

## ABSTRAK

Kecanduan media sosial adalah perilaku ketika seseorang menghabiskan sebagian besar waktunya, dimana perilaku tersebut dapat menyebabkan peningkatan toleransi terhadap penggunaan media sosial, keterlibatan yang lebih intens dalam komunikasi virtual, dan mengalami masalah pribadi terkait dengan penggunaan media sosial tersebut. *Fear of Missing Out* adalah kekhawatiran tentang melewatkan momen berharga yang dialami oleh individu atau kelompok lain yang tidak dapat individu saksikan secara langsung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan kecanduan media sosial pada remaja pengguna media sosial Instagram. Hipotesis yang diajukan terdapat hubungan positif antara *Fear of Missing Out* dan kecanduan media sosial pada remaja pengguna media sosial Instagram. Subjek penelitian melibatkan remaja akhir berusia 18-21 tahun ( $n=161$ ) Pengumpulan data dilakukan menggunakan skala kecanduan media sosial dan skala *Fear of Missing Out*. Metode analisis menggunakan *correlation product moment* dari Pearson. Hasil analisis didapatkan ( $r_{xy}$ )= 0,641 ( $p<0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara *Fear of Missing Out* dan kecanduan media sosial memiliki korelasi positif. Ditemukan koefisien determinasi yang disimbolkan dengan  $R^2$  sebesar 0,411 hal ini membuktikan bahwa variabel *Fear of Missing Out* dapat memberikan pengaruh sebesar 41,1 % pada variabel kecanduan media sosial.

**Kata kunci:** *Fear of Missing Out*, Sosial Media, Kecanduan, Remaja

## **ABSTRACT**

*Social media addiction is a behavior where an individual spends a significant amount of their time, which can lead to an increased tolerance for social media use, more intense engagement in virtual communication, and personal problems related to social media usage. Fear of Missing Out (FOMO) is the concern of missing out on valuable moments experienced by others that an individual cannot witness directly. This study aims to investigate the relationship between Fear of Missing Out and social media addiction among adolescents who use social media Instagram. The hypothesis posits a positive relationship between Fear of Missing Out and social media addiction among adolescent Instagram users. The study involved late adolescents aged 18-21 years (n=161). Data collection was conducted using a social media addiction scale and a Fear of Missing Out scale. The analysis method used Pearson's product-moment correlation. The results of the analysis showed ( $r_{xy}$ )= 0.641 ( $p<0.05$ ), indicating a positive correlation between Fear of Missing Out and social media addiction. A coefficient of determination, symbolized by  $R^2$ , was found to be 0.411, demonstrating that the Fear of Missing Out variable can account for 41.1 % of the variance in social media addiction.*

**Keywords:** *Fear of Missing Out, Social Media, Addiction, Adolescen*