

**HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
DENGAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) PADA SISWA SMP N X**

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh derajat Sarjana Psikologi



Disusun oleh:

Imroatus Solikha

(30701800061)

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2022

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
DENGAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO) PADA SISWA SMP N X**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Imroatus Solikha
30701800061

Telah disetujui untuk diuji dan dipertahankan di depan Dewan penguji guna
memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Psikologi

Pembimbing

Tanggal

Inhastuti Sugiasih, S.Psi, M.Psi, Psikolog

18 Juni 2022

Semarang, 18 Juni 2022

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Islam Sultan Agung

Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si

NIK. 210799001

HALAMAN PENGESAHAN

**HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DENGAN
FEAR OF MISSING OUT (FOMO) PADA SISWA SMP N X**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Imroatus Solikha
Nim: 30701800061

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
pada tanggal 01 Juli 2022

Dewan Penguji

1. Luh Putu Shanti Kusumaningsih, S.Psi, M.Psi, Psikolog
2. Agustin Handayani, S.Psi, M.Si
3. Inhastuti Sugiasih, S.Psi, M.Psi, Psikolog

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Semarang, 27 Juli 2022

Mengetahui



Joko Kuncoro, S.Psi, M.Si
NIK. 210799001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, Saya, Imroatus Solikha dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun.
2. Sepanjang pengetahuan saya, di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.
3. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini, maka saya bersedia derajat kesarjanaan saya dicabut.

Semarang, 27 Juli 2022

Yang menyatakan,



Imroatus Solikha

30701800061

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

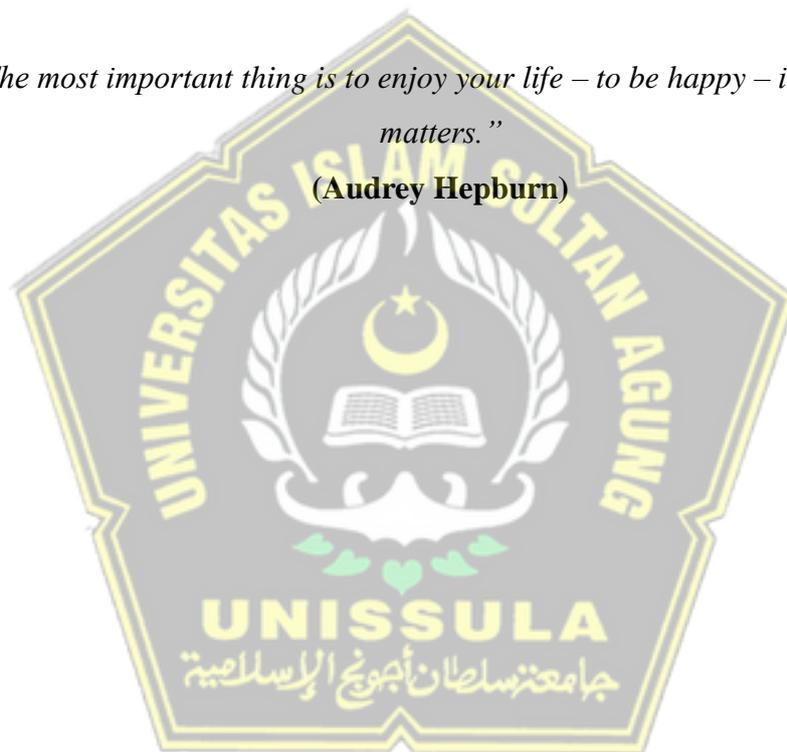
(Q.S Al- Insyirah: 5-6)

“Balas dendam terbaik adalah menjadikan dirimu lebih baik.”

(Ali Bin Abi Thalib)

“The most important thing is to enjoy your life – to be happy – it’s all that matters.”

(Audrey Hepburn)



PERSEMBAHAN

Pertama-tama saya ucapkan terimakasih kepada Allah SWT yang telah melimpahkan karunianya hingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Kedua orangtuaku, Mama Nuridah dan Abah Samsidik yang tak pernah berhenti mendoakan dan memberikan dukungannya sampai saat ini,

Kedua adikku yang selalu memberikan semangat dan motivasinya,

Almamater tercinta, Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan banyak pelajaran serta kenangan selama menimba ilmu,

Dosen pembimbing yang selalu memberikan pengarahan selama penulisan dan penyusunan skripsi,

Sahabat dan teman-temanku yang selalu setia mendengarkan keluh kesahku, terimakasih telah memotivasiku untuk terus bersemangat,

Teruntuk diriku sendiri terimakasih telah bertahan hingga detik ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kuucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan banyak kenikmatan dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Psikologi pada Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Shalawat serta salam tak lupa kita haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menyebarkan ilmunya pada semua umatnya.

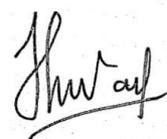
Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna oleh karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis dapat. Pada Akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dengan adanya bantuan dan kerja sama dari pihak lain. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si, selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan ilmunya selama masa perkuliahan.
2. Ibu Inhasuti Sugiasih, S.Psi., M.Psi, selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa memberikan arahan dan saran hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Terimakasih telah bersedia meluangkan waktunya.
3. Ibu Hj. Ratna Supradewi, S.Psi., M.Si.Psi, selaku dosen pembimbing akademik yang selama ini telah mendampingi penulis selama menjalankan studi di Fakultas Psikologi.
4. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Psikologi yang telah memberikan pengetahuan, bimbingan, dan arahnya selama masa perkuliahan.
5. Seluruh staf TU dan staf perpustakaan Fakultas Psikologi.
6. Bapak Indit Undiarto, selaku kepala SMP N 01 Dukuhturi yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
7. Ibu Wiwik dan Bapak Yani, selaku guru Bimbingan Konseling di SMP N 01 Dukuhturi yang telah banyak membantu selama penelitian.
8. Seluruh subjek penelitian yang telah bersedia mengisi skala penelitian.

9. Kedua orangtuaku, Abah Sam Sidik dan Mama Nuridah yang tidak pernah berhenti mendoakan serta selalu memberikan dukungan nasihatnya. Terima kasih telah mendidik dan menyayangiku.
10. Kedua adikku, Dinda Rizki Amalia dan Raffi Abdul Sidik yang telah memberikan semangat dan doanya.
11. Ida Nur Khotimah dan Inan Tuada Salsabila selaku teman terdekat yang sama-sama berjuang dalam menyelesaikan skripsi. Terima kasih selalu ada kapanpun dan dimanapun. Terima kasih telah menjadi tempat keluh kesah yang baik.
12. Teman-temanku, terutama Nurmin Fauzi Akbar Jihadi, terima kasih sudah banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi ini terutama dalam pengolahan data. Untuk Atiqoh terima kasih juga sudah mau menjadi teman disaat aku jenuh dan tidak berhenti menyemangatiku untuk segera menyelesaikan skripsi.
13. Seluruh teman-teman kelas B angkatan 2018 di Fakultas Psikologi yang telah menemani dan memberikan kenangan selama masa perkuliahan.
14. Kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam bentuk apapun, yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan dan dukungan kalian.
15. Teruntuk diriku sendiri, terima kasih sudah bekerja keras dan berjuang hingga skripsi ini selesai. Terima kasih sudah memilih bertahan sampai di detik ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dan dapat menjadikan skripsi ini lebih baik lagi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak terutama dalam pengembangan ilmu psikologi dan juga kepada seluruh pembaca.

Semarang, 27 Juli 2022



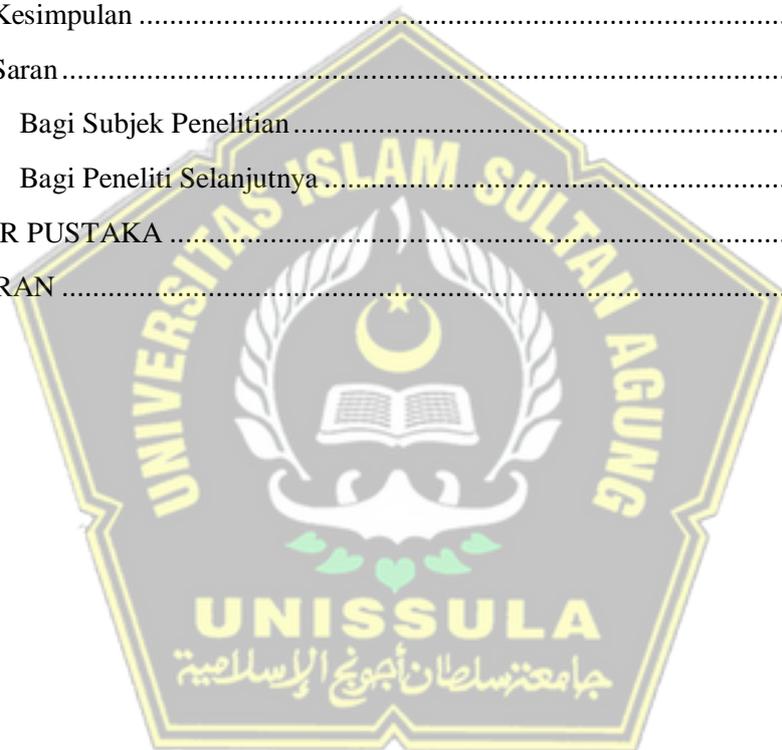
Imroatus Solikha

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
1. Manfaat Teoritis	8
2. Manfaat Praktis.....	8
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI.....	9
A. <i>Fear of Missing Out</i>	9
1. Definisi <i>Fear of Missing Out</i>	9
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Fear of Missing Out</i>	10
3. Aspek-aspek <i>Fear of Missing Out</i>	13
B. Intensitas Penggunaan Media Sosial	14

1.	Definisi Intensitas Penggunaan Media Sosial	15
2.	Aspek-aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial	15
3.	Indikator-indikator Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	17
C.	Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	19
D.	Hipotesis	20
BAB III.....		21
METODE PENELITIAN		21
A.	Identifikasi Variabel	21
B.	Definisi Variabel	21
1.	<i>Fear of Missing Out</i>	21
2.	Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	21
C.	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	22
1.	Populasi.....	22
2.	Sampel.....	22
3.	Teknik sampling	22
D.	Metode Pengumpulan Data	23
1.	Skala <i>Fear of Missing Out</i>	23
2.	Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial	23
E.	Validitas, Uji Daya Beda Aitem, dan Estimasi Koefisien Reliabilitas	24
1.	Validitas	25
2.	Uji Daya Beda Aitem.....	25
3.	Reliabilitas.....	25
F.	Teknik Analisis Data	26
BAB IV		27
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		27
A.	Orientasi Kacah dan Persiapan Penelitian.....	27
1.	Orientasi Kacah Penelitian	27
2.	Persiapan Penelitian.....	28
B.	Pelaksanaan Penelitian.....	32
C.	Analisis Data dan Hasil Penelitian	33
1.	Uji Asumsi	33

2. Uji Hipotesis.....	34
D. Deskripsi Variabel Penelitian.....	35
1. Deskripsi Data Skor <i>Fear of Missing Out</i>	36
2. Deskripsi Data Skor Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	37
E. Pembahasan.....	38
F. Kelemahan Penelitian	41
BAB V.....	42
PENUTUP	42
A. Kesimpulan	42
B. Saran.....	42
1. Bagi Subjek Penelitian.....	42
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN.....	47



DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Blueprint Fear of Missing Out</i>	23
Tabel 1. <i>Blueprint Fear of Missing Out</i>	23
Tabel 2. <i>Blueprint Intensitas Penggunaan Media Sosial</i>	24
Tabel 3. Distribusi Sebaran Nomor Aitem Skala <i>Fear of Missing Out</i>	29
Tabel 4. Distribusi Sebaran Nomor Aitem Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	29
Tabel 5. Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi Skala <i>Fear of Missing Out</i>	30
Tabel 6. Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	31
Tabel 7. Sebaran Aitem Skala <i>Fear of Missing Out</i> dengan Nomor Baru.....	32
Tabel 8. Sebaran Aitem Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Nomor Baru.....	32
Tabel 9. Sebaran Data Demografi Subjek Penelitian	33
Tabel 10. Tabel Uji Normalitas	34
Tabel 11. Uji Korelasi Spearman.....	35
Tabel 12. Norma Kategorisasi Skor.....	36
Tabel 13. Deskripsi Skor Skala <i>Fear of Missing Out</i>	36
Tabel 14. Kategorisasi Skor Subjek pada Skala <i>Fear of Missing Out</i>	37
Tabel 15. Deskripsi Skor Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	38
Tabel 16. Kategorisasi Skor Subjek pada Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Rentang Skor Skala <i>Fear of Missing Out</i>	37
Gambar 2. Rentang Skor Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Skala Uji Coba	48
Lampiran B Tabulasi Data Skala Uji Coba.....	58
Lampiran C Uji Daya Beda Aitem dan Reliabilitas	69
Lampiran D Skala Penelitian.....	76
Lampiran E Tabulasi Data Skala Penelitian.....	85
Lampiran F Analisis Data	102
Lampiran G Surat Izin dan Dokumentasi Penelitian	106



HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DENGAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) PADA SISWA SMP N X

Imroatus Solikha

Fakultas Psikologi

Universitas Islam Sultan Agung

Email: kaicha5420@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Siswa SMP N X. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Subjek penelitian ini melibatkan siswa SMP N X sejumlah 242 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cluster Random Sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua skala yaitu skala intensitas penggunaan media sosial dan skala *fear of missing out*. Skala intensitas penggunaan media sosial terdiri dari 12 aitem pernyataan dengan reliabilitas 0,839 dan skala *fear of missing out* yang terdiri dari 18 aitem dengan reliabilitas 0,889. Hipotesis yang diajukan adalah ada hubungan positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan *fear of missing out*. Teknik analisis data menggunakan statistik non parametrik dengan uji hipotesis menggunakan teknik korelasi *Spearman*. Korelasi antara intensitas penggunaan media sosial dengan *fear of missing out* diperoleh skor $r_{xy} = 0,380$ dengan taraf signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hasil uji korelasi tersebut menunjukkan bahwa hipotesis diterima, yaitu ada hubungan positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan *fear of missing out*.

Kata kunci: *fear of missing out*, intensitas penggunaan media sosial

THE RELATIONSHIP BETWEEN THE INTENSITY OF SOCIAL MEDIA USE AND FEAR OF MISSING OUT (FOMO) IN STUDENTS OF SMP N X

Imroatus Solikha

Faculty of Psychology

Sultan Agung Islamic University

Email: kaicha5420@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between the Intensity of Social Media Use with Fear of Missing Out (FoMO) in Students of SMP N X. This research uses a quantitative method. The subject of this research involved 242 respondents of SMP N X. The sampling method used in this research is Cluster Random Sampling. The data collection method in this study used two scales, namely the intensity scale of social media use and the fear of missing out scale. The intensity scale of the use of social media consists of 12 statement items with reliability of 0.839 and a fear of missing out scale consisting of 18 items with reliability of 0.889. The hypothesis proposed is that there is a positive relationship between the intensity of social media use and the fear of missing out. The data analysis technique used non-parametric statistics with hypothesis testing using the Spearman correlation technique. The correlation between the intensity of social media use and fear of missing out was obtained by a score of $r_{xy} = 0.380$ with a significance level of $p = 0.000$ ($p < 0.05$). The results of the correlation test indicate that the hypothesis is accepted, that is, there is a positive relationship between the intensity of social media use and fear of missing out.

Keywords: *fear of missing out, intensity of use of social media*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tanah air pada bulan Juni 2021 dihebohkan oleh hadirnya menu varian baru dari salah satu restoran cepat saji. Menu tersebut merupakan hasil kolaborasi antara restoran Mc Donald dengan salah satu boyband asal Korea yaitu BTS. Menu hasil kolaborasi tersebut dikenal dengan BTS Meal yang diproduksi secara terbatas. Karena keterbatasan tersebut, semua orang berbondong-bondong memburu menu BTS Meal, terutama mereka yang merupakan seorang ARMY atau sebutan khusus untuk para penggemar BTS. ARMY merasa mereka harus ikut membeli menu BTS Meal agar tidak ketinggalan tren dan agar diakui keberadaannya sebagai seorang ARMY.

Fenomena yang sama juga terjadi pada gerai makanan restoran Subway yang berada di Cilandak Town Square. Restoran Subway memang mempunyai daya tarik sendiri karena restoran ini biasa muncul di berbagai drama Korea yang membuat para K-popers rela mengantri berjam-jam demi mencicipi makanan tersebut. Para K-popers rela mengantri demi mendapatkan roti isi untuk memenuhi rasa penasarannya. Mereka juga merasa takut jika hanya tinggal mereka satu-satunya orang yang belum menjajal makanan tersebut. Keadaan yang terjadi seperti itu disebut dengan istilah FoMO.

FoMO bentuk singkatan dari *Fear of Missing Out*, yang berarti takut akan kehilangan momen. Takut kehilangan ini mengacu pada perasaan dan anggapan bahwa individu lain mempunyai kehidupan yang lebih baik dari individu itu sendiri sehingga memunculkan perasaan iri terhadap orang lain (Scott, 2021). Sejalan dengan yang disampaikan oleh Abel, Buff & Burr (2016) FoMO diartikan sebagai sebuah fenomena dimana individu merasa tidak nyaman setelah melihat kegiatan yang dtengah dikerjakan oleh individu lain, dan menganggap kegiatan individu lain tersebut lebih seru dan lebih menarik dari kegiatannya sendiri. Individu yang mengalami FoMO pada umumnya merasakan cemas dan ketakutan akan ketinggalan sesuatu yang baru seperti tren, informasi, berita dan lain-lain

yang ada di kehidupan sosialnya. Individu yang memiliki keinginan untuk terus mengetahui kegiatan yang dilakukan individu lain merupakan ciri-ciri dari fenomena FoMO (Przybylski, 2013). John Walter Thompson (Dykman, 2012) menyebutkan beberapa tanda-tanda tidak sehat dari individu yang mengalami FoMO, diantaranya yaitu tidak bisa lepas dari ponsel, sering membuka pemberitahuan di media sosial, tetap mengirim pesan kepada teman meskipun sedang berada dalam sebuah momen spesial dan sulit untuk fokus terhadap suatu hal.

Istilah FoMO bukan merupakan sebuah fenomena yang terjadi baru-baru ini. Istilah FoMO diciptakan saat Patrick J. McGinnis menuliskan sebuah artikel yang bertajuk McGinnis *'Two FO's: Social Theory* di *Harvard Business School* (HBS) pada tahun 2004. Artikel tersebut menjelaskan bahwa seseorang yang mengalami FoMO pada umumnya akan merasa takut jika dirinya ketinggalan berita terbaru, dan merasa tidak nyaman saat melewatkan atau tidak mengikuti tren di media sosial. Fenomena FoMO semakin dikenal di tahun 2012 setelah John Walter Thompson (JWT) *Intelligence* menunjukkan hasil laporan penelitiannya. Berdasarkan laporan tersebut, John Walter Thompson mendefinisikan FoMO sebagai kegelisahan dan ketakutan akan ketinggalan sesuatu dari orang-orang sekitarnya yang dipandanginya lebih menarik daripada aktivitas atau sesuatu yang dimiliki individu sendiri saat ini. Seseorang akan merasa begitu khawatir jika di kehidupan sosialnya ia melewatkan sebuah hal yang sedang menjadi tren.

Ditinjau dari tipe kepribadian, FoMO lebih banyak dialami oleh individu yang memiliki kepribadian ekstrovert daripada introvert (Ambarita, 2017). Berdasarkan penelitian yang dilakukan Ambarita (2017) individu yang berkepribadian ekstrovert sangat senang ketika berinteraksi dengan orang lain sehingga mudah dipengaruhi oleh lingkungannya. Ketika individu ekstrovert tidak dapat berkomunikasi atau terhubung dengan individu lain maka individu tersebut akan merasa cemas karena mengetahui apa yang sedang dilakukan oleh individu lain adalah kebahagiaan bagi individu berkepribadian ekstrovert.

FoMO juga terjadi pada individu yang tidak terpenuhi akan kebutuhan psikologisnya dan adanya kesepian serta rasa bosan sehingga individu tidak dapat

menikmati kehidupan yang tengah dijalaninya (Wibowo & Nurwindasari, 2019). Akibat meningkatnya perkembangan dan kemajuan teknologi internet serta keberadaan media sosial yang semakin meningkat, FoMO kemudian masuk ke dalam sebuah bentuk kecemasan sosial atau *social anxiety* (Przybylski, 2013).

Ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi FoMO menurut John Walter Thompson (JWT) *Intelligence* (Sianipar dan Kaloeti, 2019) diantaranya yaitu mudahnya mengakses berbagai hal di media sosial, faktor usia, keunggulan media sosial, tren yang disebarakan melalui hastag, ketidakpuasan dalam diri seseorang, dan beragam dorongan guna memahami sebuah informasi.

Adapun imbas yang disebabkan oleh tingginya tingkat FoMO yang dialami individu diantaranya yaitu hubungan yang terjadi di kehidupan nyata menjadi renggang dikarenakan perhatian yang berkurang saat berkomunikasi, frekuensi penggunaan *smartphone* meningkat dan membuat seseorang semakin terjerat pada *smartphone*, tingkat kesejahteraan dan kepuasan hidup menjadi rendah, dan juga adanya emosi yang negatif seperti bosan dan kesepian yang berkaitan dengan penggunaan media sosial (Sianipar dan Kaloeti, 2019). Pada tahun 2016 terdapat fenomena FoMO di Indonesia yang berujung tragis dimana seorang siswa SMP tewas akibat jatuh setelah berfoto selfie dari lantai lima di sebuah gedung kosong yang bertempat di Koja, Jakarta Utara (Akbar, Aulya, Apsari, & Sofia, 2018).

Fenomena FoMO kerap dialami oleh seseorang yang berada di rentang usia remaja. Salah satu tahapan dalam perkembangan hidup yaitu masa remaja merupakan masa transisi menuju dewasa. Hasil survei mengenai stres dan kesejahteraan nasional yang dilakukan di Australia menunjukkan bahwa ada sekitar 60% remaja yang merasa resah saat menjumpai teman-temannya tengah berkumpul tanpa kehadirannya. Adapun 51% remaja mengatakan bahwa ketika tidak mendapati aktivitas yang tengah dilakukan oleh teman-temannya, mereka cenderung merasakan cemas.

Sarwono (2011) mengatakan bahwasannya remaja tengah ada di tahap krisis identitas, selalu ingin tahu akan semua hal, selalu menjajal perihal yang terkini, dan mudah terhasut oleh teman seusianya (*peer group*). Masa *peer group* atau kelompok sebaya pada remaja sangatlah erat dan saling mempengaruhi keyakinan

dan perilaku satu sama lain. Hal ini sejalan dengan perilaku konformitas dimana ada dorongan untuk selalu sama tanpa adanya perbedaan dengan orang lain.

Beyens dkk (2016) menuturkan bahwa kekhawatiran, takut dan cemas seperti yang dirasakan individu yang mengalami FoMO membuat seseorang tidak dapat menguasai lingkungannya, tidak dapat menjalin hubungan dengan sebayanya, dan tidak dapat menerima diri mereka sendiri. Seseorang yang mengalami FoMO juga akan merasa cemas jika dirinya ketinggalan sebuah informasi. Dalam wawancara yang dilakukan kepada subjek lain berinisial V, usia 15 tahun, ia menjelaskan:

“Aku pernah cemas karena ketinggalan informasi, sampai cari kesana-kesini buat tau seluk beluk informasi yang lagi tren. Soalnya aku sering ngerasa ngga bisa apa-apa pas orang lain lebih tau apa yang lagi terjadi daripada aku.” (V, 2021).

Seseorang yang mengalami FoMO cenderung akan merasa cemas jika dirinya ketinggalan sebuah informasi saat sedang tidak mengakses media sosial. Wawancara juga dilakukan pada responden lain yang berinisial AD berusia 13 tahun.

“Main sosmed kalau lagi sekolah biasanya sih 2 jam setengah, kalau hari libur bisa sampai 24 jam dipegang terus. Biasanya buat nyari hiburan, kalau lagi bosan main sama teman-teman, terus biar nggak ketinggalan kalau ada informasi” (AD, 2021).

Seseorang yang mengalami FoMO kerap membandingkan kehidupannya dengan kehidupan individu lain. Uraian tersebut selaras dengan ungkapan yang disampaikan subjek berinisial S dengan usia 13 tahun saat wawancara awal dilakukan.

“Main sosmed biasanya tergantung kuota kak. Tapi sehari biasanya bisa sampai 6 jam lebih. Kalau main sosmed pernah banget ngebandingin diri sendiri sama orang lain, kaya dia anak kota, aku anak desa. Dia sering nongkrong ke mall jalan-jalan kesana-kesini, kalau aku keliling ke desa sebelah. Kaya kapan bisa kaya mereka, bisa ngerasain kaya mereka” (S, 2021).

Individu yang mengalami FoMO juga beranggapan bahwa kehidupan orang lebih menyenangkan daripada kehidupan yang dijalannya. Hal ini selaras dengan keterangan wawancara yang didapat dari subjek berinisial A, usia 14 tahun.

“Pas main sosmed aku suka mikir kok orang-orang bisa bahagia, kok aku nggak, kok aku gini, terus juga ngerasa kehidupan orang lebih enak daripada punyaku sendiri” (A, 2021).

Berdasarkan beberapa wawancara diatas dapat diketahui bahwa penggunaan media sosial memiliki peran besar terhadap kemunculan FoMO pada remaja. Media sosial kerap menampilkan postingan-postingan milik akun media sosial orang lain yang memperlihatkan betapa menyenangkannya kehidupan mereka diluar sana yang tak jarang membuat orang yang melihatnya melakukan perbandingan sosial. Seseorang yang mengakses media sosial dengan intensitas yang tinggi lebih memiliki resiko tinggi mengalami kecemasan saat membandingkan diri dengan objek yang dianggapnya ideal, seperti teman atau bahkan orang yang terkenal (Christina, Yuniardi, & Prabowo, 2019). Media sosial mempermudah seseorang dalam kesempatan untuk memberi maupun memperoleh informasi, dalam hal ini informasi terkait aktivitas sehari-hari (Abel, dkk, 2016). Akibat dari kesempatan untuk memperoleh informasi jauh lebih banyak dari sebelumnya, membuat penggunanya mengetahui apa yang tidak seharusnya perlu mereka ketahui. Hal inilah yang menyebabkan media sosial memiliki peran terhadap kemunculan FoMO. Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi semakin memberikan peluang kepada seseorang untuk mengalami FoMO.

Hasil laporan khusus CNN yang bertajuk #Being13: Inside the Secret World of Teens menunjukkan bahwa 57% remaja berusia 13 tahun mengaku memeriksa akun media sosial mereka sebanyak enam kali dalam sehari untuk memantau orang lain daripada membuat sebuah postingan, bahkan beberapa diantaranya mengaku memeriksa media sosial lebih dari seratus kali dalam sehari (Manning, 2016).

Individu saat ini cenderung memandang positif akan media sosial dengan memanfaatkan layanan yang tersedia sehingga penggunaannya sulit dilepaskan dari aktivitas sehari-hari. Laporan berjudul “Digital 2021” menyajikan data bahwa

penduduk Indonesia sebanyak 170 juta penduduk sudah melek akan media sosial dari total seluruh yaitu 274,9 juta penduduk. Data tersebut memperlihatkan tingkat penetrasinya mencapai 61,8%. Berdasarkan data *We Are Social*, (HootSuite, 2020) di Indonesia peringkat pertama sebagai media sosial yang paling sering digunakan diduduki oleh *YouTube* dengan persentase penggunaan 88%, di peringkat kedua terdapat *WhatsApp* dengan persentase penggunaan 84%, kemudian *Facebook* dengan persentase penggunaan sebesar 82%. Berdasarkan laporan tersebut juga menunjukkan bahwa penduduk di Indonesia rata-rata dalam sehari menghabiskan waktunya berselancar di media sosial yaitu 3 jam 14 menit. Alasannya karena media sosial memiliki fitur-fitur menarik yang memudahkan penggunaannya sehingga membuat seseorang sulit untuk lepas dari media sosial. Tidak hanya memberikan kemanfaatan kepada penggunaannya, media sosial juga memberikan resiko-resiko yang mengancam perkembangan dan kesehatan remaja jika penggunaannya tidak terkontrol.

Remaja kerap kali membagikan kegiatannya di media sosial, tidak jarang remaja juga membagikan curhatan dan foto-foto pribadinya atau foto bersama teman dan keluarga di akun media sosialnya. Remaja berpandangan bahwa dirinya akan dipandang gaul jika semakin aktif di media sosial. Ada beberapa hal yang melatar belakangi mengapa remaja begitu erat dengan media sosial, diantaranya adalah untuk mendapatkan perhatian, memperoleh pandangan orang lain, membangun konsep diri dan karena telah mengalami kecanduan media sosial (Streep, 2013).

Penelitian mengenai FoMO sudah ada beberapa yang melakukan sebelumnya, salah satunya penelitian yang berjudul “Hubungan antara FoMO dengan Kecanduan Media Sosial pada Remaja Pengguna Media Sosial”. Penelitian tersebut melibatkan siswa SMA sejumlah 168 dengan hasil penelitian menunjukkan korelasi yang signifikan antara FoMO dengan kecanduan media sosial pada remaja pengguna *Facebook* (Pratiwi & Fazriani, 2020). Penelitian lain juga dilakukan dengan judul “*Social Media Engagement* Sebagai Mediator antara FoMO dengan Kecanduan Media Sosial pada Remaja” yang menghasilkan data bahwa remaja yang semakin khawatir akan melewatkan momen dalam media

sosial akan semakin mendorongnya agar selalu terhubung dengan kegiatan di media sosial yang berakibat pada kecanduan (Fathadhika & AFriani, 2018). Penelitian mengenai FoMO juga dikaitkan dengan peran harga diri yang berjudul “Peran Harga Diri terhadap FoMO pada Remaja Pengguna Situs Jejaring Internet” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga diri mempunyai peran yang berarti terhadap fenomena FoMO yang dialami remaja (Siddik, Mafaza, & Sembiring, 2020).

Penelitian dengan topik yang serupa juga telah dilakukan sebelumnya oleh Pujiastutik & Rini (2021) dengan judul “Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan FoMO pada Remaja” dengan melibatkan 105 remaja di kecamatan Wonodadi. Perbedaan pada penelitian kali ini terdapat pada sampel yang dilibatkan dalam penelitian dimana penelitian terdahulu melibatkan seluruh remaja di kecamatan Wonodadi, sedangkan penelitian ini akan menggunakan subjek siswa SMP N X. Perbedaan lainnya juga terletak pada teknik pengambilan sampel yang mana di penelitian sebelumnya menggunakan teknik *snowball* sedangkan pada penelitian kali menggunakan teknik *cluster random sampling*. Zahra (2019) juga membuat penelitian dengan tema yang sama dengan judul “Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan FoMO pada Mahasiswa” dengan melibatkan 400 mahasiswa di kota Medan. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini selain menggunakan subjek yang berbeda juga alat pengumpul data yang digunakan berbeda dimana penelitian sebelumnya menyebarkan alat ukur berupa kuesioner melalui Google form dan *Booklet* sedangkan pada penelitian kali ini hanya akan membagikan alat ukur kuesioner kepada subjek secara online dengan bantuan Google form. Hal ini disesuaikan dengan usulan yang diarahkan dari penelitian terdahulu agar lebih memperhatikan jumlah sampel yang digunakan.

Berdasarkan fenomena dan masalah yang telah diuraikan, peneliti terdorong untuk melaksanakan penelitian guna melihat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan FoMO pada siswa SMP N X.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada siswa SMP N X?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada siswa SMP N X.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Harapan peneliti hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi dalam ilmu bidang psikologi sosial yang berkenaan dengan materi FoMO dan intensitas penggunaan media sosial.

2. Manfaat Praktis

- a) Manfaat bagi siswa, diharapkan penelitian ini dapat menyajikan informasi mengenai FoMO dan hubungannya dengan intensitas penggunaan media sosial agar siswa dapat lebih bijak ketika menggunakan media sosial.
- b) Manfaat bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pendukung ketika melakukan penelitian serupa di penelitian selanjutnya.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Fear of Missing Out

1. Definisi *Fear of Missing Out*

Przybylski, dkk (2013) mengartikan FoMO sebagai perasaan takut yang dialami individu karena berpendapat bahwa ketika individu tersebut tidak ikut hadir di dalam sebuah aktivitas, maka aktivitas yang dikerjakan oleh individu lain atau kelompok lain jauh terlihat lebih berharga, sehingga timbul dorongan untuk selalu aktif menggunakan media sosial dan selalu ingin mengetahui aktivitas yang tengah dilakukan oleh orang lain. Serupa dengan yang diungkapkan oleh RSPH (2017) FoMO merupakan kondisi dimana individu merasakan kekhawatiran saat dirinya tidak hadir dalam aktivitas orang lain. John Walter Thompson (JWT) *Intelligence* (2012) mendefinisikan FoMO sebagai ketakutan atau perasaan gelisah ketika mendapati orang lain beraktivitas yang dianggapnya lebih menarik dan lebih baik daripada aktivitas individu itu sendiri. Definisi lain diungkapkan oleh Alwisol (2014) yang mengatakan bahwa FoMO merupakan keadaan dimana timbulnya ketakutan ketika kebutuhan psikologis individu tidak terpenuhi untuk terus tersambung dengan orang lain. Kondisi ini dikenali dengan timbulnya perasaan cemas karena takut melewatkan peristiwa di media sosial ketika individu mempunyai kesulitan untuk selalu tersambung dengan internet baik karena faktor dana maupun waktu.

Beberapa pengertian yang telah disebutkan dapat peneliti rangkum bahwa *fear of missing out* diartikan sebagai perasaan takut, cemas, dan khawatir yang individu rasakan saat mendapati aktivitas individu lain atau kelompok lain yang dipandang lebih baik dan menarik disaat individu tersebut tidak turut serta di dalamnya dan dicirikan dengan adanya perasaan ingin terus memantau aktivitas individu lain di media sosial.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Fear of Missing Out*

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi FoMO, diantaranya sebagai berikut:

- a. Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *Relatednes*
Relatednes atau kebutuhan keterkaitan berfokus pada kebutuhan individu akan keinginan untuk berinteraksi dan terhubung dengan individu lain dimana adanya keinginan untuk tergabung dalam suatu kelompok agar merasakan rasanya dicintai, diperhatikan, dan dipedulikan. Przybylski, dkk (2013) mengatakan bahwa individu yang mempunyai circle pertemanan cenderung memiliki level FoMO yang tinggi.
- b. Penggunaan Media Sosial
Generasi di era digital seperti saat ini membuat individu cenderung lebih banyak berinteraksi satu sama lain melalui media sosial dibandingkan di kehidupan nyata (Alt, 2015). Tingginya tingkat intensitas penggunaan media sosial inilah yang dapat mengakibatkan seseorang mengalami FoMO (Przybylski, dkk, 2013)
- c. Motivasi
Seseorang yang memiliki tingkat kepuasan rendah akan kebutuhan dasar psikologis terhadap kompetensi, otonomi dan interaksi dengan orang lain cenderung memiliki level FoMO yang tinggi (Przybylski, dkk, 2013)
- d. Usia dan Gender
Berdasarkan survei dari John Walter Thompson (JWT) *Intelligence* (2012) mengungkapkan bahwa laki-laki (dari Amerika) lebih mudah mengalami FoMo melalui media sosial. Sejalan dengan hasil penelitian Przybylski, dkk (2013) dimana ditemukan partisipan muda dan berjenis kelamin laki-laki mempunyai kecenderungan level FoMO yang tinggi. Berdasarkan survei menunjukkan sebanyak 7,6% FoMO terjadi pada remaja yang lahir pada tahun 2000-2001 (Fuster, 2017).

Przybylski, dkk (2013) menyebutkan bahwa FoMO dapat dijelaskan melalui melalui *self determination theory* oleh Deci & Ryan, 1985. Dalam penelitian tersebut ditemukan adanya pengaruh kepuasan kebutuhan dasar psikologis terhadap FoMO. Rendahnya kepuasan kebutuhan dasar psikologis dapat menjadikan individu mengalami FoMO. Kebutuhan dasar psikologis yang mempengaruhi FoMO diantaranya, yaitu:

a. Otonomi

Otonomi mengacu pada kebutuhan individu untuk memiliki kebebasan dalam melakukan tindakan secara mandiri tanpa campur tangan atau pengaruh dari orang lain.

b. Kompetensi

Kompetensi mengacu pada kebutuhan individu untuk melakukan hal secara efektif ketika menghadapi lingkungannya. Kebutuhan kompetensi mendorong individu untuk belajar lebih baik dalam menyesuaikan dirinya dengan tantangan baru agar membuahkan hasil yang optimal.

c. Keterkaitan

Kebutuhan keterkaitan berfokus pada kebutuhan individu akan keinginan untuk berinteraksi dan terhubung dengan individu lain dimana adanya keinginan untuk tergabung dalam suatu kelompok agar merasakan rasanya dicintai, diperhatikan, dan dipedulikan.

Adapun enam faktor lain yang mempengaruhi FoMO menurut John Walter Thompson (JWT) Intelligence (2012) diantaranya:

a. Keterbukaan informasi di media sosial

Saat ini media sosial telah memberikan berbagai layanan fitur yang membuat kehidupan seseorang menjadi lebih transparan dengan cara mempertontonkan hal terkini yang tengah berlangsung. Berbagai informasi, obrolan, foto maupun video terus disebar di akun media sosial masing-masing hingga terus membanjiri laman media sosial. Kultur budaya masyarakat pun berubah dari tertutup kini menjadi lebih terbuka.

b. Usia

Berdasarkan survei dari John Walter Thompson (JWT) Intelligence (2012) individu dengan rentang usia 13-33 tahun adalah individu yang mempunyai FoMO dengan tingkat tertinggi. Pada usia tersebut masyarakat disebut sebagai *digital natives*, yaitu mempunyai beberapa akun media sosial dan menganggap dunia internet sebagai bagian dari kehidupan mereka.

c. *Social one-upmanship*

Social one-upmanship menurut kamus Cambridge ("*One-upmanship*") adalah situasi dimana individu berusaha membuktikan dirinya lebih baik daripada individu lain dengan melakukan sebuah tindakan atau perkataan. Aktivitas "Memamerkan" sesuatu di media sosial menjadi salah satu penyebab munculnya FoMO pada seseorang karena dipengaruhi oleh adanya keinginan superior dibandingkan individu lain.

d. Peristiwa yang disebarakan melalui fitur hashtag

Media sosial mempunyai fitur hashtag (#) untuk memudahkan para pengguna dalam menggali informasi yang tengah menjadi tren terbaru. Semakin banyak pengguna menuliskan hashtag yang sedang tren, maka semakin mudah pengguna mengetahui tren yang sedang terjadi. Individu akan merasakan ketertinggalan dari orang lain ketika individu tersebut tidak berpartisipasi dalam berbagai tren yang terjadi.

e. Kondisi deprivasi relatif

Merupakan keadaan psikologis yang mendeskripsikan perasaan tidak puas atau merasa kurang ketika dirinya dibandingkan dengan individu atau kelompok lain. Perasaan kurang dan tidak puas timbul saat sesama pengguna membandingkan di media sosial mengenai keadaan dirinya dengan orang lain.

f. Banyak stimulus untuk mengetahui suatu informasi

Pada era teknologi seperti sekarang, laman akun media sosial seseorang bisa saja terus dipenuhi informasi yang sedang menjadi

topik hangat untuk diperbincangkan. Adapun dorongan-dorongan yang lain yang membuat individu untuk selalu mengikuti perubahan tren yang terjadi. Keingintahuan untuk terus mengikuti perubahan tren itulah yang kemudian menimbulkan FoMO.

Berdasarkan beberapa pemaparan di atas, fenomena FoMO dapat terjadi karena ada beberapa faktor yang mempengaruhinya, diantaranya yaitu usia, gender, tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis seseorang, motivasi, dan penggunaan media sosial.

3. Aspek-aspek *Fear of Missing Out*

Przybylski, dkk (2013) menjelaskan aspek-aspek FoMO dari berbagai aspek, diantaranya sebagai berikut:

a. Rasa Takut

Rasa takut merupakan emosi wajar yang dialami individu saat mengetahui adanya sebuah ancaman. Takut diartikan sebagai kondisi dimana seseorang merasa ketakutan jika individu lain mempunyai momen yang lebih berharga ketika individu tersebut tidak terlibat dalam momen tersebut.

b. Rasa Cemas

Rasa cemas merupakan kondisi psikologis seseorang yang penuh dengan rasa takut dan khawatir terhadap sesuatu hal yang belum tentu terjadi, biasanya disertai dengan ketegangan fisik yang hebat seperti sakit kepala, sesak nafas, dan gemetar. Cemas dalam hal FoMO timbul ketika individu tidak mendapati kegiatan yang sedang dikerjakan oleh individu lain, sehingga membuat individu berkeinginan untuk terus aktif dalam bermedia sosial agar tetap tersambung dengan individu lain.

c. Rasa Khawatir

Rasa khawatir merupakan sikap berpikir yang berlebihan tentang suatu masalah atau situasi biasanya hanya disertai dengan ketegangan fisik ringan dan bersifat sementara. Individu berusaha menyesuaikan diri

dengan lingkup sosialnya agar tidak merasakan perasaan khawatir akan ditolak oleh lingkup sosialnya.

Reagle (2015) mengembangkan definisi FoMO dari Przybylski menjadi empat aspek, diantaranya sebagai berikut:

- a. *Comparison with benefit*, timbulnya emosi negatif akibat membandingkan diri dengan individu lain.
- b. *Being left out*, timbulnya emosi negatif akibat tidak diikutsertakan saat melakukan aktivitas ataupun diskusi.
- c. *Missed experiences*, timbulnya emosi negatif akibat dianggap pasif ketika melakukan kegiatan.
- d. *Compulsion*, individu melakukan pengecekan berulang kali pada kegiatan yang dilakukan oleh individu lain agar tidak merasakan perasaan tertinggal akan peristiwa terbaru.

John Walter Thompson (JWT) *Intelligence* (2012) menyebutkan ada 3 aspek *Fear of Missing Out* (FoMO), yaitu:

- a. Perasaan takut kehilangan sebuah informasi terkini di media sosial. Perasaan ini dapat terjadi ketika seseorang tidak mendapatkan informasi dari media sosial.
- b. Perasaan gelisah ataupun gugup saat tidak membuka media sosial sementara orang disekitarnya tengah memainkannya. Perasaan ini terjadi karena individu merasa tertinggal dari orang-orang sekitarnya.
- c. Perasaan tidak aman akibat ketinggalan sebuah informasi di media sosial. Individu yang sudah nyaman terhadap media sosial cenderung menggantungkan perasaannya pada media sosial.

Berdasarkan penjabaran di atas, terdapat beberapa aspek FoMO berupa perasaan negatif yang dirasakan individu. Pada penelitian ini aspek FoMO mengacu pada aspek yang diungkap oleh Przybylski, dkk (2013) yaitu, rasa takut, rasa cemas dan rasa khawatir.

B. Intensitas Penggunaan Media Sosial

1. Definisi Intensitas Penggunaan Media Sosial

Intensitas berarti semangat atau giat yang diartikan dalam kata bahasa Inggris yaitu "*intense*". Menurut Klaoh (Rinjani & Firmanto, 2013) intensitas ialah taraf kekerapan individu dalam menjalankan suatu hal yang dilandaskan oleh perasaan suka terhadap aktivitas yang dijalannya tersebut. Individu akan merasa termotivasi untuk melakukan aktivitasnya secara berulang-ulang ketika individu tersebut merasakan senang terhadap aktivitas yang dilakukannya. Berbeda halnya, individu akan mengurangi melakukan aktivitas tertentu ketika individu tersebut tidak memiliki rasa suka terhadap aktivitas tersebut.

Chaplin (2011) dalam Kamus Lengkap Psikologi mengungkapkan bahwa intensitas ialah sesuatu yang bersifat terukur dari satu penginderaan yang berkaitan dengan intensitas stimulusnya. Dalam hal ini seseorang akan meningkatkan frekuensinya dalam menggunakan media sosial agar dapat memenuhi stimulusnya untuk menggunakan media sosial. Intensitas penggunaan media sosial sendiri didefinisikan sebagai banyaknya frekuensi serta durasi yang dipakai dalam memanfaatkan fasilitas media sosial serta kelekatan emosi yang dirasakan pengguna pada media sosial yang dipergunakan (Salehan & Negahban, 2013).

Beberapa pengertian yang telah disebutkan, dapat dirangkum bahwa intensitas penggunaan media sosial ialah seberapa banyak waktu individu habiskan ketika menggunakan media sosial atau tingkat keseringan individu dalam menggunakan media sosial yang dilandasi rasa senang dengan kegiatan yang dilakukan pada jangka waktu tertentu.

2. Aspek-aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial

Ada empat aspek intensitas penggunaan media sosial yang disebutkan oleh Ajzen (Frisnawati, 2012) yaitu :

a. Perhatian

Adalah rasa tertarik atau minat individu akan sesuatu hal dan menjadikannya sebagai sasaran tingkah laku.

b. Penghayatan

Adalah sebuah penafsiran dan penangkapan informasi yang diperoleh dari media sosial sebagai ilmu. Berbagai macam informasi yang individu dapatkan dari media sosial dapat membuatnya mengimplementasikan ke dalam kehidupan sehari-hari.

c. Durasi

Ialah banyaknya waktu yang dihabiskan dalam menjalankan suatu aktivitas. Sering kali saat berselancar di media sosial individu cenderung menikmatinya hingga membuatnya sampai lupa waktu. Kategori durasi dikatakan tinggi jika melebihi 3 jam per hari dalam penggunaannya dan dikatakan rendah jika penggunaannya hanya 1-3 jam per hari (Juditha, 2011).

d. Frekuensi

Merupakan seberapa banyak tingkah laku yang diulang baik sengaja ataupun tidak dalam jangka waktu tertentu. Seseorang seringkali tidak menyadari dirinya yang telah berulang kali menggunakan media sosial setiap harinya saat sudah menikmatinya. Juditha (2011) membagi kategori frekuensi penggunaan media sosial menjadi dua, yaitu kategori tinggi jika penggunaannya melebihi 4 kali dalam sehari dan dikategorikan rendah jika penggunaannya kurang dari 4 kali per hari.

Empat aspek yang sama juga disebutkan oleh Del Bario (Hidayatun, 2015) yaitu, perhatian, penghayatan, frekuensi, dan durasi. Dalam penelitian tersebut yang diukur hanya dua aspek dari intensitas yaitu frekuensi dan durasi tanpa melibatkan kelekatan emosi.

a. Durasi

Didefinisikan sebagai waktu yang diperlukan atau dihabiskan dalam melakukan suatu aktivitas

b. Frekuensi

Didefinisikan sebagai besarnya jumlah perilaku yang dilakukan secara berulang kali baik di sengaja maupun tidak sengaja. Individu cenderung akan membuka akun media sosial yang disukai hingga

berulang kali sampai sulit untuk lepas dari penggunaannya karena asik menikmatinya.

Menurut Andarwati dan Sankarto (Ardari, 2016) aspek intensitas penggunaan media sosial mencakup frekuensi dan durasi dalam menggunakan media sosial.

a. Frekuensi

Frekuensi memberikan gambaran seberapa sering individu menggunakan media sosial dalam kurun waktu tertentu (per hari, per minggu, atau per bulan).

b. Durasi

Durasi memberikan gambaran seberapa lama individu menghabiskan waktunya dalam menggunakan media sosial dalam kurun waktu tertentu (per menit atau per jam).

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat dirangkum bahwa intensitas mempunyai beberapa aspek diantaranya yaitu durasi, frekuensi perhatian, dan penghayatan. Pada penelitian ini aspek intensitas penggunaan media sosial mengacu pada aspek yang diungkap oleh Ajzen (Frisnawati, 2012) karena lebih lengkap dan mendalam.

3. Indikator-indikator Intensitas Penggunaan Media Sosial

Nuraini (Fauzi, 2015) menyebutkan ada enam indikator intensitas yaitu:

a. Motivasi

Pada dasarnya motivasi memiliki arti proses internal yang mendorong manusia dalam bertindak sesuatu. Motivasi juga diartikan sebagai dorongan, keinginan atau hasrat yang menggerakkan diri untuk menjalankan sesuatu. Remaja yang berkeinginan mencari teman ataupun informasi cenderung akan memanfaatkan media sosial sebagai wadah sehingga membuat remaja aktif di media sosial.

b. Durasi kegiatan

Adalah batas waktu berapa lama seseorang dalam menjalankan suatu aktivitas.

c. Frekuensi kegiatan

Frekuensi didefinisikan sebagai keseringan atau kejarangan dalam melakukan sesuatu dalam periode tertentu.

d. Presentasi

Presentasi disini diartikan sebagai hasrat yang ingin dituju dengan aktivitas yang dijalankan. Hal ini dapat diketahui dari alasan yang mendasari individu menggunakan media sosial.

e. Arah sikap

Sikap diartikan sebagai cara seseorang dalam merespon suatu hal yang bersifat baik maupun buruk dengan perilaku. Bentuk yang buruk cenderung akan di jauhi, dihindari atau dibenci. Bentuk yang baik cenderung akan didekati dan disenangi.

f. Minat

Minat akan muncul jika apa yang dibutuhkan atau yang ditekuninya memiliki makna tersendiri yang membuatnya tertarik. Ini memberikan gambaran bahwa seseorang yang tertarik terhadap hal tertentu akan melakukannya secara berkesinambungan bahkan sampai mengabaikan sekitarnya.

Indikator lain juga disebutkan oleh Ellison, dkk (2007) pada penelitiannya dalam mengukur intensitas penggunaan *Facebook*, diantaranya yaitu:

- a. Frekuensi, ialah seberapa banyak perilaku yang berulang dalam masa tertentu.
- b. Durasi, ialah lamanya waktu yang dihabiskan untuk melakukan aktivitas berdasarkan batas waktu tertentu.
- c. Keterlibatan emosi antara pengguna dengan medianya, maksudnya ketika dapat menggunakan media sosial seseorang akan merasa bahagia, dan ketika tidak dapat menggunakan media sosial seseorang akan merasakan sebaliknya atau tidak bahagia.

Menurut Ardianto (2004) tingkatan penggunaan media dapat dilihat dari dua indikator yaitu Frekuensi dan durasi.

- a. Frekuensi, yaitu seberapa sering individu mengakses media sosial (berapa kali dalam seminggu).
- b. Durasi, yaitu seberapa lama individu bergabung dalam suatu media sosial (berapa jam sehari).

Sesuai dengan yang telah diuraikan di atas, dapat dirangkum bahwa terkait penggunaan media sosial, intensitas terdiri dari beberapa indikator yaitu perhatian, penghayatan, durasi, frekuensi, presentasi, dan arah sikap.

C. Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan *Fear of Missing Out* (FoMO)

Perkembangan teknologi kini kian berkembang pesat. Hampir seluruh lapisan masyarakat sudah aktif dalam menggunakan teknologi salah satunya dengan bermain media sosial. Bahkan saat ini seseorang merasa sulit untuk melepaskan media sosial dengan kehidupan sehari-hari terutama bagi pengguna yang berada di rentang usia remaja. Yulianto (2017) mendefinisikan remaja sebagai masa transisi menuju dewasa, dimana pada masa ini remaja berusaha menunjukkan eksistensi dirinya agar dikagumi dan mendapatkan pengakuan dari masyarakat. Karena pada masa ini remaja tengah menggali terkait siapa jati dirinya dan berkeinginan membangun citra dirinya terhadap publik.

Rasa ingin mendapatkan pengakuan dari publik membuat para remaja terus berusaha mengikuti perkembangan saat ini agar tidak melewatkan atau kehilangan sebuah momen yang sedang terjadi. Perasaan kehilangan momen disebut dengan FoMO atau kependekan dari *Fear of Missing Out*. Przybylski (2013) menandai perilaku FoMO dengan adanya keinginan untuk terus aktif di media sosial agar tetap tersambung dengan kegiatan yang dikerjakan individu lain di media sosial. Salah satu faktor terjadinya FoMO menurut Przybylski (2013) yaitu rendahnya pemenuhan kebutuhan dasar psikologis dalam diri seseorang. Kebutuhan dasar psikologis tersebut diantaranya, kebutuhan otonomi, kebutuhan kompetensi, serta kebutuhan keterkaitan. Kebutuhan dasar psikologis yang tidak terpenuhi dicirikan dengan adanya perasaan cemas yang disebabkan karena memiliki kualitas hubungan yang buruk sehingga membuat individu berupaya mengatasinya dengan

menghabiskan lebih banyak waktunya secara online (Siddik, Mafaza, & Sembiring, 2020). Hal ini tentunya mempengaruhi intensitas individu dalam penggunaannya bermedia sosial. Tingginya intensitas penggunaan media sosial dapat memicu seseorang mengalami FoMO. Selaras dengan pernyataan Baker, dkk (2016) yang menuturkan bahwa FoMO berkorelasi positif dengan waktu yang dipakai dalam menggunakan media sosial.

Hasil penelitian dari Elhai dkk dan Przybylski dkk (2016) menunjukkan bahwa FoMO merupakan konsep psikologis yang lekat hubungannya dengan berlebihannya dalam penggunaan media sosial serta kelalaian dalam penggunaan *gadget*. Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan FoMO dapat dikatakan mempunyai hubungan yang bersifat timbal balik, dimana tingginya intensitas penggunaan media sosial dapat menandakan individu mengalami FoMO, begitupun level FoMO yang tinggi dapat menandakan tingginya intensitas penggunaan media sosial pada individu.

Hasil penelitian Suga (2020) membuktikan hal tersebut yang meneliti tentang hubungan antara FoMO dengan intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswa psikologi Universitas Negeri Surabaya (UNESA). Hasil penelitian ditemukan bahwa ada korelasi yang signifikan antara FoMO dengan intensitas penggunaan media sosial. Topik yang sama juga dilakukan penelitian oleh Zahra (2019) mengenai hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan FoMO pada mahasiswa, yang menampilkan hasil bahwa terdapat korelasi yang positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan FoMO pada mahasiswa.

D. Hipotesis

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan, peneliti memberikan hipotesis bahwa terdapat hubungan yang positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan FoMO pada siswa SMP N X, artinya semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial seseorang maka tingkat FoMO seseorang juga semakin tinggi dan begitupun sebaliknya, jika tingkat intensitas penggunaan media sosial seseorang semakin rendah maka tingkat FoMO seseorang juga semakin rendah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel

Hatch and Farhady (Sugiyono, 2013) mengartikan variabel sebagai karakter individu atau objek yang memiliki ragam antara satu dengan yang lain. Terdapat dua variabel yang sudah ditentukan di penelitian ini, yaitu satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel terikat (*dependent*). Kedua variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel bebas (X) : Intensitas penggunaan media sosial
2. Variabel terikat (Y) : *Fear of Missing Out* (FoMO)

B. Definisi Variabel

1. *Fear of Missing Out*

Didefinisikan sebagai kecemasan yang dirasakan individu akibat ketinggalan sesuatu yang baru, seperti berita, tren, informasi, dan hal lainnya. Peneliti mengukur variabel FoMO dengan berdasarkan *Fear of Missing Out Scale* (FoMOs) yang dikemukakan oleh Przybylski, dkk (2013) yang meliputi rasa takut, rasa cemas, dan rasa khawatir. Skor yang dihasilkan dari skala baik tinggi atau rendahnya menunjukkan tingkat FoMO yang dimiliki oleh seseorang.

2. Intensitas Penggunaan Media Sosial

Didefinisikan sebagai seberapa banyak waktu yang dihabiskan individu ketika menggunakan media sosial atau tingkat keseringan individu dalam menggunakan media sosial yang dilandasi rasa senang dengan kegiatan yang dilakukan pada jangka waktu tertentu.

Pengukuran variabel intensitas terkait penggunaan media sosial dilakukan dengan memodifikasi skala berdasarkan aspek yang diungkap

oleh Ajzen (Frisnawati, 2012) yang mengukur intensitas penggunaan media sosial dengan melihat perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi. Skor yang dihasilkan dari skala baik tinggi atau rendahnya menunjukkan tingkat intensitas penggunaan media sosial seseorang.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Adalah sekumpulan objek atau subjek untuk dipahami peneliti agar bisa ditarik kesimpulan sesuai dengan karakter atau ciri tertentu yang telah peneliti tentukan (Sugiyono, 2013). Penelitian ini populasinya melibatkan siswa SMP N X kelas VII dan kelas VIII dengan jumlah 573 siswa. Populasi ini peneliti tentukan dengan alasan siswa kelas VII dan VIII sedang tidak dalam masa persiapan Ujian Nasional (UN) tahun 2022. Alasan kelas IX tidak peneliti ikut sertakan karena akan mengikuti Ujian Nasional (UN) sehingga nantinya ketika pengambilan data tidak akan mengganggu konsentrasi belajar siswa.

2. Sampel

Adalah anggota dari keseluruhan populasi yang mempunyai karakter tertentu (Sugiyono, 2013). Siswa yang akan dijadikan subjek penelitian yaitu terdiri dari kelas VII (A, B, D, H) serta kelas VIII (A, C, E, G, I). karakteristik subjek yang diperlukan pada penelitian ialah siswa yang mempunyai *smartphone* pribadi dan mengakses media sosial.

3. Teknik sampling

Merupakan prosedur yang dipakai dalam memilih sebagian subjek penelitian dari populasi (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menggunakan teknik sampling berupa teknik *Cluster Random Sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas VII dan VIII SMP N X dengan total keseluruhan 18 kelas yang terdiri dari kelas VII dengan jumlah 9 kelas dan kelas VIII dengan jumlah 9 kelas. Kelas akan dipilih secara acak sejumlah 9 kelas yang nantinya akan dilibatkan sebagai sampel penelitian.

D. Metode Pengumpulan Data

Merupakan prosedur guna mendapatkan data dari sebuah kegiatan penelitian (Arikunto, 2009). Untuk memperoleh sebuah data peneliti melakukan cara dengan membagikan alat ukur berupa skala yang tersusun beberapa pernyataan yang sudah disesuaikan dengan kondisi subjek (Azwar, 2013). Ada dua skala yang diaplikasikan dalam penelitian ini yaitu skala intensitas penggunaan media sosial dan skala FoMO.

1. Skala *Fear of Missing Out*

Pengukuran FoMO dalam penelitian ini merujuk pada skala yang diungkap oleh Przybylski (2013) yaitu *Fear of Missing Out Scale* (FoMOs). Alasan penggunaan skala tersebut dikarenakan sampai saat ini baru Przybylski (2013) yang membuat instrumen mengenai FoMO berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan. Alasan yang lain dikarenakan instrumen yang dikemukakan oleh Przybylski (2013) mempunyai nilai reliabilitas yang tinggi yaitu sekitar 0,87-0,90.

Skala yang diaplikasikan dalam penelitian ini berbentuk aitem *favorable* dengan jumlah total ada 19 aitem pernyataan. Peneliti menyediakan empat alternatif jawaban yaitu: SS (sangat sesuai), S (sesuai), TS (tidak sesuai), dan STS (sangat tidak sesuai). Skor nantinya dihitung dari angka 4-1. Jawaban SS (sangat sesuai) diberikan nilai 4, S (sesuai) diberikan nilai 3, TS (tidak sesuai) diberikan nilai 2, dan STS (sangat tidak sesuai) diberikan nilai 1.

Tabel 1. *Blueprint Fear of Missing Out*

No.	Aspek	Jumlah Aitem <i>Favorable</i>	Jumlah
1.	Rasa Takut	7	7
2.	Rasa Cemas	6	6
3.	Rasa Khawatir	6	6
	Total	19	19

2. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

Peneliti melakukan modifikasi skala intensitas penggunaan media sosial yang diungkapkan oleh Ajzen (Frisnawati, 2012) dengan mengubah

beberapa aitem yang disesuaikan dengan kondisi subjek. Skala intensitas penggunaan media sosial dalam penelitian Frisnawati (2012) mempunyai nilai reliabilitas yaitu 0,938. Skala intensitas penggunaan media sosial yang dipakai dalam penelitian ini tersusun dari 20 aitem dengan bentuk aitem *favorable* dan aitem *unfavorable* dengan empat pilihan jawaban yaitu: SS (sangat setuju), S (sesuai), TS (tidak sesuai), dan STS (sangat tidak sesuai). Skor yang diberikan akan berbeda antara aitem *favorable* dan aitem *unfavorable*. Skor pada aitem *favorable* dihitung dari angka 4-1. Jawaban SS (sangat sesuai) akan diberikan nilai 4, S (sesuai) diberikan nilai 3, TS (tidak sesuai) diberikan nilai 2, dan STS (sangat tidak sesuai) diberikan nilai 1. Sebaliknya, untuk aitem *unfavorable* skor bergerak dari angka 1-4. Jawaban SS (sangat sesuai) diberikan nilai 1, S (sesuai) diberikan nilai 2, TS (tidak sesuai) diberikan nilai 3, dan STS (sangat tidak sesuai) diberi skor 4.

Tinggi rendahnya durasi penggunaan media sosial didasarkan pada kategori menurut Juditha (2011) yang mana dikategorikan tinggi apabila penggunaannya mencapai lebih dari 3 jam per hari dan dikategorikan rendah apabila hanya 1-3 jam per hari. Kategori frekuensi penggunaan media sosial juga dibagi menjadi dua, yaitu tinggi apabila penggunaannya lebih dari 4 kali dalam sehari dan rendah apabila penggunaannya hanya 1-4 kali per hari.

Tabel 2. Blueprint Intensitas Penggunaan Media Sosial

No.	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Perhatian	3	2	5
2.	Penghayatan	3	2	5
3.	Durasi	3	2	5
4.	Frekuensi	3	2	5
	Total	12	8	20

E. Validitas, Uji Daya Beda Aitem, dan Estimasi Koefisien Reliabilitas

1. Validitas

Merupakan sebuah tingkat yang menunjukkan kevalidan suatu instrumen. Kevalidan sebuah data dinyatakan jika terjadi kecocokan antara data yang dikumpulkan oleh peneliti dengan data yang terjadi sebenarnya di lapangan (Sugiyono, 2013).

Uji validitas yang digunakan adalah validitas isi atau *content validity* yang memperlihatkan apa saja aitem-aitem dalam alat ukur yang telah meliputi seluruh aspek dalam penelitian dan tingkat kesesuaiannya. Uji validitas isi harus dilakukan oleh pendapat ahli (*expert judgement*) yaitu dosen pembimbing skripsi bukan atas penilaian peneliti sendiri (Azwar, 2012)..

2. Uji Daya Beda Aitem

Tujuan dilakukannya uji daya beda aitem yaitu untuk melihat seberapa kemampuan aitem dalam membedakan individu atau kelompok individu yang tidak mempunyai karakter dengan yang mempunyai karakter yang diukur (Azwar, 2012). Aitem dinyatakan berdaya beda aitem tinggi jika mempunyai nilai koefisien korelasi $r \geq 0,30$, tetapi jika aitem yang berdaya beda tinggi jumlahnya masih belum mencukupi yang diharapkan, maka nilai koefisien korelasi dapat diturunkan menjadi 0,25 (Azwar, 2012).

3. Reliabilitas

Kata reliabilitas berasal dari bahasa Inggris yaitu *reliable* yang memiliki arti dapat dipercaya (Arikunto, 2009). Reliabilitas dimanfaatkan untuk mengetahui kestabilan hasil pengukuran (Supratiknya, 2014). Instrumen dinyatakan reliabel jika menghasilkan data yang relatif sama setelah digunakan berkali-kali pada obyek yang sama. Azwar (2015) mengungkapkan bahwa instrumen yang reliabel merupakan tanda bahwa instrumen ukur tersebut berkualitas baik.

Koefisien *Alpha Cronbach* dimanfaatkan dalam penelitian ini untuk memperoleh penghitungan konsistensi internal aitem-aitem pada alat ukur. Koefisien reliabilitas berada di antara angka 0 sampai 1,00. Semakin dinyatakan reliabel semakin mendekati angka 1,00, begitupun sebaliknya.

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS 25.0 *for windows*.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah tahapan sesuai terkumpulnya data dari seluruh sampel penelitian atau sumber lain (Sugiyono, 2013). Peneliti menggunakan teknik analisis parametrik dengan uji korelasi *Product Moment* dalam penelitian ini guna mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan FoMO. Data yang terkumpul kemudian diolah dengan aplikasi SPSS 25.0 *for windows*.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Orientasi Kacah dan Persiapan Penelitian

1. Orientasi Kacah Penelitian

Adalah langkah pertama yang perlu diperhatikan sebelum kegiatan penelitian dimulai. Tujuannya agar penelitian dapat berjalan dengan efektif sesuai dengan yang telah di persiapkan. Langkah pertama yang dikerjakan dalam orientasi kacah ialah dengan mengadakan studi lapangan dalam bentuk wawancara kepada siswa SMP N X.

Penelitian dilakukan di SMP N X. SMP N X dibangun sejak tahun 1973 yang berlokasi di Jalan Raya Kepandean, Kecamatan Dukuhturi, Kabupaten Tegal. SMP N X mempunyai rombongan belajar sebanyak 27 kelas dengan jumlah total keseluruhan siswa sebanyak 847 siswa dan jumlah pengajar sebanyak 43 guru. Adapun fasilitas didalamnya, yaitu 3 ruang laboratorium serta 1 perpustakaan.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan FoMO pada siswa SMP N X. Peneliti memilih SMP N X sebagai tempat penelitian berdasarkan pertimbangan-pertimbangan berikut:

- a. Ada fenomena terkait FoMO di SMP N X
- b. Kondisi subjek sesuai dengan fenomena yang akan diteliti.
- c. Jumlah siswa memenuhi syarat untuk menjadi subjek penelitian.
- d. Pihak yang bersangkutan bersedia untuk dijadikan sebagai subjek penelitian.
- e. Belum ada penelitian yang dilakukan dengan tema yang sama di SMP N X.

2. Persiapan Penelitian

Penelitian membutuhkan beberapa persiapan yang matang agar tidak menimbulkan kesalahan saat penelitian berlangsung. Persiapan penelitian terdiri dari beberapa tahap diantaranya, yaitu :

a. Persiapan Perizinan

Langkah pertama sebelum memulai penelitian, peneliti harus mengusulkan pembuatan surat izin penelitian yang dikeluarkan oleh Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Peneliti kemudian mendapatkan balasan surat izin penelitian dengan nomor surat 151/C.1/Psi-SA/II/2022. Surat izin yang sudah diterima kemudian peneliti serahkan kepada kepala sekolah SMP N X. Setelah mendapatkan izin, peneliti diarahkan untuk menemui guru Bimbingan Konseling untuk mengatur jadwal *try out* dan juga penelitian.

b. Penyusunan Alat Ukur

Skala atau alat ukur dimanfaatkan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian. Skala tersusun dari beberapa pernyataan dengan 4 pilihan jawaban sebagai data penelitian. Skala yang dipakai ialah skala FoMO dan skala intensitas penggunaan media sosial.

Skala tersusun dari aitem *favorable* dan aitem *unfavorable*. Aitem *favorable* adalah aitem dengan pernyataan yang memihak variabel yang akan diungkap dalam penelitian sedangkan aitem *unfavorable* merupakan aitem kebalikan dari aitem *favorable*, yaitu tidak memihak variabel yang akan diungkap dalam penelitian. Skala ini menyediakan empat alternatif jawaban, yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS) dan STS (Sangat Tidak Sesuai).

Penilaian aitem *favorable* dihitung dari angka 4 sampai 1. Pilihan SS akan diberikan nilai 4, pilihan S diberikan nilai 3, pilihan TS diberikan nilai 2, dan pilihan STS akan diberikan skor 1. Untuk penilaian aitem *unfavorable* akan bergerak dari angka kebalikannya, yaitu pilihan SS untuk nilai 1, pilihan S diberi nilai 2, pilihan TS diberi nilai 3, dan pilihan STS diberi nilai 4.

1) Skala *Fear of Missing Out*

Penyusunan skala FoMO didasarkan pada 3 aspek menurut Przybylski (2013) yang terdiri dari rasa takut, rasa cemas, serta rasa khawatir. Skala FoMO diuji cobakan dalam bentuk *favorable* sejumlah 19 pernyataan. Distribusi sebaran nomor aitem skala dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 3. Distribusi Sebaran Nomor Aitem Skala *Fear of Missing Out*

Aspek	Jumlah aitem		Jumlah
	<i>Favorable</i>		
1 Rasa takut	1, 2, 3, 9, 10, 15, 16		7
2 Rasa cemas	4, 7, 8, 11, 14, 17		6
3 Rasa khawatir	5, 6, 12, 13, 18, 19		6
Total			19

2) Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

Penyusunan skala intensitas penggunaan media sosial didasarkan pada 4 aspek menurut Ajzen (Frisnawati, 2012) yaitu, perhatian, penghayatan, durasi dan frekuensi. Skala ini kemudian diuji cobakan sebanyak 20 pernyataan yang tersusun dari 12 pernyataan *favorable* dan 8 pernyataan *unfavorable*. Distribusi sebaran nomor aitem skala dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. Distribusi Sebaran Nomor Aitem Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

Aspek	Jumlah aitem		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1 Perhatian	1, 2, 19	18, 9	5
2 Penghayatan	3, 10, 11	4, 17	5
3 Durasi	5, 15, 20	6, 12	5
4 Frekuensi	7, 13, 14	8, 6	5
Total			20

c. Uji Coba Alat Ukur

Uji coba berlangsung pada tanggal 21 Februari 2022 dengan melibatkan siswa kelas VII (C, E, F, G, I) dan siswa kelas VIII (B, D, F, H). Subjek uji coba berjumlah sebanyak 120 siswa. Pelaksanaan uji coba berlangsung secara daring dengan menyebarkan link *Google form*

pada grup Bimbingan Konseling masing-masing kelas. Skala uji coba tersebut dapat diakses melalui link <https://bit.ly/35dG0Ff>. Hasil dari skala kemudian dianalisis dengan bantuan program SPSS *for Windows Release* versi 25.0 untuk melihat nilai daya beda aitem dan reliabilitasnya.

d. Uji Daya Beda Aitem

Untuk melihat perbedaan antara individu yang mempunyai karakter dan yang tidak mempunyai karakter yang ditentukan maka perlu dilakukan pengecekan berupa uji daya beda aitem dan koefisien reliabilitas.

Aitem dikatakan layak apabila memiliki daya beda dengan koefisien reliabilitas ≥ 30 . Bila aitem yang berdaya beda tinggi jumlahnya masih belum memenuhi yang diharapkan, Azwar (2012) meringankan dengan menurunkan koefisien korelasi menjadi 0,25. Hasil pengujian daya beda aitem dan reliabilitas masing-masing skala dapat dilihat pada uraian sebagai berikut :

1) Skala *Fear of Missing Out*

Skala FoMO yang tersusun dari 19 aitem terdapat 18 aitem yang mempunyai daya beda tinggi dengan rentang angka 0,324 hingga 0,622. Aitem berdaya beda rendah berada pada angka 0,246. Koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* skala didapati nilai korelasi yaitu 0,889 yang artinya skala dikatakan *reliable*. Penghitungan selengkapnya dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5. Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi Skala *Fear of Missing Out*

Aspek	Jumlah aitem	Jumlah
	<i>Favorable</i>	
Rasa takut	1*, 2, 3, 9, 10, 15, 16	7
Rasa cemas	4, 7, 8, 11, 14, 17	6
Rasa khawatir	5, 6, 12, 13, 18, 19	6
Total	19	19

Keterangan (*) nomor berdaya beda aitem rendah

2) Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

Skala intensitas penggunaan media sosial yang tersusun dari 20 pernyataan terdapat 12 pernyataan yang mempunyai daya beda tinggi dengan rentang angka 0,357 hingga 0,645 serta terdapat 8 pernyataan dari 20 pernyataan yang mempunyai daya beda rendah dengan rentang angka 0,024 hingga 0,264. Koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* skala diperoleh nilai korelasi yaitu 0,839 yang artinya alat ukur dikatakan *reliable*. Penghitungan selengkapnya dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 6. Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

Aspek	Jumlah aitem		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Perhatian	1, 2, 19*	18*, 9*	5
Penghayatan	3*, 10, 11	4*, 17*	5
Durasi	5, 15, 20	6, 12*	5
Frekuensi	7, 13, 14	8*, 16	5
Total	12	8	20

Keterangan (*) nomor berdaya beda aitem rendah

e. Penomoran Ulang

Setelah melakukan uji coba penelitian, terdapat beberapa aitem yang berdaya beda rendah sehingga perlu dihilangkan. Untuk menghasilkan skala yang valid maka dilakukan penyusunan kembali aitem-aitem alat ukur penelitian dengan cara penomoran ulang. Berikut susunan penomoran baru pada skala FoMO dan skala intensitas penggunaan media sosial :

Tabel 7. Sebaran Aitem Skala *Fear of Missing Out* dengan Nomor Baru

Aspek	Jumlah aitem		Jumlah
	<i>Favorable</i>		
Rasa takut	2 (1), 3 (2), 9 (8), 10 (9), 15 (14), 16 (15)		6
Rasa cemas	4 (3), 7 (6), 8 (7), 11 (10), 14 (13), 17 (16)		6
Rasa khawatir	5 (4), 6 (5), 12 (11), 13 (12), 18 (17), 19 (18)		6
Total	18		18

Keterangan () nomor baru aitem pada skala penelitian

Tabel 8. Sebaran Aitem Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Nomor Baru

Aspek	Jumlah aitem		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Perhatian	1 (1), 2 (2)	-	2
Penghayatan	10 (6), 11 (7)	-	2
Durasi	5 (3), 15 (10), 20 (12)	6 (4)	4
Frekuensi	7 (5), 13 (8)	16 (11)	4
Total	10	2	12

Ket. () Nomor baru aitem pada skala penelitian

B. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian berlangsung pada tanggal 04 Maret 2022 dengan melibatkan siswa kelas VII (A, B, D, H) dan siswa kelas VIII (A, C, E, G, I) berdasarkan teknik *cluster random sampling*. Subjek yang terlibat berjumlah sebanyak 242 siswa. Penelitian berlangsung secara daring dengan bantuan *Google form* yang dapat diakses melalui link <https://bit.ly/3qW3cQG> dengan membagikan link tersebut pada masing-masing grup kelas Bimbingan Konseling.

Tabel 9. Sebaran Data Demografi Subjek Penelitian

No	Karakteristik	Frekuensi	Presentase	Total
1.	Kelas			
	a. VII A	25	10,3%	242
	b. VII B.	28	11,6%	
	c. VII D	26	10,7%	
	d. VII H	27	11,1%	
	e. VIII A	26	10,7%	
	f. VIII C	29	12,0%	
	g. VIII E	28	11,6%	
	h. VIII G	27	11,1%	
	i. VIII I	26	10,7%	
2.	Usia			
	a. 12 Tahun	38	15,7%	242
	b. 13 Tahun	117	48,3%	
	c. 14 Tahun	82	33,9%	
	d. 15 Tahun	5	2,1	
3.	Jenis kelamin			
	a. Laki-laki	107	44,2%	242
	b. Perempuan	135	55,8%	
4.	Media sosial yang sering digunakan			
	a. Instagram	149	17,4%	100%
	b. WhatsApp	227	26,5%	
	c. YouTube	185	21,6%	
	d. Tiktok	156	18,2%	
	e. Facebook	72	8,4%	
	f. Telegram	44	5,1%	
	g. LINE	0	0%	
	h. Twitter	22	2,6%	

C. Analisis Data dan Hasil Penelitian

Langkah berikutnya yaitu analisis data. Data yang sudah dikumpulkan selanjutnya dianalisis dengan melakukan uji asumsi berupa uji normalitas dan uji linearitas.

1. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Tujuan adanya uji normalitas yaitu untuk melihat apakah data penelitian mempunyai distribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini uji normalitas yang digunakan adalah *One-Sample Kolmogorov-*

Smirnov. Data dapat dikatakan mempunyai distribusi normal jika taraf signifikansinya $> 0,05$. Hasil pengujian normalitas kedua variabel dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 10. Tabel Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk			Ket.
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.	
FoMO	0,095	242	0,000	0,970	242	0,000	Tidak Normal
Intensitas	0,087	242	0,000	0,978	242	0,000	Tidak Normal

Berdasarkan hasil uji normalitas, dapat diketahui bahwa kedua variabel tidak berdistribusi normal karena taraf signifikan atau p kedua variabel yaitu 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05.

Ada beberapa faktor atau alasan yang menyebabkan data tidak berdistribusi normal, yaitu : data dapat bersumber dari hal lain yang tidak dikenali, terdapat satu atau lebih penyimpangan (*outlier*) yang kemungkinan berpengaruh pada hasil uji normalitas yang tidak normal, data yang *extream* dan nilai mendekati nol (Widhiarso, 2012).

b. Uji linearitas

Tujuan dilakukannya uji lineritas yaitu untuk melihat apakah variabel FoMO dan variabel intensitas penggunaan media sosial berhubungan secara linier atau tidak. Apabila data mempunyai signifikansi $\leq 0,05$, maka dapat dinyatakan berhubungan secara linier.

Hasil uji lineritas antara variabel FoMO dengan variabel intensitas penggunaan media sosial didapati nilai F_{linier} yaitu 0,773 dengan taraf signifikansi 0,757 ($p > 0,05$). Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel FoMO dan intensitas penggunaan media sosial tidak berhubungan secara linier.

2. Uji Hipotesis

Pada penelitian ini, uji hipotesis yang digunakan adalah uji korelasi dengan statistik non parametrik yaitu uji korelasi *Spearman Rho*. Uji korelasi tersebut dilakukan karena kedua variabel tidak berdistribusi

normal. Pada tabel dibawah ini dapat dilihat hasil uji korelasi *Spearman Rho* sebagai berikut :

Tabel 11. Uji Korelasi Spearman

		FoMO	Intensitas
Spearman's rho	FoMO	Correlation	1,000
		Coefficient	,380**
		Sig. (2-tailed)	0,000
		N	242
	Intensitas	Correlation	,380**
		Coefficient	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,000
		N	242

Pada tabel di atas menunjukkan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) dan nilai korelasinya yaitu 0,380. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa ada hubungan yang positif antara variabel intensitas penggunaan media sosial dengan variabel FoMO. Artinya, ketika tingkat intensitas penggunaan media sosial tinggi maka tingkat FoMO yang dimiliki seseorang juga tinggi dan begitupun sebaliknya, rendahnya tingkat intensitas penggunaan media sosial menunjukkan rendahnya tingkat FoMO yang dimiliki seseorang. Dengan begitu, hipotesis yang peneliti ajukan diterima.

D. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi data dilakukan dengan tujuan untuk menyajikan data terkait skor skala di setiap kelompok subjek yang telah diteliti. Kegunaan lain dari deskripsi data juga untuk memberikan keterangan mengenai kondisi subjek terhadap suatu variabel penelitian. Azwar (2013) membuat norma kategorisasi untuk mendudukan subjek kedalam kelompok yang terpisah dengan tahap yang telah ditentukan sesuai pengukuran atribut. Dibawah ini norma kategorisasi yang digunakan :

Tabel 12. Norma Kategorisasi Skor

Rentang Skor		Kategorisasi	
$\mu + 1.5 \alpha$	<	X	Sangat Tinggi
$\mu + 0.5 \alpha$	$< X \leq$	$\mu + 1.5 \alpha$	Tinggi
$\mu - 0.5 \alpha$	$< X \leq$	$\mu + 0.5 \alpha$	Sedang
$\mu - 1.5 \alpha$	$< X \leq$	$\mu - 0.5 \alpha$	Rendah
X	\leq	$\mu - 1.5 \alpha$	Sangat Rendah

Keterangan :

μ : Mean hipotetik

α : Standar Deviasi Hipotetik

1. Deskripsi Data Skor *Fear of Missing Out*

Skala FoMO tersusun dari 18 aitem yang mempunyai daya beda tinggi. Skor bergerak dari angka 4 sampai 1 pada masing-masing aitem. Subjek kemungkinan memperoleh skor terendah dalam skala pengukuran ini adalah 18 yang berasal dari (18x1) dan skor tertinggi yaitu 72 yang berasal dari (18x4). Rentang skor skala yaitu 54 yang berasal dari (72-18), dengan *mean* hipotetik sebesar 45 yang berasal dari ((18+72):2) dan standar deviasi hipotetik sebesar 9 yang berasal dari ((72-18):6).

Deskripsi untuk skor empirik dari hasil penelitian didapati skor minimum yaitu 20, skor maksimal yaitu 62, *mean* empirik yaitu 38,5 dan standar deviasi empirik yaitu 6,9. Berikut adalah tabel deskripsi skor skala FoMO:

Tabel 13. Deskripsi Skor Skala *Fear of Missing Out*

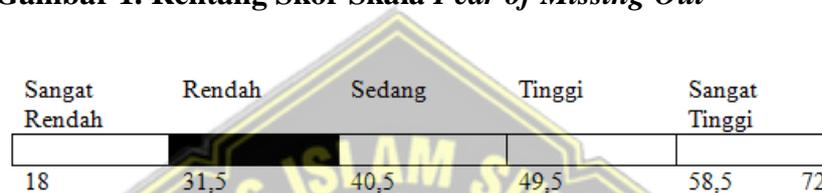
	Empirik	Hipotetik
Skor Minimum	20	18
Skor Maksimum	62	72
<i>Mean</i> (M)	38,5	45
Standar Deviasi (SD)	6,9	9

Berdasarkan norma kategorisasi pada skala FoMO, didapati *mean* empirik yaitu 38,5, sedangkan *mean* hipotetik yaitu 45. Hasil ini menandakan bahwa skor *mean* empirik yang diperoleh termasuk kategori rendah. Berikut tabel kategorisasi nilai subjek skala FoMO :

Tabel 14. Kategorisasi Skor Subjek pada Skala *Fear of Missing Out*

Norma		Kategori	Jumlah	Presentase	
58,5	<	72	Sangat Tinggi	2	0,8%
49,5	< X ≤	58,5	Tinggi	11	4,5%
40,5	< X ≤	49,5	Sedang	72	29,8%
31,5	< X ≤	40,5	Rendah	129	53,3%
18	≤	31,5	Sangat Rendah	28	11,6%
Total			242	100%	

Dari rincian tabel di atas, dapat dilihat bahwa subjek dengan jumlah terbanyak, yaitu 129 siswa berada pada kategori rendah dengan rentang nilai 31,5 s/d 40,5.

Gambar 1. Rentang Skor Skala *Fear of Missing Out*

2. Deskripsi Data Skor Intensitas Penggunaan Media Sosial

Skala intensitas penggunaan media sosial tersusun dari 12 aitem yang mempunyai daya beda tinggi. Skor bergerak dari angka 4 sampai 1 pada masing-masing aitem. Subjek kemungkinan memperoleh skor terendah dalam skala pengukuran ini adalah 12 yang berasal dari (12×1) dan skor tertinggi yaitu 48 yang berasal dari (12×4) . Rentang skor skala yaitu 36 yang berasal dari $(48 - 12)$, *mean* hipotetik yaitu 30 yang berasal dari $((12 + 48) : 2)$ dan standar deviasi hipotetik yaitu 6 yang berasal dari $((48 - 12) : 6)$.

Deskripsi untuk skor empirik dari hasil penelitian diperoleh skor minimum yaitu 12, skor maksimal yaitu 40, *mean* empirik yaitu 29,6 dan standar deviasi empirik yaitu 5,3. Berikut adalah tabel deskripsi skor skala intensitas penggunaan media sosial :

Tabel 15. Deskripsi Skor Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

	Empirik	Hipotetik
Skor Minimum	12	12
Skor Maksimum	40	48
Mean (M)	29,6	36
Standar Deviasi (SD)	5,3	6

Berdasarkan norma kategorisasi pada skala intensitas penggunaan media sosial, didapati *mean* empirik yaitu 38,5, sedangkan *mean* hipotetik yaitu 45. Hal ini menandakan bahwa skor *mean* empirik yang diperoleh termasuk kategori rendah. Berikut tabel kategorisasi nilai subjek skala intensitas penggunaan media sosial :

Tabel 16. Kategorisasi Skor Subjek pada Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

	Norma	Kategori	Jumlah	Presentase
45	< 48	Sangat Tinggi	0	0%
39	< X ≤ 45	Tinggi	8	3,3%
33	< X ≤ 39	Sedang	67	27,7%
27	< X ≤ 33	Rendah	95	39,3%
12	≤ 27	Sangat Rendah	72	29,7%
Total			242	100%

Dari rincian tabel di atas, dapat dilihat bahwa subjek dengan jumlah terbanyak, yaitu 95 siswa berada pada kategori rendah dengan rentang nilai 27 s/d 33.

Gambar 2. Rentang Skor Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

E. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan guna menguji apakah terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan FoMO pada siswa SMP N X. Berdasarkan hasil uji korelasi *Spearman Rho* yang telah dilakukan dapat diketahui nilai korelasi $r_{xy} = 0,380$ dengan taraf signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Ini berarti ada hubungan yang positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan FoMO dimana tingginya tingkat intensitas penggunaan media sosial seseorang

dapat menunjukkan tingginya tingkat FoMO yang dialami seseorang. Begitupun sebaliknya, tingkat intensitas penggunaan media sosial yang rendah dapat menunjukkan rendahnya tingkat FoMO yang dialami seseorang.

Hasil skor variabel menunjukkan bahwa variabel intensitas penggunaan media sosial dan variabel FoMO pada siswa SMP N X berada pada kategori rendah. Hasil yang rendah ini menandakan bahwa tidak ada fenomena FoMO yang terjadi pada siswa SMP N X. Artinya, siswa masih merasa nyaman tanpa kecemasan yang berarti saat dirinya tertinggal dari orang-orang sekitarnya. Siswa juga mampu memilah mana tren yang perlu diikuti dan mana yang tidak sehingga siswa tidak sampai mengalami FoMO. Przybylski, dkk (2013) mengungkapkan individu dengan FoMO rendah berarti tidak mudah mengalami kecemasan sebagai respon individu terhadap sesuatu yang tidak menyenangkan saat terhubung atau tidak terhubung pada suatu peristiwa atau pengalaman atau perbincangan dengan orang lain.

Penggunaan media sosial yang rendah juga menandakan bahwa siswa masih mampu mengontrol diri dalam menggunakan media sosial sehingga tidak sampai pada taraf berlebihan. Hasil skor yang rendah ini dapat disebabkan oleh cakupan aitem yang masih terlalu luas sehingga kurang spesifik dalam mengungkap variabel FoMO dan variabel intensitas penggunaan media sosial yang terjadi pada siswa SMP N X.

Fenomena FoMO dijelaskan melalui teori *self determination* oleh Deci & Ryan dalam penelitian Przybylski, dkk (2013) dimana kepuasan kebutuhan psikologis berpengaruh terhadap FoMO. Kebutuhan psikologis tersebut diantaranya yaitu otonomi, kompetensi, dan keterkaitan. Kebutuhan keterkaitan ini adalah kebutuhan dimana individu mempunyai keinginan untuk terhubung atau terkoneksi dengan individu lain dan berharap dapat tergabung atau menjadi anggota dalam sebuah kelompok tertentu. Salah satunya caranya yaitu dengan memanfaatkan keberadaan media sosial. Kemunculan fenomena FoMO memang sering kali dikaitkan dengan berbagai macam faktor yang mempengaruhinya. Abel dkk (2016) menyatakan bahwa fenomena FoMO tidak jauh adanya dari peran media sosial. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Przybylski,

dkk (Sianipar dan Kaloeti, 2019) menjelaskan bahwa faktor yang paling dekat hubungannya dengan FoMO adalah kesalahan penggunaan ponsel dan media sosial yang berlebihan. Kehadiran media sosial yang sulit dipisahkan dari kehidupan manusia semakin menguatkan keinginan seseorang untuk terus aktif di media sosial baik untuk mencari informasi terbaru maupun untuk mengetahui aktivitas yang tengah dikerjakan oleh individu lain.

Seseorang cenderung akan menghabiskan banyak waktunya di media sosial karena media sosial menjadi wadah yang mudah untuk diakses dan pusat bagi orang-orang yang *update* untuk mencari tahu aktivitas terkini yang sedang dilakukan oleh orang lain. Tersedianya informasi dari media sosial memungkinkan individu untuk mengetahui aktivitas apa saja yang sedang dilakukan oleh orang lain di setiap waktu. Penggunaan media sosial dengan intensitas tinggi dapat memunculkan perasaan dan emosi negatif seperti iri dan selalu membandingkan diri dengan orang lain setelah melihat berbagai postingan orang lain yang memamerkan kehidupannya yang dianggapnya lebih menyenangkan. Tingginya tingkat intensitas penggunaan media sosial membuat individu mempunyai kesadaran yang lebih tinggi tentang kegiatan sosial yang dilewatkannya sehingga berusaha mengikuti apa yang dilakukan oleh orang lain agar tidak ketinggalan. Seseorang yang semakin banyak menghabiskan waktunya di media sosial, semakin membuka peluang seseorang untuk merasakan FoMO. Fakta bahwa intensitas penggunaan media sosial berakibat pada munculnya FoMO diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan Przybylski, dkk (2013) yang menemukan bahwa individu yang mengalami FoMO adalah mereka yang menggunakan media sosial yang berlebihan, seperti sesaat setelah bangun tidur, saat makan, bahkan saat berkendara.

Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zahra (2019) yang menyimpulkan bahwasannya terdapat korelasi positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan FoMO pada mahasiswa. Penelitian tersebut menggunakan subjek sebanyak 400 mahasiswa di kota Medan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antar variabel dengan nilai korelasi yang didapat yaitu 0,621.

Pujiastutik dan Rini (2021) juga melakukan penelitian dengan topik yang sama yang menyimpulkan bahwa ada korelasi positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan FoMO pada remaja. Penelitian tersebut melibatkan subjek sebanyak 105 remaja di Kecamatan Wonodadi, Blitar dengan hasil korelasi sebesar 0,412.

Dalam penelitian ini didapati informasi terkait media sosial yang paling sering digunakan oleh siswa. Posisi pertama ditempati oleh media sosial WhatsApp dengan persentase 26,5%, posisi kedua ditempati oleh media sosial YouTube dengan persentase 21,6%, dan posisi ketiga adalah Tiktok dengan persentase 18,2%. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa WhatsApp, YouTube, dan Tiktok adalah media sosial yang paling berperan terhadap FoMO yang dialami siswa SMP N X dibandingkan dengan media sosial yang lainnya.

Berdasarkan hasil data deskripsi skor, level FoMO pada penelitian ini berada dalam kategori rendah yang mana skor empiriknya sebesar 38,5. Artinya, subjek masih merasa nyaman tanpa adanya kecemasan yang berarti ketika tidak mengetahui aktivitas yang tengah dikerjakan oleh individu lain. Tidak berbeda jauh, tingkat intensitas penggunaan media sosial dalam penelitian ini juga berada dalam kategori rendah dimana skor empirik yang diperoleh sebesar 29,6, artinya subjek dapat mengatur waktu ketika menggunakan media sosial sehingga tidak sampai ke taraf berlebihan.

Intensitas penggunaan media sosial berkontribusi sebanyak 16% terhadap FoMO. Hal ini berdasarkan nilai koefisiensi determinasi (r^2) yaitu 0,164, sedangkan 84% berasal dari faktor-faktor lain.

F. Kelemahan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa terdapat kelemahan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Adanya ketidaksesuaian antara hasil penelitian dengan hasil studi pendahuluan.
2. Peneliti tidak dapat mengontrol kesungguhan subjek saat mengisi kuesioner karena pengambilan data dilakukan secara online.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah diuraikan dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis penelitian ini diterima, yaitu adanya hubungan positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan FoMO pada siswa SMP N X. Artinya, ketika tingkat intensitas penggunaan media sosial meningkat maka tingkat FoMO yang dimilikinya juga meningkat, begitupun sebaliknya ketika tingkat intensitas penggunaan media sosial seseorang itu rendah maka FoMO yang dimilikinya juga berada di tingkat yang rendah. Kontribusi intensitas penggunaan media sosial dalam FoMO adalah sebesar 16% sehingga 84% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

B. Saran

Peneliti mencoba memberikan beberapa saran berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diantaranya :

1. Bagi Subjek Penelitian

Diharapkan siswa dapat mempertahankan tingkat intensitasnya dalam penggunaan media sosial yang sudah dalam kategori rendah dengan cara membatasi diri dari penggunaan media sosial dan melakukan banyak kegiatan positif di kehidupan nyata sehingga tidak menimbulkan dampak negatif seperti penggunaan media sosial yang berlebihan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan topik yang serupa dengan memfokuskan pada jenis media sosial yang digunakan.
- b. Peneliti selanjutnya dapat meneliti FoMO dengan variabel lain selain intensitas penggunaan media sosial, seperti kecanduan media sosial, kontrol diri, harga diri, dan regulasi diri.

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 & Economic Research (JBER)*, 14(1), 33-34. <https://doi:10.19030/jber.v14i1.9554>
- Akbar, R. S., Aulya, A., Apsari, A., & Sofia, L. (2018). Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FOMO) pada Remaja Kota Samarinda. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 7(2), 38-47. <https://doi:10.30872/psikostudia.v7i2.2404>
- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111–119. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.057>
- Alwisol. (2014). *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM Press.
- Ambarita, W. N. (2017). Fear of Missing Out Ditinjau dari Tipe Kepribadian Ekstrovert dan Introvert. *Skripsi Fakultas Ilmu Pendidikan*, 22-24.
- Ardari, C. S. (2016). Pengaruh Kepercayaan Diri terhadap Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Remaja Awal. *Skripsi Fakultas Psikologi*, 1-48.
- Ardianto. (2004). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2009). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2013). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2012). Reliabilitas Sosial pada Remaja. *Jurnal Psikologi Sains dan Profesi*, 2(3), 208-215. <https://doi.org/10.24198/jpsp.v2i3.18741>
- Chaplin, J. (2011). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- 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>
- Ellison, N. B., Steinfield, C. W., & Lampe, T. (2007). The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated communication*, 12(4), 1143-1168. <https://doi:10.1111/i.1083-6101-2007.00367.x>
- Fathadhika, S., & AFriani. (2018). Social Media Engagement sebagai Mediator antara Fear of Missing Out dengan Kecanduan Media pada Remaja. *Jurnal Psikologi Sains dan Profesi*, 2(3), 208-215. <https://doi.org/10.24198/jpsp.v2i3.18741>

- Fauzi, D. A. (2015). Hubungan Intensitas Penggunaan Situs Jejaring Sosial dengan Empati pada Remaja Siswa Kelas XI SMA Negeri 10 Pekanbaru. *Skripsi Fakultas Psikologi*, 9-26.
- Frisnawati, A. (2012). Hubungan antara Intensitas Menonton Reality Show dengan Kecenderungan Perilaku Prososial pada Remaja. *Jurnal Empathy*, 1(1), 47-58.
- Fuster, H., Chamarro, A., & Oberst, U. (2017). Fear of Missing Out, Online Social Networking and Mobile Phone Addiction: A Latent Profile Approach. *Aloma*, 35(1), 23-30. <https://doi:10.51698/aloma.2017.35.1.22-30>
- Hidayatun, U. (2015). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Dukungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas XI SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2014/2015. *Skripsi Fakultas Ilmu Pendidikan*, 30-40. <http://eprints.uny.ac.id/eprint/26172>
- Ine, B., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). "I don't want to miss a thing": Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social need, Facebook use, and Facebook related stress. *Computer in Human Behavior*, 64, 1-8, <https://doi:10.1016/j.chb.2016.05.083>
- Intelligence, J. (2012). JWT: Fear of Missing Out (FoMO). Retrieved from http://www.jwtintelligence.com/wp-content/uploads/2012/03F_JWT_FoMO_update_3.21.12.pdf
- Katadata. (2020). *10 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia*. Retrieved from <http://databoks.katadata.co.id>
- Manning, A., (2016). *Teens are crippled by social media-fueled FoMO*. Retrieved from <https://www.vocativ.com/329926/teen-social-media-fomo/index.html>
- 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/10.37048/kesehatan.v9i1.123>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. *Journal Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Pujiastutik, S. W., & Rini, A. S. (2021). Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Remaja. *Skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah*. <http://repo.uinsatu.ac.id/id/eprint/23707>

- Reagle, J. (2015). Following the Joneses: FOMO and Conspicuous Sociality. *First Monday*, 20(10). <https://doi.org/10.5210/fm.v20i10.6064>
- Rinjani, H., & Firmanto, A. (2013). Kebutuhan Afiliasi dengan Facebook pada Remaja. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 1(1), 76-. <https://doi.org/10.22219/jipt.v1i1.1359>
- RSPH. (2017). *#Status of Mind Social Media and Young People's Mental Health and Wellbeing*. Retrieved from Royal Society for Public Health: <https://www.rsph.org.uk/our-work/campaigns/status-of-mind.html>
- Salehan, M., & Negahban, A. (2013). Social Networking on Smartphones: When Mobile Phones Become Addictive. 29(6), 2632-2639. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.003>
- SANTROCK, J. W. (2012). *LIFE-SPAN DEVELOPMENT Perkembangan Masa Hidup*. Jakarta: Erlangga.
- Sarwono. (2011). *Psikologi Remaja*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Shapiro, L. A., & Margolin, G. (2014). Growing Up Wired: Social Networking Sites and Adolescent Psychosocial Development. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 17(1), 1-8. <https://doi.org/10.1007/s10567-013-0135-1>
- Sianipar, N. A., & Kaloeti, D. V. (2019). Hubungan antara Regulasi Diri dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Mahasiswa Tahun Pertama Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 8(1), 136-143. <https://doi.org/10.14710/empati.2019.23587>
- Siddik, S., Mafaza, M., & Sembiring, L. S. (2020). Peran Harga Diri terhadap Fear of Missing Out pada Remaja Pengguna Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 10(2), 127-138. <https://doi.org/10.26740/jptt.v10n2.p127-138>
- Streep, P. (2013). *Four things teens want and need from social media*. Retrieved Februari 27, 2022 from <https://www.psychologytoday.com>
- Suga, T. A. (2020). Hubungan antara Fear of Missing Out dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Surabaya (UNESA). *Skripsi Fakultas Psikologi*, 1-66. <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/107919>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Teendhuha Ar, A. N. (2018). Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Komunikasi Interpersonal pada Remaja. *Skripsi Fakultas Psikologi*, 1-17

- Tekeng, S. N., & Alsa, A. (2016). Peranan Kepuasan Kebutuhan Dasar Psikologis dan Orientasi Tujuan Mastery Approach terhadap Belajar Berdasar Regulasi Diri. *Jurnal Psikologi UGM*, 43(2), 85-106. <http://doi.org/10.22146/jpsi.22856>
- Wibowo, D. S., & Nurwindasari, R. (2019). Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Regulasi Diri dan Fear of Missing Out. *Prosiding Seminar Nasional & Call Paper Psikologi Sosial 2019*, 323-327. <http://repository.unmuhjember.ac.id/id/eprint/10153>
- Widhiarso, W. (2012). *Tanya Jawab tentang Uji Normalitas*. Retrieved from Buletin Psikologi: <http://widhoarso.staff.ugm.ac.id/wp/tanya-jawab-tentang-uji-normalitas/>
- Zahra, N. (2019). Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Mahasiswa. *Skripsi Fakultas Psikolog*, 1-52.

