**HUBUNGAN ANTARA *FEAR OF MISSING OUT* DENGAN KECANDUAN MEDIA SOSIAL PADA REMAJA**

***THE RELATIONSHIP BETWEEN FEAR OF MISSING OUT AND SOCIAL MEDIA ADDICTION IN ADOLESCENTS***

**Firda Muthmainna1, Martaria Rizky Rinaldi2**

**Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta**

**firdamuthmainna@gmail.com**

**Abstrak**

Remaja merupakan bagian dari pemuda yang sedang dalam proses mengembangkan dirinya sendiri maupun lingkungan yang akan mempengaruhi cita-citanya, keagamaannya, dan juga akan mempengaruhi masa depannya. Masa remaja sering dianggap sebagai masa yang sulit, bermasalah dan rentan terhadap masalah identitas ego. Remaja cenderung sering bermain media sosial yang dimana menjadi suatu kecenderungan sehingga memunculkan kecenderungan akan bermain media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antar *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada remaja. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah adanya hubungan positif antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada remaja. Subjek dalam penelitian ini adalah 169 remaja yang berusia 15-18 tahun. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala kecanduan media sosial dan *fear of missing out*. Hasil uji korelasi *product moment* menunjukkan nilai *pearson corelation* sebesar (rxy)= 0,287 dengan signifikansi 0,000 (p < 0,050). Hal adanya hubungan antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada remaja. Maka, hipotesis dalam penelitian ini diterima. nilai koefisien determinasi (R2) yang diperoleh sebesar 0,082 yang artinya sumbangan *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial sebesar 8,2%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 91,8% disebabkan oleh variabel lain**.**

***Kata kunci:Fear of missing out, Kecanduan media sosial, Remaja***

***Abstract***

*This study aims to determine the relationship between fear of missing out and social media addiction in adolescents. The hypothesis in this study is that there is a positive relationship between fear of missing out and social media addiction in adolescents. The higher the fear of missing out, the higher the addiction to social media in adolescents. Conversely, the lower the fear of missing out, the lower social media addiction in adolescents. The subjects in this study were 169 adolescents aged 15-18 years. The scale used in this research is social media addiction and fear of missing out. Product moment correlation test results showed a pearson correlation value of (rxy) = 0.287 with a significance of 0.000 (p <0.050). This shows that there is a positive relationship between fear of missing out and social media addiction in adolescents. So, the hypothesis in this study is accepted. the coefficient of determination (R2) obtained was 0.082, which means that the contribution of fear of missing out with social media addiction is 8.2%. This shows that as much as 91.8% is caused by other variables.*

***Keywords: Social Media Addiction, Fear Of Missing Out, Adolescents***

**PENDAHULUAN**

Masa remaja adalah masa transisi yang dimana remaja merasakan keraguan dalam peran yang dilakukan. Status remaja saat ini yang bersifat tidak jelas menguntungkan bagi remaja itu sendiri, karena status tersebut memberi waktu kepada remaja untuk mencoba melakukan perlakuan yang tidak seharusnya atau kekerasan di gaya hidup yang berbeda dan menentukan pola perilaku, nilai, dan sifat yang sesuai bagi diri remaja. Remaja merupakan bagian dari pemuda yang sedang dalam proses mengembangkan dirinya sendiri maupun lingkungan yang akan mempengaruhi cita-citanya, keagamaannya, dan juga akan mempengaruhi masa depannya. Masa remaja sering dianggap sebagai masa yang sulit, bermasalah dan rentan terhadap masalah identitas ego (Santrock, 2012). Ditambah lagi, masa remaja saat ini berada pada tahap masa pencarian identitas diri, sangat membutuhkan peran teman sebaya, berada dalam kondisi kebingungan karena belum mampu menentukan aktivitas yang bermanfaat serta memiliki keingintahuan yang tinggi terhadap berbagai hal yang belum diketahuinya (Sarwono, 2011).

Penelitian dari Juwita, Budimansyah & Nurbayani (2015) menjelaskan bahwa fenomena di kalangan remaja saat ini sangat gemar bermedia sosial dengan gawai yang dimiliki dengan tujuan agar para remaja dapat terhubung terus dengan media sosialnya dengan aktivitas memperbaharui, melihat dan mengomentari status dan berbagi informasi pada media sosial yang dimiliki seolah-olah sangat penting. Hal ini dibuktikan dengan hasil survei dilakukan oleh Irawan, Yusufianto, Agustina & Dean (2019) menyatakan bahwa jumlah pengguna media sosial atau internet di Indonesia mencapai 196,71 juta jiwa. Pengguna internet atau media sosial didominasi usia 15-19 tahun dan menggunakan rata-rata waktu untuk mengakses media sosial sekitar 4-5 jam perharinya. Riset juga dilakukan oleh Smith & Koray (2018) menunjukkan bahwa usia pengguna media sosial rata-rata 15-24 tahun dan menghabiskan waktu untuk mengakses media sosial 6 jam 46 menit per hari. Berdasarkan laporan *We Are Social* (Mahdi, 2022) jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah itu telah meningkat 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 170 juta orang. Melihat trennya, jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya (Mahdi, 2022).

Peningkatan dalam bermain media sosial pada remaja dapat memunculkan suatu kecenderungan. Hal ini dikarenakan bahwa Penelitian Aprilia, Sriati & Hendrawati (2020) menjelaskan bahwa diusia remaja, kecenderungan dalam menggunakan media sosial bertujuan untuk memenuhi keingintahuan terhadap berbagai hal yang terdapat di media sosial dan juga remaja menggunakan media sosial karena media sosial sedang menjadi trend di kalangan teman sebayanya. Hal tersebut dibuktikan oleh penelitian Andarwati (2016) terkait penggunaan media sosial pada siswa kelas XI SMA Negeri 9 Yogyakarta tergolong tinggi, yaitu sebanyak 76% siswa berada pada kategori tinggi pemakaian media sosial. Hasil penelitian lainnya juga menunjukkan bahwa lebih dari sebagian responden pada remaja tengah (siswa SMA) yaitu sebanyak 43 orang (50,6%) berada pada kategori tinggi dalam pemakaian media sosial (Ariani, Elita & Zulfitri, 2009).

Fauziawati (2015) penelitian nya menjelaskan bahwa remaja yang sering bermain media sosial akan mengalami suatu kecenderungan yang dapat memunculkan suatu kecanduan yang menjadi sangat tergantung terhadap media sosial, sehingga rela menghabiskan waktu yang lama hanya untuk mencapai kepuasan. Hal ini dikarenakan bahwa media sosial yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari saat ini menjadi suatu kebiasaan atau kebutuhan yang semakin lumrah dan tanpa disadari membawa efek negatif di kehidupan seperti kecanduan (Andreassen & Pallesen, 2014). Kecanduan merupakan perilaku ketergantungan dengan suatu fasilitas yang menjadi kebiasaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada siswa di Amerika dengan usia 13 sampai 17 tahun, 90% diantaranya adalah pengguna media sosial, dan 35% diantaranya menggunakan media sosial secara berulang-ulang setiap harinya yang memungkinkan remaja mengalami kecanduan media sosial (Kiracaburun, 2016). Fathadhika & Afriani (2018) dalam peneliitannya menjelaskan bahwa salah satu penyebab kecanduan media sosial dengan intensitas yang tinggi adalah rasa khawatir akan ketinggalan informasi sehingga terarah pada munculnya perilaku penggunaan yang berlebihan. Seseorang remaja dapat berada pada kategori kecanduan apabila mengakses media sosial berkisar 5-6 jam sehari (Syamsoedin, Bidjuni & Wowiling, 2015)

Longstreet & Brook (2017) menyatakan bahwa kecanduan media sosial adalah suatu kondisi disaat individu menggunakan media sosial untuk menambah teman, serta membagikan atau mendapatkan informasi secara terus menerus dan akan timbul rasa tidak nyaman apabila dilakukan sebuah upaya untuk mengurangi waktu penggunaan dari media sosial tersebut. Menurut Griffiths (2013) kecanduan media sosial memiliki beberapa aspek antara lain : (1) *salienc*e, kondisi disaat media sosial telah menjadi sebuah kebutuhan yang penting dalam kehidupan individu. (2) *Mood modification*, aktivitas bermain media sosial digunakan sebagai sarana pelarian dari masalah yang dihadapi. (3) *Tolerance*, kondisi disaat penggunaan media sosial mengalami peningkatan jumlah waktu. (4) *Withdrawal symptoms*, individu mengalami perasaan tidak menyenangkan saat penggunaan media sosial dikurangi. (5) *Conflict*, kondisi disaat penggunaan media sosial yang berlebihan menimbulkan konflik dalam diri individu maupun luar diri individu. (6) *Relapse*, individu kembali menggunakan media sosial secara berlebihan walaupun awalnya sudah dilakukan upaya kontrol.

Media sosial dapat diakses oleh berbagai kalangan masyarakat, salah satunya adalah remaja yang merupakan pengguna tertinggi media sosial yaitu dengan persentase 80% (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2021). Riset juga dilakukan oleh Smith & Koray (2018) menunjukkan bahwa usia pengguna media sosial rata-rata 15-24 tahun dan menghabiskan waktu untuk mengakses media sosial 6 jam 46 menit per hari. Hasil penelitian dari Irawan, Yusufianto, Agustina & Dean (2019) ditemukan data bahwa sebanyak 36,5 juta pengguna internet berusia 10-24 tahun dan 11,2 juta diantaranya adalah pelajar sekolah. Pelajar atau peserta didik yang berusia 15-17 tahun yang duduk di bangku sekolah menengah atas telah mengikuti proses pendidikan dan pembelajaran untuk meningkatkan pengetahuan dan pengembangan diri baik secara sosialemosional, moral maupun intelektual. Remaja pada masa ini ingin selalu menjadi pusat perhatian, menonjolkan diri dan memantapkan identitas dirinya.

Peneliti melakukan wawancara pada Awal November 2022 kepada 8 subjek yang termasuk kategori remaja dengan rentang usia 18 – 21 tahun dengan menggunakan media *whatsapp*. Dilihat berdasarkan aspek-aspek kacanduan media sosial maka diperoleh hasil bahwa pada aspek *salience*, subjek mengungkapkan bahwa media sosial telah menjadi bagian yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Subjek mengungkapkan bahwa tetap mengakses media sosial walau sedang melakukan aktivitas yang penting seperti makan, belajar, atau bekerja. Pada aspek *mood modification*, subjek mengungkapkan bahwa aktivitas mengakses media sosial instagram sebagai suatu upaya untuk menghilangkan perasaan yang tidak menyenangkan seperti saat subjek merasa bosan, sedih, marah, atau bahkan saat subjek merasa kesepian. Pada aspek *tolerance*, subjek mengungkapkan bahwa dalam kurun waktu sehari bisa mengakses media sosial selama 2 sampai 8 jam.

Pada aspek *withdrawal symptoms*, subjek mengungkapkan bahwa ketika tidak bisa mengakses media sosial maka subjek akan merasa kesal dan sedih. Kemudian pada aspek *conflict*, subjek mengatakan bahwa aktivitas dalam mengakses media sosial terkadang membuat subjek menjadi lupa dengan tanggung jawab dan tugas – tugas seperti tugas akademik atau pekerjaan. Selanjutnya pada aspek *relapse*, subjek mengungkapkan bahwa sebelumnya sudah mencoba melakukan sebuah upaya untuk mengontrol penggunaan media sosial instagram namun upaya yang telah dilakukan tidak sepenuhnya berhasil. Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa 7 dari 8 remaja mengalami kecanduan media sosial

Siddiqui & Singh (2016) penelitian menjelaskan bahwa seharusnya media sosial dapat digunakan sebagai sarana komunikasi yang baik antar remaja, mendapatkan dukungan dari remaja lainnya, serta mendapatkan saran dan informasi terkait dengan tujuan karir (Siddiqui & Singh, 2016). Ditambah lagi dari penelitian dari Pata, Aspin & Pambudhi (2021) menjelaskan bahwa penggunaan media sosial setiap individu seharusnya dapat mengontrol dirinya agar menggunakannya dengan bijaksana dan tidak menggunakannya secara berlebihan. Penelitian Pata, Aspin & Pambudhi (2021) menjelaskan bahwa kemampuan mengontrol diri sangat diperlukan di kalangan siswa saat ini, dikarenakan dalam masa ini akan begitu banyak dorongan-dorongan keinginan untuk mengakses media sosial yang bergejolak. Hal ini dikarenakan bahwa Penelitian Norlina (2019) menjelaskan bahwa ketika individu tidak mampu mengontrol dalam pengaksesan media sosial akan menyebabkan penggunanya bersifat kecanduan.

Dalam hal ini, kecanduan media sosial penting untuk diteliti karena kecanduan media sosial dapat membawa dampak baik dan juga dampak buruk bagi seorang remaja. Hal ini sesuai dengan penelitian dari Siddiqui & Singh (2016) yang menjelaskan bahwa penggunaan media sosial bagi siswa memiliki manfaat yang positif yaitu siswa dengan mudah dapat berinteraksi dan berbagi informasi tentang tugas-tugas sekolah, kegiatan usaha kelas, dukungan dari teman-teman dan pekerjaan rumah secara cepat melalui media sosial masing masing dan juga disamping itu memiliki manfaat negatif yakni siswa dapat mengabaikan tugas sekolah, mengakses media sosial pada saat jam pelajaran dan juga memposting hal-hal yang bersifat privasi di media sosialnya. Tetapi, Al-menayes (2015) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa remaja yang mengakses media sosial secara berlebihan dapat berdampak negatif terhadap psikologisnya seperti kurang tidur dan mengabaikan tugas akademiknya. Dalam penelitian O’Keeffe& Pearson, (2011) dijelaskan bahwa hal tersebut dilakukan oleh remaja karena usia remaja yang masih belum berpengalaman dan masih memiliki keterbatasan dalam pengendalian diri saat menghadapi masalah.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kecanduan media sosial berdasarkan hasil penelitian Casale, Rugai & Fioravanti, (2018) yaitu faktor sosial, faktor psikologis dan faktor biologis. Salah satu faktor yang mempengaruhi kecanduan media sosial adalah faktor psikologis. Hal ini dikarenakan bahwa dalam penelitian Casale, Rugai & Fioravanti, (2018) menyebutkan bahwa media sosial sebagai pelarian individu yang bertujuan untuk memperoleh kesenangan. Individu menggunakan media sosial sebagai bentuk pelampiasan. individu untuk melarikan diri dari kenyataan, menerima hiburan atau rasa senang dari internet. Hal ini akan menyebabkan individu terdorong untuk lebih sering menggunakan internet sebagai pelampiasan dan akan membuat kecanduan. Bagi individu, media sosial tidak hanya menghabiskan waktu di media sosial untuk mencari tahu berita yang remaja butuhkan, namun tanpa sadar remaja menggunakannya untuk mengikuti kehidupan dan kegiatan orang lain. Keadaan seperti ini disebut sebagai *fear of missing out* yang dicirikan oleh adanya keinginan yang besar untuk tetap terus terhubung dengan apa yang sedang dilakukan oleh orang lain melalui dunia maya (Przybylski, Murayama, DeHaan, & Gladwell, 2013).

Menurut Przyblylski, Murayama, DeHaan dan Gladwell (2013) *fear of missing out* (FoMO) merupakan ketakutan akan kehilangan momen berharga individu atau kelompok lain di mana individu tersebut tidak dapat hadir didalamnya dan ditandai dengan keinginan untuk tetap terus terhubung dengan apa yang orang lain lakukan melalui internet atau dunia maya. Aspek-aspek dari *fear of missing out* (FoMO) menurut Przyblylski, Murayama, DeHaan dan Gladwell (2013) yaitu tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *relatedness* (kedekatan dengan individu lain) dan tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *self*.

Media sosial yang awalnya sangat bermanfaat bagi penggunanya dengan berbagai kemudahan yang bisa didapatkan, bila telah mengalami kecanduan tentu akan berdampak negatif bagi pengguna media sosial tersebut. Yang mana, pengguna tersebut akan sering mengecek notifikasi sosial medianya yang mengacu pada perilaku kompulasif. Meskipun terkadang tidak ada notifikasi yang muncul, pengguna tetap akan melihat layar smarphone kemudian melakukan *refresh* pada beranda sosial medianya. Hal ini didorong oleh adanya keinginan untuk terus update informasi tentang aktivitas, kegiatan individu atau kelompok lain serta berbagai pembicaraan hangat yang sedang terjadi (Alyusi, 2016). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dossey (2014) yang menjelaskan bahwa disaat bangun tidur, sebelum tidur, makan dan bahkan ketika berkendara menggunakan motor maupun mobil, individu tetap menggunakan ponselnya untuk menjelajahi internet agar tidak merasa tertinggal informasi.

Tersedianya informasi dari media sosial memungkinkan individu untuk mengetahui peristiwa apa saja yang dilakukan orang lain sepanjang waktu. Hal tersebut menyebabkan individu yang mengalami *fear of missing out* dapat mengarah kepada kecanduan media sosial (Abel, dkk., 2016). Adanya keterhubungan *antara fear of missing out* dengan kecanduan media sosial tidak terlepas dari dari lamanya waktu yang dialokasikan untuk mengakses media sosial atau *time displacement*. Hal ini sesuai dengan penelitian dari Alt dan Boniel-Nissim (2018) yang menunjukkan bahwa hadirnya *fear of missing out* menyebabkan semakin lama waktu yang digunakan untuk menggunakan media sosial yang menjadi indikasi perilaku kecanduan media sosial. Individu dengan *fear of missing out* yang tinggi akan secara agresif mencari peluang untuk terlibat dalam media sosial (Przybylski dkk., 2013). *Fear of missing out* dapat berkontribusi pada ketergantungan terhadap media sosial karena individu yang khawatir tidak dapat terhubung ke jaringan remaja dapat mengembangkan kebiasaan pemeriksaan secara impulsif yang seiring waktu dapat berkembang menjadi kecanduan (Griffith & Kuss, 2017). Young (2011) tentang kecanduan yaitu merasa keasyikan dengan media sosial, memerlukan waktu tambahan dalam mencapai kepuasan saat menggunakan internet, tidak mampu mengontrol, mengurangi atau menghentikan penggunaan dan mengakses media sosial lebih lama yang diharapkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Przybylski, Murayama, DeHaan, & Gladwell, (2013) menyebutkan bahwa *fear of missing out* menimbulkan perasaan kehilangan, stres, dan merasa jauh jika tidak mengetahui peristiwa penting individu lain. Hal ini didasarkan pada pandangan determinasi sosial bahwa internet dan media sosial memberikan efek pemberian pembanding antara individu mengenai tingkat kesejahteraan serta persepsi kebahagiaan menurut individu lain. Internet dan media sosial memberikan jalan kepada individu untuk membiarkan individu lain mengetahui perilaku-perilaku yang terjadi di hidupnya sebagai bentuk penghargaan diri individu dan ketika individu lain melihat persepsi yang dimunculkan, hal tersebut diterjemahkan sebagai bentuk kebahagiaan yang sebenarnya (Przybylski, Murayama, DeHaan, & Gladwell, 2013).

Di Indonesia, penelitian ini jarang diteliti oleh peneliti terkhusus dengan subjek penelitian remaja. Baru dua penelitian yang peneliti temukan mengenai hubungan *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial yaitu penelitian yang dilakukan Rahardjo & Soetjiningsih (2022) dan Pratiwi & Fazriani (2020). Penelitian ini perlu diteliti kembali untuk mengetahui lebih lanjut mengenai seberapa besar hubungan *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial terkhususnya pada remaja yang ada di Indonesia. Hasil penelitian sebelumnya belum menunjukkan bahwa *fear of missing* tidak memperoleh persentase yang besar dalam mempengaruhi kecanduan media sosial. Maka, hasil penelitian ini nantinya merupakan suatu hal yang penting untuk dilakukan karena penelitian ini nanti nya bisa dijadikan sebagai sumber acuan untuk menemukan hubungan antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial khususnya pada remaja yang ada di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti ingin mengetahui apakah ada hubungan *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada remaja?. Maka, peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul “Hubungan antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada remaja”.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada remaja. Hasil penelitian ini di diharapkan dapat menjadi sumbangan ilmiah, dan diharapkan dapat dipergunakan untuk memperluas wawasan ilmiah psikologi dan keilmuwan lainnya khususnya dalam bidang psikologi klinis untuk menjelaskan fenomena psikologis yaitu mengenai hubungan *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada remaja. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam mengetahui dan memahami adanya hubungan *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial sehingga dapat menjadi sumber informasi yang dapat diterapkan untuk anak remaja.

**METODE PENELITIAN**

Identifikasi variabel dalam penelitian ini adalah variabel terikat dalam penelitian ini adalah kecanduan media sosial dan variabel bebas dalam penelitian ini adalah *fear of missing*. Subjek dalam penelitian ini adalah 169 remaja yang menggunakan media sosial . Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala. Jenis skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Ada dua skala psikologis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala kecanduan media sosial dan skala *fear of missing*.

Skala kecanduan media sosial diukur dengan menggunakan *Internet Addiction Test* yang mengacu pada media sosial dengan menggunakan aspek dari Griffiths (2013) antara lain : (1) *salienc*e, (2) *Mood modification*,. (3) *Tolerance*, (4) *Withdrawal symptoms*, (5) *Conflict*, dan (6) *Relapse*. Skala kecanduan media sosial terdiri dari 20 aitem. Hasil uji coba yang dilakukan menggunakan daya beda 0,300. Berdasarkan hasil uji coba yang sudah di analisis dengan menggunakan program analisis data (SPSS) menunjukkan bahwa dari aitem awal yaitu 20 aitem setelah dianalisis menunjukkan ada 2 aitem yang gugur yaitu aitem no 5 dan no 11. Daya beda aitem bergerak dari 0,418 sampai dengan 0,670.

Skala fear of Skala *fear* *of missing out* (FoMO) diukur berdasarkan aspek dari Przyblylski, Murayama, DeHaan dan Gladwell (2013) membagi aspek FoMO atas 2 yaitu tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *relatedness* (kedekatan dengan individu lain) dan tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *self*. Skala FoMo terdiri dari 10 aitem. Hasil uji coba yang dilakukan menggunakan daya beda 0,300. Berdasarkan hasil uji coba yang sudah di analisis dengan menggunakan program analisis data (SPSS) menunjukkan bahwa dari aitem awal yaitu 10 aitem setelah dianalisis menunjukkan tidak ada aitem yang gugur. Daya beda aitem bergerak dari 0,494 sampai dengan 0,704. Adapun reliabilitas yang diperoleh adalah 0,878.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik *product moment* dari Pearson yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat yang dianalisa dengan menggunakan bantuan program *SPSS Windows*.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

1. **Deskripsi Data Penelitian**

Subjek yang digunakan dalam penelitian ini merupakan seorang remaja yang berusia 15-18 tahun yang menggunakan media sosial. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling.* Dari kriteria subjek tersebut, didapatkan responden sebanyak 190 orang akan tetapi dikarenakan 16 orang subjek yang sudah pernah mengisi skala ini dan juga sudah 5 orang tidak mengisi pernyataan dari skala peneliti, maka subjek yang dianalisis sebanyak 169 orang remaja. Adapun deskripsi subjek penelitian dapat dilihat dibawah ini

1) Deskripsi Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden yang diperoleh dalam penelitian ini adalah 169 orang yang mencakup jenis laki-laki dan jenis perempuan yang dapat dilihat pada Tabel 5. Deskripsi Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin berikut ini.

**Tabel 1. Deskripsi Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Jenis Kelamin | Jumlah Subjek | Persentase |
| Laki-laki | 54 | 30,8% |
| Perempuan | 115 | 69,2% |
| Total | 169 | 100% |

Dari tabel tersebut terlihat hasil bahwa dari 169 subjek dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 54 orang dengan persentase yang diperoleh yaitu 69,2%. Sedangkan subjek dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 115 orang dengan persentase 69,2%. Maka, berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini didominasi oleh oleh dengan jenis kelamin perempuan.

2) Deskripsi Subjek Berdasarkan Usia

Responden yang diperoleh dalam penelitian ini adalah 169 orang yang mencakup usia yang dapat dilihat pada Tabel 6. Deskripsi Subjek Berdasarkan usia berikut ini.

**Tabel 2. Deskripsi Subjek Berdasarkan Usia**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Usia | Jumlah Subjek | Persentase |
| 15 | 39 | 24,5% |
| 16 | 26 | 14,5% |
| 17 | 27 | 16,35% |
| 18 | 78 | 44,65% |
| Total | 169 | 100% |

Dari tabel data tersebut terlihat bahwa dari 159 subjek, terdapat 4 ragam usia yang berpartisipasi dalam pengisian skala. Subjek yang paling banyak mengisi skala yaitu subjek berusia 15 tahun sebanyak 39 orang (24,5%), subjek berusia 16 tahun sebanyak 26 orang (14,5%), subjek berusia 17 tahun sebanyak 27 orang (16,35%), subjek berusia 18 tahun sebanyak 78 orang (44,65%). Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini didominasi oleh subjek berusia 18 tahun.

3) Deskripsi Subjek Berdasarkan Sosial Media Yang Digunakan

Responden yang diperoleh dalam penelitian ini adalah 159 orang yang mencakup usia yang dapat dilihat pada Tabel 9. Deskripsi Subjek Berdasarkan Sosial Media Yang Digunakan berikut ini.

**Tabel 3. Deskripsi Subjek Berdasarkan Sosial Media Yang Digunakan**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Sosial Media Yang Digunakan | Jumlah Subjek | Persentase |
| Youtube | 70 | 60% |
| Tiktok | 130 | 89% |
| Instagram | 125 | 82% |
| Twitter | 27 | 20% |
| Line | 21 | 15% |
| Whatsapp | 154 | 94% |
| Dating Apps | 8 | 9% |
| Telegram | 9 | 4% |
| Webtoon | 1 | 0,6% |
| FB | 21 | 13% |
| Zoom | 1 | 0,6% |
| Skype | 1 | 0,6% |

Dari tabel data tersebut terlihat bahwa dari 169 subjek, terdapat banyak aplikasi media sosial yang digunakan. Subjek yang paling banyak mengisi skala yaitu dengan Sosial Media Yang Digunakan yang tertinggi sebanyak 94% dengan jumlah subjek 154 yang menggunakan *whatsapp*. Sedangkan Sosial Media Yang Digunakan yang terendah berada pada sosial media *webtoon*, zoom dan skype dengan persentase sebesar 0,6 persen dengan masing-masing jumlah subjek yaitu 1. Maka uraian diatas dapat disimpulan bahwa whatsapp merupakan sosial media yang digunakan oleh kebanyakan subjek.

4) Deskripsi Subjek Berdasarkan Waktu Penggunaan Media Sosial

Responden yang diperoleh dalam penelitian ini adalah 169 orang yang mencakup usia yang dapat dilihat pada Tabel 10. Deskripsi Subjek Berdasarkan usia berikut ini.

**Tabel 4. Deskripsi Subjek Berdasarkan Waktu Penggunaan Media Sosial**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Waktu Penggunaan Media Sosial | Jumlah Subjek | Persentase |
| 2-4 Jam | 43 | 25,45 |
| 5-10 Jam | 96 | 56,80 |
| 11-15 Jam | 21 | 12,43 |
| Diatas 16 Jam | 9 | 5,32 |
| Total | 169 | 100% |

Dari tabel data tersebut terlihat bahwa dari 169 subjek, terdapat 4 status yang berpartisipasi dalam pengisian skala. Subjek yang paling banyak mengisi skala yaitu subjek yang menggunakan media sosial dalam waktu 2-4 Jam sebanyak 43 orang (25,45%), subjek yang menggunakan media sosial dalam waktu 5-10 Jam sebanyak 96 orang (56,80%), subjek yang menggunakan media sosial dalam waktu 11-15 Jam sebanyak 21 orang (12,43%), subjek yang menggunakan media sosial dalam waktu Diatas 16 Jam sebanyak 9 orang (5,32). Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini didominasi oleh subjek yang menggunakan media sosial dalam waktu 5-10 Jam.

**2. Kategorisasi Data Penelitian**

Berdasarkan data penelitian, maka dapat dilakukan kategorisasi pada kedua variabel. Tujuan kategorisasi ini adalah menempatkan individu dalam bagian kelompok yang dimana berposisi jenjang yang terdiri dari rendah-tinggi, baik-buruk, kuat-lemah dan lainnya (Azwar, 2021). Adapun rumusan kategorisasi dapat dilihat pada tabel 12 dan 13 berikut ini:

**Tabel 12. Kategorisasi Skor Skala Kecanduan Media Sosial**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Kategorisasi | Pedoman | Skor | N | Persentase |
| Sangat Rendah | x ≤ µ - 1,5.ơ | X ≤ 32 | 0 | 0% |
| Rendah | (µ - 1,5.ơ) < X ≤ (µ - 0,5.ơ) | 32 < X ≤ 40 | 7 | 4,14% |
| Sedang | (µ - 0,5.ơ) < X ≤ (µ + 0,5.ơ) | 40 < X ≤ 50 | 59 | 34,91% |
| Tinggi | (µ + 0,5.ơ) < X ≤ (µ + 1,5.ơ) | 50 < X ≤ 59 | 77 | 45,56% |
| Sangat Tinggi | µ + 1,5. ơ < X | 59<X  | 26 | 15,39% |
|  | Total |  | 169 | 100 |

Keterangan:

 X : Skor Subjek

 µ : Mean atau rerata hipotetik

 σ : Standar deviasi hipotetik

Berdasarkan hasil kategorisasi di atas menunjukkan bahwa subjek sebanyak 0 orang dengan persentase 0% memiliki tingkat kecanduan media sosial sangat rendah, subjek sebanyak 7 orang dengan persentase 4,14% memiliki tingkat kecanduan media sosial rendah, subjek sebanyak 59 orang dengan persentase 34,91% memiliki tingkat kecanduan media sosial sedang, subjek sebanyak 77 orang dengan persentase 45,56% memiliki tingkat kecanduan media sosial tinggi, dan subjek sebanyak 26 orang dengan persentase 15,39% memiliki tingkat kecanduan media sosial yang sangat tinggi. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini sebagian besar subjek memiliki kecanduan media sosial dalam kategori tinggi.

**Tabel 6. Kategorisasi Skor Skala Fear Of Missing Out**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Kategorisasi | Pedoman | Skor | N | Persentase |
| Sangat Rendah | x ≤ µ - 1,5.ơ | X ≤ 32 | 0 | 0% |
| Rendah | (µ - 1,5.ơ) < X ≤ (µ - 0,5.ơ) | 32 < X ≤ 40 | 7 | 4,14% |
| Sedang | (µ - 0,5.ơ) < X ≤ (µ + 0,5.ơ) | 40 < X ≤ 50 | 59 | 34,91% |
| Tinggi | (µ + 0,5.ơ) < X ≤ (µ + 1,5.ơ) | 50 < X ≤ 59 | 77 | 45,56% |
| Sangat Tinggi | µ + 1,5. ơ < X | 59<X  | 26 | 15,39% |
|  | Total |  | 169 | 100 |

Keterangan:

            X         : Skor Subjek

            µ         : Mean atau rerata hipotetik

            σ          : Standar deviasi hipotetik

 Berdasarkan hasil kategorisasi di atas menunjukkan bahwa subjek sebanyak 1 orang dengan persentase 0,59% memiliki tingkat fear of missing sangat rendah, subjek sebanyak 146 orang dengan persentase 86,39% memiliki tingkat fear of missing rendah, subjek sebanyak 15 orang dengan persentase 8,88% memiliki tingkat fear of missing sedang, subjek sebanyak 7 orang dengan persentase 4,14% memiliki tingkat fear of missing tinggi, dan subjek sebanyak 0 orang dengan persentase 0% memiliki tingkat fear of missing yang sangat tinggi. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini sebagian besar subjek memiliki fear of missing dalam kategori rendah.**Uji Prasyarat**

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetaui sebaran data yang diukur apakah memiliki sebaran data normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan teknik analisis model *one sample* kolmogorov-smirnov (KS-Z). Pedoman yang digunakan adalah apabila nilai signifikansi KS-Z > 0,050 maka sebaran data mengikuti distribusi normal dan apabila nilai signifikansi KS-Z ≤ 0,050 maka sebaran data tidak mengikuti distribusi normal (Hadi, 2015). Dari hasil uji kolmogorov-smirnov (KS-Z) untuk variabel kecanduan media sosial diperoleh KS-Z = 0,117 dengan p= 0,000 berarti sebaran data variabel kecanduan media sosial mengikuti sebaran data yang tidak normal. Dari hasil uji kolmogorov-smirnov (KS-Z) untuk variabel *fear of missing out* diperoleh KS-Z = 0,00 Dengan p=0,055 berarti sebaran data variabel *fear of missing out* mengikuti sebaran data yang tidak normal.

Ketika data tidak normal, maka, peneliti melakukan uji non parametrik. Hal ini dikarenakan bahwa sebaran data parametrik yang dilakukan oleh peneliti tidak teruji secara normal. Jika data berdistribusi normal maka digunakan statistik parametrik dan sebaliknya jika tidak normal maka uji statistik parametrik tidak dapat dilakukan, sehingga harus menggunakan statistik non parametrik (Sugiyono, 2014). Uji statistik nonparametrik adalah suatu uji statistik yang tidak memerlukan adanya asumsi-asumsi mengenai sebaran data populasi. Jika nilai signifikansi 0,05 maka data tidak signifikan atau tidak normal. Adapun hasilnya dari masing-masing variabel pada kecanduan media sosial diperoleh signifikasi (p) yaitu 0,000 dan *fear of missing out* adalah p atau signifikansi nya diperoleh 0,000 yang artinya data dari kedua variabel tersebut signifikan dan bisa dilakukan uji selanjutnya yaitu uji linieritas dan uji hipotesis.

1. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk menguji apakah hubungan antar variabel bebas dan tergantung linier atau tidak. Pedoman yang digunakan adalah jika p < 0.050 berarti kedua variabel ada hubungan yang linier dan apabila nilai p ≥ 0.050 berarti kedua variabel bukan hubungan yang linier (Hadi, 2015). Dari hasil uji linieritas diperoleh F = 15,609 dan p = 0,000 berarti hubungan *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial merupakan hubungan yang linier.

1. **Uji Hipotesis**

Perhitungan untuk pengujian hipotesis menggunakan bantuan program Software. Hasil uji korelasi *product moment* menunjukkan nilai *pearson corelation* sebesar (rxy)= 0,287 dengan signifikansi p < 0,01. Hal ini menunjukkan bahwa danya hubungan positif antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada remaja. Semakin tinggi *fear of missing out* maka semakin tinggi kecanduan media sosial pada remaja. Sebaliknya, semakin rendah *fear of missing out* maka semakin rendah kecanduan media sosial pada remaja. Interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara dua variabel tersebut berdasarkan kriteria (Sugiyono, 2014). Maka, hipotesis dalam penelitian ini diterima. Selain itu, hasil analisis data tersebut juga menunjukkan nilai koefisien determinasi (R2) yang diperoleh sebesar 0,082 yang artinya sumbangan *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial sebesar 8,2%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 91,8% disebabkan oleh variabel lain**.**

**PEMBAHASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada remaja. Hasil uji korelasi *product moment* menunjukkan nilai *pearson corelation* sebesar (rxy)= 0,270 dengan signifikansi p < 0,01. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada remaja. Semakin tinggi *fear of missing out* maka semakin tinggi kecanduan media sosial pada remaja. Sebaliknya, semakin rendah *fear of missing out* maka semakin rendah kecanduan media sosial pada remaja. Interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara dua variabel tersebut berdasarkan kriteria (Sugiyono, 2015). Maka, hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian dari Rahardjo & Soetjiningsih (2022) yang menunjukkan bahwa adanya hubungan antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Przybylski, Murayama, DeHaan, & Gladwell, (2013) menyebutkan bahwa *fear of missing out* menimbulkan perasaan kehilangan, stres, dan merasa jauh jika tidak mengetahui peristiwa penting individu lain. Hal ini didasarkan pada pandangan determinasi sosial bahwa internet dan media sosial memberikan efek pemberian pembanding antara individu mengenai tingkat kesejahteraan serta persepsi kebahagiaan menurut individu lain. Internet dan media sosial memberikan jalan kepada individu untuk membiarkan individu lain mengetahui perilaku-perilaku yang terjadi di hidupnya sebagai bentuk penghargaan diri individu dan ketika individu lain melihat persepsi yang dimunculkan, hal tersebut diterjemahkan sebagai bentuk kebahagiaan yang sebenarnya (Przybylski, Murayama, DeHaan, & Gladwell, 2013).

Penelitian dari Suryani & Suwarti (2014) menjelaskan bahwa kebanyakan dari remaja beranggapan bahwa semakin aktif dirinya di media sosial, maka remaja akan semakin dianggap keren dan gaul. Sedangkan, remaja yang tidak memiliki media sosial biasanya dianggap kurang gaul atau ketinggalan jaman (Suryani & Suwarti, 2014). Padahal remaja sebagai salah satu pengguna media sosial masih belum mampu memilah aktivitas yang bermanfaat. Remaja juga cenderung mudah terpengaruh terhadap kehidupan sosial yang ada di media sosial, tanpa memikirkan dampak positif dan negatif yang ditimbulkan dari aktivitasnya (Ekasari & Dharmawan, 2012). Hal tersebut dikarenakan tidak mampu dalam mengontrol penggunaan media sosial. Jika seseorang tidak mampu dalam mengontrolnya, maka waktu dalam penggunaannya akan meningkat dan dapat menyebabkan kecanduan terhadap media sosial (Thakkar, 2006).

Salah satu faktor yang mempengaruh kecanduan terhadap media sosial ada *fear of missing out*. Hal ini dikarenakan bahwa Penelitian Subathra, Nimisha, dan Hakeem (2013) menjelaskan bahwa ketergantungan atau kecanduan akan membuat seseorang merasa terdorong untuk melakukan kegiatan tertentu berulang kali dan menjadi kegiatan yang berbahaya kemudian akan mengganggu kegiatan penting lainnya seperti mengerjakan tugas akademik. Saat ini individu tidak hanya menghabiskan waktu di media sosial untuk mencari tahu berita yang remaja butuhkan, namun tanpa sadar remaja menggunakannya untuk mengikuti kehidupan dan kegiatan orang lain. Keadaan seperti ini disebut sebagai *fear of missing out* yang dicirikan oleh adanya keinginan yang besar untuk tetap terus terhubung dengan apa yang sedang dilakukan oleh orang lain melalui dunia maya (Przybylski, Murayama, DeHaan, & Gladwell, 2013).

Tersedianya informasi dari media sosial memungkinkan individu untuk mengetahui peristiwa apa saja yang dilakukan orang lain sepanjang waktu. Hal tersebut menyebabkan individu yang mengalami fear of missing out dapat mengarah kepada kecanduan media sosial (Abel, dkk., 2016). Adanya keterhubungan *antara fear of missing out* dengan kecanduan media sosial tidak terlepas dari dari lamanya waktu yang dialokasikan untuk mengakses media sosial atau *time displacement*. Hal ini sesuai dengan penelitian dari Alt dan Boniel-Nissim (2018) yang menunjukkan bahwa hadirnya *fear of missing out* menyebabkan semakin lama waktu yang digunakan untuk menggunakan media sosial yang menjadi indikasi perilaku kecanduan media sosial. Individu dengan *fear of missing out* yang tinggi akan secara agresif mencari peluang untuk terlibat dalam media sosial (Przybylski dkk., 2013).

Peneliti melakukan uji beda yang bertujuan untuk melihat pengaruh dari jenis kelamin terhadap kecanduan media sosial dan *fear of missing out*. Berdasarkan hasil analisis data dilakukan peneliti menunjukkan bahwa pengaruh jenis kelamin terhadap kecanduan media sosial diperoleh r -,179 dengan p 0,010. Maka, jenis kelamin memiliki pengaruh terhadap kecanduan media sosial pada remaja. Sedangkan pengaruh jenis kelamin dengan *fear of missing out* diperoleh r sebesar 0,287 dengan p yaitu 0,000 menunjukkan bahwa jenis kelamin memiliki pengaruh terhadap *fear of missing out.* Dalam hal ini, Omrod (dalam Hidayatullah, 2020) menjelaskan bahwa jenis kelamin memunculkan sejumlah perbedaan menonjol dalam beberapa aspek, seperti perbedaan struktur otak antara laki-laki dan perempuan, laki-laki lebih cenderung hanya dapat fokus pada satu pekerjaan saja sehingga membuatnya akan lalai sampai lupa waktu. Sedangkan wanita dapat mengerjakan lebih dari satu pekerjaan sekaligus dalam satu waktu. Dalam belajar perempuan mampu untuk mudah berkonsentrasi dan menyediakan waktunya untuk mengikuti pelajaran tambahan dan berpartisipasi aktif di dalam kelas sehingga membuat perempuan lebih sedikit waktu dan jarang menggunakan smartphone untuk mengakses media sosial secara berlebihan.

Berdasarkan dari data usia subjek terlihat bahwa dari 169 subjek, terdapat 4 ragam usia yang berpartisipasi dalam pengisian skala. Subjek yang paling banyak mengisi skala yaitu subjek berusia 15 tahun sebanyak 39 orang (24,5%), subjek berusia 16 tahun sebanyak 26 orang (14,5%), subjek berusia 17 tahun sebanyak 27 orang (16,35%), subjek berusia 18 tahun sebanyak 78 orang (44,65%). Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini didominasi oleh subjek berusia 18 tahun. Hal ini dikarenakan menurut Rosen, Mark & Cheever (2013) bahwa penggunaan media sosial ataupun internet yang berlebihan setiap harinya menimbulkan efek negatif terhadap kondisi psikis seseorang yang membuatnya lebih rentan terhadap kecemasan, depresi dan gangguan psikologis lainnya, terutama pada usia yang merupakan masa transisi dari remaja menjadi dewasa.

Terlihat dari data waktu penggunaan media sosial. Subjek yang paling banyak mengisi skala yaitu subjek yang menggunakan media sosial dalam waktu 2-4 Jam sebanyak 43 orang (25,45%), subjek yang menggunakan media sosial dalam waktu 5-10 Jam sebanyak 96 orang (56,80%), subjek yang menggunakan media sosial dalam waktu 11-15 Jam sebanyak 21 orang (12,43%), subjek yang menggunakan media sosial dalam waktu Diatas 16 Jam sebanyak 9 orang (5,32). Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini didominasi oleh subjek yang menggunakan media sosial dalam waktu 5-10 Jam. Hal tersebut dapat didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Young dan Rogers (1998) durasi waktu dalam penggunaan internet dan juga penggunaan media sosial terbagi menjadi dua macam. Pertama penggunaan internet yang sehat, rata-rata penggunanya mengakses internet atau media sosial sebanyak 8 jam perminggu. Kedua, seseorang yang dianggap bermasalah adalah pengguna yang menghabiskan waktu untuk berinternet selama 38,5 jam perminggu. Artinya, individu yang mengakses media sosial lebih dari 8 jam perminggu sudah dikategorikan sebagai pengguna internet yang tidak sehat. Apalagi jika durasi penggunaan internet melebihi dari 38,5 jam perminggu.

Koefisien determinasi (R2) yang diperoleh sebesar 0,078 yang artinya sumbangan *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial sebesar 7,8%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 92,2% disebabkan oleh variabel lain**.** Adapun variabel lain seperti efikasi diri, dukungan sosial, harga diri dan variabel lain selain dari *fear off missing out*

Peneliti menyadari bahwa adanya kelemahan dalam penelitian ini. Penelitian ini diharapkan menggunakan *booklet* agar peneliti bisa melihat proses dalam pengisian skala dan juga agar tidak kosong dalam menjawab pernyataan. Selain itu juga, penelitian selanjut nya diharapkan untuk tidak pernah mengisi skala dari peneliti yang dimana ketika sudah pernah mengisi skala dan mengisi kembali akan berpengaruh terhadap hasil penelitian. Selain itu juga, diharapkan untuk lebih menambah subjek penelitiannya.

**PENUTUP**

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan positif antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada remaja. Semakin tinggi *fear of missing out* maka semakin tinggi kecanduan media sosial pada remaja. Sebaliknya, semakin rendah *fear of missing out* maka semakin rendah kecanduan media sosial pada remaja. Interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara dua variabel tersebut berdasarkan kriteria (Sugiyono, 2015). Maka, hipotesis dalam penelitian ini diterima. Hadirnya *fear of missing out* menyebabkan semakin lama waktu yang digunakan untuk menggunakan media sosial yang menjadi indikasi perilaku kecanduan media sosial. Individu dengan *fear of missing out* yang tinggi akan secara agresif mencari peluang untuk terlibat dalam media sosial.

Adapun saran dalam penelitian adalah subjek diharapkan dapat mengurangi kecanduan media sosial dengan menurunkan faktor *fear of missing out*. Adapun cara mengurangi fear of missing out dengan mengurangi rasa ketaktukan dalam individu ataupun tidak memiliki rasa takut akan kehilangan antar suatu kejadian. Hal ini bertujuan dengan mengurangi *fear of missing out* maka akan menurunkan kecanduan media sosial pada remaja. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan variabel yang sama diharapkan untuk untuk mencari variabel lain selain *fear of missing out* dikarenakan kedua variabel yang diangkat sudah pernah diteliti selanjutnya. Selanjutnya disarankan untuk lebih mengganti subjek penelitian yang dimana tidak berfokus kepada remaja akan tetatpi remaja dengan menggunakan aplikasi sosial media. Selain itu juga diharapkan lebih detail dalam *google form* agar tidak terjadi kekosongan dalam mengisi pernyataan.

**DAFTAR PUSTAKA**

Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, *14*(1), 33-44.

Alt, D., & Boniel-Nissim, M. (2018). Links between adolescents’ deep and surface learning approaches, problematic internet use, and fear of missing out (FoMO). Internet Interventions, 13(May), 30–39. <https://doi.org/10.1016/j.invent.2018.05.002>

Al-Menayes, J. J. (2015). Social media use, engagement and addiction as predictors of academic performance. *International Journal of Psychological Studies*, *7*(4), 86-94.

Al-menayes, J. (2015). Psychometric properties and validation of the Arabic social media addiction scale. Journal of Addiction, 2015, 1-6.

Alyusi, S. D. (2016). *Media Sosial: Interaksi, Identifikasi, dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana.

Andarwati, L. (2016). Citra diri ditinjau dari intensitas penggunaan media jejaring sosial instagram pada siswa kelas XI SMAN 9 Yogyakarta. *Journal Student UNY, 5*, 1–12.

Andreassen, C., & Pallesen, S. (2014). Social network site addiction - an overview. *Current Pharmaceutical Design, 20*(25), 4053–4061. <https://doi.org/10.2174/13816128113199990616>

Angesti, R., & Oriza, I. D. I. (2018). Peran Fear of Missing Out (FoMO) sebagai mediator antara kepribadian dan penggunaan internet bermasalah. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, *2*(2), 790-800.

Aprilia, R., Sriati, A., & Hendrawati, S. (2020). Tingkat kecanduan media sosial pada remaja. *Journal of Nursing Care*, *3*(1).

Ariani, M., Elita, V., & Zulfitri, R. (2009). Hubungan intensitas penggunaan jejaring sosial terhadap kualitas tidur remaja di SMAN 3 Siak, 1–11. https://doi.org/10.1016/0378- 7788(82)90008-1

Azwar, Saifudin. (2016). Konstruksi Tes Kemampuan Kognitif, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Azwar, Saifuddin. 2017. Metode penelitian psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Azwar, S. (2018). Penyusunan Skala Psikologi (2nd ed.). Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Azwar, S. (2019). Metode Penelitian Psikologi (2nd ed.). Yogyakarta: Pustaka Belajar

Casale, S., Rugai, L., & Fioravanti, G. (2018). Exploring the role of positive metacognitions in explaining the association between the fear of missing out and social media addiction. *Addictive behaviors*, *85*, 83-87.

Devito A. J. (2015). *Komunikasi Antarmanusia*.Tangerang Selatan: KARISMA Publishing Group.

Elhai, J. D., Yang, H., & Montag, C. (2020). Fear of missing out (FOMO): overview, theoretical underpinnings, and literature review on relations with severity of negative affectivity and problematic technology use. *Brazilian Journal of Psychiatry*, *43*, 203-209.

Fathadhika, S., & Afriani. (2018). Social media engagement sebagai mediator antara fear of missing out dengan kecanduan media sosial pada remaja. *Jurnal Psikologi Sains Dan Profesi, 2*(3), 208–215. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-5187-4.ch054>

Fauziawati, W. (2015). Upaya mereduksi kebiasaan bermain game online melalui teknik diskusi kelompok. *Psikopedagogia, 4*(2), 115–123. https://doi.org/10.12928/ psikopedagog ia.v4i2.4483.

Griffiths, M. D. (2013). Social networking addiction: Emerging themes and issues. *Journal of Addiction Research & Therapy*, *4*(5).

Hadi, S. (2015). Metodologi riset. Pustaka Pelajar.

Hidayatullah, A. (2020). Perbedaan Kecenderungan Perilaku Nomophobia Ditinjau Berdasarkan Jenis Kelamin Pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Skripsi , 6.

JWTIntelligence. (2012, March). Fear of missing out (FOMO).Retrieved June 2012, from JWT: [http://www.jwtintelligence.com/wp-content/uploads/2012/03/F\_JWT\_FOMO update\_3.21.12.pdf](http://www.jwtintelligence.com/wp-content/uploads/2012/03/F_JWT_FOMO%20update_3.21.12.pdf)

 Diakses pada 21 Oktober 2022

Kemp, S. (2020). Social media users pass the 4 billion mark as global adoption soars. We Are Social. Diakses dari [https://wearesocial.com/blog/2020/0 4/digital-around-the-world-in-april2020](https://wearesocial.com/blog/2020/0%204/digital-around-the-world-in-april2020).

Irawan, A. W., Yusufianto, A., Agustina, D. & Dean, R. (2019). Laporan survei internet APJII 2019-2020: Indonesia Survey Center [File data]. Diakses dari <https://apjii.or.id/survei>.

Juwita, E. P., Budimansyah, D & Nurbayani, S. (2015). Peran media sosial terhadap gaya hidup siswa SMA negeri 5 Bandung. *Jurnal Pendidikan Sosiologi, 5* (1), 1-8.

Longstreet, P. & Brooks, S. (2017). Life satisfaction : A key to managing internet & social media addiction. *Technology in Society, 50*, 73-77.

Maharani, D. A., Prasojo, R. A., & Hasanuddin, M. O. (2018). Mengujikan Internet Addiction Test (IAT) ke Responden Indonesia.

Mahmudi (2022). <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>

Diakses pada 9 Oktober 2022

Miftahurrahmah, H., & Harahap, F. (2020). Hubungan Kecanduan Sosial Media dengan Kesepian pada Mahasiswa. *Acta Psychologia*, *2*(2), 153-160.

Moqbel, M., & Kock, N. (2018). Unveiling the dark side of social networking sites: Personal and work-related consequences of social networking site addiction. *Information & Management*, *55*(1), 109-119

Muna, R. F., & Astuti, T. P. (2014). Hubungan antara kontrol diri dengan kecenderungan kecanduan media sosial pada remaja akhir. Jurnal EMPATI, 3(4), 481-491. <https://doi.org/10.14710/empati.2014.7610>

Norlina. (2019). Relationship Between The Intensity Of The Use Social Media And Self Control With The Smartphone Addiction in 2018 Students of the Study Progam For Course Study And Counseling FKIP University Of Lambung Mangkurat. *Jurnal Pelayanan Bimbingan dan Konseling Progam Studi Bimbingan dan Konseling FKIP Universitas Lambung Mangkurat*, 192–199.

Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamarro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of adolescence*, *55*, 51-60.

O’Keeffe, G. S., Clarke-Pearson, K., & Council on Communications and Media. (2016). Clinical report – the impact of social media on children, adolescents and families. American Academy of Pediatrics Journal, 127 (4). 800-804.

Pata, A, Aspin & Pambudhi, Y A (2021). Kontrol Diri Siswa Terhadap Kecanduan Media Sosial. *Jurnal Sublimapsi. 2*(2). 90-99

Perdani, P. A. (2014). Peningkatan Keterampilan Sosial Anak melalui Permainan Tradisional. *Jurnal Pendidikan Usia Dini, 8*(1), 129—136

Pratiwi, A., & Fazriani, A. (2020). Hubungan antara fear of missing out (FoMO) dengan kecanduan media sosial pada remaja pengguna media sosial. *Jurnal Kesehatan*, *9*(1), 97-108.

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. doi:10.1016/j.chb.2013.02.014

Rahardjo, L. K. D., & Soetjiningsih, C. H. (2022). Fear of Missing Out (FOMO) dengan Kecanduan Media Sosial pada Mahasiswa. *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, *4*(3), 456-461.

Rosen, L. D., Mark Carrier, L., & Cheever, N. A. (2013). Facebook and texting made me do it: Media-induced task-switching while studying. Computers in Human Behavior, 29(3), 948–958. https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.12.001

Sahin, C. (2018) Social Media Addiction Scale-Student Form: The Reliability and Validity Study. *The Turkish Online Journal of Educational Technology, 17*, 169-182

Santrock, J.W. (2007). *Remaja*. Jakarta: Erlangg

Sarwono, S.W. (2011). Psikologi remaja. Jakarta: PT Raja Graafindo Persada.

Siddiqui, S. & Singh, T. (2016). Social media its impact with positive and negative aspects. *International Journal of Computer Applications Technology and Research, 5* (2). 71- 75.

Smith, H & Koray, E (2018). Technology Tracker.

Diakses melalui <https://ipsos.com/sites/default/files/ct/publications/documents/2019-03/tech-tracker-q2-2018-final.pdf>

Subathra, Nimisha dan Lukmanul Hakeem. (2013). A Study On The Level OfSocial Network Addiction Among College Students. Social Sciene. 355-357. Vol.3.

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suryani, F.L., & Suwarti, C.H.D. (2014). Instagram dan fashion remaja (studi kasus peran media sosial instagram terhadap trend fashion remaja dalam akun @ootdindo Tahun 2014), 1–20. Retrieved from http://www. jurnalkommas.com/docs/Jurnal-Fitria ListieSuryani-D0210048.pdf.

Suryabrata, S. (2005). *Alat ukur psikologis*. Andi Offset.

Syafrida, R. (2014). Regulasi Diri dan Intensitas Penggunaan Smartphone terhadap Keterampilan Sosial. *Jurnal Pendidikan Usia Dini, 8*(2), 375—384.

Syamsoedin, W. K. P., Bidjuni, H., & Wowiling, F. (2015). Hubungan Durasi Penggunaan Media Sosial dengan Kejadian Insomnia Pada Remaja di SMA Negeri 9 Manado. *Jurnal Keperawatan, 3*(1)

Thakkar, V. (2006). *Psychological disorder:addictio*n. New York: Chealsea House Publisher

Young, K. S. (2011). Clinical assessment of internet‐addicted clients. *Internet addiction: A handbook and guide to evaluation and treatment*, 19-34.

Young, K. S., & Rogers, R. C. (1998). The relationship between depression and Internet addiction. Cyberpsychology & Behavior, 1(1), 25–28.