partisipan (19,2%) yang menggunakan Facebook. Nilai rata-rata penggunaan media sosial menunjukkan bahwa Instagram memiliki skor tertinggi (0,77), diikuti TikTok (0,65), dan Facebook paling rendah (0,19). Temuan ini menegaskan bahwa Instagram dan TikTok merupakan media sosial yang paling dominan di kalangan perempuan pengguna vape berusia 18–24 tahun.

Rentang nilai minimum hingga maksimum (0–1) menggambarkan adanya variasi antara partisipan yang menggunakan maupun tidak menggunakan masing-masing platform. Analisis kuartil memperlihatkan bahwa pada kuartil ke-25 hingga ke-75, mayoritas partisipan konsisten menggunakan Instagram dan TikTok (median = 1), sementara penggunaan Facebook tetap rendah (median = 0). Data ini menunjukkan bahwa preferensi media sosial partisipan lebih terfokus pada platform yang menampilkan aktivitas visual dan gaya hidup, yang berkaitan erat dengan faktor sosial dan potensi munculnya perilaku Fear of Missing Out (FOMO).

2. Hasil Penelitian

Hasil Statistik Deskriptif

Tabel 1. Kategorisasi Pengukuran Perilaku Konformitas

Kategori	Interval	Frekuensi	Presentase	Mean
Rendah	$X < 24$	0	0%	
Sedang	24 – 36	99	82,5%	42,16
Tinggi	≥ 36	21	17,5%	
Total		120	100%	

Berdasarkan dari hasil kategorisasi pengukuran perilaku konformitas pada 120 responden, diperoleh bahwa mayoritas responden berada pada kategori sedang yaitu sebanyak 99 orang (82,5%). Sementara itu, responden yang berada pada kategori tinggi berjumlah 21 orang (17,5%). Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat konformitas pada kategori sedang, sedangkan hanya sebagian kecil yang menunjukkan konformitas tinggi.

Tabel 2. Kategorisasi Pengukuran Perilaku Fomo

Kategori	Interval	Frekuensi	Presentase	Mean
Rendah	$X < 24$	0	0%	
Sedang	24 - 36	4	3.3%	41.44
Tinggi	≥ 36	116	96.7%	
Total		120	100 %	

Berdasarkan hasil analisis kategorisasi variabel Fear of Missing Out (FOMO), diperoleh bahwa sebanyak 4 responden (3,3%) berada pada kategori sedang, dan mayoritas yaitu 116 responden (96,7%) berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat FOMO yang tinggi.

3. Hasil Pengujian Alat Ukur

a) Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi Product Moment Pearson dengan bantuan program SPSS versi 30. Jumlah responden adalah 120 orang, sehingga derajat kebebasan ($df = N - 2 = 118$). Dengan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), diperoleh nilai r-tabel sebesar 0,179. Kriteria pengujian adalah apabila r-hitung $>$ r-tabel (0,179) maka butir pernyataan dinyatakan valid, sedangkan apabila r-hitung \leq r-tabel maka butir pernyataan dinyatakan tidak valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Konformitas (X)

Item	r-hitung	r-tabel (N=120, $\alpha=0,05 = 0,179$)	Keterangan
X1	0.487	0,179	Valid
X2	0.241	0,179	Valid
X3	0.498	0,179	Valid
X4	0.394	0,179	Valid
X5	0.449	0,179	Valid
X6	0.280	0,179	Valid
X7	0.480	0,179	Valid
X8	0.264	0,179	Valid
X9	0.543	0,179	Valid
X10	0.510	0,179	Valid

X11	0.200	0,179	Valid
X12	0.404	0,179	Valid

Dilihat dari Tabel 4 bahwa Seluruh item pada variabel Konformitas (X) memiliki nilai r-hitung $>$ r-tabel (0,179), sehingga dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Fomo (Y)

Item	r-hitung	r-tabel (N=120, $\alpha=0,05 = 0,179$)	Keterangan
Y1	0.281	0,179	Valid
Y2	0.386	0,179	Valid
Y3	0.385	0,179	Valid
Y4	0.567	0,179	Valid
Y5	0.341	0,179	Valid
Y6	0.481	0,179	Valid
Y7	0.343	0,179	Valid
Y8	0.443	0,179	Valid
Y9	0.442	0,179	Valid
Y10	0.326	0,179	Valid
Y11	0.374	0,179	Valid
Y12	0.437	0,179	Valid

Dapat dilihat dari Tabel 5 bahwa Seluruh item pada variabel FOMO (Y) memiliki nilai r-hitung $>$ r-tabel (0,179), sehingga seluruh item valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Hasil uji validitas instrumen menunjukkan bahwa semua item pada variabel Konformitas (X) dan FOMO (Y) memiliki nilai korelasi item-total lebih besar dari r-tabel (0,179) pada taraf signifikansi 5%. Dengan demikian, seluruh item dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

b) Reabilitas

Tabel 6. Nilai Cronbach's Alpha Variabel X dan Y

Variabel	Nilai Koefisien Alpha
Konformitas	0.630
Fomo	0.604

Berdasarkan dari Tabel 6, variabel konformitas memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,630. Nilai ini melebihi batas minimal 0,60 sehingga instrumen variabel konformitas dinyatakan reliabel. Hal ini berarti item-item pernyataan pada variabel konformitas memiliki konsistensi internal yang baik dalam mengukur konstruk yang dimaksud. Sementara itu, variabel FOMO memperoleh nilai Cronbach's

Alpha sebesar 0,604. Nilai ini juga lebih besar dari 0,60, sehingga instrumen variabel FOMO dapat dikatakan reliabel. Dengan demikian, kedua variabel penelitian, yaitu konformitas dan FOMO, memenuhi syarat reliabilitas dan dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

c) Hasil Uji Asumsi

1) Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.12420779
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.063
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.055 ^c

Berdasarkan hasil uji normalitas yang penulis lakukan didapati hasil nilai *asympt sig* 0.055. Nilai *sig* hitung 0.055 > 0.05. Maka data dapat dikatakan berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas pada data penelitian telah terpenuhi, sehingga data layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

2) Uji Linieritas

Berdasarkan hasil uji linieritas diketahui nilai *sig. deviation from linearity* adalah 0.077. Maka dapat dikatakan data linier karena nilai *sig* 0.077 > 0.05. hubungan antara variabel konformitas dengan variabel FOMO bersifat linear. Dengan demikian, asumsi linearitas terpenuhi dan data layak digunakan dalam analisis regresi.

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	(Combined)	296.243	13	22.788	3.989	.000
fomo * konformitas	Between Groups	Linearity	179.658	1	179.65831	449.000
		Deviation from Linearity	116.585	12	9.715	1.701
	Within Groups	Linearity	605.549	106	5.713	
	Total	901.792	119			

d) Hasil Uji Hipotesis Uji Korelasional

Correlations			
		konformitas	fomo
konformitas	Pearson Correlation	1	.728**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	120	120
fomo	Pearson Correlation	.728**	1
	Sig. (2-tailed)	>.001	
	N	120	120

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa data memiliki korelasi karena nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar $0.000 < 0.05$. Nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0.728 menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat antara variabel konformitas dan FOMO. Artinya, semakin tinggi tingkat konformitas pada partisipan, maka semakin tinggi pula tingkat FOMO yang mereka alami, begitu pula sebaliknya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konformitas berperan penting dalam meningkatkan rasa takut tertinggal (FOMO) pada perempuan Gen Z pengguna vape.

B. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas partisipan perempuan Gen Z pengguna vape berada pada rentang usia 20–22 tahun, dengan dominasi penggunaan media sosial Instagram dan TikTok. Temuan ini sesuai dengan karakteristik generasi Z yang digambarkan oleh Prensky (2001) sebagai *digital natives*, yakni generasi yang tumbuh dengan teknologi digital sehingga aktivitas sosial, akademik, maupun hiburan mereka banyak terintegrasi dengan media digital. Studi Putri dan Hidayat (2021) juga memperkuat temuan ini dengan menyatakan bahwa Instagram dan TikTok merupakan platform media sosial yang paling banyak digunakan generasi Z di Indonesia karena sifatnya yang visual, cepat, dan berorientasi pada tren. Kondisi ini mengindikasikan bahwa penggunaan vape di kalangan perempuan Gen Z tidak dapat dilepaskan dari intensitas mereka dalam bermedia sosial, karena media sosial sering kali menjadi medium penyebaran tren gaya hidup, termasuk vape yang kerap dipromosikan sebagai simbol *lifestyle* modern dan gaul (Rahmawati & Nur, 2022).

Berdasarkan hasil pengukuran perilaku konformitas, sebagian besar responden berada pada kategori sedang (82,5%). Artinya, meskipun terdapat pengaruh lingkungan sosial, teman sebaya, maupun tren di media sosial, para responden masih memiliki kapasitas untuk mempertahankan sikap independen dalam beberapa aspek keputusan pribadinya. Akan tetapi, adanya 17,5% partisipan dengan konformitas tinggi tetap menunjukkan bahwa sebagian kecil responden lebih mudah terpengaruh oleh lingkungannya, termasuk dalam penggunaan vape. Hal ini sesuai dengan eksperimen klasik Asch (1951) yang menunjukkan bahwa individu sering kali mengubah perilakunya untuk menyesuaikan diri dengan kelompok, bahkan ketika perilaku tersebut bertentangan dengan keyakinan pribadinya. Penelitian terkini oleh Sari dan Lestari (2020) juga menemukan bahwa mahasiswa dengan tingkat konformitas tinggi cenderung lebih mudah mengikuti kebiasaan kelompok, baik dalam hal gaya hidup maupun perilaku berisiko.

Pada variabel *Fear of Missing Out* (FOMO), penelitian ini menemukan angka yang sangat tinggi, yaitu 96,7% responden berada pada kategori FOMO tinggi. Tingginya angka ini konsisten dengan penelitian Przybylski et al. (2013) yang mendefinisikan FOMO sebagai kecemasan akan ketinggalan informasi, pengalaman, atau interaksi sosial yang sedang terjadi di lingkaran sosialnya, terutama melalui media sosial. Penelitian lain oleh Abel et al. (2016) menunjukkan bahwa FOMO memiliki korelasi kuat dengan kecanduan media sosial, karena individu yang mengalami FOMO cenderung terus-menerus memantau media sosial agar tidak merasa tertinggal dari lingkungannya. Dalam konteks perempuan Gen Z pengguna vape, tingginya FOMO dapat dijelaskan sebagai dorongan untuk selalu terhubung dengan tren yang beredar di media sosial, termasuk tren penggunaan vape yang kerap dipopulerkan melalui konten-konten visual di Instagram dan TikTok.

Hasil uji korelasional menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara konformitas dan FOMO dengan koefisien korelasi sebesar 0.728. Artinya, semakin tinggi tingkat konformitas, semakin tinggi pula tingkat FOMO yang dialami. Temuan ini sejalan dengan ekspektasi teoretis yang mengaitkan konformitas dengan meningkatnya FOMO, karena individu yang cenderung

menyesuaikan diri dengan kelompok juga lebih takut tertinggal dari informasi maupun tren kelompok tersebut. Hal ini sesuai dengan teori perbandingan sosial dari Festinger (1954), yang menyatakan bahwa individu memiliki kecenderungan untuk menilai dirinya dengan membandingkan diri terhadap orang lain, sehingga ketika orang lain terlibat dalam suatu tren atau aktivitas (misalnya penggunaan vape), individu dengan konformitas tinggi akan merasa perlu ikut serta agar tidak merasa tertinggal.

Temuan ini juga konsisten dengan penelitian Visanti & Qonitatin (2024) yang menemukan adanya hubungan positif signifikan antara konformitas teman sebaya dengan FOMO pada remaja pengguna media sosial. Penelitian Cibro & Simbolon (2023) turut mendukung, bahwa remaja dengan tingkat konformitas tinggi lebih sering merasakan tekanan sosial yang berhubungan dengan FOMO, terutama melalui aplikasi TikTok. Demikian pula, studi Riordan et al. (2020) menemukan bahwa FOMO berhubungan erat dengan perilaku berisiko pada mahasiswa, termasuk konsumsi alkohol, karena mereka ingin tetap relevan dan diterima dalam lingkungan sosial.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa perempuan Gen Z pengguna vape dengan tingkat konformitas tinggi memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk mengalami FOMO. FOMO tersebut kemudian memperkuat perilaku konsumtif atau adopsi gaya hidup berisiko, karena mereka tidak ingin merasa tertinggal dari kelompoknya, baik di dunia nyata maupun dunia digital. Intervensi yang efektif untuk menekan perilaku ini tidak hanya harus berfokus pada kontrol sosial di lingkungan pertemanan, tetapi juga mengarahkan pada peningkatan literasi digital, pengelolaan diri (*self-regulation*), serta strategi psikososial untuk mengurangi dampak negatif FOMO.

Penelitian ini juga menegaskan bahwa perempuan Gen Z dengan tingkat konformitas tinggi cenderung lebih mudah terpengaruh oleh kelompok sebaya maupun tren media sosial, sehingga mendorong munculnya FOMO yang tinggi. Mereka lebih sering merasa terdorong untuk mengikuti aktivitas, gaya hidup, dan tren yang populer agar tetap diterima dalam lingkungannya. Sebaliknya, perempuan dengan tingkat konformitas rendah cenderung lebih mampu mengambil keputusan secara independen, sehingga

tingkat FOMO yang dialami relatif lebih rendah. Temuan ini menunjukkan pentingnya memahami keterkaitan antara konformitas sosial dengan FOMO dalam menjelaskan perilaku berisiko, seperti penggunaan vape.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, salah satunya adalah ukuran sampel yang terbatas, yaitu hanya mencakup perempuan Gen Z dengan rentang usia tertentu. Kondisi ini membuat penelitian belum mampu mewakili keragaman populasi perempuan pengguna vape secara lebih luas, baik dari segi latar belakang sosial, budaya, maupun ekonomi. Dengan demikian, temuan penelitian ini masih terbatas dan tidak dapat sepenuhnya digeneralisasi ke kelompok lain.

Untuk penelitian lebih lanjut, disarankan agar dapat memperluas jumlah serta variasi sampel dengan melibatkan individu dari berbagai gender, usia, dan latar belakang sosial budaya, sehingga diperoleh gambaran yang lebih menyeluruh. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat menambahkan variabel lain, seperti intensitas penggunaan media sosial, self-esteem, atau pola asuh keluarga, untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi FOMO serta perilaku penggunaan vape di kalangan generasi muda.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, hipotesis pada penelitian ini diterima dengan hasil adanya hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan Fear of Missing Out (FOMO) pada perempuan pengguna vape. Nilai $r = 0,728$ menunjukkan adanya korelasi yang kuat dengan arah positif antara kedua variabel. Artinya, semakin tinggi tingkat konformitas yang dimiliki individu, maka semakin tinggi pula tingkat FOMO yang dirasakan. Sebaliknya, semakin rendah konformitas, maka semakin rendah pula FOMO yang dialami. Secara umum, subjek penelitian cenderung memiliki tingkat konformitas sedang namun dengan FOMO tinggi, yang menunjukkan bahwa pengaruh kelompok sebaya dan media sosial saling berinteraksi dalam mendorong perilaku berisiko seperti penggunaan vape.

B. Saran

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas jumlah serta variasi sampel berdasarkan gender, usia, dan latar belakang

sosial budaya agar hasil penelitian lebih representatif. Penelitian lanjutan juga dapat menambahkan variabel lain guna memahami faktor-faktor yang memengaruhi munculnya FOMO. Bagi partisipan, khususnya perempuan Gen Z pengguna vape, penting untuk meningkatkan kemampuan self-control dan literasi digital agar tidak mudah terpengaruh tekanan sosial maupun tren media. Mengurangi ketergantungan pada validasi sosial dapat membantu mencegah perilaku berisiko akibat FOMO. Sementara itu, bagi lingkungan sosial dan pendidikan, termasuk teman sebaya, keluarga, dan lembaga pendidikan, diharapkan dapat memberikan dukungan positif serta edukasi mengenai bahaya penggunaan vape dan dampak psikologis FOMO, sehingga tercipta lingkungan sosial yang lebih sehat dan preventif.

DAFTAR RUJUKAN

- Asch, S. E. (1951). Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgment.
- Banowati, L., Anindita, M. W., Musa, D., Alamri, A. R., & Sosial, A. (2023). Motif Penggunaan Rokok Elektrik (vape): Studi Kasus Mahasiswi, 12–23.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2005). *Social Psychology* (10th ed.). Pearson Education.
- Cibro, A., & Simbolon, T. D. (2023). Konformitas dan FOMO pada remaja pengguna TikTok. *Jurnal Psikologi Remaja*, 8(1), 45–55.
- Diva Widyantari, D. (2023). Dampak penggunaan rokok elektrik (vape) terhadap risiko penyakit paru. *Lombok Medical Journal*, 2(1), 34–38. <https://doi.org/10.29303/lmj.v2i1.2477>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140.
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). *Adequacy of sample size in health studies*. World Health Organization.
- Milyavskaya, M., Saffran, M., Hope, N., & Koestner, R. (2018). Fear of missing out: Prevalence, dynamics, and consequences of experiencing FOMO. *Motivation and Emotion*, 42(5), 725–737. <https://doi.org/10.1007/s11031-018-9683-5>

- Monifa Putri, & Fitriyani Bahriyah. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan rokok elektrik (vape) pada mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Indragiri. *Zona Kebidanan*, 13(3), 24–33. <https://doi.org/10.37776/zkeb.v13i3.1202>
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Putri, R. D., & Hidayat, M. A. (2021). Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif generasi Z. *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 101–110.
- Riordan, B. C., Flett, J. A. M., Hunter, J. A., Scarf, D., & Conner, T. S. (2020). Fear of missing out (FoMO): The relationship between FoMO, alcohol use, and alcohol-related consequences in college students. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 39(2), 126–139. <https://doi.org/10.1521/jscp.2020.39.2.126>
- Saepulloh, A., Iqbal, M., Oktaria, R., & Afrita. (2024). Fenomena perokok vape dan pengaruhnya terhadap lifestyle generasi Z. *Inovasi Manajemen Bisnis*, 6(1).
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Veronika, D., Kaloeti, S., S, A. K., & Tahamata, V. M. (2021). Validation and psychometric properties of the Indonesian version of the Fear of Missing Out Scale in adolescents.
- Visanti, F. D., & Qonitatin, K. (2024). Hubungan konformitas teman sebaya dan fear of missing out pada remaja pengguna media sosial. *Jurnal Ilmiah Psikologi Sosial*, 9(1), 12–22.
- Walker, L. J., & Andrade, M. G. (1996). Conformity and peer influence: A study of influence on adolescent smoking. *Journal of Youth and Adolescence*, 25(3), 253–271.
- Widia, C., Hidayatullah, S., & Robby, A. (2021). Gambaran pemenuhan kebutuhan tidur. *Jurnal*, 1, 9–14.
- Wijaya, P., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2014). Etika bisnis di PT SSL. *Jurnal*, 2(2).