**HUBUNGAN ANTARA *FEAR OF MISSING OUT***

**DENGAN KECANDUAN MEDIA SOSIAL**

**PADA REMAJA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

***THE RELATIONSHIP BETWEEN FEAR OF MISSING OUT***

***AND SOCIAL MEDIA ADDICTION***

***IN ADOLESCENT SOCIAL MEDIA INSTAGRAM USERS.***

**Ervina Nour Ardiana1, Sri Muliati Abdullah2**

12Universitas Mercu Buana Yogyakarta

12email: 190810596@student.mercubuana-yogya.ac.id

081585567685

**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 korelasi *product moment* dari Pearson. Hasil analisis didapatkan (*rxy*)= 0,641 (p<0,05). Hal ini menunjukan bahwa hubungan antara *Fear of Missing Out* dan kecanduan media sosial memiliki korelasi positif. Ditemukan koefisien determinasi yang disimbolkan dengan *R²* 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 (rxy)= 0.641 (p<0.05), indicating a positive correlation between Fear of Missing Out and social media addiction. A coefficient of determination, symbolized by R², 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, Adolescent*

**PENDAHULUAN**

Salah satu *platform* industri digital di internet yang secara perlahan berkembang sangat signifikan menjadi alat komunikasi utama di dunia pada era ini adalah media sosial (Kircaburun, 2016). Salah satu *platform* yang sering digunakan di Indonesia adalah Instagram. Berdasarkan data dari survei *Napoleon Cat* yang dilakukan pada Januari 2023, tercatat sekitar 33,7% dari populasi Indonesia menggunakan Instagram. Rentang usia 18-24 tahun adalah rentang usia mayoritas pengguna Instagram di Indonesia (napoleoncat.com).

Rentang usia tersebut menunjukan pengguna instagram sebagian besar adalah remaja akhir. Masa remaja, seperti yang dijelaskan oleh Santrock (2011), adalah periode di mana individu mengalami tahap perkembangan perubahan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Secara lebih rinci, Hurlock (2003) mengelompokkan masa remaja menjadi tiga tahap perkembangan, yaitu remaja awal (usia 12-15 tahun), remaja pertengahan (usia 15-18 tahun), dan remaja akhir (usia 18-21 tahun).

William Kay dalam Jahja (2011) mengungkapkan bahwa remaja menghadapi beberapa tugas perkembangan, antara lain: a). Menerima perubahan fisik yang terjadi pada tubuhnya, b). Mencapai kemandirian emosional, yang melibatkan upaya untuk melepaskan ketergantungan pada orangtua atau figur-figur berotoritas, c). Mengembangkan kemampuan dalam berkomunikasi dan berinteraksi sosial, d). Mencari panutan atau model manusia yang dijadikan sebagai identitas pribadi, e). Menerima diri sendiri dengan segala keunikan dan memiliki keyakinan pada kemampuan diri sendiri, f). Menguatkan kemampuan untuk mengendalikan diri dan g). Mampu meninggalkan pola perilaku atau reaksi kekanak-kanakan.

Dalam menjalankan sejumlah tugas perkembangannya, seperti mengembangkan kemampuan komunikasi *interpersonal* dan berinteraksi sosial, remaja menggunakan media sosial termasuk Instagram, sebagai sarana tugas perkembangan tersebut (Rahmawati, 2018). Media sosial seperti Instagram juga digunakan sebagai alat untuk mencari *role model* yang dapat dijadikan sebagai identitas pribadi oleh remaja, penelitian yang dilakukan oleh Ulfa (2019) menunjukkan bahwa remaja seringkali menganggap *selebgram* sebagai panutan dan *role model*.

Sementara itu, menurut Kirik (2015), ketakutan akan tidak diterima dalam lingkaran sosial, dorongan emosional yang perlu diungkapkan, keinginan untuk membentuk kelompok dan membuktikan diri, usaha untuk membentuk identitas, serta hasrat untuk bersenang-senang, mendorong remaja untuk menghabiskan banyak waktu dalam lingkungan virtual. Remaja juga menggunakan media sosial seperti Instagram untuk memperluas jaringan pertemanannya.

Sayangnya, dalam penggunaan media sosial, termasuk Instagram, sebagai sarana dengan tujuan terpenuhinya beberapa tugas perkembangan, remaja masih kurang mampu dalam mengidentifikasi penting atau tidaknya aktivitas yang dijalani di media sosial dan minim akan pertimbangan tentang dampak yang terjadi, baik dampak positif maupun negatif. Kurangnya pertimbangan tersebut dapat menjadikan peningkatan resiko remaja terkena dampak negatif dari media sosial (Qomariyah dalam Candhra, 2021). Salah satu dampak negatif yang dijadikan urgensi mengenai efek dari media sosial, termasuk Instagram, adalah masalah kecanduan media sosial, seperti yang telah disoroti oleh Andreassen dan Pallesen (2014). Penggunaan media sosial dengan intensitas yang tinggi secara signifikan mempengaruhi terhadap terjadinya kecanduan media sosial pada remaja (Kirik, 2015). Rasa kebingungan dalam memilih aktivitas yang bermanfaat, serta rasa ingin tahu terhadap hal-hal baru, dapat membuat remaja menjadi rentan terhadap risiko kecanduan media sosial (Aprilia, Sriati, dan Hendrawati ,2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Aprillia (2019) pada media sosial Instagram menunjukkan bahwa fitur-fitur yang memungkinkan remaja untuk berinteraksi sosial dan mendapatkan informasi terbaru, seperti *Instagram story, feeds,* dan fitur lainnya, membuat remaja sulit untuk melepaskan diri dari Instagram. Remaja seringkali melakukan pemeriksaan berulang-ulang *platform* Instagram. Hal tersebut dapat meningkatkan resiko terjadinya kecanduan media sosial.

Kecanduan media sosial seperti yang didefinisikan oleh Sahin (2018) adalah perilaku yang terjadi ketika seseorang mengutamakan penggunaan media sosial dengan intesitas tinggi sebagai alat komunikasi dan pencarian informasi secara virtual, hingga mengesampingkan aspek-aspek penting dalam kehidupan nyata.

Menurut Sahin (2018), ada empat aspek atau komponen inti dalam kecanduan pada media sosial, yaituna). Toleransinvirtual (*virtualotolerance*) aspek ini terkait dengan peningkatan intensitas waktu yang dihabiskan dalam akses ke media sosial untuk memperoleh kepuasan. b). Komunikasi virtual (*virtual communication*) merujuk pada kecenderungan individu untuk berkomunikasi secara virtual melalui *platform* media sosial, bukan dalam kehidupan nyata, c). Permasalahan virtual (*virtual problem*) terkait dengan pengabaian terhadap aspek-aspek kehidupan yang lain demi penggunaan yang berlebihan dari media sosial, dan d). Informasi virtual (*virtual information*) merujuk pada kecenderungan individu untuk mencari informasi melalui media sosial, yang dapat mengganggu keseimbangan dalam aktivitas nyata sehari-hari.

 Berdasarkan data survei *Royal Society for Public Health* (RSPH, 2017) pada partisipan 1.500 remaja dan dewasa muda, ditemukan bahwa kecanduan pada aplikasi seperti Instagram, dengan fitur utama berbagi foto untuk mendapatkan apresiasi dan mengekspresikan diri, berkaitan dengan tingkat kecemasan, depresi, perundungan (*bullying*), dan masalah kesehatan mental lainnya, terutama ketika digunakan oleh remaja. Dalam penelitian tersebut, Instagram disebut sebagai jejaring media sosial yang memiliki dampak terburuk terhadap kesehatan mental (rsph.org.uk).

 Penelitian yang dilakukan oleh Universitas Swansea di Wales menemukan bahwa gejala penarikan ditunjukan beberapa orang ketika dihentikannya aktivitas penggunaan media sosial (Rashid & Kenner, 2019). Remaja yang memiliki ciri-ciri penggunaan media sosial yang kompulsif cenderung terpaku pada p*latform* tersebut, selalu berusaha untuk menggunakan media sosial dan melakukan interaksi dengan media sosial berkomunikasi secara *online* daripada berinteraksi langsung di dunia nyata (Coralia, Qodariah & Yanuvianti, 2017).

Selanjutnya, dalam penelitian Longstreet & Brooks (2017) menunjukan hasil bahwa remaja yang tidak mengalami kecanduan media sosial terindikasi mengalami penurunan resiko terhadap stress, kepuasaan hidup yang lebih memuaskan dan kebahagiaan dengan tingkat yang lebih baik dibandingkan remaja yang memiliki kecanduan media sosial. Sejalan dengan Longstreet & Brooks (2017), penelitian oleh Hawi & Samaha (2016) juga menemukan bahwa penurunan adiksi media sosial relevan dengan peningkatan kualitas, harga diri dan kepuasan hidup yang semakin baik. Hal tersebut menggambarkan bahwa penting untuk berharap bahwa remaja dapat menjalani kehidupan tanpa terjebak dalam kecanduan media sosial dan menggunakan *platform* tersebut dengan bijak untuk mendapatkan manfaat positif, serta mencapai tingkat kebahagiaan dan kesehatan mental yang lebih baik.

Data di lapangan menunjukkan bahwa menurut laporan statistik *True List* pada Januari 2023, diperkirakan bahwa kecanduan media sosial diderita oleh sekitar 210 juta individu di dunia, dengan mayoritas berusia 18-29 tahun (truelist.com). Di Indonesia, penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2020) mengungkapkan bahwa dari 250 partisipan remaja yang menjadi subjek penelitian, sebanyak 81,2% mengalami tingkat kecanduan media sosial dari sedang hingga tinggi. Selanjutnya, Aprilia (2020) memberikan hasil bahwa 48,6% remaja terindikasi memiliki kecanduan media sosial tingkat tinggi dari 72 remaja yang menjadi sampel penelitian. Data-data tersebut mengindikasikan bahwa kecanduan media sosial adalah masalah yang masih banyak terjadi pada remaja.

Data tersebut sesuai dengan hasil wawancara peneliti yang dilakukan pada tanggal 1 Agustus 2023 dengan 10 partisipan remaja akhir pengguna media sosial Instagram berusia 18-21 tahun. Pertanyaan wawancara disusun berdasarkan aspek kecanduan media sosial dari Sahin (2018) yaitu: a).Toleransi virtual *(virtual tolerance)* b. Komunikasi virtual *(virtual communication)* c). Masalah virtual *(virtual problem)* dand. Informasi virtual *(virtual information)*. Berdasarkan wawancara tersebut, didapatkan kesimpulan yakni sebagian besar partisipan mengalami kecanduan media sosial pada keseluruhan aspek kecanduan sosial yang disusun oleh Sahin (2018). Keseluruhan subjek juga mengakses media sosial dengan durasi tinggi, berkisar dari lima sampai dengan 10 jam dalam satu hari.

 Menurut Young & Abreu (2011), kecanduan media sosial dipicu oleh sejumlah faktor, yaitu a). *Gender*, dalam masalah adiksi media sosial, gender memiliki pengaruh dalam pemilihan jenis aplikasi, b). Keadaan psikologis, berbagai masalah emosional sering menjadi penyebab kemunculan kecanduan media sosial. Individu yang mengalami masalah emosional tertentu cenderung menggunakan media sosial sebagai sarana distraksi dari *stressor* dan kondisi yang tidak nyaman, c). Tujuan dan0waktu penggunaan, tujuan penggunaan dalam bermedia sosial dapat memengaruhi sejauh mana seseorang mengalami kecanduan.

Top of Form

Faktor lain yang berperan dalam kecanduan media sosial adalah *Fear of Missing Out, Fear of Missing Out* terkait perasaan tidak nyaman apabila orang lain sedang mengalami pengalaman positif atau kesenangan yang tidak menjadi bagian dari pengalaman individu (Al Menayes, 2015). Penelitian ini memilih faktor *Fear of Missing Out* karena dipercaya bahwa faktor ini menjadi penentu utama dalam kasus kecanduan media sosial, karena kecanduan media sosial seringkali berakar pada rasa takut individu untuk melewatkan pengalaman yang dialami orang lain (*Fear of Missing Out)* (Dhir dkk., 2018). Sejalan dengan itu, Alt dalam Seabrooks (2020) juga menidentifikasi *Fear of Missing Out* secara signifikan memiliki kontribusi signifikan dalam perkembangan kecanduan media sosial.

Definisi Przybylski dkk. (2013) menjelaskan *Fear of Missing Out*  adalah dorongan untuk terus terkoneksi, kekhawatiran tentang melewatkan momen berharga yang dialami oleh individu lainnya, yang tidak dapat disaksikan secara langsung oleh orang yang mengalami *Fear of Missing Out*. Individu dengan *Fear of Missing Out* memiliki ciri untuk selalu merasa ingin terkait dengan apa yang sedang dilakukan oleh orang lain melalui internet atau dunia maya. Przybylski dkk (2013) juga menjelaskan konsep *Fear of Missing Out* adalah sebagai perasaan takut, khawatir dan cemas yang dialami individu ketika tidak bisa terkoneksi atau terlibat dalam aktivitas dan percakapan di lingkungan sosialnya. Seseorang yang memiliki tingkat *Fear of Missing Out* tinggi merasakan kecemasan dan kekhawatiran yang tidak wajar dengan anggapan orang lain melakukan aktivitas yang lebih menyenangkan daripada dirinya.

Adapun aspek dari *Fear of Missing Out* adalah a). Tidak terpenuhinya kebutuhan akan *self* yaitu kebutuhan psikologis akan diri sendiri, yang mencakup kebutuhan kompetensi (*competence*) dan otonomi (*autonomy*). Kompetensi (*competence*) dikaitkan akan kebutuhan untuk melakukan interaksi dengan lingkungan sosial sedangkan Otonomi (*Autonomy*) terkait dengan kebutuhan mengekspresikan diri dan b). Keterkoneksian (*Relatedness*)*,* terkait kebutuhan untuk selalu terkoneksi dengan lingkungan sosial (Przbylski dkk., 2013).

Beberapa studi telah menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* dan kecanduan media sosial memiliki keterkaitan. Putri (2019) menemukan rasa takut ketinggalan dengan tingkat kecanduan media sosial pada mahasiswa yang menggunakan Instagram di Universitas Bandung menunjukan hasil korelasi yang positif. Dengan kata lain, peningkatan *Fear of Missing Out* yang dimiliki seseorang, berbanding lurus dengan meningkatnya kecanduan media sosial yang dimiliki.

Hasil tersebut konsisten dengan penelitian Fathadika (2018), bahwa terdapat korelasi positif antara *Fear of Missing Out* dan tingkat kecanduan media sosial. Kebutuhan dan dorongan agar terpenuhinya informasi melalui media sosial dimana media sosial memungkinkan individu untuk mengetahui segala informasi dan peristiwa yang terjadi sepanjang waktu menyebabkan individu dengan *Fear of Missing Out* akan mengarah ke kecanduan media sosial (Abel dkk., 2016).

Dari pemaparan yang sudah disampaikan, peneliti tertarik untuk mengkaji hubungan atau korelasi antar variabel dalam penelitian ini. Rumusan masalah yang diajukan adalah apakah terdapat hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan tingkat kecanduan media sosial pada remaja pengguna media sosial instagram?. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah menyelidiki hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan Kecanduan Media Sosial pada remaja pengguna media sosial Instagram.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah adanya hubungan berkorelasi positif antara *Fear of Missing Out* dengan kecanduan media sosial pada remaja pengguna 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

**METODE**

Penelitian ini menyelidiki hubungan antara variabel bebas yaitu *Fear of Missing Out* dengan variabel tergantung yaitu kecanduan media sosial. Pengukuran variabel kecanduan media sosial menggunakan skala kecanduan media sosial SMA-SF (*Social Media Addiction Student Form*) 29 item *Favourable* yang dikembangkan oleh Sahin (2018). Pengukuran variabel *Fear of Missing Out* dalam penelitian ini menggunakan adaptasi skala FOMOs (*Fear of Missing Out Scale*) dengan 10 item *Favourable* yang dikembangkan oleh Przybylski(2013).

 Sebelum digunakan sebagai skala penelitian skala kecanduan media sosial dan *Fear of Missing Out* ditranslasikan ke dalam Bahasa Indonesia oleh penerjemah ahli, kemudian setelah mendapatkan *professional judgment* dilakukan uji coba skala pada n=113 subjek dengan kriteria usia remaja akhir 18 sampai dengan 21 tahun pada tanggal 15 Agustus sampai dengan 17 Agustus 2023. Ditemukan reliabilitas skala kecanduan media sosial (α = 0,947) sedangkan untuk uji daya beda, terdapat satu item gugur yaitu pernyataan nomor 28 dengan skor butir item 0,256. Sehingga tersisa 28 item. Setelah item gugur dihilangkan reliabilitas kembali dihitung dan menghasilkan reliabilitas (α = 0,948). Hasil reliabilitas skala *Fear of Missing Out* (α = 0,917)*.* Sedangkan hasil uji daya beda *Fear of Missing Out* menunjukkan bahwa dari 10 item secara keseluruhan lolos dan tidak ada yang gugur.

 Setelah item digugurkan, skala digunakan sebagai penelitian pada subjek berjumlah 161 (n=161) dengan kriteria remaja akhir usia 18-21 tahun pada tanggal 14 sampai dengan 19 September 2023. Kategorisasi pada variabel kecanduan media sosial dan *Fear of Missing Out* menggunakan rumus kategori tinggi yaitu nilai rata-rata hipotetik ditambah standar deviasi hipotetik, kategori sedang skor diantara nilai rata-rata dikurangi standar hipotetik dan nilai rata-rata ditambah standard hipotetik sedangkan kategori rendah dibawah rata-rata hipotetik dikurangi standar hipotetik.

 Setelah itu dilakukan uji prasyarat seperti uji normalitas dan uji linearitas, kemudian uji hipotesis dengan metode korelasi *product moment* dari pearson untuk menemukan korelasi dari kedua variabel (Chee, 2015). Selain itu juga dianalisis sumbangan efektif *Fear of Missing Out* terhadap kecanduan media sosial dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar *Fear of Missing Out* berpengaruh terhadap kecanduan media sosial.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan analisis terhadap data penelitian diperoleh deskripsi statistik pada masing-masing variabel. Pada skala kecanduan media sosial data hipotetik yang diperoleh yaitu, skor minimum sebanyak 0, skor maksimum 180, rata-rata 84 dan standar deviasi 18,67. Sedangkan untuk data empirik, skor minimum sebanyak 51, maksimum 130, rata-rata 95,2 dan standar deviasi 15,8. Pada skala *Fear of Missing Out* data hipotetik yang diperoleh yaitu, skor minimum sebanyak 10, skor maksimum 50, rata-rata 30 dan standar deviasi 6,67. Sedangkan untuk data empirik, skor minimum sebanyak 14 , maksimum 48, rata-rata 32,2 dan standar deviasi 75,1.

 Data deskriptif yang telah dijabarkan sebelumnya, dapat dijadikan sebagai dasar dalam melakukan kategorisasi skor terhadap variabel kecanduan media sosial dan *Fear of Missing Out*. Pada kategorisasi pada skala kecanduan media sosial dan *Fear of Missing Out*. Terdapat 44 partisipan yang termasuk dalam kategori kecanduan media sosial tinggi, dengan presentase sekitar 27,32% dari total partisipan. Terdapat 108 partisipan yang masuk dalam kategori kecanduan media sosial sedang, dengan persentase sebesar 67,01 %. Selanjutnya, terdapat sembilan partisipan yang termasuk dalam kategori kecanduan media sosial rendah, dengan presentase sekitar 5,59 % dari total partisipan.

 Temuan ini menggambarkan bahwa mayoritas remaja pengguna media sosial Instagram pada penelitian ini memiliki tingkat kecanduan media sosial yang masuk dalam kategori sedang, hasil penelitian juga menunjukan bahwa terdapat juga remaja pengguna media sosial Instagram yang mengalami kecanduan media sosial dengan kategori tinggi, dari hasil tersebut menunjukan bahwa remaja rentan mengalami kecanduan media sosial di atas normal seperti pada data-data sebelumnya. Pada penelitian Aprilia, Sriati, dan Hendrawati (2020), sejumlah 48,6% dari 72 remaja mengalami kecanduan media sosial tingkat tinggi. Selanjutnya, pada penelitian Susilawati (2023) 61% partisipan memiliki kecanduan media sosial sedang dan 20% pada kategori tinggi dari total keseluruhan 295 remaja.

 Terdapat 36 partisipan yang termasuk dalam kategori *Fear of Missing Out* tinggi, yang dengan presentase 22,36 % dari total partisipan. Terdapat 106 partisipan yang masuk dalam kategori *Fear of Missing Out* sedang, dengan persentase sebesar 65,84 %. Selanjutnya, terdapat 19 partisipan yang termasuk dalam kategori *Fear of Missing Out rendah*, dengan presentase sebesar 11,80 % dari total partisipan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas partisipan memiliki tingkat *Fear of Missing Out* yang masuk dalam kategori sedang. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa sama seperti tingkat kategorisasi kecanduan media sosial, mayoritas remaja pengguna media sosial Instagram berada di kategorisasi sedang.

 Selanjutnya hasil dari uji prasyarat berupa uji normalitas dan uji linearitas. diperoleh hasil bahwa, pada variabel kecanduan media sosial mempunyai signifikasi yaitu p 0,090 (p > 0,05) Sedangkan pada *Fear* *of Missing Out* nilai signifikasi senilai p 0,063 (p > 0,05) hasil tersebut menunjukan variabel kecanduan media sosial dan variabel *Fear of Missing Out* terdistribusi normal. Koefisien > 0,05 menunjukan distribusi normal (Wayan, 2020). Berdasarkan hasil uji linearitas diperoleh nilai F = 111 dengan p < 0,001 dari hasil tersebut variabel *Fear of Missing Out* dan variabel kecanduan media sosial memiliki hubungan yang linier. Dikatakan linier karena signifikasi p< 0,050 (Wayan, 2020).

 Pada penelitian ini, temuan yang dihasilkan berdasarkan analisis korelasi *product moment* menghasilkan koefisien korelasi sebesar (rxy) = (0,674) (p <0,001). Menurut Sugiyono (2010) koefisien korelasi dari rentang 0,61 sampai dengan 0,80 dianggap sebagai korelasi yang kuat. Dengan demikian, berdasarkan pernyataan tersebut, hasil analisis menunjukan bahwa terdapat hubungan positif yang kuat antara *Fear of Missing Out* dengan kecanduan media sosial pada remaja pengguna media sosial Instagram. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima.

 Beberapa hasil penelitian sebelumnya memiliki kesesuaian dengan hasil penelitian ini*.* penelitian Fuster, Chammaro & Oberst (2017) menjelaskan bahwa remaja rentan mengalami masalah pada psikologis seperti kecemasan dan kekhawatiran, termasuk kekhawatiran tertinggal orang lain dalam peristiwa tertentu. Untuk mengatasinya remaja lebih sering menggunakan media sosial sebagai cara agar bersosialisasi untuk mengetahui informasi terbaru tentang rencana dan aktivitas teman-temannya. Seringnya menggunakan media sosial tersebut dapat menyebabkan *connectedness* pada media sosial yang akhirnya akan memicu terjadinya kecanduan media sosial akibat penggunaan media sosial yang berlebihan.

Penelitian yang dilakukan oleh Lumbantobing (2022) menghasilkan bahwa tingkat keinginan seseorang untuk berada di dua atau lebih tempat dalam satu waktu, yang dipicu oleh ketakutan akan kehilangan atau tertinggal oleh sesuatu yang berdampak pada kebahagiaan individu *Fear of Missing Out*, dapat mendorong seseorang untuk secara berulang-ulang memeriksa media sosial yang dimiliki. Penelitian Hariadi (2018) menemukan bahwa remaja yang merasa khawatir dan cemas terlewatkan informasi-informasi terbaru akan cenderung sering memeriksa media sosial. Dorongan untuk terus-menerus melihat media sosial dapat membuat remaja menjadi lebih rentan terhadap kecanduan media sosial.

 Oleh karena itu, hasil penelitian ini dan temuan dari penelitian-penelitian sebelumnya secara konsisten mendukung hipotesis bahwa *Fear of Missing Out* memiliki dampak yang signifikan terhadap perkembangan kecanduan media sosial. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian Al Menayes (2015) bahwa *Fear of Missing Out* dapat menjadi alasan utama untuk penggunaan media sosial yang berulang-ulang, tanpa memandang waktu, yang dapat merugikan aktivitas bagi Individu yang mengalami. Sejalan dengan pernyataan Al Menayes (2015), Abel, Buff, & Burr menyatakan (2016) *Fear of Missing Out* merupakan faktor yang memengaruhi kecanduan media sosial, *Fear of Missing Out* menyebabkan seseorang memiliki keinginan untuk mengetahui segala sesuatu yang terjadi di lingkungan. Hal tersebut mendorong individu untuk terus menerus mempertahankan aktivitas di media sosial tanpa batasan waktu sehingga dapat mengarah kepada kecanduan media sosial.

 Przybylski dkk. (2013) menjelaskan *Fear of Missing Out* merupakan kekhawatiran tentang melewatkan pengalaman berharga orang lain yang tidak bisa disaksikan langsung dan keinginan untuk terus terhubung dengan aktivitas orang lain melalui internet atau dunia maya. *Fear of Missing out* memiliki beberapa aspek yaitu aspek kebutuhan akan *self* dan aspek *relatedness*. Setiap aspek pada *Fear of Missing Out,* memberikan pengaruh terhadap kecanduan media sosial khususnya pada remaja pengguna media sosial.

 Kebutuhan akan *self* berkaitan dengan kebutuhan kompetensi (*competence*) dan otonomi (*autonomy*). Kebutuhan kompetensi, seperti yang dijelaskan oleh Przybylski dkk. (2013), berkaitan dengan keyakinan remaja pengguna media sosial Instagram dalam melakukan tindakan dengan efektif dan efisien. Ini juga mencerminkan dorongan remaja akhir untuk beradaptasi dan berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya untuk menunjukan kapasitas diri mengatasi berbagai tantangan. Sedangkan, kebutuhan otonomi, sesuai dengan teori Przybylski dkk. (2013), merujuk pada tingkat kebebasan dan kemampuan remaja pengguna media sosial Instagram untuk membuat keputusan sendiri tentang tindakan yang akan diambil tanpa pengaruh atau dorongan dari pihak lain

 Menurut Parent (2023) kebutuhan akan kompetensi (*competence*), otonomi (*autonomy*), dan keterkoneksian (*relatedness*) dianggap penting. Remaja memiliki kemampuan untuk bebas menunjukan kemampuan secara bebas. Saat ini, salah satu konteks yang sangat menonjol bagi perkembangan remaja adalah konteks sosio-teknologi, terutama yang mengacu pada peningkatan penggunaan media sosial. Dalam hal ini, keterlibatan media sosial didefinisikan sebagai penggunaan media sosial secara luas, termasuk situs jejaring sosial (SNS) seperti Instagram sebagai sarana pemenuhan kebutuhan *competence* dan *autonomy* (Parent, 2023).

 Dalam penelitian Bestari & Widayat (2018) Jika kebutuhan kompetensi untuk berinteraksi efektif dengan lingkungan tidak terpenuhi maka individu akan mengalami kecenderungan mengakses media sosial secara terus menerus untuk tetap terkoneksi dengan sosial media sebagai usaha mencukupi kebutuhan tersebut (Bestari & Widayat, 2018). Sedangkan pada kebutuhan akan otonomi (*autonomy*), penelitian Kirik (2015) menyebutkan bahwa pada saat remaja, kebutuhan akan mengekspresikan diri semakin terlihat sehingga remaja gemar menggunakan media sosial, peningkatan penggunaan media sosial tersebut dapat memicu kecanduan media sosial. Dari beberapa penelitian di atas dapat dsisimpulkan bahwa dengan demikian, kebutuhan akan diri sendiri (*self*) memengaruhi peningkatan terhadap penggunaan media sosial, dimana peningkatan tersebut dapat memicu terjadinya kecanduan media sosial.

 Sedangkan pada aspek keterhubungan (*relatedness*) kebutuhan akan keterkoneksian dengan individu lain, merasa termasuk dalam kebersamaan, adalah hal yang penting bagi remaja pengguna media sosial Instagram. Ketika kebutuhan akan hubungan ini tidak terpenuhi, seseorang dapat merasa cemas dan mencoba untuk memahami pengalaman dan aktivitas orang lain, seringkali melalui penggunaan internet, seperti yang dijelaskan dalam penelitian Przybylski dkk. (2013)

 Dalam kaitan keterkoneksian (*relatedness*) pada remaja pengguna media sosial Instagram dengan kecanduan media sosial. Remaja telah tumbuh dalam konteks di mana ketergantungan yang mendalam terhadap media sosial merupakan bagian integral dari kehidupan sehari-hari, sehingga hampir mustahil bagi remaja untuk menjalani kehidupan tanpa selalu terkoneksi (Kuss & Griffiths, 2017). Pada penelitian Satriani (2014) juga ditunjukan bahwa keterkoneksian (*relatedness*) mempunyai korelasi positif terhadap kecanduan media sosial. Artinya peningkatan *Fear of Missing Out* searah dengan peningkatan kecanduan media sosial.

 Menurut Sahin (2018), kecanduan media sosial adalah perilaku yang terjadi ketika seseorang mengutamakan penggunaan media sosial dengan intesitas tinggi sebagai alat komunikasi dan pencarian informasi secara virtual, hingga mengesampingkan aspek-aspek penting dalam kehidupan nyata. Terdapat aspek-aspek kecanduan media sosial menurut Sahin (2018) yaitu Toleransi Virtual*,* Komunikasi Virtual, Masalah Virtual dan dan Informasi Virtual.

 Telah dijelaskan pada pemaparan sebelumnya bahwa salah satu faktor penyebab kecanduan media sosial adalah tingkat *Fear of Missing Out*, tingkat *Fear of Missing Out*.

 Dari pembahasan di atas, *Fear of Missing Out* sebagai sebagai suatu faktor yang memberikan pengaruh terhadap terjadinya kecanduan media sosial perlu mendapatkan perhatian khusus. Swar (2017) menjelaskan asal mula terjadinya *Fear of Missing Out* adalah kurang terpenuhinya *basic psychological needs* pada dirinya, setelah merasakan tahap *Fear of Missing Out* selanjutnya individu akan merasakan tahap penggunaan media sosial yang meningkat, dimana hal tersebut meningkatkan resiko kecanduan media sosial.

 Berdasarkan analisis dan pembahasan pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *Fear of Missing Out* memiliki hubungan dengan korelasi positif dengan kecanduan media sosial pada remaja pengguna Instagram. *Fear of Missing Out* memberikan sumbangan efektif kepada kecanduan media sosial dengan koefisien determinasi R ² 0,411 atau sebesar 41,1 %. Hasil analisis tersebut mengartikan bahwa *Fear of Missing Out* berpengaruh terhadap kecanduan media sosial dengan sumbangan pengaruh senilai 41,1 %, 58,9 % dipengaruhi oleh faktor lainnya. Faktor tersebut bisa berupa faktor gender, faktor kondisi psikologis, faktor kondisi sosial ekonomi dan tujuan dan waktu penggunaan Internet (Young & Abreu, 2011).

**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 menunjukan sebagian besar subjek berada pada kategori kecanduan media sosial sedang. Sedangkan kategorisasi pada variabel *Fear of Missing Out* menunjukan sebagian besar subjek juga berada di kategori *Fear of Missing Out* dalam kategori sedang.

**DAFTAR PUSTAKA**

Abel, J. P., & Buff, C. L. (2016*). Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment.* In Journal of Business & Economics *Research-First Quarter* (Vol. 14, Issue 1).

Al-Menayes, J. (2015). *Psychometric Properties and Validation of the Arabic Social Media Addiction Scale*. Journal of Addiction, *2015*, 1–6. https://doi.org/10.1155/2015/291743

Andreassen CS, Pallesen S. (2014). *Social network site addiction - an overview*. CurrPharmDes.2014;20(25):405361.doi:10.2174/13816128113199990616. PMID: 24001298.

Aprilia, R., Sriati, A., & Hendrawati, S. (2020). *Tingkat Kecanduan Media Sosial pada Remaja*. Jurnal Keperawatan Universitas Padjajaran. Vol.3 No.1

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

Bestari, I. U., & Widayat, I. W. *Hubungan Antara Fear of Missing Out Dengan Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial Pada Mahasiswa Universitas Airlangga.* Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Perkembangan. Vol 7. Pp. 19- 29.

Chandra, P. S., Sischa, S., Putri, E., Ilosa, A., Abduh, A., & Chanra Putra, I. (2021). *Sosialisasi Online Dampak Negatif Media Sosial Bagi Remaja*. *15*(1), 1–10. http:http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/Menara/index

Chee, J. D., & Chee, J. (2015). *Pearson’s Product-Moment Correlation: Sample Analysis Principal Investigator: Point-of-Care Technology Adoption Project View project 2016 Queen’s Health System Educational Priorities Survey View project*. https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1856.2726

Coralia, F., Qodariah, S., Yanuvianti, M., Psikologi, F., & Islam Bandung, U. (2017). *Tipe Kepribadian dan Self Esteem pada Pecandu Media Sosial.* In *SCHEMA (Journal of Psychological Research) 140-149*.

Fathadhika, S., & Afriani, D. (2018). *Social media engagement sebagai mediator antara Fear of Missing Out dengan kecanduan media sosial pada remaja*. *JPSP*, *2*(3), 208–215.

Fuster, H., Chamarro, A., & Oberst, U. (2017). *Fear of Missing Out, online social networking and mobile phone addiction: A latent profile approach*. *Aloma: Revista de Psicologia, Ciències de l’Educació i de l’Esport*, *35*(1), 22–30. https://doi.org/10.51698/aloma.2017.35.1.22-30

Hariadi, A. F. (2018). *Hubungan Antara Fear of Missing Out Dengan Kecanduan. Media Sosial Pada Remaja.* Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Hawi, N. S., & Samaha, M. (2017). *The Relations Among Social Media Addiction,* Self-Esteem, and Life Satisfaction in University Students. Social Science Computer Review, 35(5), 576–586. <https://doi.org/10.1177/0894439316660340>

Hurlock, Elizabeth B. (2003). *Psikologi Perkembangan.* Jakarta. Erlangga

Jahja, Yudrik. (2011). Psikologi Perkembangan. Jakarta: Kencana,

Kırcaburun, K. (2016). *Self-esteem, daily internet use and social media addiction as predictors of depression among Turkish adolescents*. Journal of Education and Practice, 7(24), 64-72.

Kirik, A. M. (2015). *Türkiyedeki Gençlerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerine Yönelik Nicel Bir Araştırma.* International Journal of Science Culture and Sport, 3(13), 108–108. https://doi.org/10.14486/intjscs444

Kuss DJ, Griffiths MD. *Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned. Int J Environ Res Public Health.* 2017 Mar 17;14(3):311. doi: 10.3390/ijerph14030311. PMID: 28304359; PMCID: PMC5369147.

Longstreet, P., & Brooks, S. (2017*). Life satisfaction: A key to managing internet & social media addiction.* Technology in Society, 50, 73–77. https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.05.003

Napoleoncat.com. (2023). *Instagram Users In Indonesia January, 2023*. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2023/01/#:~:text=There%20were%2094%20541%20900,group%20(35%20900%20000)>. Diakses pada 23 Agustus 2023. Jam 15:01

Parent, N. (2023). *Basic Need Satisfaction through Social Media Engagement: A Developmental Framework for Understanding Adolescent Social Media Use.* *Human Development*, *67*(1), 1–17. https://doi.org/10.1159/000529449

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, 1841-1848.

Rachmawati, D., & Fithrah Ali, D. S. (2018). *Analisis kriteria personal branding selebgram non selebriti (studi deskriptif kualitatif akun Instagram @lippielust)*.Jurnal Komunikasi, 12(1), 23–30. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v12i1.3712>

Rashid, I., & Kenner, S. (2019). *Offline free your mind from smartphone and social media stress.* In John Wiley (First). <https://doi.org/10.1049/oap-cired.2017.1227>

Royal Society for Public Health.(2017). *Instagram Ranked Worst for Young People’s Mental Health*. <https://www.rsph.org.uk/about-us/news/instagram-ranked-worst-for-young-people-s-mental-health.html> . Diakses pada tanggal 23 Agustus 2023 . Jam : 17.05

Şahin, C. (2018). *Social Media Addiction Scale-Student Form: The Reliability and Validity Study.* In *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology* (Vol. 17, Issue 1).

Santrock, Jhon W. (2011). *Life – Span Development : Perkembangan Masa Hidup*, Edisi 13, Jilid II. Jakarta : Erlangga

Satriani D.T., Pratiwi Ari dan Permatasari D.P. (2014). *Hubungan Relatedness dengan intensitas penggunaan jejaring sosial twitter pada mahasiswa. Malang.* Universitas Brawijaya.

Seabrook E, Kelly R, Foley F, Theiler S, Thomas N, Wadley G, Nedeljkovic M (2020).*Understanding How Virtual Reality Can Support Mindfulness Practice: Mixed Methods Study. J Med Internet Res 2020;22(3):e16106* URL:https://www.jmir.org/2020/3/e16106. DOI: 10.2196/16106

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*, dan R&D. Bandung: ALFABETA.

Ulfa, N. F. (2019). *Dampak Penggunaan Instagram pada Gaya Hidup Remaja (Studi Pada Siswa-siswi MTsN MODEL Banda aceh.* Skripsi. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Wulandari, R., & Netrawati. (2020). Analisis Tingkat Kecanduan Media Sosial pada Remaja. *Jurnal Riset Tindakan Indonseia*, *5, No,pp.41-46*.

Young, K. S., & de Abreu, C. N. (Eds.). (2011). *Internet addiction: A handbook and guide to evaluation and treatment.* John Wiley & Sons, Inc.

Young, K. S., & de Abreu, C. N. (Eds.). (2011). *Internet addiction: A handbook and guide to evaluation and treatment.* John Wiley & Sons, Inc.