**HUBUNGAN ANTARA *FEAR OF MISSING OUT* DENGAN KECANDUAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA GENERASI Z**

THE RELATIONSHIP BETWEEN FEAR OF MISSING OUT AND INSTAGRAM SOCIAL MEDIA ADDICTION IN GENERATION Z

**Rospita D.L. Ringka, Santi Esterlita, P., M.Si., Psikolog** Universitas Mercu Buana Yogyakarta rospitadlringka@gmail.com

082254840898

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial instagram pada generasi Z. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah, terdapat hubungan yang positif antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial instagram pada gen z. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 125 gen z. Pengambilan data penelitian ini menggunakan Skala *Fear of Missing out* dan Skala Kecanduan Media Sosial. Teknik analisis data menggunakan Korelasi Product Moment dari Pearson. Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh koefisien korelasi sebesar rxy = 0,411 (p > 0,050) menunjukkan adanya hubungan yang positif antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial instagram pada generasi z. Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan koefisien determinasi (R²) 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.

**Kata Kunci**: *fear of missing out*, generasi z, kecanduan media sosial instagram

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the relationship between fear of missing out and addiction to Instagram social media in Generation Z. The hypothesis put forward in this study is that there is a positive relationship between fear of missing out and addiction to Instagram social media in gen z. The subjects in this study totaled 125 generation Z. The data collection for this study used the Fear of Missing Out Scale and the Social Media Addiction Scale. Data analysis technique uses Product Moment Correlation from Pearson. Based on the results of data analysis, a correlation coefficient of rxy = 0.411 (p* ≤ *0.050) was obtained indicating a positive relationship between fear of missing out and Instagram social media addiction in generation Z. Coefficient of determination (R²) in this study is 0.169, this indicates that the variable fear of missing out has a contribution of 16.9% to the social media addiction variable and the remaining 83.1% is influenced by other factors.*

*Keywords: fear of missing out, generation z, addiction to Instagram social media*

# PENDAHULUAN

Generasi Z, yang juga dikenal dengan sebutan *postmillenial,* adalah individu yang lahir dari tahun 1995- 2010. Generasi Z memiliki karakteristik *digital intuitiveness,* yaitu intuisi yang berdasar pada penggunaan teknologi digital. Generasi ini memiliki ciri khas dimana internet telah berkembang pesat seiring dengan perkembangan media elektronik dan digital. Anak-anak dapat dengan mengakses informasi dengan cepat dan mudah (Bhakti & Safitri, 2017).

Media sosial menjadi media komunikasi yang lekat dengan kehidupan generasi Z. Hasil penelitian Andrea dkk (2016) memberi gambaran bahwa karakteristik generasi Z lebih fleksibel dibandingkan dengan generasi sebelumnya, generasi Z cenderung untuk fokus menjalani hidup di masa sekarang. Arafian (2019) menjelaskan bahwa seiringnya intensitas penggunaan media sosial Instagram di kalangan generasi Z mengakibatkan permasalahan yang membuat penggunanya memikirkan aktivitas *online* dan perasaan senang, ingin menambah waktu menggunakan internet untuk kepuasan, dan tidak mampu mengontrol, mengurangi atau menghentikan pengurangan. Kegiatan penggunaan media sosial, waktu *online* lebih lama dari yang diharapkan, ketika

menggunakan media sosial atau internet sebagai cara untuk melarikan diri atau menyelesaikan masalah, merasa kesal, sedih, frustrasi atau mudah tersinggung (Young & Abreu, 2017).

Instagram merupakan salah satu dari beberapa aplikasi media sosial yang ada. Instagram merupakan aplikasi media sosial untuk berbagi gambar/foto dan video pendek yang disertai dengan *caption* (Arafian, 2019). Indonesia sendiri adalah salah satu negara dengan jumlah pengguna instagram terbanyak dengan 89% pengguna yang berusia 18-

34 tahun. Kemudian menurut *We are social* pada tahun 2022 pengguna media sosial Instagram di Indonesia mengalami peningkatan dengan jumlah 99,15 juta, dibandingkan pada tahun 2021 dengan jumlah pengguna 85 juta (Rizaty, 2022). Banyaknya pengguna dan diikuti dengan intensitas yang tinggi dalam mengakses Instagram tentu tidak menutup kemungkinan kecanduan pada pengguna instagram.

Menurut KumparanTech (2021) orang Indonesia memiliki kecanduan media sosial yang lebih tinggi dari Singapura dimana orang Indonesia menggunakan media sosial dengan rata- rata 8 jam 52 menit. Dengan begitu dapat dilihat bahwa pengguna media sosial di Indonesia telah masuk dalam kategori

kecanduan, karena pengguna dapat dikatakan kecanduan jika mengakses lebih dari 30 menit dalam sehari atau menggunakan lebih dari tiga kali dalam sehari. (Ma'rifatul & Nuryono, 2015). Data tersebut juga didukung oleh hasil penelitian Sari dan Rinaldi (2019) yang menunjukkan bahwa mahasiswa psikologi memiliki kecanduan pada kategori tinggi.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang populer pada saat ini (Sari & Rinaldi, 2019). Lebih lanjut lagi Young (2010) menjelaskan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kecanduan internet diantaranya adalah gender, gender mengambil peran dalam pemilihan jenis aplikasi yang digunakan dan penyebab individu mengalami kecanduan internet. Lalu ada faktor kondisi psikologis, faktor ini timbul karena masalah-masalah emosional seperti depresi dan gangguan kecemasan dan sering menggunakan dunia fantasi di internet sebagai pengalihan secara psikologis terhadap perasaan-perasaan yang tidak menyenangkan atau situasi yang menimbulkan stress. Faktor lainnya yaitu tujuan dan waktu penggunaan internet, faktor ini akan menentukan sejauh mana individu tersebut akan mengalami kecanduan internet, terutama terhadap banyaknya waktu yang

dihabiskannya sendirian di depan komputer sehingga dapat membuat individu kehilangan kontrol dirinya.

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi kecanduan Instagram yaitu *Fear Of Missing Out.* Temuan tersebut sesuai dengan Pratiwi dan Fazriani, (2020) yang menjelaskan bahwa ketika individu merasa ketakutan karena kebutuhan piskologis untuk terhubung dengan orang lain tidak terpenuhi, dan ditandai dengan cemas karena takut melewatkan sesuatu di media sosial karena tidak memiliki waktu maupun uang yang cukup atau karena memiliki akses yang terbatas untuk tehubung dengan internet maka kondisi tersebut adalah *Fear of Missing* Out.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Fear* | *of* | *missing* | *Out* |
| didefinisikan | oleh | Przybylski | , |

Murayama, Dehaan dan Gladwell (2013) sebagai kekhawatiran yang pervasif ketika orang lain memiliki pengalaman yang lebih memuaskan/ berharga dan dicirikan dengan adanya dorongan untuk selalu terhubung dengan orang lain. Akibatnya ada keinginan untuk terus mengetahui informasi maupun momen yang ada di media sosial yang menjadikan seseorang secara emosional takut akan kehilangan momen maupun tren terbaru. Rasa ketakutan ini bisa

terjadi di semua kalangan yang menggunakan media sosial. *Fear of missing Out* atau biasa disingkat dengan FoMO akan terus memperoleh peningkatan yang pesat dengan terus berkembangnya media sosial.

Menurut Przybylski, Murayama, DeHaan, dan Gladwell (2013) aspek dari *fear of missing out* adalah tidak terpenuhinya pemenuhan kebutuhan psikologis akan *self*, hal ini terjadi ketika perilaku *update* untuk memberitahukan kabar diri sendiri ke dunia maya, serta merasa terlalu lama atau menghabiskan banyak waktu untuk mencari tahu mengenai apa yang sedang terjadi dengan teman atau orang lain di dunia maya. Aspek lainnya dari *Fear of Missing Out* adalah tidak terpenuhinya pemenuhan kebutuhan psikologis akan *relatedness*, hal ditandai dengan kecemasan ketika individu tidak terlibat dalam pengalaman yang sedang dialami teman atau orang lain, serta kecemasan terhadap pengalaman yang dialami teman atau orang lain yang lebih baik daripada yang dialami individu sendiri.

Hariadi (2018) menyatakan bahwa apabila tingkat FoMO yang tinggi maka tinggi pula kecanduan media sosial, dengan korelasi 0,345 yang bersifat positif antara FoMO dengan

kecanduan media sosial pada remaja siswa MAN Surabaya.

Peristiwa ini sejalan dengan juga penelitian Halimah (2019) mengenai hubungan FoMO dengan adiktif media sosial pada mahasiswa pengguna Instagram di Universitas Islam Bandung dengan korelasi spearman 0,425 apabila tingginya fomo pada mahasiswa maka tinggi pula kecenderungan untuk mengalami adiksi pada media sosial. Penelitian yang dilakukan oleh (Ayu dkk, 2020) menemukan bahwa *Fear of Missing Out* secara relevan antara FoMO dengan kecanduan media sosial pada remaja pengguna media sosial di SMA Negeri 14 kabupaten Tangerang tahun 2019.

Kaitan FoMO dengan kecanduan media sosial *instagram* dapat dilihat dari peran media sosial terhadap individu yang mengalami *fear of missing out*. Kebutuhan dan dorongan yang muncul akibat *fear of missing out* dalam mempertahankan komunikasi dapat terpenuhi melalui media sosial. 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, 2016).

Peneliti memfokuskan kajiannya pada faktor *Fear Of Missing Out* yang mampu mempengaruhi kecanduan media sosial Instagram pada generasi Z. Berdasarkan uraian tersebut maka permasalahan yang diajukan pada penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial Instagram pada generasi Z.

# METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan meng gunakan metode skala. Metode skala adalah metode yang digunakan untuk mengungkap konstruk atau konsep psikologis yang menggambarkan aspek kepribadian individu (Azwar, 2013).

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis korelasi *product moment* yang dikembangkan oleh Pearson untuk menguji hubungan antara *Fear of Missing Out* dan kecanduan media sosial. Teknik analisis menggunakan analisis korelasi *product moment* karena sesuai untuk menguji hipotesis mengenai hubungan antara dua variabel. Analisis data dilakukan dengan menggunakan

bantuan program analisis data yaitu *SPSS for Windows 25.0*.

# HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian terhadap hipotesis penelitian menunjukkan koefisien korelasi sebesar rxy = 0,411 (p ≤ 0,050). Hal tersebut menunjukkan adanya hubungan yang positif antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada generasi z, sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima. Hubungan positif antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada generasi z menggambarkan bahwa semakin tinggi *fear of missing out* maka tingkat kecanduan media sosial yang dimiliki oleh generasi z di masa cenderung tinggi. Sebaliknya, semakin rendah *fear of missing out* maka tingkat kecanduan media sosial yang dimiliki oleh generasi z cenderung rendah pula.

Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *fear of missing out* dapat dianggap sebagai salah satu faktor yang turut mempengaruhi kecanduan media sosial pada generasi Z. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian ini yang dilakukan oleh Blackwell dkk (2017) menemukan bahwa *fear of missing out* secara signifikan

berpengaruh terhadap kecanduan media sosial. Sejalan pula dengan hasil penelitian yang di lakukan oleh Hariadi (2018) yang juga menemukan bahwa *fear of missing out* mempengaruhi kecanduan media sosial pada remaja di MAN Surabaya secara signifikan. Putri (2019) juga menemukan bahwa ada hubungan positif antara *fear of missing out* kecanduan media sosial pada mahasiswa pengguna instagram di Universitas Islam Bandung. Jadi semakin kuat tingkat *fear of missing out* yang dirasakan mahasiswa maka bertambah tinggi kecenderungan mahasiswa mengalami adiksi media sosial. Sejalan juga dengan hasil penelitian Fathadhika (2018) yang menunjukkan bahwa ada hubungan langsung antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial. Menurut penelitian Fathadika (2018) *fear of missing out* menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi kecanduan media sosial. Namun *fear of missing out* bukan satu-satunya faktor yang membuat individu kecanduan media sosial, faktor lain yang mempengaruhi individu mengalami kecanduan media sosial yang tidak diteliti pada penelitian ini adalah gender, kondisi psikologis, kondisi sosial ekonomi, tidak mampu mengontrol diri, dan sosial.

# KESIMPULAN

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.

Berdasarkan 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 (R2) 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.

# SARAN

Saran dalam penelitian ini bagi subjek, diharapkan 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 professional untuk pemulihan.

Bagi peneliti selanjutnya, berdasarkan 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.

# DAFTAR PUSTAKA

Abel, J. P., Cheryl L. B & Sarah. (2016). Social media and *Fear of missing out*: Scale development and assessment. *Journal of Business & Economics Research*, 14(1),

33-43.

Adams, S. K., Williford, D. N.,

Vaccaro, A., Kisler, T.S., Francis, A., & Newman, B. (2016). The Young And Restless: Socializing Trumps Sleep, *Fear of missing out* , And Technological Distractions In First-Year College Students. *International Journal of Adolescene and Youth*

Akbar, R. S., Aulya, A., Psari, A. A., & Sofia, L. (2019). Ketakutan akan kehilangan momen (FoMO) pada remaja kota Samarinda. *Psikostudia J. Psikol*, *7*(2), 38.

Alabi, O. F. (2013). A Survey Of *Facebook* Addiction Level Among Selected Nigerian University Undergraduate.*New Media and Mass Communication* , 10, 70-80.

Allifatullah Alyu Raj, S. N. (2017). Dampak Kecanduan Media sosial (Media sosial Addiction) Pada Remaja. *Prosiding Temu Ilmiah X Ikatan Psikologi Perkembangan Indonesia.*

Al-Menayes, J., (2016). The *Fear of missing out* Scale: Validation of the Arabic Version and Correlation with Social Media Addiction. *International*

*Journal of Applied Psychology.* Department of Mass Communication, College of Arts, Kuwait University, Safat, Kuwait

Alt, D. (2015). College Students’ Academic Motivation, Media Engagement And *Fear of missing out* . *Computers in Human Behavior*. 49, 111-119.

Ana, Ester. (2021). Hubungan Antara Fear of Missing Out dan Konformitas Teman Sebaya dengan Kecanduan Media Sosial pada Remaja Awal. (Tesis). Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Yogyakarta.

Andreassen, C. S. (2015). Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review. *Current Addiction reports,* 2, 175-184.

Aprillia, A. D. (2019). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Kecanduan Media Sosial (Instagram) pada Remaja di SMA Harapan 1 Medan. Skripsi. Medan: Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Arafian, A. E. (2019). Instagram Sebagai Media Untuk Menumbuhkan Respon

Apresiatif Kary Seni Rupa Pada Generasi “Milenial Z”. *Pendidikan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta*, 423-434.

Azwar, S. (2012). *Penyusunan skala psikologi*. Pustaka Belajar.

Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan validitas*.Yogyakarta: Pustaka Pelajar Azwar, S. (2014). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Azwar, S. (2010). *Sikap Manusia dan Teori Pengukurannya*. Pustaka Belajar

Azwar, S. (2020*). Dasa-dasar Psikometrika, Edisi II*. Pustaka Belajar

Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). “I Don’t Want To Miss A Thing”: Adolescents’ *Fear of missing out* And Its Relationship To Adolescents’ Social Need, *Facebook* Use, And *Facebook* Related Stress. *Computers in Human Behavior*, 64,1-8.

Bimo, Mahendra. (2017). Jurnal Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi. *Marketing Comminications Garda Perdana Security*, 16(1).

Blachino, A (2017). Facebook intrusion, fear of missing out, narcissism, and life satisfaction: a cross- sectional study. *Psychiatry Research.*

Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, *116*,

69-72.

Brailovskaia, J., Margraf, J., & Köllner,

V. (2019). Addicted to *Facebook*? Relationship between *Facebook* Addiction Disorder, duration of *Facebook* use and narcissism in an inpatient sample*. Psychiatry Research.*

Can, G., Satici, S. A. (2019) Adaptation of *Fear of missing out* scale (FoMOs): Turkish version

validity and reliability study. *Psicologia: Reflexão e Crítica.* Artvin Coruh University, Faculty of Education, Artvin, Turkey.

Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012).

“They are happier and having better lives than I am”: The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, *15*(2), 117-

121.

Collins, M Van Abeele (2013). Fomo and mobile phones: a survey arno: <http://www.arno.uvt.nl/show.cg> i?fid=130776.

Cooper, A. (2000). *Seks maya: The Dark Side of the Force: A Special Issue of The Jurnal Sexual Addiction & Compulsivity*. Philadelphia: G.H. Buchanan.

Deci. E. L.,& Ryan R.M. 1985. The General Causality Orientation Scale: Self Determination in Personality. *Handbook* U.S: Academy Press.Inc

Dimock, M. (2018). Defining generations: Where millennials

end and postmillenn ials begin[:www.pewresearch.org/fa](http://www.pewresearch.org/fact) [c](http://www.pewresearch.org/fact)[t-](http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/03/01/defining-generations-wheremillennials-end-and-post-millennials-begin/) [tank/2018/03/01/defininggener](http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/03/01/defining-generations-wheremillennials-end-and-post-millennials-begin/) [ation](http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/03/01/defining-generations-wheremillennials-end-and-post-millennials-begin/) [s-wheremillennials-end-](http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/03/01/defining-generations-wheremillennials-end-and-post-millennials-begin/) [and-post-millennials-begin/.](http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/03/01/defining-generations-wheremillennials-end-and-post-millennials-begin/)

Diakses tanggal 08 Februari 2020 .

Dossey, L. (2014). Fomo, digital dementia and our dangerous experiment. Exploration

Fathadhika, S. (2018). Social media engagement sebagai mediator antara fear of missing out dengan kecanduan media sosial pada remaja. *Journal of Psychological Science and Profession*, *2*(3), 208-215.

Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2020). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share: Social Work Journal*, *10*(2), 199-208.

Garvin. (2019) Hubungan Antara Kesepian Dengan Problematic Internet Use Pada Remaja. *Psikostudia: Jurnal Psikologi Vol 8, No 1.* Universitas Bunda Mulia, Jakarta

Griffiths, A. C., Pallesen, S., & D, M. (2017). The relationship between addictive use of sosial media, narcissism, and self- esteem: findings from a large national survei. *Addictive Behaviour*, 287-293.

Griffiths, M.D., Kuss, J. & Demetrovics, Z., 2014. *Social Networking Addiction*: *An Overview of Preliminary Findings*. In K.P. Rosenberg &

L.C. Feder, eds. Behavioral Addictions: Criteria, Evidence, and Treatment. London: Elsevier Inc. pp.119-41.

Hadi, Sutrisno. (2017). *Statistik, Edisi Revisi*. Penerbit Pustaka Belajar.

Hanggono, A.A., Handayani, S.R., dan Susilo, H. 2015. Analisis Atas Praktek TAM (Technology Acceptance Model*)* dalam Mendukung Bisnis Online dengan Memanfaatkan Jejaring Sosial *Instagram*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 26* No. 1 September 2015.

Hartaji, Damar A. (2012). Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orangtua. *Jurnal Psikologi*, Fakultas

Psikologi Universitas Gunadarma.

Intelligence, J. (2012). Fear of missing out (fomo). Dipetik maret 5, 2021, dari

[www.jwtintelligence.com/wp-](http://www.jwtintelligence.com/wp-) content/uploads/2012/03/FJWT FOMOupdate\_3.21.12.pdf

KBBI, 2016. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).* [Online][:http://kbbi.web.id/](http://kbbi.web.id/pusat) [pusat,](http://kbbi.web.id/pusat) diakses tanggal 10 Maret 2022

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.(2020). Pedoman Pencegahan dan Pengendalian COVID-19 (NOMOR HK.01.07/MENKES/413/2020)

. Jakarta, DKI :Penulis. Diakses dari [https://covid19.kemkes.go.](https://covid19.kemkes.go.id/download/KMK_No._HK.01.07-MENKES-413-2020_ttg_Pedoman_Pencegahan_dan_Pengendalian_COVID-19.pdf) [id/download/KMK\_No.\_HK.01](https://covid19.kemkes.go.id/download/KMK_No._HK.01.07-MENKES-413-2020_ttg_Pedoman_Pencegahan_dan_Pengendalian_COVID-19.pdf)

[.07](https://covid19.kemkes.go.id/download/KMK_No._HK.01.07-MENKES-413-2020_ttg_Pedoman_Pencegahan_dan_Pengendalian_COVID-19.pdf)- [MENKES 413](https://covid19.kemkes.go.id/download/KMK_No._HK.01.07-MENKES-413-2020_ttg_Pedoman_Pencegahan_dan_Pengendalian_COVID-19.pdf)- [2020\_ttg\_](https://covid19.kemkes.go.id/download/KMK_No._HK.01.07-MENKES-413-2020_ttg_Pedoman_Pencegahan_dan_Pengendalian_COVID-19.pdf)

[Pedoman\_Pencegahan\_dan\_Pe](https://covid19.kemkes.go.id/download/KMK_No._HK.01.07-MENKES-413-2020_ttg_Pedoman_Pencegahan_dan_Pengendalian_COVID-19.pdf) [ngendalian\_COVID-19.pdf](https://covid19.kemkes.go.id/download/KMK_No._HK.01.07-MENKES-413-2020_ttg_Pedoman_Pencegahan_dan_Pengendalian_COVID-19.pdf)

Kemp, S. (2020). Digital 2020: 3,8 billion people use social media. Dipetik Maret 2, 2021, dari we are social: [https://wearesosial.c](https://wearesosial.com/uk/blog/2020/01) [om/uk/blog/2020/01](https://wearesosial.com/uk/blog/2020/01) [/digital-](https://wearesosial.com/uk/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-sosial-media) [2020-3-8-billion-people-use-](https://wearesosial.com/uk/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-sosial-media) [sosial-media.](https://wearesosial.com/uk/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-sosial-media) Kemp, S. (2021).

Digital 2021: The latest insights into the “State Of Digital”. Dipetik September 22, 2022, dari we are social: https://weare social.com/uk

/blog/2021/01/digital-2021-the- latest-insights-into-the-state-of- digital.

Khrishananto, R., & Adriansyah, M. A. (2021). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial instagram dan konformitas terhadap perilaku konsumtif di kalangan generasi Z. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, *9*(2), 323.

Kircaburun, K And Griffiths, M. (2018) *Instagram addiction* And The Big Five Of Personality: The Mediating Role Of Self-Liking. *Journal Of Behavioral Addictions 7(1), Pp. 158–170 (2018)*

KumparanTECH, (2021). Orang Indonesia Lebih Kecanduan Media Sosial Dibanding Singapura. https://kumparan.com/kumpara ntech/orang indonesia-lebih- kecanduan-media-sosial- dibanding-singapura

1v53lUaziZ4/full. Diakses 8

Januari 2023.

Kurnia. (2018). Liputan 6 : Kian Meroket, Jumlah Pengguna Instagram Ditaksir Capai 2 Miliar. Dipetik Februari, 10, 2021 dari Liputan 6 : [https://www.lip](https://www.liputan6.com/tekno/read/3570031/kian) [utan6.com/tekno/read/3570031/](https://www.liputan6.com/tekno/read/3570031/kian) [kia](https://www.liputan6.com/tekno/read/3570031/kian)[nmeroket-jumlah-pengguna-](https://www.liputan6.com/tekno/read/3570031/kian-meroket-jumlah-pengguna-instagram-ditaksir-capai-2-miliar) [*Instagram*ditaksir-capai-2-](https://www.liputan6.com/tekno/read/3570031/kian-meroket-jumlah-pengguna-instagram-ditaksir-capai-2-miliar) [miliar.](https://www.liputan6.com/tekno/read/3570031/kian-meroket-jumlah-pengguna-instagram-ditaksir-capai-2-miliar)

Kurniasanti, K.S (2019). Media sosial addiction: a new addiction?, *Medical Journal Of Indonesia,* 28(1), Pp. 82-91.

Kuss, D.J & Griffiths, M.D. (2011). “Online Socil Networking and Addiction-A Review of the Psychological Literature”. *International Journal of Environmental Research and Public Health.* 29,(4).

Lontoh, L. J. (2016). Perubahan sosial ekonomi masyarakat nelayan di sekitar kawasan reklamasi di Kecamatan Sario Kota Manado. *Jurnal Ilmiah Society*, *2*(20).

Ma’rifatul Laili, F., & Nuryono,W. (2015).PenerapanKonseling Keluarga Untuk Mengurangi

Kecanduan Game Online Pada Siswa Kelas Viii Smp Negeri 21 Surabaya. *Jurnal BK*, 5(1),

65–72.

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

Montag a dice., (2015). Molecular Genetics, Personality And Motia social a Addiction. In C. Montag & M. Reuter (Eds.), *Media sosial addiction, studies in neuroscience, psychology and behavioral economics*, 93-109.

Montag, C., & Reuter, M. (2015). Molecular genetics, personality and Internet addiction. In *Internet addiction* (pp. 93-109). Springer, Cham.sa

Morford, M. (2010). *Oh My God You Are So Missing Out* . San Fransisco

Chronicle: [https://www.sfgate.c](https://www.sfgate.com/entertainment/morford/article/O) [om/entertainment/morford/articl](https://www.sfgate.com/entertainment/morford/article/O) [e/O](https://www.sfgate.com/entertainment/morford/article/O)[h-myGod-youareso-missing-](https://www.sfgate.com/entertainment/morford/article/Oh-my-God-youare-so-missing-out-2536241.php) [out-2536241.php.](https://www.sfgate.com/entertainment/morford/article/Oh-my-God-youare-so-missing-out-2536241.php) Diakses tanggal 09 September 2022

Mulyani, I. M. (2018). Perilaku kecanduan pada Instagram di

kalangan remaja. Psikologi Universitas Gadjah Mada.

Ningtyas, R., & Wiyono, B. D. (2020). Studi mengenai kecanduan internet dan fear of missing out (FoMO) pada siswa di smk negeri 1 driyorejo. *ejournal. unesa. ac. id*.

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

Ozkan, M. (2015). Mobile adiction of generation z and its efects on their sosial lifes. *Procedia - Sosial and Behavioral Sciences,* 92-98.

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.

Priyatno, (2010): *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data*

*Penelitian dengan SPSS.*

Yogyakarta: Gava Media.

Przybylski, A., Murayama, K., Dehaan, C., & Gladwell, V. (2013). Motivational,emotional,and behavioral correlates of fear ofmissing out. *Computers in Human Behavior*, 1841-1848.

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, *3*(1), 71-80.

Putri, I. A. & Halimah, L. (2019). Hubungan FoMO (*Fear of missing out* ) dengan Adiksi Media Sosial pada Mahasiswa Pengguna *Instagram* di Universitas Islam Badung. *Prosiding Psikologi*. Fakultas Psikologi, Universitas Islam Bandung.

Rahardjo, W. Qomariyah, N. Andriani

I. , Hermita, M. d& Zanah F,N. (2020). Adiksi Media Sosial pada Remaja Pengguna *Instagram* dan WhatsApp: Memahami Peran Need Fulfillment dan Social Media Engagement. Jurnal Psikologi Sosial, Vol. 18, No. 01, 5-16

Reagle, J. (2015). Following the Joneses: FOMO and conspicuous sociality. *First Monday*, 20(10)

Salim, F,. Rahardjo, W., Tanaya, T., Qurani, R., (2017). Are Self- Presentation of *Instagram* Users Influenced by Friendship Contingent Self-Esteem and *Fear of missing out* ?. *Makara Hubs-Asia.* Cyberpsychology Studies Center, Universitas Gunadarma, Depok

Sari, T. P., & Rinaldi, R. (2019). Hubungan Kecanduan Mengakses Instagram dengan Keterampilan Sosial pada Mahasiswa Psikologi UNP. *Jurnal Riset Psikologi*, *2019*(3).

Setiawati, D. R. (2020). Kontrol Diri Dan Kecanduan Instagram Pada Mahasiswa. [https://dspace.uii.ac](https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/29590)

[.id/handle/123456789/29590](https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/29590)

Setiawati, Y. & Fithriyah I. (2020). *Deteksi Dini dan Penanganan Kecanduan Gawai pada Anak. Surabaya* : Airlangga Unversity Press.

Sholeh, A. & Rusli, A. (2019) A New Measurement Of *Instagram*

*addiction*: Psychometric Properties Of The *Instagram addiction* Scale (Tias). *Proceedings Of The 11th Cisak.* Department Of Psychology, Universitas Islam Indonesia, Indonesia.

Sianipar, N. A. (2019). Hubungan Antara Regulasi Diri dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) Pada Mahasiswa Tahun Pertama Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*,, 136-143.

Sifa, A. M. & Sawitri, D. R. (2018) Hubungan Regulasi Diri Dengan Adiksi Media Sosial *Instagram* Pada Siswa Smk Jayawisata Semarang. *Jurnal Empati,* Volume 7 (Nomor 2).

Singh, D. A., & Dangmei, J. (2016). Understanding The Generation Z: The Future Workforce. . *South Asian Journal of Multidisciplinary Studies (SAJMS)*, 1-5.

Stead, H. &. (2017). Personality, fear of missing out and problematic media social use and their relationship to subjective well- being. *Computers in Human Behavior,* 534-540

Subathra, N. d. (2013). A study on the level of sosial network addiction among college students. Sosial Sciene, 3, 355-

357.

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

Thakkar, V., & Levitt, P. (2006). *Addiction (Psychological Disorders).* New York: Chelsea House Publishers

Tomczyk, L. &.-L. (2018). Fear of missing out (fomo) among youth in bosnia and herzegovina - scale and selected mechanisms. *Children and Youth Service Review.*

Tsitsika, A. J. (2014). Media sosial addictive behavior in adolescence: a crosssectional study in seven european countries. *Cyberpsychology, Behavior and Sosial Networking*, 28-535.

Wang, C. L. (2014). A theory of sosial media dependence: evidence from microbl og users. Decision support system,

4049.doi:10.1016/j.dss.2014.11

.00

Wegmann, E., Oberst, U., Stodt, B., Brand, M. (2017). Online- specific *Fear of missing out* and Internet-use expectancies contribute to symptoms of Internet-communication disorder. *Cognition and Center for Behavioral Addiction Research* (CeBAR), University of DuisburgEssen, Germany

Wortham, J. (2010, April 10). Ifeel Like a Wall Flower? Maybe It’s Your Facebook Wall. Retrived October 17, 2017, From The New York

Times: http:/[www.nytimes.com/](http://www.nytimes.com/) 2011/04/10/bussiness/10ping.ht ml

Young, K. S. (2011). Prevalence estimates and etiologic models of media sosial addiction. *Media Sosial Addiction : A Handbook And Guide To Evaluation And Treatment,* 3-18.

Young, K. S., & De Abreu, C. N. (Eds.). (2017). *Internet addiction in children and adolescents: Risk factors, assessment, and treatment*. Springer Publishing Company.