

ABSTRAK

Penggunaan internet, khususnya media sosial terus meningkat setiap tahunnya. Ini karena media sosial menjadi kebutuhan umum dalam kehidupan sehari-hari akibat manfaat yang diberikan. Kondisi ini berpotensi mendorong individu untuk menggunakan media sosial secara berlebihan, sehingga meningkatkan kecenderungan terhadap *social media addiction*. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur peran *social media engagement* dan FoMO terhadap *social media addiction*. Metode penelitian yang digunakan kuantitatif non-eksperimen dengan teknik sampling *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi ganda untuk menguji hipotesis. Jumlah subjek penelitian sebanyak 185, dengan rentang usia 18-33 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social media engagement* dan FoMO secara bersama-sama dapat memprediksi *social media addiction* secara signifikan ($R = 0.849$, $F=235.851$, $p < 0.05$). Secara individual, *social media engagement* ($t = 10.088$, $sig. = 0.000$) dan FoMO ($t=8.306$, $sig.=0.000$) juga mampu memprediksi *social media addiction*. Hasil ini menunjukkan bahwa *social media engagement* dan FoMO berperan signifikan dalam meningkatkan *social media addiction* pada usia dewasa awal. Secara terpisah *social media engagement* mampu meningkatkan *social media addiction*, begitu juga peningkatan pada FoMO dapat meningkatkan *social media addiction*.

Kata kunci: *social media engagement*, FoMO, *social media addiction*, dewasa awal

ABSTARCT

The use of the internet, particularly social media, continues to increase every year. This is because social media has become a common necessity in daily life due to the benefits it provides. This condition has the potential to drive individuals to use social media excessively, thereby increasing the tendency towards social media addiction. This study aims to measure the role of social media engagement and FoMO (Fear of Missing Out) in social media addiction. The research method used is quantitative non-experimental with purposive sampling technique. This study employs multiple regression analysis to test the hypotheses. The number of research subjects is 185, ranging in age from 18 to 33 years. The results show that social media engagement and FoMO together can significantly predict social media addiction ($R = 0.849$, $F = 235.851$, $p < 0.05$). Individually, social media engagement ($t = 10.088$, $sig. = 0.000$) and FoMO ($t = 8.306$, $sig. = 0.000$) can also predict social media addiction. These findings indicate that social media engagement and FoMO play a significant role in increasing social media addiction in early adulthood. Separately, social media engagement can increase social media addiction, and an increase in FoMO can also increase social media addiction.

Keywords: *social media engagement, FoMO, social media addiction, early adulthood*