

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial instagram pada generasi Z, semakin tinggi *fear of missing* yang dimiliki oleh generasi Z, maka tingkat kecanduan media sosial yang dimiliki cenderung tinggi. Sebaliknya, semakin rendah *fear of missing* yang dimiliki generasi Z, maka tingkat kecanduan media sosial instagram yang dimiliki cenderung rendah. Dengan demikian berarti hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima. Kemudian dari hasil kategorisasi diketahui bahwa generasi Z yang mengalami *fear of missing out* yang kategori rendah sebanyak 37 subjek (29,6%), kategori sedang sebanyak 86 subjek (68,8%), dan kategori tinggi sebanyak 2 subjek (1,6%). Hasil kategorisasi diketahui bahwa generasi Z yang mengalami kecanduan media sosial yang kategori sedang sebanyak 3 subjek (2,4%) dan kategori tinggi terdapat 122 subjek (97,6%). Dari hasil perhitungan nilai determinasi ( $R^2$ ) dalam penelitian ini sebesar 0,169, hal ini menunjukkan bahwa variabel *fear of missing out* memiliki kontribusi sebesar 16,9% terhadap variabel kecanduan media sosial dan sisanya sebesar 83,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu :

### 1. Bagi Subjek Penelitian

Dengan hasil yang menunjukkan bahwa terdapatnya hubungan positif antara *Fear of Missing Out* dan kecanduan media sosial Instagram maka diharapkan dengan adanya penelitian ini Gen z dapat mengurangi waktu menggunakan media sosial instagram dengan memberikan jatah waktu penggunaan media sosial instagram (tidak melebihi satu jam), membangun relasi dengan orang lain di dunia nyata, mengubah persepsi distorsi menjadi pikiran yang positif dan mencari bantuan profesional untuk pemulihan.

### 2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Fear of Missing Out* memiliki kontribusi sebesar 16,9% terhadap variabel kecanduan media sosial Instagram pada generasi Z dan sisanya sebesar 83,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yaitu gender, kondisi psikologis, kondisi sosial ekonomi, tujuan dan waktu penggunaan, tidak mampu mengontrol diri, dan sosial. Sehingga bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melihat faktor-faktor lain yang mempengaruhi kecanduan media sosial Instagram.