



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 4 Tahun 2023 Page 6535-6548

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Fear Of Missing Out (Fomo) pada Remaja

Putri Natasya Serliacy Sirait<sup>1✉</sup>, Karina M.Brahmana<sup>2</sup>

Fakultas Psikologi Universitas HKBP Nomensen, Indonesia

Email : [pnatasyatasya@gmail.com](mailto:pnatasyatasya@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku Fear of Missing Out (FoMO) pada remaja. Dalam penelitian ini dilakukan menggunakan penelitian Kuantitatif. Metode kuantitatif adalah penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terstruktur dan terencana dari awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah remaja di kota Medan. Sampel yang diambil berdasarkan teknik probability sampling; simple random sampling, dimana peneliti memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu sendiri. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode dengan cara penyebaran skala. Sampel yang diambil berdasarkan teknik probability sampling; simple random sampling, Teknik analisis data yang digunakan dengan analisis kuantitatif. Teknik analisis data ini menggunakan data statistik. Asumsi utama peneliti adalah data yang diteliti harus berdistribusi normal dan regresi harus terpenuhi secara normal. Hasil analisis data menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial dan kepercayaan diri memiliki R Square = 0,299. Dari hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa intensitas penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang positif sebesar 29,9% terhadap perilaku fear of missing out, sedangkan 70,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: *Intensitas, Media Sosial, Fear Of Missing Out (FOMO)*

## Abstract

This study aims to determine whether there is an influence of the intensity of social media use on Fear of Missing Out (FoMO) behavior in adolescents. In this research conducted using quantitative research. The quantitative method is research whose specifications are systematic, structured and planned from the start to the creation of the research design. In this study, the population is teenagers in the city of Medan. Samples taken based on probability sampling techniques; simple random sampling, in which the researcher gives equal opportunities to each member of the population to be selected as a random sample without regard to the strata in the population itself. In collecting data, researchers used the method by means of scale distribution. Samples taken based on probability sampling techniques; simple random sampling, data analysis technique used with quantitative analysis. This data analysis technique uses statistical data. The main assumption of the researcher is that the data under study must be normally distributed and the regression must be fulfilled normally. The results of data analysis show that the intensity of using social media and self-confidence has R Square = 0.299. From these results it can be interpreted that the intensity of social media use has a positive effect of 29.9% on fear of missing out behavior, while 70.1% is influenced by other factors.

Keyword: *Intensity, Social Media, Fear Of Missing Out (FOMO)*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin canggih memaksa manusia untuk menciptakan sesuatu yang inovatif dan memudahkan pekerjaan manusia. Teknologi memberikan efek baru dan sarana bagi manusia dalam bersosialisasi di masyarakat. Jaringan internet kini mempermudah para penggunanya untuk berhubungan antara satu dengan yang lain dengan menggunakan teknologi. Kemajuan teknologi ini juga mempengaruhi perkembangan media sosial di masyarakat. Penggunaan media sosial sebagai media interaksi yang disertai fitur-fitur menarik memungkinkan setiap individu untuk berbagi informasi dan menciptakan sebuah peran dalam media sosial (Dewi et al., 2022).

Remaja merupakan generasi yang aktif dalam penggunaan internet, mereka menerima media sosial sebagai sesuatu yang sudah biasa. Remaja terbiasa menggunakan media *digital* untuk berkomunikasi, baik untuk komunikasi interpersonal ataupun kelompok. Aplikasi digital yang banyak digunakan oleh remaja untuk berkomunikasi adalah aplikasi media sosial seperti WhatsApp dan Instagram. Mereka menggunakan media sosial sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan keluarga dan teman terutama bagi seseorang yang mengalami kesulitan untuk berkomunikasi, mencari informasi, berita hiburan atau postingan lucu sehingga mereka terus update dengan hal-hal populer yang sedang terjadi (Rahardjo & Soetjningsih, 2022).

Hal ini membuat anak muda rentan mengalami masalah kecanduan, salah satu penyebab kecanduan media sosial dengan intensitas yang tinggi itu adalah rasa takut kehilangan informasi sehingga mengarah pada munculnya perilaku pengguna berlebihan (Wijaya et al., 2023). Dapat dikatakan bahwa seseorang termasuk pada kategori kecanduan apabila mengakses media sosial dalam rentang waktu 5-6 jam sehari.

Salah satu hal yang dapat disebabkan oleh remaja Kecanduan media sosial yang dialami adalah *Fear of Missing Out (FoMO)*. Istilah *FoMO* digunakan pertama kali 2013 dalam kajian ilmiah dipimpin oleh *Przybylski, Murayama, DeHaan dan Gladwell (2013)*. *Przybylski, et al., (2013)*. *FoMO* sebagai perhatian yang dialami individu ketika orang lain memiliki pengalaman yang tak terlupakan dalam ketidakhadirannya. Orang yang berpengalaman *FoMO* adalah keinginan untuk mengetahui segala sesuatu yang terjadi di lingkungan (Song, Zhang, 2017). Ini memotivasi orang untuk terus maju terus beroperasi di jejaring sosial tanpa Keterbatasan waktu sehingga dapat menyebabkan kecanduan media sosial (Alifah et al., 2022).

Laporan *We Are Social* mengungkapkan bahwa jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia pada Januari 2022 tumbuh sebesar 12,35% dari tahun lalu. Lebih tepatnya jumlah pengguna aktif medsos pada awal 2022 adalah sebanyak 191 juta orang sedangkan pada 2021 sebesar 170 juta orang. Dengan total populasi 273.5 juta lebih hal tersebut berarti hampir dari setengah penduduk Indonesia telah menjadi pengguna aktif media sosial. Dalam laporan tersebut, ditunjukkan juga media sosial yang paling sering digunakan oleh rakyat Indonesia. WhatsApp merupakan media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia di mana persentasenya mencapai 88,7%. Di posisi kedua dan ketiga ada Instagram dan Facebook dengan persentase masing-masing sebesar 84,8% dan 81,3% (Mely, 2022).

Salah satu fenomena yang muncul pada pengguna media sosial yaitu *fear of missing out*. *Fear of missing out (FoMO)* didefinisikan sebagai kecemasan akan kehilangan momen berharga suatu individu atau kelompok lain di mana individu tersebut tidak dapat hadir didalamnya dan ditandai dengan keinginan untuk tetap terus terhubung dengan apa yang orang lain lakukan melalui internet atau dunia maya. *FoMO* dapat juga diartikan sebagai fenomena keinginan seseorang untuk terus tersambung dengan orang lain (Juliana, 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Abel (dalam Saputra, 2023) menunjukkan bahwa fenomena *fear of missing out* merupakan gabungan dari perasan terganggu, cemas, dan perasaan kekurangan akan dirinya sendiri yang kedepannya akan semakin meningkatkan penggunaan media sosial. *Miller (2012)* mengemukakan bahwa seseorang yang secara

konstan mengikuti atau melihat *update* dari kehidupan orang lain di media sosial seperti pesta, makan malam mewah, karir cemerlang, dll akan merasa tertinggal ketika orang tersebut membandingkan kehidupannya dengan orang lain yang ia lihat melalui media sosial, dan hal ini kemudian akan menimbulkan munculnya rasa ketidakpuasan akan diri, kecemasan, dan perasaan tidak berharga (Sulistianti & Sugiarta, 2022).

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap data penelitian *FOMO* tentang mengubah rasa takut ketinggalan rata-rata dalam hal persentase 63,98% atau setara (222 remaja). Itu berjalan beriringan dengan penelitian Rasyida (dalam Ahdiyanti & Waluyati, 2021) cari tahu seberapa besar anda takut ketinggalan (*FOMO*). Sebanyak 61% remaja termasuk dalam kategori ini. Madya, anak muda dengan keterampilan yang mendalam terhadap pengendalian diri, emosi dan juga mampu mengendalikan diri untuk tidak menggunakan internet sewaktu-waktu dan dapat menyesuaikan waktu pemakaian ke internet, meskipun mereka masih mudah teralihkan dengan keinginan untuk tetap berhubungan dengan media sosial.

Efek negatif dari rasa takut kehilangan (*FOMO*) menurut Setiad dan Agus (dalam Salwanisa, 2023), yaitu penggunaan jejaring sosial yang berlebihan dapat menyebabkan depresi dan tingkat percaya diri yang rendah. Lebah (2016) menjelaskan takut kekurangan (*FOMO*) adalah ketidakpuasan dengan hidupnya, keinginan untuk menggunakan perangkat sambil berjalan atau mengemudi, tidak dapat sepenuhnya dinikmati berada bersama di dunia nyata, mengalami interupsi tidur dan mengabaikan kehidupan pribadi. Ketakutan akan *FOMO*, yaitu adanya rasa takut tidak sadar, cemas dan khawatir jika belum memeriksa akun media sosial, obsesi tindakan orang lain dan ketakutan bahwa mereka tidak bisa eksis di media sosial.

Penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan perilaku *FoMO* pada remaja. Selain itu, intensitas penggunaan media sosial dan *FoMO* juga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku *cyber bullying*. Semakin tinggi intensitas penggunaan *social media* maka perilaku *FoMO* juga akan tinggi dan sebaliknya jika intensitas penggunaan *social media* rendah maka perilaku *FoMO* juga rendah (Azizah & Zahid, 2023).

Menurut *JWT Intelligence* 70% masyarakat yang berusia 18-34 tahun berhubungan dengan *FoMO*, usia tersebut termasuk usia remaja akhir sampai dewasa awal, namun usia remaja terutama remaja akhir lebih berhubungan dengan *FoMO* karena pada usia tersebut mereka memiliki lebih sedikit sumber daya dan terlibat dalam deprivasi relatif atau kesenjangan antara apa yang diharapkan dengan kenyataan yang ada, mereka ingin isama dengan apa yang diperlihatkan oleh orang lain di media sosial, baik itu materi, pengalaman,

maupun perilaku orang lain. Hal tersebut terjadi karena tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *autonomy*, *competence* dan *relatedness*, dalam diri individu (Se'u & Rahayu, 2022).

*FOMO* merupakan suatu perilaku remaja yang perlu mendapatkan perhatian karena perilaku ini dapat meningkatkan rasa individualis dan juga membatasi sosialisasi dengan lingkungan sekitar. Selain itu, mereka yang mengalami *FOMO* di media sosial memiliki kecenderungan pemuasan kebutuhan, mood, dan kepuasan hidup yang rendah di dunia nyata. Bahkan perilaku *FOMO* dapat berbahaya jika karena individu dapat menjadi berperilaku irasional untuk mengatasi *FOMO*nya. Misalkan tetap memantau media sosial ketika mengemudi kendaraan (Santoso et al., 2021).

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk menganalisa intensitas penggunaan media sosial dan pengaruhnya terhadap perilaku remaja. Sehingga judul penelitian ini adalah "Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) Pada Remaja".

## METODE 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 (Aprianti & Wendari, 2022).

Bentuk penelitian ini dipilih oleh penulis dengan tujuan apakah ada atau tidaknya Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) Pada Remaja. Penelitian ini dilakukan di kota Medan, Penelitian ini dilakukan guna untuk menemukan pemecahan masalah terhadap fenomena yang ditemukan yang kemudian ditetapkan oleh peneliti.

Populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian. Melihat pendapat di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan masalah penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah remaja di kota Medan.

Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah seluruhnya sebanyak 614,624 remaja dengan menghitung dengan rumus Isaac dan Michael yang perlu diperhatikan ialah menentukan batas toleransi kesalahan yang dinyatakan dalam bentuk

persen. Semakin kecil toleransi kesalahannya maka semakin akurat sample yang menggambarkan populasi.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 614,624, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 5% maka penelitian ini di sesuaikan dengan rumus tabel Isaac dan Michael menjadi sebanyak 221 remaja dari kota Medan.

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 dan Intensitas Penggunaan Media Sosial.

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

Subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 250 remaja yang ada dikota medan. Sampel yang diambil berdasarkan teknik probability sampling; simple random sampling, dimana peneliti memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu sendiri. Melalui skala atau google form yang telah disebar oleh peneliti terhadap subjek penelitian, diperoleh data subjek penelitian menurut jenis kelamin, Usia, media social yang digunakan serta durasi bermain media sosial (Savira, 2022).

Berdasarkan data penelitian dari penyebaran kuesioner yang telah dilakukan kepada 250 responden, maka diperoleh data tentang usia subjek yang disebutkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. 1 Penyebaran Subjek Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
14 – 15 Tahun	92	36,8
16 – 17 Tahun	122	48,8
18 Tahun	36	14,4
Jumlah	250	100

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa jumlah subjek penelitian sebanyak 250 responden terdiri dari usia 14-15 tahun sebanyak 92 responden (36,8%), 16-17 tahun sebanyak 122 responden (48,8%), 14-15 tahun sebanyak 36 responden (14,4%).

#### 4.2.3 Uji Asumsi

##### 4.2.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang digunakan dalam penelitian menyebar secara normal. Uji Normalitas yang digunakan pada penelitian ini dengan One sample Kolmogorov-Smirnov Test dengan bantuan SPSS version 26 for Windows. Berdasarkan Uji Normalitas dapat dinyatakan terdistribusi normal atau memenuhi persyaratan uji normalitas dengan signifikansinya  $p > 0,005$ . Hasil uji normalitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig.	K-S
Intensitas Penggunaan Media Sosial	0,065	0,055
<i>Fear of Missing Out</i>	0,200	0,051

Berdasarkan data tabel uji normalitas diatas diketahui nilai signifikansi intensitas penggunaan media sosial 0.065 dan fear of missing out sebesar 0.200. Maka sebaran data dalam penelitian ini dapat dikatakan normal. Berdasarkan tabel diatas dapat diperhitungkan data penilaian menunjukkan nilai Kolmogorov-Smirnov Z pada variabel Intensitas penggunaan media sosial sebesar 0,055 dengan nilai signifikansi sebesar  $0.065 > 0.05$  dan menunjukkan nilai Kolmogorov-Smirnov Z pada variabel fear of missing out sebesar 0,051 dengan nilai signifikan sebesar  $0.200 > 0.05$ , maka dapat diketahui bahwa data penelitian terdistribusi normal atau memenuhi syarat uji normalitas

##### 4.2.3.2 Uji Linearitas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel penelitian memiliki hubungan linier atau tidak. Uji linieritas pada penelitian ini menggunakan test for linearity dengan menggunakan SPSS 26 for Windows. Jika nilai Sig. deviation from linearity  $> 0,05$  maka terdapat hubungan yang linear antara variabel independent dengan variabel dependent. Sedangkan jika nilai Sig. deviation from linearity  $< 0,05$  maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel independent dengan variabel dependen. Hasil uji linearitas dapat disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 4. 14 Hasil uji linearitas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Prilaku Fear of Missing Out * Intensitas Penggunaan Media Sosial	Between Groups	(Combined)	11404.510	44	259.193	3.102	.000
		Linearity	8524.382	1	8524.382	102.016	.000
		Deviation from Linearity	2880.129	43	66.980	.802	.804
	Within Groups		17129.686	205	83.559		
	Total		28534.196	249			

Berdasarkan hasil pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai p-value sebesar 0,804 yang menunjukkan bahwa nilai p-value yang didapat lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel intensitas penggunaan media sosial dengan perilaku fear of missing out.

#### 4.2.3.3 Uji Hipotesa

Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesa

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.547 <sup>a</sup>	.299	.296	8.982

a. Predictors: (Constant), Intensitas Penggunaan Media Sosial

Hasil analisis data menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial dan kepercayaan diri memiliki R Square = 0,299. Dari hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa intensitas penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang positif sebesar 29,9% terhadap perilaku fear of missing out, sedangkan 70,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

#### 4.2.3.4 Uji T

Uji T digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi antara variabel bebas (Intensitas penggunaan media sosial) dan variabel terikat (fear of missing out). Dengan syarat  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima. Nilai  $t_{tabel}$  diketahui berdasarkan DF (jumlah sampel) - 2 = 248; maka nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar 10,279 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.969, maka dapat dikatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga terdapat pengaruh antara intensitas penggunaan media sosial terhadap fear of missing out.

### Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat Pengaruh antara intensitas penggunaan media sosial terhadap Perilaku Fear Of Missing Out (Fomo) pada remaja yang

ada dikota medan. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah berjumlah 250 remaja yang ada dikota medan.

Dalam penelitian ini diketahui bahwa nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , Hasil analisis data menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial dan kepercayaan diri memiliki R Square = 0,299. Dari hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa intensitas penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang positif sebesar 29,9% terhadap perilaku fear of missing out, sedangkan 70,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil penelitian ini tentu memberikan penemuan yang sama dengan penelitian terdahulu jika pengaruh yang simultan dan signifikan antara intensitas penggunaan medsos dan social envirotmet dengan perilaku FoMO (Astuti, 2021).

Hasil analisis data menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial dan kepercayaan diri memiliki kontribusi sebesar 29,6% terhadap perilaku fear of missing out, sedangkan 70,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Noviyanti(2022) yang menyatakan jika secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variable Intensitas Penggunaan Medsos sebesar 64,2%.. Sedangkan sisanya (35,8%) dipengaruhi oleh variabel lain.

Hasil penelitian ini senada dengan penelitian yang dilakukan (Bloemen & De Coninck, 2020) yang menyebutkan bahwa penggunaan media sosial secara positif terkait dengan FoMO. Pernyataan Abel dalam Aisafitri & Yusriyah (dalam Hakim et al., 2021) menyebutkan bahwa individu yang menjadikan media sosial sebagai candu dan tergolong Fear of Missing Out (FOMO) apabila terdapat tanda-tanda sebagai berikut: tidak dapat melepaskan dirinya dari handphone atau ponsel di kehidupan sehari-hari, merasakan kecemasan dan kekhawatiran jika dalam sehari tidak mengecek media sosialnya, lebih dominan berkomunikasi menggunakan media sosial dari pada interaksi secara langsung, suka mengekspos atau ingin tetap eksis di medsos, menshare setiap kegiatan dan depresi ketika sedikit viewnya. Kebiasaan yang berujung Fear of Missing Out (FOMO) dilakukan berulang-ulang sehingga menjadi ketergantungan bahkan ketika makan dan berinteraksi remaja masa kini tidak dapat melepaskan diri dari media sosial atau gadget yang dimiliki (Uskul et al., 2023).

Berdasarkan pada hasil analisis tabel diatas maka dapat diketahui jika nilai mean hipotetik pada variabel Fear Of Missing Out yaitu sebesar 85 hasil ini didapatkan dari perhitungan skor, kemudian nilai mean empirik didapatkan nilai sebesar 100,92 sehingga dapat disimpulkan jika nilai mean empirik lebih besar dari pada nilai mean hipotetik artinya remaja kota medan memiliki Fear Of Missing Out yang tinggi. Pada variabel Intensitas

Penggunaan Media Sosial nilai mean hipotetik sebesar 75 dan nilai mean empirik sebesar 92,57 sehingga dapat disimpulkan jika mean empirik lebih besar dari pada mean hipotetik.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan kepada 250 remaja di kota Medan dapat diketahui jika penelitian ini didominasi dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 198 responden (79,2%) dan laki-laki sebanyak 52 responden (20,8%). Berdasarkan kriteria kategorisasi menurut usia terlihat bahwa subjek penelitian terdiri dari usia 14-15 tahun sebanyak 92 responden (36,8%), 16-17 tahun sebanyak 122 responden (48,8%), 14-15 tahun sebanyak 36 responden (14,4%). Penelitian yang dilakukan (Gezgin et al., 2017) menunjukkan bahwa remaja dengan usia dibawah 21 tahun ditemukan memiliki tingkat FOMO lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok usia lainnya. Selain itu juga ditemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan online di jejaring sosial sepanjang hari dan penggunaan aktif media social selama tujuh jam, dan FOMO (Estikasari & Pudjiati, 2021).

Berdasarkan hasil analisis penelitian juga dapat ditemukan hasil yang memperlihatkan mengenai analisis deskriptif berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan juga perempuan dalam skala intensitas penggunaan media sosial dan juga fear of missing out. Hasil penelitian didapatkan bahwa hasil penelitian menunjukkan jika penelitian didominasi dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 198 responden. Menurut Siswanto, Erwin dan Woferst (2014), hal tersebut dapat terjadi karena perempuan memiliki sikap dasar ramah, lemah lembut, telaten, berbelas kasihan dan juga dianggap memiliki naluri kebuhan serta sifat caring kepada orang lain, dengan sifat tersebut perempuan dianggap cocok dan identik berprofesi sebagai perawat. Penelitian Stead & Bibby (2017) dan Beyens et al. (2016), menyebutkan bahwa perempuan memiliki skor FoMO yang lebih tinggi dibanding laki-laki. Perempuan cenderung memiliki kebutuhan yang tinggi akan diakui dan diterima pada suatu kelompok serta perempuan lebih rentan mengalami stres ketika tidak populer terutama di media sosialnya (Abidin et al., 2020).

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat diketahui jika aspek-aspek Fear Of Missing Out terdapat 3 aspek, aspek pertama Aspek Ketakutan terdapat 250 responden dengan kategori tinggi sebanyak 168 responden (67,2%), sedang 80 responden (32,0%) dan rendah 2 responden (0,8%). Aspek Kedua Aspek Cemas terdapat 250 responden dengan kategori tinggi sebanyak 127 responden (50,8%), sedang 119 responden (47,6%) dan rendah 4 responden (1,6%). Aspek Ketiganya Aspek Khawatir terdapat 250 responden dengan kategori tinggi sebanyak 136 responden (54,4%), sedang 111 responden (44,4%) dan rendah 3 responden (1,2%). Berdasarkan hasil penelitian juga terdapat pengaruh antara intensitas penggunaan media sosial terhadap fear of missing out.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Fear Of Missing Out (Fomo) Pada Remaja dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji hipotetik dan uji empirik nilai mean hipotetik pada variabel Fear Of Missing Out yaitu sebesar 85, kemudian nilai mean empirik didapatkan nilai sebesar 101,70 sehingga dapat disimpulkan jika nilai mean empirik lebih besar dari pada nilai mean hipotetik artinya remaja kota medan memiliki Fear Of Missing Out yang tinggi. Pada variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial nilai mean hipotetik sebesar 75 dan nilai mean empirik sebesar 93,40 sehingga dapat disimpulkan jika mean empirik lebih besar dari pada mean hipotetik.
2. Hasil penelitian menunjukkan jika terdapat pengaruh pada Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Fear Of Missing Out (Fomo) Pada Remaja hal ini bisa dilihat dari Nilai R Square yang diperoleh adalah 29,9%. Sehingga dapat ditafsirkan bahwa variabel bebas Perilaku Fear Of Missing Out (Fomo) memiliki pengaruh kontribusi sebesar 29,9% terhadap variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial.
3. Berdasarkan perhitungan nilai ttabel didapatkan sebesar 1,969, sehingga dapat disimpulkan jika nilai thitung 10,279 lebih besar daripada nilai ttabel. Sehingga dapat disimpulkan jika  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga ada pengaruh antara intensitas penggunaan media sosial terhadap kepercayaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abednego, F. A., Kuswoyo, C., Cen Lu, & Wijaya, G. E. (2021). Analisis Pemilihan Social Media Influencer Instagram Pada Generasi Y Dan Generasi Z Di Bandung. *Jrb-Jurnal Riset Bisnis*, 5(1), 57–73. <https://doi.org/10.35814/Jrb.V5i1.2558>
- Abidin, F. A., Koesma, R. E., Joefiani, P., & Siregar, J. R. (2020). Pengembangan Alat Ukur Kesejahteraan Psikologis Remaja Usia 12-15 Tahun. *Journal Of Psychological Science And Profession*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.24198/Jpsp.V4i1.24840>
- Ahdiyanti, I., & Waluyati, I. (2021). Perilaku Keberagamaan Dan Fenomena Media Sosial Tik-Tok Pada Generasi Z. *Sosioreligius: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama*, 6(2), 74–83. <https://doi.org/10.24252/Sosioreligius.V6i2.27617>
- Alifah, A., Herachwati, N., & Muhtadi, R. (2022). Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Kosmetik Halal Pada Aplikasi Tiktok Shop Pendekatan Theory Of Planned Behaviour: (Studi Pada Masyarakat Pamekasan). *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman*, 8(1), 186–210. <https://doi.org/10.36420/Ju.V8i1.6218>

- Aprianti, K., & Wendari, W. (2022). Fenomena Sindrom Fear Of Missing Out (Fomo) Pada Digital Natives: Kontribusi Positif Atau Negatif Bagi Kualitas Pembelajaran Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 8(2), 67–76. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/Jpm.V8i2.58866>
- Astuti, C. N. (2021). Hubungan Kepribadian Neurotisme Dengan Fear Of Missing Out Pada Remaja Pengguna Aktif Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, 12(2). <http://repository.radenintan.ac.id/ld/eprint/21468>
- Azizah, O. V. N., & Zahid, A. (2023). Identitas Diri Perempuan Muslim Generasi Z (Studi Kasus Pengguna Tiktok Mahasiswa Febi 2019 Uin Satu Tulungagung). *Pute Waya: Sociology Of Religion Journal*, 4(1), 42–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.51667/Pwjsa.V4i1.1409>
- Dewi, N. K., Hambali, I., & Wahyuni, F. (2022). Analisis Intensitas Penggunaan Media Sosial Dan Social Environment Terhadap Perilaku. *Jurnal Ilmu Keperawatan Jiwa*, 5(1), 11–20.
- Estikasari, P., & Pudjiati, S. R. R. (2021). Gambaran Psikologis Remaja Selama Sekolah Dari Rumah Akibat Pandemi Covid-19. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 2(1), 23. <https://doi.org/10.24014/Pib.V2i1.11750>
- Gratia, G. P., Merah, E. L. K., Triyanti, M. D., Paringa, T., & Primasari, C. H. (2022). Fenomena Racun Tik-Tok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19. *Konstelasi: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1). <https://doi.org/10.24002/Konstelasi.V2i1.5272>
- Hakim, N., Branscombe, N., & Schoemann, A. (2021). Group-Based Emotions And Support For Reparations: A Meta-Analysis. *Affective Science*, 2(4), 363–378. <https://doi.org/10.1007/S42761-021-00055-9>
- Japeri, M. F. M., Mohamad, A. D., & Osman, K. (2022). Penagihan Dadah Dalam Kalangan Belia Dan Impaknya Terhadap Psikologi Ibu Bapa. *Al-Hikmah*, 14(1), 21–36. <https://spaj.ukm.my/jalhikmah/index.php/jalhikmah/article/view/474>
- Juliana, H. (2023). Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. *Sinomika Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1517–1538. <https://doi.org/10.54443/Sinomika.V1i6.754>
- Muharam, G. M., Sulistiya, D., Sari, N., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2023). The Effect Of Fear Of Missing Out (Fomo) And Peer Conformity On Impulsive Buying In Semarang City Students (Study On Tiktok Shop Consumers). *Experimental Student Experiences*, 1(8), 687–695. <https://doi.org/https://doi.org/10.58330/Ese.V1i8.277>
- Novalia, N., Balqis, A., & Ramadhana, A. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media

- Promosi Untuk Meningkatkan Brand Awareness (Studi Kasus Pada Pt. Es Teh Indonesia). *Jurnal Akrab Juara*, 6(4), 84–98.
- Nurfitri, R., & Sudartono, T. (2023). Dampak Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Di Media Sosial Tiktok@ Anaira. Official. *Management Studies And Entrepreneurship Journal (Msej)*, 4(3), 2417–2425. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i3.2003>
- Pangemanan, A. S., Sahetapy, K., Muntu, W., & Oroh, V. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan Di Tiktok Dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Generasi Z. *Seiko: Journal Of Management & Business*, 6(2), 47–50. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i2.4252>
- Rahardjo, L. K. D., & Soetjningsih, C. H. (2022). Fear Of Missing Out (Fomo) Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Mahasiswa. *Bulletin Of Counseling And Psychotherapy*, 4(3), 460–465. <https://doi.org/10.51214/bocp.v4i3.328>
- Salwanisa, E. A. (2023). Digital Marketing Analysis On The Consumer Decision-Making Process Of Millennials And Gen Z Generation Groups On The Tiktok Application. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 11(2), 112–125. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v11i2.17374>
- Santoso, I. H., Widyasari, S., & Soliha, E. (2021). Fomsumerism : Mengembangkan Perilaku Conformity Consumption Dengan Memanfaatkan Fear Of Missing Out Konsumen. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 15(2), 159–171. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v15i2.230>
- Saputra, M. A. (2023). *Perilaku Konsumtif Generasi Z Dalam Online Shopping Melalui Aplikasi Tiktok Shop (Studi Deskriptif Pada Kalangan Generasi Z Pengguna Aplikasi Tiktok Shop Di Desa Kedungwungu Kabupaten Banyuwangi)*. Universitas Muhammadiyah Malang. <https://etd.umm.ac.id/id/eprint/2271>
- Savira, A. K. (2022). *Perbedaan Fear Of Missing Out Dalam Penggunaan Media Sosial Ditinjau Dari The Big Five Personality Pada Remaja Di Medan*. Universitas Medan Area. <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/18454>
- Sulistianti, R. A., & Sugiarta, N. (2022). Konstruksi Sosial Konsumen Online Shop Di Media Sosial Tiktok (Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Sosial Konsumen Generasi Z Pada Online Shop Smilegoddess Di Media Sosial Tiktok). *Jisip (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(1). <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i1.2861>
- Syalis, E. R., & Nurwati, N. N. (2020). Analisis Dampak Pernikahan Dini Terhadap Psikologis Remaja. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 3(1), 29. <https://doi.org/10.24198/focus.v3i1.28192>

- Uskul, A. K., Cross, S. E., & Günsoy, C. (2023). The Role Of Honour In Interpersonal, Intrapersonal And Intergroup Processes. *Social And Personality Psychology Compass*, 17(1), E12719. <https://doi.org/10.1111/Spc3.12719>
- Utami, F. P. (2023). Peran Mindfulness Untuk Mengatasi Fear Of Missing Out (Fomo) Media Sosial Remaja Generasi Z: Tinjauan Literatur. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Borneo*, 4(2). <https://doi.org/10.35334/Jbkb.V4i2.3261>
- Wijaya, T. A., Yaslim, N. P., Permatasari, A. M. P., Yosevina, G. R., & Mamahit, H. C. (2023). Penerimaan Diri Generasi Z Di Era Perkembangan Media Sosial. *Psiko Edukasi*, 21(1), 41–49. <https://doi.org/10.25170/Psikoedukasi.V21i1.4575>
- Yulianto, A., Wibowo, U. D. A., Kharismasyah, A. Y., Primadona, S. E., & Herniah Syamsudin, S. E. (2023). *Gen Z Marketing Menggali Potensi Dan Memahami Karakteristik Generasi Z Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran Digital*. Penerbit Lakeisha.