

**Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Dewasa Awal Pengguna Aktif Media Sosial di Kota Surabaya**

***The Relationship between Social Media Usage Intensity and Fear of Missing Out (FoMO) among Emerging Adulthood as Active Social Media Users in Surabaya City***

**Kezia Kusumaisna**

Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya

Email: iniemailkezia@gmail.com

**Yohana Wuri Satwika**

Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya

Email: yohanasatwika@unesa.ac.id

**Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada dewasa awal pengguna aktif media sosial di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan data primer yang berupa kuesioner dengan partisipan berjumlah 90 dewasa awal pengguna aktif media sosial di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan skala FoMO dan skala intensitas penggunaan media sosial dengan kriteria partisipan dewasa awal pengguna aktif media sosial di Kota Surabaya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada dewasa awal pengguna aktif media sosial di Kota Surabaya dengan nilai signifikansi = 0,000 ( $p < 0,05$ ) sehingga hipotesis penelitian ini diterima.

**Kata kunci :** Intensitas penggunaan media sosial, *Fear of Missing Out* (FoMO), Dewasa awal

**Abstract**

*This research is a quantitative study aimed at determining the relationship between social media usage intensity and Fear of Missing Out (FoMO) among emerging adulthood as active social media users in Surabaya City. This study utilized primary data in the form of a questionnaire, with a total of 90 emerging adulthood participants who are active social media users in Surabaya City. The study employed the FoMO scale and the scale of social media usage intensity with criteria specific to emerging adulthood participants who are active social media users in Surabaya City. The results of this study indicate that there is relationship between social media usage intensity and Fear of Missing Out (FoMO) among emerging adulthood as active social media users in Surabaya City, with a significance value of 0.000 ( $p < 0.05$ ), thus accepting the hypothesis of this research.*

**Key word :** Social media usage intensity, *Fear of Missing Out* (FoMO), emerging adulthood.

<b>Article History</b>	 <p><i>This is an open access article under the <a href="#">CC-BY-SA</a> license</i></p> <p><i>Copyright © 2022 by Author, Published by Universitas Negeri Surabaya</i></p>
<i>Submitted : 04-07-2023</i>	
<i>Final Revised : 04-07-2023</i>	
<i>Accepted : 04-07-2023</i>	

Teknologi selalu berkembang dengan canggih seiring dengan berkembangnya zaman. Terutama pada era digitalisasi saat ini, segala bentuk dan jenis teknologi tersedia untuk membantu kebutuhan manusia dalam mencapai tujuan tertentu. Salah satu teknologi tersebut adalah internet. Internet merupakan hubungan antara jenis media perangkat dengan jaringan di dunia yang meski sistem operasi berbeda, tetap dapat menjalin hubungan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi (Gani, 2018).

Menurut Kottler dan Keller (2012), pemanfaatan informasi-informasi yang tersedia dalam layanan internet ini dapat diakses dengan mudah dengan berbagai pilihan aplikasi maupun situs tertentu. Media yang terpampang berupa tulisan (*text*), gambar, audio, serta video berdasarkan kebutuhan pengguna satu sama lain maupun dengan kelompok dan sebaliknya (Warpindyastuti & Sulistyawati, 2018). Pilihan aplikasi maupun situs pendukung juga muncul seiring perkembangan teknologi yang pesat, yang juga dapat diakses melalui media sosial. Terdapat berbagai jenis media sosial yang hingga saat ini ditawarkan seperti *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook*, *Tik Tok*, *Telegram*, *Twitter*, dan lain sebagainya.

Pengaruh media sosial ini pun tidak hanya dirasakan oleh sebagian orang saja. Pada survei mengenai penggunaan media sosial yang dilakukan oleh industri agensi kreatif bernama *We Are Social* yang dilakukan di tahun 2022, dinyatakan bahwa pengguna media sosial di Indonesia adalah sebanyak 191,4 Miliar, yang mana pengguna media sosial di tahun 2022 ini juga mengalami peningkatan +12,6% dibanding tahun 2021 yang sejumlah 170 miliar jiwa dengan rata-rata intensitas penggunaan media sosial di Indonesia sebanyak 3 jam 17 menit per harinya. Demografi promosi profil media sosial pun menunjukkan bahwa dewasa awal menjadi pengguna media sosial utama dengan persentase paling banyak yaitu sebesar 64,6% dengan rentan umur 18-34 tahun.

Pada fenomena ini, Kota Surabaya yang ialah salah satu kota terbesar di Indonesia yang juga merupakan Ibukota Provinsi Jawa Timur yang memiliki total jumlah penduduk sebanyak 3,157,126 jiwa berdasarkan data survei BPS Surabaya terbaru pada tahun 2020. Pranata (2014) menyatakan rata-rata jumlah akses internet melalui smartphone selama lebih dari lima jam perhari (Nugraheni & Yuni, 2017). Pada penelitian yang dilakukan oleh Drestya (2013) dengan topik penelitian motif menggunakan social media *Path* pada mahasiswa di Surabaya, didapat data dari Digital Native Surabaya mengenai penggunaan salah satu platform media sosial *Path* di Surabaya mencapai 400,000 pengguna atau sekitar 56,8%. Hal ini tentu merupakan angka yang cukup besar terkait penggunaan salah satu platform media sosial pada tahun tersebut.

Andarwati (2016) menjelaskan bahwa intensitas penggunaan media sosial diketahui sebagai ukuran tertentu yang dapat mencakup pada aspek frekuensi dan aspek durasi. Sehingga dapat dinyatakan bahwa hal ini merupakan suatu ukuran terkait seberapa sering seseorang mengakses media sosial. Hal ini sejalan dengan pendapat Ajzen (2005) yang menyatakan aspek intensitas yang berupa aspek perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi. Keempat aspek tersebut memiliki pengaruh terhadap perilaku yang dilakukan oleh tiap individu yang mengakses media sosial. Sedangkan menurut Chaplin, intensitas merupakan sifat kuantitatif

pada sebuah penginderaan yang memiliki hubungan pada intensitas perangsangnya. Hal ini dapat diartikan sebagai sebuah kekuatan pada tingkah laku ataupun pengalaman (Achmad & Dewi, 2022).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Cendrawan dan Ajisuksmo (2020) didapat hasil data penelitian terkait faktor intensitas penggunaan media sosial yakni adanya pengaruh dari faktor perilaku mencari informasi (*information seeking behavior*), perilaku hedonis (*hedonic behavior*), dan rasa kekomunitasan (*sense of community*) terhadap intensitas individu dalam mengakses media sosial. Menurut Ajzen (2005), keinginan yang dimiliki oleh individu (ketika mengakses media sosial) memberikan motivasi yang dapat memberi pengaruh pada perilaku individu.

Dibalik berbagai manfaat yang terkandung dalam media sosial yang menjadi faktor pendorong individu dalam menggunakan media sosial, terdapat pengaruh negatif yang dapat timbul bila mengakses media sosial secara berlebihan. Seperti adanya rasa gelisah pada diri sendiri ketika melihat keseruan dan kesenangan yang dirasakan oleh orang lain, sehingga individu tidak dapat berhenti untuk memantau aktivitas orang lain di media sosial, yang dapat menyebabkan perilaku kecanduan untuk terus mengikuti apa yang sedang terjadi di luar sana. Hal tersebutlah merupakan salah satu ciri dari fenomena *Fear of Missing Out* atau FoMO.

Przybylski mengungkapkan bahwa FoMO adalah suatu bentuk ketakutan yang dirasakan seseorang bila melewatkan suatu pengalaman yang dialami oleh orang lain tanpa adanya kehadiran individu yang bersangkutan tersebut. Hal ini dicirikan dengan adanya dorongan untuk selalu hadir, terhubung, dan memantau segala aktivitas apapun yang dibagikan orang lain di media sosial (Jannah, 2022). Aisafitri & Yusriyah (2021) mendefinisikan Fear of Missing Out atau FoMO sebagai fenomena di mana individu merasakan perasaan gelisah, khawatir, dan cemas karena tidak mendapatkan informasi terkini mengenai peristiwa yang sedang berlangsung pada saat itu.

Dampak yang dapat dirasakan akibat dari FoMO yang dialami oleh penderitanya adalah acuh dengan diri sendiri maupun sekitar akibat lebih sibuk mengakses media sosialnya, waktu tidur dan waktu makan yang terganggu, tidak dapat menikmati kebersamaan di dunia nyata secara penuh, serta adanya rasa kekurangan terhadap apa yang dimiliki. Penderita FoMO akan merasakan perasaan iri kepada individu lain yang mengunggah konten-konten menyenangkan yang individu tersebut tidak melaluinya, sehingga menganggap bahwa kehidupan yang dimiliki oleh orang lain lebih baik, menyenangkan, dan penuh sukacita dibanding apa yang telah ia miliki saat itu. Aspek yang dimiliki dari FoMO terdiri atas tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *self* atau diri sendiri yang berupa *relatedness*, yang mana merupakan kedekatan dengan individu lain. Hal ini berkaitan dengan *competence*, yang mana berupa kemampuan efektif dalam memulai tindakan dan interaksi dengan lingkungan sekitarnya. Selain *competence*, *autonomy* juga memiliki arti berupa salah satu aspek yang pada pengertiannya adalah pengalaman dalam merasakan pilihan, dukungan, serta kemampuan dalam memulai, memelihara, dan mengakhiri keterlibatan pada perilaku (Akbar, et al., 2019).

JWT Intelligence (2012) menyatakan bahwa terdapat data di mana 40% pengguna internet di seluruh dunia mengalami FoMO. Sindrom FoMO ini termasuk dalam fenomena komunikasi intrapersonal yang ditandai dengan perasaan khawatir, cemas, maupun takut karena tidak mendapatkan informasi terkini mengenai peristiwa yang sedang berlangsung pada saat itu. Menurut Przybylski, tingkat FoMO tertinggi diderita oleh remaja dan dewasa awal (*emerging adulthood*) akibat rendahnya kepuasan hidup yang mendorong perasaan FoMO yang memuncak, yang mana disebabkan oleh durasi penggunaan media sosial yang tinggi (Aisafitri & Yusriyah, 2021).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Putri et al., (2019) dalam jurnal Masyarakat dan Budaya, seseorang yang mengalami FoMO menyalurkan bentuk pola hidupnya dengan sesuatu yang cenderung melampaui batas dan tidak dapat mengontrol diri untuk tetap selalu terhubung pada agenda orang lain sehingga mulai mengabaikan keperluan diri sendiri. Karakteristik FoMO pada umumnya terlihat sederhana, namun ketika diteliti secara rinci, individu tersebut memiliki aktivitas, opini, maupun minat yang dinilai berlebihan sehingga adanya kontrol diri yang lepas ketika menggunakan media sosial (Aisafitri & Yusrifah, 2020).

Penelitian FoMO yang dilakukan oleh Anwar, et al., di tahun 2019 yang berjudul “*The Fear of Missing Out and Usage Intensity of Social Media*” menyatakan hasil bahwa adanya hubungan positif pada pengaruh FoMO terhadap intensitas penggunaan media sosial. Hal ini ditandai dengan adanya hasil positif yang signifikan pada pengaruh FoMO terhadap intensitas penggunaan media sosial dengan nilai ( $R = .550^*$ ). Artinya, semakin tinggi seseorang mengalami FoMO maka semakin tinggi pula intensitas penggunaan media sosial. Dan berlaku sebaliknya, semakin rendah individu memiliki kecenderungan FoMO, maka semakin rendah pula intensitas penggunaan media sosial.

Penelitian relevan lain dilakukan oleh Dewi, et. al., di tahun 2022 yang membahas tentang analisis intensitas penggunaan media sosial dan social environment terhadap perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO). Penelitian yang dilakukannya tersebut dilakukan dengan tujuan untuk menyadari dampak penggunaan media sosial dan lingkungan sosial (*social environment*) terhadap sikap FoMO dengan metode korelasi *ex post facto*. Subjek penelitian ini merupakan 141 remaja di Kota Madiun. Pada hasil penelitian ini didapat data yang menunjukkan adanya pengaruh penggunaan media sosial terhadap sikap FoMO pada remaja di Kota Madiun. Penelitian milik Dewi ini memiliki perbedaan terhadap penelitian ini yaitu pada subjek penelitian, di mana subjek pada penelitian Dewi berupa remaja di Kota Madiun, sedangkan pada penelitian ini menggunakan subjek dewasa awal di Kota Surabaya.

Selain itu, terdapat penelitian relevan lain milik Zhang, et. al., (2021) dengan judul “*The relationship between Social Media Use and Fear of Missing Out: A Meta-Analysis*” yang membahas tentang hubungan antara penggunaan media sosial dan FoMO menggunakan meta-analisis. Penelitian yang dilakukan tersebut digunakan dengan tujuan untuk memahami korelasi antara penggunaan media sosial dan FoMO, dengan mempertimbangkan indikator dan faktor lain yang dapat memengaruhi hubungan terhadap kedua hal tersebut, menggunakan random effects model. Subjek yang digunakan yaitu sebanyak 61,893 partisipan orang dewasa yang menggunakan media sosial. Pada hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa adanya korelasi positif secara linear secara signifikan terhadap pengguna media sosial dan FoMO. Individu yang tingkat intensitas penggunaan media sosialnya tinggi juga memiliki tingkat FoMO yang lebih tinggi pula. Hal ini mengacu pada data bahwa terdapat korelasi terhadap kedua variabel tersebut sebanyak 0,35, yang mana semakin tinggi penggunaan media sosial maka semakin tinggi tingkat kesepian ( $r=0,11$ ), depresi ( $r=0,13$ ), dan stres. Penelitian milik Zhang dengan penelitian ini memiliki perbedaan, yaitu pada bentuk analisis yang mana menggunakan meta-analysis dan lingkup subjek partisipan yang menggunakan keseluruhan tahap perkembangan dewasa.

Pra-survei penelitian dilaksanakan oleh peneliti terhadap 10 responden dewasa awal pengguna aktif media sosial di Kota Surabaya. Pra-survei ini bertujuan untuk memberi gambaran data nyata untuk memperkuat urgensi penelitian ini. Pra-survei ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner skala psikologi di *Google Form*. Didapat data bahwa 60% responden mengakses media sosial lebih dari 5 jam per harinya. Disambung dengan 30% responden menggunakan media sosial selama 4-5 jam, 0% responden menggunakan media sosial selama 3 jam, dan 10% responden menggunakan media sosial selama kurang dari 3 jam. Hasil data

pra-survei yang telah dilakukan oleh peneliti dapat diketahui bahwa rata-rata responden dewasa awal pengguna aktif media sosial yang mana sebanyak 10 pengguna mengalami FoMO dengan intensitas penggunaan media sosial kategori sedang sebesar 96%. Diikuti oleh tingkatan tinggi sebesar 3% dan tingkatan rendah sebesar 1%. Hal ini dapat digunakan sebagai gambaran hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan FoMO pada dewasa awal pengguna aktif media sosial di Kota Surabaya.

Berdasarkan atas paparan fenomena tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada dewasa awal pengguna aktif media sosial di Kota Surabaya.

## Metode

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan metode kuantitatif. Jenis pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif korelasional. Jannah (2018) menyatakan bahwa metode kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang menggunakan angka dalam pengumpulan serta analisis pada data. Ciri dari metode kuantitatif adalah ditandai dengan adanya angka, hipotesis, dan analisis data dengan bantuan perhitungan berbentuk statistik dalam pengumpulan dan analisis data. Jenis pendekatan ini memiliki tujuan yaitu dalam melihat maupun mengetahui hubungan antara variabel-variabel yang ada.

### *Sampel dan Populasi*

Populasi yang digunakan pada penelitian ini yang berupa dewasa awal pengguna aktif media sosial di Kota Surabaya ini tidak diketahui jumlahnya, sehingga pada penelitian ini menggunakan populasi tidak diketahui oleh Hair, *et. al.*, (2010) dengan ukuran sampel minimum sebesar jumlah variabel indikator dikalikan dengan 5 hingga 10 sampel populasi.

Pengambilan sampel dilakukan secara *accidental sampling*, yang mana merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan pada kebetulan, di mana peneliti kebetulan bertemu dengan subjek yang dapat digunakan sebagai sampel yang memenuhi kriteria sebagai responden sumber data (Sugiyono, 2018). Subjek pada penelitian ini merupakan sampel jenuh dengan rumus sampel oleh Hair, *et. al.*, (2010) dengan ukuran sampel minimum sebesar jumlah variabel indikator dikalikan dengan 5 hingga 10 sampel populasi. Sehingga jumlah variabel indikator dikali 5-10 ( $8 \times 10 = 80$ ). Sehingga didapat jumlah sampel minimum pada penelitian ini sebesar 80 dewasa awal pengguna aktif media sosial di kota Surabaya. Peneliti telah mengumpulkan lebih dari batas minimum subjek (80), yang mana sebanyak 90 subjek dewasa awal.

### *Pengumpulan Data*

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah berupa data primer dengan teknik pengumpulan data dalam bentuk skala. Skala merupakan alat instrumen yang berisi skala psikologi yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diperuntukan oleh responden (Jannah, 2018). Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan skala FoMO dan skala intensitas penggunaan media sosial. Pada skala intensitas penggunaan media sosial yang digunakan pada penelitian ini diadaptasi atas skala dimensi yang dikembangkan oleh Ajzen (2005) yang terdiri atas empat aspek yang mengacu pada dimensi intensitas penggunaan media sosial. Skala ini membuahakan 24 item pertanyaan yang dibagi menjadi dua jenis aitem, yaitu *favorable* dan *unfavorable* dengan pilihan jawaban dalam bentuk skala likert. Skala FoMO yang digunakan pada penelitian ini diadaptasi atas skala FoMO yang dikembangkan oleh Przybyiski, *et al.*, (2013) yang diadaptasi dari Bahasa Inggris ke Bahasa Indonesia dengan total 20 aitem

pertanyaan. Aitem pertanyaan tersebut disebarikan melalui kuesioner Google Form secara *online* di berbagai platform media sosial.

### *Analisis Data*

Analisis penitian ini mengggunakan metode kuantitatif korelasional yang bertujuan untuk mengetahui terkait hubungan antara dua variabel, yang berupa intensitas penggunaan media sosial dengan FoMO pada dewasa awal pengguna aktif media sosial di Kota Surabaya.

Validitas analisis data penelitian ini menggunakan program aplikasi statistik *SPSS 25.0 for windows* dengan *product moment pearson*. Koefisien validitas yang memiliki nilai tak begitu tinggi lebih dianggap memuaskan dibanding reliabilitas dengan angka yang sama. Namun jika koefisien validitas tersebut kurang dari 0,30 maka dianggap tidak valid (Azwar, 2017). Pengujian reliabilitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan *metode single trial* yaitu *alpha cronbach* dari aplikasi statistik *SPSS 25.0 for windows*. Pada hasil uji reliabilitas dengan alpha cronbach menunjukkan bahwa skala FoMO mempunyai nilai sebesar 0,854. Nilai tersebut menandakan bahwa skala FoMO tersebut dalam kategori reliabel yaitu pada rentang 0,700-0,900. Sedangkan pada hasil uji reliabilitas dengan *alpha cronbach* menunjukkan bahwa skala intensitas penggunaan media sosial mempunyai nilai sebesar 0,908. Nilai tersebut menandakan bahwa skala intensitas penggunaan media sosial tersebut dalam kategori sangat reliabel yaitu pada rentang >0,900.

## **Hasil**

### *Statistik Deskriptif*

Berikut ini merupakan hasil statistik deskriptif pada variabel FoMO dan variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial:

Tabel 1. Deskripsi Statistik Sampel Penelitian

<b>Descriptive Statistics</b>						
	<b>N</b>	<b>Range</b>	<b>Minimum</b>	<b>Maximum</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>
Intensitas Penggunaan Media Sosial	90	53.00	33.00	86.00	68.6889	7.44967
FoMO	90	45.00	20.00	65.00	43.5000	7.76516
Valid N (listwise)	90					

Berdasarkan pada tabel statistik deskriptif, dapat diketahui bahwa terdapat nilai rata-rata variabel FoMO senilai 43.5000, sedangkan nilai rata-rata variabel intensitas penggunaan media sosial senilai 68.6889. Nilai standar deviasi FoMO sebesar 7.76516 sedangkan pada intensitas penggunaan media sosial adalah sebesar 7.44967. Rentang skor total FoMO adalah 45, dengan nilai minimum sebesar 20 dan nilai maksimum sebesar 65. Sedangkan rentang skor pada variabel intensitas penggunaan media sosial adalah 53, dengan nilai minimum sebesar 33 dan nilai maksimum sebesar 86.

Setelah itu, data-data tersebut digunakan untuk diolah kembali pada interpretasi skor dari tiap variabel dalam tingkatan tinggi, sedang, dan rendah melalui ketegorisasi tingkat intensitas penggunaan media sosial dan FoMO.

Tabel 2. Kategorisasi skor FoMO

Kategori	Nilai	Skor	Jumlah	Persentase
<b>Rendah</b>	$X < M - 1 \text{ SD}$	$X < 36$	9	10%
<b>Sedang</b>	$M - 1 \text{ SD} \leq X \leq M + 1 \text{ SD}$	$36 \leq X \leq 51$	71	78,89%
<b>Tinggi</b>	$M + 1 \text{ SD}$	$51 > 76$	10	11,11%
<b>Total</b>			90	100%

Kategorisasi tingkat FoMO yang telah dijabarkan di atas berdasarkan atas pedoman Azwar (2017). Diketahui terdapat 9 dewasa awal (10%) masuk kategori FoMO dalam tingkatan rendah, 71 dewasa awal (78,89%) masuk kategori FoMO sedang, dan 10 dewasa awal (11,11%) masuk kategori FoMO dalam tingkatan tinggi.

Tabel 3. Kategorisasi skor Intensitas Penggunaan Media Sosial

Kategori	Nilai	Skor	Jumlah	Persentase
<b>Rendah</b>	$X < M - 1 \text{ SD}$	$X < 61$	7	7,78%
<b>Sedang</b>	$M - 1 \text{ SD} \leq X \leq M + 1 \text{ SD}$	$61 \leq X \leq 76$	73	81,11%
<b>Tinggi</b>	$M + 1 \text{ SD}$	$X > 76$	10	11,11%
<b>Total</b>			90	100%

Kategorisasi tingkat intensitas penggunaan media sosial yang telah dijabarkan di atas berdasarkan atas pedoman Azwar (2017). Diketahui terdapat 7 dewasa awal (7,78%) masuk kategori intensitas penggunaan media sosial dalam tingkatan rendah, 73 dewasa awal (81,11%) masuk kategori intensitas penggunaan media sosial sedang, dan 10 dewasa awal (11,11%) masuk kategori intensitas penggunaan media sosial dalam tingkatan tinggi.

#### Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki fungsi untuk melihat apakah data penelitian bersifat distribusi normal, yang menandakan data sampel dapat mewakili data populasi atau tidak (Gunawan, 2017). Penelitian ini menggunakan uji normalitas berupa *Kolmogorov Smirnov* dengan aplikasi statistik *SPSS 25.0 for windows*. Nilai signifikansi data yang distribusi pada penelitian ini dinilai normal bila nilai ( $\text{sig} > 0,05$ ). Sedangkan data yang diperoleh dinilai tidak berdistribusi normal bila nilai ( $\text{sig} < 0,05$ ) (Gunawan, 2017). Uji normalitas yang dilakukan pada penelitian ini

menggunakan uji *kolmogorov smirnov* pada aplikasi SPSS 25.0 for windows. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		90
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.99895269
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.091
	Negative	-.074
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.064 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan pada tabel uji normalitas tersebut, dapat diketahui bahwa terdapat nilai signifikansi pada data sebesar 0,064. Sehingga dapat dikatakan bahwa data FoMO dan intensitas penggunaan media sosial pada dewasa awal pengguna media sosial di Kota Surabaya berdistribusi normal.

#### *Uji Linearitas*

Uji linearitas memiliki fungsi untuk melihat apakah terdapat beberapa variabel yang digunakan memiliki hubungan dan membentuk garis linear ataukah tidak (Gunawan, 2017). Tujuannya adalah sebagai cara untuk mengetahui apakah variabel FoMO dan intensitas penggunaan media sosial memiliki hubungan yang linear ataukah tidak linear. Hal ini dapat menunjukkan adanya sifat hubungan antara variabel yang dapat bernilai positif atau negatif. Penelitian ini menggunakan uji linearitas yaitu dengan ANOVA dengan aplikasi statistik *SPSS 25.0 for windows*. Hasil penelitian dapat dikatakan memiliki hubungan linear jika nilai signifikansinya  $> 0,05$ . Sebaliknya, jika nilai signifikansinya  $< 0,5$  maka dikatakan tidak linear. Pada pengujian hipotesis, salah satu syarat yang perlu dipenuhi adalah data penelitian harus bersifat linear.

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
<b>FoMO * Intensitas Penggunaan Media Sosial</b>	Between (Combined) Groups	2411.313	25	96.453	2.089	.010
	Linearity	1006.805	1	1006.805	21.804	.000
	Deviation from Linearity	1404.509	24	58.521	1.267	.224
Within Groups		2955.187	64	46.175		
Total		5366.500	89			

Berdasarkan pada tabel tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi yang dimiliki yaitu 0,224 yang mana pada nilai skor tersebut lebih dari 0,05. Berdasarkan pada tabel pedoman nilai signifikansi yang tertera tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel FoMO dan intensitas penggunaan media sosial memiliki hubungan linear.

#### *Uji Hipotesis*

Uji hipotesis merupakan proses dalam penentuan suatu keputusan (Misbahuddin & Hasan, 2013). Uji hipotesis berfungsi dalam menentukan keputusan bahwa ada atau tidak adanya hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada dewasa awal pengguna aktif media sosial di Kota Surabaya. Pada penelitian ini, uji hipotesis yang akan dilakukan dalam *product moment pearson* dengan bantuan aplikasi *SPSS 25.0 for windows*. Pada Hasil hipotesis didapatkan data yang diolah dengan pedoman yang telah tersusun yaitu bila data bernilai kurang dari 0,05 maka data dinyatakan berkorelasi, sedangkan data yang lebih dari 0,05 dinyatakan tidak berkorelasi.

Berikut merupakan kategorisasi nilai pearson correlation pada data yang didapat:

Tabel 6. Interval Nilai R

Nilai Pearson Correlation	Status
0,00 – 0,20	Tidak ada korelasi
0,21 – 0,40	Korelasi lemah
0,41 – 0,60	Korelasi sedang
0,61 – 0,80	Korelasi kuat
0,81 – 1,00	Korelasi sempurna

Berikut ini merupakan hasil perhitungan uji hipotesis korelasi:

Tabel 7. Hasil Uji Korelasi

<b>Correlations</b>			
		<b>Intensitas Penggunaan Media Sosial</b>	<b>FoMO</b>
<b>Intensitas Penggunaan Media Sosial</b>	Pearson Correlation	1	.433**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	90	90
<b>FoMO</b>	Pearson Correlation	.433**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	90	90

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan pada hasil data perhitungan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi 0,000 yang bernilai  $\text{sig} < 0,05$ . Hal ini dapat dinyatakan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan FoMO pada dewasa awal pengguna media sosial di Kota Surabaya.

Pada nilai pearson correlation senilai 0,433 yang memiliki arti bahwa variabel intensitas penggunaan media sosial dengan FoMO berkorelasi sedang. *Nilai pearson correlation* pada variabel intensitas penggunaan media sosial bersifat positif, yang mana menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan FoMO. Jika tingkat korelasi intensitas penggunaan media sosial bernilai semakin tinggi maka semakin tinggi tingkat FoMO yang dirasakan oleh dewasa awal pengguna media sosial di Kota Surabaya tersebut. Sebaliknya, bila intensitas penggunaan media sosial semakin rendah, maka makin rendah pula FoMO yang dirasakan oleh dewasa awal pengguna media sosial di Kota Surabaya.

## **Pembahasan**

Pada hasil uji hipotesis dapat dinyatakan bahwa adanya hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan FoMO pada dewasa awal pengguna aktif media sosial di Kota Surabaya. Artinya, penelitian ini menerima hipotesis  $H_a$  dan menolak hipotesis  $H_o$ . Hubungan positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan FoMO ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Anwar di tahun 2019 yang berjudul "*The Fear of Missing Out and Usage Intensity of Social Media*", dengan hasil semakin tinggi tingkat intensitas penggunaan media sosial, maka semakin tinggi tingkat FoMO yang dialami oleh orang dewasa. Hal ini pun juga berlaku sebaliknya. Semakin tinggi FoMO maka semakin tinggi pula intensitas penggunaan media sosial yang dialami oleh orang dewasa.

Penyebab fenomena ini adalah dengan intensitas penggunaan media sosial pada skala dan tingkatan tertentu dapat mempengaruhi timbulnya FoMO pada individu. Hal ini dipengaruhi akibat kebutuhan psikologis berupa *relatedness* dan *self* yang tidak sepenuhnya terpenuhi

Przybylski, *et al.*, (2013). Sehingga timbulnya keinginan untuk memiliki hal yang dimiliki oleh orang lain serta adanya kecemasan atau ketakutan akan terisolasi Yaputri, *et al.*, (2020). Namun bila individu dapat mengatur dan mengelola intensitas penggunaan media sosial, maka perasaan maupun perilaku FoMO dapat lebih terminimalisir.

Berdasarkan data yang telah didapatkan, dewasa awal pengguna aktif media sosial di Kota Surabaya cenderung menghabiskan waktunya di media sosial dalam intensitas sedang, yang mana posisi tersebut tidak pada kategori kuat maupun lemah. Hal ini memiliki arti bahwa sebagian besar responden dapat mengendalikan intensitas penggunaan media sosial pada taraf sedang, di mana ditandai adanya FoMO namun pada kadar yang medium. Selain itu, aspek FoMO yang mana dijelaskan oleh Przybylski, *et al.*, (2013) yang berupa kebutuhan *relatedness* dan *self* yang tidak terpenuhi ini hanya separuh yang terpenuhi oleh mayoritas responden, sehingga responden cenderung menggunakan media sosial dalam rangka pemenuhan aspek-aspek tersebut.

Meskipun begitu, terdapat faktor-faktor tertentu yang menyebabkan seseorang dapat mengakses media sosial pada jangka waktu tertentu, di antaranya adalah berupa kesenangan, informasi, komunikasi, dan transaksi (Buente & Robbin, 2008). Keempat hal tersebut perlu diperhatikan dan disadari untuk dapat lebih mengontrol terkait hal-hal apa saja yang diterima dari luar.

Intensitas penggunaan media sosial merupakan intensitas penggunaan media sosial adalah sebuah tolak ukur kuantitatif terhadap keterlibatan individu ketika mengakses media sosial yang menyangkut pada frekuensi hingga durasi penggunaan per harinya dilihat dari aspek perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi. Andarwati (2016) menjelaskan bahwa intensitas penggunaan media sosial diketahui sebagai ukuran yang mencakup pada aspek frekuensi dan aspek durasi. Sehingga dapat dinyatakan bahwa hal ini merupakan suatu ukuran terkait seberapa sering individu mengakses media sosial. Hal tersebut sesuai seperti pertanyaan Ajzen (2005) mengenai aspek intensitas yang berupa aspek perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi. Keempat aspek intensitas penggunaan media sosial media memiliki pengaruh terhadap perilaku yang dilakukan oleh tiap individu yang mengakses media sosial. Seseorang yang memiliki tingkat intensitas penggunaan media sosial yang tinggi cenderung akan lebih memberi perhatian lebih saat mengakses media sosial, mengonsumsi media sosial dalam waktu yang lama, melakukan pengulangan ketika mengakses media sosial dalam waktu tertentu, berusaha untuk lebih menikmati, memahami, menghayati, hingga menyerap informasi yang diterima dari media sosial entah hal yang positif maupun negatif dan dapat mempengaruhi individu tersebut.

Aspek perhatian memiliki nilai korelasi yang lebih tinggi dan hubungan dalam kategori sedang dibandingkan dengan aspek lainnya yaitu penghayatan, frekuensi, dan durasi. Hal ini disebabkan oleh aspek perhatian yang berperan sebagai gerbang pertama dalam bentuk interaksi individu terhadap media sosial hingga individu menikmati konten-konten yang tersedia pada platform tersebut, yang kemudian disambung dengan aspek-aspek lainnya yang turut berkontribusi dalam mempengaruhi intensitas penggunaan media sosial tersebut.

Dewasa awal yang menggunakan media sosial cenderung memiliki permasalahan terkait kontrol atas intensitas penggunaan media sosial yang dapat menimbulkan pengalaman akan FoMO terhadap orang lain. Przybylski mengungkapkan bahwa tingkat FoMO tertinggi dialami oleh remaja dan dewasa awal (*emerging adulthood*) akibat rendahnya kepuasan pada hidup yang mendorong perasaan FoMO yang tinggi (Aisafitri & Yusriyah, 2021). Hal ini bila dibiarkan akan membuat penderitanya terus-menerus merasa ingin selalu terhubung dengan media sosial akibat rasa takutnya akan tertinggalnya hal-hal yang sedang ramai diperbincangkan di media sosial.

Akibat dari FoMO adalah timbulnya rasa kesepian, ketakutan, hingga kecanduan akan media sosial. Hal-hal negatif lainnya dapat timbul seperti kelelahan, stres, depresi, hingga permasalahan tidur. Perasaan ini dapat muncul dan mempengaruhi seseorang terhadap kepuasan hidup mereka, yang membuat diri mereka merasa tidak akan pernah cukup. Perilaku konsumtif yang berurusan pada permasalahan finansial pun juga tak dapat luput dari gejala ini, akibat penderitanya akan rela mengeluarkan biaya besar demi tetap *up-to-date* terhadap tren yang sedang terjadi (Dewi & Ners, 2015).

Berdasarkan pada hasil analisis regresi sederhana yang telah diuji, dapat diketahui bahwa nilai  $r$  square sebesar 0,188. Hal ini dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial memberi sumbangan sebesar 18,8% terhadap FoMO, dan 81,2% FoMO dipengaruhi oleh faktor lainnya. Seperti yang dijelaskan oleh JWT Intelligence (2012) bahwa terdapat enam faktor pemengaruh FoMO lainnya yaitu adanya keterbukaan informasi di media sosial, *social one-upmanship*, umur, topik tertentu yang disebar melalui tagar (*hashtag*), kondisi deprivasi relatif, dan banyaknya stimulus-stimulus tertentu untuk mengetahui informasi. Meskipun begitu, gagasan ini tak sejalan dengan kesimpulan pada hasil penelitian serupa yang dilakukan oleh Zhang, *et al.*, di tahun 2021 yang mana ia menyatakan bahwa penyebab FoMO tidak memiliki campuran pengaruh dari faktor umur. Di mana pada penelitian ini umur memiliki peran dalam pengelompokan jenis usia. Namun tentunya faktor-faktor lain memiliki peranan tersendiri pada FoMO terhadap dewasa awal pengguna aktif media sosial.

## Kesimpulan

Hasil dari penelitian ini menyatakan diterimanya hipotesis  $H_a$  dan ditolaknya  $H_o$  terkait adanya hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan FoMO pada dewasa awal pengguna aktif media sosial di Kota Surabaya. Hubungan positif tersebut menandakan bahwa semakin tinggi nilai intensitas penggunaan media sosial yang dimiliki oleh dewasa awal pengguna aktif media sosial, maka semakin tinggi pula nilai FoMO yang dimiliki. Hal ini berlaku pula sebaliknya, semakin rendah intensitas penggunaan media sosial yang dimiliki oleh dewasa awal pengguna aktif media sosial, maka semakin rendah pula nilai skor FoMO yang dialaminya.

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada pihak terkait, yaitu bagi dewasa awal pengguna media sosial di Kota Surabaya diharapkan untuk dapat lebih menyadari penggunaan media sosial, terkhususnya pada intensitas penggunaan media sosial dengan kebutuhan yang dimiliki agar dapat meminimalisir FoMO.

Saran juga ditujukan kepada peneliti selanjutnya, diharapkan untuk mempertimbangkan lagi pada pengambilan data secara *online*, yang mana tidak dapat dipastikan secara langsung keaslian kriteria tiap responden. Selain itu, peneliti selanjutnya diharapkan untuk mampu melakukan penelitian dengan jangkauan populasi yang lebih luas dan merata sehingga dengan ketelitian ekstra pada tiap proses pengerjaannya agar hasil yang akan diperoleh dapat lebih menggeneralisasi populasi yang ada.

## 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. <https://doi.org/10.19030/jber.v14i1.9554>
- Aisafitri, L., & Yusrifah, K. (2020). Sindrom Fear of Missing Out Sebagai Gaya Hidup Milenial Di Kota Depok. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 2(4), 166-177. <http://dx.doi.org/10.24014/jrmdk.v2i4.11177>
- Aisafitri, L., & Yusriyah, K. (2021). Kecanduan Media Sosial (FoMO) Pada Generasi Milenial. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(01), 86-106. <https://doi.org/10.33633/ja.v4i01.4249>
- Akbar, R. S., Aulya, A., Psari, A. A., & Sofia, L. (2019). Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FoMo) Pada Remaja Kota Samarinda. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 7(2), 38. <http://dx.doi.org/10.30872/psikostudia.v7i2.2404>
- Alamudi, F. S. N. A. (2019). Sosial phubbing di kalangan mahasiswa fakultas psikologi universitas negeri makassar (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar). <https://doi.org/10.26858/sosialisasi.v0i0.13353>
- Al-Menayes, J. J. (2015). Motivations for using social media: An exploratory factor analysis. *International Journal of Psychological Studies*, 7(1), 43. <http://doi.org/10.5539/ijps.v7n1p43>
- Amelia, D. T. (2022). PERAN FEAR OF MISSING OUT TERHADAP KECANDUAN MEDIA SOSIAL. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 4(3), 61-67.
- Azizah, J. N., & Satwika, Y. W. (2021). Hubungan antara hardiness dengan stres akademik pada mahasiswa yang mengerjakan skripsi selama pandemi covid 19. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(1), 212-223.
- Azwar, S. (2005). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar. (2017). *Metode penelitian psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bestari, I. U. (2018). Hubungan antara fear of missing out dengan intensitas penggunaan jejaring sosial pada mahasiswa Universitas Airlangga (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Bloemen, N., & De Coninck, D. (2020). Social media and fear of missing out in adolescents: The role of family characteristics. *Social Media Society*, 6(4), 2056305120965517. <https://doi.org/10.1177/2056305120965517>
- Dewi, Sofia Rhosma, & Ners, S. Kep. (2015). *Buku ajar keperawatan gerontik*. Yogyakarta: Deepublish.

- Fabris, M. A., Marengo, D., Longobardi, C., & Settanni, M. (2020). Investigating the links between fear of missing out, social media addiction, and emotional symptoms in adolescence: The role of stress associated with neglect and negative reactions on social media. *Addictive Behaviors*, 106, 106364. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106364>
- Gani, A. G. (2018). Pengenalan Teknologi Internet Serta Dampaknya. *JSI (Jurnal Sistem Informasi) Universitas Suryadarma*, 2(2). <https://doi.org/10.35968/jsi.v2i2.49>
- Gunawan, I. (2017). Pengantar statistika inferensial. Jakarta: Rajawali Press.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis (7th ed.)*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Harahap, A. C. P., Harahap, D. P., & Harahap, S. R. (2020). Analisis tingkat stres akademik pada mahasiswa selama pembelajaran jarak jauh dimasa Covid-19. *Biblio Couns: Jurnal Kajian Konseling dan Pendidikan*, 3(1), 10-14. <https://doi.org/10.30596/bibliocouns.v3i1.4804>
- Hayani, H. (2021). Hubungan Antara Fear of Missing Out (Fomo) Dengan Kecanduan Media Sosial Instagram Pada Remaja. *Humanistik'45*, 9(1), 15-25.
- Jabnabillah, F., & Margina, N. (2022). ANALISIS KORELASI PEARSON DALAM MENENTUKAN HUBUNGAN ANTARA MOTIVASI BELAJAR DENGAN KEMANDIRIAN BELAJAR PADA PEMBELAJARAN DARING. *Jurnal Sintak*, 1(1), 14-18.
- JAMALUDIN, J., SYARIFAH, A., & KARYADI, K. (2022). FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KECANDUAN MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU KESEHATAN UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA. *Edu Dharma Journal: Jurnal penelitian dan pengabdian masyarakat*, 6(2), 138-155. <http://dx.doi.org/10.52031/edj.v6i2.424>
- Jannah, Mi. (2018). *Metodologi penelitian kuantitatif Untuk psikologi*. Surabaya: Unesa University Press
- Jannah, S. N. F., & Rosyiidiani, T. S. Gejala Fear of Missing Out dan Adiksi Media Sosial Remaja Putri di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Paradigma: Jurnal Multidisipliner Mahasiswa Pascasarjana Indonesia*, 3(1). <https://doi.org/10.22146/jpmmmpi.v3i1.73583>
- JWT Intelligence. (2012). Fear of Missing Out (FOMO). Diunduh dari [www.jwtintelligence.com/wp-content/uploads/2012/03/F\\_JWT\\_FOMOupdate\\_3.21.12.pdf](http://www.jwtintelligence.com/wp-content/uploads/2012/03/F_JWT_FOMOupdate_3.21.12.pdf).
- Krisnadi, B., & Adhandayani, A. (2022). KECANDUAN MEDIA SOSIAL PADA DEWASA AWAL: APAKAH DAMPAK DARI KESEPIAN. *JCA of Psychology*, 3(01).

- Lestari, Y. M., Dewi, S. Y., & Chairani, A. (2020). Hubungan alexithymia dengan kecanduan media sosial pada remaja di Jakarta Selatan. *SCRIPTA SCORE Scientific Medical Journal*, 1(2), 9-9. <https://doi.org/10.32734/scripta.v1i2.1229>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2.
- Maysitoh, M., Ifdil, I., & Ardi, Z. (2020). FoMO (Fear of Missing Out) Tendency in Millennials. *Journal of counseling, Education and Society*, 1(1), 1-4. <https://doi.org/10.29210/08jces44700>
- McGinnis, P. J. (2020). *Fear of missing out: Practical decision-making in a world of overwhelming choice*. Sourcebooks, Inc.
- Misbahuddin, Iqbal Hasan, (2013), *Analisis Data Penelitian Dengan Statistk*, Jakarta, Bumi Aksara.
- 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>
- Nadzirah, S., Fitriani, W., & Yeni, P. (2022). Dampak Sindrom Fomo terhadap Interaksi Sosial pada Remaja. *Intelegensia: Jurnal Pendidikan Islam*, 10(1), 54-69. <https://doi.org/10.34001/intelegensia.v10i1.3350>
- Nakaya, A. C. (2015). Internet and social media addiction. *Webology*, 12(2), 1-3.
- 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. <https://doi.org/10.51214/bocp.v4i3.328>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Puspitasar, A., & Tama, M. M. L. (2021). Konformitas Teman Sebaya dengan Kecenderungan Kecanduan Media Sosial Tiktok Pada Komunitas Remaja di Seberang Ulu 2 Palembang. *Jurnal Ilmiah Psyche*, 15(2), 105-112. <https://doi.org/10.33557/jpsyche.v15i2.1549>
- PUTRI, L. S., Purnama, D. H., & Idi, A. (2019). Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna Media Sosial di Kota Palembang (Studi Pada Mahasiswa FoMO di Universitas Sriwijaya dan Universitas Muhammadiyah Palembang). *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 129-148. <https://doi.org/10.14203/jmb.v21i2.867>

- Saputra, A. (2019). Survei penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa kota padang menggunakan teori uses and gratifications. *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 40(2), 207-216. <https://doi.org/10.14203/j.baca.v40i2.476>
- Schou Andreassen, C., & Pallesen, S. (2014). Social network site addiction-an overview. *Current pharmaceutical design*, 20(25), 4053-4061. [10.2174/13816128113199990616](https://doi.org/10.2174/13816128113199990616)
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Syahputra, A., & Rifandi, D. (2021). Hubungan Intensitas Media Sosial Dan Kepercayaan Diri Pada Remaja Awal. *Journal of Healthcare Technology and Medicine Vol*, 7(2).
- Thompson, S. K. (2012). *Sampling (Vol. 755)*. John Wiley & Sons
- Warpindyastuti, L. D., & Sulistyawati, M. E. S. (2018). Pemanfaatan Teknologi Internet Menggunakan Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi dan Promosi pada MIN 18 Jakarta. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(1), 91-95. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v2i1.2971>
- Wulandari, R., & Netrawati, N. (2020). Analisis tingkat kecanduan media sosial pada remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 5(2), 41-46. <https://doi.org/10.29210/3003653000>
- Yaputri, M. S., Dimiyati, D., & Herdiansyah, H. (2020). *The Correlation Between Fear of Missing Out (FoMO) Phenomenon and Consumptive Behaviour In Millennials (Doctoral dissertation, President University)*. <https://doi.org/10.53276/eligible.v1i2.24>
- Young, K. S., & De Abreu, C. N. (Eds.). (2017). *Internet addiction in children and adolescents: Risk factors, assessment, and treatment*. Springer publishing company.
- ZHANG, Y., LI, S., & YU, G. (2021). The relationship between social media use and fear of missing out: A meta-analysis. *Acta Psychologica Sinica*, 53(3), 273. <https://doi.org/10.3724/SP.J.1041.2021.00273>