

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Terdapat hubungan yang positif yang kuat antara *Fear of Missing Out* dengan kecanduan media sosial pada remaja pengguna media sosial Instagram. Semakin tinggi *Fear of Missing Out* maka akan semakin tinggi pula kecanduan media sosial pada remaja pengguna media sosial Instagram. Sebaliknya, semakin rendah *Fear of Missing Out* maka kecanduan media sosial pada remaja pengguna media sosial Instagram juga akan semakin rendah. *Fear of Missing Out* memberikan pengaruh terhadap kecanduan media sosial sebanyak 41,1 % sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya. Kategorisasi dalam variabel kecanduan media sosial menunjukkan sebagian besar subjek berada pada kategori kecanduan media sosial sedang. Sedangkan kategorisasi pada variabel *Fear of Missing Out* menunjukkan sebagian besar subjek juga berada di kategori *Fear of Missing Out* dalam kategori sedang.

B. Saran

a. Bagi Subjek Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* dapat memberikan pengaruh terhadap kecanduan media sosial bagi remaja pengguna instagram. Kebutuhan akan selalu terkoneksi, kebutuhan mengekspresikan diri

dan fitur-fitur menarik dalam Instagram dapat membuat remaja menginginkan penggunaan Instagram secara terus menerus, hal ini dapat memicu terjadinya kecanduan media sosial. Sedangkan telah diketahui dalam penelitian ini bahwa dampak kecanduan media sosial pada remaja dinilai cukup serius seperti terabaikannya kehidupan sehari-hari sampe masalah kesehatan mental. Bahkan Instagram menurut penelitian adalah media sosial terburuk dalam penyebab masalah kesehatan mental. Oleh karena itu dianjurkan untuk menggunakan Instagram dan media sosial lainnya secara bijak dan mempelajari dan mencegah penyebab terjadinya kecanduan media sosial salah satunya adalah *Fear of Missing Out*.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan terkait penelitian *Fear of Missing Out* dengan kecanduan media sosial pada remaja. Penelitian selanjutnya dapat meneliti pada *platform* media sosial lainnya selain Instagram agar dapat dilakukan perbandingan kecanduan media sosial yang terjadi pada setiap *platform*. Pada penelitian ini sumbangan efektif *Fear of Missing Out* terhadap kecanduan media sosial sebesar 41,8 %, peneliti selanjutnya dapat menggali faktor-faktor lain sebesar 58,2 % yang berpengaruh terhadap kecanduan media sosial. Penelitian juga dapat dilakukan lebih detail pada demografis subjek, misalnya pada tingkat variabel terikat dilakukan perbandingan antara kecanduan media sosial pada perempuan dan laki-laki dan kondisi demografis lainnya.