

**PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP PERASAAN FOMO (*FEAR OF
MISSING OUT*) PADA MAHASISWA PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

SKRIPSI

OLEH:

Jasmine Talitha Azzahra Nasution

19.860.0373



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

2024

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 11/7/24

Access From (repository.uma.ac.id)11/7/24

**PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP PERASAAN FOMO (*FEAR OF MISSING
OUT*) PADA MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area*



OLEH :

JASMINE TALITHA AZZAHRA NASUTION

19.860.0373

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

ii

Document Accepted 11/7/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)11/7/24

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram
Terhadap Perasaan FoMO (*Fear of Missing Out*) Pada Mahasiswa
Fakultas Psikologi Universitas Medan Area

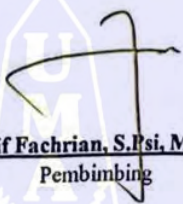
Nama : Jasmine Talitha Azzahra Nasution

NPM : 198600373

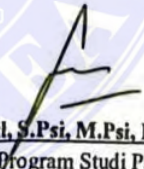
Bagian : Psikologi Perkembangan

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing


Arif Fachrian, S.Psi, M.Psi
Pembimbing


Dr. Siti Aisyah, S.Psi., M.Psi., Psikolog
Dekan


Faadhil, S.Psi, M.Psi, Psikolog
Ketua Program Studi Psikologi

Tanggal Lulus: 27 Maret 2024

iii

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, Maret 2024



Jasmine Talitha Azzahra Nasution

198600373



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jasmine Talitha Azzahra Nasution
NPM : 19.860.0373
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Psikologi
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perasaan FoMO (*Fear of Missing Out*) Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UMA, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 15 April 2024
Yang menyatakan



(Jasmine Talitha Azzahra
Nasution)

Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perasaan FoMO (*Fear of Missing Out*) Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area

Jasmine Talitha Azzahra Nasution
198600373

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan melihat pengaruh dari perasaan FoMO (*Fear of Missing Out*) terhadap intensitas penggunaan media sosial Instagram. Subjek penelitian pada penelitian ini ialah mahasiswa Universitas Medan Area Fakultas Psikologi stambuk 2019 yang berjumlah 62 mahasiswa. Pada penelitian ini, Teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah *Purposive Sampling*. Skala *Fear of Missing Out* (FoMO) disusun berdasarkan aspek-aspek yang disampaikan oleh Przyblyski, Murayama, DeHaan dan Gladwell (2013) : *Relatedness* dan *Self*, sedangkan skala pada Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram disusun berdasarkan aspek-aspek yang disampaikan oleh Delia Bario (2013) : Penghayatan, Perhatian, Frekuensi, Durasi. Berdasarkan hasil perhitungan analisis Regresi sederhana menunjukkan bahwa ada pengaruh positif yang sangat signifikan antara *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan Intensitas Penggunaan Sosial Media pada mahasiswa psikologi UMA stambuk 2019. Meninjau dari analisis regresi koefisien dimana r_{xy} , 0,538, $p - 0,000 < 0,050$. Dalam penelitian ini diketahui Mean Hipotetik *Fear of Missing Out* (FoMO) adalah 42,5 dan Mean Hipotetik Intensitas Penggunaan Media Sosial Media adalah 62,5 sedangkan Mean Empirik *Fear of Missing Out* adalah 50,84 dan Intensitas Penggunaan Media Sosial sebesar 77,08. Hal ini menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* memiliki pengaruh sebesar 28,9% dengan koefisien r_{xy} sebesar 0,384 dan menunjukkan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan antara *Fear of Missing Out* dengan intensitas pengguna sosial media.

Kata Kunci: *Fear of Missing Out*, Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

**The Impact of Instagram Social Media Intensity Use on Feelings of FoMO
(Fear of Missing Out) among Students of the Faculty of Psychology,
University of Medan Area**

Jasmine Talitha Azzahra Nasution
198600373

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out and see the effect of FoMO (Fear of Missing Out) feelings on the intensity of using Instagram social media. The research subjects of this study were the students of the University of Medan Area, Faculty of Psychology, Class of 2019, consisting of 62 students. The sampling technique used in this study was purposive sampling. The Fear of Missing Out (FoMO) scale was created based on the aspects presented by Przybiyski, iMurayama, DeHaan, and Giadweii (2013): Relatedness and Self, while the intensity of Instagram social media use scale was created based on the aspects presented by Deia Bario (2013): appreciation, attention, frequency, duration. Based on the results of the simple regression analysis, the calculations showed that there was a very significant positive influence between Fear of Missing Out (FoMO) and Social Media Intensity Use among the psychology students in the UMA class of 2019. According to the regression analysis, the coefficient was r_{xy} , 0.538, $p - 0.000 < 0.050$. In this study, the hypothetical mean of Fear of Missing Out (FoMO) was 42.5 and the hypothetical mean of social media intensity use was 62.5, while the empirical mean of Fear of Missing Out was 50.84 and the social media intensity use was 77.08. This showed that Fear of Missing Out had an impact of 28.9% with an r_{xy} coefficient of 0.384, indicating that there was a significant positive impact between Fear of Missing Out and Social Media Intensity Use.

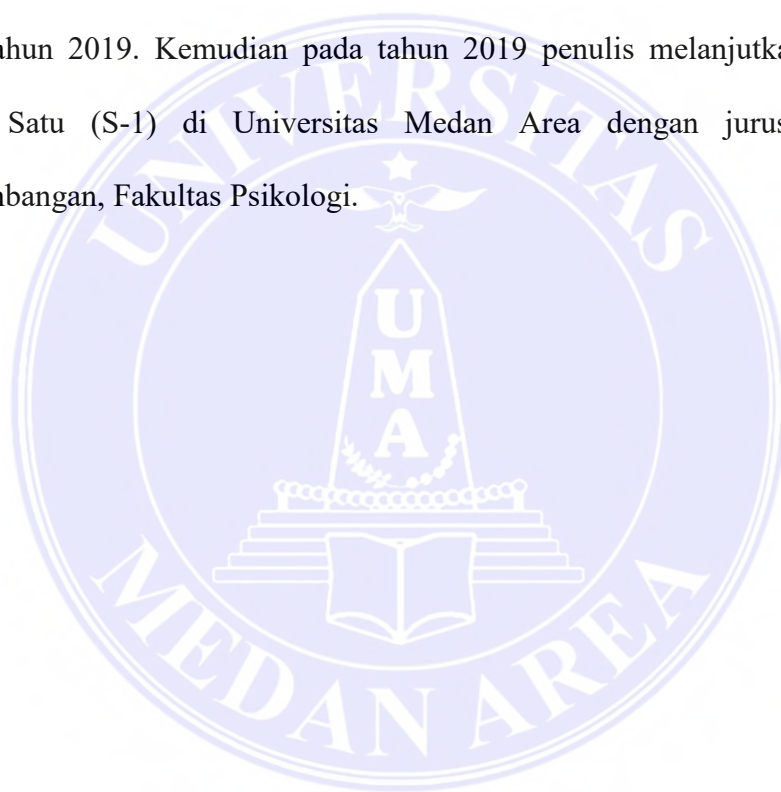
Keywords: Fear of Missing Out, Instagram Social Media Intensity Use



RIWAYAT HIDUP

Jasmine Talitha Azzahra Nasution dilahirkan di Medan Pada tanggal 18 Oktober 2001, Merupakan anak kedua dari dua bersaudara. Penulis menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar di Pertiwi pada tahun 2013.

Pada tahun yang sama penulis melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di Chandra Kumala School dan lulus pada tahun 2016, kemudian penulis melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Medan dan lulus pada tahun 2019. Kemudian pada tahun 2019 penulis melanjutkan Pendidikan Strata Satu (S-1) di Universitas Medan Area dengan jurusan Psikologi Perkembangan, Fakultas Psikologi.



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya berupa pengetahuan, pengalaman, kemudahan, kelancaran, kekuatan serta kesabaran yang diberi oleh-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perasaan FoMO (*Fear Of Missing Out*) Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area”**.

Peneliti menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta kerjasama yang baik dari berbagai pihak, Terimakasih kepada Bapak Arif Fachrian, S.Psi, M.Psi selaku dosen pembimbing yang telah berjasa membantu penulis dalam setiap pengerjaan penelitian, Bapak Hairul Anwar D, S.Psi, M.Si serta Bapak M. Fadli Nugraha, S.Psi, M.Psi selaku dosen penguji skripsi saya. Kepada Papa saya Rudi Armansyah Nst, S.E yang tidak pernah berhenti mendoakan serta memberikan dukungan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Kepada Kakak saya Salsabila A. Cantika Nst yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Kepada teman seperjuangan skripsi saya Citra, Sephira, Nadya, Rifa'i, Fajar, Fathur, Tiara, Mutiara, Nadya Fortuna yang membantu, mendukung dan juga memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dikarenakan pengetahuan dan juga pengalaman penulis dalam menulis dan melaksanakan penelitian kurang memadai. Maka dari itu penulis memohon saran dan kritik yang membangun untuk kesempurnaan proposal skripsi ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih bagi para pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	Error! Bookmark not defined.
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	vi
.....	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Hipotesis Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.5.1 Manfaat Teoritis	5
1.5.2 Manfaat Praktis	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
3.1 Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram	6
2.1.1 Pengertian Intensitas	6
2.1.2 Media Sosial Instagram.....	7
2.1.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram	8
2.1.4 Aspek-aspek Yang Mempengaruhi Penggunaan Media Sosial Instagram.....	10

3.2	FoMO (<i>Fear of Missing Out</i>)	13
2.2.1	Definisi FoMO (<i>Fear of Missing Out</i>)	13
2.2.2	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi FoMO (<i>Fear of Missing Out</i>)	14
2.2.3	Aspek-aspek FoMO (<i>Fear of Missing Out</i>)	18
2.2.4	Indikator FoMO (<i>Fear of Missing Out</i>)	21
2.2.5	Dampak FoMO (<i>Fear of Missing Out</i>)	22
3.3	Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap FoMO (<i>Fear of Missing Out</i>).....	23
3.4	Kerangka Konseptual	26
BAB III.....		27
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian.....	27
3.1.1	Waktu Penelitian	27
3.1.2	Tempat Penelitian.....	27
3.2	Bahan dan Alat	28
3.3	Metodologi Penelitian.....	28
3.3.1	Metode Pengumpulan Data	29
3.3.2	Metode Uji Coba Alat Ukur.....	30
3.3.3	Metode Analisis Data	32
3.4	Populasi dan Sampel.....	33
3.4.1	Populasi.....	33
3.4.2	Sampel.....	33
3.5	Prosedur Kerja	33
3.5.1	Persiapan Penelitian	33
BAB IV.....		36
4.1	Hasil Penelitian.....	36
4.5	Pembahasan	44
BAB V.....		48
PENUTUP.....		48
5.1	Simpulan.....	48
5.2	Saran	48
DAFTAR PUSTAKA.....		50



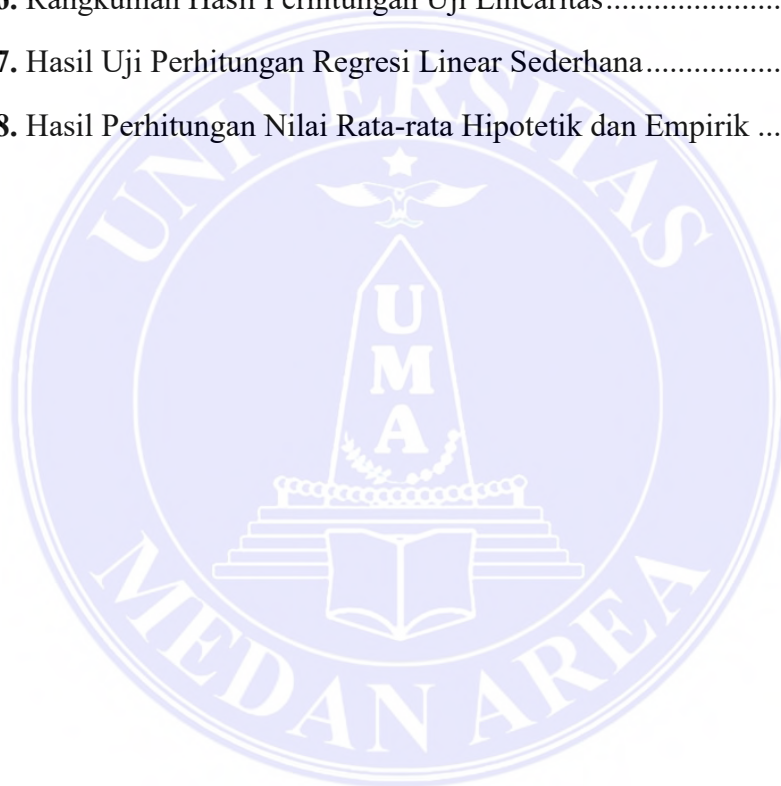
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Konseptual.....	38
Gambar 2. Kurva Normal Skala <i>Fear of Missing Out</i>	63
Gambar 3. Kurva Normal Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram	64



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Distribusi Penyebaran Aitem <i>Fear of Missing Out</i> Sebelum <i>Tryout</i>	51
Tabel 2. Distribusi Penyebaran Aitem Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Sebelum <i>Tryout</i>	53
Tabel 3. Distribusi Penyebaran Aitem <i>Fear of Missing Out</i> Sesudah uji coba.....	54
Tabel 4. Distribusi Penyebaran Penyebaran Aitem Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram	56
Tabel 5. Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran	59
Tabel 6. Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Linearitas.....	59
Tabel 7. Hasil Uji Perhitungan Regresi Linear Sederhana.....	60
Tabel 8. Hasil Perhitungan Nilai Rata-rata Hipotetik dan Empirik	62



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mahasiswa ialah individu yang berada pada fase perkembangan remaja akhir yang sedang memasuki tahap dewasa awal (Bastiani & Hadiyati, 2018). Masa dewasa awal merupakan peralihan dari remaja menuju dewasa. Masa dewasa awal bukanlah masa yang mudah dalam siklus hidup individu, hal itu disebabkan karena masa peralihan ini merupakan masa dimana terjadinya perubahan yang besar antara pola hidup semasa remaja dan juga semasa dewasa (Dewi, S.P, Lilik, S., & Karyanta, 2013). Seorang individu akan hendak memilih dan mencoba peran apa yang ingin mereka perankan pada hidup mereka. Sekali individu mendapatkan pola hidup yang ia percayai maka pola tersebut dapat melengkapi kebutuhannya, individu tersebut akan meningkatkan pola-pola perilaku sikap dan nilai-nilai yang condong dapat menjadi karakteristik selama sisa hidupnya (Santrock, 2011). Perkembangan pada individu dewasa masa awal mencakup tiga aspek, ialah mental-psikologi, fisik, dan sosial.

Media sosial mempunyai sejumlah fungsi yaitu untuk melengkapi kepentingan hidup individu seperti, membentuk relasi sosial melalui media sosial yang berfungsi menjadi wadah untuk mereka mengutarakan perasaan ataupun peristiwa yang sedang mereka alami, dan juga semua hal dapat mereka sampaikan melalui media sosial (Weiser, 2011). Saat ini Instagram merupakan media sosial yang paling populer di kalangan muda. Kebanyakan orang yang menggunakan Instagram berada pada rentang usia 18-34 tahun. Usia 18-34 merupakan kategori masa dewas awal. Pada tahap ini masa dewasa awal biasanya sering melakukan

eksplorasi dan eksperimen terhadap identitas dirinya (Santrock, 2012). Bagi kebanyakan dewasa awal merasa Instagram dapat menjadi wadah tempat mereka dapat mengeksplorasi diri dan dapat menonjolkan dirinya.

Berdasarkan penelitian yang dibuat oleh JWTIntelligence (2012) sejumlah 40% orang yang menggunakan internet di dunia mengalami FoMO (*Fear of Missing Out*). *Fear of Missing Out* (FoMO) merupakan sebuah ketakutan bagi individu jika individu tersebut melihat individu lainnya mendapatkan sebuah hal yang dianggap menyenangkan baginya, tetapi ia tidak dapat mengikutinya (JWT Intelligence, 2011). *Fear of Missing Out* (FoMO) merupakan sebuah macam kecemasan yang timbul pada saat individu mengakses media sosial. Kecemasan tersebut akan muncul ketika ia tidak dapat mengakses ataupun membuka media sosial sampai tidak mendapatkan informasi terbaru dan tidak dapat melihat kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh temannya di media sosial (Sianipar & Kaloeti, 2019). Ketika individu yang secara sering menggunakan atau terhubung dengan media sosial dan ketika ia dapat melihat hal-hal tersebut secara berlebihan, maka akan menimbulkan perasaan cemas, mengalami ketidakpuasan dan juga merasa tidak berharga. Studi menunjukkan bahwa individu yang mengalami *fear of missing out* cenderung menjadi korban akibat tuntutan psikologis agar tetap terhubung dan menjaga hubungan dengan orang lain (Beyens et al, 2016), sehingga terhubung dengan media sosial sudah menjadi kebutuhan bagi mereka.

Maka dari penggunaan media sosial yang secara intensitas tersebut bisa menimbulkan kecanduan, yang berupa salah satu gangguan kesehatan mental sehingga individu yang mengalaminya akan merasakan kekhawatiran jika tidak *up*

to date dan hal tersebut bisa menyebabkan mereka berperilaku untuk menggunakan media sosial secara berlebihan (Fathadhika & Afriani, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Beyens, Eggermont dan Prison (2016), yang memperlihatkan akan meningkatnya penggunaan sosial media berhubungan dengan kebutuhan untuk selalu ada (*need to being*) yang sering di kenal sebagai (*need to popularity*). Dan hal ini berhubungan dengan FoMO, karena akan meningkatnya stres dalam penggunaan media sosial karena memiliki keinginan untuk selalu ada (*need to being*). Semakin tingginya intensitas dalam penggunaan media sosial dan juga keterikatan dalam menggunakan gadget merupakan gejala kurang terpenuhinya kesejahteraan pada masa dewasa awal (Collins, 2013). Menurut Przyblyski, Muryama, DeHaan dan Gladwell (2013), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi FoMO (*Fear of Missing Out*), ialah memiliki rasa khawatir ketika tidak dapat mengikuti ataupun tergabung dalam pengalaman maupun kegiatan yang dilakukan oleh individu lainnya, memiliki rasa khawatir ketika individu lainnya memiliki pengalaman ataupun kegiatan yang lebih menyenangkan daripada dirinya, selalu mencari tahu apa yang sedang terjadi dengan individu lain melalui media sosial, sering membagikan atau *update* kabar dirinya melalui media sosial miliknya.

Fenomena ini peneliti temukan pada lingkungan mahasiswa/i Fakultas Psikologi Universitas Medan Area pada stambuk 2019 yang merasakan pengaruh dari perasaan FoMO (*Fear of Missing Out*) terhadap intensitas penggunaan media sosial Instagram.

Diperkuat dengan hasil wawancara dengan dua mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area, kedua mahasiswa tersebut mengatakan bahwa dia secara intensitas menggunakan sosial media Instagram terlebih pada saat *weekend*, dan

juga sering merasakan perasaan cemas pada saat sedang melihat kegiatan individu lainnya di Instagram story, ia sering membanding-bandingkan kehidupannya dengan orang lain yang ia rasa menyenangkan dan juga sering merasa tertinggal. Berdasarkan wawancara di atas, dapat dikatakan bahwa kedua mahasiswa tersebut secara memiliki perasaan FoMO (*Fear of Missing Out*) dan juga secara intensitas dalam menggunakan media sosial yang tergolong tinggi, hal tersebut di karenakan adanya keinginan dari individu untuk mengharuskan dirinya agar terus mengetahui dan mengikuti informasi ataupun tren yang ada di media sosial yang mengakibatkan individu secara emosional menjadi takut akan kehilangan ataupun tertinggal tren maupun *moment*. Oleh karena itu peneliti tertarik, peneliti terdorong untuk meneliti pengaruh perasaan FoMO (*Fear of Missing Out*) pada mahasiswa psikologi universitas medan area pada stambuk 2019.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan gambaran umum yang tertera, peneliti dapat merumuskan masalah penelitian: “Apakah Intensitas Penggunaan Sosial Media Instagram Terhadap Perasaan FoMO (*Fear of Missing Out*) di kalangan mahasiswa psikologi Universitas Medan Area pada stambuk 2019?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh dari perasaan Intensitas Penggunaan Media Sosial Intagram terhadap FoMO (*Fear of Missing Out*) pada mahasiswa psikologi universitas medan area stambuk 2019.

1.4 Hipotesis Penelitian

Dari landasan teori yang telah dijelaskan di atas, maka hipotesis yang diajukan penulis adalah terdapat pengaruh intensitas penggunaan media sosial

terhadap perasaan FoMO (*Fear of Missing Out*) pada mahasiswa Jurusan Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2019.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan psikologi perkembangan, terutama pada bagian perkembangan bagi dewasa awal. Terkhusus mengenai pengaruh intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap perasaan FoMO (*Fear of Missing Out*) pada mahasiswa yang berarti dewasa awal sehingga dapat memberikan pengetahuan atau edukasi terhadap bagaimana pengaruh dari intensitas penggunaan Instagram terhadap perilaku FoMO (*Fear of Missing Out*).

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pemahaman dan juga informasi mengenai adanya pengaruh FoMO (*Fear of Missing Out*) terhadap intensitas penggunaan media social Instagram pada dewasa awal, dan juga diharapkan menjadi dasar bagi peneliti berikutnya untuk dapat melakukan penelitian dibidang yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

2.1.1 Pengertian Intensitas

Intensitas merupakan kekuatan dan kedalaman atau reaksi emosional yang membantu suatu sikap ataupun pendapat. Intensitas dapat diartikan sebagai ukuran/tingkat intensitasnya (Rinjani dan Firmanto, 2013).

Menurut Sax (dalam Azwar, 1995) mengartikan intensitas sebagai suatu kekuatan ataupun kedalaman perilaku pada sesuatu. Kata intensitas mengarah pada pemakaian waktu untuk melaksanakan aktifitas tertentu (durasi) dengan hasil ulangan tertentu dan juga dalam kurun waktu tertentu (frekuensi) (Wulandari, 2000). (Salim, 1991) mengartikan kata penggunaan sebagai bentuk proses menggunakan sesuatu.

Sedangkan menurut Dahrendorf (dalam Appollo & Ancok, 1993) mendefinisikan intensitas sebagai bentuk perumpamaan yang berkaitan dengan “pengeluaran energi” atau sejumlah kegiatan yang dilakukan oleh individu dalam jangka waktu tertentu. Menurut Klaoh (dalam Kilimanca, 2006), intensitas merupakan bentuk tahap individu dalam melakukan sebuah kegiatan tertentu berdasarkan perasaan gembira dengan aktivitas yang dilakukannya.

Intensitas penggunaan media sosial yaitu sebuah bentuk kuantitatif mengenai berapa lama, konsentrasi dan seringnya individu dalam menggunakan sosial media.

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan merupakan tingkat seringnya individu dalam memakai sesuatu

berlandaskan frekuensi dan durasinya, dikarenakan perasaan senang yang dirasakan individu dalam menjalankan aktifitas tersebut.

2.1.2 Media Sosial Instagram

Hadirnya *virtual reality*, identitas virtual dan komunitas virtual merupakan fenomena yang seringkali kita jumpai seiring dengan adanya *new media*. Timbulnya fenomena ini karena *new media* bisa memungkinkan penggunanya untuk menggunakan ruang seluas-luasnya di dalam *new media*, memperluas koneksi, serta memperlihatkan identitas lain dengan yang dipunyai oleh pengguna tersebut di dunia nyata (Flew,2002). Media sosial ialah bagian dari *new media*. Media sosial yaitu sebuah media yang penggunanya dapat membagikan sesuatu dalam bentuk konten berupa foto maupun video (Bolton et al, 2015). Media sosial merupakan suatu media *online*, yang dimana penggunanya dapat dengan mudah bergabung dan berbagi. Dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan suatu media yang bisa menghubungkan penggunanya secara *online* dan juga dapat saling berbagi konten.

Instagram ialah salah satu bentuk dari hasil kemajuan internet dan termasuk salah satu sosial media yang cukup digemari oleh individu pada masa kini. Hal tersebut dapat dipastikan oleh meningkatnya orang yang menggunakan instagram di setiap tahunnya. Terhitung dari April 2017 lalu, Intagram memberitahu bahwa penggunanya yang aktif pada tiap bulannya telah mencapai kisaran 800 juta akun dan angka tersebut bahkan lebih banyak dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Di bandingkan dengan media sosial lainnya, instagram menitik beratkan kepada penggunanya postingan foto dan video. Keunikan yang dimiliki oleh instagram membuat instagram berbeda dengan media sosial pada umumnya.

Instagram juga dilengkapi dengan berbagai fitur, seperti *face filter* untuk instagram *stories*, fitur profesional dashboard yang bisa dipakai untuk melihat *insight* serta performa akun instagram kita fitur pesan lintas *platform* instagram dan *messenger*.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa media sosial instagram merupakan media *online* yang merupakan media *sharing sites* dan *social networking space*. Karena media sosial instagram bukan hanya sekedar berbagi video maupun foto, namun juga dapat mengikuti pengguna lainnya dan juga dapat berbagi informasi dengan mudah.

2.1.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas dalam menggunakan media sosial ialah interaksi sosial, kesenangan, pelarian, relaksasi dan juga untuk dapat memperoleh informasi (Rubin, 1985).

Sedangkan menurut Casdari (2006), adanya beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas dalam menggunakan media sosial, ialah :

1. Faktor kebutuhan dari dalam

Faktor kebutuhan dari dalam ini berhubungan dengan kebutuhan-kebutuhan psikologis manusia, yaitu kebutuhan afiliasi. Afiliasi merupakan kebutuhan manusia untuk memiliki hubungan yang dekat dengan individu lainnya (*relatedness*).

2. Faktor motif sosial

Intensitas dalam menggunakan media sosial, juga bisa dipengaruhi oleh individu lainnya ataupun lingkungannya, seperti sikap konformitas mahasiswa dengan teman sebayanya.

3. Faktor emosional

Faktor emosional juga bisa mempengaruhi intensitas dalam menggunakan media sosial, seperti seorang mahasiswa yang akan mengulang aktivitas penggunaan media sosial yang membangkitkan perasaan senang.

Sedangkan menurut Shatuti (dalam Muna, 2016) bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi individu secara intensitas dalam menggunakan media sosial ialah :

1. *Emotional Coping*

Individu sering kali mengalihkan rasa kesepian, keterasingan, kebosanan, melepaskan rasa stress , relaksasi dan juga pembebasan dari rasa frustrasi dan marah. Beberapa hal tersebut menjadikan media sosial menjadi wadah untuk pengalihan dan lama kelamaan ini akan mengakibatkan intensitas dalam menggunakan media sosial

2. Keluar dari dunia nyata

Seorang individu dapat keluar sejenak dari dunia nyata yang tidak sesuai dengan yang ia harapkan. Media sosial menyajikan berbagai macam fitur yang menyenangkan. Hal tersebut lah yang menjadi faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan media sosial.

3. Lingkungan

Lingkungan yang dapat mempengaruhi intensitas dalam menggunakan media sosial dapat dibedakan menjadi dua, ialah lingkungan sosial dan lingkungan keluarga.

4. Memuaskan kebutuhan sosial dan komunikasi interpersonal

Individu dapat berinteraksi secara efektif, memperkuat hubungan pertemanan, menumbuhkan rasa memiliki dan pengakuan dan juga menambah teman yaitu melalui media sosial.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas dalam menggunakan media sosial Instagram yaitu : FoMO (*Fear of Missing Out*), faktor kebutuhan dari dalam, faktor motif sosial, faktor emosional, *emotional coping*, keluar dari dunia nyata, lingkungan.

2.1.4 Aspek-aspek Yang Mempengaruhi Penggunaan Media Sosial Instagram

Menurut Deli Bario (dalam Anggi, 2012), aspek-aspek yang membentuk intensitas dan hubungannya dengan media sosial yaitu :

a. Penghayatan

Penghayatan merupakan pengetahuan dan pemahaman terhadap suatu informasi sebagai bentuk usaha individu dalam memahami, menghayati, menikmati dan menyimpan informasi ataupun pengalaman didapatkan sebagai pemahaman individu. Individu gemar dalam mempraktikkan, meniru dan juga terpengaruh dengan informasi ataupun hal yang ada di media sosial.

b. Perhatian

Perhatian ialah minat individu terhadap aktivitas yang sebanding dengan ketertarikannya dan akan jauh lebih kuat dan juga secara intensif daripada aktivitas yang lainnya yang tidak menumbuhkan minat tertentu. Individu yang mempunyai minat yang khusus pada saat ia mengakses media sosial yang mereka sukai, sehingga individu tersebut dapat menikmati aktivitas pada saat mengakses media sosial.

c. Frekuensi

Frekuensi merupakan pengulangan perilaku yang secara berulang baik sengaja maupun tidak disengaja. Frekuensi ini mengarah pada sesuatu yang dapat diukur dengan waktu atau hitungan. Pengukuran durasi pada penelitian ini menggunakan kriteria yang digunakan oleh Judith (2011), berupa tinggi : ≥ 4 kali/hari, rendah : 1-4 kali/hari

d. Durasi

Durasi ialah panjangnya selang waktu, rentang waktu dan lamanya sesuatu yang berlangsung. Individu yang menggunakan media sosial sering kali tidak sadar akan waktu karena sangat menikmati dalam menggunakannya, sering kali individu susah lepas dari media sosial sehingga secara terus menerus membuka media sosial yang ia sukai. Pengukuran durasi pada penelitian ini menggunakan kriteria yang digunakan oleh Judith (2011), berupa tinggi : ≥ 3 jam/hari, rendah : 1-3 jam/hari.

The Graphic, Visualization & Usability Center, The Georgia Institute of Technology, mengelompokkan intensitas penggunaan internet ke dalam beberapa kelas, yaitu :

- a) *Heavy users* ialah seseorang yang menggunakan internet yang dapat menghabiskan waktu lebih dari 40 jam kerja per bulan. Jenis pengguna internet ini merupakan salah satu karakter pengguna internet yang *addicted*
- b) *Medium users* ialah seseorang yang menggunakan internet yang dapat menghabiskan waktu antara 10 sampai dengan 40 jam per bulan.
- c) *Light users* ialah seseorang yang menggunakan internet yang menghabiskan waktu kurang dari 10 jam per bulan.

Menurut Al-Menayes (2016), Aspek-aspek intensitas menggunakan media sosial yaitu :

a) *Social Consequences* (Konsekuensi Sosial)

Ialah gambaran penggunaan media sosial yang mempengaruhi aktivitas seorang individu sehari-hari. Individu dapat kehilangan orang yang berada di sekitarnya, karirnya, dan juga pendidikannya akibat pemakaian media sosial yang berlebihan.

b) *Time Displacement* (Peralihan Waktu)

Ialah gambaran waktu penggunaan media sosial, seperti pemakaian media sosial yang terus-menerus dan meningkatnya aktivitas mengakses media sosial.

c) *Compulsive Feelings* (Perasaan Kompulsif)

Ialah gambaran dari perasaan pemakaian media sosial. Individu yang mengalami kecanduan dalam menggunakan media sosial merasa media

sosial merupakan jalan untuk menyelesaikan masalah ataupun mengurangi pikiran negatif, misalnya perasaan bosan dan *stress*.

Berdasarkan beberapa teori di atas maka dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek FoMO (*Fear of Missing Out*) yaitu penghayatan, perhatian, frekuensi, durasi, *Social Consequences, Time Displacements, Compulsive Feelings*.

3.2 FoMO (*Fear of Missing Out*)

2.2.1 Definisi FoMO (*Fear of Missing Out*)

Pertama kali kata *Fear of Missing Out* (FoMO) dikenalkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Przyblyski, Murayama, DeHaan dan Gladwell (2013). *Fear of Missing Out* (FoMO) bisa didefinisikan sebagai rasa khawatir, kecemasan serta kegelisahan terhadap individu pada saat akan tertinggal atau merasa tidak memiliki peristiwa berharga dengan individu atau kelompok lain yang dimana pada saat individu tersebut tidak hadir atau ikut serta di dalamnya dikenali dengan perasaan yang selalu ingin tersambung dengan individu atau kelompok lain di media sosial secara intens (Przyblyski, dkk., 2013).

Menurut Alt (2015), *Fear of Missing Out* (FoMO) merupakan fenomena dimana pada saat individu yang merasa cemas pada saat individu lainnya mendapatkan pengalaman yang memuaskan tetapi individu tersebut tidak ikut serta secara langsung, yang menyebabkan individu tersebut berupaya untuk terus terhubung dengan apa yang dilakukan oleh individu lainnya melalui media sosial.

Abel, Buff, Burr (2016) mendefinisikan FoMO sebagai keinginan yang kuat dimana individu bisa berada di kedua tempat atau lebih dalam satu waktu, hal ini dilandasi dengan rasa takut kehilangan akan sebuah hal, media sosial yang

dipergunakannya dibuat untuk menjadi tempat kebahagiaan terkhusus untuk dapat merasakan hal yang dialami oleh individu lain.

Berdasarkan beberapa definisi FoMO menurut para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa FoMO adalah perasaan cemas, takut dan gelisah pada saat individu merasa tertinggal pada saat ia tidak berada atau tidak dapat merasakan sesuatu yang menyenangkan yang dirasakan oleh individu lainnya. Ia akan merasa resah pada saat ia melewatkan tren yang terjadi di kehidupan sosialnya.

2.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi FoMO (*Fear of Missing Out*)

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi FoMO, diantaranya ialah :

- a. Tidak terpenuhinya kebutuhan keterkaitan berfokus pada kebutuhan individu akan keinginan untuk berinteraksi dan terhubung dalam suatu kelompok. 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, dll 2013)

Menurut JWT Intelligence (2012), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi *Fear of Missing Out* (FoMO), yaitu :

- a. Keterbukaan berita atau informasi di media sosial

Media sosial, handphone dan pemberitahuan lokasi membuat kehidupan di era ini menjadi semakin transparan secara memamerkan segala hal yang sedang terjadi pada saat ini. Halaman media sosial sering diisi dengan informasi terbaru yang real-time, gambaran, video maupun obrolan terhangat. Keterbukaan berita ini membuat perubahan kultur budaya di masyarakat yang bermakna privasi sehingga menjadi budaya yang lebih terbuka.

- b. Tidak terwujudnya kebutuhan psikologis terhadap *relatedness*

Relatedness atau yang ber artiakan keterdekatan ataupun keinginan untuk bersinggungan dengan orang lain, merupakan kebutuhan individu untuk dapat merasakan perasaan terikat pada suatu kelompok ataupun kebersamaan bersama individu lainnya. Pada kondisi seperti memiliki ikatan yang kuat, hangat dan juga peduli untuk dapat menciptakan kebutuhan keterikatan tersebut, sehingga individu tersebut merasa dapat memiliki kesempatan yang lebih dalam berkomunikasi dengan individu lainnya yang ia anggap penting dan selalu membangun kompetensi sosialnya. Jika kebutuhan psikologis terhadap *relatedness* tidak dapat terwujud, individu cenderung merasa cemas dan selalu mencoba mencari tahu hal apa saja yang dilakukan oleh individu lainnya melalui media sosial.

- c. Tidak terlaksanakannya kebutuhan psikologi akan *Self*

Kebutuhan psikologis terhadap diri sendiri berhubungan dengan kompetensi (*Competence*) dan otonomi (*Autonomy*), keterkaitan tersebut penting bagi kebutuhan psikologis diri sendiri (*Self*), serta menurunnya tingkat suasana hati yang positif dan kepuasan hidup yang signifikan berkaitan dengan tingkat FoMO yang lebih tinggi. Namun bila kepentingan psikologis tidak dapat terwujudkan, individu akan mencurahkan melalui media sosial untuk mendapatkan berbagai macam informasi dan juga berkaitan dengan individu lainnya. Hal tersebut membuat individu berusaha agar mencari tahu apa saja yang sedang dilakukan oleh individu lainnya di media sosial.

d. *Social one-upmanship*

Social one-upmanship ialah perilaku yang menunjukkan individu yang berupaya untuk melakukan sesuatu seperti perkataan, perbuatan ataupun mencari sesuatu untuk menunjukkan bahwa dirinya lebih baik dibandingkan individu lainnya. FoMO ditimbulkan karena adanya rasa ingin untuk menjadi paling baik diantara individu lainnya. Ajang pamer di media sosial juga menjadi pemicu munculnya sikap FoMO pada orang lain.

e. Kondisi yang deprivasi relatif

Kondisi deprivasi relatif merupakan kondisi yang menunjukkan perasaan akan ketidakpuasan seseorang pada saat membandingkan keadaannya dengan orang lain. Perasaan tertinggal dan tidak merasa puas dengan apa yang dia punya, hadir pada saat membandingkan kondisi dirinya dengan orang lain di media sosial.

f. Banyaknya dorongan untuk mengetahui sebuah informasi

Di era digital ini, cukup memungkinkan individu untuk selalu dipaparkan dengan topik-topik yang menarik tanpa usaha yang banyak untuk mendapatkannya. Namun di lain sisi menimbulkan stimulus-stimulus yang membuat rasa keingintahuan untuk selalu mengikuti alur *trend* terkini. Rasa ingin mengikuti alur tren inilah yang menimbulkan perasaan *Fear of Missing Out* (FoMO).

Menurut Przyblyski, Muryama, DeHaan dan Gladwell (2013), faktor-faktor *Fear of Missing Out* (FoMO), yaitu :

1. Memiliki rasa khawatir ketika tidak dapat mengikuti ataupun tergabung dalam pengalaman maupun kegiatan yang dilakukan oleh individu lainnya
2. Memiliki rasa khawatir ketika individu lainnya memiliki pengalaman ataupun kegiatan yang lebih menyenangkan daripada dirinya
3. Selalu mencari tahu apa yang sedang terjadi dengan individu lain melalui media sosial
4. Sering membagikan atau *update* kabar dirinya melalui media sosial miliknya

Sedangkan menurut Abel, dkk (2016) terdapat dua faktor yang menyebabkan terjadinya *Fear of Missing Out* (FoMO), ialah :

a. Kecemasan

Kecemasan yaitu rasa takut akan keterasingan yang dapat membuat seorang individu menyesuaikan dirinya dengan sebuah kelompok untuk menghindari keterasingan (Leary & Baumeister dalam Abel, dkk, 2016).

b. Harga diri

Harga diri ialah evaluasi konsep diri atau komponen yang memperlihatkan apa yang seseorang rasakan mengenai dirinya sendiri (Leary & Baumeister dalam Abel, dkk, 2016)

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor *fear of missing out* ialah keterbukaan berita atau informasi di media social, tidak terwujudnya kebutuhan psikologis terhadap *relatedness*, tidak terlaksanakannya kebutuhan psikologi akan *self*, *social one-upmanship*, kondisi yang deprivasi relative, banyaknya dorongan untuk mengetahui informasi, selalu mencari tahu apa yang sedang terjadi dengan individu lain melalui media social, memiliki rasa khawatir Ketika individu lainnya memiliki pengalaman ataupun kegiatan yang lebih menyenangkan daripada dirinya, memiliki rasa khawatir Ketika tidak dapat mengikuti ataupun tergabung dalam pengalaman maupun kegiatan yang dilakukan oleh orang lain.

2.2.3 Aspek-aspek FoMO (*Fear of Missing Out*)

Menurut JWT Intelligence (2011), terdapat beberapa aspek *Fear of Missing Out* (FoMO), yaitu :

a. *Comparison with friends*

Merupakan timbulnya perasaan yang negatif karena membandingkan dirinya dengan teman ataupun orang lain. Individu cenderung membandingkan dalam segi pencapaian dan performa, yang lebih bersifat kompetitif, Individu juga cenderung membandingkan dari segi pemikiran dan juga keyakinan.

b. *Being left*

Merupakan timbulnya perasaan yang negatif karena tidak dapat terlibat di dalam suatu perbincangan ataupun kegiatan. Perasaan ini muncul pada saat individu merasa tertinggal karena ia tidak dapat merasakan atau mendapatkan pencapaian, perbincangan ataupun kegiatan yang individu lain miliki.

c. *Missed experiences*

Merupakan timbulnya perasaan negatif karena tidak dapat terlibat di dalam suatu aktivitas. Kondisi ini muncul pada saat individu merasa kehilangan kesempatan untuk dapat terlibat dalam suatu aktivitas berasa individu lainnya.

d. *Compulsion*

Merupakan perilaku yang secara berulang mengecek aktivitas yang dilakukan oleh orang lain, dengan tujuan agar tidak tertinggal berita ataupun informasi terkini.

Menurut Przybylski (2013) terdapat beberapa aspek-aspek *Fear of Missing Out* (FoMO), yaitu :

a. *Self*

Self merupakan kebutuhan psikologis ini berhubungan dengan kompetensi dan autonomi. Kompetensi ialah keyakinan dari individu untuk melakukan sesuatu secara efektif dan baik, sementara itu autonomi merupakan kemampuan individu untuk memilih sebuah keputusan. Namun jika kebutuhan psikologis akan *self* tidak terwujudkan, maka individu akan cenderung mengekspresikannya melalui media sosial agar mendapatkan

segala macam informasi dan juga yang berhubungan dengan individu lainnya.

b. *Relatedness*

Relatedness ialah kebutuhan terhadap individu untuk dapat selalu merasa terhubung dengan individu lainnya. Jika kebutuhan *relatedness* tersebut tidak dapat terwujudkan, maka individu cenderung akan merasakan rasa khawatir dan juga akan mencari tahu pengalaman dan kegiatan yang sedang dilakukan oleh individu lainnya melalui media sosial.

Sedangkan menurut Abel, dkk (2016) aspek-aspek dari FoMO (*Fear of Missing Out*) yaitu :

a. *Sense of self*

Menilai pandangan seorang individu mengenai dirinya sendiri. *Sense of self* ialah pandangan seseorang mengenai dirinya sendiri, seperti sejauh apa individu tersebut mengenal dirinya sendiri dan sejauh apa juga individu tersebut membatasi pengaruh lingkungan terhadap dirinya (Flurry & Ickes, 2007).

b. *Social interaction*

Menilai perasaan individu terhadap keterhubungannya dengan individu lainnya, masalah mereka dengan rasa malu, dan tingkat nyamannya seorang individu saat berinteraksi dengan individu lainnya dari sebuah kelompok. Gereungan (2004), mendefinisikan *social interaction* ialah sebuah hubungan antara dua maupun lebih individu yang saling mempengaruhi, memperbaiki, mengubah satu sama lain.

c. *Social anxiety*

Rasa cemas yang diakibatkan oleh penggunaan media sosial. Menurut Brech (2000) *social anxiety* adalah rasa khawatir dan takut yang berlebihan pada saat individu berada di sebuah tempat yang sama dengan individu lainnya dan merasa khawatir mendapatkan penilaian bahkan evaluasi yang buruk akan dirinya, dan ia akan merasa aman jika sendirian.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek FoMO (*Fear of Missing Out*) ialah *comparison with friends, being left, missed experiences, compulsion, self, relatedness, sense of self, cial interaction, social anxiety*.

2.2.4 Indikator FoMO (*Fear of Missing Out*)

Menurut penelitian Przybylski et al (2013) terdapat tiga indikator dari *Fear of Missing out* (FoMO), yaitu :

a. Ketakutan

Rasa takut dipahami sebagai perasaan yang muncul pada saat individu merasa terancam pada saat individu tersebut sedang terhubung atau tidak terhubung pada sebuah kejadian, pengalaman atau percakapan dengan individu lainnya.

b. Kekhawatiran

Rasa khawatir dipahami sebagai perasaan yang muncul pada saat individu melihat individu lainnya sedang mendapatkan pengalaman yang menyenangkan tanpa dirinya dan juga merasa hilangnya kesempatan untuk dapat bertemu dengan orang lain.

c. Kecemasan

Rasa cemas dipahami sebagai reaksi individu terhadap suatu hal yang tidak menyenangkan pada saat individu sedang terhubung ataupun tidak terhubung pada sebuah kejadian, pengalaman atau percakapan dengan individu lainnya.

Berdasarkan paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa indikator FoMO (*Fear of Missing Out*) ialah ketakutan, kekhawatiran dan kecemasan.

2.2.5 Dampak FoMO (*Fear of Missing Out*)

Menurut Przybylski et al (2013), terdapat beberapa dampak *Fear of Missing Out*, yaitu :

- a. Individu merasa telah menjadi kewajiban untuk selalu melihat media sosial.

Telah menjadi kewajiban bagi individu yang FoMO untuk melihat sosial media, untuk selau *up to date* atau mengetahui berita ataupun kegiatan yang dilakukan oleh orang lain di sosial media.

- b. Individu selalu memaksakan diri untuk ikut serta dalam segala kegiatan.

Menghadiri suatu tempat ataupun acara sudah menjadi sebuah ajang perlombaan bagi individu yang FoMO, tujuannya untuk meningkatkan harga diri melalui *posting-an* yang ia unggahan di sosial media nya. Dan juga ia berupaya untuk membuat kehadirannya untuk diakui dan ingin berbeda dari pada yang lainnya.

- c. Individu sering membuat “panggung pertunjukkan” sendiri.

“Panggung” yang dimaksud bisa di *front-stage* (daring) maupun *back-stage* (luring), pada panggung tersebut individu mempresentasikan dirinya dari kehidupan sehari-harinya. Panggung tersebut berguna untuk memberikan kesan yang unik dan juga berbeda daripada yang lainnya.

- d. Individu sering merasa dirinya kurang dan selalu menginginkan yang lebih

Individu yang FoMO sering membandingkan dirinya dengan individu lainnya, ketika ia merasa dirinya tidak dapat mengampai hal yang ia inginkan, ia cenderung akan merasa selalu kurang dan selalu menginginkan hal yang lebih.

Berdasarkan paparan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa dampak dari FoMO (*Fear of Missing Out*) ialah individu merasa telah menjadi kewajiban untuk selalu melihat media social, individu selalu memaksakan diri untuk ikut serta dalam segala kegiatan, individu sering membuat “panggung pertunjukkan” sendiri, individu sering merasa dirinya kurang dan selalu menginginkan yang lebih.

3.3 Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap FoMO (*Fear of Missing Out*)

Fear of Missing Out (FoMO) dapat didefinisikan sebagai rasa khawatir, kecemasan serta kegelisahan terhadap individu pada saat akan tertinggal atau merasa tidak memiliki peristiwa berharga dengan individu atau kelompok lain yang dimana pada saat individu tersebut tidak hadir atau ikut serta di dalamnya dikenali dengan perasaan yang selalu ingin tersambung dengan individu atau kelompok lain di media sosial secara intens (Przybylski, dkk., 2013).

Sedangkan Menurut Alt (2015), *Fear of Missing Out* (FoMO) merupakan fenomena dimana pada saat individu yang merasa cemas pada saat individu lainnya mendapatkan pengalaman yang memuaskan tetapi individu tersebut tidak ikut serta secara langsung, yang menyebabkan individu tersebut berupaya untuk terus terhubung dengan apa yang dilakukan oleh individu lainnya melalui media sosial.

Fear of Missing Out (FoMO) ialah perasaan takut yang di rasakan individu pada saat individu lainnya memiliki suatu hal yang menyenangkan, namun individu tersebut tidak dapat ikut serta sehingga membuat individu tersebut berusaha untuk tetap terhubung dengan aktivitas individu lainnya di media sosial.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Adam (2016), FoMO dapat mempengaruhi waktu tidur. Individu yang merasa takut pada saat ia tertidur, ia merasa akan melewatkan waktu yang menyenangkan dan penting yang sedang terjadi, dan juga jika berhubungan dengan ingin mengetahui aktivitas yang dilakukan oleh temannya. Menurut Dawson (dalam Wire 2014), menguraikan penyebab dari individu yang mengalami FoMO adalah karena manusia merupakan makhluk sosial, sehingga ia membutuhkan pengakuan dan juga penerimaan dari sekitarnya. Terlebih individu tidak hanya ingin tampil di dunia non virtual, melainkan juga di dunia virtual. Tingginya intensitas penggunaan media sosial instagram pada mahasiswa dapat mempengaruhi terjadinya FoMO. Tingginya dorongan untuk ingin mengetahui informasi akan membuat individu akan merasa untuk selalu ingin memperoleh informasi yang terbaru (*up to date*).

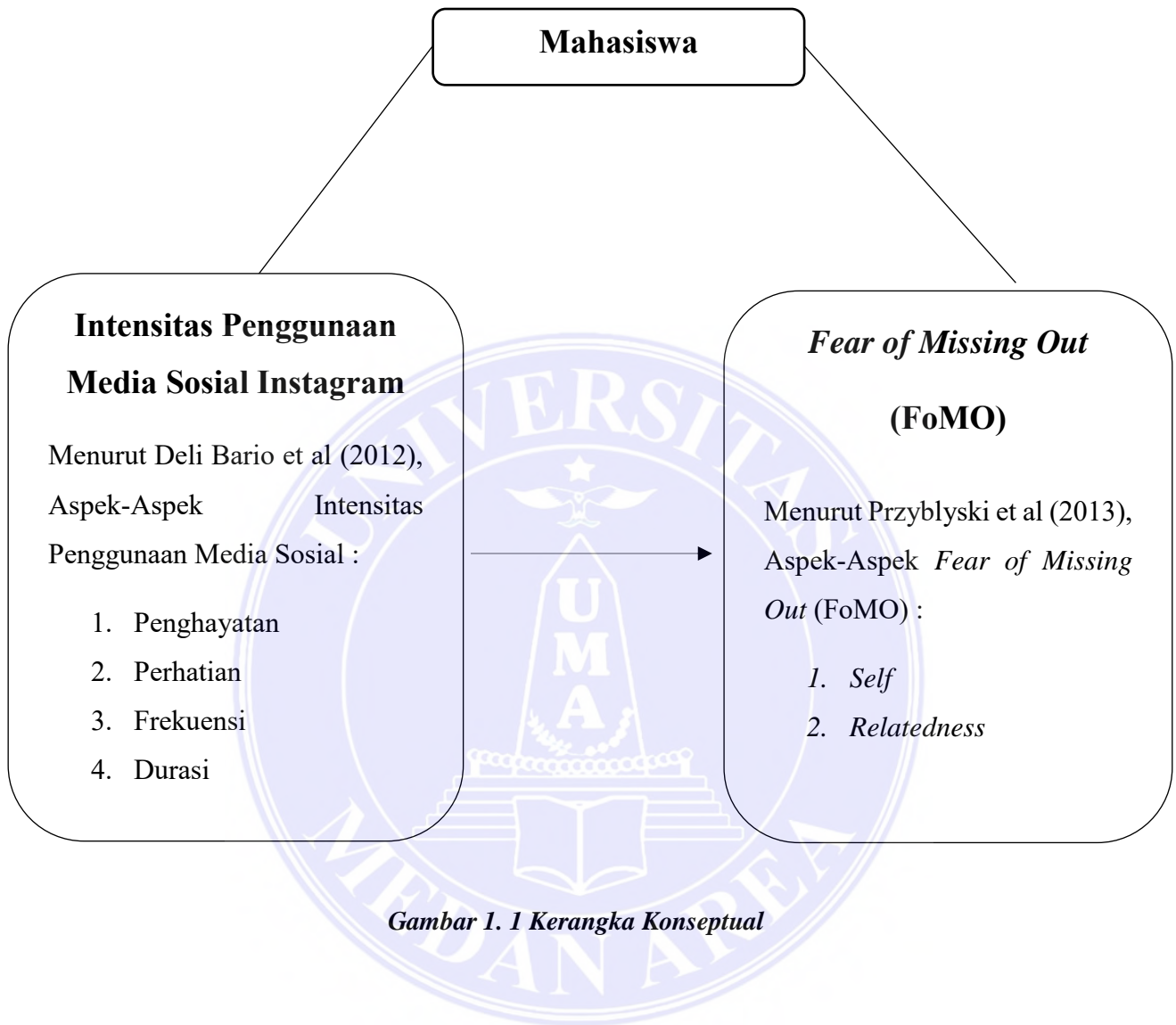
Meningkatnya penggunaan media sosial yang berarti meningkatnya waktu yang dihabiskan pada saat mengakses media sosial. Perilaku seringnya membuka media sosial ini dilandasi oleh *Fear of Missing Out* (FoMO), yang menjadi sebuah masalah pada saat individu ketinggalan informasi ataupun hal-hal yang dibagikan oleh individu lainnya (Dhir, Yossatorn, Kaur & Chen, 2018). Dorongan dan kebutuhan yang timbul akibat FoMO dalam mempertahankan komunikasi dapat tercukupi melalui media sosial. Tersedianya informasi di media sosial yang memungkinkan individu dapat mengetahui kejadian apa saja yang telah dilakukan

oleh individu lainnya sepanjang waktu. Hal tersebut yang menyebabkan individu mengalami *Fear of Missing Out* (FoMO) dan mengarah pada intensitas menggunakan media sosial (Abel dkk, 2016).

Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Cendrawan dan Ajisuksmo (2020) didapatkan hasil data penelitian terkait faktor intensitas penggunaan media sosial yakni adanya pengaruh dari faktor perilaku yang ingin mencari informasi (*Information seeking behavior*), perilaku hedonies (*hedonic behavior*), dan rasa kekomunitasan (*Sense of Community*) terhadap intensitas individu dalam mengakses media sosial. Menurut Ajzen, keinginan yang dimiliki oleh individu (ketika mengakses media sosial) memberikan motivasi yang dapat memberikan pengaruh pada perilaku individu.

Intensitas penggunaan media sosial memiliki pengaruh terhadap FoMO. Mahasiswa yang secara intensif dalam menggunakan instagram dapat memberikan pengaruh terhadap perasaan FoMO. Akibat dari suatu hal berupa moment ataupun informasi yang muncul dan individu tidak dapat berpartisipasi ataupun mengikutinya akan menimbulkan perasaan FoMO terhadap dirinya.

3.4 Kerangka Konseptual



Gambar 1. 1 Kerangka Konseptual

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

3.1.1 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 18 September 2023 sampai dengan tanggal 26 September 2023, pada mahasiswa Universitas Medan Area Fakultas Psikologi stambuk 2019.

3.1.2 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang berlokasi pada Jl. Kolam No. 1 Medan Estate, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara.

Fakultas Psikologi saat ini dipimpin oleh bapak dekan Hassanuddin, Ph.D. Fakultas Psikologi Universitas Medan Area mempunyai 4 orientasi minat khusus, yaitu diantaranya :

1. Psikologi Perkembangan
2. Psikologi Industri dan Organisasi
3. Psikologi Klinis
4. Psikologi Pendidikan

Fakultas Psikologi Universitas Medan Area memiliki beberapa Visi dan Misi, yaitu :

a. Visi

Pada tahun 2025 menjadi Program Studi yang unggul dalam bidang Ilmu Psikologi, yang menghasilkan lulusan yang Inovatif, Berkarakter dan Mandiri di tingkat nasional dan internasional.

b. Misi

1. Menyelenggarakan layanan pendidikan berbasis kompetensi dengan memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam setiap bidang Ilmu Psikologi dan Karakter
2. Mengembangkan dan menyebarluaskan, Ilmu Psikologi berdasarkan Penelitian Ilmiah
3. Mengembangkan Budaya Kewirausahaan dan Kemandirian
4. Melaksanakan kerjasama dan pengabdian kepada masyarakat
5. Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, etika dan Pancasila

3.2 Bahan dan Alat

Alat yang digunakan pada penelitian ini ialah menggunakan angket dengan skala *Fear of Missing Out* (FoMO) dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram, yang dipakai sebagai alat pengumpulan data yang disebarluaskan kepada responden. Alat yang digunakan oleh peneliti ialah berupa Google Form.

3.3 Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah kuantitatif. Metode Kuantitatif merupakan penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, urut, terencana dan terstruktur (Azwar, 2010). Penelitian kuantitatif dipergunakan untuk meneliti populasi atau sampel yang spesifik, dimana pengumpulan datanya memakai instrumen penelitian dan analisis data yang bersifat kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditentukan (Sugiyono, 2018).

3.3.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah skala psikologi yang berbentuk skala *likert*. Skala digunakan untuk mengenali ataupun mengingat data yang akan di ukur seperti konstruk ataupun konsep psikologis yang dapat diungkap secara tidak langsung melewati indikator-indikator karakter yang dijabarkan dalam bentuk aitem-aitem pernyataan (Azwar, 2012).

Skala *likert* yaitu skala yang dipergunakan untuk mengukur pendapat, persepsi, sikap atau juga sekelompok orang mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2018). Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel.

A. Skala FoMO (*Fear of Missing Out*)

Skala *Fear of Missing Out* (FoMO) yang disusun oleh peneliti ini merujuk pada pengertian dan aspek-aspek dari *Fear of Missing Out* (FoMO) yang disampaikan oleh Przyblyski, Murayama, DeHaan dan Gladwell (2013).

Skala tersebut terdiri dari aitem-aitem dengan 5 alternatif jawaban, yaitu : SS (Sangat Sesuai), S (Sesuai), N (Netral), TS (Tidak Sesuai), STS (Sangat Tidak Sesuai). Skala ini disusun pada beberapa pertanyaan *Favorable* dan *Unfavorable*, skor yang digunakan yaitu 1 sampai 5, dengan bobot penilaian *Favorable* , SS = 5, S = 4, N = 3, TS = 2, STS = 1, sedangkan *Unfavorable* yaitu, SS = 1, S = 2, N = 3, TS = 4, STS = 5. Adapun jumlah aitem yang akan berkurang sesuai dengan validitasnya.

B. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Skala intensitas penggunaan media sosial instagram di dalam penelitian ini disusun menurut Andrawati (2016), yang berlandaskan aspek-aspek seperti berikut : Penghayatan (yaitu sebuah pemahaman dan penyerapan individu terhadap sebuah informasi sebagai pengetahuan yang baru bagi individu ataupun mahasiswa yang bersangkutan), Perhatian (yaitu sebuah minat individu terhadap sesuatu yang ia amati yang dijadikan target perilaku), Durasi (yaitu sebuah kebutuhan individu dalam beberapa waktu tertentu untuk melakukan perilaku yang dijadikan target), Frekuensi (yaitu terjadinya pengulangan perilaku yang sering dan menjadi target).

Alternatif jawaban yang digunakan pada skala *rating scale* dengan tingkat pengukuran 5 titik, yaitu titik 1 sampai dengan 5 yang mengukur setiap item pertanyaan di kuesioner. Responden diberikan fleksibilitas untuk menjawab sesuai dengan dirinya. Jawaban responden pada tiap item kuesioner mempunyai nilai yang paling tidak baik untuk titik 1 dan nilai yang paling baik untuk titik 5.

3.3.2 Metode Uji Coba Alat Ukur

Cara mendapatkan data yang objektif dan akurat merupakan salah satu tolak ukur penelitian. Artinya, hasil penelitian semata-mata dapat dipercaya jika dilandasi dan didukung oleh data yang akurat (Azwar, 2015). Sebuah alat ukur dapat dikatakan baik jika alat ukur tersebut valid dan reliabel. Maka dari itu, terlebih dahulu sebaiknya alat ukur (skala) di uji coba (*try out*), agar mengetahui validitas dan reliabilitas alat ukur tersebut (Azwar, 2009). Adapun Validitas dan reliabilitas pada penelitian ini, yaitu :

A. Validitas Alat Ukur

Validitas ialah untuk mengetahui skala psikologi dapat menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuan ukurannya, maka diperlukan suatu pengujian validitas (Azwar, 2000). Untuk menguji validitas pada masing-masing aitem dengan cara mengkorelasikan masing-masing butir skor dengan skor total yang merupakan jumlah dari setiap skor butir. Ketika koefisien korelasinya sama atau di atas 0,300 maka aitem tersebut dikatakan valid, tetapi jikalau nilai korelasinya kurang dari 0,300 maka aitem tersebut dikatakan tidak valid. Pada penelitian ini teknik yang digunakan ialah teknik *Corrected Item Total Correlation*. Validitas pada penelitian ini akan diuji menggunakan program SPSS.

B. Reliabilitas Alat Ukur

Sesudah diuji validitasnya, dilakukanlah pengujian reliabilitasnya, dengan tujuan untuk mengukur tingkat konsistensi atau ketetapan suatu alat ukur dalam menilai kemampuan individu yang tidak berubah ataupun tetap sama hasilnya. Hasil pengukuran bisa dikatakan reliabel, jika dilakukan pengukuran ulang terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama, hasil yang diperoleh sama (Azwar, 2012). Reliabel juga dikatakan sebagai kepercayaan, konsistensi, keajekan atau sebaiknya. Koefisien reliabilitas berada pada rentang nilai 0 hingga 1. Kalau koefisien skala semakin mendekati 1 maka dapat dikatakan bahwa skala tersebut memiliki koefisien reliabilitas yang baik, namun sebaliknya ketika koefisien skala semakin mendekati 0 yang berarti semakin rendah pula reliabilitasnya (Azwar, 2009).

Pada penelitian ini pengukuran reliabilitas yang digunakan ialah teknik *Alpha Cronbach*, diuji menggunakan bantuan SPSS.

3.3.3 Metode Analisis Data

Metode analisis data ialah salah satu langkah yang penting di dalam proses penelitian, karena pada tahap inilah hasil penelitian akan tampak. Analisis data mencakup seluruh kegiatan menganalisa, mengklasifikasi, memaknai dan menarik kesimpulan dari seluruh data yang terkumpul. Maka dari itu perlu menggunakan dasar pemikiran untuk menentukan pilihan teknik analisis data yang akan digunakan dengan menggunakan rumus analisis regresi linear sederhana.

Sebelum melakukan analisis data dengan menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana, lebih dahulu dilakukannya uji asumsi sebagai berikut :

1. Uji Normalitas ialah pengujian bahwa sampel yang dihadapi berasal dari populasi yang terdistribusi normal, sehingga dapat digeneralisasikan pada populasi. Suatu data dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi atau $p > 0,05$, namun sebaliknya jika $< 0,05$ maka dikatakan tidak berdistribusi normal.

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan analisis uji statistik *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan program SPSS (*Statistic Packages For Social Science*).

2. Uji Linearitas, ialah untuk mengetahui apakah data dari variabel bebas mempunyai hubungan dengan data terikat. Pengaruh yang linear antara variabel bebas dan variabel terkait dapat dilihat ketika nilai signifikansi atau $p > 0,05$, namun sebaliknya jika nilai tidak signifikan atau $p < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa pengaruh antara kedua variabel tersebut tidak linear

(Arikunto, 2010). Uji linearitas pada penelitian ini menggunakan analisis uji statistik *Test for Linearity* dengan bantuan program SPSS (*Statistic Packages For Social Science*).

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang termasuk atas subyek dan obyek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2011). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2019 sebanyak 259 mahasiswa.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang merupakan sumber data di dalam penelitian, yang dimana populasi ialah bagian hasil dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2017). Untuk pengambilan sampel, harus melalui tahap *purposive sampling*. Sampel pada penelitian ini sebanyak 62 mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area stambuk 2019.

3.5 Prosedur Kerja

3.5.1 Persiapan Penelitian

Persiapan penelitian ini meliputi persiapan administrasi dan persiapan alat ukur penelitian. Adapun persiapan-persiapan yang dimaksud adalah sebagai berikut, yaitu:

A. Persiapan administrasi

Peneliti terlebih dahulu mengadakan persiapan yang berhubungan dengan kelengkapan administrasi, yaitu hal menyangkut perizinan penelitian yang disetujui oleh wakil dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Surat penelitian yang diajukan oleh peneliti selesai pada tanggal 12 September dengan nomor surat 2444/FPSI/01.10/IX/2023. Setelah Persiapan administrasi yang diperlukan selesai, maka dilanjutkan dengan peneliti memberikan surat izin riset dan pengambilan data kepada pihak fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Penelitian ini diakhiri dengan keluarnya surat pernyataan selesai penelitian dengan nomor surat 2505/FPSI/01.10/IX/2023 yang menerangkan bahwa peneliti benar telah selesai penelitian di Universitas Medan Area pada tanggal 26 September 2023 .

B. Persiapan Alat Ukur

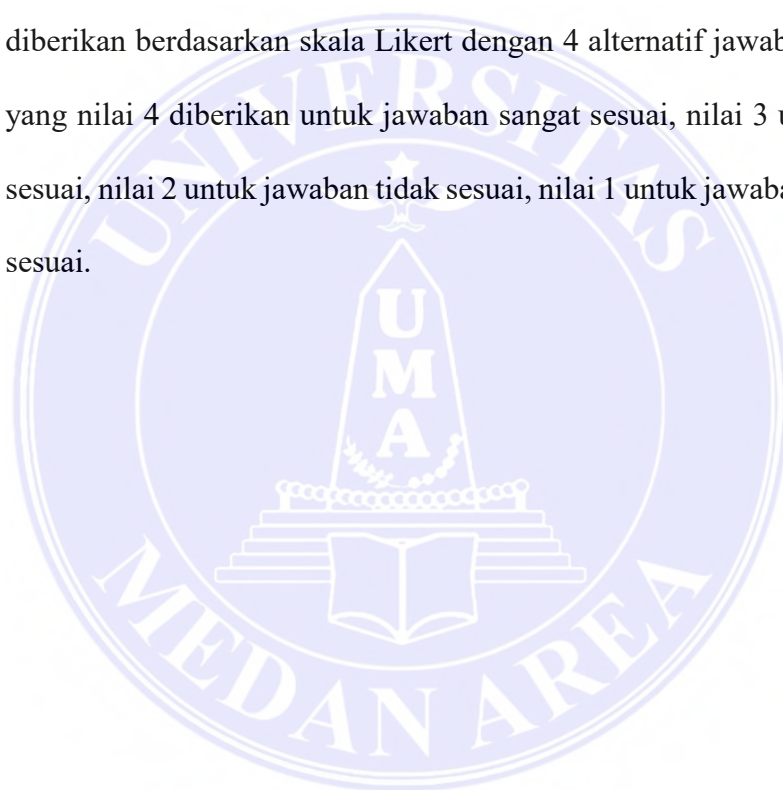
Persiapan yang dimaksud ialah mempersiapkan alat ukur yang nantinya digunakan penelitian, penyusunan skala perasaan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan *Fear of Missing Out* (FoMO).

a) Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Skala yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram disusun berdasarkan aspek-aspek menurut Delia Bario (2012) sebagai berikut : Penghayatan, perhatian, frekuensi, durasi. Skala berjumlah 32 Pertanyaan penilaian penelitian yang diberikan berdasarkan skala Likert dengan 4 alternatif jawaban item yang nilai 4 diberikan untuk jawaban sangat sesuai, nilai 3 untuk sesuai, nilai 2 untuk jawaban tidak sesuai, nilai 1 untuk jawaban sangat tidak sesuai

b) Skala *Fear of Missing Out*

Skala *Fear of Missing Out* pada mahasiswa dalam penelitian ini disusun berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan Przybylski (2013) yaitu: *Self, Relatedness*. Semakin tinggi skor yang didapatkan dari *Fear of missing out* maka *Fear of Missing Out* akan semakin tinggi. Penelitian yang menggunakan metode angket adalah penelitian yang akan mengukur *Fear of Missing Out* disajikan dalam bentuk pernyataan. Penelitian yang diberikan berdasarkan skala Likert dengan 4 alternatif jawaban untuk item yang nilai 4 diberikan untuk jawaban sangat sesuai, nilai 3 untuk jawaban sesuai, nilai 2 untuk jawaban tidak sesuai, nilai 1 untuk jawaban sangat tidak sesuai.



BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

1. Adapun Koefisien determinan (r^2) sebesar 0,289 menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial dipengaruhi oleh perasaan FoMO sebesar 28,9%.
2. Rata-rata empiris FoMO adalah (50,84) lebih rendah dari rata-rata hipotetis (62,5). Kemudian, rata-rata empiris intensitas pengguna media sosial khususnya (77,08) lebih tinggi dari rata-rata asumsi (62,5) dan tergolong tinggi.
3. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, bahwa ada pengaruh positif antara Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap perasaan FoMO. Dimana $r_{xy} = 0,538$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$).

5.2 Saran

1. Bagi Mahasiswa pengguna media sosial
Sebaiknya penggunaan media sosial oleh pelajar atau remaja tetap berada di bawah pengawasan orang tua, dimana orang tua bekerja sama untuk memandu penggunaan media sosial. Hal ini dapat dimulai secara sederhana di rumah, yaitu dengan menciptakan interaksi dan komunikasi yang lebih realistis dengan remaja tentang apa yang mereka alami, serta menciptakan kedekatan dengan cara mulai mendengarkan pendapat mereka tentang suatu hal. Remaja sebaiknya menggunakan media sosial baik untuk tujuan pendidikan maupun kepentingan pribadi dengan membatasi penggunaannya dalam kehidupan sehari-hari untuk menghindari

ketergantungan pada internet atau penggunaan media sosial dan menghindari gejala takut lewat. Warganet khususnya remaja juga diimbau untuk lebih fokus pada kelebihan diri sendiri seperti mengasah kemampuan, fokus mengembangkan tujuan yang ingin dicapai di masa depan, dan menetapkan tujuan yang perlu dicapai agar tercipta kedekatan emosional dan pengertian. orang lain. nilai-nilai sendiri.

Remaja kemudian juga dapat mengelola keadaan emosinya secara lebih efektif ketika mengalami stres atau kondisi emosi negatif lainnya dengan mengarahkan emosi negatif tersebut ke sesuatu yang lebih positif dalam praktiknya, seperti berbicara dengan orang yang dicintai atau berpartisipasi dalam aktivitas. mereka lebih menyukainya daripada lebih sering memamerkannya di media sosial.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya serta mengembangkan sampel penelitian yang jauh lebih besar. Peneliti selanjutnya juga dapat mempertimbangkan untuk mengkategorikan variabel lain yang lebih spesifik terhadap budaya, jenis kelamin, usia, dan penggunaan media sosial seperti Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- A Gerungan, (2004). Psikologi Sosial. Bandung: Rafika Aditama.
- Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: scale development and assesment. *Journal of Business Economic Research*, 33-44.
- Adams, S. K., Williford, D. N., Vaccaro, A., Kisler, T. S., Francis, A., & Newman, B. (2016). The young and restless: Socializing trumps sleep, fear of missing out, and technological distractions in first year college students. *International Journal of Adolescence and Youth*.
- Andarwati, I. (2016). Citra diri ditinjau dari intensitas penggunaan media jejaring sosial instagram pada siswa kelas XI SMA N 9 Yogyakarta. *EJurnal bimbingan dan konseling Vol 3 : 1-12*.
- Azizan, Hafidz. (2016). Pengaruh Kepercayaan Diri terhadap Ketergantungan Media Sosial pada Siswa di SMK Negeri 1 Bantul. *E-journal Bimbingan Konseling Edisi 6*
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin. (2000). *Reabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Azwar, S.(2003). *Sikap manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar, Saifuddin. (2009). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*.Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2015). *Metode Penelitian . Yogyakarta : Pustaka Belajar*.
- Akustika Swara Indonesia. (2017). Diskusi Perencanaan Auditorium di Universitas Trisakti - November 2017. Retrieved from Akustika Swara Indonesia: akustika.co.id/desain-auditorium/
- Apolo dan Ancok, D. (2003). Hubungan antara Intensitas Menonton Tayangan Televisi Berisi Kekerasan, Persepsi terhadap Keharmonisan Keluarga, Jenis Kelamin, dan Tahap Perkembangan dengan Kecenderungan Agresivitas Remaja. *Sosiohumanika*. 16(3)
- Anggi, E. F. (2012). Hubungan antara intensitas menonton sinetron televisi terhadap perilaku imitasi gaya hidup artis pada remaja. Skripsi. Tidak diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Al-Menayes, J. (2016). The fear of missing out scale: validation of the Arabicversion and correlation with social media addiction. *International Journal of Applied Psychology*, 6(2), 41-46. doi: 10.5923/j.ijap.20160602.04

- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computes in Human Behavior*, 49, 111-119. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.057>
- Beyens, I., Prision, E., & Eggermont, S. (2016). "I don't want to miss a thing": Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1-8
- Brecht, G. (2000). *Mengenal dan menanggulangi kekhawatiran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Bolton, William. (2015). *Instrumentation and Control System 2nd edition*. MA: Elseiver
- Casdari. (2006). *Peningkatan minat belajar anak*. Malang: Bayumedia DataIndonesia.
- (2022). APJII: Penggunaan internet Indonesia tembus 210 juta pada 2022. Diakses tanggal 10 desember 2022 dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesiatembus-210-juta-pada-2022>
- Collins, L., & Van Abeele, M. (2013). FOMO and mobiles phones: a survey study. *Unpublished master thesis*. Tilburg University, Tilburg.
- Dewi, S.P., Lilik, S., & Karyanta, N. A. (2013). Perbedaan perilaku merokok ditinjau dari tingkat stress pada wanita dewasa awal di yogyakarta.
- Dhir, A., Yossatorn, Y., Kaur, P., & Chen, S. (2018). Online social media fatigue and psychological wellbeing—A study of compulsive use, fear of missing out, fatigue, anxiety and depression. *International Journal of Information Management*, 40, 141–152. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.01.012>
- Fathadhika, S. (2018). Social media engagement sebagai mediator antara fear of missing out dengan kecanduan media sosial pada remaja. *Journal of Psychological Science and Profession*, 2(3), 208-215.
- Flew, T. (2002). *New Media: An Introduction (2nd Edition)*. South Melbourne: Oxford University Press
- Flurry, J.M., & Ickes, W. (2007). Having a weak versus strong sense of self: the sense of self scale (soss). [Versi elektronik]. *Self and Identity*, 6, 281-303. Hasil wawancara dengan salah satu orang SEJIWA tanggal 30 Mei 2013
- Judith, C. (2011). Hubungan penggunaan situs jejaring sosial facebook terhadap perilaku remaja di kota Makassar. *Jurnal Penelitian IPTEK-KOM.*, 13
- JWTIntelligence. (2011). Fear of missing out (FOMO). Diunduh dari https://www.jwtintelligence.com/production/FOMO_JWT_TrendReport_May2011.pdf
- JWT Intelligence. (2012). Fear of Missing Out (FOMO). Diunduh dari www.jwtintelligence.com/wp-content/uploads/2012/03/F_JWT_FOMO-update_3.21.12.pdf

- Kilimanca, D.F. (2006). Hubungan antara Kebutuhan Afiliasi dan Keterbukaan Diri dengan Intensitas Mengakses Situs Jejaring Sosial pada Remaja. Fakultas Kedokteran Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Nafisa, S. (2021). Hubungan Antara Fear Of Missing Out (fomo) Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Muna, K. (2016). Pengaruh interaksi teman sebaya terhadap perilaku penggunaan internet pada siswa kelas xi di smkn 2 di Yogyakarta. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nurmandia, H., Wigati, D., & Masluchah, L. (2013). Hubungan Antara Kemampuan Sosialisasi Dengan Kecanduan Jejaring Sosial. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 4(2), 107-119.
- Oberst, Ursula., et al. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of Fear of Missing Out. *Journal of Adolescence* 55 (2017) 51-60.
- 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. doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014
- Rinjani, H., & Firmanto, A. (2013). Kebutuhan afiliasi dengan intensitas mengakses facebook pada remaja. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 1(1), 76-85.
- Rubin, K. H., & Rose-Krasnor, L. (1992). Interpersonal problem solving and social competence in children. *Life span perspective* .
- Sianipar, N. A., & Kaloeti, D. V. S. (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
- Santrock, John W. (2011). *Perkembangan Anak Edisi 7 Jilid 2*. (Terjemahan: Sarah Genis B) Jakarta: Erlangga
- Salim, Peter dan Yenny Salim, 1991, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Modern English Press.
- Soliha, F. Silvia. (2015). Tingkat Keterganungan Pengguna Media Sosial dan Kecemasan Sosial. *Jurnal interaksi*, Vol. 4 No. 1, Januari 1-10.
- Subathra, Nimisha dan Lukmanul Hakeem. (2013). A Study On The Level Of Social Network Addiction Among College Students. *Social Scienc*. 355- 357. Vol.3.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 11/7/24

Access From (repository.uma.ac.id)11/7/24

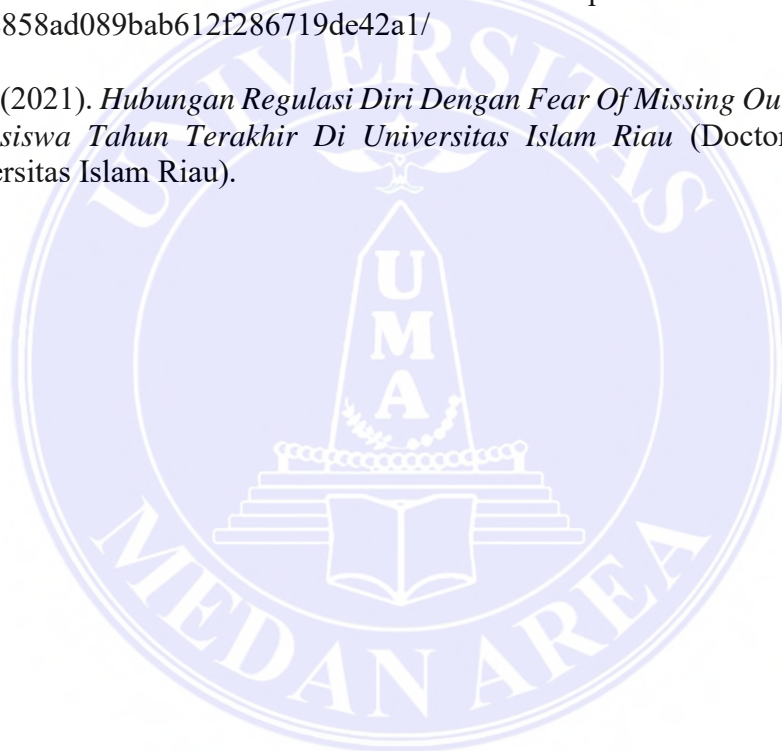
SYAHRINA, A. (2021). *PENGARUH HARGA DIRI TERHADAP FEAR OF MISSING OUT (FOMO) PADA REMAJA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KOTA MAKASSAR* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS BOSOWA).

Taqwa, M. I. (2018). *Intensitas penggunaan media sosial instagram stories dengan kesehatan mental* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).

Wulandari, S. (2000). Hubungan antara Harga Diri dengan Tingkat Stress Karyawan. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.

Wire, P. (2014). Summer Is The Peak Season For Fear Of Missing Out As New Research Shows That 60% Of Brits Claim To Experience FOMO. Diakses dari www.pressat.co.uk/releases/summer-is-the-peak-season-for-fear-ofmissing-out-as-new-research-shows-that-60-of-brits-claim-to-experiencefomo-d1c1c858ad089bab612f286719de42a1/

Yusra, A. M. (2021). *Hubungan Regulasi Diri Dengan Fear Of Missing Out (FOMO) Pada Mahasiswa Tahun Terakhir Di Universitas Islam Riau* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).





LAMPIRAN 1

Skala *Fear of Missing Out*

Nama :
 Usia :
 Jenis Kelamin :
 NIM :
 Kelas :

Petunjuk Mengisi Skala

1. Angket ini dibuat dalam bentuk pernyataan dan masing-masing dari pertanyaan tersebut disediakan 5 pilihan jawaban. Pilihan tersebut tersusun dalam bentuk SS (Sangat Setuju), S (Seuju), N (Netral), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju)
2. Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama dan teliti. Jawablah sesuai dengan yang anda rasakan, berikan tanda silang (X) pada pilihan anda

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa sedih pada saat teman saya dapat bergabung tanpa kehadiran saya					
2.	Bukan menjadi masalah bagi saya pada saat melihat kegiatan teman saya di mediasosial Instagram bersenang-senang tanpa saya					

3.	Saya sering merasa ingin terhubung dalam segala kegiatan yang dilakukan oleh individu lainnya					
4.	Bukan hal yang penting bagi saya untuk tetap <i>up to date</i> dalam segala hal yang terjadi					
5.	Saya dapat menikmati liburan tanpa harus <i>update story</i> di Instagram					
6.	Saya merasa gelisah disaat saya melihat teman-teman saya bersenang-senang saat berkumpul tanpa kehadiran saya					
7.	Saya merasa senang pada saat me-posting story untuk memberitahukan hal terkini mengenai saya di Instagram					
8.	Saya merasa bukan sebuah keharusan untuk tetap terhubung dalam segala kegiatann yang dilakukan oleh teman/individu lain					
9.	Saya menghindari penggunaan media sosial untuk menjadi kegiatan <i>stalking</i> aktivitas teman					
10.	Saya sering mencari tahu apa yang terjadi dengan individu lain di Instagram					
11.	Saya akan memilih mengerjakan tugas daripada berkumpul dengan teman-teman					

12.	Saya jarang memposting sesuatu di media sosial Instagram milik saya					
13.	Saya merasa cemas jika saya tidak dapat mengabadikan moment					
14.	Saya merasa cemas pada saat handphone milik saya tertinggal pada saatsaya bepergian					
15.	Pada saat saya bangun tidur saya langsung membuka media sosial untuk melihat berita yang ada ataupun melihat kegiatan orang lain di media sosial					
16.	Saya mengikuti hal yang sedang tren agar selalu <i>up to date</i>					
17.	Pada saat sedang pergi berlibur saya cenderung untuk meng- <i>upload moment</i> untuk saya upload ke Instagram milik saya					
18.	Pada saat sedang <i>hangout</i> saya berusaha untuk mendokumentasikan momen untuk saya upload ke Instagram milik saya					
19.	Saya merasa biasa saja jika mengetahui teman saya bepergian tanpa saya					
20.	Saya takut tertinggal jika teman-teman saya berada satu tingkat diatas saya					
21.	Bukan suatu masalah jika teman/individu lainnya lebih <i>up to date</i> daripada saya					
22.	Saya merasa gelisah pada saat saya melewatkan kesempatan untuk dapat berkumpul dengan teman saya yang telah direncanakan					

LAMPIRAN 2

Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Nama :
 Usia :
 Jenis Kelamin :
 NIM :
 Kelas :

Petunjuk Mengisi Skala

1. Angket ini dibuat dalam bentuk pernyataan dan masing-masing dari pertanyaan tersebut disediakan 5 pilihan jawaban. Pilihan tersebut tersusun dalam bentuk 1 sampai dengan 5, 1 merupakan jawaban paling tidak baik dan 5 merupakan jawaban paling baik
2. Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama dan teliti. Jawablah sesuai dengan yang anda rasakan, berikan tanda silang (X) pada pilihan anda

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Saya sering mengakses Instagram lebih dari 2 jam per hari					
2.	Saya senang bermain Instagram karena informasi mengenai banyak yang saya gemari					

3.	Saya mengakses Instagram pada saat makan/sedang di perjalanan/sedang perkuliahan berlangsung/saat berkumpul dengan teman-teman					
4.	Saya mengakses Instagram 3 kali dalam seminggu					
5.	Pada saat saya berkumpul dengan teman-teman, saya cenderung lebih fokus meangkses media sosial daripada menikmati moment ngobrol bersama					
6.	Banyak manfaat yang didapat pada saat bermain media sosial					
7.	Pada saat berkumpul dengan teman-teman,saya cenderung lebih fokus mengobrol dan menikmati moment daripada bermain handphone					
8.	Menurut saya bermain media sosial hanya membuang-buang waktu					
9.	Terdapat banyak dampak negatif dalam ber sosial media					
10.	Saya merasa cemas pada saat handphone milik saya kehilangan sinyal					
11.	Saya mudah bosan pada saat bermain Instagram					

12.	Saya senang melihat konten di Instagram yang memberikan energi positif					
13.	Sebelum saya tidur saya sebisa mungkin menyempatkan waktu untuk meangkses Instagram					
14.	Saya merasa ada keharusan untuk terus mengakses Instagram setiap harinya					
15.	Pada saat saya mengakses Instagram seketika mood saya meningkat menjadi lebih baik					
16.	Saya menggunakan Instagram kurang dari 7jam di dalam seminggu					
17.	Saya menghabiskan waktu kosong saya dengan mengakses Instagram					
18.	Ketika saya sedang mengakses Instagramsaya cenderung sangat fokus					
19.	Saya merasa sebuah keharusan untuk mengakses Instagram lebih lama dari sebelumnya agar puas					
20.	Saya merasa cemas apabila Instagram sedang “down”					
21.	Saya merasa dengan mengakses Instagramsaya lebih mudah mendapatkan informasi ataupun berita					
22.	Saya sering lupa waktu pada saat mengakses Instagram					
23.	Pada saat sedang liburan saya lebih menikmati <i>moment</i> tanpa melihat unggahan teman saya/orang lain di media sosial					
24.	Saya jarang mengikuti berita yang sedang ramai dibicarakan					

25.	Saya jarang merasa cemas pada saat baterai handphone saya melemah					
26.	Saya mengabaikan notifikasi yang muncul pada saat sedang berbicara dengan teman					
27.	Pada saat mengakses Instagram saya terlalu fokus sampai lupa akan sekitar					
28.	Saya merasa banyak energi yang terkuras pada saat mengakses media sosial					
29.	Saya segera mengubah handphone saya ke <i>silent mode</i> agar berjalannya komunikasi dengan lawan bicara					
30.	Saya lebih tertarik men- <i>scrolling</i> timeline media sosial saya daripada berbicara dengan teman saya					
31.	Saya sangat menikmati waktu saya pada saat mengakses media sosial					
32.	Saya sering terpengaruh membeli barang yang dipromosikan oleh selebriti di media sosial Instagram					



Lampiran 3

Data Mentahan Skala *Fear of Missing Out*

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	Total
1	1	1	1	5	5	1	5	1	5	5	5	1	1	5	1	1	5	1	5	1	5	5	66
2	4	2	4	2	4	2	4	3	4	4	4	5	2	5	5	5	5	5	4	2	4	4	83
3	2	4	1	5	5	2	4	4	5	4	3	4	2	4	3	2	3	3	4	4	5	5	78
4	2	5	1	5	5	2	4	4	5	4	3	4	2	4	3	2	3	3	4	4	5	5	79
5	1	5	1	5	5	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	70
6	5	5	5	1	1	5	5	1	1	5	5	1	5	3	3	5	5	5	5	5	5	1	82
7	4	4	4	5	5	4	1	4	5	5	5	5	1	1	4	1	1	1	3	4	5	3	75
8	4	4	4	5	5	4	1	4	5	5	5	5	1	1	4	1	1	1	3	4	5	3	75
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	73
10	2	4	2	4	5	2	3	4	4	2	2	3	3	3	2	3	3	3	4	1	4	4	67
11	2	2	3	4	2	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	86
12	3	3	3	4	4	2	4	4	4	2	3	3	2	4	4	2	3	3	3	2	4	2	68
13	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	44
14	3	5	2	4	3	2	4	5	3	2	3	3	1	5	4	3	3	3	4	2	4	5	73
15	2	5	1	1	5	1	1	5	5	1	5	5	1	1	5	1	1	1	5	1	5	4	62
16	3	5	2	3	5	1	1	3	4	4	3	5	1	5	3	3	1	3	4	3	4	3	69
17	3	4	3	3	5	2	2	3	3	2	3	5	2	3	3	3	2	3	4	4	4	3	69
18	2	3	2	4	3	2	3	4	4	2	3	4	4	3	1	2	3	3	2	2	5	3	64
19	3	5	2	5	5	3	5	5	5	2	2	5	2	1	5	3	3	4	5	1	5	3	79
20	3	2	4	3	2	2	3	3	2	4	2	4	2	5	3	3	3	4	4	2	4	3	67

21	3	4	3	4	4	2	3	4	3	4	5	4	2	5	3	2	3	4	4	1	4	5	76
22	5	4	1	5	3	3	3	5	2	4	3	5	3	5	5	3	4	3	5	1	5	5	82
23	3	3	4	3	2	2	3	4	3	4	3	2	3	4	4	3	4	4	3	4	3	5	73
24	3	5	3	5	5	1	3	3	3	5	5	4	3	5	5	1	3	1	5	3	5	1	77
25	4	2	5	4	2	5	4	4	3	4	3	2	4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	87
26	3	3	3	3	2	2	4	4	3	4	4	4	2	5	3	2	4	4	4	3	5	4	75
27	5	2	3	2	4	5	4	4	3	4	1	4	4	5	4	4	4	4	2	2	4	5	79
28	3	4	3	5	5	3	3	5	3	4	3	4	2	4	2	3	3	4	5	3	4	5	80
29	5	3	4	4	1	4	4	5	5	2	3	4	5	5	4	3	4	4	3	4	4	4	84
30	4	2	4	2	3	3	2	3	4	3	1	5	2	5	4	3	3	3	2	4	5	3	70
31	2	3	1	5	5	1	1	5	3	3	2	5	2	5	2	1	1	1	4	4	5	4	65
32	5	5	5	5	1	5	5	5	2	5	2	1	5	5	5	5	5	5	1	5	1	5	88
33	5	5	2	1	1	5	5	5	1	5	3	1	5	5	5	5	5	5	2	5	1	2	79
34	2	4	2	4	5	2	2	4	4	3	3	4	2	5	3	3	3	3	4	2	3	2	69
35	4	4	3	5	5	4	4	3	3	4	3	4	2	4	1	4	2	4	4	1	5	5	73
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	66
37	5	1	3	5	5	5	5	3	2	2	2	5	2	4	2	2	2	2	2	1	5	5	70
38	5	4	3	4	5	5	3	3	2	5	3	4	2	5	5	2	2	3	4	1	5	5	80
39	5	3	2	4	1	4	4	5	5	2	3	4	5	5	4	3	4	4	3	4	4	4	82
40	4	2	4	2	3	3	2	3	4	3	1	5	2	5	4	3	3	3	2	4	5	3	70
41	2	3	1	5	5	1	1	5	3	3	2	5	2	5	2	1	1	1	5	4	5	4	66
42	5	5	5	5	1	5	5	5	2	5	2	1	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	92
43	5	5	2	1	1	5	5	5	1	5	3	1	5	5	5	5	5	5	2	5	5	2	83
44	2	4	2	4	4	2	2	4	4	3	3	4	2	5	3	3	3	3	4	2	3	2	68
45	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	3	4	2	4	1	4	2	4	4	1	5	5	77
46	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	67
47	5	1	3	5	5	5	5	3	2	2	2	5	2	4	2	2	2	2	4	1	5	5	72

48	5	4	3	4	5	5	4	3	2	5	3	4	2	5	5	2	2	5	4	1	5	5	83
49	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
50	3	4	3	2	5	3	2	4	3	3	3	4	1	5	3	3	2	2	4	3	3	5	70
51	2	4	2	3	4	2	3	4	2	2	4	4	2	4	3	2	1	2	3	2	4	3	62
52	4	2	3	2	5	4	4	5	2	4	4	3	4	5	3	3	2	2	5	4	4	4	78
53	3	3	2	3	5	1	3	3	4	1	3	5	3	5	1	1	1	3	5	3	4	3	65
54	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	69
55	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	5	2	5	2	2	3	3	4	2	4	4	76
56	5	1	5	2	2	5	5	5	3	5	3	1	5	5	5	5	5	5	2	5	2	5	86
57	5	2	5	2	1	5	5	2	2	5	2	2	5	5	5	5	5	5	2	5	2	5	82
58	3	3	3	3	5	2	3	4	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	5	1	4	2	67
59	4	1	3	1	1	4	5	3	2	4	1	1	4	5	5	5	5	5	2	3	2	3	69
60	4	1	3	1	1	4	5	4	2	5	2	1	5	5	5	5	5	5	2	2	4	3	74
61	2	2	3	1	1	4	5	2	1	5	1	1	5	5	5	5	5	5	2	1	4	5	70
62	5	1	3	1	1	4	5	3	1	5	2	1	5	5	5	5	5	5	1	5	4	5	77



LAMPIRAN 4

DATA MENTAHAN SKALA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

N o.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	Tot al	
1	1	1	1	1	5	1	1	5	1	1	1	1	5	1	1	5	5	5	5	5	1	1	5	1	1	1	5	1	1	1	5	5	76	
2	1	2	2	4	4	2	1	4	4	2	4	2	1	1	2	4	2	2	2	2	2	2	4	4	3	2	4	4	4	4	4	3	88	
3	5	3	4	1	1	3	4	2	4	3	3	5	5	3	3	1	3	3	1	2	4	3	5	3	5	4	2	5	3	2	1	3	99	
4	5	3	4	1	1	3	4	2	4	3	3	5	5	3	3	1	3	3	1	2	4	3	5	3	5	4	2	5	3	2	1	3	99	
5	1	1	1	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	88	
6	5	4	5	1	1	4	1	4	1	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	3	1	123
7	3	3	5	2	1	5	5	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	94
8	3	3	5	2	1	5	5	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	94
9	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	96
10	3	3	3	2	1	4	4	1	3	3	4	3	3	1	3	3	3	3	1	1	4	3	4	4	4	5	1	4	3	4	3	3	94	
11	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	125
12	5	4	4	4	1	4	5	1	3	2	1	4	4	2	3	1	5	3	1	1	3	3	4	1	4	2	1	3	3	4	2	1	89	
13	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	131
14	4	4	3	2	3	5	3	1	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	5	3	2	2	3	3	3	2	97	
15	5	5	5	5	5	1	1	3	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	2	5	1	5	5	5	5	5	1	4	1	4	4	124	
16	5	5	4	5	1	5	4	2	4	2	3	4	4	3	3	1	4	3	1	2	4	4	4	2	4	4	1	3	4	2	2	4	103	
17	3	3	4	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	2	2	3	2	3	3	4	3	4	3	3	2	2	90		
18	3	3	3	1	1	4	3	1	3	1	3	5	3	1	1	1	3	2	1	1	1	3	3	4	3	3	1	3	3	1	5	1	75	
19	1	1	3	1	5	1	5	3	4	3	2	1	2	4	2	2	2	4	4	5	1	2	1	1	1	1	5	2	1	2	4	1	77	

20	4	4	4	2	4	4	3	2	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	2	4	3	3	4	4	3	3	4	110		
21	3	5	4	1	2	5	4	2	1	3	2	5	4	3	4	1	5	2	2	2	5	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	98		
22	5	5	5	1	1	5	5	5	4	3	1	5	5	5	2	1	4	1	4	1	4	5	3	2	1	5	4	5	5	5	1	2	110	
23	4	4	3	2	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	4	3	4	3	3	100	
24	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5	2	5	3	1	3	1	3	3	1	1	5	3	3	3	3	2	1	5	3	1	1	1	96	
25	3	5	5	3	3	5	5	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	3	5	3	3	5	5	3	3	3	5	3	2	5	128	
26	3	4	5	1	1	5	5	3	2	2	4	4	4	4	4	2	3	2	1	1	4	2	4	3	4	5	1	1	4	3	2	4	97	
27	5	4	5	1	1	4	5	2	4	4	5	5	5	5	3	4	5	2	2	2	5	5	5	2	2	4	2	5	2	5	1	5	116	
28	4	4	4	4	1	3	5	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	5	3	2	4	1	1	3	5	1	2	86
29	3	4	4	5	1	4	5	4	3	5	5	4	3	2	2	4	3	2	1	2	4	4	5	2	4	5	3	5	3	5	3	5	114	
30	1	2	5	2	1	4	5	1	4	5	3	5	2	1	2	5	1	2	1	1	1	1	2	5	1	1	5	1	2	5	1	2	2	81
31	5	3	4	5	1	4	5	3	4	4	5	4	1	1	1	3	4	4	1	1	1	3	5	3	1	3	1	5	3	3	3	1	95	
32	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	2	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	1	1	1	1	5	3	5	1	5	5	122	
33	5	5	5	5	5	5	1	1	1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	5	5	119	
34	5	5	5	5	2	4	4	2	3	3	1	5	5	5	4	1	5	4	3	3	5	3	3	2	4	4	1	3	4	4	3	4	114	
35	2	4	2	2	1	4	3	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3	2	3	4	4	4	2	1	4	2	2	3	4	2	1	89	
36	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	66
37	1	2	4	5	1	5	5	4	3	2	1	3	1	1	3	5	1	3	1	1	2	3	3	3	5	3	4	3	3	5	3	1	90	
38	3	4	5	5	2	3	5	3	4	3	2	5	5	5	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	4	3	1	1	4	3	2	3	102	
39	3	4	4	5	1	4	5	4	3	5	5	4	3	2	2	4	3	2	1	2	4	4	5	2	4	5	3	5	3	5	3	5	114	
40	1	2	5	2	1	4	5	1	4	5	3	5	2	1	2	5	1	2	1	1	1	2	5	1	1	5	1	2	5	1	2	2	81	
41	5	3	4	5	1	4	5	3	4	4	5	4	1	1	1	3	4	4	1	1	1	3	5	3	1	3	1	5	3	3	3	1	95	
42	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	2	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	1	1	1	1	5	3	5	1	5	5	122	
43	5	5	5	5	5	5	1	1	1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	1	1	1	5	1	5	1	5	1	5	5	119	
44	5	5	5	5	2	4	4	2	3	3	1	5	5	5	4	1	5	4	3	3	5	3	3	2	4	4	1	3	4	4	3	4	114	
45	2	4	2	2	1	4	3	4	2	4	4	3	2	2	2	4	3	3	2	3	4	4	4	2	1	4	2	2	3	4	2	1	89	
46	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	66

47	1	2	4	5	1	5	5	4	3	2	1	3	1	1	3	5	1	3	1	1	2	3	3	3	5	3	4	3	3	5	3	1	90	
48	3	4	5	5	2	3	5	3	4	3	2	5	5	5	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	4	3	1	1	4	3	2	3	102	
49	4	4	4	3	1	4	4	1	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	1	3	3	4	1	4	92	
50	2	3	2	3	2	3	3	3	3	5	1	3	1	3	3	4	2	2	2	1	3	3	5	2	3	4	3	5	3	4	2	1	89	
51	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	2	2	92	
52	3	4	2	4	2	3	5	3	4	4	3	4	3	2	3	2	4	3	2	1	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	95	
53	3	4	3	4	1	4	5	3	3	3	4	4	2	2	2	3	2	1	1	1	3	2	3	4	3	4	2	5	2	4	2	1	90	
54	5	4	4	5	1	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	107	
55	2	1	2	4	5	2	2	3	2	3	3	2	3	4	3	3	2	3	4	3	2	4	2	2	2	2	4	2	4	2	4	4	90	
56	5	5	5	5	5	5	5	1	2	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	5	5	5	1	5	5	139	
57	5	5	5	5	5	5	3	1	2	5	2	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	5	2	5	1	5	3	120
58	5	4	4	5	3	5	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	1	3	3	3	3	1	3	3	3	3	5	1	3	104	
59	4	4	4	2	4	4	2	1	1	5	2	5	4	4	4	1	5	4	4	3	4	4	1	1	1	1	3	1	5	1	5	5	99	
60	5	5	5	2	4	5	2	1	1	5	1	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	2	1	1	1	2	1	5	2	5	5	112	
61	5	5	5	2	4	5	2	1	1	5	1	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	2	1	1	1	5	1	5	2	5	5	115	
62	5	5	5	1	4	5	2	1	1	5	1	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	2	1	1	2	5	1	5	2	5	5	115	





Reliability

Scale: INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	62	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	62	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.807	32

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
IMS1	3.52	1.4	62
IMS2	3.66	1.159	62
IMS3	3.87	1.138	62
IMS4	3.03	1.568	62
IMS5	2.44	1.585	62
IMS6	3.84	1.162	62
IMS7	3.71	1.348	62
IMS8	2.6	1.207	62
IMS9	3	1.131	62
IMS10	3.52	1.238	62
IMS11	2.76	1.327	62
IMS12	3.87	1.235	62
IMS13	3.53	1.364	62
IMS14	3.11	1.472	62
IMS15	3.15	1.171	62
IMS16	2.92	1.452	62
IMS17	3.56	1.223	62
IMS18	3.13	1.138	62

IMS19	2.63	1.44	62
IMS20	2.66	1.459	62
IMS21	3.39	1.298	62
IMS22	3.16	1.104	62
IMS23	3.26	1.305	62
IMS24	2.52	1.156	62
IMS25	2.9	1.501	62
IMS26	2.98	1.274	62
IMS27	2.81	1.458	62
IMS28	2.9	1.387	62
IMS29	3.55	1.035	62
IMS30	2.92	1.383	62
IMS31	2.92	1.371	62
IMS32	2.94	1.514	62

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
IMS1	97.23	228.21	0.592	0.79
IMS2	97.08	230.305	0.67	0.789
IMS3	96.87	234.737	0.55	0.793
IMS4	97.71	241.226	0.337	0.805
IMS5	98.31	238.544	0.389	0.802
IMS6	96.9	239.302	0.405	0.798
IMS7	97.03	258.72	-0.123	0.818
IMS8	98.15	255.536	-0.046	0.814
IMS9	97.74	257.08	-0.087	0.814
IMS10	97.23	231.391	0.592	0.791
IMS11	97.98	256.803	-0.079	0.816
IMS12	96.87	234.999	0.494	0.795
IMS13	97.21	229.545	0.576	0.79
IMS14	97.63	223.909	0.661	0.786
IMS15	97.6	230.081	0.669	0.789
IMS16	97.82	248.771	0.395	0.81
IMS17	97.18	232.378	0.572	0.792
IMS18	97.61	237.258	0.475	0.796
IMS19	98.11	234.758	0.417	0.797
IMS20	98.08	231.125	0.495	0.793
IMS21	97.35	228.528	0.637	0.789
IMS22	97.58	236.608	0.512	0.795

IMS23	97.48	262.975	-0.224	0.821
IMS24	98.23	250.014	0.306	0.808
IMS25	97.84	249.777	0.367	0.812
IMS26	97.76	257.498	-0.096	0.816
IMS27	97.94	239.209	0.308	0.801
IMS28	97.84	250.072	0.373	0.811
IMS29	97.19	237.568	0.519	0.795
IMS30	97.82	255.919	-0.059	0.816
IMS31	97.82	242.279	0.359	0.803
IMS32	97.81	227.011	0.568	0.79

$$32 - 7 = 25 \times 4 + 25 \times 1 / 2 = 62,5$$



Scale: FOMO**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	62	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	62	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	22

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
FM1	3.44	1.182	62
FM2	3.26	1.28	62
FM3	2.85	1.114	62
FM4	3.4	1.384	62
FM5	3.44	1.585	62
FM6	3.15	1.377	62
FM7	3.4	1.299	62
FM8	3.71	1.03	62
FM9	3.08	1.219	62
FM10	3.55	1.197	62
FM11	2.9	1.112	62
FM12	3.44	1.433	62
FM13	2.81	1.341	62
FM14	4.24	1.141	62
FM15	3.44	1.301	62
FM16	3.05	1.299	62
FM17	3.11	1.332	62
FM18	3.37	1.271	62
FM19	3.4	1.207	62
FM20	2.92	1.429	62

FM21	4.02	1.094	62
FM22	3.81	1.185	62

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
FM1	70.34	56.687	0.525	0.818
FM2	70.52	65.565	0.311	0.807
FM3	70.92	60.305	0.34	0.853
FM4	70.37	65.975	-0.021	0.815
FM5	70.34	77.211	-0.442	0.801
FM6	70.63	55.483	0.49	0.814
FM7	70.37	57.778	0.403	0.835
FM8	70.06	63.274	0.388	0.878
FM9	70.69	69.757	-0.188	0.838
FM10	70.23	57.85	0.447	0.831
FM11	70.87	65.786	0.322	0.803
FM12	70.34	73.474	-0.33	0.872
FM13	70.97	58.884	0.328	0.849
FM14	69.53	62.646	0.392	0.876
FM15	70.34	58.818	0.346	0.846
FM16	70.73	59.284	0.323	0.851
FM17	70.66	58.424	0.355	0.843
FM18	70.4	57.425	0.435	0.83
FM19	70.37	69.647	-0.183	0.536
FM20	70.85	60.552	0.317	0.469
FM21	69.76	67.301	0.36	0.514
FM22	69.97	61.868	0.323	0.471

$$22-5 = 17 \times 4 + 17 \times 1 / 2 = 42,5$$



LAMPIRAN 4
UJI NORMALITAS

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		intensitas media	fomo
N		62	62
Normal Parameters ^a	Mean	77.08	50.84
	Std. Deviation	12.288	6.033
Most Extreme Differences	Absolute	.132	.086
	Positive	.132	.071
	Negative	-.063	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		1.037	.677
Asymp. Sig. (2-tailed)		.232	.750
a. Test distribution is Normal.			



Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
intensitas media * fomo	62	100.0%	0	.0%	62	100.0%

Report

intensitas media

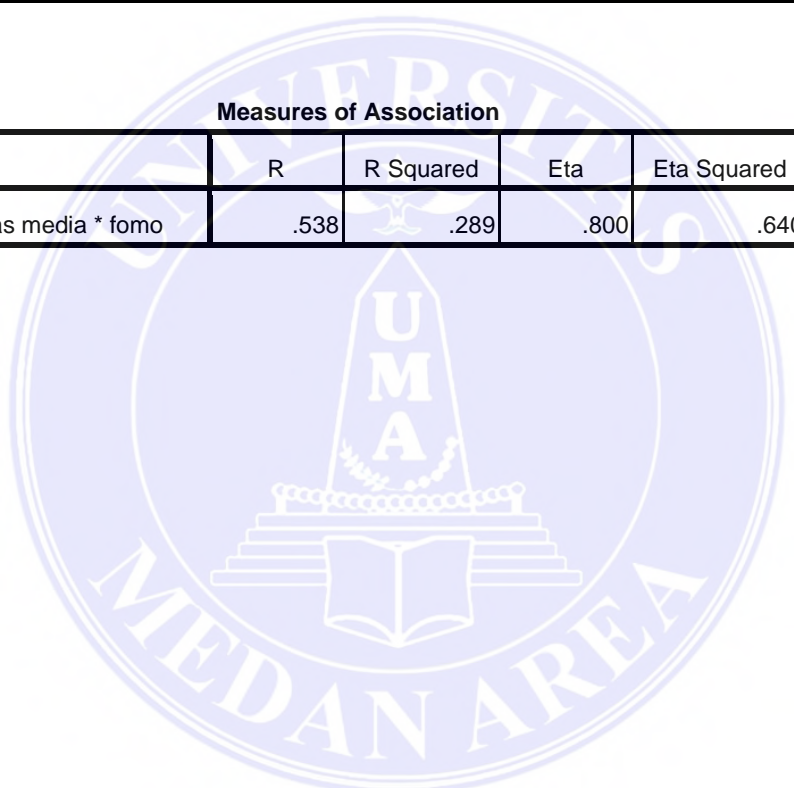
fomo	Mean	N	Std. Deviation
30	99.00	1	.
41	63.00	1	.
42	67.00	2	.000
43	63.00	1	.
45	60.57	7	9.253
46	94.00	1	.
47	66.25	4	5.058
48	73.43	7	8.384
49	70.75	4	4.787
50	66.50	4	7.550
51	66.00	3	7.937
52	74.00	3	11.136
53	72.67	3	1.155
54	72.00	3	15.716
55	81.67	6	9.973
57	87.00	3	1.000
58	78.00	1	.
59	85.00	3	1.732
61	88.75	4	15.130
63	95.00	1	.
Total	77.08	62	12.288

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
intensitas media * fomo	Between Groups	(Combined)	5895.918	19	310.311	3.932	.000
		Linearity	1768.861	1	1768.861	22.413	.000
		Deviation from Linearity	4127.057	18	229.281	2.905	.231
		Within Groups	3314.679	42	78.921		
		Total	9210.597	61			

Measures of Association

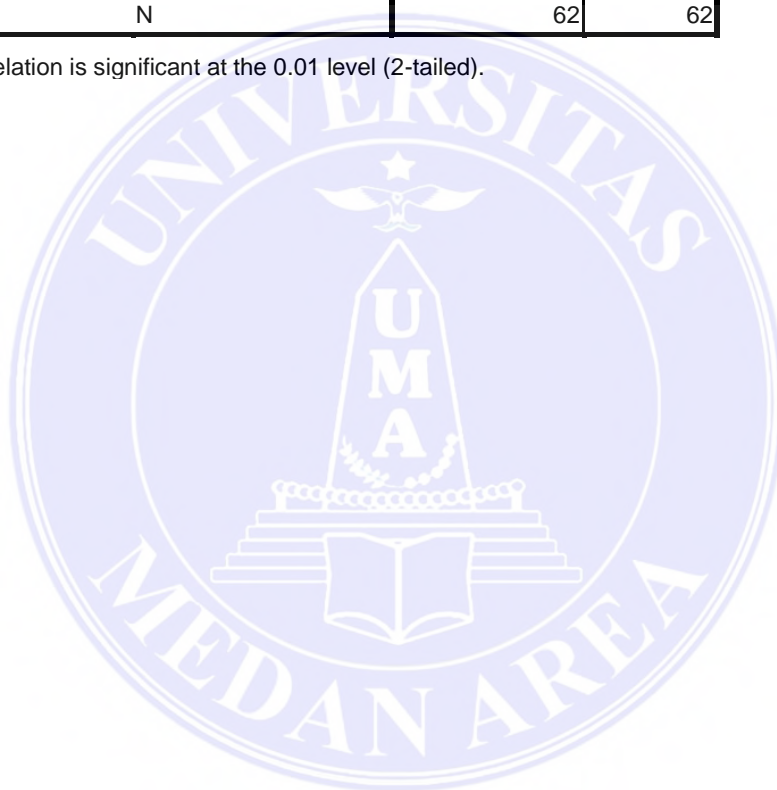
	R	R Squared	Eta	Eta Squared
intensitas media * fomo	.538	.289	.800	.640



Correlations

		intensitas media	fomo
intensitas media	Pearson Correlation	1	.538**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	62	62
fomo	Pearson Correlation	.538**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	62	62

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	fomo ^a		Enter

- a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: intensitas media

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.538 ^a	.289	.179	11.137	.192	14.262	1	60	.000

- a. Predictors: (Constant), fomo

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1768.861	1	1768.861	14.262	.000 ^a
	Residual	7441.735	60	124.029		
	Total	9210.597	61			

- a. Predictors: (Constant), fomo
b. Dependent Variable: intensitas media

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	28.705	12.098		2.373	.021			
fomo	.893	.236	.438	3.776	.000	.438	.438	.438

a. Dependent Variable: intensitas media





LAMPIRAN 10

SURAT IZIN PENELITIAN



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223
 Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
 Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ.medanarea@uma.ac.id

Nomor : 2444/FPSI/01.10/IX/2023

12 September 2023

Lampiran : -

Hal : Penelitian

Yth. Bapak/Ibu Wakil Rektor Bidang Pengembangan SDM dan
 Administrasi Keuangan
 Universitas Medan Area
 di
 Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami:

Nama : Jasmine Talitha Azzahra Nasution
 NPM : 198600373
 Program Studi : Ilmu Psikologi
 Fakultas : Psikologi

untuk melaksanakan pengambilan data di **Fakultas Psikologi Universitas Medan Area, Jl. Kolam Nomor 1 Medan Estate / Jl. Gedung PBSI, Medan 20223** guna penyusunan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Perasaan FOMO (Fear Of Missing Out) Terhadap Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area"**.

Perlu kami informasikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, dan apabila telah selesai melakukan penelitian maka kami harapkan Bapak/Ibu dapat mengeluarkan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Universitas yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih.

An. Dekan,
 Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian Dan
 Pengabdian Kepada Masyarakat



Laili Aiffita, S.Psi, MM, M.Psi, Psikolog

Tembusan

- Mahasiswa Ybs
- Arsip





UNIVERSITAS MEDAN AREA

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223
 Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
 Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

SURAT KETERANGAN Nomor : 1824/UMA/B/01.7/IX/2023

Rektor Universitas Medan Area dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Jasmine Talitha Azzahra Nasution
 No. Pokok Mahasiswa : 198600373
 Fakultas : Psikologi

Benar telah selesai Pengambilan Data di Universitas Medan Area pada tanggal 18 sd 26 September 2023 dengan Judul skripsi **“Pengaruh Perasaan FOMO (Fear Of Missing Out) Terhadap Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area”**.

Dan kami harapkan data tersebut kiranya dapat membantu yang bersangkutan dalam penyusunan skripsi dan dapat bermanfaat bagi mahasiswa khususnya Fakultas Psikologi.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dapat digunakan seperlunya.

Medan, 04 Oktober 2023.
 An Rektor,
 Wakil Rektor Bidang Pengembangan SDM dan
 Administrasi Keuangan,


 Suswati, MP

Tembusan :
 - Mahasiswa Ybs
 - File

