

Hubungan antara *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan
Kecanduan Media Sosial Pada Mahasiswa Universitas Islam

Riau



Disusun oleh:

SALWA NAFISA
178110073

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU

2021

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Salwa Nafisa

NPM : 178110073

Judul Skripsi : Hubungan Antara *Fear Of Missing Out* (FoMO) Dengan
Kecanduan Media Sosial Pada Mahasiswa Universitas
Islam Riau

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

Pekanbaru, 01 Desember 2021

Yang Menatakan,

Salwa Nafisa

178110073

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Atas izin Allah Subhanahuwata'ala, Alhamdulillah icha persembahkan karya sederhana ini kepada oarang tua yang sangat berjasa dalam berlangsungnya penulisan Skripsi ini dan selama berlangsungnya penulisan skripsi ini terkhusus

Bapak dan Mama icha tersayang

Icha anak tunggal dari berlima saudara mempersembahkan karya tulis ini dari bentuk usaha dan belajar di Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.

Semoga dengan lulus nya icha sebagai Sarjanawati Psi dapat membanggakan

Bapak dan Mama



MOTTO

**“HARGAI DIRIMU APA ADANYA DAN SANYANGI, KECUALI KAMU
PEMBUNUH”**

**“WAKTU ADALAH HAL YANG TAK PERNAH KEMBALI, JANGAN HABISKAN
WAKTUMU UNTUK MENGURUSI ORANG LAIN”**



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillah rabbi'alamin, segala puji dan syukur khadirat Allah SWT, yang selalu senantiasa memberikan rahmat serta hidayahnya kepada penulis dan atas izin-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “**Hubungan antara Fear Of Missing Out dengan Kecanduan Media Sosial pada mahasiswa Universitas Islam Riau**”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana psikologi di Universitas Islam Riau.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan ribuan terimakasih atas segala dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H Syafrinaldi, SH., MCL., selaku rector Universitas Islam Riau
2. Bapak Yanwar Arif M. Psi., Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi serta Dosen Penasehat Akademik.
3. Bapak Dr. Fikri S.Psi., Msi selaku Wakil Dekan I Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau
4. Ibu Lisfarika M, Psi Psikolog selaku Wakil Depan II di Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau
5. Ibu Yulia Herawati S, Pssi., M.A selaku Wakil Dekan III di Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau

6. Ibu Juliarni Siregar, M.Psi., Psikolog selaku ketua Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau
7. Bapak Didik Widianoro. M. Psi., Psikolog selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau
8. Ibu Irma Kusuma M.Psi., Psikolog selaku pembimbing yang telah banyak membantu meluangkan waktu serta pikiran dalam memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berguna kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Bapak/Ibu dosen dan staff karyawan Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih atas dukungannya yang sangat bermanfaat bagi penulis, serta telah memberikan ilmu dan berbagai pengalaman selama proses belajar di fakultas psikologi Universitas Islam Riau.
10. Terimakasih kepada kedua orang tua penulis Bapak dan Mama (Bpk Masdar dan Mama Afwani) yang selama ini telah memberikan dukungan dan motivasi utama bagi saya untuk dapat segera menyelesaikan skripsi ini, serta keluarga yang lain, kak Usnul (Husnul Khotimah M.Pd) seta adik adik tersayang (Hidayatul Ilmi, Rahmat Abdillah, Muhammad Bulqini) yang selalu memberikan motivasi serta dukungan kepada penulis.
11. Terimakasih untuk diri sendiri yang mau mengerjakan skripsi, mau berjuang, mau memperbaiki, mau maju dan tegar hingga saat ini.

12. Terimakasih kepada sahabat seperjuangan Aldrilla Febriani yang selalu ada, yang selalu ikut serta dan terus membantu serta memberikan dorongan dan motivasi dalam proses pembuatan skripsi ini.
13. Terimakasih sahabatku Anggi Saswida, Ferly Iklimiati, Sri Junila Sari, dan Andi Fatimah yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Terimakasih kepada para teman dan sahabatku tongkrongan yang (tidak dapat disebutka satu per satu) menulisku yang telah memberikan semangat dan selalu mau aja diajakin menulis serta saling menguatkan walau beda kampus.
15. Kepada semua pihak yang telah bersedia membantu selama proses penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Penulis ucapkan terimakasih atas bantuan, dukungan dan motivasinya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak orang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Pekanbaru, 01 Desember 2021

Salwa Nafisa

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	
PENGESAHAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABLE	
DAFTAR LAMPIRAN	
ABSTRAK	
BAB I_PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II_TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kecanduan Media Sosial	11
2.1.1 Definisi Kecanduan Media Sosial.....	11
2.1.2 Aspek- Aspek Kecanduan Media Sosial.....	13
2.1.3 Gejala-gejala kecanduan Media Sosial	14
2.1.4 Karakteristik Media Sosial.....	15

2.1.5	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kecanduan Media Sosial.....	16
2.2	Fear of Missing Out (FoMO)	18
2.2.1	Definisi Fear of Missing Out (FoMO).....	18
2.2.2	Aspek-aspek Fear of Missing Out	20
2.2.3	Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Fear Of Missing Out</i>	21
2.2.4	Ciri-ciri Fear Of Missing Out	22
2.3	Dinamika Penelitian	22
2.4	Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1	Jenis Penelitian.....	26
3.2	Identifikasi Variabel.....	26
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	28
3.4	Subjek Penelitian.....	28
3.4.1	Populasi.....	28
3.4.2	Sampel	28
3.2.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	30
3.3.1	Skala Kecanduan Media Sosial.....	30
3.3.2	Skala Fear Of Missing Out (FoMO).....	31
3.6	Validitas dan Reliabilitas.....	33
3.6.1	Validitas	33
3.6.2	Reliabilitas	33
3.7	Metode Analisis Data	34
3.7.1	Uji Asumsi	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		36
4.1	Persiapan Penelitian	36
4.1.1	Persiapan Administrasi Penelitian.....	36
4.1.2	Pelaksanaan Penelitian.....	36
4.3	Hasil Penelitian.....	37
4.3.1	Deskripsi Subjek Penelitian	37
4.3.2	Deskripsi Data Penelitian.....	38

4.4	Hasil Analisis Data	41
4.4.1	Uji Normalitas	41
4.4.2	Uji Linearitas	42
4.4.3	Uji Hipotesis	42
4.5	Pembahasan	44
BAB V KESIMPULAN		49
5.1	Kesimpulan	49
5.2	Saran	49

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 BluePrint Skala Kecanduan Media Sosial	31
Tabel 3. 2 BluePrint Skala FoMO Sebelum TO	32
Tabel 3.3 BluePrint Skala FoMO Sesudah TO	32
Tabel 4.1 Klasifikasi Subjek Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.2 Klasifikasi Subjek Berdasarkan Rata-rata Pengguna Media Sosial.....	38
Tabel 4.3 Deskripsi Data Penelitian.....	39
Tabel 4.4 Kategorisasi Skor Kecanduan Media Sosial.....	40
Tabel 4.5 Kategorisasi Skor Fear of Missing Out.....	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Skala Kecanduan Media Sosial dan FoMO.....	41
Tabel 4.7 Hasil Linieritas.....	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Korelasi.....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Determinan.....	43

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Skala Penelitian

Lampiran II. Skala Data Penelitian

Lampiran III. Output SPSS



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

Hubungan Antara *Fear Of Missing Out (FoMO)* Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau

SALWA NAFISA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa Universitas Islam Riau. Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa Universitas Islam Riau. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan mahasiswa aktif dengan rentang usia 19 - 25 tahun. Pengumpulan data menggunakan skala *fear of missing out* sebanyak 21 aitem dan skala kecanduan media sosial sebanyak 14 aitem. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis korelasi *Spearman Rank Order*. Hasil analisis statistik memperoleh nilai korelasi sebesar 0,264 ($>0,05$) dengan signifikan 0,008 ($p < 0,05$). Hasil dari penelitian ini diperoleh nilai $R = 0,304$ dengan $p < 0,005$ yaitu 0,092. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif secara signifikan antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa Universitas Islam Riau. Artinya, semakin tinggi kecanduan media sosial maka semakin tinggi pula *fear of missing out* begitupun sebaliknya. Sumbangan efektif variabel kecanduan media sosial sebesar 0,092 artinya kecanduan media sosial memberikan sumbangan aktif sebesar 9,2% terhadap variabel *fear of missing out* sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Kata Kunci : *Fear of Missing Out, Kecanduan Media Sosial.*

The Relationship Between *Fear of Missing Out* (FoMO) With Social Media Addiction in Riau Islamic University

SALWA NAFISA

ABSTRAK

This study aims to determine the relationship between fear of missing out and social media addiction in students at the Islamic University of Riau. The hypothesis in this study is that there is a positive and significant relationship between fear of missing out and social media addiction in students at the Islamic University of Riau. Subjects in this study amounted to 100 people who are students with an age range of 19-25 years. Data collection uses a fear of missing out scale of 21 items and a social media addiction items. The analytical method used in this research is Spearman Rank Order correlation analysis. The results of statistical analysis obtained a correlation value of 0.264 (>0.05) with a significant 0.008 ($p < 0.05$). The result of this study obtained a value of $R = 0.304$ with $p < 0.005$ which is 0.092, this indicates that there is a significant positive relationship between fear of missing out and social media addiction in students at the Islamic University of Riau. That is, the higher the addiction to social media, the higher the fear of missing out and vice versa. The effective contribution of the social media addiction provides and active contribution of 9.2% to the fear of missing out variable while the rest is influenced by other factors.

Keywords : Fear of Missing Out. Social Media Addiction.

ارتباط بين *fear Missing Out (FoMo)* بإدمان الوسائل الاجتماعية لدى الطلاب في الجامعة
الاسلامية الرياوية

سلوى نافسة

178110073

كلية علم النفس
الجامعة الاسلامي الرياوية
ملخص

يهدف هذا البحث إلى معرفة ارتباط بين *fear Missing Out (FoMo)* بإدمان الوسائل الاجتماعية لدى الطلاب في الجامعة الاسلامية الرياوية. كانت فرضية البحث هي وجود ارتباط بين *fear (FoMo)* *Missing Out* بإدمان الوسائل الاجتماعية لدى الطلاب في الجامعة الاسلامية الرياوية. وأما أفراد البحث هي تتكون على 100 طالبا في عمر 19-25 سنة. وتجمع البيانات بمقياس *fear of missing out* وعدده 21 بنودا ومقياس إدمان الوسائل الاجتماعية وعدده 14 بنودا. وطريقة تحليل البيانات بتحليل الارتباط 0.264 (>0.05) بنتيجة 0.008 ($p < 0.05$). ونتيجة البيانات هي $R = 0.304$ و 0.005 $p < 0.092$ ، وهذه دلت على أن وجود الارتباط إيجابي بين ارتباط بين *fear Missing (FoMo)* *Out* بإدمان الوسائل الاجتماعية لدى الطلاب في الجامعة الاسلامية الرياوية. أي، إذا ارتفع إدمان الوسائل الاجتماعية فيرتفع *fear of missing out* أو العكس. وتكون نتيجة متغير إدمان الوسائل الاجتماعية 0.092 أي إدمان الوسائل الاجتماعية دلت على نتيجة 9.2% على متغير *fear of missing out* فالباقي تؤثرها العوامل الأخرى.

الكلمات الرئيسية: *fear of Missing Out*، إدمان الوسائل الاجتماعية

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sosial Media merupakan sebuah aplikasi yang berbasis internet dibangun dengan dasar teknologi web 2.0 serta ideologi, selain itu juga media sosial dapat menjadi tempat bertukar informasi. Era digital sekarang menyediakan berbagai kemudahan bagi penggunanya, media sosial menjadi salah satu pemangkas jarak komunikasi antar individu. Pengguna sosial media kini menjadi kebutuhan sehari-hari dimana saat ini penggunaanya banyak melakukan kegiatan sehari-hari melalui sosial media demi keefektifan dan efisiensi waktu (Kaplan dan Haenlein, 2010).

Teknologi menjadi sangat pesat yang mana dari konvensional menjadi modern serta digital. Komunikasi ini dimulai dari melalui telepon seluler dan pada saat ini muncul istilah *smartphone* (telepon cerdas). Dengan adanya telepon cerdas ini fasilitas yang disediakan untuk berkomunikasi menjadi beraneka ragam antara lain *chatting*, *email*, dan fasilitas media sosial lainnya. Media sosial merupakan internet yang memungkinkan pengguna dapat mengekspresikan diri serta berkomunikasi, pekerjaan, terhubung dengan pengguna lain secara virtual. Layanan yang telah diberikan menjadikan penggunanya mudah dalam bertukar informasi serta menjalin komunikasi dengan pengguna lainnya (Arianti, 2017).

Pada data statistik tahun 2019 menunjukkan penggunaan dunia maya di Indonesia pada tahun 2018 dengan jumlah 95,2 juta, pada tahun 2021 tumbuh 13,3% dengan 84 juta pengguna. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan rata-rata penggunaan 10,2% dalam tahun 2018-2023. Di tahun 2019 tingkat pengguna internet sendiri di Indonesia diperkirakan tumbuh 12,6% dibandingkan 2018, yaitu menjadi 107,2 juta pengguna (Databoks).

Sedangkan penggunaan internet pada tingkat penggunanya media sosial di usia 16-64 tahun di Indonesia pada tahun 2020. Sebanyak 94% pengguna di Indonesia menggunakan Youtube dalam satu bulan terakhir, ini menjadi platform paling tinggi di antara lainnya. Selain itu kebanyakan responden pada WhatsApp (87,7%), Instagram (86,6%), Facebook (85,5%), Twitter (63,6%), Facebook Messenger (52,4%) dan Line (44,3%) data terakhir.

Media sosial atau penggunaan internet di Indonesia menjadi nomor urut kelima sebagai pengguna internet tertinggi di dunia. Hasil survey APJII yang dilakukan oleh Sekretaris Jenderal APJII Henri Kasyfi Soemartono menyatakan bahwa pengguna Internet Indonesia dari 2019-2020 dengan jumlah 73,7% naik dari 64,8% pada tahun 2018. Sedangkan dari data BPS (Badan Pusat Statistik) di tahun 2019 penggunaannya naik dari 171 juta dengan 73,7% dalam penggunaan internet di Indonesia. Dalam hal ini yang banyak menggunakan internet rata-rata adalah remaja dan mahasiswa, dimana saat ini lebih banyak aktivitas maupun dalam tingkat pendidikan menggunakan internet.

Dilansir dari *Kompas.com* penggunaan internet di Indonesia sendiri adanya peningkatan pada tahun 2021 dengan tingkat 15,5% dibandingkan ditahun 2020. Penggunaan internet diketahui bahwa berusia 15-64 tahun yang diketahui juga memiliki beberapa elektronik yang berbeda antara lain, *smartphone* maupun *non-smartphone*, laptop, tablet, *smartwatch* dan sebagainya. Dari beberapa jenis elektronik tersebut, *smartphone* menjadi yang populer dengan rata-rata memiliki *smartphone* 98,3%, serta menghabiskan waktu bermain *smartphone* selama 8 jam 52 menit untuk bermain internet.

Durasi waktu dalam mengakses media sosial yang lebih lama dapat berdampak tidak baik bagi penggunaannya. Sjamsoedin, Bidjuni, dan Wowiling (2015) menyatakan bahwa individu dalam penggunaan media sosial dengan jangka waktu yang lama dapat menyebabkan insomnia, hal ini dimulai dari insomnia ringan hingga insomnia berat. Dalam penggunaan internet dan media sosial dimulai dengan kemudahan diberbagai kepentingan serta kemudahan di berbagai keperluan namun permasalahan yang ditimbulkan menyebabkan kecanduan media sosial, apabila yang penggunaan internet dan media sosial ini secara sangat intensif.

Ketergantungan pada media sosial dapat membuat perilaku kompulsif kearah yang negative. Subathra, Nimisha & Hakeem (2013) menyebutkan bahwa ketergantungan ataupun kecanduan dapat menjadikan melakukan kegiatan seseorang yang tertentu secara berulang ulang serta dapat berakibat berbahaya dan fatal. Wang (2019) menyatakan seseorang yang sering

menggunakan media sosial justru kehidupan bersosialisasinya kurang di dunia nyata. Selain itu, hasil penelitian lain seorang dalam masa belajar akan mengalami penurunan dalam hal belajar dan bekerja pada seseorang yang kecanduan media sosial (Zelfia, 2016).

Efek negatif yang dialami oleh kecanduan media sosial adalah menjadikan pengguna mengalami stress hingga depresi (Karaburun, 2016). Selain itu menurut Young, Pistner, O' Mara dan Buchanan (2000) memiliki beberapa indikator kecanduan media sosial yang mana beranggapan bahwa media sosial merupakan jalan keluar dari masalah pribadi, tidak beradaptasi dengan kehidupan nyata, menarik diri dari kehidupan, insomnia, kenaikan berat badan, serta tidak dapat mencegah diri dalam mengakses media sosial walau telah mengetahui hal yang tidak diinginkan.

Sedangkan menurut Kirik, Arslan, Cetinkaya, dan Gul (2015) menyatakan bahwa kecanduan media sosial sebagai kegiatan yang menghabiskan waktu secara berlebihan disitus jejaring sosial serta ketidakmampuan dalam mengontrol diri sendiri dalam mengakses situs-situs tersebut, tidak terdapat diagnosis pasti pada pernyataan tersebut. Oleh karena itu, sangat sulit dalam mendiagnosis kecanduan media sosial pada diri seseorang. Fenomena ini dilihat dari survey awal melalui *Google Form* yang diperoleh peneliti pada tanggal 12 Agustus 2021 terdapat 49 dari 72 responden mendeskripsikan perasaan bosan dan juga kekhawatiran dalam bersosialisasi dengan teman yang hanya berkomunikasi melalui *smartphone*.

Hal-hal tersebut dapat berubah pada penggunaan media sosial yang mana merupakan kondisi *fear of missing out* seperti kondisi ingin terus *up to date* apa saja yang dilakukan oleh orang di media sosial sehingga muncul perasaan kegelisahan dimana ingin terus mengecek dan memantau keseruan yang dilakukan oleh orang lain (Przbylski, dkk 2013).

Menurut Alwisol (2014) FoMO merupakan rasa takut yang muncul secara psikologis pada kebutuhan ingin terus tetap terhubung akan tetapi tidak terpenuhi, sehingga ada ditandai dengan rasa cemas yang dilewatkan ketika tidak dapat menggunakan media sosial dari segi waktu dan uang yang cukup serta hal lainnya yang tidak dapat terhubung dengan jaringan internet.

Menggunakan media sosial secara berlebihan dapat menimbulkan kecemasan, kegalauan, serta emosional yang tidak stabil (Young, 2010). Hal ini bila tidak memperoleh sesuai keinginan dapat menjadi sebuah reaksi yang tidak nyaman, cemas maupun kegelisahan dalam diri seseorang. Salah satu ciri dari FoMO adalah rasa ketakutan pada saat tidak dapat menggunakan media sosial secara terus menerus yang mana dapat menyebabkan ketergantungan atau kecanduan pada media sosial, selain itu juga dalam penelitian yang menemukan bahwa kecanduan media sosial pada mahasiswa dapat mengalami adanya penurunan dalam belajar (Al-Menayes, 2015; Zelvia, 2016).

FoMO merupakan bagian dari *Social Anxiety* (Kecemasan Sosial) yang mana adanya telah maju serta segala informasi dapat diperoleh melalui internet atau media sosial. Dalam hal ini memperoleh segala informasi

dengan media sosial tanpa harus berkomunikasi tatap muka, sehingga dengan adanya internet berkomunikasi jarak jauh lebih mudah dan terjangkau (Abel, dkk 2016).

Fenomena ini hangat dibicarakan setelah JWT atau *Intelligence* menerbitkan sebuah laporan penelitian mengenai *FoMo* ditahun 2012. Ia menyebutkan bahwa *FoMo* merupakan rasa ketakutan ketika tidak dapat memperoleh informasi dari teman maupun orang lain yang melakukan kegiatan yang lebih seru dibandingkan dirinya. Hal ini juga adanya kekhawatiran akan tertinggalnya tren atau gaya baru yang apa saja sedang terjadi di media sosial.

Pada tahun 2012 sebuah survey oleh *MyLife.com* menyatakan bahwa 56% individu merasa takut akan kehilangan moment, baik info penting maupun *up to date* ketika berada jauh dari jejaringan media sosial (Aznil, 2013). Selain itu, penelitian di Amerika dan Inggris pada tahun 2012 menyatakan sekitar 65% bahwa remaja pernah mengalami takun akan kehilangan moment (JWTIntelligence, 2013).

Fear of Missing Out tidak didorong dari apa yang didapatkan namun dari apa yang telah dilewatkan dari orang sekitar. *Fear of MissingOut* suatu peristiwa yang sedang berkembang serta menjadi bagian faktor yang besar dalam kontribusi dengan menggambarkan adanya sindrom *Fear of Missing Out*. Hal ini terlihat dari bagaimana seseorang mengembangkan perasaannya serta emosional *negative* yang di sebabkan oleh perasaan iri pada postingan serta kehidupan orang di media sosial. Hal ini sejalan dimana *Fear of Missing*

Out menjadi pemicu untuk melakukan diluar batas kewajaran dalam menggunakan media sosial. Tidak sekedar rasa takut kehilangan moment penting di media sosial. Akan tetapi adanya kesengajaan untuk memposting gambar ataupun tulisan serta menceritakan diri sendiri yang belum tentu adanya kejujuran dalam memposting demi sensasi semata di media sosial. (Department of Psychology, School of Social Sciences, dalam Angraini, 2019).

Fear of Missing Out (FoMO) suatu penyebab ketika orang mengalami rasa takut ketika tidak dapat memainkan *gadget* terutama media sosial secara berulang-ulang. Penelitian yang dilakukan oleh (Ayu Pratiwi, Anggita Fazriani 2020) menemukan bahwa *Fear of Missing Out* secara relevan antara *FoMO* dengan kecanduan media sosial pada remaja pengguna media sosial di SMA Negeri 14 kabupaten Tangerang tahun 2019.

Fear Of Missing Out (FoMO) adalah rasa takut ketika tidak dapat menggunakan media sosial secara berulang yang mana dapat menyebabkan ketergantungan atau kecanduan pada media sosial (Przybylski dkk, 2013). Akibatnya ada keinginan untuk terus mengetahui informasi maupun moment yang ada di media sosial yang menjadikan seseorang secara emosional takut akan kehilangan moment maupun tren terbaru. Rasa ketakutan ini bisa terjadi di semua kalangan yang menggunakan media sosial. *FoMO* akan terus memperoleh peningkatan yang pesat dengan terus berkembangnya media sosial. Hal ini, salah satu gejala *FoMO* yang akan berkembang terus dikalangan mahasiswa serta juga berpengaruh pada kecanduan media sosial.

Pada saat ini, akan timbul rasa ingin tetap terus *up date* tentang apa saja yang menjadi sebuah tren terkini sehingga mereka rela melupakan aktivitas sendiri.

Senada dengan Timbung (2017) menyebutkan adanya terdapat hubungan yang positif secara relevan pada pengguna media sosial Instagram pada mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana. Hariadi (2018) menyatakan bahwa apabila tingkat *FoMO* yang tinggi maka tinggi pula kecanduan media sosial, dengan korelasi 0,345 yang bersifat positif antara *FoMO* dengan kecanduan media sosial pada remaja siswa MAN Surabaya. Peristiwa ini sejalan dengan juga penelitian Halimah (2019) mengenai hubungan *FoMO* dengan adiktif media sosial pada mahasiswa pengguna Instagram di Universitas Islam Bandung dengan korelasi *spearman* 0,425 apabila tingginya *fomo* pada mahasiswa maka tinggi pula kecenderungan untuk mengalami adiksi pada media sosial. Azmi (2019) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara *FoMO* dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa dengan korelasi 0,314 dengan sumbangsih *FoMO* pada kecanduan media sosial sebesar 9.84% sisanya dipengaruhi variabel lain.

Dari berbagai penelitian di atas dengan berbagai fakta yang telah dipaparkan, adapun persamaan yang terdapat pada penelitian sebelumnya adalah pada rata-rata subjek yang digunakan yaitu mahasiswa. Sedangkan perbedaan yang ada dalam penelitian pada peneliti antara lain menggunakan *FoMO* dan Kecanduan Media Sosial. Sesuai dengan penjelasan yang sebelumnya hal ini menjadi sebuah dorongan bagi peneliti untuk tertarik meneliti hubungan antara *FoMO* dengan kecanduan media sosial pada

mahasiswa Universitas Islam Riau. Sehingga, penelitian ini dapat dilakukan oleh peneliti memiliki perbedaan dengan penelitian lainnya sehingga terdapat keaslian penelitian ini dapat dipertanggung jawabkan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebagaimana diatas, maka rumusan masalah yang akan di ajukan dalam penelitian ini adalah :
“Apakah terdapat Hubungan antara *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan Kecanduan Media Sosial Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau.”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidak terdapat
“Hubungan antara *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan Kecanduan Media Sosial Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau”.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dapat dilihat dari hasil penelitian ini dapat memberikan sebuah pemahan yang baru serta wawasan dan pengetahuan kepada pembaca, mahasiswa, serta mahasiswa dapat memperoleh banyak perkembangan ilmu psikologi, terkhusus pada bidang psikologi klinis, dan sosial mengenai *fear of missing out* (FoMO) dan kecanduan media sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian dapat diharapkan memberikan sebuah pemahaman dan juga wawasan mengenai *Fear of Missing Out* (FoMO) dan kecanduan media

sosial pada mahasiswa Universitas Islam Riau. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sebuah bahan referensi dan informasi bagi remaja, mahasiswa, maupun pembaca lainnya. Hasil penelitian ini juga di harapkan untuk lebih berhati-hati dan terhindar dari rasa kekhawatiran secara berlebihan kepada orang lain maupun kelompok. Selain itu juga, untuk penelitian selanjutnya agar dapat lebih mengembangkan lebih baik dari segi definisi, aspek, metode sehingga dapat menghasilkan peneliatan yg lebih baik.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kecanduan Media Sosial

2.1.1 Definisi Kecanduan Media Sosial

Kecanduan merupakan sebuah kondisi medis dan psikiatris dengan adanya tanda menggunakan secara berlebihan (*kompulsif*) oleh pengguna secara terus menerus, apabila digunakan secara terus menerus pada suatu zat mampu memiliki dampak negatif pada kehidupan sehari-hari sehingga pengguna akan mengalami kecanduan, antara lain kurangnya berinteraksi dengan keluarga maupun teman ataupun ditempat kerja (Thakkar, 2006).

Kecanduan media sosial adalah gangguan psikologis yang mana penggunanya dapat membangkitkan kesenangan, menimbulkan kecemasan, temor, serta dapat mengubah mood, selain itu juga terdapat gangguan afeksi seperti depresi, sulitnya menyesuaikan diri, serta dalam kehidupan nyata bersosialisasi menurun baik dari segi kualitas maupun kuantitas (Nurmandia, 2013). Sedangkan menurut Sahin (2018) kecanduan media sosial merupakan individu yang telah menggunakan waktunya berselancar di media sosial serta mempunyai rasa keinginan untuk mengetahui segala sesuatu dengan cepat, hal ini menyebabkan toleransi virtual, komunikasi virtual, dan masalah diri pada dirinya.

Kecanduan media sosial merupakan sebuah masalah yang mana mendapatkan perhatian yang tinggi dalam masyarakat pada saat ini orang lebih mudah dan lebih sering mengakses media sosial dari telepon pintar

yaitu *Smartphone* dibandingkan pada masa lalu (Sriwilia & Charoensukmongkol, 2016). Kecanduan media sosial secara luas merupakan sebuah ketergantungan psikologis pada media sosial yang dapat mengganggu aktifitas lainnya serta mendapatkan konsekuensi negatif (Moqbel & Kock, 2018).

Menurut Andreassen (2015) pada individu yang mengalami kecanduan media sosial yang menggunakan sosial media secara berlebihan sehingga hal negatif terus mempengaruhi kesehatan, kualitas tidur, hubungan serta kesejahteraan. Pengguna media sosial yang secara berlebihan membuktikan memiliki hubungan yang positif dengan depresi (Kargaburun, 2016) serta kecemasan dan stress (Budury, Fitriyani & Khamida, 2019).

Media sosial merupakan sarana komunikasi yang saling berkomunikasi antar individu maupun kelompok yang mana tidak terdapat batasan dalam bersosialisasi dikarenakan media sosial tidak memiliki batasan waktu dan ruang, sehingga berkomunikasi dapat dimanapun dan kapanpun, hal ini menyebabkan orang-orang menjadi lebih sibuk dengan *smartphone* nya dibandingkan berinteraksi dengan orang sekitar ataupun membangun hubungan disekitaran (DeVito, 2015), Universitas Chicago menyatakan dengan adanya media sosial seperti *facebook* dan *twitter* menjadikan seseorang kecanduan (Viva News, 2012).

Media sosial adalah kelompok aplikasi dengan berbasis internet dengan dasar ideologi serta teknologi Web 2.0 hal ini memungkinkan bagi

penciptaan dan pertukaran *user-generated content*, ini menjadikan media sosial salah satu dari kelompok aplikasi dengan berbasis internet seperti Whatsapp, Youtube, Instagram, Twitter dan sebagainya (Andreas Kaplan & Michael Haenlein, 2010).

Dari beberapa definisi yang telah dijabarkan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya kecanduan media sosial suatu perilaku yang menggunakan media sosial secara *kompulsif* atau berlebihan serta memiliki sisi yang negatif bagi pengguna baik secara emosional, fisik, dan lingkungan sekitar selain itu pengguna akan merasakan ketergantungan akan media sosial yang dapat terus terhubung dengan individu satu dengan individu lain tanpa harus bertatap muka secara langsung.

2.1.2 Aspek- Aspek Kecanduan Media Sosial

Menurut Sahin (2018), aspek-aspek kecanduan media sosial antara lain :

a. *Virtual Tolerance*

Hal ini terjadi dikarenakan adanya peningkatan kebutuhan pengguna akan terus terhubungnya secara online di media sosial.

b. *Virtual Communication*

Hal ini terjadi dikarenakan seseorang kurang dalam memiliki keterampilan komunikasi dalam mempresentasikan diri yang mana lebih memilih secara virtual.

c. *Virtual Problem*

Hal ini terjadi dikarenakan adanya kenyamanan dalam pelarian dari dunia nyata dengan apa yang diinginkan.

d. *Virtual Information*

Kebutuhan seseorang dalam mencari informasi dapat dibagikan secara online di media sosial.

Menurut Al Menayes (2015), terdapat aspek-aspek pada kecanduan media sosial antara lain :

a. *Social Consequences*

Konsekuensi sosial sebagai cerminan pengguna media sosial dalam efektivitas individu pada kehidupan sehari-hari.

b. *Time Displacement*

Pengalihan waktu sebagai cerminan waktu yang terkait pada pengguna media sosial.

c. *Compulsive Feelings*

Perasaan konvulsif suatu kecenderungan dengan menggambarkan perasaan yang menggunakan media sosial, seperti perasaan bosan individu dapat terus mendorong untuk mengakses media sosial.

Berdasarkan beberapa aspek yang telah dijelaskan oleh Sahin, dapat ditarik kesimpulan aspek-aspek dalam kecanduan media sosial antara lain : *virtual tolerance, virtual communication, virtual problem, dan virtual information.*

2.1.3 Gejala-gejala kecanduan Media Sosial

Menurut Andreassen (2010) ada beberapa gejala individu yang mengalami kecanduan media sosial, antara lain :

- a. Lebih banyak habiskan waktu dalam berfikir atau menyusun apa yang akan dilakukan di media sosial
- b. Perasaan untuk tetap terus menggunakan media sosial
- c. Memanfaatkan media sosial sebagai pelarian dari kepentingan pribadi
- d. Dalam menggunakan media sosial pernah mencoba untuk membatasi dalam menggunakan media sosial, namun gagal.
- e. Merasa terganggu ketika ada yang melarang untuk memainkan media sosial.
- f. Dalam menggunakan media sosial yang terlalu sering dapat berakibat terganggunya baik pendidikan maupun pekerjaan.

Dari beberapa yang telah dijabarkan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa gejala seseorang kecanduan media sosial antara lain : banyak menghabiskan waktu di media sosial, memanfaatkan media sosial sebagai pelarian kepentingan pribadi, gagal untuk membatasi dalam menggunakan media sosial, merasa terganggu ketika tidak menggunakan media sosial, serta terganggunya pekerjaan maupun pendidikan karena media sosial.

2.1.4 Karakteristik Media Sosial

Anthony Mayfield (2008) menyatakan ada beberapa karakteristik media sosial antara lain :

- a. *Partisipan* (Partisipasi)

Media sosial menjadi sumbangsih dan umpan balik pada pengguna media sosial yang tertarik dalam menggunakannya, hingga melupakan batas waktu menggunakannya dan *audience*.

b. *Openness* (Keterbukaan)

Pada media sosial kebanyakan adanya sumbangsih serta umpan balik, baik saling berbagi informasi, komentar, maupun voting. Akan tetapi, untuk perlindungan password serta isinya cenderung dianggap aneh.

c. *Conversation* (Perbincangan)

Pada saat ini media secara tradisional jarang digunakan, sebaliknya media sosial isinya dapat dilihat lebih baik.

d. *Community* (Komunitas)

Pada saat ini media sosial terbentuk karena adanya populasi yang memanfaatkan komunikasi secara cepat dan efektif dari berbagai hal yang unik, info penting dan sebagainya.

e. *Connectedness* (Keterhubungan)

Pada dasarnya kebanyakan yang menggunakan media sosial karena adanya sebuah kemampuan dalam berinteraksi antar pengguna melalui fasilitas tautan (*links*)

Berdasarkan uraian diatas yang telah dijabarkan, maka dapat ditarik kesimpulan karakteristik media sosial antara lain : partisipan, keterbukaan, perbincangan, komunikasi, dan keterhubungan.

2.1.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kecanduan Media Sosial

Menurut Yahya dan Rahim (2017), ada beberapa faktor yang mempengaruhi kecanduan media antara lain adalah :

a. Faktor Psikologis

Kecanduan media sosial terjadi karena adanya sebuah permasalahan psikologis, antara lain kepribadian ekstrasversi, kesepian, kurangnya motivasi, kurangnya *self esteem*, rasa rendah diri, karakter depresif, neurotisme, dan tingkat optimisme seseorang.

b. Faktor Sosial

Faktor sosial yang mempengaruhi kecanduan media sosial adanya hubungan dengan seseorang dengan keluarga, hubungan interpersonal secara online, hubungan pertemanan, maupun hubungan sosial yang berlebihan.

c. Faktor Penggunaan Teknologi

Kecanduan media sosial yang terjadi berhubungan pada waktu yang dihabiskan dalam mengakses media sosial, dukungan secara online, dukungan dalam mendapatkan informasi, teknologi yang berlebihan, kebutuhan hiburan, dan perangkat yang digunakan dalam mengakses media sosial.

Berdasarkan uraian diatas yang telah dijabarkan, maka dapat ditarik kesimpulan faktor untuk kecanduan media sosial antara lain adalah : faktor psikologis, faktor sosial dan faktor penggunaan teknologi. Satriani (2014) menyatakan bahwa pemakaian media sosial pada seseorang dapat dikuasai oleh *relatedness*. *Relatedness* suatu kedekatan pada seseorang secara psikologis. Namun, apabila keinginan seseorang

tidak dapat dipenuhi, seseorang akan merasa dirinya *Fear of Missing Out* (FoMo).

Fear of Missing Out merupakan rasa ketakutan akan hilangnya sebuah moment yang berharga serta tidak dapat menggunakan media sosial secara terus menerus yang mana dapat menyebabkan ketergantungan atau kecanduan pada media sosial baik antar individu maupun kelompok (Przybylski, dkk 2013). Dapat diartikan bahwa FoMO adalah takut bahwa tidak dapat terhubung untuk tetap *up to date* menggunakan media sosial maupun mengetahui *up to date* orang lainnya.

2.2 Fear of Missing Out (FoMO)

2.2.1 Definisi Fear of Missing Out (FoMO)

Fear of Missing Out (FoMO) merupakan rasa ketakutan akan hilangnya sebuah moment yang berharga serta tidak dapat menggunakan media sosial secara terus menerus yang mana dapat menyebabkan ketergantungan atau kecanduan pada media sosial baik antara individu satu dengan individu lainnya (Przybylski dkk, 2013). Dengan adanya internet, seseorang dapat saling bertukar dan informasi dengan cepat dan tepat sesuai dengan kejadian (*real-time*) tentang aktivitas, fenomena, maupun informasi. Sedangkan menurut (JWTIntelligence, 2012) kecemasan sosial merupakan sebuah perkembangan dari teknologi maupun media sosial yang menjadi penyebab terjadinya *fear of missing out* lebih meningkat. \

Fear of Missing Out (FoMO) merupakan rasa akan ketakutan ketika tidak dapat memperoleh informasi dari teman maupun lainnya yang sedang

melakukan kegiatan yang lebih seru dibandingkan dirinya sehingga menimbulkan perasaan takut kehilangan moment, stress, apabila momet penting tidak diketahui baik dari individu satu maupun kelompok. Pada dasarnya tanggapan sosial determinasi pada sosial media dapat meninggalkan efek perbandingan antar individu dengan tingkat ketentraman serta bahagia menurut orang lain. Media sosial dapat mengetahui informasi orang lain yang terjadi pada hidupnya yang merupakan *self reward* dan ketika orang lain dapat melihat, ini akan menjadi sebuah terjemahan dalam bentuk bahagia (Przybylski dkk, 2013).

Sedangkan menurut *JWT Marketing Communication* dalam Abel *et,al* (2016) menyatakan bahwa *FoMO* merupakan rasa ketakutan akan kehilangan momen dan rata-rata orang yang mengalami merasakan akan kehilangan moment yang ingin diketahui, atau memiliki moment yang menarik dari yang dimiliki.

Menurut Przybylski, dkk (dalam Dossy, 2014) menyatakan mengenai fakta mengenai *Fear of Missing Out* (FoMO) antara lain sebagai kekuatan pending di balik dalam menggunakan internet serta media sosial, dalam penggunaannya tingkat *FoMO* banyak terjadi pada remaja maupun dewasa awal (*emerging adulthood*), rendahnya kepuasan hidup mampu mendorong *FoMO* serta menyebabkannya adanya terlalu sering dalam mengakses media sosial ketika beraktifitas dalam membutuhkan konsentrasi yang tinggi seperti saat belajar. Selain itu juga bermula karena kurang terpenuhinya *Basic*

Psychological Needs pada diri seseorang setelah terjadinya *FoMO* sehingga tingginya penggunaan media sosial (Swar, 2017).

Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan (*FoMO*) merupakan rasa takut ketika tidak dapat memperoleh informasi dari teman maupun orang lain yang melakukan kegiatan yang lebih seru dibandingkan dirinya sehingga menimbulkan perasaan takut kehilangan moment, stress, serta merasa jauh apabila tidak mengetahui momet yang penting dari individu satu maupun kelompok.

2.2.2 Aspek-aspek Fear of Missing Out

Menurut Przyblylski dkk (2013) menyatakan beberapa aspek-aspek *fear of missing out* (FoMO) antara lain :

a. Tidak terpenuhinya kebutuhan secara psikologis akan *Relatedness*

Relatedness (keinginan akan terus terhubung dengan orang lain) merupakan keinginan individu untuk terus tergabung, terhubung serta bersama dengan orang lain. Dalam situasi ini memiliki hubungan yang kuat, hangat serta saling memperhatikan satu sama lain sehingga memiliki kesempatan untuk berinteraksi dengan orang yang dianggap penting. Namun, apabila tidak terpenuhinya akan *relatedness* menyebabkan seseorang merasakan khawatir dan terus mengetahui apa yang sedang dilakukan orang lain dimedia sosial.

b. Tidak terpenuhinya keinginan psikologi akan *self*

Keinginan psikologis akan *self* (diri sendiri) hal ini berhubungan dengan *competence* dan *autonomy*. *Competence* merupakan suatu kebutuhan yang

melekat pada diri seseorang untuk merasa efektif ketika berinteraksi dalam lingkungan serta untuk melatih kemampuan melewati tantangan. Sedangkan, *autonomy* merupakan sebuah penilaian ketika adanya pilihan, dukungan serta dorongan yang terhubung yang diawali, merawat serta pengakhiran yang menghubungkan dengan perilaku. Hal ini dijalankan dengan diri sendiri tanpa adanya keterikatan atau mendapatkan control dari orang lain. (Niemic, Lynch, Vanteenkiste, Bernstein, Deci dan Ryan dalam Tekeng, 2015). Namun, bila kebutuhan psikologis akan *self* tidak terpenuhi, maka individu akan menyebarkannya melalui internet untuk memperoleh berbagai macam informasi.

Berdasarkan penjelasan di atas menurut Przyblyski, Murayama, DeHaan dan Gladwell (2013), maka dapat diambil kesimpulan bahwa seseorang yang mengalami (FoMO) adalah apabila kebutuhan akan *relatedness* dan *self* bisa terpenuhi.

2.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi *Fear Of Missing Out*

Menurut Przyblyski dkk,(2013) menyatakan beberapa faktor *fear of missing out* (FoMO) antara lain :

1. Adanya keterbukaan dalam informasi media sosial
2. Usia
3. *Social One Upmanship*
4. Penyebaran topic atau informasi melalui hastag
5. Kondisi relatif deprivasi
6. Adanya dorongan untuk terus mengetahui informasi

2.2.4 Ciri-ciri Fear Of Missing Out

Menurut Przyblylski dkk, (2013) menyatakan beberapa ciri-ciri *fear of missing out* (FoMO) antara lain :

1. Individu akan terus mengecek media sosial orang lain yang akan terus melihat hal-hal yang telah dilakukan oleh orang lain agar up to date.
2. Individu akan terus berpartisipasi dalam mengikuti kegiatan. Dalam hal ini individu yang mengalami FoMo agar dapat memposting apa saja kegiatan yang telah dilakukan dalam media sosial.
3. Individu memiliki panggung tersendiri baik secara online maupun offline. Dalam hal ini individu yang mengalami FoMO akan beranggapan bahwa media sosial menjadi panggung pertunjukkan untuk merasa lebih baik.
4. Individu terus merasa akan kekurangan. Dalam hal ini individu yang mengalami FoMO akan merasa terasingkan di dunia nyata namun di dunia maya mendapatkan pengakuan.

2.3 Dinamika Penelitian

Menurut Cengiz,dkk (2018) menyatakan kecanduan media sosial ialah dalam penggunaan media sosial secara berlebihan, sehingga mengabaikan pekerjaan rumah, pendidikan, ataupun di tempat umum karena menggunakannya secara berlebihan, ini dapat menjadi masalah dari segi fisik serta emosional apabila dalam menggunakan media sosial secara terus menerus. Menurut Merry Magdalena (2010) mengatakan bahwa media sosial menjadi sebuah wadah untuk saling berkomunikasi antar individu satu

dengan yang lain melalui teknologi berbasis internet, hal ini dapat memberi kemudahan bagi orang dalam berkomunikasi, adanya kerjasama, dan juga memiliki hati nurani. Menurut Young (2010) menyatakan bahwa kecanduan akan media sosial suatu mendorong untuk terus terhubung dalam suatu moment terlepas dari hal yang merusak baik secara sosial, mental, fisik, finansial, maupun spiritual.

Dalam hal ini, penggunaan media sosial bukan menjadi hal yang bermasalah bagi penggunaannya, apabila menggunakannya dalam hal yang bermanfaat, tidak secara berlebihan. Saat ini, untuk menggunakan media sosial memiliki kemudahan baik dari memberikan informasi serta akan terus *up to date*. Namun dengan kemudahan yang telah diberikan media sosial dapat mempengaruhi seseorang dalam intensitas waktu yang telah digunakan di media sosial.

Kini, untuk generasi muda rata-rata menghabiskan waktu di media sosial demi mencari apa yang dibutuhkan, namun tanpa sadari menggunakan media sosial hanya ingin melihat serta mengikuti kegiatan apa saja yang dilakukan orang lain. Dalam situasi ini adanya rasa ingin tetap terhubung dengan orang lain di dunia maya (Przbylski, dkk 2013). Hal ini menyebabkan seseorang memiliki rasa takut akan tertinggal suatu informasi antara satu individu maupun kelompok. Ini menjadi ada kaitannya antara *FoMO* dengan kecanduan media sosial dilihat dari peran media sosial terhadap yang mengalami *FoMO*. Keinginan dapat mempertahankan komunikasi secara penuh dengan adanya media sosial untuk mengetahui

orang lain setiap waktu (Abel, dkk., 2016). Hal ini menjadi penyebab seseorang mengalami *FoMO* yang mengarah pada kecanduan media sosial.

Kaitan antara *FoMO* dan kecanduan media sosial berawal dari lama waktu yang digunakan dalam penggunaan media sosial atau *time displacement*. Menurut Young (2010) bahwa kecanduan media sosial memerlukan waktu untuk mencapai kepuasan pada saat menggunakan media sosial, tidak dapat mengontrol diri serta mengurangi dalam menggunakan media sosial yang diharapkan lebih lama. Dampak yang membawa pengaruh negative sehingga banyaknya informasi yang ada mendatangkan resiko akan ada hoax, mengalami kesehatan yang terganggu, mudahnya merasa kelelahan, merasa akan takut kehilangan untuk tidak mengetahui sesuatu, sehingga adanya perasaan *insecure* pada diri sendiri dengan sebuah pencapaian orang lain.

Untuk mengetahui sebuah informasi di media sosial yang tidak terpenuhi dapat menimbulkan perasaan cemas, serta tertinggalnya informasi maupun moment berharga. Perasaan cemas ada kaitannya dengan aspek kecanduan media sosial antara lain merasakan gelisah atau secara emosional mudah marah ketika tidak menggunakan *smartphone* ataupun media sosial. Sedangkan takut akan ketinggalan informasi maupun kehilangan momen salah satu ciri *FoMO*. Selain itu juga fenomena *FoMO* sering dialami oleh generasi muda. Menurut (*JWTIntelligence*, 2012) ada sekitar 65% generasi muda pernah mengalami *FoMO* serta 40% terjadi pada mahasiswa.

Pada penjelasan yang telah di paparkan di atas bahwa orang yang mengalami *FoMO* dapat menjadi penyebab ketergantungan atau kecanduan media sosial. Apabila keinginan secara psikologis akan *relatedness* dan *self* menjadi suatu bagian penting *FoMO* dalam penggunaan media sosial agar dapat terpenuhi psikologisnya.

2.4 Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu “Ada Hubungan Antara *Fear of Missing Out* Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau”



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan menggunakan penelitian Kuantitatif. Metode kuantitatif adalah penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terstruktur dan terencana dari awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Sedangkan *teknik korelasional* untuk mengetahui apakah terdapat variasi dalam satu variabel dengan variabel lainnya yang dilihat juga berdasarkan koefisien korelasi (Azwar, 2010).

Bentuk penelitian ini dipilih oleh penulis dengan tujuan apakah ada atau tidaknya terdapat suatu hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan Kecanduan Media Sosial pada mahasiswa pengguna media sosial di Universitas Islam Riau.

3.2 Identifikasi Variabel

Variable penelitian merupakan sesuatu yang telah berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti agar dapat memperoleh petunjuk dan kemudian dapat ditarik kesimpulan (Sugiono, 2013). Mengacu pada variabel ini tentang bagaimana Hubungan antara fear of missing out dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa Universitas Islam Riau, sehingga dapat identifikasi variabel antara lain :

1. Variabel terikat Kecanduan media sosial : (Y)
2. Variabel bebas *fear of missing out* : (X)

3.3 Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Kecanduan Media Sosial

Menurut Alwisol (2014) merupakan rasa takut yang muncul secara psikologis pada kebutuhan ingin terus tetap terhubung akan tetapi tidak terpenuhi, sehingga ada ditandai dengan rasa cemas yang dilewatkan ketika tidak dapat menggunakan media sosial dari segi waktu dan uang cukup serta hal lainnya yang tidak dapat dihubungkan dengan jaringan internet. Selain itu juga rasa ketakutan ketika tidak dapat menggunakan secara berulang pada media sosial yang dapat menyebabkan ketergantungan atau kecanduan pada media sosial (Al, Menayes, 2016). Hasil dari skala menunjukkan adanya tinggi dan rendah dalam skor untuk dihasilkan dengan adanya tinggi rendahnya akan kecanduan media sosial yang dimiliki mahasiswa.

3.3.2 Fear of Missing Out

FoMO merupakan rasa ketakutan ketika tidak dapat memperoleh informasi dari teman maupun lainnya yang melakukan kegiatan yang lebih seru dibandingkan dirinya sehingga menimbulkan perasaan takut kehilangan moment, stress, serta merasa jauh apabila tidak mengetahui moment yang penting dari individu satu maupun kelompok (Przbylski dkk, 2013). Hasil dari skala adanya tinggi rendahnya akan FoMO pada mahasiswa. Skala yang dipakai dalam variabel FoMO merupakan skala adaptasi yang disusun oleh Przbylski (2013) yang sesuai dengan aspek-aspek dari *fear of missing out* yang kemudian dikembangkan oleh Mohammad Ali Hasan Abdulloh (2021). Hasil dari skala menunjukkan semakin tinggi skor skala maka semakin berat

ketakutan ketinggalan moment yang dialami seseorang, begitu pula pada sebaliknya.

3.4 Subjek Penelitian

3.4.1 Populasi

Menurut Arikunto (dalam Anggraini, 2019) Populasi merupakan jumlah dari keseluruhan total subjek dalam penelitian yang akan diteliti. Populasi itu sendiri merupakan suatu karakteristik yang memiliki kualitas bagus dimiliki oleh subjek. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna media sosial yang berada di Universitas Islam Riau yang menggunakan media sosial secara aktif. Jumlah total mahasiswa aktif 3 tahun terakhir (2018, 2019, 2020) yang aktif terdaftar berdasarkan data dari BAAK Universitas Islam Riau adalah 13.529

3.4.2 Sampel

Menurut Azwar (2010) Sample merupakan sebagian dari jumlah populasi tersebut. Untuk menentukan sampel dari populasi sebanyak 13.529 dan telah ditentukan sesuai rumus *Slovin* didapatkan sampel minimal 100 dengan taraf kesalahannya yaitu 10% :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sample

N = Jumlah Populasi

e = Batas Toleransi Error

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{13529}{1+13529 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{13529}{1+13529 (0,01)}$$

$$n = \frac{13529}{136,29}$$

$$n = 99,27$$

$$n = 100$$

3.4.3 Karakteristik Penelitian

1. Berusia 19-25 tahun
2. Memiliki Smartphone
3. Memiliki Akun Media Sosial
4. Mahasiswa Aktif Universitas Islam Riau

3.4.4 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel yakni *Non Random Sampling*, dimana anggota populasi penelitian tidak memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel dalam penelitian (Sugiono, 2010), *Non Random Sampling* yang berdasarkan pertimbangan banyak anggota populasi yang tidak bisa jumpai secara *offline* akibat pandemic covid-19. Selain itu juga karakteristik yang dijadikan sampel merupakan mahasiswa yang memiliki akun media sosial dengan penggunaan minimal 4-6 jam/hari. Dengan hal tersebut, penelitian ini memutuskan untuk menggunakan teknik sampling *snowball*.

Snowball suatu teknik sampling secara multistage, bermula dari beberapa individu atau kasus, kemudian bertambah sesuai kaitan atau hubungan antar subjek. Subjek merupakan sampel yang mewakili populasi,

yang mana tidak mudah langsung mendapatkan subjek di lapangan. Dalam proses mendapatkan subjek yang sulit ditemui atau diakses, serta memperoleh informasi subjek tentang masalah terkait atau tidak kasatmata di dunia nyata, sehingga menggunakan teknik *snowball* yang dapat digunakan dan berguna untuk mendapatkan responden yang sejalan dengan penelitian, sehingga dapat diperoleh jumlah sampel yang diperlukan

3.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode dengan cara penyebaran skala. Dengan demikian dapat diperoleh fakta atau opini dari subjek berdasarkan skala penelitian, skala yang digunakan bersandar dari laporan identitas diri. Skala merupakan beberapa pertanyaan atau pernyataan dengan tidak mengungkapkan secara langsung apa yang diungkapkan dari pertanyaan atau pernyataan (Azwar, 2013). Adapun skala yang digunakan dalam penelitian ini *Fear of Missing Out* dengan Kecanduan Media Sosial.

3.5.1 Skala Kecanduan Media Sosial

Skala Kecanduan Media Sosial yang digunakan oleh peneliti yaitu *Sosial Media Addiction Scale* (SMAS) yang di kembangkan oleh Menayes (2015 dalam penelitian Neli 2019). Skala terdiri dari 14 aitem menggunakan skala likert dengan nilai *Alpha* 0,835 respon pernyataan favorable bergerak dari 1 sampai 5 antara lain Sangat Setuju=5, Setuju=4, Netral=3, Tidak Setuju=2, Sangat Tidak Setuju=1 Berikut adalah 14 aitem skala kecanduan media sosial.

Tabel 3.1
Blue Print Skala Kecanduan Media Sosial 1

No	Faktor	Nomor Item		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
1	<i>Social Consequense</i> Konsekuensi Sosial	3, 4, 6, 9, 13	-	5
2	<i>Time Displacement</i> Pengalihan Waktu	5, 10, 11	-	3
3	<i>Compulsive Feeling</i> Perasaan Kompulsif	1, 2, 7, 8, 12, 14	-	6
Jumlah		14		14

3.5.2 Skala Fear Of Missing Out (FoMO)

Skala *Fear of Missing Out* (FoMO) dalam penelitian ini di susun oleh Przyblyski kemudian dimodifikasi dan telah di try out oleh Mohammad Ali Hasan Abdulloh (2021). Skala FoMO ini digunakan untuk mengetahui rendah tinggi pada seseorang yang mengalami FoMO berdasarkan teori FoMO oleh Przyblyski (2013). Skala tersebut terdiri dari 21 yang dilakukan oleh peneliti didapatkan nilai reliabilitas (*Alpha Cronbach*) sebesar 0,713. Setelah dilakukan pengguguran aitem maka nilai reliabilitas (*Alpha Cronbach*) meningkat menjadi 0,890. Hasil pengujian telah ditemukan 9 aitem yang dinyatakan gugur dari 30 aitem dengan tersisa 21 aitem, respon pernyataan favorable bergerak dari 1 sampai 5 antara lain Sangat Setuju=5, Setuju=4, Netral=3, Tidak Setuju=2, Sangat Tidak Setuju=1 sedangkan untuk unfavorable bergerak dari 1 sampai 5. Distribusi sebaran aitem skala *FoMO* dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.2
Blue Print Skala FoMo Sebelum Try Out

No	Dimensi	Indikator	Favorable	Unfavorable
1	Rendahnya pemenuhan kebutuhan psikologis dan Relatedness	Khawatir ketika tidak dapat bergabung dalam pengalaman atau kegiatan yang dilakukan oleh teman/orang lain	1, 2, 3, 4,	27,28,28,30
		Khawatir ketika teman/orang lain memiliki pengalaman atau kegiatan yang lebih baik dari pada saya.	9, 10, 11, 12	5, 6, 7, 8
2	Rendahnya pemenuhan kebutuhan psikologis akan Self	Sering mencari tahu apa yang sedang terjadi dengan teman/orang lain di dalam dunia maya	16, 17, 18	13, 14, 15
		Sering update untuk memberitahukan kabar diri sendiri ke dunia maya	19, 20, 21, 22	23, 24, 25, 26
Total			16	14

Tabel 3.3
BluePrint Skala Fear Of Missing Out Setelah Try Out

No	Dimensi	Indikator	Favorable	Unfavorable
1	Rendahnya pemenuhan kebutuhan psikologis dan Relatedness	Khawatir ketika tidak dapat bergabung dalam pengalaman atau kegiatan yang dilakukan oleh teman/orang lain	1, 2, 3, 4	27, 28, 29, 30
		Khawatir ketika teman/orang lain memiliki pengalaman atau kegiatan yang lebih baik dari pada saya.	9, 10, 11, 12	5, 6, 7, 8
2	Rendahnya pemenuhan kebutuhan psikologis akan Self	Sering mencari tahu apa yang sedang terjadi dengan teman/orang lain di dalam dunia maya	16, 17, 18	13, 14, 15
		Sering update untuk memberitahukan kabar diri sendiri ke dunia maya	19, 20, 21, 22	23, 24, 25, 26
Total			16	14

Adapun aitem yang dinyatakan gugur ialah aitem **4, 8, 12, 13, 14, 15, 17, 22, 29**. Dalam skala ini dibuat dengan beberapa pertanyaan *Favorable* dan *Unfavorable* yang mana aitem akan berkurang sesuai dengan validitasnya.

3.6 Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Validitas

Validitas merupakan suatu konsep terhadap ketepatan atau kecermatan instrumen dalam menjalankan fungsinya. Validitas adalah untuk melihat seberapa jauh akurasi skala yang dimiliki dalam pengukuran. Pengukuran atau juga disebut dengan validitas yang tinggi memiliki apabila hasil data yang akurat memberikan gambaran tentang variabel yang akan diukur (Azwar, 2010). Pengujian validitas isi skala Kecanduan Media Sosial dan *Fear of Missing Out* telah dilakukan oleh pengembangan alat ukur tersebut dimana keduanya menunjukkan validitas yang baik hingga dapat digunakan sebagai pengukuran dalam penelitian.

3.6.2 Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengetahui hasil sejauh mana keterpercayaan atau konsistensi hasil alat. Apabila dilakukan pengukuran lebih dari satu kali dengan memiliki gejala yang sama dengan pengukuran yang sama. Pada dasarnya uji reliabilitas untuk melihat sejauh mana dalam pengukuran yang digunakan dapat dipercaya (Azwar, 2010). Skor reliabilitas dapat dikatakan koefisien apabila rentang angka 0,00 sampai 1,00 dengan artian kata skala penelitian reliabel. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penelitian mendapatkan hasil reliabilitas skala dengan menggunakan formula *Alpha Cronbach* dengan skor 0,452 dalam penelitian ini termasuk dalam kategori sedang.

3.7 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, penelitian melakukan analisis data teknik korelasi yang dilakukan dengan menggunakan uji normalitas dan linearitas terlebih dahulu. Pada analisis data penelitian ini dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS *statistic version 23.0*.

3.7.1 Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui dan memastikan bahwasanya data penelitian berasal dari populasi memiliki distribusi normal (Santoso, 2010). Uji Normalitas dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dengan melihat nilai signifikansi data. Data yang digunakan dalam peneliti yaitu jika nilai ($\text{sig} > 0,05$) sedangkan data tidak berdistribusi normal dengan nilai ($\text{sig} < 0,05$) sehingga dapat dilakukan uji non parametric.

b. Uji Linearitas

Uji Linearitas dilakukan apakah terdapat hubungan pada variabel terikat dan variabel bebas. Untuk menguji linearitas memakai *test for linearity* atau melihat nilai F. Uji linieritas dengan dengan jika nilai $p < 0,05$ maka terdapat hubungan yang linier begitu juga dengan sebaliknya apabila nilai $p > 0,05$ artinya tidak terdapat hubungan antara variabel terikat maupun bebas atau tidak linier.

3.7.2 Uji Hipotesisi Penelitian

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat Hubungan *FoMO* dan Kecanduan Media Sosial. Metode analisis data menggunakan teknik korelasi. Penelitian ini menggunakan analisis statistic korelasi *Spearman Rank Order* untuk mengetahui apakah terdapat ada hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan Kecanduan Media Sosial pada mahasiswa Universitas Islam Riau. Apabila nilai Sig > 0,05 maka semakin kuat hubungan antara kedua variabel dan jika nilai Sig < 0,05 maka hubungan antara kedua variabel tersebut semakin lemah.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Persiapan Penelitian

4.1.1 Persiapan Administrasi Penelitian

Sebelum dilakukan proses penelitian, hal pertama yang dilakukan peneliti adalah menyiapkan skala yang digunakan untuk penelitian dan menentukan tempat dimana penelitian akan dilangsungkan dengan memastikan bahwa segala sesuatu yang dibutuhkan dalam proses penelitian sudah disiapkan dan sudah sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan.

Penelitian dilakukan secara online melalui *Google Form* yang dikirimkan oleh peneliti kepada subjek penelitian di Media Sosial, WhatShapp, dan Instagram, serta teman-teman peneliti juga ikut serta membantu dalam membagikan skala penelitian kepada subjek penelitian yaitu Mahasiswa Universitas Islam Riau.

4.1.2 Pelaksanaan Penelitian

Pada tanggal 5 November 2021 pada hari Jumat penelitian ini dilakukan penyebaran melalui Media Sosial, WhatShapp, dan Instagram. Peneliti mengirim link skala penelitian secara personal kepada subjek penelitian melalui media sosial WhatShapp, dan Instagram dengan cara membagikan skala dalam bentuk *Google Form* kepada subjek penelitian.

Penelitian telah melampirkan prosedur dalam pengisian skala penelitian pada *Google Form* tersebut, dalam hal ini subjek dapat membaca prosedur terlebih dahulu sebelum memulai mengisi skala penelitian. Setiap

subjek akan mengisi satu skala Fear of Missing Out dengan memakai 5 kategori, antara lain SS (Sangat Setuju), S (Setuju), N (Netra), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju). Dan juga skala Kecanduan Media Sosial dengan 5 kategori antara lain SS (Sangat Setuju), S (Setuju), N (Netra), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju).

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Deskripsi Subjek Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian ini 100 subjek penelitian, dapat disusun deskriminasi subjek berdasar usia, fakultas, dan waktu dalam mengakses media sosial dalaam sehari yang digunakan oleh Mahasiswa Unversitas Islam Riau. Jumlah sample dalam penelitian ini bisa dilihat pada table

Table 4.1
Klasifikasikan Subjek Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentasi
19	7	7%
20	16	16%
21	20	20%
22	38	38%
23	12	12%
24	6	6%
25	1	1%
Total	100	100%

Berdasarkan table diatas, terdapat tujuh kategori usia subjek penelitian. Subjek dengan usia 19 tahun berjumlah 7 orang atau 7%, subjek dengan usia 20 tahun berjumlah 16 orang atau 16%, subjek dengan usia 21 tahun berjumlah 20 orang atau 20%, subjek dengan usia 22 tahun berjumlah 38 orang atau 38%, subjek dengan usia 23 tahun berjumlah 12 orang atau

12%, subjek dengan usia 24 tahun berjumlah 6 orang atau 6%., subjek dengan usia 25 tahun berjumlah 1 orang atau 1%. Total keseluruhan penelitian ini adalah 100 orang.

Table 4.2
Klasifikasi Subjek Berdasarkan Rata-rata
Penggunaan Media Sosial

Rentang Waktu	Frekuensi	Persentase
<1 jam/hari	6	6%
2-3 jam/hari	17	17%
4-6 jam/hari	31	31%
6-7 jam/hari	23	23%
>8 jam/hari	23	23%
Total	100	100%

Berdasarkan table dia atas didapatkan gambaran mahasiswa yang mengakses media sosial pada kategori <1 jam/hari berjumlah 6 orang atau 6% angka ini menunjukkan jumlah yang paling sedikit dari klasifikasi lainnya. Jumlah mahasiswa yang mengakses media sosial 2-3 jam/hari berjumlah 17 orang atau 17%, mahasiswa yang mengakses media sosial 4-6 jam/hari berjumlah 31 orang atau 31% angka ini menunjukkan jumlah yang paling banyak dari klasifikasi lainnya. Sedangkan pada klasifikasi 6-7 jam/hari berjumlah 23 orang atau 23% dan pada klasifikasi >8 jam/hari berjumlah 23 orang atau 23%.

4.3.2 Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data penelitian Hubungan Antara *Fear Of Missing Out* pada Mahasiswa di Universitas Islam Riau setelah dilakukan proses skoring serta pengolahan data dengan menggunakan aplikasi *SPSS 23 for windows*. Diperoleh hasil sebagai berikut.

Table 4.3
Deskripsi Data Penelitian

Variabel	Skor Hipotetik				Skor Empirik			
	X _{min}	X _{maks}	Mean	SD	X _{min}	X _{maks}	Mean	SD
Kecanduan Media Sosial	14	75	42	9,3	20	59	42,48	7,194
Fear Of Missing Out	21	105	63	14	29,00	79,00	58,09	9,49

Dapat dilihat table diatas, maka dapat dilihat apakah dua variabel mempunyai skor rata-rata Empirik yang lebih tinggi di dibandingkan dengan skor rata-rata pada Hipotetik. Terdapat lima kategori yang digunakan pada penelitian ini yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Adapun yang digunakan untuk menjadi panduan memakai norma di bawah ini :

- Sangat Tinggi : $X \geq M + 1,5 SD$
- Tinggi : $M + 0,5 SD \leq X < M + 1,5 SD$
- Sedang : $M - 0,5 SD \leq X < M + 1,5 SD$
- Rendah : $M - 1,5 SD \leq X < M - 0,5 SD$
- Sangat Rendah : $X < M - 1,5 SD$
- Keterangan : M = Mean Empirik
- : SD = Standar Definisi

Pada table tersebut dapat di ketahui apakah variabel Kecanduan Media Sosial mempunyai nilai rata-rata Hipotetik yaitu 42 dan Standar Deviasi 93. Melalui panduan norma di atas kita bisa menentukan kategorisasi (kriteria) penilaiannya. Kategorisasi penilaiannya untuk variabel Kecanduan Media Sosial dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Kategorisasi Skor Kecanduan Media Sosial

Kategori	Skor	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	$X \geq 53$	7	7%
Tinggi	$46 \leq X < 53$	26	26%
Sedang	$39 \leq X < 46$	41	41%
Rendah	$32 \leq X < 39$	20	20%
Sangat Rendah	$X < 32$	6	6%
Jumlah		100	100%

Berdasarkan tabel kategorisasi skor variabel Kecanduan Media Sosial di atas dapat diketahui subjek dalam penelitian ini sebagian besar memiliki kecanduan media sosial dalam kategori sedang yaitu dengan persentase sebesar 41% artinya dari 100 orang subjek penelitian terdapat 41 orang yang memiliki kecanduan media sosial dengan kategori sedang. Sedangkan untuk kategorisasi skor variabel *Fear Of Missing Out* dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.5
Kategorisasi Skor Fear Of Missing Out

Kategori	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Tinggi	$X \geq 72$	4	4%
Tinggi	$63 \leq X < 72$	25	25%
Sedang	$53 \leq X < 63$	43	43%
Rendah	$44 \leq X < 53$	19	19%
Sangat Rendah	$X \leq 44$	9	9%
Jumlah		100	100%

Berdasarkan tabel kategorisasi skor *Fear of Missing Out*, dapat diketahui bahwa sebagian besar penelitian 43% artinya dari 100 subjek dalam penelitian terdapat 43 orang yang memiliki *Fear of Missing Out* sedang.

4.4 Hasil Analisis Data

4.4.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam peneliti berdistribusi normal atau tidak normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dapat dilakukan pada kedua variabel yaitu kecanduan media sosial yang dianalisa dengan menggunakan bantuan program *SPSS versi 23 windows*. Jika nilai p dari nilai Z (Kolmogorov-Smirnov) $> 0,05$ maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal. Data dengan nilai $p < 0,05$, berdistribusi tidak normal (Siregar, 2012). Berdasarkan analisis data yang dilakukan maka didapatkan hasil seperti pada tabel berikut :

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas Skala Kecanduan Media Sosial dan Skala
Fear Of Missing Out

Variabel	Signifikasi	Keterangan
Kecanduan Media Sosial	0,200 ($p < 0,05$)	Normal
<i>Fear Of Missing Out</i>	0,000 ($p > 0,05$)	Tidak Normal

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel diatas menunjukan bahwa variabel kecanduan media sosial memiliki nilai signifikasi 0,200 ($p < 0,05$) dan variabel *fear of missing out* memiliki nilai signifikasi 0,000 ($p > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal, karena salah satu variabel tidak bedistribusi dengan nilai signifikasi $p < 0,05$. Maka dapat disimpulkan dari kedua variabel tidak berdistribusi normal di uji hipotesis menggunakan *non parametric tes*.

4.4.2 Uji Linearitas

Menurut Siregar,2012 uji Linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel yang diketahui yang diteliti dengan mengikuti garis lurus atau tidak. Uji linieritas dengan melihat p dari nilai F (*Linierity*) jika $p < 0,05$ maka terdapat hubungan yang linier antara FoMO dengan Kecanduan media sosial. Sebaliknya jika nilai $p > 0,05$ artinya hubungan tidak linier. Hasil dari analisis dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.7
Hasil Uji Linieritas

Variabel	Linierity (F)	Signifikasi	Keterangan
Kecanduan Media Sosial	10,848	0,002	Linierity
Fear of Missing Out			

Berdasarkan pada uji Linearitaas di atas dapat diketahui bahwa variabel FoMO dan kecanduan media sosial adalah 10,848 dengan $p= 0,002$ ($p<0,05$). Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kedua variabel berpola linier. Dengan artinya, terdapat hubungan yang linier antara variabel *Fear of Missing Out* dengan variabel Kecanduan media sosial.

4.4.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis diketahui untuk mengetahui terdapat ada tidaknya Hubungan Kecanduan Media Sosial dan *FoMO*. Metode analisis data yang digunakan memakai teknik Korelasi *Spearman Rank Order*. Adapun hasil uji korelasi antara kecanduan media sosial dengan *fear of missing out* diperoleh nilai (r) = lebih besar dari 0,005 dan nilai signifikasi sebesar 0,008

($p < 0,05$). Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat arah hubungan yang positif (*searah*) secara signifikan. Hasil dari uji korelasi data dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Korelasi

Variabel	Corelations (r)	Signifikasi	Keterangan
Kecanduan Media Sosial Fear Of Missing Out	0,264	0,008	0,000($p < 0,05$)

Dapat diartikan bahwa semakin tinggi *FoMO* maka semakin tinggi pula kecanduan media sosial pada mahasiswa di Universitas Islam Riau. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah *FoMO* maka semakin rendah pula kecanduan media sosial pada mahasiswa di Universitas Islam Riau. Oleh karena itu, berdasarkan uji analisis maka dapat dikatakan bahwa hipotesis dalam penelitian dapat diterima.

Hasil uji determinan dalam penelitian ini memperoleh nilai koefisien (*r-squared*) sebesar 0,092 dan nilai R sebesar 0,304. Dapat diartikan, kecanduan media sosial memberikan sumbangan efektif sebesar 9,2% terhadap *fear of missing out* (*FoMO*) sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya. Hasil uji determinan terhadap *FoMO* dan kecanduan media sosial dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Determinan

Variabel	N	R	R Square
Kecanduan Media Sosial <i>Fear Of Missing Out</i>	100	0,304	0,092

4.5 Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat adanya hubungan yang signifikan pada *FoMO* dan kecanduan media sosial, sehingga hasil analisis pada teknik Korelasi yaitu *Spearman Rank Order* diketahui bahwa kecanduan media sosial memiliki hubungan yang signifikan dengan *fear of missing*, dengan signifikansi $p < 0,05$ yaitu 0,008. Dilihat dari hasil uji hipotesis nilai korelasi dengan skor 0,264 dapat disimpulkan bahwa *FoMO* dengan kecanduan media sosial yang memiliki hubungan positif, dapat diartikan bahwa semakin tinggi *FoMO* maka semakin tinggi kecanduan media sosial pada mahasiswa, sebaliknya jika semakin rendah *FoMO* maka semakin rendah kecanduan media sosial pada mahasiswa aktif di Universitas Islam Riau. Hasil ini juga didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Alt (2016), Hariadi (2017), Menayes (2017), Blackwell, Leaman, Tramposch, Osboene, dan Lis (2017), Neli (2019) bahwa menyatakan terdapat hubungan antara *fear of missing out* (*FoMO*) dengan kecanduan media sosial pada individu.

Berdasarkan tabel skor Kecanduan media sosial, diketahui bahwa sebanyak 41 orang dari total sampel yang termasuk dalam kategori sedang dengan persentase sebesar 41%. Artinya rata-rata sampel dalam penelitian memiliki kecanduan media sosial dengan golongan sedang, selebihnya dapat dipengaruhi oleh faktor lain. Menurut Soliha (2015) menyatakan ketergantungan atau kecanduan

media sosial seseorang dipengaruhi oleh tingkat kecemasan yang tinggi sehingga dilingkungan sosialnya mengalami penurunan.

Dalam penelitian lainnya oleh Muna (2014) bahwa kecenderungan atau kecanduan media sosial dipengaruhi oleh control diri yang menyebabkan seseorang mampu dalam menahan diri dari hawa nafsu yang didasari oleh hati dan pikiran. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Azizan (2016) bahwa sebagian besar kepercayaan diri mempengaruhi kecanduan media sosial, seseorang yang tidak percaya dirinya sendiri merasakan akan kesulitan dalam mengekspresikan kehidupan sehari-harinya di dunia nyata, begitu pula sebaliknya seseorang akan percaya akan dirinya sendiri di media sosial sehingga seseorang tersebut dapat kecanduan media sosial.

Dalam penelitian oleh Neli (2019) menemukan kecanduan media sosial dipengaruhi oleh waktu dalam mengakses media sosial. Berdasarkan lama waktu dalam mengakses media sosial ditemukan bahwa mahasiswa banyak mengakses media sosial berkisar antara 4-6 jam/hari. Seseorang yang cenderung menghabiskan waktunya untuk mengakses media sosial memiliki dampak negative bagi kesehatan, emosi. Hal ini sama seperti ketika seseorang mengonsumsi alkohol demi mencapai kepuasan, begitu juga dengan kecanduan media sosial.

Selain itu, terdapat jauh lebih buruk apabila kecanduan media sosial menjadikan penggunanya dalam situasi depresi (Kircaburun, 2016). Bahkan ketika mengonsumsi kafein untuk menggunakan

internet lebih lama saat malam menjadikan pola tidur yang buruk. Efek negatif dalam menggunakan media sosial oleh mahasiswa Universitas Islam Riau, ketika menggunakan media sosial waktu terasa cepat berlalu, menggunakan *smartphone* dalam waktu yang lama membuat tangan menjadi kebas dan nyeri pada tulang, lupa akan waktu sehingga aktifitas lain menjadi terganggu, dan *insomnia*.

Sedangkan menurut tabel skor total variabel *FoMO*, terdapat 43 orang dari total sampel yang termasuk dalam kategori sedang dengan persentase 43%. Dengan demikian bahwa rata-rata sampel pada kategori sedang. Menurut Przbylski, dkk (2014) merupakan rasa ketakutan akan hilangnya moment yang berharga serta tidak dapat menggunakan media sosial secara terus menerus yang dapat menyebabkan ketergantungan akan media sosial antara individu maupun kelompok. Salah satu ciri dari *FoMO* adalah adanya sebuah dorongan untuk menggunakan media sosial, dalam penggunaannya paling banyak digunakan oleh remaja dan dewasa awal seperti mahasiswa.

Mahasiswa yang berusia 19-25 tahun akan rentan terhadap ketergantungan pada internet dimana masa ini menuju dewasa awal yang sedang dalam masa dinamika psikologis. Hal ini penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa tidak terlepas setiap hari mengingat mahasiswa butuh akan informasi baik dalam akademis maupun kebutuhan media sosial yang menjadi bagian dari *lifestyle* mereka. Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap orang yang memiliki

smartphone merupakan sebuah kebutuhan primer yang menjadikan saat ini orang-orang mengalami *FoMO* akan media sosial.

Efek negatif yang mengalami *FoMO* dimana seseorang dikarenakan rendahnya akan kebutuhan psikologis terhadap *relatedness* dan *self*. Seseorang yang mengalami *FoMO* rata-rata kurang pandai dalam berinteraksi di dunia nyata akan tetapi di dunia maya mendapatkan sebuah pengakuan sehingga dalam aktifitas lebih merasakan nyaman dengan dunia maya, dimana yang mengalami *FoMO* tinggi pada seseorang dapat menimbulkan dampak pada kesehatan mental, rendahnya tingkat kepuasan serta kesejahteraan hidup dan dipengaruhi oleh emosi negative.

Hasil utama data dari penelitian ini menunjukkan 43 subjek penelitian secara umum sebanyak 100 subjek dengan persentase 43% berada di tingkat 43% tingkat *FoMO* sedang. Kemudian untuk tingkat *FoMO* terendah adalah kategori sangat tinggi 4 subjek dengan persentase 4%. Terhubungnya dari media sosial tidak hanya dari berupa *chatting-an* saja, akan tetapi melalui *update-status*, meng-uploud foto serta video sehingga mendapatkan *feedback* dari pemilik akun lain. Hal ini baik berupa *like*, *comment* atau sebagainya. Seseorang akan mengalami *FoMO* dimulai dari mengikuti status-status orang lain yang muncul dari akun media sosialnya selain itu juga berada di masa tertentu harus memeriksa akun media sosial. Hal ini sama seperti yang dinyatakan oleh Fuster, Chamarro, dan Orbest (2017) bahwasanya

FoMO belum pasti menjadi sebuah fenomena eksklusif dalam penggunaan media sosial, seseorang yang mengalami *FoMO* tinggi akan merasa dipaksa untuk memeriksa media sosial lebih sering serta tetap *up date* dengan rencana dan kegiatan teman-temannya.



BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan peneliti tentang hubungan antara *fear of missing out* pada mahasiswa aktif di Universitas Islam Riau dengan jumlah subjek penelitian, 100 orang. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *fear of missing out* dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa aktif di Universitas Islam Riau. Dalam hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat kecanduan media sosial maka semakin tinggi *fear of missing out* pada mahasiswa, sebaliknya semakin rendah tingkat kecanduan media sosial maka semakin rendah tingkat *fear of missing out* pada mahasiswa.

5.2 Saran

Berdasarkan data hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diambil, maka saran yang diajukan peneliti untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Untuk Mahasiswa

Bagi mahasiswa diharapkan agar dapat lebih mengontrol diri dalam penggunaan media sosial atau kecanduan media sosial yang dimiliki. Ada baiknya memanfaatkan media sosial dengan baik seperti kebutuhan kuliah, bukan untuk mengalihkan kehidupan nyata di dunia maya serta memperbanyak berinteraksi dengan teman-teman di lingkungan sekitar.

b. Untuk Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan yang ingin meneliti terkait variabel kecanduan media sosial dengan *fear of missing out* disarankan menambahkan variabel yang lain selain *fear of missing out* untuk mengetahui faktor lain yang menjadi penyebab seseorang menjadi kecanduan media sosial.



DAFTAR PUSTAKA

- Abel, J. P., Buff, C., & Burr, S.. (2016). Social Media and Fear of Missing Out: Scale Development and Sssesment. *Journal of Business & Economics Research(JBER)*14(1),33-43.
- Al-Menayes, 2015; Zelvia,2016), The Fear Of Missing Out Scale: Validation of the Arabic version and correlation with social media addiction. *International Journal* 10.5923/j.ijab.20150602.04
- Al-Menayes, J. (2015). Dimensions Of Social Media Addiction among University Student in Kuwait, *Psychology and Behavioral Science*, Vol. 4(1), 23-28.
- Alwisol. (2014). *Psikologi Kepribadian*. Malang. UMM Press (Edisi Keduabelas)
- Andreassean, Cecilie, S. (2015) Online Social Network site addiction: A Comprehensive reviuw. *Curr Addict Rep.* 2: 175-184. Doi 10.1007/s40429-015-0056-9
- Arianti, Gusmia. 2017. *Kepuasan remaja terhadap penggunaan media sosial Instagram dan Path*. *Jornnal. Universitas Al-Azhar Indonesia*. 2017. Vol (16 No.2
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2014). *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014*. Jakarta: Penerbit Pusat Kajian Komunikasi Universitas Indonesia
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2016). *Infografis Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2016*. Jakarta: Penerbit Polling Indonesia.
- Augusto, CS., Moraes, BM., De, M., Anthony, K., Magdalena CH., Kurt Widhalm PS., David J, HeraBC. 2015.*Dietary protein and amino acids intake and its relationship with blood pressure in adolescents*. *European: Journal of Public Health*, Vol. 25, No. 3, 450–456.
- Azmi, Neli. (2019). Hubungan Antara Fear Of Missing Out Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Mahasiswa. *Skripsi. Universitas Islam Negeri Suska Riau*.

Azmil, F. (2013, Juli 11). 56 Persen pengguna jejaring sosial terkena FOMO. Diambil kembali dari Merdeka.com: <http://www.merdeka.com/teknologi/56-persen-pengguna-jejaring-sosialterkena-fomo.html>

Azwar, Saifudin., (2010). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Budury, S., Fitriasari, A., Khamida. (2019). Penggunaan media sosial terhadap kejadian depresi, kecemasan, dan stres pada mahasiswa. *Bali Medika Jurnal*, 6(2), 214-217.

Cengiz, E. (2010). Measuring Customers Satisfaction: Must Or Not?. *Jurnal Of Naval Science And Engineering*. Vol. 6 , No. 2. Hal. 76-88

Charoensukmongkol, P. (2016). Exploring personal characteristics associated with selfie-liking. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 10(2), article 7.

DeVito, 2015) (DeVito, Joseph. (2015). *Komunikasi Antar Manusia*. Tangerang Selatan: Kharisma Publishing Group.)

Halimah, Lilim, Andi Intan Dwita Putri. (2019). Hubungan Fear Of Missing Out dengan Adiksi Media Sosial Pada Mahasiswa Pengguna Instagram Di *Universitas Islam Bandung: Jurnal*. Vol.5 No.2.

Hariadi, Aisyah Firdaus. (2018). Hubungan antara *Fear Of Missing Out* dengan Kecanduan Media Sosial Intagram. *Skripsi*, Surabaya: *Universitas Islam Negri Sunan Ampel Surabaya*.

Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L., & Wang, Q. (2019). Social Media Addiction: Its Impact, Meditation, and Intervesion. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial*

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/17/94-orang-indonesia-akses-youtube-dalam-satu-bulan-terakhir> di akses senin 8 november 2021 11:05

<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta> 12. 12 oktober 2021

https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker di akses senin 8 november 2021 10:58

JWT (2012). *Fear of Missing Out (FoMO)*, March 2012. http://www.jwtintelligence.com/wpcontent/uploads/2012/03/F_JWT_FO_MO-update_3.21.12.pdf. Diakses pada tanggal 2 November 2021.

JWTIntelligence. (2013). *Fear of Missing Out (FOMO) : March 2012 Update*. New York: JWTIntelligence.

Kaplan, Andreas M. & Haenlein, Michael. (2010). *User of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. *Business Horizons* 53, 59-68.

Kirik, A.M., Arslan, A., Cetinkaya, A., Gul, M (2015) A quantitative research on the level of social media addiction among young people in Turkey. *International Journal of Science Culture and Sport (IntJSCS)*, 3(3)

Kucaburun, Kagan. (2016). Self-Esteem, Daily Internet Use and Social Media Addiction as Predictors of Depression among Turkish Adolescents. *Journal of Education and Practice* Vol. 7, No.24

Moqbel, M., Nevo, S. and Kock, N. (2013). *Organizational members' use of social networking sites and job performance*, *Information Technology & People*, Vol. 26 No. 3, pp. 240- 264.

Nurmandia, H., Wigati, D., & Masluchah, L., (2013). Hubungan Antara Kemampuan Sosialisasi Dengan Kecanduan Jejaring Sosial. *Jurnal Penelitian Psikologi*. Vol 04 No. 2.

Pratiwi, Ayu, Anggita Fazriani. (2020). Hubungan Antara Fear Of Missing Out (FOMO) Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Remaja Pengguna Media Sosial. *Jurnal Kesehatan*. Vol.9 No.1

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*.

Sahin, C. (2018). Social media addiction scale-student form : The reliability and validity study. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 17(1), 169–182.

Santoso, 2010. *Mastering SPSS 18*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Soemartono, Henri., (2018). *Bulletin APJII*. Jakarta. Edisi 22

- Subana, M., Sudrajat, 2011, *Dasar – Dasar Penelitian Ilmiah*, Bandung: Pustaka Setia.
- Subathra, Nimisha dan Lukmanul Hakeem. (2013). A Study On The Level Of Social Network Addiction Among College Students. *Social Science*. 355-357. Vol.3
- Sugiyono., (2013). *Metode penelitian Kuantitatif & Kualitatif R&D*: Bandung. Alfabeta
- Swar, Bobby & Hammed, Tahir. (2017). Fear of Missing Out, Social Media Engagement, Smartphone Addiction and Distraction: Moderating Role of Self-Help Mobile Apps-based Interventions in the Youth. *In Proceeding of the 10th International Joint Conference on Biomedical Engineering Systems and Technologies (BIOSTEC 2017)*.
- Swastika, Rury Indah & Lukitaningsih, Retno. (2015). Penerapan Strategi Pengelolaan Diri (Self-Management) Untuk Mengurangi Kecanduan Media Sosial Pada Siswa Kelas XI SMAN 1 Pandan. *Bimbingan dan Konseling*.
- Syamsoedin, Wydia Khistiany Putriny., Bidjuni, Hendro & Wowiling, Ferdinand, (2015). Hubungan Dyrasi Penggunaan Media Sosial Dengan Kejadian Insomnia Pada Remaja Di SMA Negeri 9 Manado. *Ejouenal Keperawatan (e-Kp) Volume 3. Nomor 1*.
- Thakkar, V. (2006). *Psychological disorder :addiction*. New York: Chealsea House Publisher
- Timbung, Alberthus Antonius PL. (2017). Hubungan Antara Fear Of Missing Out Dengan Intesitas Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Di Universitas Kristen Satya Wacana. Skripsi. Universitas Kristen Satya Wacana
- Young & C. A. Abreu (Eds). (2010) *Internet Addiction: A Handbook and Duide to Evaluation and Treatment*. New Jesey: *John Wiley & Sons,Inc*.
- Young, K., Pistner, M., O'Mara, J., & Buchanan, J. (2000). CyberDisoeders: The Mental Health Concern for th New Millenium. *Cyber Psychology & Behavior*. 3(5), 475-479
- Young, K.S & Abreu, C.N (2017). *Kecanduan Internet panduan konseling dan petunjuk untuk evaluasi dan penanganan*. Diterjemahkan oleh: Soetjipto, H.P & Soetjipto, S.M Yogyakarta: Pustaka Pelajar.)

Zelfia. (2016). Dampak Kecanduan Media Sosial Pada Hasil Belajar. Ak-Munzir
Vol. 9 No.2



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau



LAMPIRAN

Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

Assalamu'alaikum wr. wb

Salam sejahtera buat kita semua

Perkenalkan saya Salwa Nafisa mahasiswi semester akhir Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau. Dibawah ini adalah skala penelitian saya yang bertujuan untuk memenuhi tugas akhir penelitian saya, adapun hasil dari penelitian ini akan digunakan sebagai bahan penyusunan tugas akhir (skripsi) untuk program Sarjana Psikologi UIR. Oleh karena itu, saya mohon kesediaan teman-teman untuk dapat menjadi responden dalam penelitian ini. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif dan menggunakan media sosial.

Adapun kriteria :

- Rentang Usia 19-25 tahun
- Mahasiswa Aktif
- Aktif menggunakan media sosial

Saya sangat berharap teman-teman dapat mengisi skala ini dengan serius dan bersungguh-sungguh sesuai dengan yang teman-teman rasakan. Tidak ada jawaban yang benar ataupun salah. Dalam penelitian ini data pribadi serta jawaban teman-teman semua akan dijaga kerahasiaannya sesuai dengan kode etik penelitian.

Salwa Nafisa

LAMPIRAN 1



IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Usia :

Apakah Anda Memiliki Media Sosial :

Media Sosial :

Waktu Menggunakan Media Sosial Dalam Sehari :

Fakultas :

No. Hanphone :

Petunjuk Pengisian

Dibawah ini terdapat beberapa pertanyaan. Berilah tanda ceklis (√) pada jawaban yang sesuai dengan diri teman-teman. Adapun pilihan jawabannya adalah:

SS = Jika “Sangat Setuju”

S = Jika “Setuju”

N = Jika “Netral”

TS = Jika “Tidak Setuju”

STS = Jika “Sangat Tidak Setuju”

Setiap orang bisa mempunyai jawaban yang berbeda-beda. Semua jawaban dianggap benar dan tidak ada jawaban yang di anggap salah. Oleh karena itu pilihlah jawban yang paling sesuai dengan keadaan pada diri teman-teman.

Jika teman-teman keliri dalam memberikan tanda ceklis (√) dan ingin mengganti jawaban, maka beri tanda (=) pada jawaban yang tidak setuju. Lalu

beri tanda (√) lagi pada jawaban yang teman-teman anggap benar dan paling sesuai dengan diri teman-teman.

Skala KMS

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa menggunakan media sosial lebih dari yang diinginkan					
2	Saya merasa bosan tanpa media sosial					
3	Saya sering mengabaikan tugas kuliah karena menggunakan media sosial					
4	Saya merasa kesal saat seseorang mengganggu saya ketika menggunakan media sosial					
5	Beberapa hari berlalu begitu saja ketika saya merasa perlu menggunakan media sosial					
6	Ketika saya menggunakan media sosial waktu berlalu begitu saja					
7	Saya tidur larut malam setelah menggunakan media sosial					
8	Saya akan kecewa jika harus mengurangi jumlah waktu yang dihabiskan untuk mengakses media sosial					
9	Keluarga saya sering mengeluhkan keasyikan saya dengan media sosial					
10	Nilai saya menurun karena menggunakan media sosial					
11	Saya sering menggunakan media sosial saat berkendara.					
12	Saya sering membatalkan pertemuan dengan teman-teman saya karena					

	menggunakan media sosial					
13	Saya memikirkan apa yang terjadi di media sosial ketika saya tidak sedang menggunakannya.					
14	Saya merasa menggunakan media sosial saya telah meningkatkan secara signifikan sejak saya mulai menggunakannya.					

Skala FoMO

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa khawatir ketika teman-teman bersenang-senang tanpa saya					
2	Saya menjadi cemas ketika tidak tahu apa yang sedang dilakukan oleh teman-teman saya					
3	Saya merasa galau ketika melewatkan waktu berkumpul dengan teman-teman saya					
4	Saya tidak takut orang lain memiliki pengalaman yang berharga dari saya					
5	Saya tidak takut teman-teman memiliki pengalaman yang lebih hebat dari saya					
6	Saya tidak takut kehilangan momen berharga bersama teman.					
7	Saya takut orang lain memiliki pengalaman yang berharga dari saya					
8	Saya takut teman-teman memiliki pengalaman yang lebih hebat dari saya					
9	Saya takut kehilangan momen berharga bersama teman saya					

10	Saya ingin selalu mengetahui kegiatan teman saya di media sosial					
11	Ketika ada notifikasi dari media sosial saya langsung memberi respon					
12	Ketika sedang berlibur, saya tetap harus mengetahui apa yang sedang dilakukan teman-teman saya					
13	Penting bagi saya untuk selalu membagikan momen di media sosial					
14	Ketika saya mempunyai pengalaman yang menyenangkan saya perlu menceritakannya di media sosial					
15	Ketika ada tempat wisata yang keren, saya tidak langsung mengunggah ke media sosial					
16	Ketika saya mempunyai pengalaman yang menyenangkan saya tidak perlu menceritakannya di media sosial					
17	Tidak penting bagi saya untuk selalu membagikan momen di media sosial					
18	Ketika sedang berlibur, saya tidak harus mengetahui apa yang sedang dilakukan teman-teman saya					
19	Saya tidak merasa khawatir ketika teman-teman bersenang-senang tanpa saya					
20	Saya menjadi cemas ketika tidak tahu apa yang sedang dilakukan teman-teman saya					
21	Saya tidak merasa galau ketika rencana berkumpul dengan teman-teman saya bata					



SKALA KECANDUAN MEDIA SOSIAL

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,835	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	35,96	52,518	,476	,825
VAR00002	35,90	49,770	,567	,818
VAR00003	37,04	49,158	,633	,813
VAR00004	36,75	52,034	,405	,830
VAR00005	36,39	50,803	,571	,818
VAR00006	35,86	50,281	,559	,819
VAR00007	36,24	48,944	,609	,814
VAR00008	36,92	52,114	,511	,822
VAR00009	36,71	52,652	,344	,835
VAR00010	37,25	52,914	,494	,824
VAR00011	37,92	56,114	,267	,836
VAR00012	37,78	56,413	,242	,837
VAR00013	36,73	53,963	,302	,836
VAR00014	36,43	50,090	,565	,818

SKALA FOMO SEBELUM TRY OUT

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,687	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	83,88	71,066	,743	,642
VAR00002	83,49	71,535	,582	,649
VAR00003	83,33	73,707	,438	,661
VAR00004	83,12	85,946	-,229	,713
VAR00005	83,98	74,740	,373	,666
VAR00006	83,41	72,287	,515	,654
VAR00007	83,51	77,495	,264	,676
VAR00008	83,02	91,340	-,546	,730
VAR00009	83,88	74,426	,404	,664
VAR00010	83,37	69,598	,653	,640
VAR00011	83,71	71,772	,634	,648
VAR00012	83,12	87,626	-,346	,716
VAR00013	83,59	79,887	,108	,688
VAR00014	83,71	82,412	-,034	,698
VAR00015	82,94	92,416	-,649	,732
VAR00016	83,82	77,068	,315	,673
VAR00017	83,59	82,487	-,035	,697
VAR00018	84,14	74,361	,524	,659
VAR00019	83,98	71,500	,615	,647
VAR00020	84,04	75,358	,395	,666
VAR00021	83,43	72,250	,547	,652
VAR00022	83,22	88,813	-,406	,721
VAR00023	84,10	78,250	,223	,679
VAR00024	84,20	78,241	,229	,679
VAR00025	84,00	75,800	,356	,669
VAR00026	83,71	77,572	,259	,677
VAR00027	84,00	74,200	,469	,660
VAR00028	83,96	74,398	,457	,661
VAR00029	83,41	90,287	-,448	,729
VAR00030	83,14	77,521	,220	,679

SKALA FOMO SESUDAH
TRY OUT

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,879	21

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	55,00	108,760	,733	,866
VAR00002	54,61	108,563	,616	,869
VAR00003	54,45	110,813	,493	,873
VAR00005	55,10	111,610	,449	,875
VAR00006	54,53	108,294	,606	,869
VAR00007	54,63	116,158	,287	,879
VAR00009	55,00	111,920	,448	,874
VAR00010	54,49	106,135	,687	,866
VAR00011	54,82	108,868	,668	,868
VAR00016	54,94	116,536	,290	,879
VAR00018	55,25	111,754	,578	,871
VAR00019	55,10	109,010	,624	,869
VAR00020	55,16	113,495	,419	,875
VAR00021	54,55	110,133	,547	,871
VAR00023	55,22	115,613	,322	,878
VAR00024	55,31	115,500	,335	,878
VAR00025	55,12	113,146	,426	,875
VAR00026	54,82	116,108	,289	,879
VAR00027	55,12	110,986	,550	,871
VAR00028	55,08	113,434	,423	,875
VAR00030	54,25	117,114	,201	,883

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KMS	100	20	59	42,48	7,194
FOMO	100	29	79	58,09	9,499
Valid N (listwise)	100				

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		KMS	FOMO
N		100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	42,48	58,09
	Std. Deviation	7,194	9,499
Most Extreme Differences	Absolute	,063	,160
	Positive	,063	,074
	Negative	-,054	-,160
Test Statistic		,063	,160
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}	,000 ^c

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
KMS *						
FOMO	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%

Report

KMS

FOMO	Mean	N	Std. Deviation
29	30,00	1	.
34	35,00	1	.
35	34,00	1	.
36	20,00	1	.
40	40,33	3	4,041
41	51,00	1	.
42	49,00	1	.
47	36,00	1	.
48	45,00	1	.
49	35,83	6	4,070
50	43,71	7	7,387

51	36,00	1	.
52	43,00	1	.
53	44,00	2	1,414
55	39,50	6	4,889
56	41,60	5	4,561
58	45,00	3	5,568
60	42,33	9	4,472
61	44,30	10	5,716
62	46,20	5	3,493
63	45,20	5	6,611
64	43,75	8	8,067
65	51,33	3	6,110
66	44,40	5	11,082
67	42,67	3	12,662
68	44,00	1	.
70	43,00	3	10,149
71	29,00	1	.
72	41,00	1	.
73	56,00	1	.
75	38,00	1	.
79	43,50	2	4,950
Total	42,48	100	7,194

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KMS * FOMO	Between Groups (Combined)	2163,098	31	69,777	1,603	,054
	Linearity	472,180	1	472,180	10,848	,002
	Deviation from Linearity	1690,918	30	56,364	1,295	,189
	Within Groups	2959,862	68	43,527		
	Total	5122,960	99			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
KMS * FOMO	,304	,092	,650	,422

Correlations

			KMS	FOMO
Spearman's rho	KMS	Correlation Coefficient	1,000	,264**
		Sig. (2-tailed)	.	,008
		N	100	100
FOMO	KMS	Correlation Coefficient	,264**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,008	.
		N	100	100

KATEGORISASI KMS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT RENDAH	7	7.0	7.0	7.0
	RENDAH	26	26.0	26.0	33.0
	SEDANG	41	41.0	41.0	74.0
	TINGGI	20	20.0	20.0	94.0
	SANGAT TINGGI	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KATEGORISASI FOMO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT RENDAH	9	9.0	9.0	9.0
	RENDAH	19	19.0	19.0	28.0
	SEDANG	43	43.0	43.0	71.0
	TINGGI	25	25.0	25.0	96.0
	SANGAT TINGGI	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0		

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KMS_Y	100	39	20	59	42,48	7,194
FOMO_X	100	50,00	29,00	79,00	58,0900	9,49864
Valid N (listwise)	100					



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau