

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel independen, yaitu variabel intensitas penggunaan media sosial berhubungan signifikan dan positif searah terhadap variabel *Fear of Missing Out* (FoMO) sehingga hipotesis 0 (H0) ditolak dan hipotesis 1 (H1) dapat diterima, yaitu ada pengaruh intensitas penggunaan media sosial TikTok terhadap munculnya sindrom *Fear of Missing Out* (FoMO) di kalangan generasi Z.
2. Variabel intensitas penggunaan media sosial memberikan pengaruh kepada variabel *Fear of Missing Out* (FoMO) sebesar 0.755 dan dapat diinterpretasikan bahwa kedua variabel tersebut memiliki tingkat hubungan sangat kuat karena berada di interval 0.6-0.799.
3. Variabel intensitas penggunaan media sosial berkontribusi sebesar 57% terhadap variabel *Fear of Missing Out* (FoMO) dan 43% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

#### B. Saran

Berdasarkan temuan data, analisis, dan juga kesimpulan yang telah dibuat oleh penulis, maka saran yang diberikan, yaitu:

1. Bagi penelitian selanjutnya yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut diharapkan dapat mengkaji variabel independen lainnya karena masih ada 43% kontribusi faktor lain yang dapat mempengaruhi tingkat *Fear of Missing Out* (FoMO) selain dari variabel intensitas penggunaan media sosial yang telah diteliti dalam penelitian ini. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat melakukan penelitian terhadap responden dari kelompok usia yang berbeda karena dalam penelitian ini hanya terfokus pada generasi Z dan dapat melakukan penelitian terhadap objek penelitian yang berbeda.
2. Bagi pengguna media sosial diharapkan dapat dengan bijak dalam menggunakan media sosial, terutama terkait intensitas penggunaannya supaya tidak kecanduan dan merasa gelisah apabila tidak dapat mengaksesnya serta dapat meminimalisir timbulnya *Fear of Missing Out* (FoMO). Selain itu, apabila pengguna media sosial sudah mengalami *Fear of Missing Out* (FoMO) diharapkan dapat menyikapinya dengan hal-hal yang positif sehingga tidak terjebak pada dampaknya yang merugikan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Akbar, R. S., Aulya, A., Apsari, A., & Sofia, L. (2018). Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FoMo) Pada Remaja Kota Samarinda. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 7(2), 38-47.
- Alma, B. (2009). *Pengantar Statistika Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Amanda, S. (2021, 11 Februari). TikTok Rilis Toolkit Keamanan Keluarga, Panduan Siber untuk Anak. *Tirto.id*. <<https://tirto.id/tiktok-rilis-toolkit-keamanan-keluarga-panduan-siber-untuk-anak-gabT>>
- Andarwati, S. R., & Sankarto, B. S. (2005). Pemenuhan Kepuasan Penggunaan Internet Oleh Peneliti Badan Litbang Pertanian di Bogor. *Jurnal Perpustakaan Pertanian*, 14(1), 10-17.
- Aprilia, R., Sriati, A., & Hendrawati, S. (2020). Tingkat kecanduan media sosial pada remaja. *Journal of Nursing Care*, 3(1), 41-53.
- Arnus, S. R. (2015). *Computer Mediated Communication (CMC)*, Pola Baru Komunikasi. *Al-Munzir*, 8(2), 275-289.
- Asosiasi Jasa Pengguna Internet Indonesia (APJII). (2019). Laporan Survei 2018: Penetrasi dan Profil Perilaku Pengguna Internet)
- Azmi, N. (2019). *Hubungan Antara Fear of Missing Out (FoMO) Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Mahasiswa*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Broadbent, dkk. (2017). *Generation Z: Global Citizenship Survey*. London, United Kingdom: Varkey Foundation.

Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Computindo.

Chapple, C. (2020, 29 April). TikTok Crosses 2 Billion Downloads After Best Quarter For Any App Ever. <<https://sensortower.com/blog/tiktok-downloads-2-billion>>

Clinton, B. (2020, 21 November). Anak Anda Main TikTok, Ini Fitur Baru untuk Pembatasan Pemakaian. *tekno.kompas.com*. <<https://tekno.kompas.com/read/2020/11/21/07080057/anak-anda-main-tiktok-ini-fitur-baru-untuk-pembatasan-pemakaian>>

Damaledo, Y. D. (2021, 4 Februari). TikTok Rilis Fitur Baru untuk Cegah Misinformasi Konten. *Tirto.id*. <<https://tirto.id/tiktok-rilis-fitur-baru-untuk-cegah-misinformasi-konten-f9Ye>>

Dewi, N., & Trikusumaadi, S. K. (2016). Bahaya Kecanduan Internet dan Kecemasan Komunikasi terhadap Karakter Kerja Sama Pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, 43(3), 220-230.

Fadhililah, K. H. (2020, 1 Agustus). Ini 5 Alasan Tik-Tok Booming di Jagat Indonesia. *Portalsurabaya.pikiran-rakyat.com*. <<https://portalsurabaya.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-22646266/ini-5-alasan-tik-tok-booming-di-jagat-indonesia?page=2>>

- Fathadhika, S., & Afriani. (2018). Social Media Engagement Sebagai Mediator Antara Fear Of Missing Out Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Remaja. *Jurnal Psikologi Sains dan Profesi*, 2(3), 208-215.
- Fuster, H., Chamarro, A., & Oberst, U. (2017). Fear of Missing Out, Online Social Networking and Mobile Phone Addiction: A Latent Profile Approach. *Aloma: Revista de Psicologia, Ciències de l'Educació i de l'Esport*, 35(1), 23-30.
- Halim, D. (2020, 7 Agustus). Sejumlah Negara Berencana Larang Aplikasi TikTok, Ini Kata Kemenlu. *Nasional.kompas.com*  
<<https://nasional.kompas.com/read/2020/08/07/17364551/sejumlah-negara-berencana-larang-aplikasi-tiktok-ini-kata-kemenlu?page=all>>
- Hamdi, A. S., & Bahrudin, E. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Idris, M. (2021, 22 Januari). Generasi Z dan Milenial Dominasi Jumlah Penduduk Indonesia. *Money.kompas.com*  
<<https://money.kompas.com/read/2021/01/22/145001126/generasi-z-dan-milenial-dominasi-jumlah-penduduk-indonesia?page=all#:~:text=Dikutip%20dari%20Hasil%20Sensus%20Penduduk,seluruh%20populasi%20penduduk%20di%20Indonesia>>
- Intensitas. (2021, 29 Agustus). KBBI Daring. <<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/intensitas>>
- Kriyantono, R. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Kurniawan, F. (2021, 7 Maret). Sah! TikTok Aplikasi Terpopuler di Dunia pada Februari 2021. *Tekno.sindonews.com*.  
 <[https://kumparan.com/kumparantech/berapa-lama-orang-indonesia-pakai-internet-setiap-hari-1sm18OYziOQ/full](https://tekno.sindonews.com/read/357126/207/sah-tiktok-aplikasi-terpopuler-di-dunia-pada-februari-2021-1615118606#:~:text=A%20Galaxy%20Creator-,Sepanjang%20Februari%202021%2C%20Sensor%20Tower%20mencatat%20TikTok%20sebagai%20aplikasi%20non,juta%20kali%20di%20bulan%20lalu.></a>></p>
<p>Ludwianto, B. (2020, 5 Februari). Berapa Lama Orang Indonesia Pakai Internet Setiap Hari?. <i>Kumparan.com</i>.<br/>
  <<a href=)>
- Mayfield, A. (2008). *What is Social Media?*. United Kingdom: i-Crossing.  
 <[https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files\\_uk/insight\\_pdf\\_files/What%20is%20Social%20Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf)>
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 15(1), 127-137.
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pertiwi, W. K. (2020, 11 September). Indonesia Sumbang Angka Unduhan TikTok Terbanyak di Dunia. *Tekno.kompas.com*.  
 <<https://tekno.kompas.com/read/2020/09/11/15010037/indonesia-sumbang-angka-unduh-tiktok-terbanyak-di-dunia>>

- Pratama, B. A. (2019). Hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan kecenderungan sikap apatis terhadap lingkungan sekitar pada siswa SMP N 1 Sukoharjo, Kec/Kab Sukoharjo, Jawa Tengah. *IJMS-Indonesian Journal on Medical Science*, 6(1), 51-56.
- Pratiwi, F. D. (2014). Computer Mediated Communication (CMC) Dalam Perspektif Komunikasi Lintas Budaya (Tinjauan Pada Soompi Discussion Forum Empress Ki TaNyang Shipper). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 7(1), 29-44.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektifitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231.
- Purwanto, E. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Puspita, Y. (2015). Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay. *Jurnaql Pekommas*, 18(3), 203-212.
- Putri, S. L. (2019). Gaya Hidup Mahasiswa Pengidap *Fear of Missing Out* di Kota Palembang. *Jurnal Masyarakat & Budaya*, 21(2), 129-148.
- Rahman, A. F. (2020, 18 Juli). Kini Banyak Orang Habiskan Waktu Akses TikTok Ketimbang Instagram. *Inet.detik.com*. <<https://inet.detik.com/cyberlife/d-5099121/kini-banyak-orang-habiskan-waktu-akses-tiktok-ketimbang-instagram>>

- Risdyanti, K. S., Faradiba, A. T., & Syihab, A. (2019). Peranan Fear of Missing Out Terhadap Problematic Social Media Use. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 3(1), 276-282.
- Rizaldy, R. (2021, 10 Juni). Konten Flexing Pamer Harta Bertebaran di TikTok, Tujuannya Apa?. *Opini.id*. <<https://opini.id/sosial/read-17581/konten-flexing-pamer-harta-bertebaran-di-tiktok-tujuannya-apa-?page=all>>
- Safitri, W.R. (2016). Analisis Korelasi Pearson Dalam Menentukan Hubungan Antara Kejadian Demam Berdarah Dengue Dengan Kepadatan Penduduk Di Kota Surabaya Pada Tahun 2012-2014. *Jurnal Ilmiah Keperawatan*, 2(2).
- Sasongko, Y. A. T. (2019, 18 November). Video Pendek Jadi Lebih Menarik dengan Fitur Ini. *Inet.detik.com*. <<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4788614/video-pendek-jadi-lebih-menarik-dengan-fitur-tiktok-ini>>
- Sianipar, N.A. & Kaloeti, D. V. S. (2019). Hubungan Antara Regulasi Diri Dengan Fear of Missing Out (FoMO) Pada Mahasiswa Tahun Pertama Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 8(1), 136-143).
- Sosiawan, E. A. & Wibowo, R. (2018). Model dan Pola Computer Mediated Communication Pengguna Remaja Instagram dan Pembentukan Budaya Visual. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(2), 147-157.
- Spitznagel, E. (2020, 25 Januari). Generation Z is bigger than millennials – and they’re out to change the world. *Nypost.com*. <<https://nypost.com/2020/01/25/generation-z-is-bigger-than-millennials-and-theyre-out-to-change-the-world/>>



Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Susanti, D. (2017, 16 Desember). Sindrom FoMO Penyakit Sosial Zaman Now. *Aceh.tribunnews.com*. <<https://aceh.tribunnews.com/2017/12/16/sindrom-fomo-penyakit-sosial-zaman-now?page=all>>

Swara, J. (2021, 5 April). Perjalanan dan Tantangan ByteDance hingga Jadi *Startup* Paling Bernilai di Dunia. *Id.techinasia.com*. <<https://id.techinasia.com/perjalanan-tantangan-bytedance-startup-paling-bernilai>>

Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. <<https://docplayer.info/209581-Oleh-tim-pusat-humas-kementerian-perdagangan-ri.html>>

Utami, F. A. (2020, 5 Oktober). Kisah Orang Terkaya: Zhang Yiming, Miliader China Pendiri TikTok. *Wartaekonomi.co.id*. <<https://www.wartaekonomi.co.id/read307337/kisah-orang-terkaya-zhang-yiming-miliarder-china-pendiri-tiktok>>

Utami, F. A. (2020, 7 Juli). Asal Mula TikTok, Digandrungi Milenial tapi Penuh Kontroversial. *Wartaekonomi.co.id*. <<https://www.wartaekonomi.co.id/read293550/asal-mula-tiktok-diganderungi-milenial-tapi-penuh-kontroversial?page=2>>

- Valiana, L., Suriana, S., & Fazilla, S. (2020). Dampak Penggunaan Aplikasi TIK TOK Terhadap Perkembangan Karakter Siswa Kelas VI MIN 1 ACEH UTARA. *Genderang Asa: Journal of primary education*, 1(2), 75-84.
- Wartakota. (2020, 29 Februari). Ini Alasannya Mengapa Pengguna Aplikasi TikTok Tumbuh Subur di Indonesia. *Wartakota.tribunnews.com*.  
<<https://wartakota.tribunnews.com/2020/02/29/ini-alasannya-mengapa-pengguna-aplikasi-tiktok-tumbuh-subur-di-indonesia?page=4>>
- Watie, E. D. S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(1), 69-74.
- Wijoyo, dkk. (2020). *Generasi Z dan Revolusi Industri 4.0*. Purwokerto: CV. Pena Persada.
- Yusuf, A. M. (2016). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Zhao, N., & Zhou, G. (2020). Social Media Use and Mental Health during the COVID-19 Pandemic: Moderator Role of Disaster Stressor and Mediator Role of Negative Affect. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 12(4), 1019–1038.

# LAMPIRAN



## LAMPIRAN 1. Kuesioner Penelitian

Kepada Yth:

Saudara/i Respoden yang terhormat,

Perkenalkan, saya Clarissa Helga Aurelya, mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta angkatan 2017. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi dan meminta ketersediaan Saudara/i untuk membantu berjalannya penelitian ini dengan mengisi kuesioner yang saya ajukan.

Penelitian ini ditujukan kepada responden yang memiliki kriteria:

- 1) Merupakan generasi Z (kelahiran 1995-2010)
- 2) Mengakses media sosial TikTok

Jawaban yang Anda berikan pada kuesioner ini tidak ada salah atau benar sehingga saya berharap Anda menjawab secara jujur dan menggambarkan pendapat pribadi dari diri Anda. Identitas diri dan pendapat Anda akan dirahasiakan dan hanya diketahui oleh peneliti karena semata-mata digunakan untuk kepentingan penelitian ini saja.

Apabila Anda memiliki pertanyaan terkait kuesioner ini Anda dapat menghubungi saya melalui email [xclarissahelgax@gmail.com](mailto:xclarissahelgax@gmail.com). Atas ketersediaan partisipasi Saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Clarissa Helga Aurelya

### A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin:

Laki-laki

Perempuan

2. Tahun Kelahiran:

1995

2000

1996

2001

1997

2002

1998

2003

1999

### B. Pernyataan Kuesioner

Berikut ini adalah pernyataan-pernyataan yang harus anda baca dan pahami dengan teliti. Anda diminta untuk memberikan jawaban yang sesuai dengan pendapat anda, dengan memberikan tanda (✓) pada salah satu dari lima pilihan jawaban yang tersedia. Keterangan pilihan jawaban yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. STS = Sangat Tidak Setuju

2. TS = Tidak Setuju

3. N = Netral

4. S = Setuju

5. SS = Sangat Setuju

**Kuesioner penelitian**

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
<b>Intensitas Penggunaan Media Sosial (X)</b>		0-1	1-2	2-3	3-4	>4
Frekuensi		kali/ hari	kali/ hari	kali/ hari	kali/ hari	kali/ hari
1.	Saya sering mengakses media sosial TikTok					
2.	Saya sering mengakses media sosial TikTok untuk mencari informasi yang terkini					
3.	Saya sering mengakses media sosial TikTok untuk hiburan					
<b>Durasi</b>		0-1	1-2	2-3	3-4	>4
		jam/ hari	jam/ hari	jam/ hari	jam/ hari	jam/ hari
4.	Saya menghabiskan waktu yang lama untuk mengakses media sosial TikTok					
5.	Saya menghabiskan waktu yang lama dalam mengakses media sosial TikTok untuk mencari informasi yang terkini					
6.	Saya menghabiskan waktu yang lama dalam mengakses media sosial TikTok untuk hiburan					
<b><i>Fear of Missing Out (FoMO) (Y)</i></b>						
Kebutuhan Psikologis <i>Self</i>						
1.	Kadang, saya merasa sibuk untuk mencari tahu apa yang sedang terjadi di media sosial					

2.	Ketika saya bersenang-senang, saya akan membagikan pengalaman tersebut di media sosial					
3.	Saat sedang bepergian, saya tetap membuka media sosial untuk melihat apa yang teman saya lakukan					
Kebutuhan Psikologis <i>Relatedness</i>						
4.	Saya takut jika orang lain memiliki pengalaman yang lebih menyenangkan daripada yang saya miliki					
5.	Saya takut jika teman-teman saya memiliki pengalaman yang lebih menyenangkan daripada yang saya miliki					
6.	Saya merasa ingin selalu mengetahui apa yang teman-teman saya lakukan					
7.	Saya merasa khawatir saat mengetahui teman-teman saya berkumpul dan bersenang-senang tanpa mengajak saya					
8.	Saya merasa gelisah jika melewatkan kesempatan untuk bertemu dengan teman saya					

## LAMPIRAN 2. Hasil Uji Validitas

### A. Variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial

		Correlations						
		I1	I2	I3	I4	I5	I6	Total X
I1	Pearson Correlation	1	.699**	.792**	.742**	.590**	.703**	.845**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
I2	Pearson Correlation	.699**	1	.665**	.606**	.796**	.658**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
I3	Pearson Correlation	.792**	.665**	1	.751**	.651**	.850**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
I4	Pearson Correlation	.742**	.606**	.751**	1	.721**	.858**	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
I5	Pearson Correlation	.590**	.796**	.651**	.721**	1	.784**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
I6	Pearson Correlation	.703**	.658**	.850**	.858**	.784**	1	.926**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total_X	Pearson Correlation	.845**	.840**	.887**	.890**	.874**	.926**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

### B. Variabel *Fear of Missing Out* (FoMO)

		Correlations								
		FOMO 1	FOMO 2	FOMO 3	FOMO 4	FOMO 5	FOMO 6	FOMO 7	FOMO 8	Total FO MO
FOMO1	Pearson Correlation	1	.663**	.496**	.710**	.689**	.312**	.412**	.356**	.752**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
FOMO2	Pearson Correlation	.663**	1	.652**	.645**	.629**	.326**	.346**	.397**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
FOMO3	Pearson Correlation	.496**	.652**	1	.668**	.676**	.409**	.365**	.363**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
FOMO4	Pearson Correlation	.710**	.645**	.668**	1	.916**	.422**	.447**	.375**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
FOMO5	Pearson Correlation	.689**	.629**	.676**	.916**	1	.437**	.473**	.388**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
FOMO6	Pearson Correlation	.312**	.326**	.409**	.422**	.437**	1	.789**	.747**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
FOMO7	Pearson Correlation	.412**	.346**	.365**	.447**	.473**	.789**	1	.838**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
FOMO8	Pearson Correlation	.356**	.397**	.363**	.375**	.388**	.747**	.838**	1	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_FO MO	Pearson Correlation	.752**	.739**	.739**	.855**	.860**	.720**	.763**	.721**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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



### LAMPIRAN 3. Hasil Uji Reliabilitas

#### A. Variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.938	6

#### B. Variabel *Fear of Missing Out* (FoMO)

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	8

#### LAMPIRAN 4. Rangkuman Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

##### A. Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
<b>Intensitas Penggunaan Media Sosial</b>	I1	0.845	0.196	<b>Valid</b>
	I2	0.840	0.196	<b>Valid</b>
	I3	0.887	0.196	<b>Valid</b>
	I4	0.890	0.196	<b>Valid</b>
	I5	0.874	0.196	<b>Valid</b>
	I6	0.926	0.196	<b>Valid</b>
<b><i>Fear of Missing Out (FoMO)</i></b>	FOMO1	0.752	0.196	<b>Valid</b>
	FOMO2	0.739	0.196	<b>Valid</b>
	FOMO3	0.739	0.196	<b>Valid</b>
	FOMO4	0.855	0.196	<b>Valid</b>
	FOMO5	0.860	0.196	<b>Valid</b>
	FOMO6	0.720	0.196	<b>Valid</b>
	FOMO7	0.763	0.196	<b>Valid</b>
	FOMO8	0.721	0.196	<b>Valid</b>

##### B. Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Alpha Cronbach's	Nilai Kritis	Keterangan
<b>Intensitas Penggunaan Media Sosial</b>	0.938	0.7	<b>Reliabel</b>
<b><i>Fear of Missing Out (FoMO)</i></b>	0.900	0.7	<b>Reliabel</b>

## LAMPIRAN 5. Identitas Responden

		Jenis Kelamin			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Laki-laki	35	35.0	35.0	35.0
	Perempuan	65	65.0	65.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Tahun Kelahiran			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	1995	7	7.0	7.0	7.0
	1996	5	5.0	5.0	12.0
	1997	4	4.0	4.0	16.0
	1998	27	27.0	27.0	43.0
	1999	29	29.0	29.0	72.0
	2000	10	10.0	10.0	82.0
	2001	4	4.0	4.0	86.0
	2002	13	13.0	13.0	99.0
	2003	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## LAMPIRAN 6. Distribusi Frekuensi Variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial

**I1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-1 kali/hari	1	1.0	1.0	1.0
	1-2 kali/hari	13	13.0	13.0	14.0
	2-3 kali/hari	19	19.0	19.0	33.0
	3-4 kali/hari	41	41.0	41.0	74.0
	>4 kali/hari	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**I2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-1 kali/hari	9	9.0	9.0	9.0
	1-2 kali/hari	13	13.0	13.0	22.0
	2-3 kali/hari	23	23.0	23.0	45.0
	3-4 kali/hari	37	37.0	37.0	82.0
	>4 kali/hari	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**I3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-1 kali/hari	2	2.0	2.0	2.0
	1-2 kali/hari	14	14.0	14.0	16.0
	2-3 kali/hari	14	14.0	14.0	30.0
	3-4 kali/hari	33	33.0	33.0	63.0
	>4 kali/hari	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**I4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-1 jam/hari	8	8.0	8.0	8.0
	1-2 jam/hari	16	16.0	16.0	24.0
	2-3 jam/hari	15	15.0	15.0	39.0
	3-4 jam/hari	36	36.0	36.0	75.0
	>4 jam/hari	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-1 jam/hari	17	17.0	17.0	17.0
	1-2 jam/hari	15	15.0	15.0	32.0
	2-3 jam/hari	20	20.0	20.0	52.0
	3-4 jam/hari	28	28.0	28.0	80.0
	>4 jam/hari	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0-1 jam/hari	8	8.0	8.0	8.0
	1-2 jam/hari	16	16.0	16.0	24.0
	2-3 jam/hari	11	11.0	11.0	35.0
	3-4 jam/hari	33	33.0	33.0	68.0
	>4 jam/hari	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Intensitas Mengakses Media Sosial

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	15	15.0	15.0	15.0
	Sedang	23	23.0	23.0	38.0
	Tinggi	62	62.0	62.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**LAMPIRAN 7. Distribusi Frekuensi Variabel *Fear of Missing Out* (FoMO)**

**FOMO1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	6	6.0	6.0	6.0
	Tidak Setuju	11	11.0	11.0	17.0
	Netral	15	15.0	15.0	32.0
	Setuju	34	34.0	34.0	66.0
	Sangat Setuju	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**FOMO2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	9	9.0	9.0	10.0
	Netral	18	18.0	18.0	28.0
	Setuju	26	26.0	26.0	54.0
	Sangat Setuju	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**FOMO3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	12	12.0	12.0	14.0
	Netral	20	20.0	20.0	34.0
	Setuju	35	35.0	35.0	69.0
	Sangat Setuju	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**FOMO4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	22	22.0	22.0	22.0
	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	27.0
	Netral	9	9.0	9.0	36.0
	Setuju	29	29.0	29.0	65.0
	Sangat Setuju	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**FOM05**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	22	22.0	22.0	22.0
	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	29.0
	Netral	7	7.0	7.0	36.0
	Setuju	31	31.0	31.0	67.0
	Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**FOM06**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	7	7.0	7.0	7.0
	Tidak Setuju	13	13.0	13.0	20.0
	Netral	14	14.0	14.0	34.0
	Setuju	37	37.0	37.0	71.0
	Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**FOM07**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	12	12.0	12.0	12.0
	Tidak Setuju	10	10.0	10.0	22.0
	Netral	16	16.0	16.0	38.0
	Setuju	25	25.0	25.0	63.0
	Sangat Setuju	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**FOM08**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	6	6.0	6.0	6.0
	Tidak Setuju	11	11.0	11.0	17.0
	Netral	17	17.0	17.0	34.0
	Setuju	22	22.0	22.0	56.0
	Sangat Setuju	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Fear of Missing Out**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	9	9.0	9.0	9.0
	Sedang	32	32.0	32.0	41.0
	Tinggi	59	59.0	59.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	





### LAMPIRAN 8. Mean Analysis

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
I1	100	1.000	5.000	3.78000	1.010850
I2	100	1.000	5.000	3.42000	1.190705
I3	100	1.000	5.000	3.89000	1.118215
I4	100	1.000	5.000	3.54000	1.250616
I5	100	1.000	5.000	3.19000	1.375801
I6	100	1.000	5.000	3.65000	1.297823
Total X	100	6.000	30.000	21.47000	6.365080
FOMO1	100	1.000	5.000	3.79000	1.200126
FOMO2	100	1.000	5.000	4.07000	1.046929
FOMO3	100	1.000	5.000	3.81000	1.070212
FOMO4	100	1.000	5.000	3.50000	1.547236
FOMO5	100	1.000	5.000	3.46000	1.546714
FOMO6	100	1.000	5.000	3.68000	1.221690
FOMO7	100	1.000	5.000	3.65000	1.380784
FOMO8	100	1.000	5.000	3.87000	1.260551
Total FOMO	100	11.000	40.000	29.83000	7.963369
Valid N (listwise)	100				

### LAMPIRAN 9. Hasil Uji Korelasi

Correlations			
		Intensitas Mengakses Media Sosial	Fear of Missing Out
Intensitas Mengakses Media Sosial	Pearson Correlation	1	.755**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Fear of Missing Out	Pearson Correlation	.755**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

## LAMPIRAN 10. Hasil Uji Regresi

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Intensitas Mengakses Media Sosial <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Fear of Missing Out

b. All requested variables entered.

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.755 <sup>a</sup>	.570	.565	5.251374

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

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3575.571	1	3575.571	129.658	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2702.539	98	27.577		
	Total	6278.110	99			

a. Dependent Variable: Fear of Missing Out

b. Predictors: (Constant), Intensitas Mengakses Media Sosial

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	9.559	1.856		5.150	.000
	Intensitas Mengakses Media Sosial	.944	.083	.755	11.387	.000

a. Dependent Variable: Fear of Missing Out

## LAMPIRAN 11. Hasil Data yang Diperoleh

Profil Responden			Intensitas Mengakses Media Sosial							Fear of Missing Out (FoMO)								
No	Jenis Kelamin	Tahun Kelahiran	I1	I2	I3	I4	I5	I6	Total X	FOMO1	FOMO2	FOMO3	FOMO4	FOMO5	FOMO6	FOMO7	FOMO8	Total_FOMO
1	Perempuan	1999	5	5	5	2	5	5	27	5	5	5	4	4	5	5	5	38
2	Perempuan	1999	3	2	3	1	1	1	11	3	2	3	1	1	1	1	1	13
3	Perempuan	1998	3	3	3	3	3	3	18	1	3	3	1	1	1	1	1	16
4	Perempuan	2000	4	4	5	4	3	5	25	5	3	5	4	5	4	5	5	36
5	Perempuan	1999	5	4	5	4	4	5	27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	Perempuan	2000	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	Perempuan	2000	3	3	2	3	3	2	16	4	4	5	3	5	5	3	4	33
8	Laki-laki	1999	2	2	3	2	3	2	14	3	4	5	4	5	4	3	4	32
9	Laki-laki	1998	2	3	2	2	3	2	14	2	3	3	2	2	3	3	3	21
10	Perempuan	1999	3	2	3	3	3	3	17	4	4	3	4	3	4	3	3	28
11	Perempuan	1999	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	5	4	5	4	5	37
12	Perempuan	1999	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	5	4	5	4	5	37
13	Perempuan	1999	3	3	4	4	2	4	20	4	5	5	5	4	5	4	5	37
14	Laki-laki	1999	4	3	4	4	3	4	22	4	5	4	4	4	5	4	5	35
15	Laki-laki	1999	4	3	4	4	3	4	22	4	5	4	4	5	4	5	5	36
16	Laki-laki	2000	5	3	4	4	3	5	24	5	5	4	5	4	4	5	5	37
17	Laki-laki	1999	3	3	4	4	3	4	21	5	5	4	4	4	5	5	5	37
18	Perempuan	1998	3	3	4	4	3	4	21	5	5	4	4	4	5	5	5	37
19	Laki-laki	1999	3	3	4	4	3	4	21	4	5	4	4	5	5	5	5	37
20	Perempuan	1999	4	4	5	4	4	5	26	5	4	5	4	5	5	5	5	38
21	Perempuan	2000	4	5	4	4	5	4	26	4	5	5	4	5	5	5	4	37
22	Laki-laki	1998	5	4	5	5	4	5	28	4	5	5	5	5	4	5	5	38
23	Laki-laki	1998	5	4	5	5	4	5	28	4	5	5	5	5	5	5	5	39
24	Perempuan	1999	4	4	5	4	4	5	26	4	5	4	4	5	5	5	5	37
25	Perempuan	1999	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	5	5	5	4	5	38
26	Perempuan	1999	4	4	5	4	5	5	27	5	5	4	4	4	5	4	5	36
27	Perempuan	1999	4	4	5	4	5	5	27	5	5	4	4	4	5	4	5	36
28	Laki-laki	1998	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	4	5	4	5	4	36
29	Laki-laki	1998	3	4	4	3	4	4	22	4	3	4	5	4	4	5	4	33
30	Laki-laki	1998	3	4	4	3	4	4	22	4	3	4	5	4	5	4	4	33
31	Laki-laki	1998	4	4	5	4	4	5	26	5	5	5	5	4	5	5	5	39
32	Perempuan	1998	4	4	4	5	4	5	26	5	5	4	5	4	4	5	5	37
33	Laki-laki	1998	5	4	5	5	4	5	28	5	5	4	5	4	5	5	5	38
34	Laki-laki	1997	2	1	2	2	1	2	10	1	3	3	1	1	4	5	5	23
35	Perempuan	2000	5	4	5	5	4	5	28	4	5	4	5	4	5	4	5	37
36	Perempuan	2002	4	4	5	4	4	5	26	5	5	5	4	4	3	2	2	30
37	Perempuan	1998	3	2	3	3	2	3	16	2	3	3	2	2	4	4	4	24
38	Perempuan	1998	5	5	4	5	4	5	28	5	5	5	5	5	4	4	4	37
39	Perempuan	1999	4	4	5	4	4	5	26	4	4	4	5	5	4	4	5	35
40	Laki-laki	1997	4	5	4	4	5	4	26	5	5	4	4	5	4	5	5	37
41	Perempuan	1998	4	5	5	4	5	5	28	5	5	5	5	4	3	2	2	31
42	Perempuan	1999	2	2	2	2	2	2	12	2	3	3	1	1	4	4	4	22
43	Laki-laki	2003	4	4	5	5	4	5	27	3	5	4	3	3	3	2	2	25
44	Perempuan	1995	2	1	2	2	1	2	10	1	2	2	1	1	2	1	1	11
45	Perempuan	1995	2	1	2	1	1	1	8	1	2	2	1	1	4	4	4	19
46	Perempuan	1996	4	3	4	3	3	3	20	3	4	3	3	3	5	5	5	31
47	Laki-laki	2002	4	3	4	4	4	4	23	4	5	3	3	3	4	3	3	28
48	Perempuan	1995	3	3	3	3	3	3	18	3	4	3	3	3	2	1	1	20
49	Laki-laki	1996	2	1	2	1	1	1	8	1	3	2	1	1	3	2	2	15
50	Laki-laki	2001	2	2	2	2	1	2	11	3	2	2	1	1	3	3	3	18
51	Perempuan	1997	5	4	5	5	5	5	29	5	5	4	4	4	4	4	4	34
52	Perempuan	1999	4	4	4	1	1	1	15	2	3	4	2	2	2	3	3	20
53	Perempuan	1998	5	5	4	5	5	4	28	5	5	4	5	4	4	5	5	37
54	Laki-laki	1998	4	5	4	4	5	4	26	5	5	4	5	5	4	5	5	38
55	Laki-laki	1998	4	5	4	4	5	4	26	5	5	4	5	5	4	4	4	36
56	Laki-laki	1998	5	4	4	5	4	4	26	5	5	4	4	4	5	5	5	37
57	Perempuan	1998	5	4	4	5	4	4	26	4	4	5	5	4	4	4	5	35
58	Perempuan	1999	4	5	5	4	5	5	28	4	4	5	5	5	4	4	5	36
59	Perempuan	1999	4	5	5	4	5	5	28	4	4	5	5	5	4	4	5	36
60	Perempuan	1999	4	5	5	4	5	5	28	4	4	5	5	5	4	4	4	35
61	Perempuan	1998	4	4	5	5	4	4	26	4	4	5	4	5	5	4	4	36
62	Perempuan	1998	4	4	5	4	4	5	26	4	4	5	4	4	4	5	5	35
63	Perempuan	1997	4	4	4	5	5	5	27	4	5	5	5	4	4	5	5	37
64	Perempuan	1998	4	4	5	4	4	5	26	4	5	5	5	4	4	5	5	37
65	Perempuan	1998	4	5	5	4	5	5	28	5	4	4	4	5	5	4	5	36
66	Perempuan	1999	5	4	5	5	4	5	28	5	5	4	4	4	4	4	4	34
67	Perempuan	1999	5	5	4	5	5	5	29	5	5	4	5	5	4	5	4	37
68	Perempuan	1998	4	5	4	4	5	4	26	4	5	5	5	4	5	5	5	38
69	Perempuan	1998	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	4	4	3	3	3	31
70	Laki-laki	1999	3	2	3	2	1	2	13	2	3	3	1	1	5	5	4	24
71	Laki-laki	1996	3	1	3	2	1	3	13	2	3	3	1	1	4	5	5	24
72	Perempuan	1996	4	3	4	5	2	4	22	4	4	3	5	5	4	3	4	32
73	Perempuan	1999	2	1	2	1	1	1	8	3	4	4	2	2	2	3	3	23
74	Perempuan	1999	2	2	2	1	1	1	9	4	3	3	4	2	1	1	1	19

75	Perempuan	1995	2	1	2	2	1	2	10	2	1	1	1	1	3	4	3	16
76	Laki-laki	2002	5	3	5	5	3	4	25	1	4	4	4	5	1	1	1	21
77	Perempuan	2002	4	2	5	5	2	4	22	4	4	5	5	3	3	2	31	
78	Laki-laki	1995	4	4	1	2	2	1	14	4	3	1	3	4	3	5	28	
79	Laki-laki	2001	5	5	5	4	3	4	26	5	5	3	4	4	2	3	29	
80	Perempuan	1995	4	2	4	5	3	5	23	5	5	3	4	4	2	3	29	
81	Perempuan	2002	5	3	5	4	4	4	25	5	4	2	1	1	3	5	26	
82	Perempuan	2001	5	3	5	5	3	4	25	4	4	3	5	5	3	3	30	
83	Perempuan	1996	3	1	3	3	2	3	15	3	2	3	2	2	4	4	24	
84	Perempuan	1995	5	4	5	5	4	4	27	5	4	4	5	5	2	2	29	
85	Perempuan	1998	3	3	3	2	1	2	14	2	2	2	1	1	5	4	21	
86	Laki-laki	2000	2	3	2	2	1	2	12	2	3	2	1	1	4	3	20	
87	Perempuan	2000	5	4	5	5	3	5	27	5	4	4	5	5	5	5	38	
88	Perempuan	2002	3	3	3	3	3	3	16	5	3	4	5	5	2	4	30	
89	Perempuan	2000	2	3	2	3	2	2	14	2	3	2	4	3	3	2	21	
90	Laki-laki	2000	3	2	3	1	1	2	12	3	5	4	3	2	3	1	24	
91	Laki-laki	2002	5	3	5	3	2	3	21	2	4	5	1	1	4	3	23	
92	Laki-laki	2002	5	3	5	5	2	5	25	4	5	5	3	4	2	2	27	
93	Perempuan	1998	1	1	1	1	1	1	6	3	2	2	1	1	2	1	14	
94	Laki-laki	1999	4	4	5	3	2	2	20	3	2	2	1	1	2	1	14	
95	Perempuan	2002	5	4	5	5	4	5	28	3	3	2	1	1	4	2	19	
96	Laki-laki	2002	3	2	3	2	2	3	15	4	4	2	3	3	1	1	21	
97	Laki-laki	2001	4	4	3	2	2	2	17	3	2	3	1	1	2	1	14	
98	Perempuan	2002	4	2	2	2	2	2	14	5	3	1	1	1	2	3	21	
99	Perempuan	2002	5	5	4	3	1	4	22	3	5	4	1	1	1	3	19	
100	Perempuan	2002	5	4	5	3	2	3	22	3	4	4	1	1	2	3	22	

