

**HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
DENGAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) PADA
MAHASISWA KPI UIN KHAS JEMBER ANGKATAN 2019**

SKRIPSI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh:

Ach Ifan Affandi

NIM : D20191057

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
2025**

**HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
DENGAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) PADA
MAHASISWA KPI UIN KHAS JEMBER ANGKATAN 2019**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:
Ach Ifan Affandi
NIM : D20191057

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
2025**

**HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
DENGAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) PADA
MAHASISWA KPI UIN KHAS JEMBER ANGKATAN 2019**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

Ach Ifan Affandi
NIM: D20191057

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Disetujui Pembimbing



Zulfan Nabrisah, MTh.I.
NIP : 198809142019032013

**HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
DENGAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) PADA
MAHASISWA KPI UIN KHAS JEMBER ANGKATAN 2019**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Hari: Senin
Tanggal: 30 Juni 2025

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Ahmad Hayyan Najikh, M.Kom.I.
NIP. 198710182019031004

Ani Qotuz Zuhro' Fitriana, S.E., M.M.
NIP. 199602242020122007

Anggota :

1. Muhibbin, S.Ag., M.Si.
2. Zulfan Nabrisah, M.Th.I.

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Menyetujui
Dekan Fakultas Dakwah

Prof. Dr. Fawaizul Umam, M.Ag.
NIP. 197302272000031001

MOTTO

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ

“Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya.” (QS. An-Najm: 39).*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

*Kementerian Agama
<https://quran.kemenag.go.id/sura/53/39>

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah wasyukurillah wa ala nikmatillah, segala puji bagi Allah SWT, shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, saya persembahkan karya tulis ini kepada:

1. Kepada kedua orang tua yang tercinta, tersayang dan yang selalu memberikan semangat, kasih sayang dan doa yang tulus serta rela bekerja keras demi kesuksesan anaknya, terimakasih banyak Ayah dan Ibu atas segala pengorbanannya, yang tidak mungkin dapat dibalas oleh penulis, semoga surga kelak menjadi balasan atas kasih sayang, cinta dan pengorbanan kalian, aamiin.
2. Kepada seluruh keluarga yang selalu memberikan motivasi, semangat serta doanya.
3. Almamater Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan seluruh dosen Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember khususnya dosen Fakultas Dakwah yang bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan ilmunya kepada penulis.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ABSTRAK

Ach Ifan Affandi, Zulfan Nabrisah, 2025 : Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Fear of Missing Out (FOMO) Pada Mahasiswa KPI UIN KHAS Jember Angkatan 2019.

Kata Kunci: Intensitas Penggunaan Media Sosial, Fear of Missing Out (FOMO) dan Mahasiswa Komunikasi.

Fenomena FOMO menjadi semakin relevan dengan meningkatnya penggunaan media sosial di Indonesia, dimana data Kementerian Komunikasi dan Informatika menunjukkan 95% dari 63 juta pengguna internet mengakses jejaring sosial seperti YouTube (93%), WhatsApp (87%), dan Instagram (86%). Kondisi ini menciptakan ketergantungan digital yang berdampak pada kesejahteraan psikologis berupa gangguan tidur, penurunan kualitas interaksi sosial langsung, dan munculnya emosi negatif akibat perbandingan sosial yang terjadi di platform digital, yang mana hal tersebut merupakan salah satu indikator *Fear of Missing Out (FOMO)*.

Rumusan masalah yang muncul yakni Apakah Intensitas penggunaan media sosial berhubungan dengan *Fear of Missing Out (FOMO)* pada mahasiswa KPI UIN KHAS Jember Angkatan 2019. Tujuan penelitian ini adalah untuk Mengeksplorasi apakah ada hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan *Fear of Missing Out (FOMO)* pada mahasiswa KPI UIN KHAS Jember Angkatan 2019. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel jenuh sebanyak 40 mahasiswa. Pengumpulan data dilakukan menggunakan angket yang disebar melalui WhatsApp pada tanggal 8 Januari 2025.

Uji determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,411, berarti intensitas penggunaan media sosial berkontribusi sebesar 41,1% terhadap FOMO, sedangkan 58,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Analisis korelasi Pearson menghasilkan koefisien 0,641 dengan signifikansi 0,000, yang menunjukkan hubungan positif kategori kuat. yaitu terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan FOMO pada mahasiswa.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa mahasiswa yang intensif menggunakan media sosial cenderung mengalami tingkat FOMO yang lebih tinggi, kemungkinan disebabkan oleh paparan konten yang memicu perbandingan sosial dan kekhawatiran tertinggal informasi penting. Hasil penelitian ini sejalan dengan studi sebelumnya yang menemukan bahwa FOMO dapat menyebabkan perilaku kecanduan media sosial dan penurunan kesejahteraan pribadi. Temuan ini menunjukkan pentingnya edukasi tentang penggunaan media sosial yang sehat dan pengembangan program penguatan ketahanan psikologis bagi mahasiswa untuk mengurangi dampak negatif penggunaan media sosial yang berlebihan.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan berkat rahmat dan hidayah Allah, serta sukacita dan rasa syukur yang tak terhingga, saya dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul "Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan *Fear Of Missing Out* (FOMO) Pada Mahasiswa KPI UIN KHAS Jember Angkatan 2019". Skripsi ini adalah hasil kerja keras dan usaha saya sebagai mahasiswa yang tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak.

1. Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah atas berkat dan rahmat-Nya yang telah diberikan selama penyelesaian skripsi ini. Allah selalu memberikan kekuatan dan petunjuk-Nya dalam setiap langkah saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Allah selalu memberikan kekuatan, petunjuk, dan semangat dalam setiap langkah saya dan saya bersyukur dan berserah diri kepada-Nya atas semua kebaikan yang telah diberikan-Nya kepada saya.
2. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag. M.M. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Bapak Prof. Dr. Fawaizul Umam, M.Ag. selaku dekan Fakultas Dakwah, Bapak Ahmad Hayyan Najikh M.Kom.I selaku Kepala Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI),
3. Ibu Zulfan Nabrisah, S.Th.I., MTh.I. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi yang tak terhingga selama penyelesaian skripsi ini. Terima kasih juga kepada semua dosen yang telah memberikan materi dan ilmu yang sangat berguna bagi saya.

4. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan dan support sistem pendidikan terbaik, serta menjadi contoh hidup yang sangat berharga bagi saya. Terima kasih juga untuk teman-teman yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan dorongan kepada saya selama penyelesaian skripsi ini.

Skripsi ini dengan kata lain tidak ada yang sempurna, perlu kiranya untuk terus di eksplorasi lebih dalam terkait judul penelitian skripsi ini. Saya berharap skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi para pembaca, dan dapat menjadi bahan masukan dan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Saya berharap semua usaha dan kerja keras yang telah dilakukan dapat memberikan hasil yang maksimal dan memenuhi harapan semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jember, 12 Mei 2025

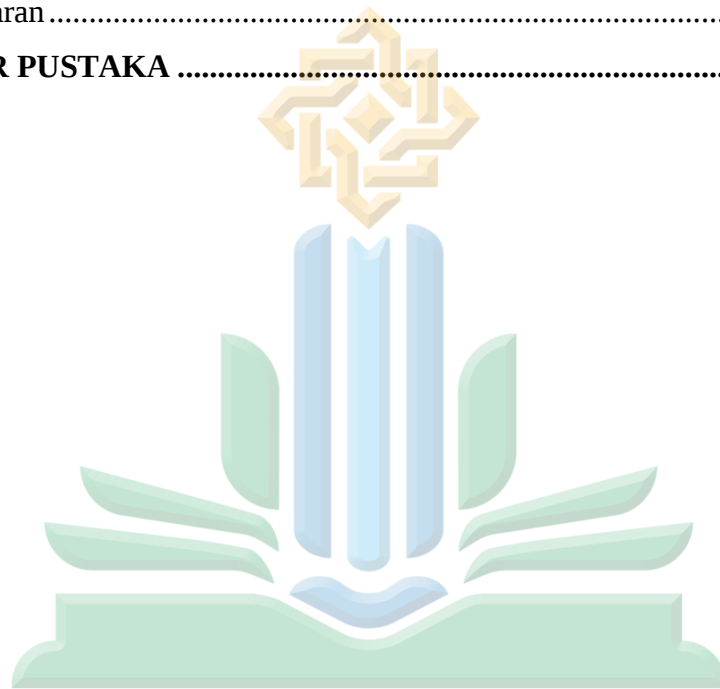
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Ach Ifan Affandi
NIM. D20191057

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Ruang Lingkup Penelitian	8
F. Definisi Operasional	11
G. Asumsi Penelitian	12
H. Hipotesis	12
I. Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	14
A. Penelitian Terdahulu.....	14
B. Kajian Teori.....	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	35
B. Lokasi Penelitian	35
C. Subyek Penelitian	36
D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	37
E. Analisis Data.....	43
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....	47
A. Gambaran Obyek Penelitian	47

B. Penyajian Data.....	51
C. Deskripsi Data Penelitian	71
D. Analisis dan Pengujian Hipotesis	72
E. Pembahasan	76
BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82



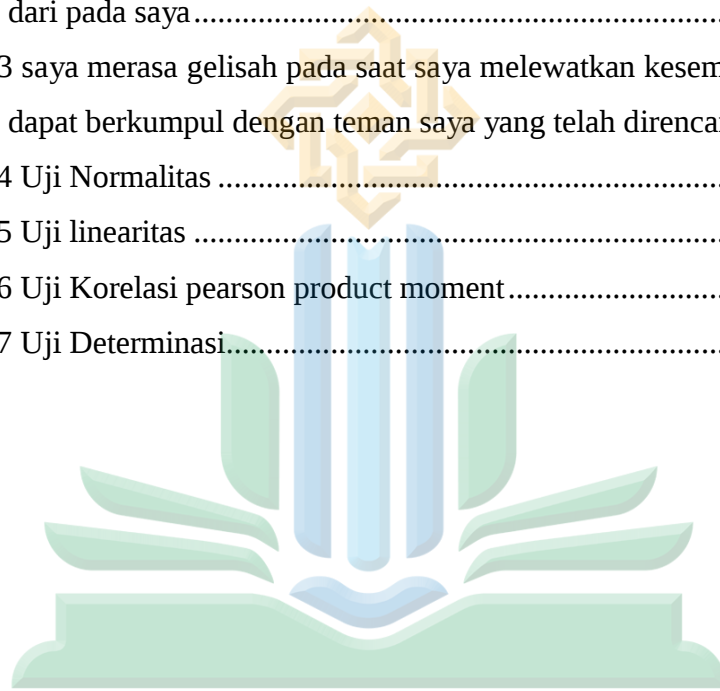
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Variabel Penelitian	8
Tabel 3.1 Kisi-kisi instrument hubungan intensitas penggunaan media sosial dan <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO)	40
Tabel 3.2 Hasil uji validitas intensitas penggunaan media sosial	41
Tabel 3.3 Hasil uji validitas <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO).....	41
Tabel 3.4 Hasil uji reliabilitas statistic intensitas penggunaan media sosial.....	43
Tabel 3.5 Hasil uji reliabilitas statistic <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO).....	43
Tabel 4.1 Jumlah Dosen Fakultas Dakwah.....	50
Tabel 4.2 Saya mengakses media sosial lebih dari 2 jam perhari.....	51
Tabel 4.3 Saya senang bermain media sosial karena banyak informasi yang saya gemari	52
Tabel 4.4 Saya mengakses media sosial pada saat makan/sedang diperjalanan/sedang perkuliahan berlangsung/saat berkumpul Dengan teman-teman.....	52
Tabel 4.5 Pada saat berkumpul dengan teman-teman saya cenderung lebih fokus mengakses media sosial daripada ngobrol bersama dengan mereka.....	53
Tabel 4.6 Sebelum saya tidur saya mengakses media sosial	54
Tabel 4.7 Saya merasa cemas pada saat handphone saya kehilangan Sinyal	54
Tabel 4.8 Saat saya mengakses media sosial, saya terlalu fokus sampai lupa akan sekitar	55
Tabel 4.9 Saya merasa banyak energi terkuras saat saya mengakses media sosial	55
Tabel 4.10 Saya lebih tertarik scrolling konten di media sosial daripada berbicara dengan teman saya.....	56
Tabel 4.11 Saya sangat menikmati waktu saya pada saat mengakses media sosial	56
Tabel 4.12 Saya terpengaruh membeli barang yang di promosikan lewat media sosial.....	57

Tabel 4.13 Saat membuka media sosial saya akan mencari tahu kegiatan orang lain melalui statusnya.....	58
Tabel 4.14 Menurut saya banyak manfaat ketika bermain media Sosial.....	58
Tabel 4.15 Saat bermain media sosial Mood saya berasa lebih baik.....	59
Tabel 4.16 Saya berdiskusi dengan teman-teman melalui media sosial.....	59
Tabel 4.17 Karena terlalu sibuk bermain media sosial, saya sampai lupa diri dan melalaikan kewajiban saya	60
Tabel 4.18 Saya melupakan teman yang di samping saya saat bermain media sosial	61
Tabel 4.19 Saya merasa sedih saat teman saya berkumpul tanpa kehadiran saya	61
Tabel 4.20 saya ingin terhubung dalam setiap kegiatan yang dilakukan individu lainnya di media sosial.....	62
Tabel 4.21 saya merasa gelisah disaat saya melihat teman-teman yang bersenang- senang berkumpul tanpa kehadiran saya.....	63
Tabel 4.22 saya merasa senang disaat saya memposting story untuk memberitahukan hal terkini mengenai saya di instagram	63
Tabel 4.23 saya merasa bukan sebuah keharusan untuk tetap terhubung dalam segala kegiatan yang dilakukan oleh teman/individu yang lain	64
Tabel 4.24 saya menghindari penggunaan media sosial untuk menjadi kegiatan stalking aktivitas teman.....	65
Tabel 4.25 saya mencari tahu apa yang terjadi/atau yang dilakukan oleh individu lain di media sosial.....	65
Tabel 4.26 saya merasa cemas ketika saya tidak dapat mengabadikan moment ..	66
Tabel 4.27 saya merasa cemas pada saat handphone saya tertinggal disaat saya bepergian.....	66
Tabel 4.28 pada saat bangun tidur saya langsung membuka media sosial untuk melihat informasi yang ada ataupun melihat kegiatan orang lain.....	67
Tabel 4.29 saya mengikuti hal yang sedang trend agar up to date.....	68

Tabel 4.30 pada saat sedang belibur saya cenderung untuk meng upload moment untuk saya bagikan ke media sosial milik saya.....	68
Tabel 4.31 pada saat sedang hangout saya berusaha untuk mendokumentasikan momen untuk saya upload ke media sosial saya	69
Tabel 4.32 saya merasa gelisah jika teman/individu lainnya lebih up to date dari pada saya.....	70
Tabel 4.33 saya merasa gelisah pada saat saya melewatkan kesempatan untuk dapat berkumpul dengan teman saya yang telah direncanakan.....	70
Tabel 4.34 Uji Normalitas	73
Tabel 4.35 Uji linearitas	74
Tabel 4.36 Uji Korelasi pearson product moment.....	75
Tabel 4.37 Uji Determinasi.....	76



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini, teknologi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kehidupan manusia di mana saja, termasuk di Indonesia. Pergerakan kehidupan manusia yang signifikan dari dunia nyata ke dunia maya disebabkan oleh teknologi. Adanya media sosial merupakan salah satu contoh kemajuan teknologi.

Menurut data Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemenkominfo), saat ini terdapat 63 juta pengguna internet di Indonesia. Sembilan puluh lima persen di antaranya mengakses jejaring sosial daring. Di Indonesia, YouTube merupakan jejaring media sosial terpopuler, dengan 93% pengguna, diikuti oleh WhatsApp (87%), dan Instagram (86%). Setiap platform memiliki sejumlah kemampuan, termasuk kemampuan untuk berbagi pesan, gambar, video, dan banyak lagi. Dengan banyaknya media sosial yang muncul dengan versi dan fungsi yang berbeda, orang-orang menjadi penasaran dan ingin mencoba dengan berbagai macam media sosial tersebut, dan mereka dengan mudah mendapatkan informasi, berita, hiburan dan hal-hal lainnya. Beberapa media sosial yang paling populer di kalangan masyarakat adalah whatsapp, instagram, facebook, Youtube dan TikTok.¹

Situs media sosial tertentu menyediakan prospek pekerjaan baru. Banyak selebgram menghasilkan uang dengan berbagi gambar dan video di media

¹KOMINFO, "Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang," https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker, (Diakses pada 26/05/2024).

sosial dengan banyak pengikut dan konten yang menarik. Contoh platform ini termasuk Instagram, Youtube, dan Tik Tok, yang merupakan pasar yang menarik bagi penggunanya meskipun faktanya platform tersebut hanya dapat diakses oleh teman-teman virtual mereka. Pengguna hanya perlu mempublikasikan postingan mereka secara konsisten dan meyakinkan untuk menjadi terkenal dan dikenal.

Menurut Abel, Buff & Burr *Fear of Missing Out* juga dapat dipahami sebagai perasaan tidak nyaman atau kehilangan yang muncul karena menyadari apa yang dilakukan orang lain dan meyakini bahwa aktivitas tersebut lebih berharga atau menyenangkan daripada aktivitas sendiri.² Menurut Przybylski FOMO dapat dikarakteristikan dengan keinginan untuk selalu terhubung dengan aktivitas yang dilakukan oleh orang lain.³

Menurut JWT (J. Walter Thompson) Intelligence FOMO dianggap sebagai sebuah penyakit bagi seseorang yang kecanduan terhadap media sosial, FOMO juga sering dikaitkan dengan masalah emosional dengan media sosial; orang yang mengalami FOMO cenderung menjadi gugup, mudah marah, dan merasa rendah diri atau superior saat menggunakan media sosial.⁴ Hal ini disebabkan perasaan tidak berharga dan tidak puas terhadap kehidupan sendiri akan

²Jessica P. Abel, Cheryl L. Buff, dan Sarah A. Burr, "Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment," *Journal of Business & Economics Research*, Vol. 14, No. 1, Januari 2016, hal. 35.

³Andrew K. Przybylski, Kou Murayama, Cody R. DeHaan, dan Valerie Gladwell, "Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out," *Computers in Human Behavior*, Vol. 29, No. 4, Juli 2013, hal. 1841-1848.

⁴JWT Intelligence, "Fear of Missing Out (FOMO)," *J. Walter Thompson Company*, New York, Maret 2012, hal. 4-8.

muncul saat seseorang meyakini bahwa orang lain memiliki kehidupan yang lebih memuaskan dan penting daripada dirinya.

Menurut Fathadhika & Afriani Perasaan sedih dan takut ketinggalan pembicaraan merupakan salah satu bentuk fenomena FOMO. FOMO dapat menyebabkan orang menggunakan media sosial lebih sering dan mengembangkan kecanduan media sosial. Dengan demikian, tingkat penggunaan media sosial yang tinggi dikaitkan dengan perasaan FOMO.⁵ Rasa takut ditinggalkan mendorong individu untuk terus mengikuti berita terkini dan membagikannya kepada teman-teman sehingga mereka tidak merasa ketinggalan. Hal ini terungkap melalui wawancara dengan responden.⁶

Dampak dari FOMO adalah orang tidak menikmati kebersamaan di dunia nyata, tidak memperhatikan lingkungan sekitar, terganggu saat tidur, terganggu saat makan, dan kehilangan barang-barang yang sudah dimiliki, menurut saya menjengkelkan. Sebuah studi oleh Reer dkk (2019) menemukan bahwa peningkatan penggunaan media sosial dapat menyebabkan perbandingan dengan kehidupan orang lain dan pengalaman FOMO, yang secara bersamaan dapat menyebabkan penurunan kesejahteraan pribadi.⁷

Adapun imbas yang di akibatkan oleh tingginya tingkat FOMO yang dialami oleh seseorang salah satunya yaitu hubungan yang terjadi dikehidupan

⁵ Salsabila Fathadhika dan Fatiya Afriani, "Social Media Engagement sebagai Mediator antara Fear of Missing Out dengan Kecanduan Media Sosial pada Remaja," *Jurnal Ilmiah Psikologi MIND SET*, Vol. 9, No. 1, Januari 2018, hal. 40.

⁶ Sarentya Fathadhika Dan Afriani, "Social Media Engagement Sebagai Mediator Antara Fear Of Missing Out Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Remaja", *Jurnal Psikologi Sains Dan Profesi*, <http://jurnal.unpad.ac.id/jpsp/article/download/18741/10385>, Vol. 2, No.3, 209 (Desember 2018).

⁷ Mainidar Sachiyati, Deni yanuar dan Uswatun Nisa, "Fenomena Kecanduan Media sosial (FOMO) Pada Remaja Kota Banda Aceh" (Mainidar Sachiyati 2023)", *Jurnal FISIP*, Vol. 8, no 4 (November 2023).

nyata menjadi renggang dikarenakan kurangnya perhatian dan kurangnya berkomunikasi, tingkat penggunaan smartphone semakin meningkat dan membuat seseorang semakin terjerat pada smartphone, tingkat kesejahteraan dan kepuasan hidup semakin menurun dan juga adanya perasaan dan emosi yang negative seperti bosan dan kesepian yang berkaitan dengan penggunaan media sosial.

Didalam islam sendiri FOMO sudah jelas dilarang dikarenakan FOMO akan berdampak terhadap Kesehatan mental, dengan rasa ketakutan, kekhawatiran dan kecemasan. Hasil observasi menunjukkan bahwa tingginya penetrasi media sosial di Indonesia dengan 95% dari 63 juta pengguna internet aktif mengakses jejaring sosial seperti YouTube (93%), WhatsApp (87%), dan Instagram (86 fenomena ketergantungan digital yang berkorelasi dengan gejala *Fear of Missing Out* (FOMO). Melalui pengamatan awal) (Kementerian Komunikasi dan Informatika, sebagaimana dikutip dalam latar belakang), telah menciptakan identifikasi bahwa pengguna media sosial mengalami kecemasan saat tidak dapat mengakses platform favorit mereka, menunjukkan perilaku kompulsif dalam memeriksa notifikasi, serta menghabiskan waktu berlebihan untuk memantau aktivitas orang lain demi menghindari perasaan "tertinggal". Kondisi ini berdampak signifikan pada kesejahteraan psikologis seperti gangguan tidur, penurunan kualitas interaksi sosial langsung, dan munculnya emosi negatif bahwa peningkatan penggunaan media sosial memicu perbandingan sosial dan pengalaman FOMO, sehingga menjadikan penelitian tentang hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan FOMO sangat

relevan dan mendesak untuk dikaji sebagai upaya preventif dalam mengatasi dampak negatif fenomena digital kontemporer ini.⁸

Berdasarkan hasil observasi peneliti bahwa banyak dari kalangan mahasiswa KPI Angkatan 2019 yang mengindikasikan dirinya terjerat dalam fenomena FOMO seperti halnya selalu membandingkan dirinya dengan orang-orang lain dikarenakan dirinya melihat story temennya di media sosial yang kelihatannya lebih menarik, selalu meniru gaya hidup orang lain seperti fashion, gaya berbicara, bahkan sampai memilih makanan dan minuman. Adapun dampak negatif yang akan ditimbulkan seperti kurangnya percaya diri dalam individu, mengabaikan potensi dan bakat yang dimiliki oleh dirinya sendiri. Artinya ia menjadikan standar hidup orang lain menjadi standar hidupnya sendiri. Hal ini dibuktikan melalui hasil observasi peneliti yang menunjukkan 20% dari kalangan mahasiswa KPI UIN KHAS Jember Angkatan 2019 mengalami gejala FOMO. Dari fenomena tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada Mahasiswa KPI UIN KHAS Jember Angkatan 2019.

Penelitian ini untuk mengukur intensitas penggunaan media sosial hanya menggunakan platform yang paling populer yaitu Whatsapp, Instagram dan Tiktok.

⁸ Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out V. *Computers in Human Behavior*, Oxford University Press, 29(4), 1841-1848, (2013).

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang muncul berdasarkan latar belakang tersebut adalah:

1. Bagaimana hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada mahasiswa KPI UIN KHAS Jember Angkatan 2019?

C. Tujuan Penelitian

Dengan demikian tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada mahasiswa KPI UIN KHAS Jember Angkatan 2019

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber rujukan bagi penelitian selanjutnya mengenai hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan *fear of missing out*. Temuan dan analisis dari penelitian ini dapat memberikan landasan yang kuat bagi penelitian lanjutan dalam bidang ini. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi secara keseluruhan dengan menggali lebih dalam mengenai intensitas penggunaan media sosial dengan *fear of missing out*, khususnya dikalangan mahasiswa.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Peneliti

Temuan penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengalaman langsung dalam melakukan penelitian ilmiah. Proses

penelitian akan melibatkan pengumpulan, analisis, dan penafsiran data untuk memperoleh wawasan dan pemahaman baru mengenai hubungan antara intensitas media sosial dan FOMO. Dengan pengetahuan ini, diharapkan penelitian ini akan membantu masyarakat, khususnya mahasiswa, dalam menggunakan media sosial dengan lebih bijak. Dengan pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan *Fear of Missing Out*, diharapkan penelitian ini dapat mendorong individu untuk lebih selektif dalam penggunaan media sosial.

b. Bagi Mahasiswa

Menurut temuan penelitian ini, mahasiswa KPI harus mendapatkan wawasan baru tentang pentingnya menggunakan media sosial secara bertanggung jawab untuk menghindari FOMO, yang bisa berbahaya. Dengan pengetahuan baru ini, mahasiswa harus menjadi lebih sadar akan efek negatif potensial dari penggunaan media sosial. Mereka akan diberikan informasi tentang bahaya FOMO yang dapat memicu terjadinya stress, depresi yang dapat mengganggu masalah psikologis kita.

c. Bagi Instansi

Peneliti ini dapat menjadi referensi bagi perpustakaan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan konsep komunikasi masa kini dengan menghubungkan intensitas Media Sosial

dengan *Fear of Missing Out (FOMO)* Pada mahasiswa KPI UIN KHAS Jember.

E. Ruang Lingkup Penelitian

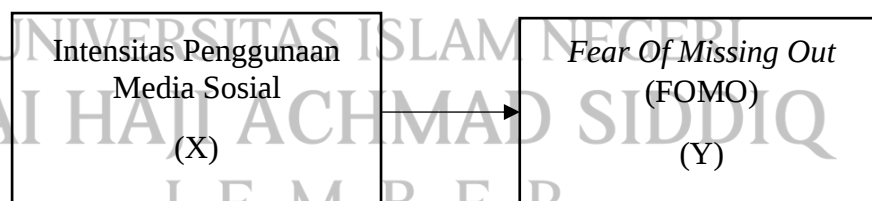
1. Variabel Penelitian

- a) Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi, menyebabkan, atau menimbulkan variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebas di simbolkan dengan huruf X.
- b) Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau disebabkan oleh keberadaan variabel bebas.⁹ Dalam penelitian ini variabel terikat disimbolkan dengan huruf Y.

Variabel yang terdapat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel bebasnya (X) Intensitas penggunaan Media Sosial
- b. Variabel terikatnya (Y) adalah Fear Of Missing Out (FOMO)

Tabel 1.1
Variabel Penelitian



2. Indikator Variabel

Indikator variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Indikator variabel bebas meliputi:

Menurut Fauzi menyebutkan ada enam indikator intensitas yaitu:

⁹ I Made Laut Mertha Jaya, "Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif," , 62 (Yogyakarta : QUADRANT, 2020).

a. Durasi kegiatan

Adalah batas waktu seberapa lama seseorang dalam menjalankan suatu aktivitas

b. Frekuensi kegiatan

Frekuensi didefinisikan sebagai keseringan atau kejarangan dalam melakukan sesuatu dalam periode tertentu

c. Presentasi

Presentasi disini dapat diartikan sebagai hasrat yang ingin dituju dengan aktifitas yang dijalankan. Hal ini dapat diketahui dari alasan yang mendasari seseorang menggunakan media sosial.

d. Arah sikap

Sikap dapat diartikan bagaimana cara seseorang dapat merespon suatu hal yang bersifat baik maupun buruk dengan perilaku, bentuk yang buruk akan dibenci, dijauhi dan dihindari.

Bentuk yang baik cenderung lebih disenangi dan didekati.

e. Minat

Minat akan muncul Ketika apa yang dibutuhkan atau apa yang ditekuninya memiliki makna tersendiri yang membuatnya tertarik. Hal ini memberikan gambaran bahwa seseorang yang tertarik terhadap hal tertentu akan melakukannya secara berkesinambungan bahkan sampai mengabaikan sekitarnya.¹⁰

¹⁰ Fauzi, D.A”Hubungan Intensitas Penggunaan Situs Jejaring Sosial Dengan Empati Pada Remaja Siswa XI SMA Negeru 10 Pekanbaru”, *Skripsi Fakultas Psikolog* 9-26 (2019).

2) Indikator variabel terikat meliputi:

Menurut Przybylski ada 3 indikator *Fear Of Missing Out* (FOMO) yaitu:

a. Kekhawatiran

Kekhawatiran dalam konteks FOMO merujuk pada perasaan gelisah atau tidak tenang karena kemungkinan tertinggal informasi penting atau tidak dapat mengikuti aktivitas sosial yang dilakukan orang lain, terutama di media sosial.

b. Ketakutan

Ketakutan dalam FoMO adalah perasaan takut secara emosional akan ketinggalan tren, acara, atau kesempatan sosial yang dialami oleh orang lain. Ini merupakan bentuk ketakutan kehilangan koneksi sosial atau tidak dianggap "ikut dalam lingkaran".

c. Kecemasan

Kecemasan dalam konteks FOMO adalah kondisi psikologis berupa rasa tegang, gelisah, atau tidak nyaman yang muncul akibat tidak bisa mengakses atau mengetahui apa yang terjadi di media sosial. Ini bisa berujung pada dorongan kompulsif untuk terus mengecek notifikasi atau feed.¹¹

¹¹ Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. . Motivational, emotional, and behavioral correlates of *fear of missing out*. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848, (2013).

F. Definisi Operasional

1. Intensitas penggunaan media sosial

Intensitas merupakan suatu usaha seseorang atau suatu individu untuk melakukan suatu tindakan tertentu, intensitas penggunaan media sosial adalah ukuran secara kuantitatif yang mengarah kepada keinginan seseorang untuk mengakses atau menggunakan media sosial.¹² Intensitas penggunaan media sosial ialah seberapa banyak waktu seorang habiskan Ketika menggunakan media sosial atau tingkat keseringan individu dalam menggunakan media sosial yang dilandasi rasa senang dengan kegiatan yang dilakukan pada jangka waktu tertentu.

2. *Fear of Missing Out* (FOMO)

Fear of Missing Out (FOMO) adalah perasaan takut dan cemas yang dialami seseorang karena menganggap Ketika seseorang tersebut tidak ikut andil atau hadir didalam suatu aktivitas atau kegiatan, sehingga timbul suatu dorongan untuk selalu aktif untuk menggunakan media sosial dan selalu ingin mengetahui aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh orang lain. FOMO bisa dikatan sebagai kondisi dimana seseorang merasakan khawatir jikalau dirinya tidak ikut andil dalam kegiatan atau aktivitas orang lain.¹³

¹² Ryska roska oktavia, "Josep hutty pardamean malau, diny atrizka dan dearni cintya dewi" (Ryska Roska Oktavia 2020)", *Jurnal Psikologi dan Kesehatan*, vol. 1 No. 3, 185, (2020).

¹³ Imroatus solikha, "Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan fear Of Missing Out (FOMO) Pada siswa SMPN X", *Skripsi Universitas Islam Sultan Agung*, 9 (2022).

3. KPI UIN KHAS Jember

KPI (komunikasi dan penyiaran islam) UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember merupakan suatu Lembaga perguruan tinggi yang didalamnya terjadi proses belajar mengajar dan administrasi berlangsung.¹⁴

G. Asumsi Penelitian

Asumsi terhadap penelitian ini adalah bahwa intensitas penggunaan media sosial dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap *Fear of Missing Out*, hal ini dikarenakan banyaknya konten di media sosial yang menyajikan atau menunjukkan mereka sedang melakukan hal-hal yang menyenangkan atau memiliki pengalaman yang menarik, sehingga bisa membuat seseorang merasa seperti kehilangan momen penting dan mendorong seseorang untuk melakukannya juga.

H. Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ha: Terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan *Fear of Missing Out* pada mahasiswa KPI UIN KHAS Jember Angkatan 2019.
2. Ho: Tidak terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan *Fear Of Missing Out* pada mahasiswa KPI UIN KHAS Jember.

Hipotesis ini akan diuji melalui pengumpulan data empiris dalam penelitian untuk melihat apakah terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media

¹⁴ <https://kbbi.web.id/kampus>

sosial dengan *Fear of Missing Out* pada mahasiswa KPI UIN KHAS Jember Angkatan 2019.

I. Sistematika Pembahasan

Dalam pembahasan ini, sistematika yang dilakukan oleh penulis terbagi atas 5 bab yang akan diikuti oleh beberapa sub bab. Pembagiannya adalah :

BAB I PENDAHULUAN, bagian tersebut berisi sub bab, meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, definisi penelitian, definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, metode dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, bagian tersebut berisi sub bab, meliputi penelitian terdahulu dan kajian teori.

BAB III METODE PENELITIAN, bagian tersebut berisi sub bab, meliputi pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik dan instrument pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS, bagian tersebut berisi sub bab, meliputi gambaran obyek penelitian, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP, bagian tersebut berisi sub bab, meliputi kesimpulan dan saran-saran. Bab ini adalah bagian terakhir karena sudah membahas penarikan kesimpulan tentang hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Dalam menjalankan penulisan pada skripsi dengan judul “Hubungan Intensitas penggunaan media sosial dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada mahasiswa KPI UIN KHAS Jember angkatan 2019” Penulis merangkum esensi dari upaya penelitian terdahulu dalam bidang ini:

1. Penelitian yang ditulis oleh Salwa Nafisa dan Ilma Kusuma Salim, 2022 dengan judul “Hubungan Antara *Fear of Missing Out* Dengan Kecanduan Media Sosial”. Hasil penelitian ini adalah terhadap hubungan positif secara signifikan antara *Fear of Missing Out* dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa Universitas Islam Riau, Kontribusi efektif variabel kecanduan media sosial adalah 0,092, yang menunjukkan bahwa kecanduan media sosial secara aktif berkontribusi 9,2% terhadap variabel *Fear of Missing Out*, dengan bagian yang tersisa dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak kecanduan untuk media sosial, semakin besar *Fear of Missing Out*.¹⁶

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah variabel bebas dalam penelitian tersebut adalah *Fear of Missing Out* sedangkan variabel bebas peneliti adalah intensitas penggunaan media sosial dan juga subjek penelitian peneliti mengerucut kepada mahasiswa KPI UIN KHAS Jember.

¹⁶ Salwa Nafisa dan Ilma Kusuma Salim, "Hubungan Antara Fear of Missing Out dengan Kecanduan Media Sosial," *Journal of Education, Psychology and Counseling* 4, no. 37 (2022): 14810-14818, <https://doi.org/10.22216/jbe.v7i2.650>.

2. Penelitian yang ditulis oleh Lita Rahma Aryati dan Lilim Halimah, 2021 dengan judul “Pengaruh FOMO (*Fear of Missing Out*) Terhadap Adiksi Media Sosial Instagram Pada Wanita *Emerging Adulthood*”. Menurut temuan penelitian ini, ada korelasi yang signifikan antara kecanduan media sosial FOMO dan Instagram pada wanita *Emerging Adulthood*, dengan dampak 34,1% dari faktor-faktor FOMO pada variabel kecanduan media sosial.¹⁷ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah variabel bebas dalam penelitian tersebut adalah *Fear of Missing Out* sedangkan variabel bebas peneliti adalah intensitas penggunaan media sosial dan juga subjek penelitian tersebut lebih fokus kepada Wanita *emerging adulthood* sedangkan subjek peneliti lebih fokus ke mahasiswa KPI UIN KHAS Jember.
3. Penelitian yang ditulis oleh Tabita Laurenchia Lahia, Selvianus Salakay dan Antasari Bandjar, 2022 dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku *Fear Of Missing Out* (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2018-2020 Universitas Pattimura)”. Menurut temuan penelitian, 33,5% perilaku *Fear Of Missing Out* responden dipengaruhi oleh penggunaan Instagram, sementara 66,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak terkait dengan penelitian.¹⁸ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah variabel

¹⁷ Lita Rahma Aryati dan Lilim Halimah, "Pengaruh FOMO (Fear of Missing Out) Terhadap Adiksi Media Sosial Instagram Pada Wanita *Emerging Adulthood*," *Jurnal Psikologi Insight* 5, no. 1 (2021): 85-102, <https://doi.org/10.17509/insight.v5i1.32164>.

¹⁸ Tabita Laurenchia Lahia, Selvianus Salakay, dan Antasari Bandjar, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku *Fear Of Missing Out* (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2018-2020 Universitas Pattimura)," *JURKOM: Jurnal Riset Komunikasi* 5, no. 1 (2022): 68-79, <https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i1.458>.

penelitian ini lebih fokus kepada media sosial Instagram sedangkan variable bebas penelitian peneliti mencakup keseluruhan media sosial.

4. Penelitian yang ditulis oleh Nadia Gita Aresti, Triyono Lukmantoro dan Nurist Surayya Ulfa, 2023 dengan judul “Pengaruh Tingkat *Fear Of Missing Out* dan Tingkat Pengawasan Orang Tua Terhadap Tingkat Kecanduan Penggunaan TikTok Pada Remaja”. Berdasarkan hasil penelitian ini, tingkat kecanduan TikTok pada remaja dan tingkat FOMO memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat FOMO memiliki pengaruh terhadap kecanduan TikTok pada remaja. Sebaliknya, tingkat pengawasan orang tua dan tingkat kecanduan remaja terhadap penggunaan TikTok memiliki nilai signifikansi sebesar 0,231 yang lebih besar dari 0,05 dan menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak signifikan. Dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan antara tingkat pengawasan orang tua dengan tingkat kecanduan remaja terhadap penggunaan media sosial TikTok.¹⁹ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah terdapat dua variable bebas pada penelitian ini yakni *Fear of Missing Out* (FOMO) dan tingkat pengawasan orang tua sedangkan variable bebas peneliti hanya satu yakni intensitas penggunaan media sosial.

5. Penelitian yang ditulis oleh Abdul Mutib, 2023 dengan judul “Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok Dengan Fenomena *Fear Of*

¹⁹Nadia Gita Aresti, Triyono Lukmantoro, dan Nurist Surayya Ulfa, "Pengaruh Tingkat Fear Of Missing Out dan Tingkat Pengawasan Orang Tua Terhadap Tingkat Kecanduan Penggunaan TikTok Pada Remaja," *Interaksi Online* 11, no. 4 (2023): 330-341, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/37976>.

Missing Out (FOMO) Pada Remaja Awal”. Temuan penelitian ini mendukung gagasan bahwa terdapat korelasi positif antara fenomena *Fear Of Missing Out* (FOMO) pada remaja awal dengan tingkat penggunaan media sosial TikTok. Variabel Intensitas penggunaan media sosial TikTok terhadap FOMO memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, dengan nilai kurang dari 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel tersebut signifikan. Maka variabel tersebut menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel intensitas penggunaan media sosial TikTok (X) dengan Variabel (Y) *Fear Of Missing Out* (FOMO).²⁰ Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah subjek penelitian ini yakni pada remaja sedangkan subjek penelitian peneliti lebih spesifik pada mahasiswa KPI UIN KHAS Jember.

B. Kajian Teori

1. Teori Utama

Dalam penelitian ini teori yang dipakai adalah *uses and gratifications*. Teori ini menjelaskan bahwa individu secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seperti kebutuhan informasi, hiburan, identitas pribadi, dan interaksi sosial.¹ Dalam konteks media sosial, mahasiswa menggunakan platform seperti Instagram, TikTok, WhatsApp, dan lainnya untuk:

- Mengetahui informasi terbaru,

²⁰ Abdul Mutib, "Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok Dengan Fenomena Fear Of Missing Out (FOMO) Pada Remaja Awal," *Jurnal Psikologi Perseptual* 8, no. 1 (2023): 65-79, <https://doi.org/10.24176/perseptual.v8i1.8492>.

- a. Berinteraksi dengan teman atau komunitas,
- b. Menunjukkan eksistensi diri,
- c. Dan mencari hiburan.

Namun, semakin sering atau intens seseorang menggunakan media sosial, maka semakin besar pula peluang munculnya kebutuhan psikologis baru, termasuk dorongan untuk selalu terkoneksi agar tidak merasa tertinggal dari aktivitas sosial yang dilakukan orang lain. Inilah yang menjadi cikal bakal munculnya fenomena Fear of Missing Out (FOMO).²¹

2. Teori Pendukung

Teori pendukung dalam penelitian ini adalah teori Perbandingan Sosial (*Social Comparison Theory*) Teori ini dikemukakan oleh Leon Festinger pada tahun 1954, yang menyatakan bahwa individu memiliki kecenderungan alami untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain sebagai cara mengevaluasi diri sendiri.²²

Di era digital, media sosial menjadi ruang utama berlangsungnya proses perbandingan sosial ini. Mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial sering kali membandingkan pencapaian, gaya hidup, dan interaksi sosial mereka dengan yang ditampilkan oleh teman-temannya. Ketika mereka merasa lebih rendah atau tertinggal dari orang lain, maka timbullah perasaan tidak nyaman dan kecemasan sosial yang dapat mengarah pada FOMO.

²¹ Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch, *Uses and Gratifications Research*, Public Opinion Quarterly, Vol. 37, No. 4 (1974), hlm. 509–523.

²² Leon Festinger, *A Theory of Social Comparison Processes*, Human Relations, Vol. 7, No. 2 (1954), hlm. 117–140.

3. Pengertian Intensitas Penggunaan Media Sosial

Media sosial merupakan media *online* komunikasi yang paling banyak digunakan saat ini, terutama untuk kalangan Mahasiswa. Penggunaan media sosial dirancang untuk berinteraksi, berbagi dan saling terhubung dengan orang lain. Platform media sosial ada banyak, diantaranya yang sangat mudah dijangkau adalah Instagram, Facebook, TikTok, Telegram, Whatsapp dan masih banyak yang lainnya.

Menurut dave karpen dalam bukunya yang berjudul *likeable social media*, bahwa media sosial adalah tempat dari kumpulan video, gambar yang mengandung informasi, dan adanya hubungan interaksi dalam suatu jaringan antar individua atau kelompok.²³

Menurut Antony Mayfield, media sosial adalah segala bentuk media yang membuatnya mudah untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan peran. Hal tersebut termasuk blog, jejaring sosial, ensiklopedi dan wiki online, forum virtual, dan dunia virtual (dengan karakter 3D dan avatar).²⁴

Media sosial, menurut Phili P. Kevin, adalah cara bagi orang untuk mengkomunikasikan konten tekstual, foto, video, dan audio dengan orang lain, bisnis, dan intensitas lainnya.²⁵

²³ Dave Kerpen, *Likeable Social Media: How to Delight Your Customers, Create an Irresistible Brand, and Be Generally Amazing on Facebook (and Other Social Networks)*, (New York: McGraw-Hill, 2011), hal. 6.

²⁴ Antony Mayfield, What is Social Media? diakses dari http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_icrossing_ebook.pdf (iCrossing, 2008).

²⁵ Arum Wahyuni purbohastuti, "Efektivitas Media Sebagai Media promosi" *Ekonomika, Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi | Purbohastuti | Tirtayasa Ekonomika (untirta.ac.id)*, 12^o No. 2, : 214 (2017).

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia intensitas adalah suatu keadaan tingkatan atau ukuran intensnya.²⁶ Sementara itu, Chaplin dan Yuzi Akbari mendefinisikan intensitas dalam tiga makna: (1) sebagai karakteristik kuantitatif dari perasaan yang terhubung dengan kekuatan stimulannya; (2) sebagai kekuatan di balik perilaku atau pengalaman; dan (3) sebagai kekuatan yang menopang sikap atau perspektif.²⁷

Yanica menegaskan bahwa intensitas adalah tindakan seseorang yang memiliki kontak yang ketat dengan perasaan, dan bahwa kenikmatan kegiatan dapat memotivasi individu untuk sering terlibat di dalamnya.²⁸

Dengan demikian Intensitas penggunaan media sosial dapat diartikan seberapa banyak waktu seorang habiskan Ketika menggunakan media sosial atau tingkat keseringan individu dalam menggunakan media sosial yang dilandasi rasa senang dengan kegiatan yang dilakukan pada jangka waktu tertentu.

4. Fungsi Media Sosial

Orang-orang kebanyakan menggunakan media sosial untuk berbagi dan terlibat. Komunikasi sosial merupakan tujuan umum lainnya dari media sosial. Hal ini dikarenakan media sosial mudah digunakan, yang dapat diakses dari mana saja dan kapan saja. Kita dapat dengan mudah

²⁶ KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), *Kamus Online* (28 Desember 2016).

²⁷ Yuzi Akbari, "Hubungan Intensitas Penggunaan Sosial Media terhadap Perilaku Belajar Mata Pelajaran Produktif pada Siswa Kelas XI Jasa Boga di SMK 3 Klaten" (*Skripsi Sarjana, Fakultas Teknik UNY, 2016*), h. 11

²⁸ Amalia Assyifa Rahman, "Pengaruh Intensitas Mengakses Media Sosial Terhadap sikap Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Melalui Akun Instagram Millencyrus" (*skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019*), 13.

berhubungan dengan orang-orang di seluruh dunia berkat media sosial. Media sosial dibuat untuk melayani tujuan tertentu bagi para penggunanya. Tugasnya meliputi:

- a. Mengubah percakapan yang dulunya satu arah dari satu lembaga ke banyak audiens menjadi dialog di antara para pengguna.
- b. Mengubah orang menjadi penulis pesan setelah mereka awalnya hanya menjadi pengguna.
- c. Sebagai sarana hiburan.
- d. Sebagai alat mobilisasi, mempromosikan tujuan-tujuan masyarakat dalam berbagai domain, seperti politik, ekonomi, agama, dan lain-lain.

3. Ciri- Ciri Media Sosial

- a. Dibandingkan dengan media lain, pesan biasanya tersampaikan lebih cepat.
- b. Pengiriman pesan bersifat gratis dan tidak perlu melewati *Gatekeeper*.
- c. Menjadikan seseorang sebagai aktor juga kreator dengan pengguna bisa beraktualisasi diri.
- d. Konten yang dibagikan dapat di terima secara *online* dalam kurun waktu yang cepat atau bisa juga tertunda tergantung waktu interaksi yang berlangsung oleh pengguna.
- e. Pesan ataupun konten disampaikan secara *online* juga langsung.

- f. Media sosial memiliki beberapa fitur yang bermanfaat, termasuk grup, hubungan, status, identifikasi, dan banyak lagi.²⁹

4. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Intensitas Penggunaan media sosial

Menurut Rubin, kesenangan, kebutuhan untuk koneksi sosial, pelarian, relaksasi, dan kemampuan untuk mengumpulkan pengetahuan merupakan unsur-unsur yang memengaruhi seberapa intens orang menggunakan media sosial.³⁰

Sementara itu, Casdari menggarisbawahi bahwa terdapat beberapa faktor memengaruhi seseorang menggunakan media sosial, seperti:

a. Faktor kebutuhan dari dalam

Faktor psikologis manusia, khususnya kebutuhan berafiliasi, terkait dengan komponen kebutuhan internal. Kebutuhan manusia akan hubungan yang intim dengan orang lain dikenal sebagai afiliasitas.

b. Faktor motif sosial

Orang lain atau lingkungan sekitarnya, seperti sikap siswa terhadap konformitas teman sebaya, juga dapat berdampak pada seberapa intens mereka menggunakan media sosial.

c. Faktor emosional

²⁹ Yuzi Akbari, "Hubungan Intensitas Penggunaan Sosial Media terhadap Perilaku Belajar Mata Pelajaran Produktif pada Siswa Kelas XI Jasa Boga di SMK 3 Klaten" (*Skripsi Sarjana, Fakultas Teknik UNY, 2016*), h. 11

³⁰ Rubin, Alan M. "Uses of Daytime Television Soap Operas by College Students." *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 29, no. 3, 1985, hal. 241-258.

Intensitas penggunaan media sosial juga dapat dipengaruhi oleh unsur emosional. Misalnya, seorang mahasiswa mungkin mengulang penggunaan media yang membuatnya merasa senang.³¹

Sementara itu, Shatuti mengklaim bahwa elemen-elemen berikut dapat memengaruhi seberapa banyak seseorang menggunakan media sosial:

a. Emotional coping

Kebosanan, kesepian, dan keterasingan sering kali teralihkan, bersama dengan ketegangan, relaksasi, kemarahan, dan frustrasi. Seiring berjalannya waktu, intensitas penggunaan media sosial akan meningkat karena beberapa faktor yang menjadikan media sosial sebagai tempat untuk mengalihkan perhatian.

b. Keluar dari dunia nyata

Sementara waktu, seseorang mungkin melarikan diri dari kenyataan nyata yang tidak sesuai dengan harapannya. Ada banyak kegiatan menyenangkan di media sosial yang dapat membuat seseorang terhibur. Hal tersebut adalah salah satu elemen yang dapat memengaruhi penggunaan media sosial.

c. Lingkungan

Lingkungan yang dapat Memuaskan kebutuhan sosial dan komunikasi interpersonal.³²

³¹ Casdari, Rahmad. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Mahasiswa." *Jurnal Psikologi*, vol. 14, no. 2, 2018, hal. 135-142.

Youthful mengungkapkan bahwa ada beberapa faktor terjadinya perilaku kecanduan web, di antaranya adalah:

a. Akses Internet yang bebas dan unlimited

Seorang mendapat kesempatan untuk mengakses internet tanpa batasan saat mereka berada di area yang memiliki hotspotzone. Hal ini memungkinkan seseorang untuk terlibat dalam aktivitas daring yang lebih intens.

b. Banyaknya waktu luang

Rata-rata orang menghabiskan 12–16 jam seminggu di lingkungan sekitar. Waktu luang seseorang dapat dihabiskan untuk membaca, belajar, bermain dengan teman, atau menjelajahi tempat-tempat baru di luar ruangan. Namun, beberapa pelajar saat ini telah melupakan hal-hal ini dan kini menghabiskan sebagian besar waktu luang mereka untuk terlibat dalam aktivitas daring.

c. Pengalaman baru tanpa kontrol dari orang tua

Orang tua memiliki sedikit kendali atas lingkungan internet, menyebabkan para remaja menghabiskan sepanjang malam terlibat dalam ruang obrolan atau kegiatan edukatif dengan teman-teman tanpa ada orang tua yang keberatan.

d. Tidak ada satu pun yang memeriksa atas apa yang mereka katakan atau lakukan secara daring.

³²Muna, Resti Fauzul. "Penggunaan Media Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensitasnya pada Remaja." *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Perkembangan*, vol. 3, no. 2, 2006, hal. 142-156.

Ketika individu berada di lingkungan kerja, sekolah atau kampus, terdapat seseorang yang memiliki kewajiban untuk memantau atau mengawasi setiap kegiatan tersebut. Namun di sisi lain, aktivitas internet mungkin luput dari pengawasan saat anak-anak melakukannya.

e. Ancaman sosial atau pengasingan diri

Beberapa anak tidak berpikir mereka tidak dapat bergabung dengan sekelompok teman di lingkungan tempat tinggalnya, tetapi ketika mereka mencoba bergabung dengan sekelompok teman di dunia virtual, mereka dapat memperoleh lebih banyak teman dengan lebih mudah, dan situs jaringan pertemanan di media sosial atau dunia maya dapat membantu mereka mengatasi emosi negatif seperti kemarahan, kecemasan, dan depresi yang disebabkan oleh masalah-masalah mereka.³³

5. Jenis-Jenis Media sosial

Menurut Nasullah, jenis-jenis media sosial setidaknya dapat dilihat dalam beberapa kategori umum.

a. Media jejaring sosial

merupakan media yang paling sering digunakan. Pengguna biasanya menggunakan media ini untuk menjalin hubungan sosial. Setiap pengguna memiliki kesempatan untuk membentuk jaringan pertemanan, baik yang dikenal maupun tidak, dan saling

³³Youthful Research Group. "Internet Addiction in Adolescents: Risk Factors and Prevention Strategies." *International Journal of Adolescent Health*, vol. 12, no. 4, 2007, hal. 218-233.

mengenal di dunia nyata.³⁴ Contoh jaringan yang banyak digunakan adalah Instagram dan Facebook.³⁵

b. Jurnal Online (Blog)

Blog merupakan media sosial dimana penggunanya dapat mengunggah aktivitas sehari-harinya. Bagikan atau komentari tautan web lain, informasi, dll. Media sosial secara umum dikategorikan menjadi dua bidang. Beranda pribadi pemilik, tempat ia menggunakan nama domainnya sendiri (misalnya, .com atau .net), dan bagian kedua yang didedikasikan untuk fungsi tersebut. Situs web seperti WordPress dan Blogspot menawarkan weblog gratis.

c. Jurnal Online Sederhana atau Mikroblog

Mikroblog, suatu bentuk media sosial yang memungkinkan pengguna untuk menulis dan berbagi tindakan dan pikiran mereka, mirip dengan jurnal daring atau blog. Twitter adalah contoh mikroblog yang paling banyak digunakan.

d. Berbagi Media (Media Sharing)

Situs berbagi media adalah jenis media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi media seperti dokumen (file), video, file audio, dan gambar. Contoh media tersebut adalah: Youtube, Flickr, Foto - Bucket atau Snapfish.

e. Bookmark Sosial (Social Bookmarking)

³⁴ Ahmad setiadi, "Pemanfaatan media sosial,"3.

³⁵ Muhtar (2023), "7 media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia" Diakses pada 04/24/2024, [Ini 7 Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia - UICI](#)

Social Bookmarking merupakan salah satu alat media sosial untuk mengelola, mengatur, menyimpan, dan mengambil data dan komunikasi tertentu secara daring. Delicious.com, Reddit.com, Digg.com, dan stumbleUpon.com adalah situs web social bookmarking yang terkenal. LintasMe adalah situs web yang ada di Indonesia.

f. Media Konten Bersama atau Wiki

Konten di situs media sosial ini merupakan hasil partisipasi pengguna. Wiki memberi pengguna akses ke sejarah, materi referensi, definisi kata, dan tautan, seperti yang dilakukan kamus dan ensiklopedia. Kenyataannya, frasa tersebut dibuat oleh pengunjung, yang menunjukkan bahwa setiap pengunjung bekerja sama untuk menyelesaikan konten situs web.³⁶

6. Pengertian *Fear Of Missing Out*

Przybylski mendefinisikan FOMO sebagai rasa kegelisahan atau disorientasi yang disebabkan oleh menjadi sadar akan kegiatan orang lain dan percaya bahwa hal itu lebih berharga dan menyenangkan daripada milik dirinya sendiri.³⁷ Przybylski menyebutkan FOMO dikarakteristikan dengan keinginan untuk selalu

³⁶ Ahmad setiadi, "Pemanfaatan media sosial,"3.

³⁷ Andrew K. Przybylski, Kou Murayama, Cody R. DeHaan, dan Valerie Gladwell, "Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out," Computers in Human Behavior 29, no. 4 (2013): 1841-1848, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>.

terhubung dengan aktivitas yang dilakukan oleh orang lain.³⁸ Dengan kata lain, Fomo merupakan keinginan untuk mengikuti tindakan orang lain yang dibagikan di media sosial dan perbandingan hidupnya yang konstan dengan orang lain. Song mengklaim bahwa mereka yang mengalami FOMO ingin tahu tentang segala sesuatu yang terjadi di lingkungan mereka.³⁹

7. *Aspek-aspek Fear of Missing Out*

Menurut Przybylski, *Fear of Missing Out* (FOMO) memiliki beberapa aspek, antara lain:

a. Self

Self adalah kebutuhan psikologis yang terkait dengan kompetensi dan otonomi. Kemampuan individu untuk membuat keputusan sendiri dikenal sebagai otonomi. Sebaliknya, kompetensi adalah keyakinan bahwa seseorang atau individu dapat melakukan secara efektif dan efisien. Orang sering menggunakan internet untuk berkomunikasi dengan orang lain dan mendapatkan berbagai informasi ketika tuntutan psikologisnya tidak terpenuhi.

b. Relatedness

Adalah kebutuhan seseorang untuk terus terlibat atau merasa terlibat dan terhubung dengan orang lain. Ketika

³⁸ Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V.. Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 2013 1841-1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>

³⁹ Xianjin Song, Xiaofeng Zhang, dan Yongqiang Zhao, "Self-Disclosure and FOMO in the Mobile Social Media Environment: The Mediating Effects of Self-Presentation and Social Anxiety," *Mobile Information Systems* 2021 (2021): 1-12, <https://doi.org/10.1155/2021/6631307>.

persyaratan tersebut tidak terpenuhi, orang mulai merasa gugup dan menggunakan media sosial dan internet untuk melihat apa yang dilakukan orang lain.

Sedangkan menurut JWT Intelligence, aspek FOMO adalah:

a. Membandingkan diri dengan teman

Membandingkan diri dengan teman atau orang lain secara terus-menerus dapat menimbulkan emosi negatif. Dan dapat menjatuhkan mental seseorang.

b. Dikucilkan

Perasaan negatif muncul jika teman dan orang yang dicintai tidak mengundang atau berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Karena orang tersebut nantinya akan merasa tidak dianggap oleh teman dan teman yang ia cintai.

c. Pengalaman yang Terlewatkan

Melewatkan suatu kegiatan atau peristiwa menimbulkan emosi negatif. Seperti merasa menyesal karena sudah melewati momen yang mungkin menurut mereka berkesan.

d. Keterpaksaan

Adalah perbuatan mengecek berulang-ulang perbuatan orang lain karena takut ketinggalan informasi terkini. Rasa tidak mau ketinggalan terhadap apa yang orang lain lakukan sehingga

mereka secara terpaksa untuk selalu mengecek apa yang orang lain perbuat.⁴⁰

8. *Faktor-faktor yang mempengaruhi Fear Of Missing Out*

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi *fear of missing out* (FOMO) antara lain:

a. Kebutuhan hubungan secara psikologis tidak terpenuhi

Kebutuhan akan hubungan dan keterhubungan berfokus pada keinginan individu untuk terhubung dan berinteraksi dengan orang lain, untuk bergabung atau berpartisipasi dalam suatu kelompok, dan untuk merasa dicintai, diperhatikan, dan dihargai. Przybylski menyatakan bahwa orang yang memiliki sekelompok teman cenderung memiliki tingkat FOMO yang lebih tinggi.⁴¹

b. Penggunaan media sosial

Masyarakat di generasi digital saat ini lebih cenderung berkomunikasi satu sama lain secara daring melalui media sosial daripada secara langsung. Alt, D. menegaskan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan dapat membuat orang merasa FOMO.⁴²

⁴⁰ JWT Intelligence. "Fear of Missing Out (FOMO)." JWT Intelligence Report, J. Walter Thompson Company, 2012, hal. 4-7.

⁴¹ Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. . Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 2013, 1841-1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>

⁴² Alt, D. . College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, (2015)111-119. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.057>

c. Motivasi

FOMO lebih umum terjadi pada mereka yang tidak puas dengan tuntutan psikologis dasar mereka, seperti kompetensi, otonomi, dan keterlibatan sosial.

d. Pengaruh usia dan gender

Berdasarkan penelitian John Walter Thompson (JWT) *Intelligence*, pria Amerika lebih rentan mengalami FOMO di media sosial. Fakta bahwa individu muda dan pria biasanya mengalami tingkat FOMO yang lebih tinggi daripada wanita konsisten dengan hal ini. Hal ini juga berdasarkan penelitian yang menemukan bahwa remaja yang lahir antara tahun 2000 hingga 2001 mengalami FOMO hingga 7,6%.⁴³

9. Indikator *Fear Of Missing Out*

Menurut Przybylski ada tiga indikator *Fear of Missing Out* (FOMO) antara lain:

a. Ketakutan

Ketakutan ialah ketika seseorang merasa terancam, baik saat ia terlibat dalam suatu pengalaman, peristiwa, atau komunikasi dengan orang lain atau tidak.

⁴³JWT Intelligence. (2012). Fear of Missing Out (FOMO). JWTIntelligence. <https://www.slideshare.net/jwtintelligence/the-fear-of-missing-out-fomo-march-2012-update>

b. Kekhawatiran

Tidak adanya kekhawatiran membuat keadaan menjadi tidak menyenangkan dan membuat seseorang merasa seolah-olah seseorang telah kehilangan interaksi sosial.

c. Kecemasan

Kecemasan merupakan pengalaman tidak menyenangkan yang muncul selama berinteraksi, baik terkait dengan suatu peristiwa, pengalaman, atau wacana dengan individu lain maupun tidak.⁴⁴

10. Kerangka Berpikir

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan Fear of Missing Out (FOMO) pada mahasiswa KPI UIN KHAS Jember angkatan 2019. Untuk memahami hubungan tersebut, digunakan dua teori sebagai dasar berpikir, yaitu Teori Uses and Gratifications sebagai teori utama (grand theory), dan Teori Perbandingan Sosial sebagai teori pendukung.

a. Teori Uses and Gratifications

Teori Uses and Gratifications (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974) menekankan bahwa individu secara aktif memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seperti kebutuhan informasi, interaksi sosial, identitas diri, dan hiburan. Mahasiswa sebagai pengguna media sosial memanfaatkan platform digital untuk: Mendapatkan informasi terkini, Menjalinkan hubungan

⁴⁴ Przybylski, Andrew K., Kou Murayama, Cody R. DeHaan, dan Valerie Gladwell. "Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out." *Computers in Human Behavior* 29, no. 4 (2013): 1841-1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>.

sosial, Mengekspresikan diri Menghindari kebosanan Ketika kebutuhan tersebut terpenuhi, mahasiswa cenderung meningkatkan intensitas penggunaan media sosial, baik dari segi durasi, frekuensi, maupun keterlibatan aktif.

b. Teori Perbandingan Sosial

Menurut Teori Perbandingan Sosial (Festinger, 1954), individu memiliki kecenderungan untuk menilai dirinya sendiri dengan membandingkan kehidupan dan pencapaian orang lain. Dalam konteks media sosial, mahasiswa terpapar pada unggahan teman-teman yang menampilkan berbagai pencapaian, kegiatan, dan gaya hidup yang tampak lebih menarik. Proses perbandingan ini dapat memunculkan perasaan tidak puas, rasa tertinggal, hingga kecemasan sosial.

c. Konsep Fear of Missing Out (FOMO)

Fear of Missing Out (FOMO) merupakan perasaan cemas dan takut tertinggal terhadap pengalaman yang sedang dialami orang lain, khususnya di media sosial. Fenomena ini biasanya muncul ketika individu melihat aktivitas menarik yang tidak ia ikuti atau ketika ia merasa tidak terkoneksi secara sosial. Penelitian oleh Przybylski et al. (2013) menyebutkan bahwa FOMO dapat timbul dari dorongan untuk terus mengetahui apa yang dilakukan orang lain dan rasa takut tidak ikut serta dalam pengalaman tersebut.

d. Keterkaitan Antar Variabel

Berangkat dari kedua teori di atas, dapat diasumsikan bahwa: Semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, semakin besar pula peluang terjadinya paparan terhadap kehidupan sosial orang lain, Paparan tersebut memicu proses perbandingan sosial, terutama ketika individu merasa bahwa dirinya tertinggal dari orang lain. Akibatnya, individu dapat mengalami Fear of Missing Out (FOMO), yang ditandai dengan rasa cemas saat tidak terkoneksi, keinginan terus-menerus untuk memantau aktivitas sosial, dan kesulitan fokus dalam kehidupan nyata. Dengan demikian, secara teoritis dapat dijelaskan bahwa terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan Fear of Missing Out (FOMO) pada mahasiswa.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif yang bersifat induktif, objektif, dan ilmiah menggunakan data dalam bentuk angka yang telah diolah secara statistik untuk mengkaji suatu peristiwa secara statis guna mengevaluasi hipotesis yang pertama kali dikembangkan. Sugiono berpendapat bahwa positivisme, konsep yang mendasari penelitian kuantitatif, menyatakan bahwa gejala atau fenomena bersifat konkret, dapat diukur, dapat diklasifikasikan, dan saling terkait secara kausal.⁴⁵

Jenis penelitian ini menggunakan korelasional yakni melibatkan hubungan variabel-variabel yang terjadi pada suatu kelompok. Korelasi penelitian ini melibatkan kegiatan pengumpulan informasi untuk menentukan adanya dampak antar 2 variabel atau lebih.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kampus UIN KH Achmad Shiddiq Jember, Fakultas dakwah, Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, jl. Mataram, Karang Mluwo, Kel. Mangli, Kec Kaliwates, Kab. Jember. Penulis memilih lokasi penelitian ini karena mahasiswa KPI UIN KHAS Jember angkatan 2019 menunjukkan kecenderungan aktif dalam berbagai platform media sosial dan sering menunjukkan perilaku yang mencerminkan gejala FOMO,

⁴⁵Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018, 8.

seperti keinginan terus-menerus untuk mengetahui aktivitas orang lain, membandingkan diri secara sosial, serta rasa takut tertinggal dari trend atau informasi digital. Oleh karena itu, subjek ini dipandang tepat untuk diteliti agar menghasilkan data yang relevan, aktual, dan kontekstual.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek yang diteliti. Sedangkan sampel adalah sebagian dari keseluruhan subjek yang diteliti dan dianggap mewakili keseluruhan populasi.⁴⁶ Mahasiswa KPI (Komunikasi dan Penyiaran Islam) UIN KHAS Jember angkatan 2019 menjadi subjek penelitian dalam kajian ini. Mahasiswa tersebut dipilih sebagai sampel karena menurut hasil penelitian mereka memiliki kecenderungan untuk mengikuti perkembangan zaman, terutama yang sedang marak saat ini yaitu FOMO (*fear of missing out*). Pada bulan Januari 2025 jumlah populasi sebanyak 43 orang.

2. Sampel

Karena jumlah populasi kurang dari 100, peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel. Rumus Slovin digunakan ketika karakteristik populasi dianggap homogen dan peneliti menginginkan tingkat ketelitian tertentu.

Rumus Slovin (Sugiyono, 2019):

⁴⁶Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta : QUADRANT, 2020), 74.

$$n = N / (1 + N * e^2)$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel
- N = jumlah populasi (43)
- e = tingkat kesalahan (error tolerance), ditetapkan sebesar 5% atau 0,05

$$n = 43 / (1 + 43 * (0,05)^2) = 43 / (1 + 0,1075) = 43 / 1,1075 \approx 38,83$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka jumlah sampel dibulatkan menjadi 40 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah total sampling, karena hampir seluruh populasi dijadikan responden mengingat jumlahnya relatif kecil.

D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

a. Dokumentasi

Dokumentasi dibutuhkan untuk menemukan dan mengidentifikasi informasi. Karena sumber data sudah tersedia melalui buku, terbitan berkala, buku harian, dan sumber lainnya, pendekatan dokumentasi ini tidak terlalu sulit. Jika ada kekeliruan pada datanya maka bisa di cek Kembali dengan mudah karena datanya tertulis dan tersimpan. Penelitian ini mengumpulkan dokumen-dokumen sesuai dengan kebutuhan skripsi.

b. Kuisisioner (Angket)

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengiriman pernyataan atau pertanyaan kepada responden dengan harapan mereka akan bereaksi terhadap pernyataan atau pertanyaan tersebut.⁴⁷

Responden kuesioner tertutup dalam studi ini memberikan respons singkat dan memilih dari daftar kemungkinan jawaban. Responden akan menerima kuesioner secara langsung, dan mereka akan mulai memilih respons lain dengan menandai respons yang telah mereka pilih. Angket yang disebarkan untuk mengumpulkan data terkait hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan *Fear Of Missing Out* (FOMO).

c. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala *Likert* sebagai alat ukur untuk mengetahui intensitas penggunaan media sosial dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada mahasiswa KPI UIN KHAS Jember angkatan 2019.

Skala *Likert* termasuk dalam kategori skala ordinal, yaitu skala yang menunjukkan tingkatan atau urutan dari suatu sikap atau persepsi, namun tidak memiliki interval yang pasti antar satu nilai dengan nilai lainnya. Skala ini digunakan untuk mengukur konstruk yang bersifat psikologis dan subjektif, seperti seberapa

⁴⁷ Ma'ruf Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta : aswaja pressindo, (2015), hal 248

sering responden menggunakan media sosial dan seberapa besar tingkat kecemasan atau ketakutan responden terhadap kemungkinan tertinggal informasi atau aktivitas sosial.

Pada instrumen penelitian ini, digunakan lima pilihan jawaban dengan skoring sebagai berikut:

- Selalu = Skor 5
- Sering = Skor 4
- Kadang-kadang = Skor 3
- Hampir Tidak Pernah = Skor 2
- Tidak Pernah = Skor 1

Masing-masing pernyataan dalam kuesioner disusun berdasarkan indikator dari dua variabel penelitian. Variabel **X** yaitu intensitas penggunaan media sosial diukur dari indikator seperti motivasi, durasi, frekuensi, minat, dan sikap. Sedangkan variabel **Y** yaitu Fear of Missing Out (FOMO) diukur melalui indikator kecemasan, ketakutan, dan kekhawatiran.

Skala ini memungkinkan peneliti untuk mengukur kecenderungan responden terhadap suatu pernyataan dan mengkuantifikasi data secara sistematis untuk dianalisis lebih lanjut menggunakan teknik statistik inferensial.

Tabel 3.1
Kisi-kisi instrument hubungan intensitas penggunaan media sosial dan *Fear Of Missing Out* (FOMO)

Variabel	Indikator	Nomor item	Jumlah
Inntesitas Penggunaan Media Sosial	Durasi	1,2	2
	Frekuensi	4,5,6,12,15	5
	presentasi	3,13,14,19	4
	Arah sikap	8,9,10,11,17,20,21	7
	Minat	7,16,18	3
Fear of Missing Out (FOMO)	Kekhawatiran	1,3,7,9,15,17,18,19	8
	Ketakutan	2,5,8,10,16,20	6
	Kecemasan	4,6,11,12,13,14,21,22	8

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk memastikan keabsahan dan validitas instrumen. Jika data yang dikumpulkan dan data yang ditemukan dalam objek penelitian cocok, instrumen dianggap sah. Program IBM SPSS versi 26 menggunakan rumus korelasi item-total yang diperbarui untuk membantu uji

validitas. 22 pertanyaan tentang tingkat penggunaan media sosial dan 21 pertanyaan tentang FOMO (takut ketinggalan) menjadi bagian dari uji validitas penelitian. Dengan menggunakan momen produk sebagai dasar pengambilan keputusan, uji validitas membandingkan nilai R yang dihitung dengan tabel R.

Jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka dikatakan valid, sebaliknya

Jika $R_{hitung} < R_{tabel}$ maka dikatakan tidak valid.

Tabel 3.2
Hasil uji validitas intensitas penggunaan media sosial

No Soal	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1.	0,426	0,329	Valid
2.	0,519	0,329	Valid
3.	0,544	0,329	Valid
4.	0,422	0,329	Valid
5.	0,417	0,329	Valid
6.	0,404	0,329	Valid
7.	0,680	0,329	Valid
8.	0,354	0,329	Valid
9.	0,562	0,329	Valid
10.	0,346	0,329	Valid
11.	0,418	0,329	Valid
12.	0,463	0,329	Valid
13.	0,252	0,329	Valid
14.	0,516	0,329	Valid
15.	0,426	0,329	Valid
26.	0,550	0,329	Valid
17.	0,614	0,329	Valid

Sumber: Data IBM SPSS 26

Dari tabel 3.2 diperoleh hasil semua instrument dinyatakan valid sebanyak 17 pertanyaan terkait dengan intensitas penggunaan media sosial dan 4 pertanyaan yang dinyatakan tidak valid. Hal tersebut sudah dibuktikan dengan tolak ukur $R \text{ hitung} > R \text{ tabel}$

Tabel 3.3
Hasil uji validitas *Fear Of Missing Out* (FOMO)

No Soal	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1.	0,531	0,329	Valid
2.	0,346	0,329	Valid
3.	0,346	0,329	Valid
4.	0,386	0,329	Valid
5.	0,429	0,329	Valid
6.	0,346	0,329	Valid
7.	0,498	0,329	Valid

8.	0,452	0,329	Valid
9.	0,461	0,329	Valid
10.	0,418	0,329	Valid
11.	0,475	0,329	Valid
12.	0,385	0,329	Valid
13.	0,366	0,329	Valid
14.	0,433	0,329	Valid
15.	0,491	0,329	Valid
16.	0,501	0,329	Valid

Sumber: Data IBM SPSS 26

Dari tabel 3.3 diketahui hasil instrument pertanyaan yang tidak valid sebanyak 6 pertanyaan dan yang termasuk valid 16 pertanyaan terkait *fear of missing out* (FOMO)

Dengan demikian dari hasil semua uji validitas baik variabel bebas maupun variabel terikat yakni sebanyak 43 pertanyaan, karena terdapat 10 pertanyaan yang tidak valid maka yang dipakai hanya 33 pertanyaan.

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui ukuran kestabilan dan konsistensi dalam menjawab pertanyaan dalam kuisioner. Uji reliabilitas dilakukan secara terpisah anatar variabel bebas dan variabel terikat.

Penghitungan reliabilitas menggunakan aplikasi IBM SPSS 26, dengan dasar pengambilan keputusan :

Jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ maka dinyatakan reliabel dan sebaliknya

Jika nilai Cronbach Alpha $< 0,60$ maka dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 3.4
Hasil uji reliabilitas statistic intensitas penggunaan media sosial

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,683	18

Diketahui hasil uji reliabilitas diatas nilai Cronbach alpha $0,683 > 0,60$ yang artinya instrument pertanyaan pada angket variabel bebas dinyatakan reliabel.

Tabel 3.5
Hasil uji reliabilitas statistic Fear Of Missing Out (FOMO)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,789	16

Diketahui hasil uji reliabilitas diatas nilai Cronbach alpha $0,789 > 0,60$ yang artinya instrument pertanyaan pada angket variabel terikat dinyatakan reliabel.

E. Analisis data

Olah data dengan statistik untuk menjawab rumusan masalah yang sudah ditentukan itulah analisis data. Penelitian ini menggunakan analisis inferensial (tahap pengujian hipotesis), dengan mencoba membuat beberapa kesimpulan pada ekumpulan data dari sampel, atau dapat disebut juga penarikan kesimpulan. Analisis inferensial mengolah dua atau lebih

variabel yang diadukan seperti analisis hubungan, pengaruh dan perbedaan anatar variabel.⁴⁸

1. Uji normalitas

Uji normalitas harus dilakukan untuk memastikan apakah data yang digunakan terdistribusi secara normal. Program SPSS 26 mendukung perhitungan uji normalitas dalam penelitian ini dengan menerapkan algoritma *Shapiro Wilk* satu sampel. Landasan pengambilan keputusan:

Jika nilai signifikansi $> 0,05$ berarti distribusinya normal, begitu pula sebaliknya.

Nilai signifikansi $< 0,05$ berarti distribusinya tidak normal.

2. Uji linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk menentukan apakah ada hubungan linier antara dua variabel atau lebih. Uji linearitas digunakan sebagai prasyarat untuk korelasi atau analisis regresi linier.

Tes ini menggunakan uji *test for linierity* dengan tingkat signifikansi 0,05.

Tes linearitas dalam penelitian ini didukung oleh aplikasi SPSS

Versi 26. Alasan pengambilan keputusan:

Jika nilai *sig. deviation from linearity* $> 0,05$, maka ada hubungan antara variabel x dan variabel Y.

⁴⁸ Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta : QUADRANT, 2020), 94-95.

Jika nilai *sig. deviation from linearity* $< 0,05$ maka dinyatakan tidak ada hubungan antara variabel X dan variabel Y.

Hasil uji linearitas juga bisa diketahui melalui perbandingan nilai *f* hitung dan *F* tabel, dasar pengambilan keputusan:

Jika nilai *F* hitung $> F$ tabel dinyatakan adanya hubungan yang linear antara variabel X dan variabel Y, sebaliknya

Jika nilai *F* hitung $< f$ tabel dinyatakan tidak adanya hubungan yang linear antara variabel X dan variabel Y.

3. Uji hipotesis

a. Uji korelasi product moment

Analisis uji hipotesis penelitian ini menggunakan korelasi product moment, dengan tujuan untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel X dan Y atau bisa disebut dengan koefisien korelasi (*r*). Dasar pengambilan keputusan:\

Jika nilai signifikansi $< 0,05$ dinyatakan terdapat korelasi, sebaliknya

Jika nilai signifikansi $> 0,05$ dinyatakan tidak terdapat korelasi

Adapun ketentuan kekuatan korelasi:⁴⁹

1. Jika pearson correlation 0,00–0,20 = tidak ada korelasi
2. Jika pearson correlation 0,20–0,40 = korelasi lemah
3. Jika pearson correlation 0,40–0,70 = korelasi sedang

⁴⁹ Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Depok: Rajagrafindo Persada, 2018, H 193.

4. Jika pearson correlation 0,70–0,90 = korelasi kuat
 5. Jika pearson correlation 0,90–1,00 = korelasi sempurna
- b. Uji determinasi

Setelah nilai koefisien r ditemukan maka dilanjutkan dengan mencari koefisien determinasi untuk mengetahui besar hubungan yang ditimbulkan intensitas penggunaan media sosial (variabel bebas) dengan *fear of missing out* (variabel terikat), dengan rumus:⁵⁰

$$KD = r^2 \times 100$$



⁵⁰ Sutrisno Hadi, *Analisis Regresi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), H. 13.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah berdirinya fakultas dakwah

Salah satu fakultas di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember adalah Fakultas Dakwah. Sejak berdirinya kampus yang dulunya bernama Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jember sebelum berganti nama menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, fakultas ini sudah tidak asing lagi. IAIN Jember berganti nama menjadi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember sesuai dengan Peraturan Presiden Nomor 44 Tahun 2021 Republik Indonesia.

Dalam rangka mencetak sarjana muslim yang berilmu, kompeten, dan mampu menjawab tuntutan masyarakat di bidang pendidikan agama Islam, UIN KHAS Jember yang sebelumnya bernama IAIN Sunan Ampel Fakultas Tarbiyah Cabang Jember berubah nama menjadi Universitas Islam Negeri. Melalui Keputusan Presiden Nomor 142 Tahun 2014, IAIN Jember ditetapkan sebagai Perguruan Tinggi Islam Negeri yang selanjutnya berganti nama menjadi UIN KHAS Jember melalui Keputusan Presiden Nomor 44 Tahun 2021. Sejarah Fakultas Dakwah UIN KHAS Jember adalah bagian dari perjalanan sejarah dan perjuangan panjang. Namun perjuangan ini harus dilihat dalam konteks pendirian resmi universitas

tersebut pada hari Senin, 30 Syawal 1385 H atau jatuh pada tanggal 21 Februari 1966 M.

Lembaga ini sebelumnya dikenal sebagai Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jember, sebagaimana ditetapkan melalui Keputusan Presiden Nomor 11 Tahun 1997 tentang Pendirian Sekolah Agama Islam dan Keputusan Menteri Agama Nomor 291 Tahun 1997 tentang Organisasi dan Penyelenggaraan STAIN Jember. Selain menyelenggarakan program pendidikan Dakwah tingkat sarjana, STAIN Jember menyelenggarakan Jurusan Tarbiyah dan Syariah pada tahun ajaran 1996-1997. Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam diselenggarakan oleh Jurusan Dakwah.

Jurusan Dakwah beralih status menjadi Fakultas dan STAIN Jember berganti nama menjadi IAIN Jember sesuai dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 142 Tahun 2014. Kemudian pada tahun 2021, IAIN Jember berubah nama menjadi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember sesuai dengan Peraturan Presiden Nomor 44 Tahun 2021. Sesuai dengan perubahan status kelembagaan tersebut, Fakultas Dakwah UIN KHAS Jember kini menyelenggarakan lima program studi, yaitu:

- a. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
- b. Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam
- c. Program Studi Bimbingan Konseling Islam

d. Program Studi Manajemen Dakwah⁵¹

2. Letak Geografis

Letak geografis Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember berada di Jl. Mataram No. 1, Karang Miuwo, Mangli, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur.

3. Visi, Misi, Tujuan Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

a. Visi

Menjadi pusat pendidikan tinggi komunikasi dan penyiaran Islam berbasis kearifan lokal untuk kemanusiaan untuk peradaban tahun 2045 di Asia Tenggara

b. Misi

Adapun misi dari prodi komunikasi dan penyiaran islam fakultas dakwah UIN KHS Jember ialah :

1) Melaksanakan pendidikan tinggi ilmu komunikasi dan penyiaran Islam yang profesional

2) Mengembangkan riset ilmu komunikasi dan Penyiaran Islam yang kompetitif dalam menyiarkan dakwah Islam.

3) Menyelenggarakan program pengabdian untuk menciptakan masyarakat yang berkeradaban berbasis kearifan lokal.

⁵¹ Buku Pedoman Akademik. "Sejarah dan Perkembangan Fakultas Dakwah." Jember: Fakultas Dakwah UIN KHAS Jember, 2021, hal. 5-15.

c. Tujuan

Adapun tujuan dari prodi komunikasi dan penyiaran islam fakultas dakwah UIN KHAS Jember ialah:

- 1) Menghasilkan lulusan yang professional dalam bidang komunikasi dan penyiaran Islam
- 2) Menghasilkan riset tentang ilmu komunikasi dan penyiaran Islam yang berfungsi memecahkan masalah kemanusiaan
- 3) Menciptakan masyarakat yang berkeadaban berbasis kearifan lokal.

4. Ketenagaan

Jumlah Dosen dan Tenaga Pendidikan Fakultas Dakwah⁵²

Tabel 4.1
Jumlah Dosen Fakultas Dakwah

No	Keterangan	Jumlah DTPS tiap Prodi					Jumlah
		KPI	PMI	BKI	MD	PI	
A.	Jabatan Fungsional						
1.	Asisten Ahli	5	3	4	2	5	23
2.	Lektor	4	4	2	4	2	14
3.	Lektor Kepala	3	2	2	6	1	12
4.	Guru Besar/Profesor	1	0	0	1	0	1
Total		13	9	8	12	8	50
B.	Pendidikan Tertinggi						
1.	Sarjana	0	0	0	0	0	0
2.	Magister	5	3	4	6	5	23
3.	Doktor	8	6	4	6	3	27
Total		12	9	8	12	8	50

⁵² "Visi Misi dan Tujuan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN KHAS Jember." Diakses pada [14/05/2025]. <https://kpi.uinkhas.ac.id/profil/visi-misi/>

B. Penyajian Data

Statistik deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk menunjukkan data tentang hubungan antara tingkat penggunaan media sosial dan FOMO di kalangan mahasiswa KPI UIN KHAS Jember angkatan 2019. Informasi yang digunakan untuk menjelaskan data penelitian ini berasal dari kuesioner yang diberikan kepada 43 mahasiswa dengan 17 pertanyaan tentang tingkat penggunaan media sosial dan 16 pertanyaan tentang FOMO (*fear of missing out*).

Statistik deskriptif dalam penelitian ini menyajikan frekuensi dan presentase dari butir item soal mengenai variabel X dan variabel Y. berikut hasil data deskriptif:

1. Penyajian data intensitas penggunaan media sosial (variabel X)

Tabel 4.2
Saya mengakses media sosial lebih dari 2 jam perhari

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	hampir tidak pernah	1	2,3	2,3	2,3
	kadang-kadang	7	16,3	16,3	18,6
	Sering	19	44,2	44,2	62,8
	Selalu	16	37,2	37,2	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.2** diketahui sebanyak 19 (44,2%) mahasiswa yang menjawab sering, 16 (37,2%) mahasiswa menjawab selalu, 7 (16,3%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 1 (2,3%) mahasiswa yang menjawab hampir tidak pernah. Dari tabel diatas

responden lebih banyak menjawab sering mengenai pernyataan saya mengakses media sosial lebih dari 2 jam perhari.

Tabel 4.3
Saya senang bermain media sosial karena banyak informasi yang saya gemari

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kadang-kadang	9	20,9	20,9	20,9
	Sering	17	39,5	39,5	60,5
	Selalu	17	39,5	39,5	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.3** diketahui sebanyak 17 (39%) mahasiswa menjawab selalu, 17 (39,5%) mahasiswa menjawab sering, 9 (20,9%) mahasiswa yang menjawab kadang-kadang. Dari tabel diatas responden lebih banyak menjawab selalu dan sering mengenai pernyataan saya senang bermain media sosial karena banyak informasi.

Tabel 4.4
Saya mengakses media sosial pada saat makan/sedang diperjalanan/sedang perkuliahan berlangsung/saat berkumpul dengan teman-teman

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pernah	1	2,3	2,3	2,3
	hampir tidak pernah	1	2,3	2,3	4,7
	kadang-kadang	29	67,4	67,4	72,1
	Sering	7	16,3	16,3	88,4
	Selalu	5	11,6	11,6	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.4** diketahui sebanyak 29 (67,4%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 7 (16,3%) mahasiswa menjawab sering, 5 (11,6%) mahasiswa menjawab selalu, 1 (2,3%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, 1 (2,3%) mahasiswa menjawab tidak pernah. Dari tabel diatas responden lebih banyak menjawab kadang-kadang dari pernyataan saya mengakses media sosial pada saat makan/sedang diperjalanan/sedang perkuliahan berlangsung/saat berkumpul dengan teman-teman.

Tabel 4.5

Pada saat berkumpul dengan teman-teman saya cenderung lebih fokus mengakses media sosial daripada ngobrol bersama dengan mereka

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pernah	6	14,0	14,0	14,0
	hampir tidak pernah	15	34,9	34,9	48,8
	kadang-kadang	19	44,2	44,2	93,0
	Sering	3	7,0	7,0	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.5** diketahui sebanyak 19 (44,2%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 15 (34,9%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, 6 (14,0%) mahasiswa menjawab tidak pernah, 3 (7,0%) mahasiswa menjawab sering. Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden terkadang memilih respons, "Saat saya berkumpul dengan teman-teman, saya cenderung lebih fokus mengakses media sosial daripada mengobrol dengan mereka".

Tabel 4.6**Sebelum saya tidur saya mengakses media sosial**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	hampir tidak pernah	1	2,3	2,3	2,3
	kadang-kadang	13	30,2	30,2	32,6
	sering	15	34,9	34,9	67,4
	selalu	14	32,6	32,6	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.6** diketahui sebanyak 15 (34,9%) mahasiswa menjawab sering, 14 (32,6%) mahasiswa menjawab selalu, 13 (30,2%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 1 (2,3%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah. Dari tabel diatas responden lebih banyak menjawab sering dari pernyataan sebelum saya tidur saya mengakses media sosial.

Tabel 4.7**Saya merasa cemas pada saat handphone saya kehilangan sinyal**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pernah	2	4,7	4,7	4,7
	hampir tidak pernah	6	14,0	14,0	18,6
	kadang-kadang	16	37,2	37,2	55,8
	sering	12	27,9	27,9	83,7
	selalu	7	16,3	16,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.7** diketahui sebanyak 16 (37,2%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 12 (27,9%) mahasiswa menjawab sering, 7 (16,3%) mahasiswa menjawab selalu, 6 (14,0%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, 2 (4,7%) mahasiswa

menjawab tidak pernah. Dari tabel diatas responden lebih banyak menjawab kadang-kadang dari pernyataan saya merasa cemas pada saat handphone saya kehilangan sinyal.

Tabel 4.8
Saat saya mengakses media sosial, saya terlalu fokus sampai lupa akan sekitar

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pernah	7	16,3	16,3	16,3
	hampir tidak pernah	9	20,9	20,9	37,2
	kadang-kadang	21	48,8	48,8	86,0
	sering	6	14,0	14,0	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.8** diketahui sebanyak 21 (48,8%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 9 (20,9%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, 7 (16,3%) mahasiswa menjawab tidak pernah, 6 (14,0%) mahasiswa menjawab sering. Dari tabel diatas responden lebih banyak menjawab kadang-kadang dari pernyataan saat saya mengakses media sosial, saya terlalu fokus sampai lupa akan sekitar.

Tabel 4.9
Saya merasa banyak energi terkuras saat saya mengakses media sosial

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pernah	5	11,6	11,6	11,6
	hampir tidak pernah	7	16,3	16,3	27,9
	kadang-kadang	21	48,8	48,8	76,7
	sering	8	18,6	18,6	95,3
	selalu	2	4,7	4,7	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.9** diketahui sebanyak 21 (48,8%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 8 (18,6%) mahasiswa menjawab sering, 7 (16,3%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, 5 (11,6%) mahasiswa menjawab tidak pernah, 2 (4,7%) mahasiswa menjawab selalu. Dari tabel diatas responden lebih banyak menjawab kadang-kadang dari pernyataan saya merasa banyak energi terkuras saat saya mengakses media sosial.

Tabel 4.10
Saya lebih tertarik scrolling konten di media sosial daripada berbicara dengan teman saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pernah	4	9,3	9,3	9,3
	hampir tidak pernah	10	23,3	23,3	32,6
	kadang-kadang	24	55,8	55,8	88,4
	sering	4	9,3	9,3	97,7
	selalu	1	2,3	2,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.10** diketahui sebanyak 24 (55,8%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 10 (23,3%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, 4 (9,3%) mahasiswa menjawab sering, 4 (9,3%) mahasiswa menjawab tidak pernah, 1 (2,3%) mahasiswa menjawab selalu. Berdasarkan tabel berikut, mayoritas responden terkadang memilih "Saya lebih suka menjelajahi konten media sosial daripada mengobrol dengan teman".

Tabel 4.11
Saya sangat menikmati waktu saya pada saat mengakses media sosial

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	hampir tidak pernah	3	7,0	7,0	7,0

kadang-kadang	24	55,8	55,8	62,8
sering	12	27,9	27,9	90,7
selalu	4	9,3	9,3	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.11** diketahui sebanyak 24 (55,8%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 12 (27,9%) mahasiswa menjawab sering, 4 (9,3%) mahasiswa menjawab selalu, 3 (7,0%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, dari tabel diatas reponden lebih banyak menjawab kadang-kadang untuk pernyataan saya sangat menikmati waktu saya pada saat mengakses media sosial.

Tabel 4.12
Saya terpengaruh membeli barang yang di promosikan lewat media sosial

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pernah	2	4,7	4,7	4,7
	hampir tidak pernah	9	20,9	20,9	25,6
	kadang-kadang	20	46,5	46,5	72,1
	sering	10	23,3	23,3	95,3
	selalu	2	4,7	4,7	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.12** diketahui sebanyak 20 (46,5%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 10 (23,3%) mahasiswa menjawab sering, 9 (20,9) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, 2 (4,7%) mahasiswa menjawab selalu, 2 (4,7%) mahasiswa menjawab tidak pernah. Dari tabel diatas responden lebih banyak menjawab kadang-kadang dari pernyataan saya terpebgaruh memebeli barang yang di promosikan lewat media sosial

Tabel 4.13
Saat membuka media sosial saya akan mencari tahu kegiatan orang lain melalui statusnya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pernah	4	9,3	9,3	9,3
	hampir tidak pernah	7	16,3	16,3	25,6
	kadang-kadang	22	51,2	51,2	76,7
	sering	9	20,9	20,9	97,7
	selalu	1	2,3	2,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.13** diketahui sebanyak 22 (51,2%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 9 (20,9%) mahasiswa menjawab sering, 7 (16,3%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, 4 (9,3%) mahasiswa menjawab tidak pernah, 1 (2,3%) mahasiswa menjawab selalu. Dari tabel diatas responden lebih banyak menjawab kadang-kadang dari pernyataan saat membuka media sosial saya akan mencari tahu kegiatan orang lain melalui statusnya.

Tabel 4.14
Menurut saya banyak manfaat ketika bermain media sosial

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kadang-kadang	24	55,8	55,8	55,8
	sering	18	41,9	41,9	97,7
	selalu	1	2,3	2,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.14** diketahui sebanyak 24 (55,8%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 18 (41,9%) mahasiswa menjawab sering, 1 (2,3%) mahasiswa menjawab selalu. Dari tabel diatas responden lebih banyak menjawab kadang-kadang dari pernyataan menurut saya banyak manfaat Ketika bermain media sosial.

Tabel 4.15
Saat bermain media sosial Mood saya berasa lebih baik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kadang-kadang	32	74,4	74,4	74,4
	sering	8	18,6	18,6	93,0
	selalu	3	7,0	7,0	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.15** diketahui sebanyak 32 (74,4%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 8 (18,6%) mahasiswa menjawab sering, 3 (7,0%) mahasiswa menjawab selalu. Dari tabel diatas responden lebih banyak menjawab kadang-kadang dari pernyataan saat bermain media sosial mood saya berasa lebih baik.

Tabel 4.16
Saya berdikusi dengan teman-teman melalui media sosial

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pernah	1	2,3	2,3	2,3
	hampir tidak pernah	2	4,7	4,7	7,0

kadang-kadang	20	46,5	46,5	53,5
sering	17	39,5	39,5	93,0
selalu	3	7,0	7,0	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.16** diketahui sebanyak 20 (46,5%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 17 (39,5%) mahasiswa menjawab sering, 3 (7,0%) mahasiswa menjawab selalu, 2 (4,7%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, 1 (2,3%) mahasiswa menjawab tidak pernah. Dari tabel diatas responden lebih banyak menjawab kadangkadang dari pernyataan saya berdiskusi dengan teman-teman melalui media sosial.

Tabel 4.17
Karena terlalu sibuk bermain media sosial, saya sampai lupa diri dan melalaikan kewajiban saya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak pernah	8	18,6	18,6	18,6
hampir tidak pernah	12	27,9	27,9	46,5
kadang-kadang	17	39,5	39,5	86,0
sering	6	14,0	14,0	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.17** diketahui sebanyak 17 (39,5%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 12 (27,9%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, 8 (18,6%) mahasiswa menjawab tidak pernah, 6 (14,0%) mahasiswa menjawab sering. Berdasarkan

grafik di atas, sebagian besar responden sesekali menjawab dengan pernyataan, "Saya lupa diri dan mengabaikan kewajiban saya karena terlalu sibuk bermain media sosial".

Tabel 4.18
Saya melupakan teman yang di samping saya saat bermain media sosial

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pernah	10	23,3	23,3	23,3
	hampir tidak pernah	18	41,9	41,9	65,1
	kadang-kadang	14	32,6	32,6	97,7
	sering	1	2,3	2,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Dari **Tabel 4.18** diketahui sebanyak 18 (41,9%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, 14 (32,6%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 10 (23,3%) mahasiswa menjawab tidak pernah, 1 (2,3%) mahasiswa menjawab sering. Dari tabel diatas reponden lebih banyak menjawab hampir tidak pernah dari pernyataan saya melupakan teman yang di samping saya saat bermain media sosial.

2. Penyajian data *Fear of Missing Out* (variabel Y)

Tabel 4.19
Saya merasa sedih saat teman saya berkumpul tanpa kehadiran saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pernah	8	18,6	18,6	18,6
	hampir tidak pernah	16	37,2	37,2	55,8
	kadang-kadang	13	30,2	30,2	86,0
	sering	6	14,0	14,0	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.19** diketahui sebanyak 16 (37,2%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, 13 (30,2%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 8 (18,6%) mahasiswa menjawab tidak pernah, 6 (14,0%) mahasiswa menjawab sering. Dari tabel diatas responden lebih banyak menjawab hampir tidak pernah dari pernyataan saya merasa sedih saat teman saya berkumpul tanpa kehadiran saya.

Tabel 4.20

saya ingin terhubung dalam setiap kegiatan yang dilakukan individu lainnya di media sosial

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pernah	8	18,6	18,6	18,6
	hampir tidak pernah	12	27,9	27,9	46,5
	kadang-kadang	21	48,8	48,8	95,3
	sering	2	4,7	4,7	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.20** diketahui sebanyak 21 (48,8%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 12 (27,9%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, 8 (18,6%) mahasiswa menjawab tidak pernah, 2 (4,7%) mahasiswa menjawab sering. Dari tabel diatas responden lebih banyak menjawab kadang-kadang dari pernyataan saya ingin terhubung dalam setiap kegiatan yang dilakukan individu lainnya di media sosial.

Tabel 4.21
saya merasa gelisah disaat saya melihat teman-teman yang bersenang-senang berkumpul tanpa kehadiran saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pernah	14	32,6	32,6	32,6
	hampir tidak pernah	10	23,3	23,3	55,8
	kadang-kadang	16	37,2	37,2	93,0
	sering	2	4,7	4,7	97,7
	selalu	1	2,3	2,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.21** diketahui sebanyak 16 (37,2%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 14 (32,6%) mahasiswa menjawab tidak pernah, 10 (23,3%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, 2 (4,7%) mahasiswa menjawab sering, 1 (2,3%) mahasiswa menjawab selalu. Dari tabel diatas responden lebih banyak menjawab kadang-kadang dari pernyataan saya merasa cemas ketika teman-teman saya berkumpul tanpa saya.

Tabel 4.22

saya merasa senang disaat saya memposting story untuk memberitahukan hal terkini mengenai saya di instagram

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pernah	4	9,3	9,3	9,3
	hampir tidak pernah	5	11,6	11,6	20,9
	kadang-kadang	21	48,8	48,8	69,8
	sering	12	27,9	27,9	97,7
	selalu	1	2,3	2,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.22** diketahui sebanyak 21 (48,8%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 12 (27,9%) mahasiswa

menjawab sering, 5 (11,6%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, 4 (9,3%) mahasiswa menjawab tidak pernah, 1 (2,3%) mahasiswa menjawab selalu. Dari tabel diatas responden lebih banyak menjawab kadang-kadang dari pernyataan saya merasa senang disaat saya memposting story untuk memberitahukan hal terkini mengenai saya di instagram

Tabel 4.23

saya merasa bukan sebuah keharusan untuk tetap terhubung dalam segala kegiatan yang dilakukan oleh teman/individu yang lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pernah	4	9,3	9,3	9,3
	hampir tidak pernah	1	2,3	2,3	11,6
	kadang-kadang	21	48,8	48,8	60,5
	sering	9	20,9	20,9	81,4
	selalu	8	18,6	18,6	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.23** diketahui sebanyak 21 (48,8%)

mahasiswa menjawab kadang-kadang, 9 (20,9%) mahasiswa menjawab sering, 8 (18,6%) mahasiswa menjawab selalu, 4 (9,3%) mahasiswa menjawab tidak pernah, 1 (2,3%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah. Dari tabel diatas responden lebih banyak menjawab kadang-kadang dari pernyataan saya merasa tidak perlu terlibat dalam setiap kegiatan yang dilakukan teman atau orang lain.

Tabel 4.24

saya menghindari penggunaan media sosial untuk menjadi kegiatan stalking aktivitas teman

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pernah	3	7,0	7,0	7,0
	hampir tidak pernah	2	4,7	4,7	11,6
	kadang-kadang	26	60,5	60,5	72,1
	sering	9	20,9	20,9	93,0
	selalu	3	7,0	7,0	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.24** diketahui sebanyak 26 (60,5%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 9 (20,9%) mahasiswa menjawab sering, 3 (7,0%) mahasiswa menjawab selalu, 3 (7,0%) mahasiswa menjawab tidak pernah, 2 (4,7%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah. Dari tabel diatas responden lebih banyak menjawab kadang-kadang dari pernyataan saya menghindari penggunaan media sosial untuk menjadi kegiatan stalking aktivitas teman.

Tabel 4.25

saya mencari tahu apa yang terjadi/atau yang dilakukan oleh individu lain di media sosial

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pernah	7	16,3	16,3	16,3
	hampir tidak pernah	8	18,6	18,6	34,9
	kadang-kadang	22	51,2	51,2	86,0
	sering	6	14,0	14,0	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Dari **Tabel 4.25** diketahui sebanyak 22 (51,2%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 8 (18,6%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, 7 (16,3%) mahasiswa menjawab tidak pernah, 6 (14,0%) mahasiswa menjawab sering. Dari tabel diatas responden lebih banyak menjawab kadang-kadang dari pernyataan saya mencari tahu apa yang terjadi/yang dilakukan oleh individu lain di media sosial.

Tabel 4. 26

saya merasa cemas ketika saya tidak dapat mengabadikan moment

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pernah	6	14,0	14,0	14,0
	hampir tidak pernah	7	16,3	16,3	30,2
	kadang-kadang	23	53,5	53,5	83,7
	sering	5	11,6	11,6	95,3
	selalu	2	4,7	4,7	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.26** diketahui sebanyak 23 (53,5%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 7 (16,3%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, 6 (14,0%) mahasiswa menjawab tidak pernah, 5 (11,6%) mahasiswa menjawab sering, 2 (4,7%) mahasiswa menjawab selalu. Dari tabel diatas responden lebih banyak menjawab kadang-kadang dari pernyataan saya merasa cemas ketika saya tidak dapat mengabadikan moment.

Tabel 4.27

saya merasa cemas pada saat handphone saya tertinggal disaat saya bepergian

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	tidak pernah	1	2,3	2,3	2,3
	hampir tidak pernah	2	4,7	4,7	7,0
	kadang-kadang	17	39,5	39,5	46,5
	sering	10	23,3	23,3	69,8
	selalu	13	30,2	30,2	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.27** diketahui sebanyak 17 (39,5%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 13 (30,2%) mahasiswa menjawab selalu, 10 (23,3%) mahasiswa menjawab sering, 2 (4,7%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, 1 (2,3%) mahasiswa menjawab tidak pernah. Dari tabel diatas responden lebih banyak menjawab kadang-kadang dari pernyataan saya merasa cemas pada saat handphone saya tertinggal disaat saya bepergian.

Tabel 4.28

pada saat bangun tidur saya langsung membuka media sosial untuk melihat informasi yang ada ataupun melihat kegiatan orang lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pernah	2	4,7	4,7	4,7
	hampir tidak pernah	9	20,9	20,9	25,6
	kadang-kadang	21	48,8	48,8	74,4
	sering	9	20,9	20,9	95,3
	selalu	2	4,7	4,7	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.28** diketahui sebanyak 21 (48,8%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 9 (20,9%) mahasiswa menjawab sering, 9 (20,9%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, 2 (4,7%) mahasiswa menjawab selalu, 2 (4,7%) mahasiswa

menjawab tidak pernah. Dari tabel diatas responden lebih banyak menjawab kadang-kadang dari pernyataan pada saat bangun tidur saya langsung membuka media sosial untuk elihat informasi yang ada ataupun melihat kegiatan orang lain.

Tabel 4.29
saya mengikuti hal yang sedang trend agar up to date

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pernah	2	4,7	4,7	4,7
	hampir tidak pernah	10	23,3	23,3	27,9
	kadang-kadang	19	44,2	44,2	72,1
	sering	10	23,3	23,3	95,3
	selalu	2	4,7	4,7	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.29** diketahui sebanyak 19 (44,2%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 10 (23,3%) mahasiswa menjawab sering, 10 (23,3%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, 2 (4,7%) mahasiswa menjawab selalu, 2 (4,7%) mahasiswa menjawab tidak pernah, dari tabel diatas responden lebih banyak menjawab kadang-kadang dari pernyataan saya mengikuti hal yang sedang trend agar up to date.

Tabel 4.30
pada saat sedang belibur saya cenderung untuk meng upload moment untuk saya bagikan ke media sosial milik saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pernah	1	2,3	2,3	2,3
	hampir tidak pernah	6	14,0	14,0	16,3

kadang-kadang	24	55,8	55,8	72,1
sering	10	23,3	23,3	95,3
selalu	2	4,7	4,7	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.30** diketahui sebanyak 24 (55,8%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 10 (23,3%) mahasiswa menjawab sering, 6 (14,0%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, 2 (4,7%) mahasiswa menjawab selalu, 1 (2,3%) mahasiswa menjawab tidak pernah. Dari tabel diatas responden lebih banyak menjawab kadang-kadang dari pernyataan pada saat sedang berlibur saya cenderung untuk mengupload moment untuk saya bagikan ke media sosial milik saya.

Tabel 4.31
pada saat sedang hangout saya berusaha untuk mendokumentasikan momen untuk saya upload ke media sosial saya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak pernah	1	2,3	2,3	2,3
hampir tidak pernah	5	11,6	11,6	14,0
kadang-kadang	26	60,5	60,5	74,4
sering	9	20,9	20,9	95,3
selalu	2	4,7	4,7	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.31** diketahui sebanyak 26 (60,5%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 9 (20,9%) mahasiswa menjawab sering, 5 (11,6%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, 2 (4,7%) mahasiswa menjawab selalu, 1 (2,3%) mahasiswa menjawab tidak pernah. Dari tabel diatas responden lebih banyak

menjawab kadang-kadang dari pernyataan pada saat sedang hangout saya berusaha untuk mendokumentasikan momen untuk saya upload ke media sosial saya.

Tabel 4.32
saya merasa gelisah jika teman/individu lainnya lebih up to date daripada saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pernah	16	37,2	37,2	37,2
	hampir tidak pernah	13	30,2	30,2	67,4
	kadang-kadang	11	25,6	25,6	93,0
	sering	3	7,0	7,0	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.32** diketahui sebanyak 16 (37,2%) mahasiswa menjawab tidak pernah, 13 (30,2%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, 11 (25,6%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 3(7,0%) mahasiswa menjawab sering. Dari tabel diatas responden lebih banyak menjawab hampir tidak pernah dari pernyataan saya merasa gelisah jika teman/individu lainnya lebih p to date daripada saya

Tabel 4.33
saya merasa gelisah pada saat saya melewatkan kesempatan untuk dapat berkumpul dengan teman saya yang telah direncanakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak pernah	5	11,6	11,6	11,6
	hampir tidak pernah	8	18,6	18,6	30,2
	kadang-kadang	17	39,5	39,5	69,8
	sering	10	23,3	23,3	93,0
	selalu	3	7,0	7,0	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Sumber : Data IBM SPSS 26

Berdasarkan **Tabel 4.33** diketahui sebanyak 17 (39,5%) mahasiswa menjawab kadang-kadang, 10 (23,3%) mahasiswa menjawab sering, 8 (18,6%) mahasiswa menjawab hampir tidak pernah, 5 (11,6%) mahasiswa menjawab tidak pernah, 3 (7,0%) mahasiswa menjawab selalu. Dari tabel diatas repinden lebih banyak menjawab kadang-kadang dari pernyataan saya merasa gelisah pada saat saya melewatkan kesempatan untuk dapat berkumpul dengan teman saya yang telah direncanakan.

C. Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada mahasiswa KPI UIN KHAS Jember angkatan 2019. Data diperoleh dari 43 responden yang mengisi angket berbasis skala Likert, kemudian dianalisis secara deskriptif untuk mengetahui kecenderungan masing-masing variabel.

1. Variabel X: Intensitas Penggunaan Media Sosial

Variabel ini diukur melalui indikator durasi penggunaan, frekuensi, presentase waktu, arah sikap, dan minat terhadap media sosial. Dari hasil pengolahan data, diperoleh rata-rata persentase sebesar 56,04%. Jika dikategorikan berdasarkan klasifikasi persentase, nilai tersebut termasuk dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa KPI angkatan 2019 menggunakan media sosial secara cukup rutin, namun tidak secara berlebihan.

2. Variabel Y : *Fear of Missing Out* (FoMO)

Variabel FOMO diukur dari tiga indikator utama yaitu kekhawatiran, ketakutan, dan kecemasan yang dialami responden ketika merasa tertinggal informasi di media sosial atau tidak terlibat dalam aktivitas digital sosial. Hasil pengolahan menunjukkan nilai persentase rata-rata sebesar 59,45% Nilai ini juga berada dalam kategori sedang, yang berarti sebagian besar mahasiswa mengalami FOMO dalam taraf moderat. Mereka memiliki kecenderungan ingin tetap terhubung dan mengikuti perkembangan di media sosial, tetapi tidak sampai pada tingkat yang mengganggu fungsi sosial atau emosional secara signifikan.

D. Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Uji normalitas

Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan *Shapiro wilk* (SPSS 26). Menurut sugiyono uji normalitas menggunakan *Shapiro wilk* direkomendasikan untuk sampel berukuran kecil ($n < 50$) karena memberikan hasil yang lebih akurat dalam pengujian normalitas data dibandingkan dengan uji lainnya pada sampel dengan ukuran tersebut.⁵³ Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menentukan apakah data dari dua variabel terdistribusi secara normal atau tidak. Jika nilai

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 323.

asyp.sig lebih besar dari 0,05, maka dianggap terdistribusi secara normal, jika kurang dari 0,05, maka dianggap terdistribusi secara tidak normal.

Tabel 4.34
Uji Normalitas
Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Media sosial	,090	43	,200*	,964	43	,188
<i>Fear of missing out</i> (FOMO)	,099	43	,200*	,971	43	,331

Sumber: Data IBM SPSS 26

Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa nilai Asymp.sig variabel X dan Y masing-masing adalah 0,188 dan 0,331, yang menunjukkan bahwa data kedua variabel tersebut berdistribusi normal. Dengan kesimpulan bahwa data variabel berdistribusi normal jika Asymp.sig > 0,05.

2. Uji linearitas

Adanya uji linearitas untuk memastikan apakah variabel X dan Y memiliki hubungan linear. Tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05 dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan linearitas. Signifikansi linearitas dan penyimpangan signifikan dari linearitas masing-masing variabel digunakan untuk menentukan hasil uji linearitas.

Tabel 4.35
Uji linearitas
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Fear of Missing Out (FOMO) * Media sosial	Between Groups	(Combined)	2017,529	20	100,876	2,222	,036
		Linearity	1240,415	1	1240,415	27,323	,000
		Deviation from Linearity	777,114	19	40,901	,901	,588
	Within Groups		998,750	22	45,398		
	Total		3016,279	42			

Sumber: Data IBM SPSS 26

Dari **Tabel 4.35** diketahui nilai *sig. deviation from linearity* 0,588 dengan kata lain bahwa $0,588 > 0,05$ berarti ada hubungan linier signifikan antara variabel X dan variabel Y.

Diketahui juga nilai F hitung $0,901 < F$ tabel 4,15, yang berarti ada hubungan yang linier antara variabel X dan Y dengan ketentuan, jika nilai F hitng $< F$ tabel maka tidak terdapat hubungan yang linier anantara variabel X dan variabel Y, dan sebaliknya jika nilai

F hitung 2,083689

3. Uji hipotesis

a. Uji korelasi product moment

Uji korelasi dilakukan untuk melihat hasil hipotesis yang sudah ditentukan, apakah hipotesis diterima atau ditolak. Berikut hasil tabel korelasi pearson product moment.

Tabel 4.36
Uji Korelasi pearson product moment
Correlations

		Media sosial	Fear of missing Out (FOMO)
Media sosial	Pearson Correlation	1	,641**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	43	43
Fear of missing Out (FOMO)	Pearson Correlation	,641**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	43	43

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

Sumber: Data IBM SPSS 26

Dari **Tabel 4.36** diketahui nilai signifikansi untuk hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan *Fear of missing Out* (FOMO) sebesar $0,000 < 0,005$, berarti adanya korelasi atau hubungan antara variabel X dan Y.

Nilai pearson correlation sebesar 0,641 sehingga menurut ketentuan kekuatan korelasi berada di korelasi kuat, karena berada 0,60-0,799, dengan demikian hipotesis bisa dikatakan H_a diterima dan H_o ditolak.

b. Uji determinasi

Tabel 4.37
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,641 ^a	,411	,397	6,58132

a. Predictors: (Constant), Media sosial

Sumber: Data IBM SPSS 26

Setelah nilai R ditemukan maka dilanjutkan dengan mencari koefisien determinasi. Untuk penghitungan koefisien determinasi dengan :

$$KD = r^2 \times 100$$

$$= 0,411^2 \times 100$$

$$= 0,168921 \times 100$$

$$= 41,12\%$$

Dari hasil nilai akumulasi koefisien determinasi dengan mendapatkan hasil 41,12%. Hasil tersebut membuktikan bahwa pengaruh variabel X pada Y sebesar 41,12%.

E. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan di Kampus Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember pada mahasiswa Fakultas Dakwah prodi Komunikasi dan penyiaran Islam Angkatan 2019. Sampel yang digunakan 40 mahasiswa. Diambil Teknik total sampling menggunakan rumus slovin dengan standar deviasi 5% .

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pengumpulan data melalui angket pada tanggal 8 Januari 2025. Sebelumnya angket sudah melalui tahap validasi agar diketahui apakah layak sebagai alat ukur instrument penelitian. Peneliti menyebarkan angket melalui WhatsApp

dengan cara menghubungi responden satu persatu. Setelah angket selesai diisi peneliti melanjutkan ke tahap rekap skor angket tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara tingkat penggunaan media sosial dan FOMO pada mahasiswa KPI UIN KHAS Jember angkatan 2019. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,188 untuk variabel intensitas penggunaan media sosial dan 0,331 untuk variabel FOMO yang keduanya lebih besar dari 0,05, maka data kedua variabel tersebut berdistribusi normal berdasarkan hasil uji normalitas *Shapiro-Wilk*. Distribusi normal ini mengindikasikan bahwa data penelitian memenuhi asumsi parametrik untuk analisis lebih lanjut, sehingga peneliti dapat melanjutkan dengan analisis korelasi dan regresi linier.

Hasil uji linearitas menunjukkan adanya hubungan linier yang signifikan antara kedua variabel. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi deviation from linearity sebesar 0,588 yang lebih besar dari 0,05, dan nilai F hitung 0,901 yang lebih kecil dari F tabel 4,15. Hubungan linear ini mengindikasikan bahwa perubahan pada variabel intensitas penggunaan media sosial diikuti oleh perubahan pada variabel FOMO secara proporsional dan konsisten, sehingga analisis korelasi dan regresi dapat dilakukan dengan valid.

Analisis korelasi *Pearson product moment* menghasilkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,641 dengan signifikansi 0,000. Nilai korelasi ini menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat antara intensitas

penggunaan media sosial dengan FOMO pada mahasiswa. Kekuatan hubungan tersebut berada dalam kategori kuat karena nilai koefisien korelasi berada dalam rentang 0,60-0,799. Hasil ini mengkonfirmasi bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, semakin tinggi pula tingkat FOMO yang dialami oleh mahasiswa KPI UIN KHAS Jember angkatan 2019.

Hasil uji determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,411, yang berarti variabel intensitas penggunaan media sosial memberikan kontribusi sebesar 41,1% terhadap variabel FOMO, sementara 58,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Besarnya kontribusi tersebut menggambarkan bahwa penggunaan media sosial merupakan faktor yang cukup substansial dalam pembentukan FOMO pada mahasiswa, meskipun masih ada faktor lain yang turut berperan.

Temuan penelitian ini dapat dijelaskan melalui mekanisme psikologis di mana media sosial menyajikan berbagai aktivitas, pengalaman, dan pencapaian orang lain yang memicu perbandingan sosial. Mahasiswa yang intensif menggunakan media sosial akan sering terpapar dengan konten-konten yang menampilkan berbagai kegiatan, keberhasilan, dan momen bahagia orang lain, sehingga menimbulkan kekhawatiran tertinggal atau tidak terlibat dalam pengalaman yang berharga. Selain itu, notifikasi dan update yang terus-menerus dari platform media sosial juga

dapat menciptakan kebiasaan untuk selalu terhubung dan takut melewatkan informasi penting.

Dalam konteks mahasiswa KPI UIN KHAS Jember angkatan 2019, hasil penelitian ini merefleksikan bagaimana dinamika penggunaan media sosial berkontribusi terhadap kondisi psikologis mereka. Sebagai mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, mereka mungkin memiliki kebutuhan yang lebih tinggi untuk terhubung dan mengakses informasi melalui media sosial, baik untuk kepentingan akademis maupun sosial. Namun, intensitas yang tinggi tersebut tampaknya juga membawa konsekuensi psikologis berupa FOMO yang dapat memengaruhi kesejahteraan mental dan fokus akademis mereka.

Implikasi dari penelitian ini menunjukkan perlunya edukasi tentang penggunaan media sosial yang sehat dan seimbang di kalangan mahasiswa. Institusi pendidikan, termasuk UIN KHAS Jember, perlu mempertimbangkan program-program yang dapat membantu mahasiswa mengelola penggunaan media sosial mereka serta mengembangkan ketahanan psikologis terhadap FOMO. Intervensi efektif untuk mengurangi efek negatif penggunaan media sosial yang berlebihan meliputi teknik manajemen waktu, literasi digital, dan pengembangan keterampilan interaksi sosial langsung, sehingga mahasiswa dapat memanfaatkan media sosial secara optimal tanpa terjebak dalam perasaan tertinggal atau kehilangan momen penting.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian terhadap mahasiswa KPI UIN KHAS Jember angkatan 2019 yang berjumlah 40 mahasiswa, tingkat penggunaan media sosial dan FOMO (*fear of missing out*) berkorelasi positif kuat. Menurut hasil uji statistik, data menunjukkan hubungan linier (deviasi dari linearitas = 0,588) dan berdistribusi normal (Shapiro-Wilk > 0,05). Analisis korelasi Pearson menghasilkan koefisien 0,641 dengan signifikansi 0,000, yang menunjukkan hubungan positif kategori kuat. Nilai R Square sebesar 0,411 menjelaskan bahwa penggunaan media sosial berkontribusi 41,1% terhadap FOMO. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis alternatif (H_a) diterima, dan hipotesis nol (H_0) ditolak, yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan tingkat FOMO pada mahasiswa KPI UIN KHAS Jember angkatan 2019.

Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan pendidikan literasi digital, manajemen waktu, dan penguatan mental dalam kurikulum untuk membantu mahasiswa menggunakan media sosial secara sehat tanpa mengurangi manfaatnya sebagai alat komunikasi dan sumber informasi.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis menawarkan beberapa saran berikut:

1. Bagi mahasiswa

Mahasiswa sebaiknya melakukan penghentian sementara penggunaan media sosial (*social media detox*) secara berkala, membatasi waktu pemakaian media sosial dan mengutamakan hubungan secara langsung atau tatap muka untuk mengurangi rasa ketuk ketinggalan (FOMO). Penggunaan aplikasi pembatas waktu dan kegiatan kesedaran diri dapat membantu mengelola kebiasaan penggunaan media sosial.

2. Bagi program studi

Program studi Komunikasi dan Penyaiaran Islam perlu memasukan materi pemahaman media digital dan Kesehatan jiwa di era digital ke dalam kurikulum. Bertujuan untuk mempersiapkan mahasiswa menghadapi masalah dunia digital, penting juga untuk menawarkan instruksi tentang penggunaan media sosial.

3. Bagi peneliti

Peneliti selanjutnya dapat melihat faktor yang lain seperti kecemasan sosial atau harga diri yang memengaruhi FOMO (58,9% yang tidak dapat dijelaskan). Pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara media sosial dan FOMO akan dimungkinkan melalui penelitian yang menggabungkan berbagai metode (wawancara dan angka) dan membandingkan antar program studi.

DAFTAR PUSTAKA

- “Nandy, ”Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat dan Perkembangannya”, <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>. Diakses pada (26/05/2024).
- Ahmad setiadi, “Pemanfaatan media sosial,”3.
- Ahmad setiadi, “Pemanfaatan media sosial,”3.
- Amalia Assyifa Rahman, “Pengaruh Intensitas Mengakses Media Sosial Terhadap sikap Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Melauli Akun Instagram Millencyrus” *skripsi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta No.13* (2019).
- Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Depok: Rajagrafindo Persada, H 193, (2018).
- Antony Mayfield, What is Social Media?, diakses dari http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf, (iCrossing, 2008).
- Arum Wahyuni purbohastuti, “Efektivitas Media Sebagai Media promosi” *Ekonomika, Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi | Purbohastuti | Tirtayasa Ekonomika (untirta.ac.id)*, 12’ No. 2, 214 (2017).
- Danan Satriyo Wibowo Dan Ratna Nurwindasari,“ (Nurwindasari, Hubungan intensitas penggunaan Instagram terhadap regulasi diri dan fear of missing out 2019)”, *Jurnal Psikologi* 324, <http://repository.unmuhjember.ac.id/10153/1/Danan-Satriyo.pdf>, (4 Mei 2019).
- Danan satriyo Wibowo dan Ratna Nurwindasari,“ (Nurwindasari, Hubungan intensitas penggunaan Instagram terhadap regulasi diri dan fear of missing out 2019)”, *Jurnal Psikologi* 324, <http://repository.unmuhjember.ac.id/10153/1/Danan-Satriyo.pdf>, (4 Mei 2019).
- Fauzi, D.A”Hubungan Intensitas Penggunaan Situs Jejaring Sosial Dengan Empati Pada Remaja Siswa XI SMA Negeru 10 Pekanbaru” *Skripsi Fakultas Psikolog*, 9-26 (2019).
- I Made Laut Mertha Jaya, “Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif,” (Yogyakarta : QUADRANT, No 26, (2020).

- I Made Laut Mertha Jaya, "Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif," (Yogyakarta : QUADRANT, No 62, (2020).
- Imroatus solikha, "Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan fear Of Missing Out (FOMO) Pada siswa SMPN X" *Skripsi Universitas Islam Sultan Agung*, No 9, (2022).
- KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), *Kamus Online* 28 Desember (2016).
- KOMINFO, "Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang", https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker, Diakses pada 26/05/(2024).
- Lisya Septiani Putri, Dadang Hikmah Purnama Dan Abdullah Idi, "Gaya Hidup Mahasiswa Penidap Fear Of Missing Out Dikota Palembang", *Masyarakat Dan Budaya*, Vol.21 No. 2, 135 (2019).
- Lisya septiani Putri, dadang Hikmah Purnama, Abdullah Idi,"Gaya hidup mahasiswa pengidap *Fear Of Missing Out* di kota palembang" *Jurnal Masyarakat & Budaya*. <https://jmb.lipi.go.id/index.php/jmb/article/download/867/467>, 21, No. 2: 132 (Tahun 2019).
- Ma'ruf Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta : aswaja pressindo, hal 248, (2015).
- Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, Yogyakarta : QUADRANT, 74, (2020).
- Mainidar Sachiyati, Deni yanuar dan Uswatun Nisa, "Fenomena Kecanduan Media sosial (FOMO) Pada Remaja Kota Banda Aceh" (Mainidar Sachiyati 2023)", *Jurnal FISIP*, Vol. 8, no 4 November (2023).
- Muhtar, "7 media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia" (2023), [*Ini 7 Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia - UICI*](#), (Diakses pada 04/24/2024).
- Neli Azmi, "Hubungan anatara *Fear of Missing Out*(FOMO)dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa" *Skripsi UIN Sultan Syarif Kasym Riau*, h.18-20, Tahun (2019).
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, Oxford University Press, No.29(4), 1841-1848, (2013).

Riadi, Muchlisin. (2021). *Fear of Missing Out (FOMO) - Pengertian, Aspek, Dampak dan Faktor yang Mempengaruhi*, dari <https://www.kajianpustaka.com/2021/01/fear-of-missing-out-FOMO.html>, Diakses pada (4/24/2024).

Ryska roska oktavia, "Josep hutty pardamean malau, diny atrizka dan dearni cintya dewi" (Ryska Roska Oktavia 2020)", *Jurnal Psikologi dan Kesehatan*, vol. 1 No. 3, 185, (2020).

Sarentya Fathadhika dan Afriani, "social media engagement sebagai mediator antara fear of missing out dengan kecanduan media sosial pada remaja", *Jurnal psikologi sains dan Profesi*, <http://jurnal.unpad.ac.id/jpsp/article/download/18741/10385>, Vol. 2, No 3, 209 (Desember 2018),.

Sarentya Fathadhika Dan Afriani, "Social Media Engagement Sebagai Mediator Antara Fear Of Missing Out Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Remaja", *Psikologi Sains Dan Profesi*, Vol. 2, No 3, 209. <http://jurnal.unpad.ac.id/jpsp/article/download/18741/10385> Desember (2018).

Sutrisno Hadi, *Analisis Regresi*, Yogyakarta: Andi Offset, H. 13, (2010).

Yuzi Akbari, "Hubungan Intensitas Penggunaan Sosial Media terhadap Perilaku Belajar Mata Pelajaran Produktif pada Siswa Kelas XI Jasa Boga di SMK 3 Klaten" *Skripsi Sarjana, Fakultas Teknik UNY* hl. 11, Tahun (2016),

Yuzi Akbari, "Hubungan Intensitas Penggunaan Sosial Media terhadap Perilaku Belajar Mata Pelajaran Produktif pada Siswa Kelas XI Jasa Boga di SMK 3 Klaten" *Skripsi Sarjana, Fakultas Teknik UNY*, h.11, Tahun (2016).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 1:

Kisi-Kisi instrument Intensitas Penggunaan Media Sosial dan *Fear of Missing Out* (FOMO)

Variabel	Indikator	Nomor item	Jumlah
Intensitas penggunaan media sosial (X)	Motivasi	12,15	2
	Durasi	1,2	2
	Frekuensi	4,5,6	3
	presentasi	3,13,14,19	4
	Arah sikap	8,9,10,11,17,20,21	7
	Minat	7,16,18	3
<i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	Kekhawatiran	1,3,7,9,15,17,18,19	8
	Ketakutan	2,5,8,10,16,20	6
	Kecemasan	4,6,11,12,13,14,21,22	8



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 2: Angket Intensitas Penggunaan Media sosial dengan *Fear of Missing Out* (FOMO)

KUISIONER PENELITIAN

Kepada Yth. Saudara/i

Mahasiswa Komunikasi & Penyiaran Islam Angkatan 2019

Di Tempat

Assalamu'alaikum wr.wb.,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir di Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember, maka kami mengadakan penelitian dengan Judul "Hubungan Intenitas Penggunaan Media Sosial dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada mahasiswa KPI Angkatan 2019". Dengan itu, kami membutuhkan sejumlah data untuk diolah dan kemudian akan dijadikan sebagai bahan penelitian melalui kerjasama dan kesediaan saudara/i dalam mengisi kuisisioner ini. kami harapkan saudara/i mengisi kuisisioner ini dengan sungguh-sungguh agar didapatkan data yang valid. atas perhatian dan kesediaan saudara/i sekalian mengisi kuisisioner ini, kami mengucapkan banyak terimakasih.

wassalamu'alaikum wr.wb

Hormat kami,

Ach Ifan Affandi

Nama Lengkap

....

NIM

....

Alamat/Tempat tinggal

....

Jenis Kelamin

Mark only one oval.

- a) Laki-laki
- b) Perempuan

Pernyataan variabel intensitas penggunaan media sosial

1. Saya sering mengakses media sosial lebih dari 2 jam perhari

Mark only one oval.

- a) Selalu
- b) sering
- c) Kadang-kadang
- d) Hampir tidak pernah

e) Tidak pernah

2. Saya senang bermain media sosial karena banyak informasi yang saya gemari

Mark only one oval.

- a) Selalu
- b) sering
- c) Kadang-kadang
- d) Hampir tidak pernah
- e) Tidak pernah

3. Saya mengakses media sosial pada saat makan/sedang diperjalanan/sedang perkuliahan berlangsung/saat berkumpul dengan teman-teman

Mark only one oval.

- a) Selalu
- b) sering
- c) Kadang-kadang
- d) Hampir tidak pernah
- e) Tidak pernah.

4. Pada saat berkumpul dengan teman-teman saya cenderung lebih fokus mengakses media sosial daripada ngobrol bersama dengan mereka

Mark only one oval.

- a) Selalu
- b) sering
- c) Kadang-kadang
- d) Hampir tidak pernah
- e) Tidak pernah

5. Sebelum saya tidur saya selalu mengakses media sosial

Mark only one oval.

- a) Selalu
- b) sering
- c) Kadang-kadang
- d) Hampir tidak pernah
- e) Tidak pernah

6. Saya merasa cemas pada saat handphone saya kehilangan sinyal

Mark only one oval.

- a) Selalu
- b) sering
- c) Kadang-kadang
- d) Hampir tidak pernah
- e) Tidak pernah

7. saat saya mengakses media sosial, saya terlalu fokus sampai lupa akan sekitar

Mark only one oval.



- a) Selalu
- b) sering
- c) Kadang-kadang
- d) Hampir tidak pernah
- e) Tidak pernah

8. Saya merasa banyak energi terkuras saat saya mengakses media sosial

Mark only one oval.

- a) Selalu
- b) sering
- c) Kadang-kadang
- d) Hampir tidak pernah
- e) Tidak pernah

9. Saya lebih tertarik scrolling konten di media sosial daripada berbicara dengateman saya

Mark only one oval.

- a) Selalu
- b) sering
- c) Kadang-kadang
- d) Hampir tidak pernah
- e) Tidak pernah

10. Saya sangat menikmati waktu saya pada saat mengakses media sosial

Mark only one oval.

- a) Selalu
- b) sering
- c) Kadang-kadang
- d) Hampir tidak pernah
- e) Tidak pernah

11. Saya sering terpengaruh membeli barang yang di promosikan lewat mediasosial

Mark only one oval.

- a) Selalu
- b) sering
- c) Kadang-kadang
- d) Hampir tidak pernah
- e) Tidak pernah

12. Saat membuka media sosial saya akan mencari tahu kegiatan orang lain melalui statusnya

Mark only one oval.

- a) Selalu
- b) sering
- c) Kadang-kadang

- d) Hampir tidak pernah
- e) Tidak pernah

13. Menurut saya banyak manfaat ketika bermain media sosial
Mark only one oval.

- a) Selalu
- b) sering
- c) Kadang-kadang
- d) Hampir tidak pernah
- e) Tidak pernah

14. Saat bermain media sosial Mood saya berasa lebih baik
Mark only one oval.

- a) Selalu
- b) sering
- c) Kadang-kadang
- d) Hampir tidak pernah
- e) Tidak pernah
- f)

15. Saya sering berdiskusi dengan teman-teman melalui media sosial
Mark only one oval.

- a) Selalu
- b) sering
- c) Kadang-kadang
- d) Hampir tidak pernah
- e) Tidak pernah

16. Karena terlalu sibuk bermain media sosial, saya sampai lupa diri dan melalaikan kewajiban saya

Mark only one oval.

- a) Selalu
- b) sering
- c) Kadang-kadang
- d) Hampir tidak pernah
- e) Tidak pernah

17. Saya sering melupakan teman yang di samping saya saat bermain mediasosial
Mark only one oval.

- a) Selalu
- b) sering
- c) Kadang-kadang
- d) Hampir tidak pernah
- e) Tidak pernah

Pernyataan Variabel *Fear of Missing Out* (FOMO).

1. Saya merasa sedih saat teman saya berkumpul tanpa kehadiran saya

Mark only one oval.

- a) selalu
- b) sering
- c) kadang-kadang
- d) hampir tidak pernah
- e) tidak pernah

2. saya selalu ingin terhubung dalam setiap kegiatan yang dilakukan individu lainnya di media sosial

Mark only one oval.

selalu

- a) sering
- b) kadang-kadang
- c) hampir tidak pernah
- d) tidak pernah

3. bukan hal yang penting bagi saya untuk tetap update dalam segala hal yang terjadi

Mark only one oval.

- a) selalu
- b) sering
- c) kadang-kadang
- d) hampir tidak pernah
- e) tidak pernah

4. saya merasa gelisah disaat saya melihat teman-teman yang bersenang-senang berkumpul tanpa kehadiran saya

Mark only one oval.

- a) selalu
- b) sering
- c) kadang-kadang
- d) hampir tidak pernah
- e) tidak pernah

5. saya merasa senang disaat saya memposting story untuk memberitahukan hal terkini mengenai saya di instagram

Mark only one oval.

- a) selalu
- b) sering
- c) kadang-kadang
- d) hampir tidak pernah
- e) tidak pernah

6. saya merasa bukan sebuah keharusan untuk tetap terhubung dalam segala kegiatan yang dilakukan oleh teman/individu yang lain



Mark only one oval.

- a) selalu
- b) sering
- c) kadang-kadang
- d) hampir tidak pernah
- e) tidak pernah

7. saya menghindari penggunaan media sosial untuk menjadi kegiatan *stalking* aktivitas teman

Mark only one oval.

- a) selalu
- b) sering
- c) kadang-kadang
- d) hampir tidak pernah
- e) tidak pernah

8. saya sering mencari tahu apa yang terjadi/atau yang dilakukan oleh individu lain di media sosial

Mark only one oval.

- a) selalu
- b) sering
- c) kadang-kadang
- d) hampir tidak pernah
- e) tidak pernah

9. saya merasa cemas ketika saya tidak dapat mengabadikan moment

Mark only one oval.

- a) selalu
- b) sering
- c) kadang-kadang
- d) hampir tidak pernah
- e) tidak pernah

10. saya merasa cemas pada saat handphone saya tertinggal disaat saya bepergian

Mark only one oval.

- a) selalu
- b) sering
- c) kadang-kadang
- d) hampir tidak pernah
- e) tidak pernah

11. pada saat bangun tidur saat langsung membuka media sosial untuk melihat informasi yang ada ataupun melihat kegiatan orang lain

Mark only one oval.

- a) selalu
- b) sering

- c) kadang-kadang
- d) hampir tidak pernah
- e) tidak pernah

12. saya selalu mengikuti hal yang sedang *trend* agar selalu *up to date*

Mark only one oval.

- a) selalu
- b) sering
- c) kadang-kadang
- d) hampir tidak pernah
- e) tidak pernah

13. pada saat sedang belibur saya cenderung untuk meng upload moment untuksaya bagikan ke media sosial milik saya

Mark only one oval.

- a) selalu
- b) sering
- c) kadang-kadang
- d) hampir tidak pernah
- e) tidak pernah

14. pada saat sedang hangout saya berusaha untuk mendokumentasikan momen untuk saya upload ke media sosial saya

Mark only one oval.

- a) selalu
- b) sering
- c) kadang-kadang
- d) hampir tidak pernah
- e) tidak pernah

15. saya merasa gelisah jika teman/individu lainnya lebih up to date daripada saya

Mark only one oval.

- a) selalu
- b) sering
- c) kadang-kadang
- d) hampir tidak pernah
- e) tidak pernah

16. saya merasa gelisah pada saat saya melewatkan kesempatan untuk dapat berkumpul dengan teman saya yang telah direncanakan

Mark only one oval.

- a) selalu
- b) sering
- c) kadang-kadang
- d) hampir tidak pernah
- e) tidak pernah

[illegible]

Lampiran 4 : Hasil olah data

1. Hasil uji validitas

Hasil uji validitas intensitas penggunaan media sosial

No Soal	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1.	0,426	0,329	Valid
2.	0,519	0,329	Valid
3.	0,544	0,329	Valid
4.	0,422	0,329	Valid
5.	0,417	0,329	Valid
6.	0,404	0,329	Valid
7.	0,680	0,329	Valid
8.	0,354	0,329	Valid
9.	0,562	0,329	Valid
10.	0,346	0,329	Valid
11.	0,418	0,329	Valid
12.	0,463	0,329	Valid
13.	0,252	0,329	Valid
14.	0,516	0,329	Valid
15.	0,426	0,329	Valid
16.	0,550	0,329	Valid
17.	0,614	0,329	Valid

Hasil uji validitas *Fear Of Missing Out (FOMO)*

No Soal	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1.	0,531	0,329	Valid
2.	0,346	0,329	Valid
3.	0,346	0,329	Valid
4.	0,386	0,329	Valid
5.	0,429	0,329	Valid
6.	0,346	0,329	Valid
7.	0,498	0,329	Valid
8.	0,452	0,329	Valid
9.	0,461	0,329	Valid
10.	0,418	0,329	Valid
11.	0,475	0,329	Valid
12.	0,385	0,329	Valid
13.	0,366	0,329	Valid
14.	0,433	0,329	Valid
15.	0,491	0,329	Valid
16.	0,501	0,329	Valid

2. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas statistic intensitas penggunaan media sosial

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,683	18

Hasil uji reliabilitas statistic Fear Of Missing Out (FOMO)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,789	16

3. Hasil uji normalitas

Uji Normalitas						
Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Media sosial	,090	43	,200*	,964	43	,188
<i>Fear of missing out</i> (FOMO)	,099	43	,200*	,971	43	,331

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

4. Hasil uji linearitas

Uji linearitas							
ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Fear of Missing Out	Between Groups	(Combined)	2017,529	20	100,876	2,222	,036
		Linearity	1240,415	1	1240,415	27,323	,000

(FOMO) * Media sosial	Deviation from Linearity	777,114	19	40,901	,901	,588
	Within Groups	998,750	22	45,398		
	Total	3016,279	42			

5. Hasil Uji Korelasi Pearson Product Moment

Uji Korelasi pearson product moment

Correlations

		Media sosial	Fear of missing Out (FOMO)
Media sosial	Pearson Correlation	1	,641**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	43	43
Fear of missing Out (FOMO)	Pearson Correlation	,641**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	43	43

6. Hasil Uji Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,641 ^a	,411	,397	6,58132

Lampiran 5 : Jurnal kegiatan penelitian

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan *Fear of Missing Out* Pada
Mahasiswa KPI UIN KHAS Jember Angkatan 2019

NO.	Tanggal	Jenis Kegiatan	Keterangan
1.	31 Oktober 2024	Mempersiapkan angket penelitian	✓
2.	8 Januari 2025	Menyebarkan angket penelitian melalui whatsapp	✓
3.	20 Januari 2025	Mengumpulkan hasil data angket penelitian	✓
4.	25 Januari 2025	Membuat tabulasi data penelitian	✓
5.	27 Januari - 27 Februari 2025	Menganalisis dan menguji data	✓

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 6 : Matriks Penelitian

N O	Judul Penelitian	Variabel	Indikator	Populasi & Sampel	Metode Pengumpulan Data	Teknik Analisis Data
1	Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Fear of Missing Out (FOMO) Pada Mahasiswa KPI UIN KHAS Jember Angkatan 2019	Variabel X (Intensitas Penggunaan Media Sosial) Variabel Y (Fear of Missing Out) FOMO	Variabel X: • Durasi • Frekuensi • Presentasi • Arah Sikap • Minat Variabel Y: • Kekhawatiran • Ketakutan • Kecemasan	Populasi: Mahasiswa KPI UIN KHAS Jember Angkatan 2019 Sampel 43 mahasiswa (menggunakan teknik sampling jenuh)	Metode: Angket tertutup (kuesioner skala Likert) Teknik: Dokumentasi dan penyebaran melalui WhatsApp	- Uji Validitas dan Reliabilitas (SPSS) - Uji Normalitas dan Linearitas - Uji Korelasi Pearson Product Moment - Uji Koefisien Determinasi (R^2)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 7 : Surat ijin penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

Jl. Mataram No. 1 Mangli Kaliwates Jember, Kode Pos 68136
email : fakultasdakwah@uinkhas.ac.id website: <http://fdakwah.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B. 2149/Un.22/D.3.WD.1/PP.00.9/ J /2025

27 Mei 2025

Lampiran : -

Hal : Permohonan Tempat Penelitian Skripsi

Yth.

Ahmad Hayyan Najikh, M.Kom.I.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini kami memohon dengan hormat agar mahasiswa berikut :

Nama : Ach Ifan Affandi
NIM : D20191057
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Semester : XII (dua belas)

Dalam rangka penyelesaian / penyusunan skripsi, yang bersangkutan mohon dengan hormat agar diberi ijin mengadakan penelitian / riset selama $\pm$ 30 hari di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Penelitian yang akan dilakukan berjudul "Hubungan Intensitas Penggunaan Media sosial dengan Fear of Missing Out (FOMO) pada Mahasiswa KPI UIN KHAS Jember Angkatan 2019"

Demikian atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan,



ACE Scanner

Lampiran 8 : Surat telah selesai penelitian

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Hayyan Najikh, M.Kom.I.
 Jabatan : Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
 UIN KHAS Jember
 Alamat : Jl. Mataram No. 1 Mangli, Kaliwates, Jember, Kode Pos 68136

Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Ach Ifan Affandi
 NIM : D20191057
 Fakultas : Dakwah
 Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
 Alamat : Jl. Rembangan, Lingk Cupu, Patrang, Jember
 Pendidikan : Universitas Islam Negeri Kh Achmad Shiddiq

Telah selesai melakukan penelitian di Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam selama satu minggu (tujuh) hari, terhitung mulai tanggal 08 s/d 15 Januari 2025 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan Skripsi/Tesis/Disertasi/ Penelitian yang berjudul **Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) Pada Mahasiswa KPI UIN KHAS Jember Angkatan 2019**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI Jember, 27 Mei 2025

KIAI HAJI ACHMAD SHIDDIQ
 J E M B E R



Ahmad Hayyan Najikh, M.Kom.I.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ach Ifan Affandi
NIM : D20191057
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur plagiat penelitian atau karya tulis ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur-unsur plagiarasi atau penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain mengenai karya penulisan ini, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

J E M B E R

Jember, 12 Mei 2025

Saya Yang Menyatakan



Ach Ifan Affandi
 NIM: D20191057

BIODATA PENULIS



A. BIODATA DIRI

Nama : Ach Ifan Affandi
 NIM : D20191057
 Tempat, Tanggal Lahir : Sumenep, 19 Januari 2002
 Alamat : Dusun. Toguluk Bawah, Desa. Ellak-laok, Kec.
 Lenteng, Kab. Sumenep
 Fakultas : Dakwah
 Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
 Email : affandy0012@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD Negeri Ellak-Laok V : 2007-2013
2. SMP Islam Assyafi'iyah : 2013-2016
3. SMA Islam Assyafi'iyah : 2016-2019
4. UIN KHAS Jember : 2019-2025

C. ORGANISASI

Komunitas Perfilman (KOPER) Jember