

Kecenderungan kecanduan media sosial pada remaja: adakah peran *fear of missing out*?

Trianti Agustina Lay^{1*}, Tatik Meiyuntariningsih², Hetti Sari Ramadhani³

^{1,2,3} Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Surabaya, Indonesia

E-mail: tatikmeiyun@untag-sby.ac.id

Submitted:	Abstract <i>This study aims to prove that there is a positive correlation between the variable fear of missing out and the social media addiction tendency variable in adolescents. The participants in this study were 100 students from X Middle School in Gresik aged 13-16 years. The sampling technique in this study used a simple random sampling technique. Data analysis techniques in this study used IBM Statistics version 25 for windows. The results of the Spearman Rho non-parametric correlation test obtained a correlation coefficient of 0.671 with a significance of 0.000 (<0.05). Based on the results of the correlation test, it can be concluded that there is a significant positive correlation with the level of a strong relationship between the fear of missing out variable and the social media addiction tendency variable. This means that a positive relationship indicates that the higher the fear of missing out, the higher the tendency for social media addiction in adolescents. Vice versa, the lower the fear of missing out, the lower the tendency for social media addiction in adolescents.</i>
Accepted:	
Published:	
	Abstrak <i>Penelitian ini bertujuan membuktikan adanya korelasi positif antara variabel fear of missing out dengan variabel kecenderungan kecanduan media sosial pada remaja. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 100 siswa dan siswi dari SMP X di Gresik yang berusia 13 – 16 tahun. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik simple random sampling. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan IBM Statistics versi 25 for windows. Hasil uji korelasi teknik non parametric Spearman Rho diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,671 dengan signifikansi 0,000 (<0,05). Berdasarkan hasil uji korelasi tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi positif yang signifikan dengan tingkat hubungan yang kuat antara variabel fear of missing out dengan variabel kecenderungan kecanduan media sosial. Artinya hubungan yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi fear of missing out maka semakin tinggi kecenderungan kecanduan media sosial pada remaja. Begitupun sebaliknya, semakin rendah fear of missing out maka semakin rendah kecenderungan kecanduan media sosial pada remaja.</i>
	Kata kunci: Kecanduan, Media Sosial, Fear of Missing Out, Remaja.
Copyright © 2022. Trianti Agustina Lay, Tatik Meiyuntariningsih, Hetti Sari Ramadhani	

Pendahuluan

Perkembangan teknologi di era digital modern mengalami kemajuan yang pesat. Kemajuan teknologi memberikan pengaruh yang positif bagi kegiatan manusia. Aktivitas sehari – hari mampu dilaksanakan dengan mudah dan jarak yang jauh melalui jaringan internet. Di era digital modern penggunaan internet merupakan suatu kebutuhan bagi sebagian besar kelompok masyarakat. Per Januari 2019, menurut We Are Social pertumbuhan dunia digital Asia Pasifik juga mencatatkan peningkatan 10 kali lipat dari bulan Januari tahun 2018 sampai dengan bulan Januari tahun 2019 dari jumlah keseluruhan pengguna internet sebanyak 203 juta (Kementrian Komunikasi dan Informatika, 2019).

Di Indonesia tingkat pengguna internet tahun 2022 memperoleh persentase sebesar 77,02% dan mengalami kenaikan sebesar 12,22% dari tahun 2018 (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022). Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2021 – 2022, jumlah penduduk Indonesia yang terhubung dengan internet sebanyak 210.026.769 jiwa dari total populasi 272.682.600 jiwa penduduk Indonesia tahun 2021. Media sosial berada pada tingkat pertama konten internet yang sering diakses dengan persentase sebesar 89,15%. Diikuti oleh chatting online pada peringkat kedua dengan persentase sebesar 73,86%. Facebook dan youtube menjadi dua aplikasi media sosial yang sering diakses dengan persentase facebook 68,36% dan youtube 63,02%. (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022).

Pelajar dan mahasiswa menduduki peringkat pertama dalam tingkat penggunaan internet tahun 2022 dengan persentase sebesar 99,26%. Usia 13 – 18 tahun menduduki peringkat pertama penggunaan internet dengan persentase sebesar 99,16%. Diikuti dengan kelompok usia 19 – 34 tahun menduduki peringkat kedua dengan persentase sebesar 98,64% (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022). Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pengguna internet terbanyak berasal dari kaum remaja. Remaja dalam bahasa Inggris memiliki arti *adolescence* dan dalam bahasa latin memiliki arti *adolescere* dalam bahasa latin yang memiliki makna bahwa seseorang akan mengalami pertumbuhan baik secara fisik maupun sosial dan psikologis. Di Indonesia, remaja memiliki batasan usia sekitar 15 – 24 tahun (Sarwono, 2019). Menurut Hurlock (1991) seseorang dikatakan remaja awal ketika berusia sekitar 13 – 16 atau 17 tahun, dan remaja akhir pada usia 16 – 18 tahun. Hurlock (1991) berpendapat bahwa usia remaja merupakan sebuah masa perubahan pada individu yang meliputi perubahan fisik dan psikologis, minat dan peran, bersikap ambivalen ditandai dengan menuntut kebebasan namun terkadang bersikap ragu – ragu untuk bertanggung jawab, serta memiliki perubahan pada nilai – nilai dan sudut pandang sosial.

Di era digital modern, nilai – nilai dan sudut pandang sosial remaja dapat dipengaruhi oleh penggunaan media sosial. Mengakses media sosial merupakan hal yang umum terjadi di era digital, khususnya pada kaum remaja. Hampir sebagian besar kaum remaja merupakan pengguna aktif media sosial seperti instagram, tik – tok, twitter, youtube, whatsapp dan lainnya. Melalui media sosial kaum remaja dapat mengakses banyak konten yang diinginkan dan menjalin relasi baru. Media sosial adalah alat online yang memudahkan pengguna untuk berpartisipasi di dunia maya, berbagi konten, dan berkreasi (Rafiq, 2020). Kaplan & Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial adalah seperangkat aplikasi berbasis Internet yang dibangun di atas fondasi ideologis dan teknologi web 2.0 untuk memungkinkan pembuatan dan berbagi konten yang dibuat pengguna.

Media sosial mampu memberikan dampak yang positif apabila digunakan dengan bijak. Dampak positif media sosial diantaranya dapat menjadi sarana penyalur bakat, hobi, pengetahuan, keterampilan dan menjalin relasi. Selain memberikan dampak yang positif

media sosial dapat memberikan dampak yang negatif apabila digunakan secara berlebihan dengan jangka waktu yang lama. Dampak negatif penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menimbulkan kecenderungan yang berpotensi kecanduan media sosial sesuai dengan penelitian Sun & Zhang (2020) tentang perilaku adiktif. Istilah seperti kecanduan media sosial, penggunaan media sosial yang bermasalah dan kompulsif penggunaan media sosial digunakan secara bergantian untuk merujuk pada fenomena sosial yang maladaptif terhadap penggunaan media yang ditandai dengan gejala seperti kecanduan dan atau penurunan regulasi diri (Sun & Zhang, 2020).

Kecanduan media sosial didefinisikan sebagai orang yang terlalu tertarik pada media sosial untuk mendedikasikan banyak waktu dan energi untuk menggunakan media sosial, mengakibatkan aktivitas sosial yang buruk, hubungan interpersonal, studi dan pekerjaan, dan kesehatan yang buruk (Andreassen & Pallesen, 2014). Menurut Eijnden, dkk (2015) kecanduan media sosial adalah gangguan perilaku yang terkait dengan penggunaan media sosial yang berlebihan, yang mengarah pada kecenderungan untuk menggunakan media sosial secara terus menerus. Berdasarkan uraian definisi oleh para tokoh dapat dipahami bahwa kecenderungan kecanduan media sosial merupakan tindakan oleh individu untuk menggunakan media sosial secara berlebihan dengan jangka waktu yang lama dan berakibat pada penurunan regulasi diri sehingga mengganggu aktivitas sehari – hari.

Alasan utama penggunaan media sosial menurut survei We Are Social tahun 2020 adalah untuk *up to date* berita terkini dengan persentase sebesar 36,5% (databoks, 2021). Survei pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti terkait kecenderungan kecanduan media sosial menunjukkan bahwa media sosial yang sering dikunjungi diantaranya whatsapp, instagram, twitter dan tiktok. Sebagian besar mereka mengakses media sosial setiap hari dengan waktu lebih dari tiga jam dan lebih dari lima kali dalam sehari. Responden menyebutkan jika mereka akan merasa bosan jika tidak mengakses media sosial dan ingin mengakses media sosial disaat ada waktu luang untuk *update* berita atau sekedar mencari hiburan.

Penggunaan media sosial dipengaruhi oleh nilai dan kebutuhan pengguna akan media sosial. Nilai dan kebutuhan tersebut diantaranya nilai fungsional, nilai sosial, nilai emosional, nilai epistemik, dan nilai bersyarat. Nilai fungsional memberikan sarana untuk mencapai tujuan dalam menggunakan media sosial. Nilai sosial yang berfungsi untuk mempertahankan citra individu melalui penggunaan media sosial. Nilai emosional, dalam penggunaannya media sosial menimbulkan kesenangan. Nilai epistemik sebagai faktor yang membangkitkan rasa ingin tahu terhadap hal baru atau pengetahuan. Nilai bersyarat adalah nilai yang terkait dengan penggunaan media sosial dalam situasi tertentu (Halikainen, 2015).

Nilai dan kebutuhan akan penggunaan media sosial dapat dipicu oleh dorongan untuk sering terhubung dengan individu lainnya di media sosial atau sering dikenal dengan *fear of missing out*. *Fear of missing out* adalah keinginan untuk selalu terkait dengan apa yang dilakukan orang lain, seperti ketakutan yang dirasakan ketika ditinggalkan oleh orang lain (Przbylski, 2013). *Fear of missing out* merupakan keadaan yang saat ini terjadi kepada individu yang cenderung menggunakan media sosial karena tidak ingin terlewatkan oleh berita yang sedang *up to date*. Ketakutan dan kecemasan tertinggal oleh suatu momen berasal dari kebutuhan kompetensi, otonomi, dan koneksi yang tidak terpenuhi. Akibatnya, individu ingin tetap terhubung dan media sosial menjadi sarana untuk terpenuhinya kebutuhan tersebut (Bestari & Widayat, 2018).

Hasil penelitian luar negeri oleh Menayes (2016) menunjukkan korelasi yang relevan antara rasa ketakutan untuk kehilangan atau *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial. Fuster, dkk (2017) dalam studi penelitiannya menyatakan ketika individu dengan

tingkat *fear of missing out* yang tinggi semakin ingin terhubung melalui media sosial. Konten media sosial dapat memicu atau meningkatkan tingkat ketakutan mereka, karena tingkat kesadaran seseorang ditingkatkan dengan banyaknya peluang untuk berinteraksi melalui penggunaan media sosial.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat diketahui bahwa pelajar dan mahasiswa yang termasuk dalam kategori usia remaja, merupakan kelompok usia dengan penggunaan internet terbanyak. Konten internet yang sering diakses adalah media sosial. Media sosial menawarkan nilai dan kebutuhan melalui konten – konten dan berita terbaru yang dapat membangkitkan rasa ingin tahu dan terhubung dalam lingkungan masyarakat. Keinginan untuk sering terhubung dalam lingkungan masyarakat melalui media sosial atau sering disebut dengan *fear of missing out*, mengakibatkan timbulnya kecenderungan untuk mengakses media sosial secara berlebihan. Hal tersebut yang mendasari peneliti untuk meneliti hubungan *fear of missing out* yang dapat memberikan pengaruh untuk kecenderungan kecanduan media sosial pada remaja sehingga memiliki dampak negatif terhadap regulasi diri remaja.

Metode

Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif /statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018). Penelitian ini menggunakan teknik korelasi. Korelasi merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih. Tujuan dari teknik korelasi adalah untuk mencari hubungan antara dua variabel atau lebih dengan menghitung korelasi antar variabel yang akan dicari hubungannya. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif atau negatif, sedangkan kuatnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi (Sugiyono. 2018).

Partisipan Penelitian

Populasi adalah keseluruhan elemen yang digunakan sebagai domain generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subjek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek / subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik / sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu (Sugiyono, 2018). Menurut Azwar (2021) populasi merupakan sebuah kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian. Populasi penelitian ini adalah siswa dan siswi SMP X di Gresik yang berusia 13 – 16 tahun sejumlah 120 subjek. Teknik sampling yang dipakai dalam penelitian ini adalah simple random sampling. Dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memerhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2018). Pengambilan sample dalam penelitian ini mengacu pada tabel krejcie dengan populasi sebanyak 120 sample yang digunakan adalah 92 subjek dan dibulatkan menjadi 100. SMP X merupakan salah satu sekolah sekolah swasta umum di kota Gresik, walaupun sekolah swasta namun SMP X memiliki peraturan yang cukup ketat terhadap siswanya. Salah satu aturan tersebut yaitu dilarang membawa ponsel ke sekolah, namun seringkali diketahui siswa dan siswinya melanggar hal tersebut. Diketahui bahwa salah satu alasan membawa ponsel adalah untuk menggunakan

media sosial disaat waktu senggang. Hal tersebut yang menjadi latar belakang peneliti menggunakan siswa dan siswi SMP X sebagai subjek penelitian ini.

Instrumen

Uraikan instrumen yang digunakan dalam penelitian, sertakan dua contoh pertanyaan untuk setiap instrumen yang digunakan. Uraikan juga validitas dan reliabilitas alat ukur yang digunakan.

Instrument penelitian/pengumpul data adalah sebuah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun fenomena sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2018). Instrument yang digunakan dalam penelitian adalah skala kecenderungan kecanduan media sosial yang disusun berdasarkan dimensi kecanduan media sosial oleh Menayes (2015) dan skala *fear of missing out* yang disusun berdasarkan dimensi *fear of missing out* oleh Sette, dkk (2020).

Tabel 1

Instrument Penelitian

No	Variabel	Instrument
1.	<i>Fear of Missing Out</i>	Skala <i>Fear of Missing Out</i>
2.	Kecenderungan Kecanduan Media Sosial	Skala Kecenderungan Kecanduan Media Sosial

Tabel 2

Uji Validitas Skala Kecenderungan Kecanduan Media Sosial

Putaran ke –	Aitem Semula	Jumlah Gugur	Jumlah Aitem tersisa	Keterangan
1	30	2	28	<i>Index correted item total correlation</i> yaitu 0,250 – 0,769
2	28	1	27	<i>Index correted item total correlation</i> yaitu 0,282 – 0,774
3	27	0	27	<i>Index correted item total correlation</i> yaitu 0,310 – 0,777

Tabel 3

Uji Relibilitas Skala Kecenderungan Kecanduan Media Sosial

Jumlah Aitem yang Dianalisis	Putaran Analisis	Jumlah Aitem Valid	Jumlah Aitem Gugur	Reliabilitas
30	I	28	2	0,932
28	II	27	1	0,933
27	III	27	-	0,934

Tabel 4
Uji Validitas Skala *Fear of Missing Out*

Putaran ke –	Aitem Semula	Jumlah Gugur	Jumlah Aitem tersisa	Keterangan
1	32	6	26	<i>Index correted item total correlation</i> yaitu - 0,430 – 0,662
2	26	2	24	<i>Index correted item total correlation</i> yaitu 0,271 – 0,679
3	24	0	24	<i>Index correted item total correlation</i> yaitu 0,305 – 0,700

Tabel 5
Uji Relibilitas Skala *Fear of Missing Out*

Jumlah Aitem yang Dianalisis	Putaran Analisis	Jumlah Aitem Valid	Jumlah Aitem Gugur	Reliabilitas
32	I	26	6	0,848
26	II	24	2	0,899
24	III	24	-	0,900

Teknik Analisis Data

Analisi data dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi spearman rho. Spearman rho merupakan analisis data statistik non – parametrik yang menghubungkan dua variabel penelitian yaitu satu variabel bebas (X) dan satu variabel tergantung (Y). Persyaratan untuk menggunakan teknik korelasi spearman brown yaitu kedua variabel yang dikorelasikan merupakan data ordinal dan data dari kedua variabel tidak harus berdistribusi normal. Koefisien korelasi tata jenjang/rho (ρ) bergerak dari -1 hingga 1. Harga koefisien 1 = korelasi sempurna; sedangkan koefisien 0 = tidak ada korelasi. Tanda – atau + pada koefisien korelasi merupakan arah hubungan antar variabel

Korelasi positif menunjukkan arah hubungan kedua variabel yang searah/berbanding lurus. Semakin tinggi skor variabel X akan diikuti dengan semakin tingginya skor variabel Y, atau semakin rendah skor variabel X akan diikuti dengan semakin rendahnya skor variabel Y. Korelasi negatif menunjukkan arah hubungan kedua variabel yang tidak searah/berbanding terbalik. Semakin tinggi skor variabel X akan diikuti semakin rendahnya skor variabel Y, atau semakin rendah skor variabel X akan diikuti makin tingginya skor variabel Y. Penelitian ini memiliki arah hubungan positif yang menunjukkan arah kedua hubungan kedua variabel yang searah/berbanding lurus.

Hasil

Uji Asumsi

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan teknik Kolmogorov – Smirnov dengan bantuan program *SPSS versi 25.0 for windows* diperoleh hasil pada skala kecenderungan kecanduan media sosial diperoleh nilai sebesar $p = 0,020$ ($p < 0,05$) maka dinyatakan sebaran data berdistribusi tidak normal. Hasil uji linieritas hubungan antara variabel *fear of missing out* dengan kecenderungan kecanduan media sosial diperoleh dengan $p = 0,749$ ($p > 0,05$). Oleh karena $p > 0,05$ maka hubungan antara *fear of missing out* dengan kecenderungan kecanduan media sosial adalah linear.

Tabel 6

Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov – Smirnov			Keterangan
	Statistic	Df	Sig.	
Kecenderungan Kecanduan Media Sosial	0,098	100	0,020	Tidak Normal

Tabel 7

Uji Linieritas

Variabel	F	Sig.	Keterangan
<i>Fear of Missing Out</i> – Kecendungan Kecanduan Media Sosial	0,814	0,749	Linier

Uji Hipotesis

Uji hipotesis menggunakan korelasi Spearman's Rho diperoleh skor $r_{xy}=0,671$ dengan signifikansi $p=0,000$ ($p < 0,000$) yang berarti terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara *fear of missing out* dengan kecenderungan kecanduan media sosial.

Tabel 8

Uji Hipotesis

Correlation Coefficient	Sig.	Keterangan
0,671	0,000	Signifikan

Pembahasan

Penelitian ini merupakan penelitian korelasional yang menghubungkan kedua variabel. Variabel dependent pada penelitian ini yaitu kecenderungan kecanduan media sosial dan variabel independent pada penelitian ini yaitu *fear of missing out*. Hipotesis pada penelitian ini yakni adanya hubungan positif antara *fear of missing out* dengan kecenderungan kecanduan media sosial. Arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi *fear of missing out* maka semakin tinggi kecenderungan kecanduan media sosial pada remaja. Begitupun sebaliknya, semakin rendah *fear of missing out* maka semakin rendah kecenderungan kecanduan media sosial pada remaja.

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan *spearman rho* menunjukkan bahwa adanya hubungan yang positif yang signifikan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,671

dengan taraf signifikansi 0,000 ($<0,05$). Sebagian besar tingkat kecenderungan kecanduan subjek pada penelitian ini berada pada kategori sedang dengan persentase sebesar 72% atau sebanyak 72 orang. Pada tingkat *fear of missing out* sebagian besar subjek berada pada kategori sedang dengan persentase sebesar 74% atau sebanyak 74 orang.

Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh *fear of missing out* terhadap kecenderungan kecanduan media sosial pada remaja. Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu diantaranya dilakukan oleh Putri & Halimah (2019) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan jika semakin kuat tingkat *fear of missing out* suatu individu maka semakin tinggi pula kecenderungan untuk mengalami kecanduan media sosial. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Nafisa & Salim (2022); Amelia (2022); Rahardjo & Soetjningsih (2022); Casale, dkk (2018) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi rasa ketakutan untuk tertinggal suatu momen atau perasaan *fear of missing out* maka akan semakin tinggi pula keinginan individu untuk menggunakan media secara berlebihan yang menimbulkan kecenderungan untuk kecanduan media sosial.

Kecenderungan kecanduan media sosial merupakan tindakan oleh individu untuk mengakses media sosial secara berlebihan dengan jangka waktu yang lama dan berakibat pada penurunan regulasi diri sehingga mengganggu aktivitas sehari – hari. Salah satu penyebab individu cenderung menggunakan media sosial yaitu karena adanya perasaan takut dan cemas tertinggal suatu momen atau yang disebut *fear of missing out*. *Fear of missing out* merupakan suatu ketakutan atau cemas untuk kehilangan atau tertinggal suatu momen yang sedang berlangsung dan keinginan untuk selalu terhubung dengan orang lain dalam media sosial. Perasaan takut tertinggal yang dialami oleh individu tersebut dapat disebabkan oleh berita atau konten media sosial yang seringkali menjadi sorotan dan diikuti oleh banyak orang.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya korelasi positif antara *fear of missing out* dengan kecenderungan kecanduan media sosial pada remaja. Hipotesis pada penelitian ini yaitu “*Fear of missing out* berkorelasi positif dengan Kecenderungan kecanduan media sosial”. Artinya, semakin tinggi *fear of missing out* maka semakin tinggi kecenderungan kecanduan media sosial pada remaja. Begitupun sebaliknya, semakin rendah *fear of missing out* maka semakin rendah kecenderungan kecanduan media sosial pada remaja. Penelitian ini dilakukan kepada siswa dan siswi SMP X di Gresik sebanyak 100 orang. Teknik korelasi pada penelitian ini menggunakan teknik korelasi non – parametrik *spearman rho* karena sebaran data yang tidak normal. Hasil pengujian korelasi menggunakan *spearman rho* memperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,671 dengan taraf signifikansi 0,000 ($<0,05$). Berdasarkan hasil koefisien korelasi menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif yang sangat signifikan antara *fear of missing out* dengan kecenderungan kecanduan media sosial. Berdasarkan hasil pengujian korelasi tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini yaitu “*Fear of missing out* berkorelasi positif dengan Kecenderungan kecanduan media sosial” diterima.

Saran untuk remaja untuk dapat meregulasi diri atas penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial yang berlebihan memiliki dampak yang negatif sehingga disarankan untuk bijak menggunakan media sosial. Selain itu penggunaan media yang seperlunya dapat mengurangi perasaan *fear of missing out* terhadap konten media sosial

yang sedang *trend*. Banyak kegiatan yang dapat dilakukan untuk dapat mengurangi kecenderungan kecanduan media sosial yang disebabkan oleh perasaan *fear of missing out* diantaranya fokus pada pengembangan hobi dan memperbanyak interaksi secara langsung kepada orang – orang terdekat. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, disarankan untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan faktor lainnya yang dapat memicu kecenderungan kecanduan media sosial. Selain itu untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian ditinjau dari jenis kelamin untuk pengembangan penelitian.

Referensi

- Abel. J. P., Buff. C. L., & Burr. S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*. 14(1). 33-44.
- Al-Menayes. J. J. (2015). Dimensions of social media addiction among university students in Kuwait. *Psychology and Behavioral Sciences*. 4(1). 23-28.
- Al-Menayes. J. (2015). Psychometric properties and validation of the Arabic social media addiction scale. *Journal of addiction*. 2015.
- Amelia. D. T. (2022). Peran Fear Of Missing Out Terhadap Kecanduan Media Sosial. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*. 4(3). 61-67.
- APJII (2022). Laporan Survei Internet APJII 2021 – 2022. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2022. <https://apjii.or.id/>
- Azwar. S. (2019). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar. S. (2021). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bestari. I. U. (2018). *Hubungan antara fear of missing out dengan intensitas penggunaan jejaring sosial pada mahasiswa universitas airlangga* (Doctoral dissertation. Universitas Airlangga).
- Casale. S., Rugai. L., & Fioravanti. G. (2018). Exploring the role of positive metacognitions in explaining the association between the fear of missing out and social media addiction. *Addictive behaviors*. 85. 83-87.
- Fuster. H., Chamarro. A., & Oberst. U. (2017). Fear of Missing Out. online social networking and mobile phone addiction: A latent profile approach. *Revista de Psicologia. Ciències de l'Educació i de l'Esport*. 23-30.
- Gil. F., Chamarro. A., & Oberst. U. (2015). PO-14: Addiction to online social networks: A question of "Fear of Missing Out"?. *Journal of Behavioral Addictions*. 4(S1). 51-52.
- Grau. S., Kleiser. S., & Bright. L. (2019). Exploring social media addiction among student Millennials. *Qualitative Market Research: An International Journal*.
- Griffiths. M. (2000). Does Internet and computer" addiction" exist? Some case study evidence. *CyberPsychology and Behavior*. 3(2). 211-218.
- Hallikainen. P. (2015). Why people use social media platforms: Exploring the motivations and consequences of use. In *From information to smart society* (pp. 9-17). Springer. Cham. <https://aptika.kominfo.go.id/2019/08/pertumbuhan-digital-asia-pasific/>. diakses pada 19 September 2022.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/10/penetrasi-internet-di-kalangan-remaja-tertinggi-di-indonesia#:~:text=Berdasarkan%20usia%2C%20penetrasi%20internet%20tertinggi.ernet%20sebesar%2087%2C3%25>. Diakses pada 20 September 2022.
- <https://www.slideshare.net/jwtintelligence/the-fear-of-missing-out-fomo-march-2012-update>. Diakses pada 20 September 2022.
- Hurlock. E.B. 1991. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kaplan. A. M., & Haenlein. M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*. 53(1). 59-68.
- McGinnis. P. (2020). *Fear Of Missing Out*. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.

- Montag. C., & Reuter. M. (2015). Molecular genetics. personality and Internet addiction. In *Internet addiction* (pp. 93-109). Springer. Cham.
- Moore. K., & Craciun. G. (2021). Fear of missing out and personality as predictors of social networking sites usage: The Instagram case. *Psychological reports*. 124(4). 1761-1787.
- Nafisa. S., & Salim. I. K. (2022). Hubungan antara Fear of Missing Out dengan Kecanduan Media Sosial. *Journal of Islamic and Contemporary Psychology (JICOP)*. 2(1). 41-48.
- Olowu. A. O., & Seri. F. O. (2012). A study of social network addiction among youths in Nigeria. *Journal of Social Science and Policy Review*. 4(1). 63-71.
- 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.
- Putri. A. I. D., & Halimah. L. (2019). Hubungan FoMO dengan Adiksi Media Sosial pada Mahasiswa Pengguna Instagram di Universitas Islam Bandung. *Prosiding Psikologi*. 525-532.
- Rafiq. A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*. 1(1). 18-29.
- Rahardjo. L. K. D., & Soetjningsih. C. H. (2022). Fear of Missing Out (FOMO) dengan Kecanduan Media Sosial pada Mahasiswa. *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*. 4(3). 456-461.
- Riordan. B. C., Flett. J. A., Hunter. J. A., Scarf. D., & Conner. T. S. (2015). Fear of missing out (FoMO): The relationship between FoMO, alcohol use, and alcohol-related consequences in college students. *Annals of Neuroscience and Psychology*. 2(7). 1-7.
- Sarwono. S. (2019). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Schou Andreassen. C., & Pallesen. S. (2014). Social network site addiction-an overview. *Current pharmaceutical design*. 20(25). 4053-4061.
- Sette. C. P., Lima. N. R., Queluz. F. N., Ferrari. B. L., & Hauck. N. (2020). The online fear of missing out inventory (ON-FoMO): Development and validation of a new tool. *Journal of Technology in Behavioral Science*. 5(1). 20-29.
- Suhadianto. (2020). Uji Asumsi Klasik. Materi Webinar.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sun. Y., & Zhang. Y. (2021). A review of theories and models applied in studies of social media addiction and implications for future research. *Addictive Behaviors*. 114. 106699.
- Van den Eijnden. R. J., Lemmens. J. S., & Valkenburg. P. M. (2016). The social media disorder scale. *Computers in human behavior*. 61. 478-487.
- Zhang Z. Jiménez FR. Cicala JE. *Fear Of Missing Out Scale: A self-concept perspective*. Psychology & Marketing. 2020;1–16. <https://doi.org/10.1002/mar.21406>.