ABSTRAK

Pada masa pandemi, tingkat konsumtif anak muda di Indonesia semakin meningkat, sehingga apabila hal ini sulit dikendalikan oleh anak muda khususnya generasi Z, akan menciptakan gaya hidup hedonisme serta adanya kejanggalan pada komunikasi intrapersonal dalam diri dimana timbulnya rasa takut dan khawatir karena tidak bisa memiliki barang tertentu yang biasa disebut dengan *Fear of Missing Out* (takut ketinggalan). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi intrapersonal dan FoMO terhadap hedonisme pada generasi Z baik secara parsial maupun bersama-sama. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda dan uji hipotesis. Penelitian ini dilakuakn kepada 385 orang responden yakni orang-orang yang berusia 18 – 25 tahun yang berdomisili di Kota Denpasar. Adapun hasil dari penelitian ini yang menunjukan bahwa: (1) komunikasi intrapersonal memiliki pengaruh positif (t = 13,695) dan signifikan (sig = 0,00) terhadap hedonisme sebesar 36,3 %, Semakin tinggi komunikasi intrapersonal , semakin tinggi hedonisme (2) FoMO memiliki pengaruh positif (t = 18,876) dan signifikan (sig=0,00) terhadap hedonisme pada generasi Z. %, Semakin tinggi FoMO, semakin tinggi hedonisme (3) Komunikasi Intrapersoanl dan FoMO secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan (f tabel = 2811,397 dan sig = 0,000). %, Semakin tinggi komunikasi intrapersonal dan FoMO maka , semakin tinggi hedonisme

Kata Kunci : Komunikasi Intrapersonal, FoMO, hedonisme, generasi z