

Hubungan antara kecerdasan emosi dan *fear of missing out* dengan intensitas penggunaan media sosial pada remaja akhir

Ridho Abithan Dirgantara

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru No.45 Surabaya

Tatik Meiyuntariningsih

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru No.45 Surabaya

Akta Ririn Aristawati

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru No.45 Surabaya

Email : ridhoabithando406@gmail.com

Abstract

of the factors that influence the high level of social media use is emotional intelligence and Fear Of Missing out. This study aims to determine the relationship between emotional intelligence and fear of missing out with the intensity of social media use in late teens. This study uses quantitative methods. The participants in this study were 74 students of class 10 Science 3 and 10 Social Sciences 1 at The intensity of the use of social media is an activity carried out by a person to be involved in social activities, especially on social media which shows the frequency and duration, this can occur among late teens. One school X aged 16 years with a total of 74 students. The instruments used in this study were the intensity scale of social media use, the fear of missing out scale and the emotional intelligence scale compiled by the researcher. using a Likert scale. The data analysis technique used is multiple linear regression with the help of IBM SPSS Statistics 25. The results of the analysis in this study are: (1) there is no relationship between emotional intelligence and the intensity of social media use in late teens; (2) there is a relationship between fear of missing out and the intensity of social media use in late teens.

Keywords : *Emotional intelligence, Fear of Missing out, Intensity of the use of social media*

Abstrak

Intensitas penggunaan media sosial adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang untuk terlibat dalam aktivitas sosial khususnya di media sosial yang menunjukkan adanya frekuensi dan durasi, hal ini dapat terjadi pada kalangan remaja akhir. Salah satu faktor yang mempengaruhi adanya tingkat penggunaan media sosial yang tinggi adalah kecerdasan emosi dan Fear Of Missing out. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kecerdasan emosi dan fear of missing out dengan intensitas penggunaan media sosial pada remaja akhir. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Partisipan dalam penelitian ini adalah siswa kelas 10 IPA 3 dan 10 IPS 1 di sekolah X berumur 16 tahun sejumlah 74 siswa. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala intensitas penggunaan media sosial, skala fear of missing out dan skala kecerdasan emosi yang disusun oleh peneliti menggunakan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics 25. Hasil analisis dalam penelitian ini yaitu: (1) Tidak terdapat hubungan antara kecerdasan emosi dan intensitas penggunaan media sosial pada remaja akhir; dan (2) Terdapat hubungan antara fear of missing out dengan intensitas penggunaan media sosial pada remaja akhir.

Kata kunci : Kecerdasan emosi, *Fear of Missing out*, intensitas penggunaan media sosial

Pendahuluan

Pada jaman sekarang sering disebut juga masa millennial atau masa perkembangan teknologi dan komunikasi, banyak hal positif yang berdampak khususnya pada aspek komunikasi yaitu kemudahan dalam berkomunikasi secara non verbal antara sesama meskipun dalam jarak yang jauh, hal tersebut karena manusia merupakan makhluk sosial yang artinya seseorang individu tidak dapat hidup sendiri tanpa adanya orang lain. Interaksi sosial adalah hubungan antara individu satu dengan yang lain dan kelompok satu dengan kelompok yang lain (Sarwono, 2013).

Hal ini mendorong individu untuk melakukan aktivitas demi menjaga kualitas hubungan sosial dengan orang lain, dan salah satu cara menjaga kualitas hubungan dengan orang lain adalah komunikasi. Menurut (Koontz & Heinz, 1988) komunikasi adalah proses penyampaian informasi dari individu kepada individu lain melalui sebuah cara tertentu, sehingga individu lain dapat mengerti maksud dari informasi yang disampaikan tersebut. Perkembangan teknologi di jaman sekarang juga mempengaruhi cara berkomunikasi antar individu.

Lee, Soewondo, & Zulkaida (dalam Putra & Marheni, 2015)) mengatakan bahwa berbagai teknologi canggih komunikasi telah berkembang pesat mulai dari perkembangan telepon seluler hingga pada internet yang bertujuan untuk mempermudah individu dalam berkomunikasi. Menurut McClelland terdapat kebutuhan utama manusia salah satunya adalah kebutuhan untuk menjalin hubungan dengan orang lain, yang umumnya sangat berpengaruh ketika berada pada tahap perkembangan remaja (McClelland, 1987).

Hurlock (1991) mengatakan bahwa masa remaja dibagi menjadi dua bagian, yaitu remaja awal dengan umur 13-16 atau 17 tahun dan remaja akhir dengan umur 16 sampai 18 tahun. Menurut Fahrizki dkk (dalam Pratama & Sari, 2021) masa remaja adalah perubahan perkembangan individu dari masa anak-anak menuju dewasa yang meliputi perubahan fisik, kognitif, psikososial dan emosional. Pada saat ini, internet menjadi kebutuhan utama bagi masyarakat di Indonesia karena adanya kemajuan di bidang teknologi, informasi dan komunikasi bahkan sudah menjadi gaya hidup manusia masa kini.

Tanpa kita sadari, internet telah mengubah berbagai macam aspek kebutuhan manusia seperti gaya hidup, kebiasaan, sosial, ekonomi dan budaya kita. Berbagai macam aspek kebutuhan dalam hidup dapat diakses dengan mudah melalui internet seperti komunikasi, bisnis, informasi, hiburan, pendidikan ditambah dengan berbagai aplikasi dan fitur yang disediakan menjadikan pengguna internet terus bertambah secara signifikan.

Data Hootsuite (We are social) bulan Januari 2021 menunjukkan perkembangan trend penggunaan internet dan media sosial di Indonesia yang menyebutkan bahwa pengguna mobile yaitu sebesar 345,3 juta yaitu 125,6% dari jumlah populasi. Pengguna internet sebesar 202,6 juta yaitu 73,7% dari jumlah populasi. Dan pengguna media sosial aktif sebesar 170 juta yaitu 61,8% dari jumlah populasi. Dapat dilihat dari data tersebut, bahwa kehidupan individu tidak dapat lepas dari teknologi. Platform media sosial yang paling banyak di akses Berdasarkan data hootsuite (we are social) adalah youtube sebesar 93,8% dari jumlah populasi, Whatsapp 87,7% dari jumlah populasi, Instagram sebesar 86,6% dari jumlah populasi dan facebook sebesar 85,5% dari jumlah populasi.

Waktu yang digunakan dalam menggunakan media sosial berdasarkan data (hootsuite) yaitu penggunaan internet melalui perangkat apapun 8 jam 52 menit, dan waktu penggunaan media sosial adalah 3 jam 41 menit (Riyanto, 2021). Menurut APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2016) pengguna media sosial sebanyak 129,2 juta orang. Dan Facebook adalah media sosial yang paling banyak

digunakan yaitu sebesar 71,6 juta pengguna, disusul dengan Instagram dan YouTube yang masing-masing berjumlah 19,9 juta pengguna (Indonesia, 2016).

Bulletin (APJII 2016) juga mengatakan, para pengguna ini menggunakan media sosial tersebut kurang lebih 2 jam 54 menit dan 74% mengakses media sosial menggunakan smartphone miliknya (Indonesia, 2016). Data Departemen Komunikasi dan Informasi tahun 2013 menunjukkan 95% orang Indonesia menggunakan internet untuk mengakses media sosial dan pengguna paling banyak adalah remaja usia 10-14 (remaja awal) tahun dan 15-20 tahun (remaja akhir) (Juwita et al., 2015). Hasil survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2019-2020) menyatakan bahwa pertumbuhan pengguna internet di Indonesia mencapai 77,7% dan setiap tahunnya mengalami peningkatan dan presentase umur pengguna internet yang terbesar adalah umur 15-19 tahun yang termasuk dalam golongan remaja (www.apjii.or.id, 2020).

Media sosial adalah media online yang memungkinkan para penggunanya untuk berpartisipasi, saling berbagi dan menciptakan isi di dalamnya (Cahyono, 2016). Media sosial saat ini menjadi sebuah alat komunikasi yang paling banyak digunakan, dan kalangan remaja yang mendominasi angka tingkat penggunaan media sosial. Salah satu alasan remaja saat ini menjadi mayoritas pengguna media sosial adalah mereka lahir dan tumbuh saat era informasi dan digital berkembang pesat (Sugiharto, 2016).

Di dunia digital pada saat ini, salah satu aktivitas paling populer yang banyak dilakukan oleh anak muda yaitu penggunaan media sosial, khususnya jejaring sosial (Kuss & Griffiths, 2017). Hasil survey oleh Deloitte 2014 (dalam Wahyunindya & Silaen, 2021) yang dilaksanakan tahun 2013 bahwa pengguna smartphone terbesar yaitu pada kalangan usia 18-21 tahun yaitu 80% dari semua usia pengguna. Dan survey ini di dukung oleh TNS (Taylor Nelson Sofrens) di Indonesia yaitu sebesar 39% pengguna handphone adalah kalangan remaja berusia 16-21 tahun.

Survey yang dilakukan oleh kominfo bahwa adanya perubahan struktur media sosial di Indonesia mengakibatkan meningkatnya penggunaan ponsel dikalangan anak dan remaja. Dalam survey tersebut dijelaskan bahwa motivasi remaja untuk mengakses internet adalah untuk mencari informasi, terhubung dengan teman lama dan baru, untuk hiburan (Brs, 2014). Walaupun media sosial memberikan banyak kemudahan dalam berkomunikasi, kita tidak boleh lengah karena dapat menyebabkan dampak negatif salah satunya adalah menggunakan media sosial dengan intensitas yang tinggi dan dapat berpengaruh pada kesehatan mental yaitu depresi, kecemasan dan lain sebagainya.

Fakta yang terjadi pada remaja saat ini adalah remaja dalam satu hari menggunakan media sosial lebih dari 4 jam sehari terbukti dari data yang diperoleh peneliti dengan subjek remaja berumur 16-18 tahun berjumlah 30 orang, dan mereka merasa cemas ketika satu hari tidak menggunakan media sosial. Jenis media sosial yang sering di akses adalah WhatsApp, Instagram, TikTok, Facebook dan YouTube. Alasan menggunakan media sosial berdasarkan data yang didapat peneliti adalah untuk mengikuti trend dan mencari hiburan. Remaja ini mayoritas menggunakan smartphone untuk mengakses media sosial. Maka dapat disimpulkan adanya intensitas penggunaan media sosial dikalangan remaja akhir. Jika dilihat dari tujuan penggunaan media sosial, remaja menggunakan media sosial dalam hal pembentukan identitas diri (Wahyunindya & Silaen, 2021). Dalam masa remaja ini individu cenderung ingin merasa bebas dan mencari jati diri. Ketika individu tersebut tidak mendapatkan kebutuhan tersebut dari dunia nyata, maka individu tersebut akan mencari hal tersebut di 4 media sosial dan di dukung dengan banyaknya fitur yang dimiliki media sosial dapat memicu intensitas penggunaan media sosial dikalangan remaja.

Intensitas adalah keadaan tingkatan atau ukuran intensitasnya (Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), n.d.). Intensitas penggunaan media sosial adalah sesuatu bentuk keterlibatan seseorang yang berkaitan dengan aktivitas penggunaan media sosial, sekaligus menggambarkan frekuensi dengan menunjukkan seberapa lama pengguna dalam sekali mengakses media sosial dan seberapa banyak jumlah pertemanan yang dibentuk oleh pengguna (Sandya, 2016).

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial adalah tingkat perhatian dan ketertarikan seseorang dalam menggunakan media sosial dilihat dari kedalaman atau kekuatannya dalam menggunakan media sosial. Faktor yang mempengaruhi penggunaan media sosial menurut Ainiyah (2018) yaitu eksistensi, perhatian, pendapat, menumbuhkan citra, komunikasi dan sosialisasi, ajang untuk berprestasi, menumbuhkan citra dan pelepasan emosi.

Penggunaan media sosial dengan intensitas yang tinggi memberikan dampak yang negative pada lingkungan sosial (social environment) yang mengakibatkan FoMo (Fear Of Missing Out). Przybylski et al. pertama kali menggunakan FoMo di dalam sebuah penelitian ilmiah pada tahun 2013. *Fear of missing out* (FoMO) adalah kekhawatiran yang dialami oleh individu bahwa orang lain melakukan aktivitas yang lebih menyenangkan tanpa dirinya, dimana perasaan itu dipicu pembaharuan (update) aktivitas orang lain melalui media sosial (Przybylski et al., 2013)

Mereka berpendapat bahwa FOMO berasal dari kurangnya kepuasan kebutuhan, seperti kebutuhan akan koneksi sosial, dan penggunaan smartphone memungkinkan orang untuk sering mengunjungi situs jejaring sosial untuk mendapatkan status kehidupan orang yang mereka ikuti, pembaruan, dan hotspot sosial, dan untuk mendapatkan kepuasan dengan melakukannya. FoMO merupakan jenis utama keterikatan bermasalah ke media sosial, dan dikaitkan dengan berbagai pengalaman dan perasaan hidup negatif, seperti kurang tidur, berkurangnya kompetensi hidup, ketegangan emosional, efek negatif pada kesejahteraan fisik, kecemasan dan kurangnya kontrol emosi.

Menurut Alwisol (2019) *Fear of missing out* adalah kondisi seseorang yang disertai dengan munculnya perasaan ketakutan saat kebutuhan psikologis seseorang untuk terhubung dengan orang lainnya tidak terpenuhi, dan ditandai dengan munculnya kecemasan tentang apa yang akan ia lewatkan di sosial media ketika ia tidak memiliki waktu maupun uang yang cukup, atau karena ia memiliki keterbatasan lainnya untuk terus terhubung dengan jaringan internet sepanjang waktu. Menurut Przybylski et al., (2013) menyatakan beberapa fakta mengenai FoMO diantaranya adalah FoMO merupakan kekuatan pendorong dibalik penggunaan internet dan media sosial khususnya, tingkat FoMO tertinggi dialami oleh remaja dan dewasa awal (emerging adulthood).

Tingkat kepuasan yang rendah dalam hidup seseorang dapat memicu FoMo yang tinggi, serta diakibatkan karena terlalu sering mengakses internet ketika sedang melakukan aktivitas yang memerlukan tingkat konsentrasi yang tinggi seperti mengemudi, belajar dikelas, dan masih banyak lagi. Individu yang mengalami FoMo mudah merasa cemas, dan akan terus menerus memakai media sosial jika mereka tahu bahwa mereka melewatkan sebuah berita yang sedang happening. Remaja memiliki kecenderungan untuk mengikuti trend dan mudah terpengaruh oleh lingkungan Nissa dalam Apriyanti, 2020).

Santrock menyatakan bahwa pada masa remaja memiliki hubungan dengan bagaimana seseorang mengendalikan emosi serta dorongan-dorongan yang berasal dari dalam dirinya Santrock dalam Kharisma Bismi Alrasheed & Aprianti, 2016). Dalam hal ini remaja juga mengalami kesulitan dalam hal mengontrol

dirinya. (Przybylski et al., 2013) menyatakan bahwa Fomo seringkali berhubungan dengan masalah emosional individu yang melibatkan media sosial Menurut Ariesta (dalam Kharisma Bismi Alrasheed & Aprianti, 2016) Tingkat kontrol diri seseorang memiliki hubungan dengan tingkat kecerdasan emosional.

Kecerdasan emosi adalah suatu kemampuan seseorang dalam mengendalikan keadaan emosinya, yang didalamnya terdiri dari berbagai kemampuan untuk dapat memotivasi diri sendiri, bertahan menghadapi frustrasi, mengendalikan impulsive needs atau dorongan hati, tidak melebih-lebihkan kesenangan maupun kesusahan, mampu mengatur reactive needs, menjaga agar bebas stress, tidak melumpuhkan kemampuan berfikir dan kemampuan untuk berempati pada orang lain, serta adanya prinsip berusaha sambil berdoa (Daniel Goleman, 2002).

Menurut (Daniel Goleman, 2002) terdapat dua faktor yang mempengaruhi kecerdasan emosi yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri tersebut dan faktor eksternal adalah faktor dari luar individu tersebut. Berdasarkan kajian pada teori dan fenomena yang muncul maka peneliti ingin melihat hubungan kecerdasan emosi dan fomo terhadap intensitas penggunaan media sosial pada remaja akhir.

Metode

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu kecerdasan emosi dan *fear of missing out* sebagai variabel independent, serta intensitas penggunaan media sosial sebagai variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas 10 di SMA X yang berada di kota Sidoarjo sejumlah 219 siswa. Sementara subjek yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah siswa kelas X IPA 3 dan X IPS 1 yang berjumlah 74 siswa yang diambil menggunakan teknik *cluster random sampling* dengan cara *random selection* atau undian. Data subjek diambil secara daring dengan pengisian kuisioner menggunakan gform dan disebarakan pada kelompok terkait. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif kategori korelasional.

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada tiga skala yaitu kecerdasan emosi, *Fear of missing out* dan intensitas penggunaan media sosial. Skala kecerdasan emosi terdapat dalam aspek-aspek dari (Goleman, 2002) meliputi mengenali emosi diri, mengelola emosi, motivasi diri, mengenali emosi orang lain, membina hubungan baik dengan orang lain. Pada skala *fear of missing out* menggunakan aspek dari (Przybylski, 2013) yaitu *relatedness dan self*. Sedangkan pada skala intensitas penggunaan media sosial menggunakan aspek dari (Del Barrio) yaitu perhatian, penghayatan, frekuensi dan durasi. Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda parsial.

Hasil

Hasil tes validitas skala kecerdasan emosi yang terdiri dari 50 aitem, diketahui *index corrected item total correlation* pada sesi ke tiga bergerak dari 0,489 - 0,707 yang memiliki interpretasi yaitu terdapat 30 aitem yang gugur pada sesi terakhir dan menunjukkan *cronbach's alpha* sebesar 0,927. Pada skala *fear of missing out* terdiri dari 30 aitem, diketahui *index corrected item total correlation* pada sesi ke tiga bergerak dari 0,458 - 0,701 yang memiliki interpretasi yaitu terdapat 16 aitem yang gugur pada sesi terakhir dan menunjukkan *cronbach's alpha* sebesar 0,887. Sedangkan, pada skala intensitas penggunaan media sosial

yang terdiri dari 40 aitem diketahui *index corrected item total correlation* pada sesi ke tiga bergerak dari 0,367 - 0,720 yang memiliki interpretasi yaitu terdapat 27 yang gugur pada putaran terakhir dan menunjukkan *cronbach's alpha* sebesar 0,880.

Hasil tes normalitas sebaran data pada variabel intensitas penggunaan media sosial menggunakan *one sample kolmogrov smirnov* di dapatkan signifikansi $p=0,200(p>0,05)$ yang berarti data tersebut berdistribusi normal. Hasil tes linearitas antara *fear of missing out* dengan intensitas penggunaan medsos diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,375($p>0,05$) yang artinya hubungan kedua variabel adalah linear. Hasil tes linearitas antara intensitas penggunaan medsos dengan kecerdasan emosi diperoleh nilai signifikansi 0,072($p>0,05$) yang artinya hubungan kedua variabel adalah linear.

Hasil tes multikoleniaritas kecerdasan emosi dan *fear of missing out* diperoleh nilai tolerance 0,958 dan nilai FIV sebesar 1,004 yang artinya tidak ada multikolinearitas. Hasil uji heteroskedastisitas terhadap variabel x_1 (kecerdasan emosi) dan x_2 (*fear of missing out*) diperoleh signifikansi 0,556 ($p>0,05$) pada variabel kecerdasan emosi dan didapatkan signifikansi 0,100($p>0,05$) pada variabel *fear of missing out* . Artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel kecerdasan emosi dan *fear of missing out*

Tabel Regresi berganda

Variabel	T	Sig.
Kecerdasan emosi	1.592	0.116
Fear of Missing out	2.050	0.044

Pada hasil analisis regresi ganda secara parsial dapat diketahui bahwa tidak ada hubungan antara kecerdasan emosi dengan intensitas penggunaan media sosial. Hal ini menggambarkan bahwa tinggi rendahnya kecerdasan emosi tidak berpengaruh pada tinggi rendahnya intensitas penggunaan media sosial. Maka hipotesis₁ ($H_0 1$) yang menyatakan adanya hubungan kecerdasan emosi dengan intensitas penggunaan media sosial ditolak Terdapat hubungan yang signifikan antara *Fear Of missing out* dengan intensitas penggunaan media sosial. Hal ini menggambarkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara *Fear Of Missing out* dengan intensitas penggunaan media sosial. Ketika seseorang memiliki tingkat *FoMo* yang tinggi, maka secara otomatis tingkat penggunaan media sosialnya juga mengalami peningkatan. Maka hipotesis($H_0 2$) yang menyatakan adanya hubungan antara *Fear Of Missing out* dengan intensitas penggunaan media sosial diterima.

Pembahasan

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa hipotesis 1 yang menyatakan adanya hubungan antara kecerdasan emosi dengan intensitas penggunaan media sosial pada remaja kahir ditolak/tidak diterima. Hal ini menggambarkan bahwa tinggi rendahnya kecerdasan emosi tidak berpengaruh dengan tinggi rendahnya intensitas media 39 sosial.Mungkin saja intensitas penggunaan media sosial yang dialami bukan karena faktor kecerdasan emosi,melainkan disebabkan oleh faktor lain yang tidak dikontrol dalam penelitian ini.

Salah satu komponen yang menyebabkan tingkat penggunaan media sosial adalah *Fear Of Missing out*. Menurut Dossey (2014) *Fear Of Missing Out (FOMO)* menggambarkan kekuatan pendorong dibalik penggunaan internet dan khususnya media sosial.Ketika seseorang memiliki rasa takut tidak dapat membaur dengan orang lain di media sosial,tidak dapat mengetahui informasi yang sedang up to date atau tranding maka orang tersebut akan terus menerus mencarinya di media sosial agar bisa terus terhubung dengan jejaring sosial.Bila dikaitkan dengan penelitian ini ada kemungkinan intesitas penggunaan media sosial dipengaruhi oleh *Fear Of Missing out*.

Berdasarkan hipotesis 2 yang menyatakan adanya hubungan antara *fear of missing out* dengan intensitas penggunaan media sosial,bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *fear of missing out* dengan intensitas penggunaan media sosial. Hal ini menggambarkan ketika seseorang memiliki tingkat FoMo yang tinggi,maka akan cenderung mempengaruhi tingkat penggunaan media sosial. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu dan Anggita (2020) dengan judul “ Hubungan antara *Fear Of Missing out* Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Remaja Pengguna Media sosial” yang menunjukkan hasil adanya signifikansi antara *Fear of Missing out* dengan kecanduan media sosial pada remaja pengguna media sosial. Begitu juga dengan penelitian Neli Azmi (2019) dengan judul”Hubungan antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa. Semakin tinggi *fear of missing out* yang dirasakan mahasiswa maka semakin tinggi pula kecanduan media sosial yang akan dialami,begitu sebaliknya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian,maka bisa ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat korelasi antara kecerdasan emosi dan intensitas penggunaan media sosial. Hal ini menggambarkan bahwa tinggi rendahnya kecerdasan emosi seseorang tidak berpengaruh pada tinggi rendahnya tingkat penggunaan media sosial. Mungkin saja kekuatan penggunaan media sosial yang dialami bukan karena faktor kecerdasan emosi,melainkan disebabkan oleh faktor lain yang tidak dikontrol dalam penelitian ini. Dan terdapat hubungan antara *fear of missing out* dengan intensitas penggunaan media sosial.Hal ini menjelaskan bahwa ketika individu tersebut memiliki tingkat FoMo yang tinggi,maka otomatis penggunaan media sosial juga akan mengalami peningkatan.

Refrensi

- Ainiyah, N. (2018). Remaja Millenial dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millenial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 2(2), 221–236. <https://doi.org/10.35316/jpii.v2i2.76>
- Alwisol. (2019). *Psikologi Kepribadian*. UMM Press.
- Apriliyani, A. (2020). Hubungan Intensitas Bermain Permainan Online Dengan Kecerdasan Emosional. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 40. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4856>
- Brs. (2014). 98 Persen Anak dan Remaja Tahu Internet. Berita Kominfo. https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3836/98+Persen+Anak+dan+Remaja+Tahu+Internet/0/berita_satker
- Cahyono, A. S. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA. *Publiciana*, 9(1), 140–157. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Daniel Goleman. (2002). *Kecerdasan Emosional* (T. Hermaya (Ed.); 2nd ed.). Gramedia Pustaka Utama.
- Hurlock, E. B. (1991). *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (Edisi 5)* (Istiwidayanti, Soedjarwo, & R. M. Sijabat (Eds.); 5th ed.). Erlangga.
- Indonesia, A. P. J. I. (2016). *Infografis Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2016 Survey*. August.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3). <https://doi.org/10.3390/ijerph14030311>
- McClelland, D. C. (1987). McClelland-David-Estudio-De-La-Motivacion-Humana.Pdf. In *Journal of Personality and Social Psychology*, 1,389-392.
- Pratama, D., & Sari, Y. P. (2021). Karakteristik perkembangan remaja. *Edukasimu.Org*, 1(3), 1–9.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Riyanto, A. D. (2021). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021*. Andi Link. [https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/#:~:text=Hootsuite \(We are Social\) secara,ada di dunia%2C termasuk Indonesia.](https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/#:~:text=Hootsuite (We are Social) secara,ada di dunia%2C termasuk Indonesia.)
- Sarwono, S. W. (2013). *Pengantar Psikologi Umum* (E. A. Meinarno (Ed.)). Rajawali Pers.

Wahyunindya, B. P., & Silaen, S. M. J. (2021). Kontrol diri dengan fear of missing out terhadap kecanduan media sosial pada remaja karang taruna Bekasi Utara. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 5(1), 51–58

www.apjii.or.id. (2020). Laporan Survei Internet APIII 2019 – 2020. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*, 2020, 1–146. <https://apjii.or.id/survei>

Putra, I. P. G. D., & Marheni, A. (2015). Hubungan Kebutuhan Afiliasi Dengan Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial Twitter Pada Remaja Akhir. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2(1), 48–58. <https://doi.org/10.24843/jpu.2015.v02.i01.p05>