

**PENGEMBANGAN PANDUAN *SOLUTION FOCUSED BRIEF COUNSELING* UNTUK MENURUNKAN PERILAKU *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) PADA SISWA SMP**

**Sri Liana Ali**

Bimbingan dan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya

Email: [sri.21082@mhs.unesa.ac.id](mailto:sri.21082@mhs.unesa.ac.id)

**Bambang Diby Wiyono**

Bimbingan dan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya

Email: [bambangwiyono@unesa.ac.id](mailto:bambangwiyono@unesa.ac.id)

**Abstrak**

*Fear Of Missing Out* (FOMO) merupakan sebuah fenomena yang kerap ditemui pada orang sekitar. FOMO kerap ditandai dengan munculnya rasa cemas, ketakutan, serta kekhawatiran secara berlebihan terhadap perkembangan pada orang lain dan kerap di temui pada media sosial. Munculnya perasaan ini biasanya bermula karena adanya perasaan takut tertinggal terhadap individu akan pencapaian orang lain. Dengan adanya fenomena ini peneliti mengembangkan sebuah produk berupa buku panduan *Solution Focused Brief Counseling* untuk menurunkan perilaku *Fear Of Missing Out* dengan tujuan agar dapat membantu guru BK dalam menangani permasalahan ini. *Research & Development (R&D)* merupakan desain penelitian yang digunakan dengan ketentuan penggunaan 5 tahapan 1) Pengumpulan informasi, 2) Perencanaan, 3) Desain produk, 4) Validasi desain, dan 5) Revisi desain. Merujuk pada hasil yang telah didapatkan sebesar 95% pada uji materi dan 98,4% pada uji media dengan kriteria sangat baik. Maka pengembangan panduan *Solution Focused Brief Counseling* untuk menurunkan perilaku *Fear Of Missing Out* pada siswa SMP memenuhi kriteria akseptabilitas untuk dipergunakan dalam ranah konseling dan guru BK.

**Kata Kunci:** panduan, *Solution Focused Brief Counseling*, *Fear Of Missing Out*

**Abstract**

*Fear of Missing Out (FOMO) is a phenomenon that is often found in people around you. FOMO is often characterized by the emergence of feelings of anxiety, fear and excessive worry about developments in other people and is often found on social media. The emergence of this feeling usually begins because of the individual's feeling of fear of being left behind by other people's achievements. With this phenomenon, researchers developed a product in the form of a Solution Focused Brief Counseling guidebook to reduce Fear of Missing Out behavior with the aim of helping guidance and counseling teachers in dealing with this problem. Research & Development (R&D) is a research design used with 5 stages of use: 1) Information collection, 2) Planning, 3) Product design, 4) Design validation, and 5) Design revision. Referring to the results obtained, it was 95% in the material test and 98.4% in the media test with very good criteria. So the development of the Solution Focused Brief Counseling guide to reduce Fear of Missing Out behavior in junior high school students meets the acceptability criteria for use in the realm of counseling and guidance and counseling teachers.*

**Keywords:** *guide, Solution Focused Brief Counseling, Fear Of Missing Out*

**PENDAHULUAN**

Era Revolusi Industri 4.0 merupakan sebuah era perkembangan dunia terkhusus pada bidang teknologi dan internet. Perkembangannya sangatlah pesat dan signifikan. Dapat ditilik dalam tahun 2000-an awal dimana internet belum merebak di Indonesia. Dengan era awal penggunaan ponsel genggam yang hanya dapat digunakan untuk berbagi SMS (*Short Message Service*) yang digunakan untuk bertukar kabar pada kala itu menggunakan pulsa. Ponsel jaman dulu hanya digunakan untuk mengirim pesan dan juga bertelepon. Jaringan pada saat itu tidak

dapat digunakan untuk internet. Internet sendiri merupakan sebuah jaringan komunikasi global yang menghubungkan seluruh jaringan di seluruh dunia melalui gawai atau *gadget* yang digunakan khalayak umum. Internet merupakan jaringan untuk pengguna agar mendapatkan informasi yang ada di dunia komputer (Cahyono et al., 2019). Perlahan tapi pasti dunia teknologi semakin berkembang pesat, dimulai dengan adanya kemunculan beberapa ponsel pintar pada masanya. *Blackberry* atau Nokia merupakan sebuah merek ponsel yang sangat *hype* pada kala itu. Tak lama kemudian *Blackberry*

meluncurkan sejenis aplikasi bernama *BBM (Blackberry Messenger)* yang dimana individu satu dengan individu lain dapat berkiriman pesan tanpa menggunakan pulsa melainkan menggunakan sinyal internet. Gawai pada masa itu berkembang lebih pesat semenjak muncul kehadiran *android* dan beberapa merk ponsel lain seperti *Samsung, I-phone, Evercross* dan lain sebagainya. Gawai atau lebih spesifiknya ponsel genggam juga dilengkapi dengan beberapa fitur menarik seperti kamera, aplikasi media sosial seperti *FaceBook, Twitter* (yang kini berganti nama *X*), *Line* dan lain sebagainya. Aplikasi-aplikasi game atau permainan juga kerap melengkapi gawai pada masa itu.

Seiring berjalannya waktu gawai, ponsel pintar semakin merebak dikalangan masyarakat. Bagai menabur garam di dalam masakan hal tersebut langsung tercampur dan membaur diberbagai usia, dari anak-anak, remaja, dewasa, bahkan hingga lansia. Aplikasi-aplikasinya-pun kerap berkembang ditemani dengan adanya keberadaan *Tiktok, Instagram, Flipside, Spotify, WhatsApp* dan masih banyak aplikasi sosial media lainnya. Penggunaan aplikasi tersebut pun beragam mulai dari tempat mengunggah foto dan vidio, tempat untuk mengirim pesan, serta tempat untuk mendengarkan musik. Aplikasi yang kini sedang *hype* dikalangan anak muda adalah *Tiktok*. *Tiktok* sendiri merupakan sebuah aplikasi yang digunakan untuk mengunggah video atau foto dengan latar belakang suara dan efek yang beragam. Video tersebut dapat diunggah ataupun diunduh dan dibagikan secara publik dengan sebutan *FYP (For Your Page)*. Dari aplikasi ini-pun masyarakat berlomba-lomba dari kalangan muda-mudi hingga orang tua untuk mengunggah videonya agar viral di media sosial. Viral atau perasaan ingin dilihat dan tenar di kalangan banyak orang menuai berbagai kontroversi terkhusus pada pengguna aplikasi ini. Kerap diantara mereka menghalalkan segala cara untuk mendapatkan *viewers* atau penonton.

Dimulai dari konten yang sedikit berbau porno, konten yang membahayakan diri, bahkan muncul tren-tren aneh yang merugikan banyak orang seperti *prank (Practical Jokes)*. Tren tersebut kadang diikuti oleh anak-anak atau remaja yang tidak sesuai dengan umur mereka. Kementerian Komunitas dan Informatika (*KOMINFO*) telah memberikan batasan pengguna *tiktok* dari umur 13 tahun yang semulanya adalah umur 12 tahun. Tapi terlepas dari adanya pembatasan usia melalui *KOMINFO* tidak pula membatasi anak-anak atau bahkan remaja yang berusia dibawah 13 tahun untuk tetap bermain *Tiktok*.

Jika berbicara mengenai aplikasi dan media sosial seperti *Tiktok* misalnya, secara otomatis terbesit dalam benak untuk melakukan kegiatan "*scrolling*" atau menjelajah dengan cara membuka unggahan yang ada di *Tiktok* atau media sosial lain secara terus-menerus dan berkala. Hal tersebut jika dilakukan secara berlebihan dapat menimbulkan beberapa gejala seperti kecanduan media sosial, cemas, dan juga stress. Lamanya seseorang mengakses media sosial merupakan salah satu faktor yang menjadi pemicu *Fear Of Missing Out (FOMO)* (Aisafitri & Yusriyah, 2021). *FOMO* atau *Fear Of Missing Out* ini merupakan sebuah fenomena dimana seseorang mengalami perasaan cemas secara komplusif dan khawatir jika melewatkan kesempatan untuk berinteraksi sosial. Individu yang terkena *FOMO* ini kerap berperilaku agresif untuk mencari peluang terlibat dalam media sosial (Firda, 2020). Dalam penelitian lain juga menghasilkan perilaku *Fear Of Missing Out* memiliki rasa ketakutan atau kekhawatiran untuk tertinggal dari suatu informasi yang berharga dari orang sekitarnya dan mereka cenderung memiliki perilaku penggunaan media sosial secara berlebihan (Risdyanti et al., 2019). Individu tersebut seakan terbelenggu pada media sosial, dengan salah satu karakteristik yang timbul adalah dorongan untuk terus menerus menggunakan media sosial (Rahardjo, 2022). Penderita *FOMO* kerap

merasakan sensasi kesenangan dan muncul perasaan candu untuk mengakses internet. Individu juga kerap bergantung dan merasakan kecemasan, perasaan tidak nyaman, dan gelisah apabila tidak mengakses internet, hal inilah yang menyebabkan munculnya perasaan *up to date* atau rasa ingin selalu tahu tentang apa yang terjadi pada saat ini (Ayuningtyas & Wiyono, 2020).

Hubungan *Fear Of Missing Out* dengan kecanduaan media sosial pada remaja memberikan sebuah data mengenai keadaan remaja saat ini. Dengan pengambilan sampel sebanyak 168 responden dan menghasilkan 6 responden yang tidak masuk dalam kategori FOMO, 9 dengan kategori beresiko FOMO, 55 responden dengan FOMO ringan, 78 dengan FOMO sedang, dan 20 dengan FOMO berat (Pratiwi & Fazriani, 2020). Hal tersebut diperkuat pada temuan skripsi yang menyatakan remaja di kota Makassar memiliki tingkat *Fear Of Missing Out* (FOMO) sedang (41,1%) dengan data 29 orang remaja dalam tingkat sangat tinggi, 62 remaja dengan kategori tinggi, 104 remaja dengan kategori sedang, 48 remaja dalam kategori rendah, dan 10 remaja dalam kategori sangat rendah (Siregar, 2022). Di Surabaya sebanyak 383 responden dengan rentang usia 12-23 tahun yang aktif menggunakan media sosial. Dengan sebaran data 252 orang perempuan dan 131 laki-laki. Menghasilkan persentase FOMO sebanyak 1,6% subjek dengan kategori tinggi, 21,1% subjek dengan kategori tinggi, 29,8% dengan kategori sedang, 33,4% dengan kategori rendah dan 14,1% dengan kategori sangat rendah (Farida et al., 2021). Diperkuat dengan fenomena yang ditemui oleh peneliti pada salah satu sekolah di Surabaya. peneliti mengamati perilaku siswa-siswi SMP (Sekolah Menengah Pertama) yang dimana terdapat perilaku siswa-siswi yang kerap bermain ponsel dan tidak dapat melepaskannya. Bahkan pada saat peneliti memasuki kelas untuk mengajar beberapa diantara mereka membuat video *Tiktok* dan

ada yang bermain *game*. Hal serupa juga terjadi di beberapa kelas baik itu kelas 7, 8, maupun 9. Pada saat guru mengajar adapun beberapa siswa ataupun siswi yang kerap bermain ponsel mereka juga.

Umumnya penggunaan media sosial merupakan sebuah hal yang kerap membantu masyarakat dalam beraktifitas, terkhusus pada kegiatan bertukar kabar. Yang dimana hal tersebut dapat dilaksanakan tanpa harus pergi ke suatu tempat atau bahkan mengirimkan sebuah surat ke kantor pos. Pada saat ini pun lebih dipermudah dengan bermedia sosial, individu dapat mengirimkan kabar pada unggahannya dilaman sosial media miliknya. Pada bulan November 2024 peneliti berkesempatan untuk melakukan observasi menggunakan angket untuk mengetahui tingkat FOMO siswa-siswi SMP. Didapati hasil bahwa 83 siswa yang mengisi responden dari kelas 8-9, terdapat sebanyak 28 siswa menduduki rentang tinggi. Diperkuat dengan observasi selama peneliti mengajar disekolah tersebut, siswa-siswi kerap mengakses media sosialnya pada saat ada jam pelajaran yang menggunakan ponsel dan enggan menuruti permintaan guru saat ponsel tersebut harus dikumpulkan kembali, mereka juga terkesan mengelak. Fenomena yang ditemui inilah mirip dengan salah satu ciri-ciri individu yang terjangkit FOMO, yaitu tidak dapat menjauhkan diri dari ponsel (Maghfiroh et al., 2023). Kemudian dilanjutkan dengan wawancara pada bulan Juni 2024 oleh guru bimbingan dan konseling mengenai upaya penanganan. Belum adanya penanganan secara khusus dalam menanggapi hal ini. Hanya berupa mengingatkan untuk penggunaan *gadget* di sekolah, dan belum ada inspeksi lebih lanjut mengenai siswa yang terjangkit FOMO beserta penanganannya. Penggunaan yang berlebihan akan berdampak negatif pada diri pengguna. Dengan adanya fenomena *Fear Of Missing Out* ini adanya peningkatan lebih tinggi seiring perkembangan teknologi dan juga media sosial. Masalah yang timbul

cenderung berkaitan dengan selalu mengecek dan terlibat dalam media sosial untuk melihat kabar atau tren lainnya.

Hal tersebut yang menyebabkan peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana cara mengurangi perilaku *Fear Of Missing Out* terhadap media sosial menggunakan salah satu teknik konseling. Teknik konseling yang dipilih adalah *Solution Focused Brief Counseling* (SFBC), yang dimana pada pendekatan ini mementingkan solusi atas permasalahan dengan tujuan perubahan pada individu. Keterkaitan FOMO dengan teori ini juga telah dijelaskan dalam salah satu penelitian yang menjelaskan mengenai penanganan FOMO dalam sudut pandang SFBC. (Khadijah et al., 2023) menjelaskan bahwa SFBC dipandang mampu mengatasi FOMO, karena SFBC dirasa mampu untuk menghasilkan perubahan positif pada diri dan memberdayakan kemampuan yang ada, pada teori ini juga mengedepankan solusi atas suatu permasalahan yang ada. Fokus pencarian solusi nantinya bukan mengartikan jika konselor sepenuhnya berkontribusi. Konselor membantu konseli dengan menyadari kekuatan pada dalam diri konseli disaat konseli merasa suatu hal menyebabkan dirinya terpuruk atau hal tidak baik. Kekuatan inilah yang nantinya akan menjadi alternatif untuk mengatasi masalah yang dirasakannya. SFBC juga memiliki asumsi-asumsi bahwa manusia itu sehat dan mampu (kompeten), memiliki kapasitas untuk membangun serta merancang dan mengkonstruksikan solusi sehingga individu tersebut tidak berkeputus pada masalah yang dihadapi. Dengan teori pendekatan SFBC jika diterapkan pada fenomena ini bertujuan agar seorang individu dapat terlepas dari permasalahan yang ia hadapi.

## METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah *Research and Development (R&D)* merupakan metode penelitian dengan *output* menghasilkan produk tertentu, serta menguji keefektifan dari produk tersebut. Pada penelitian ini produk yang dikembangkan berupa buku panduan *Solution Focused Brief Counseling* untuk menurunkan perilaku *Fear Of Missing Out* (FOMO) pada siswa SMP. Ada sepuluh tahapan dalam metode pengembangan, namun berdasarkan tujuan dari penelitian hanya terbatas sampai tahap kelima, hal ini disebabkan keterbatasan waktu dan biaya. Borg & Gall dalam (Sugiyono, 2013) menjelaskan ada sepuluh tahapan dalam metode

pengembangan, namun berdasarkan tujuan dari penelitian hanya terbatas sampai tahap kelima, hal ini disebabkan keterbatasan waktu dan biaya. Berikut beberapa tahapan pelaksanaan pada penelitian : 1) Pengumpulan Informasi, 2) Peerencanaan, 3) Desain Produk, 4) Validasi Desain, dan 5) Revisi Desain.

Uji validasi desain penelitian ini akan diuji melalui ahli materi, ahli media. Sedangkan data yang akan digunakan menggunakan data kuantitatif dan kualitatif yang didapatkan berdasarkan hasil uji ahli. Analisis yang digunakan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan data kualitatif berdasarkan hasil angket pada ahli. Metode yang digunakan adalah presentase dengan rumus.

$$p \frac{\sum x}{\sum xi} \times 100\%$$

Keterangan:

P : Hasil persentase

$\sum x$  : Jumlah skor ahli

$\sum xi$  : Jumlah skor total

Tabel 1. Ketentuan Skoring

Jawaban	Skor
Sangat Sesuai (SS)	4
Sesuai (S)	3
Tidak Sesuai (TS)	2
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1

Tabel 2. Kriteria Kualitas Produk

Presentase	Kriteria
76%-100%	Sangat baik atau tidak revisi
51%-75%	Baik atau tidak revisi
26%-50%	Kurang baik atau perlu revisi
0-25%	Tidak baik atau perlu revisi

Sumber: (Arikunto Suharsimi, 2018)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Sampel sebanyak 83 peserta didik dari kelas VIII dan IX SMP Muhammadiyah 2 Taman Sidoarjo, teridentifikasi 17 peserta didik dengan skor FOMO yang tinggi dan sisanya masuk dalam kategori sedang. Menilik dari banyaknya peserta didik yang mengalami FOMO, panduan ini diharapkan mampu membantu Guru BK dalam menurunkan perilaku FOMO siswa sebagai referensi konseling individu.

Berdasarkan model pengembangan oleh Borg & Gall dalam (Sugiyono, 2019) terdapat sepuluh tahapan, dimana pada penelitian ini menggunakan kelima tahapan yaitu : 1) Pengumpulan Informasi, 2) Peerencanaan, 3) Desain Produk, 4) Validasi Desain, dan 5) Revisi Desain.

### Pengumpulan Informasi

Pengumpulan informasi merupakan tahapan awal yang dilaksanakan pada bulan Oktober hingga November 2024 mulai dari observasi hingga wawancara dengan guru BK mengenai permasalahan yang terjadi dan ditemukan adanya *Fear Of Missing Out* peserta didik yang relatif tinggi.

#### **Perencanaan**

Setelah mengumpulkan informasi tahapan selanjutnya adalah pengembangan produk awal.. Perencanaan ini termasuk menentukan kriteria subjek uji coba dan isi dari panduan dengan ketentuan meliputi, aspek teori, media, sasaran, dan tujuan (Khusumadewi et al., 2017). Tujuannya adalah membantu guru BK di sekolah dalam memberikan layanan kepada peserta didik.

#### **Desain Produk**

Terdapat empat langkah yang digunakan dalam mengembangkan desain produk, yakni sebagai berikut:

- a) Merumuskan tujuan awal dan manfaat dari pengembangan panduan untuk menurunkan perilaku *Fear Of Missing Out* (FOMO) peserta didik kelas VIII dan IX SMP Muhammadiyah 2 Taman Sidoarjo. Tujuannya adalah memenuhi standar produk yang dapat diterima dengan cakupan kelayakan, kegunaan, ketepatan, dan kepatutan dengan melalui tahap validasi ciptaan. Dengan salah satu manfaatnya adalah sebagai media alternatif yang dapat digunakan guru BK dalam memberikan layanan konseling individu sebagai upaya menyampaikan informasi dan pemahaman peserta didik agar dapat menurunkan perilaku FOMO.
- b) Mempersiapkan bahan materi yang diperlukan dalam pembuatan media bahan perlakuan. Materi yang diberikan tentunya disesuaikan dengan informasi yang dibutuhkan dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami.
- c) Mempersiapkan desain dan bahan perlakuan yang menarik dengan memilih ukuran, jenis kertas, jenis huruf, dan pemilihan gambar pendukung untuk penyampaian materi.
- d) Mempersiapkan lembar validasi desain yang digunakan untuk evaluasi dari uji ahli berisi penilaian produk agar dapat di terima.

#### **Validasi Desain**

Tahap validasi desain pada media atau produk ini dilakukan dengan melakukan uji validasi ahli (materi dan media). Setelah pengembangan selesai pada tahap awal dilanjutkan dengan tahapan uji validasi produk berupa panduan oleh ahli materi

dan ahli media. Berikut ini akan diuraikan hasil dari uji validasi:

Tabel 3. Hasil Penilaian Ahli materi

No	Kategori	Presentase	Kriteria
1.	Kegunaan	95%	Sangat baik atau tidak revisi
2.	Kelayakan	93,7%	Sangat baik atau tidak revisi
3.	Ketepatan	100%	Sangat baik atau tidak revisi
4.	Kepatutan	91,6%	Sangat baik atau tidak revisi
<b>Rata-rata</b>		95%	Sangat baik atau tidak revisi

Didapatkan hasil rata-rata dengan nilai presentase sebesar 95%

Tabel 4. Hasil Penilaian Ahli Media

No	Kategori	Presentase	Kriteria
5.	Kegunaan	100%	Sangat baik atau tidak revisi
6.	Kelayakan	100%	Sangat baik atau tidak revisi
7.	Ketepatan	100%	Sangat baik atau tidak revisi
8.	Kepatutan	93,75%	Sangat baik atau tidak revisi
<b>Rata-rata</b>		98,4%	Sangat baik atau tidak revisi

Didapatkan hasil rata-rata dengan nilai presentase sebesar 98%

#### **Revisi Desain**

Berdasarkan saran dan juga komentar yang diberikan oleh ahli, produk akan diperbaiki dan disempurnakan. Penambahan desain sampul yang lebih menarik disertai dengan gambaran proses konseling, kemudian penambahan lampiran angket FOMO dan penulisan pergantian tahun.

#### **Pembahasan**

Penelitian pengembangan media panduan

*Solution Focused Brief Counseling* untuk menurunkan perilaku *Fear Of Missing Out* (FOMO) pada peserta didik SMP ini dibuat berdasarkan fenomena yang ditemui dengan 10 langkah dalam penelitian pengembangan (Sugiyono, 2013). Akan tetapi, pada penelitian ini hanya memakai 5 tahapan karena keterbatasan waktu dan biaya.

Hasil yang diperoleh berdasarkan observasi adalah fenomena yang dideskripsikan yakni peserta didik yang terindikasi FOMO dengan rentang tinggi. Guru BK sendiri belum memiliki tindakan penyelesaian untuk menangani permasalahan tersebut, sehingga peneliti tertarik untuk mengembangkan media agar dapat dijadikan sebagai alternatif bantuan terhadap guru BK dalam memberikan informasi dan pemahaman melalui konseling individual dengan tujuan agar layanan ini dapat tersampaikan dengan baik kepada peserta didik.

Penelitian ini bertujuan agar menghasilkan produk berupa buku panduan *Solution Focused Brief Counseling* untuk menurunkan perilaku *Fear Of Missing Out* peserta didik SMP dimana aprodukt tersebut memenuhi standar dan dapat diterima. Hasil dari para uji ahli mengatakan bahwa produk ini masuk dalam kategori sangat baik dalam hal kegunaan, kelayakan, ketepatan, dan ketepatan.

Pada data kualitatif terdapat komentar dan juga saran dari ahli tentang penambahan desain pada cover buku panduan. Pergantian tahun pada judul cover dan penambahan lampiran angket FOMO yang digunakan pada saat peneliti memberikan *pre-test*.

Pada penelitian pengembangan panduan konseling individu *Solution Focused Brief Counseling* untuk menurunkan *Fear Of Missing Out* pada siswa SMP memiliki beberapa keunggulan diantaranya adalah 1) Dapat membantu peserta didik dalam menurunkan perilaku FOMO, 2) Penggunaan bahasa yang mudah sehingga mudah dipahami, 3) Pemilihan huruf dan *font* yang mudah dibaca, 4) Dapat digunakan dimana saja, 5) Tidak menggunakan perangkat tambahan untuk penunjang konseling. Selain itu, adapun keterbatasan pada panduan ini meliputi 1) Produk adalah media cetak sehingga tidak dapat menampilkan konten atau video, 2) Perlu penyimpanan yang baik agar tidak mudah rusak.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Media panduan konseling individu *Solution Focused Brief Counseling* untuk menurunkan perilaku *Fear Of Missing Out* telah memenuhi kriteria akseptabilitas. Dapat dilihat melalui hasil uji validitas materi dengan presentase sebesar 95% dengan kriteria sangat baik atau tidak revisi. Sedangkan pada hasil uji media diperoleh rata-rata

sebesar 98,4% dengan kriteria sangat baik atau tidak revisi. Maka produk ini dinyatakan memenuhi kriteria akseptabilitas dengan kategori sangat baik.

### **Saran**

Pada pemanfaatan panduan konseling ini dapat menurunkan perilaku FOMO siswa SMP. Terdapat beberapa saran untuk beberapa pihak terkait:

1. Bagi Guru BK  
Panduan ini diharapkan dapat digunakan menjadi salah satu alternatif dalam pemberian layanan konseling individu untuk menurunkan perilaku FOMO.
2. Bagi peneliti selanjutnya  
Diharapkan agar lebih mengembangkan dan memberikan pembaharuan terkait tampilan, materi, dan hal lain yang sesuai dengan kondisi agar lebih bermanfaat dimasa yang akan mendatang

### **Daftar pustaka**

- Aisafitri, L., & Yusriyah, K. (2021). KECANDUAN MEDIA SOSIAL (FoMO) PADA GENERASI MILENIAL. *Jurnal Audience*, 4(01), 86–106. <https://doi.org/10.33633/ja.v4i01.4249>
- Arikunto Suharsimi. (2018). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan Edisi 3 - Suharsimi Arikunto - Google Books*. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=j5EmEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Arikunto,+Suharsimi.+Dasar-Dasar+Evaluasi+Pendidikan.+Edisi+Kedua.+Jakarta:+Bumi+Aksara,+2013.&ots=6vxNGbnK-J&sig=HY5xTiAqiii8J1N3mwRCc6xxXzA&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=j5EmEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Arikunto,+Suharsimi.+Dasar-Dasar+Evaluasi+Pendidikan.+Edisi+Kedua.+Jakarta:+Bumi+Aksara,+2013.&ots=6vxNGbnK-J&sig=HY5xTiAqiii8J1N3mwRCc6xxXzA&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Ayuningtyas, R. F., & Wiyono, B. D. (2020). Studi mengenai kecanduan internet dan fear of missing out (FoMO) pada siswa di smk negeri 1 driyorejo. *Jurnal BK UNESA*, 11(4), 413–419. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-bk-unesa/article/view/33592>
- Cahyono, D. S., Nugrahanti, F., & Hendrawan, A. T. (2019). Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi (SENATIK). *Aplikasi Pemasaran Berbasis Website Pada Percetakan Morodadi Komputer Magetan*, 2(1), 129–134. <https://jurnal.dcc.ac.id/index.php/jusinta/article/view/235>
- Hasna Farida, Weni Endahing Warni, & Lutfi Arya. (2021). SELF-ESTEEM DAN KEPUASAN HIDUP DENGAN FEAR OF MISSING OUT (FoMO) PADA REMAJA. *Jurnal Psikologi Poseidon*, 4, 60–76. <https://doi.org/10.30649/jpp.v4i1.56>
- Khadijah, K., Oktasari, M., Stevani, H., & Ramli, M. (2023). Fear of Missing Out (Fomo) Dalam Perspektif Teori Solution Focused Brief Counseling. *Research and Development*

*Pengembangan Panduan Solution Focused Brief Counseling untuk Menurunkan Perilaku Fear Of Missing Out (FOMO) pada Siswa SMP*

- ournal of Education*, 9(1), 336.  
<https://doi.org/10.30998/rdje.v9i1.14841>
- Khusumadewi, A., W. S., H. W., & Wiyono, B. D. (2017). Pengembangan Modul Cultural Awareness Untuk Konselor Sebaya. *Bikotetik (Bimbingan Dan Konseling Teori Dan Praktik)*, 1(1), 30.  
<https://doi.org/10.26740/bikotetik.v1n1.p30-36>
- Maghfiroh, C. M., Wardani, S. Y., & Dewi, N. K. (2023). Studi Literatur Hubungan Sindrom Fear of Missing Out Terhadap Nomophobia Pada Mahasiswa. *Seminar Nasional Sosial, Sains, Pendidikan, Humaniora (Senassdra)*, 2, 8–18.  
<http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SENASSDRA>
- 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), 1–13.  
<https://doi.org/10.37048/kesehatan.v9i1.123>
- Rahardjo, L. K. D., & Soetjiningsih, C. H. (2022). Fear of Missing Out (FOMO) dengan Kecanduan Media Sosial pada Mahasiswa. *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, 4(3), 460–465.  
<https://doi.org/10.51214/bocp.v4i3.328>
- Risdyanti, K. S., Faradiba, A. T., & Syihab, A. (2019). Peranan Fear of Missing Out Terhadap Problematic Social Media Use. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 3(1), 276.  
<https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v3i1.3527>
- Siregar, E. S. (2022). *Gambaran Fear Of Missing Out (FOMO) pada Remaja di Kota Makassar* (Issue 8.5.2017).
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.

