

Penggunaan Media Sosial pada Generasi Z

Use of Social Media in Generation Z

Yuan Fitrotin Nafisah

Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya

Email: yuanfitrotinak02@gmail.com

Miftakhul Jannah

Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya

Email: miftakhuljannah@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar penggunaan media sosial pada generasi Z. Fenomena penelitian ini merupakan tingginya penggunaan media sosial pada generasi Z yang menimbulkan beberapa efek negatif yang mereka alami. Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis non-eksperimen. Populasi pada penelitian berjumlah 1427 generasi Z di kampus X. Teknik sampel penelitian menggunakan *probability sampling* dengan jenis cluster sampling, yang mana sampel yang diperoleh sebanyak 312 mahasiswa generasi Z. Teknik pengumpulan data menggunakan alat ukur skala penggunaan media sosial yang disebar secara offline maupun online. Analisis data penelitian menggunakan analisis deskriptif dan kategorisasi dengan bantuan JASP for windows dan Ms. Excel. Hasil analisis deskriptif menunjukkan nilai max pada penggunaan media sosial sebesar 50 dan nilai min sebesar 20, mean = 35,708, standar deviasi = 5,363. Hasil kategorisasi yang diperoleh dari analisis deskriptif penggunaan media sosial pada mahasiswa generasi Z berada pada tingkat sedang sebesar 108 dengan persentase 35%.

Kata kunci : Penggunaan, Media sosial, Generasi Z

Abstract

This research aims to find out how much social media use is in generation Z. The phenomenon of this research is the high use of social media in generation Z which causes several negative effects that they experience. The method in this research uses a quantitative approach with a non-experimental type. The population in the study was 1427 generation Z on campus X. The research sample technique uses probability sampling with cluster sampling type, where the sample obtained was 312 students. The data collection technique uses a tool to measure the scale of social media usage which is distributed offline and online. Research data analysis uses descriptive analysis and categorization with the help of JASP for windows and Ms. Excel. The results of the descriptive analysis show that the max value for social media use is 50 and the min values is 20, mean = 35,708, standard deviation = 5,363. The categorization results obtained from descriptive analysis of social media use among generation Z students are at a medium level of 108 with a percentage of 35%.

Key word : Usage, Social media, Generation Z

Article History

Submitted : 19-06-2024

Final Revised : 28-06-2024

Accepted : 29-06-2024



This is an open access article under the [CC-BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license

Copyright © 2024 by Author, Published by Universitas Negeri Surabaya

Perbedaan generasi menjadi perbincangan bagi setiap orang, setiap generasi memiliki karakteristik berbeda untuk menentukan cara berkomunikasi dalam berbagai situasi. Perbedaan generasi sering menimbulkan masalah disebabkan oleh nilai-nilai yang dipegang oleh setiap generasi mempunyai perbedaan satu sama lain. Penyebab perbedaan generasi menjadi masalah besar di lokasi sosial di Indonesia karena adanya kultur kolektivis dan kebiasaan kelompok. Dengan kata lain, generasi merupakan kelompok individu yang mengalami peristiwa yang sama pada waktu yang sama. Pada penelitian ini membahas mengenai generasi Z yang mana generasi Z disebut sebagai *igeneration* atau generasi internet merupakan generasi yang akan menjadi perhatian utama pada tahun 2019. Berkembangnya berbagai aspek digitalisasi membuat generasi internet mengalami kemajuan sangat pesat, kemampuan dalam *multi-tasking* yang mereka miliki sangat luar biasa dan kemampuan dalam menggunakan berbagai media teknologi (*digital natives*) memberikan perbedaan yang sangat menonjol dari generasi sebelumnya.

Bencsik dan Machova (2016) memberikan pendapatnya bahwa generasi Z menjadi lebih cerdas, terampil menggunakan teknologi, kreatif, dan kritis seiring dengan digitalisasi. Bukan hanya itu, mereka dengan mudah mengakses dan bereaksi terhadap gelombang data dengan sangat cepat. Bangkitnya generasi internet seiring berkembangnya digitalisasi menimbulkan masalah di banyak sektor industri. Penggunaan media sosial menjadi bagian terpenting dari kehidupan sehari-hari bagi generasi Z yang lahir antara pertengahan tahun 1990-an dan pertengahan tahun 2000-an di era internet yang semakin terhubung ini. Generasi Z tumbuh di lingkungan yang dipenuhi berbagai platform media sosial seperti Tiktok, Twitter, Instagram, Facebook, dan lainnya. Generasi Z dari populasi dunia sebanyak 34,05% dan dari populasi Indonesia sebanyak 33% atau setidaknya 80 juta orang merupakan generasi Z, terlepas dari apapun generasi Z akan menjadi masa depan Negara (Christiani & Ikasari, 2020).

Pengaruh penggunaan media sosial tidak hanya dirasakan oleh sebagian orang saja. Pada survei industri kreatif *We Are Social* yang dilakukan tahun 2022 mengenai penggunaan media sosial, menyatakan bahwa pengguna media sosial di Indonesia sebanyak 19,4 miliar dalam hal ini pengguna media sosial pada tahun 2022 mengalami peningkatan sebanyak +12,6% dibandingkan dengan tahun 2021. Penduduk Indonesia rata-rata memiliki waktu sebanyak 3 jam 17 menit per hari untuk menggunakan media sosial (Kusumaisna & Satwika, 2023). Penggunaan media sosial mempunyai dampak negatif jika menggunakannya secara berlebihan seperti menyebabkan kecemasan, rasa tidak aman, dan ketidakpuasan hidup akibat perbandingan sosial yang tidak sehat. Sebanyak 92% orang yang menggunakan media sosial adalah remaja (Christina, Yuniardi, & Prabowo, 2019). Generasi Z berkomunikasi secara virtual di berbagai situs media sosial, ada beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan media sosial. Faktor eksternal yang mempengaruhi media sosial yaitu mencari identitas; faktor sosial seperti rasa saling memiliki dan membutuhkan informasi; dan faktor emosional mempengaruhi penggunaan media sosial (Pratama, 2019).

Berkembangnya bidang teknologi dan inovasi internet tidak hanya memunculkan media baru saja. Berbagai macam aspek yang ada di kehidupan manusia seperti komunikasi atau berinteraksi dengan orang lain juga mengalami perubahan yang tidak terduga sebelumnya.

Dunia seperti tidak mempunyai batasan (*borderless*) dan tidak ada hal yang bersifat rahasia. Semua orang dapat mengetahui kegiatan orang lain hanya dengan media sosial mereka, tidak peduli mereka tidak mengenal kita dan tidak pernah bertatap muka secara langsung atau berada di lingkup sosial secara langsung dengan mereka (Mulawarman & Nurfitri, 2017).

Data Internet *World Stats* 2021 menunjukkan bahwa 5,2 miliar orang di seluruh dunia menggunakan internet, dengan 4,33 miliar orang di Asia membentuk 53% dari total pengguna internet global. Indonesia menempati urutan ketiga dengan 212,35 juta orang dalam hal pengguna media sosial. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2017, 143,26 juta orang dari total pengguna internet di Indonesia berusia di atas 13 tahun. Laporan Digital 2021 melaporkan bahwa hampir semua pengguna internet di Indonesia sebanyak 98,5% menonton video *online* setiap bulannya. Pada awal 2021, penetrasi internet di Indonesia mencapai 73,7% peningkatan 15,5% atau 27 juta orang dibandingkan dengan Januari 2020.

Penggunaan media sosial merupakan keikutsertaan pada aktivitas yang berhubungan dengan media sosial seperti frekuensi dan durasi untuk mengakses media sosial (Iswanto, Angraeni, Kartikasari, Bahij, & Kadarwati, 2021). Hal ini penggunaan media sosial mengacu pada proses aktivitas apapun yang dilakukan individu pada penggunaan ponsel untuk berkreasi, berpikir, berdebat, dan menjalin pertemanan baru. Penggunaan media sosial juga melibatkan intensitas, frekuensi, dan durasi penggunaan. Aspek penggunaan media sosial yang diuraikan oleh Ajzen (dalam Frisnawati, 2012) ada empat yaitu, perhatian, apresiasi, durasi, dan frekuensi. Aspek perhatian diartikan sebagai perhatian masyarakat terhadap hal tertentu yang menjadi sasaran perilaku ketika memanfaatkan media sosial. Aspek apresiasi merupakan suatu proses menerima dan mendeskripsikan informasi sehingga menjadi sesuatu yang baru bagi individu. Aspek durasi adalah sesuatu yang dibutuhkan individu dalam waktu tertentu (diukur dalam jam) untuk melaksanakan kegiatan yang diinginkan. Aspek frekuensi yaitu jumlah berapakah (dalam sehari) kegiatan yang dilakukan diulang kembali. Selain aspek, penggunaan media sosial memiliki beberapa faktor. Faktor penggunaan media sosial ada 4 yaitu menyisihkan waktu untuk menggunakan media sosial, kepemilikan profil media sosial, motivasi dan penerapan media sosial, dan kelebihan dan kekurangan penggunaan media sosial (Rasyidah, 2017).

Penelitian dari Izzulsyah, Adiyus, Hidayah, Radika, dan Saputra (2022) menyebutkan bahwa secara nyata media sosial sudah sangat merubah kehidupan sosial masyarakat hampir di jenjang dan starta sosial. Berdasarkan hasil penelitiannya penggunaan media sosial secara signifikan meningkat terutama pada media sosial Youtube. Gerungan dan Tatuhe (2023) hasil dari penelitian mereka juga mengatakan bahwa berdasarkan pengolahan data yang sudah dilakukan kepada 75 responden dari penelitian remaja menggunakan media sosial tergolong tinggi. Iswanto *et al.* (2021) hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa remaja cenderung memilih media sosial karena memberikan manfaat dan informasi yang valid untuk digunakan. Penelitian ini juga menernagkan akan dampak dari penggunaan media sosial yaitu menjadi antisosial, apatis, dan lainnya, namun jika penggunaan media sosial dilakukan dengan bijak akan memunculkan dampak positif bagi penggunanya. Dari beberapa penelitian tersebut peneliti tertarik untuk meneliti penggunaan media sosial pada generasi Z karena belum ada yang membahas penggunaan media sosial dengan subjek generasi Z.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis non-eksperimen. Pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang menekankan analisis data numerik yang diolah menggunakan statistika (Azwar, 2017). Metode kuantitatif juga didefinisikan sebagai

metode yang mempunyai data berupa angka yang dianalisis menggunakan perhitungan statistik yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis dalam penelitian (Jannah, 2018).

Sampel/populasi

Populasi merupakan area generalisasi yang mencakup objek dan subjek sesuai dengan karakteristik penelitian (Sugiyono, 2017). Populasi penelitian ini merupakan generasi Z dengan rentang usia 17 – 23 tahun pada salah satu program studi di Universitas X di Kota Surabaya sebanyak 1427 mahasiswa (Pddikti, 2024). Sampel merupakan sebagian besar dari populasi yang akan diteliti dan dianggap mewakili karakteristik populasi tersebut (Jannah, 2018). Sampel yang diperoleh dalam penelitian sebanyak 312 dengan menggunakan teknik sampling *probability sampling* dengan jenis *cluster sampling*, sebanyak 312 responden yang telah diperoleh akan dibagi sesuai *cluster* yaitu tahun masuk mahasiswa.

Pengumpulan data

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan skala penggunaan media sosial. Skala merupakan alat yang digunakan untuk mengukur sesuai aspek-aspek yang sudah ada dengan menggunakan jawaban yang tepat atau salah (Azwar, 2019). Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan skala dalam bentuk kuesioner secara *online* menggunakan *Google Formulir* pada grup WA mahasiswa, selain itu pengumpulan data dilakukan secara *offline* dengan meminta izin kepada dosen yang sedang mengajar untuk memberikan waktu mahasiswa mengisi kuesioner.

Analisis data

Analisis data pada penelitian kuantitatif dilakukan saat proses pengambilan data sudah selesai supaya bisa dilakukan analisis terhadap data penelitian menggunakan perhitungan dan analisis statistik untuk menguji hipotesis dapat diterima atau tidak (Jannah, 2018). Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan pengkategorian untuk mendeskripsikan data yang sudah diperoleh, selain itu statistik deskriptif dilakukan untuk menggambarkan dan menjelaskan data populasi subjek yang sudah dikumpulkan dengan apa adanya tanpa memiliki maksud membuat kesimpulan yang akan berlaku secara umum (Sugiyono, 2022).

Hasil

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan ditemukan data demografis berdasarkan jenis kelamin dengan perolehan persentase responden perempuan sebesar 78,2% dan responden laki-laki sebesar 21,8%.

Tabel 1. Demografis Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Persentase
Perempuan	78,2%
Laki-laki	21,8%

Selain itu, diperoleh data demografis berdasarkan platform media sosial yang sering dipakai oleh responden dengan hasil platform media sosial Tiktok sebesar 44,5%, Instagram sebesar 36,4%, X (Twitter) sebesar 13,3%, Whatsapp sebesar 4%, dan untuk platform media sosial lainnya sebesar 1,8%.

Tabel 2. Berdasarkan Media Sosial yang sering digunakan

Media Sosial	Persentase
Tiktok	44,5%
Instagram	36,4%
X (Twitter)	13,3%
Whatsapp	4%
Lainnya	1,8%

Pada penelitian ini juga diperoleh data demografi durasi penggunaan media sosial pada responden dan mendapatkan hasil durasi 4 jam/hari mempunyai persentase sebesar 41%, durasi 2-3 jam/hari sebesar 57%, dan durasi 1 jam/hari sebesar 2%.

Tabel 3. Berdasarkan Durasi Penggunaan Media Sosial

Durasi	Persentase
4 jam/hari	41%
2-3 jam/hari	57%
1 jam/hari	2%

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil analisis deskriptif penggunaan media sosial menggunakan bantuan *software JASP for windows*.

Tabel 4. Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	Max	Min	Mean	Std. Deviation
Penggunaan Media Sosial	50	20	35,708	5,363

Tabel di atas menunjukkan bahwa perolehan nilai dari penggunaan media sosial nilai max sebesar 50, nilai min sebesar 20, nilai mean sebesar 35,708, dan Standar deviasi sebesar 5,363. Dari hasil tersebut dapat dilakukan pengkategorian dalam lima rentang nilai dari sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi. Pengelompokan ini dilakukan secara empiris menggunakan rumus statistik dengan bantuan Ms. Excel untuk melihat sebaran nilai. Berikut adalah kategorisasi rentang nilai dari skala penggunaan media sosial:

Tabel 5. Rentang Nilai Penggunan Media Sosial

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat Rendah	$X \leq 28$	17	5%
Rendah	$28 < X \leq 33$	93	30%
Sedang	$33 < X \leq 38$	108	35%
Tinggi	$38 < X \leq 44$	69	22%
Sangat Tinggi	$X > 44$	25	8%
Total		312	100%

Hasil yang diperoleh dari tabel di atas diperoleh rentang nilai dari penggunaan media sosial berada di kategori sedang dengan frekuensi nilai 108 persentase 35%, untuk kategori

rendah frekuensi 93 dengan persentase 30%, kategori tinggi 69 persentase 22%, sangat tinggi 25 persentase 8%, dan sangat rendah 17 persentase 5%.

Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan dapat dilihat bahwa penggunaan media sosial pada penelitian ini didominasi oleh jenis kelamin perempuan daripada laki-laki. Hal tersebut sejalan dengan penelitian dari Sirait dan Brahmana (2023) menjelaskan bahwa dalam penelitiannya di dominasi oleh perempuan karena perempuan cenderung mencari pengakuan dalam suatu kelompok atau lingkungan pertemanan. Mereka akan merasa cemas dan gelisah jika mereka tidak populer di lingkungan sosialnya.

Hasil penelitian yang dilakukan juga diketahui bahwa platform media sosial yang paling banyak digunakan yaitu Tiktok, Instagram, X (Twitter), Whatsapp, namun bila dilihat dari persentase media sosial Tiktok mempunyai nilai yang besar dapat diartikan bahwa responden dalam penelitian ini lebih sering menggunakan Tiktok daripada platform media sosial yang lain. Sejalan dengan penelitian dari Cibro dan Simbolon (2023) pada penelitian tersebut menyebutkan bahwa media sosial Tiktok cukup banyak penggunaannya dikarenakan Tiktok merupakan media sosial bisa membuat video yang diunggah cepat terkenal (viral). Media sosial Tiktok tidak hanya membuat video yang diunggah menjadi viral, namun media sosial ini bisa digunakan untuk berkomunikasi dengan sesama teman dunia maya yang ada di Tiktok.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa durasi yang lumayan banyak jumlah jam dalam sehari yaitu 2-3 jam/hari dengan presentase sebesar 57% dan durasi 4 jam/hari sebanyak 41%. Hal tersebut didukung penelitian dari Achmad dan Dewi (2022) mengemukakan bahwa individu menggunakan media sosial dalam sehari berada di 3 jam atau lebih secara aktif. Penelitian tersebut juga menambahkan bahwa individu lebih aktif menggunakan media sosial pada masa pandemi yang mengharuskan individu tersebut berkegiatan secara online dan menghabiskan lebih banyak waktu dirumah saja.

Pada hasil pengkategorian rentang nilai atau interval penggunaan media sosial berada di kategori sedang, yang mana responden masih bisa melakukan kontrol terhadap diri mereka supaya tidak berlebihan. Pada penelitian Tetteng dan Fakhri (2022) menguatkan bahwa dari hasil penelitian mereka juga diketahui kategori penggunaan media sosial pada tingkat sedang. Penelitian tersebut menyebutkan bahwa penggunaan media sosial dalam tingkat sedang termasuk kedalam pengguna pasif. Maksud dari pengguna pasif yaitu pengguna cenderung aktif melakukan kegiatan yang biasa disebut *scrolling* atau hanya membuat beberapa tulisan pada platform yang digunakan namun tidak terlalu sering.

Penelitian yang dilakukan menggunakan subjek generasi Z, generasi ini lahir sudah sangat mengenal digitalisasi. Generasi ini pun sangat akrab dengan teknologi khususnya media sosial. Mereka juga mempunyai nama panggilan sebagai *igeneration* atau generasi internet atau juga *digital natives*. Sejalan dengan penelitian Christiani dan Ikasari (2020) generasi Z sebagai *igeneration* karena mereka tumbuh dan berkembang seiring dengan digitalisasi, mereka mempunyai keahlian dalam menjalankan berbagai media teknologi dan *multitasking*. Mereka juga sangat cepat dalam mengakses informasi sekaligus tanggap untuk bereaksi terhadap gelombang informasi di lingkungannya. Generasi Z tumbuh dengan karakter unik dan beririsan dengan dunia digitalisasi. Karakteristik generasi Z yaitu *multitasking* dimana mereka bisa mengerjakan beberapa hal dalam satu waktu.

Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian dari Pitoewas, Putri, dan Yanzi (2020) generasi Z terkenal mempunyai karakter multi-tasking yang mana mereka sudah terbiasa

dengan berbagai aktivitas dalam satu waktu seperti membaca, menonton, berbicara, dan mendengarkan. Karakter lain yang dimiliki generasi Z yaitu simpel dan praktis, berambisi besar, dan sangat suka dengan kebebasan. Penelitian dari Pitoewas *et al.* (2020) menyebutkan bahwa generasi Z memiliki ciri antara lain ambisi yang besar untuk sukses, praktis dan simpel atau berperilaku instan, memiliki kepercayaan diri yang tinggi dan menyukai kebebasan, cenderung detail dan kritis. Pada penelitian mereka juga disebutkan bahwa generasi Z suka dengan kebebasan yaitu kebebasan berpendapat, kebebasan berkreasi, dan kebebasan berekspresi. Tidak hanya itu saja generasi Z cenderung tidak suka dengan proses yang lama untuk memecahkan atau mencermati masalah, mereka suka dengan hal yang praktis pada saat memecahkan masalah.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan media sosial pada generasi Z. Hasil dari penelitian diketahui bahwa penggunaan media sosial terhadap perempuan lebih banyak daripada laki-laki, selain itu media sosial yang sering digunakan yaitu media sosial Tiktok. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa durasi penggunaan media sosial berada di rentang 2-3 jam/hari dan tingkat kategori dari hasil penelitian diketahui penggunaan media sosial berada di tingkat kategori sedang, hal itu menunjukkan bahwa pengguna media sosial merupakan pengguna pasif.

Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini, peneliti memiliki saran untuk berbagai pihak yang terkait. Bagi generasi Z diharapkan bisa lebih mengontrol dalam penggunaan media internet terutama media sosial, lebih sadar dan waspada dampak negatif dalam penggunaan media sosial yang berlebihan.

Bagi masyarakat terutama kepada orang tua yang mempunyai anak termasuk dalam generasi Z untuk lebih mengawasi penggunaan gadget agar mereka tidak terlalu sering mengoperasikan sosial media mereka secara berlebihan, membangun komunikasi secara langsung supaya anak tidak terus bermain gadget dan memperhatikan screen time mereka.

Bagi peneliti selanjutnya, diperlukan kajian yang mendalam dan keluasan literasi serta subjek dalam penelitian supaya lebih beragam. Peneliti berharap supaya pemahaman terhadap penggunaan media sosial lebih mendalam sehingga dapat menyempurnakan kekurangan dalam penelitian ini. Perlu melakukan riset lain dengan subjek bukan hanya di generasi Z supaya mengetahui apakah terdapat peran usia terhadap penggunaan media sosial.

Daftar Pustaka

Achmad, N. & Dewi, D. K. (2022). Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Prokrastinasi Akademik pada Mahasiswa yang Menyelesaikan Skripsi. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 7(9), 97. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/48071>

Azwar, S. (2017). *Metode penelitian psikologi*. Pustaka Belajar.

Azwar, S. (2019). *Metode Penelitian* (5th ed.). Pustaka Belajar.

- Bencsik, A. & Machova, R. (2016). Knowledge Sharing Problems from the Viewpoint of Intergeneration Management. In ICMLG2016 – 4th *International Conference on Management, leadership and Governance: ICMLG2016* (p.42). Academic Conferences and Publishing Limited.
- Cibro, R. A. D. & Simbolon, H. (2023). Hubungan Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Konformitas pada Penggunaan Media Sosial Titok pada Remaja. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 5420-5435. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Christina, R., Yuniardi, M. S., & Prabowo, A. (2019). Hubungan Tingkat Neurotisme dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Remaja Pengguna Aktif Media Sosial. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(2), 105-117. <https://doi.org/10.23917/indigenous.v4i2.8024>
- Christiani, L. C. & Ikasari, P. N. (2020). Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi dalam Perspektif Budaya Jawa. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 4(2), 84-105. <https://dx.doi.org/10.31002/jkkm.v4i2.3326>
- Gerungan, N. & Tatuhe, N. K. (2023). Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Prestasi Belajar Siswa Sekolah Menengah Pertama. *Nutrix Journal*, 7(1), 35-40. <https://doi.org/10.37771/nj.v7i1.928>
- Iswanto, H. F., Kartikasari, R., Bahij, A. T. B., & Kadarwati, S. (2021). Pelatihan Bijak Bermedia Sosial sebagai Upaya Pendidikan Karakter pada Remaja. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 25(2), 205. <https://journal.unnes.ac.id/nju.index.php/abdimas/>
- Izzulsyah, I., Adiyus, Hidayah, A. N., Radika, Saputra, L. (2022). Analisis Penggunaan Media Sosial Di Masa Pandemi. *Jurnal Fraction*, 1(2), 21-31. <https://doi.org/10.33019/fraction.v1i2.28>
- Jannah, M. (2018). *Metodologi penelitian kuantitatif untuk psikologi*. Unesa University Press.
- Kusumaisna, K. & Satwika, Y. W. (2023). Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Dewasa Awal Pengguna Aktif Media Sosial di Kota Surabaya. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(2), 750. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/54049>
- Mulawarman & Nurfitri, A.D. (2017). Perilaku Penggunaan Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36-44. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>

- Pitoewas, B., Putri, D. S., & Yanzi, H. (2020). Analisis Kepekaan Sosial Generasi (Z) Di Era Digital dalam Menyikapi Masalah Sosial. *Jurnal Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori dan Praktik PKn*, 7(1), 17-23. <https://doi.org/10.36706/jbti.v7i1.11415>
- Pratama, B. A. (2019). Hubungan Penggunaan Media Sosial terhadap Sikap Antisosial pada Remaja Sekolah Menengah Pertama di Kabupaten Sukoharjo. *Indonesian Journal On Media Science*, 6(2), 9-17. <https://ejournal.poltekkesbhaktimulia.ac.id/index.php/ijms/articel/view/180>
- Rasyidah, D. S. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Aktivitas Belajar Siswa. *Inovasi Pendidikan*, 4(2), 270-290.
- Sirait, P. N. S. & Brahmana, K. M. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Fear of Missing Out (FoMO) pada Remaja. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 6535-6548. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tetteng, B. & Fakhri, N. (2022). Fear of Missing Out dan Keterikatan Media Sosial pada Mahasiswa. *Prosiding Universitas Diponegoro*, 190-194. <https://www.researchgate.net/publication/365685863>