

**KECENDERUNGAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
MUNCULNYA PERASAAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO)
MAHASISWA AKTIF PROGRAM STUDI SARJANA
DEPARTEMEN MATEMATIKA FMIPA UGM**



Disusun oleh:

- | | |
|------------------------------------|----------------------|
| 1. Yohanes De Britto Dewo Prasetyo | (22/493413/PA/21188) |
| 2. Hanna Safira Choirunisa | (22/493710/PA/21211) |
| 3. Syifa Azzahra Susilo | (22/496431/PA/21342) |
| 4. Indara Nurwulandari | (22/497878/PA/21463) |
| 5. Zumrotul Inayah | (22/498498/PA/21524) |
| 6. Dara Oktavia Risti | (22/604700/PA/21716) |
| 7. Marta Afifah | (22/504888/PA/21725) |

**DEPARTEMEN MATEMATIKA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS GADJAH MADA**

2023

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	1
BAB I PENDAHULUAN.....	2
1.1 Latar Belakang Masalah	2
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Media Sosial	5
2.2 <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	9
BAB III METODE PENELITIAN	11
3.1 Target Populasi.....	11
3.2 Variabel Penelitian	11
3.3 Metode Pengambilan Sampel	11
3.4 Kerangka Sampel	11
3.5 Pengambilan Sampel Minimum dan Perhitungannya	12
3.6 Metode Pengukuran.....	12
3.7 Jenis Pertanyaan yang Diberikan	12
3.8 Jenis Data yang Digunakan	13
BAB IV PEMBAHASAN.....	14
4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	14
4.2 Visualisasi Data Hasil Survei	23
4.3 Uji Korelasi	34
4.4 Kategorisasi Variabel Tingkat Kecanduan Media Sosial.....	35
4.5 Kategorisasi Variabel Munculnya Perasaan FoMO	36
4.6 Tabel Kontingensi Tingkat Kecanduan Media Sosial dengan Munculnya Perasaan FoMO	37
BAB V PENUTUP.....	39
5.1 Kesimpulan.....	39
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN.....	43

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini, tidak dapat dipungkiri bahwa kemajuan teknologi memiliki peran yang begitu besar bagi manusia. Salah satu bentuk kemajuan teknologi adalah media sosial. Kini, media sosial menjadi suatu hal yang sulit dilepaskan dalam kehidupan manusia. Sebagai salah satu negara dengan populasi terbesar di dunia, pengguna media sosial di Indonesia telah menyentuh angka di atas 160 juta pengguna, lebih tepatnya 167 juta pengguna (berdasarkan laporan dari *We Are Social* pada Januari 2023), dengan kata lain, telah lebih dari 60 persen penduduk di Indonesia yang menggunakan media sosial, angka tersebut tentu akan terus meningkat seiring dengan berjalannya waktu dan semakin mudahnya mengakses media sosial. Sekalipun media sosial membawa banyak manfaat bagi kehidupan manusia, tentu hal ini tidak akan lepas dari hal buruk yang menyertainya, terlebih ketika media sosial digunakan secara berlebihan hingga menyebabkan kecanduan. Kecanduan atau ketergantungan ini secara tidak langsung akan menstimulasi otak dan mempengaruhi diri pengguna, salah satu penyebab nyatanya adalah muncul perasaan FoMO atau *Fear of Missing Out*. Berdasarkan survei terbaru yang dijalankan oleh situs *MyLife.com*, didapatkan fakta bahwa 56 persen orang mengalami FoMO sebagai akibat dari penggunaan media sosial, lebih lengkapnya, mereka menjadi takut kehilangan informasi, berita, maupun *update* status penting apabila mereka berada jauh dari media sosial. Secara garis besar, kelompok usia yang paling banyak memanfaatkan media sosial adalah kelompok usia remaja, yaitu sekitar 12 sampai 24 tahun (*World Health Organization*), dan umumnya mahasiswa merupakan bagian dari kelompok usia tersebut. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk menjalankan survei untuk melihat kecenderungan penggunaan media sosial terhadap munculnya perasaan *Fear of Missing Out* pada mahasiswa aktif program studi sarjana di Departemen Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Gadjah Mada.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana tingkat penggunaan media sosial mahasiswa aktif program studi sarjana di Departemen Matematika FMIPA UGM?
- 1.2.2 Apakah perasaan FoMO muncul pada mahasiswa aktif program studi sarjana di Departemen Matematika FMIPA UGM?
- 1.2.3 Apakah terdapat pola hubungan antara penggunaan media sosial terhadap munculnya perasaan FoMO pada mahasiswa aktif program studi sarjana di Departemen Matematika FMIPA UGM?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dituliskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.3.1 Mengetahui tingkat penggunaan media sosial mahasiswa aktif program studi sarjana di Departemen Matematika FMIPA UGM.
- 1.3.2 Mengetahui tingkat perasaan FoMO pada mahasiswa aktif program studi sarjana di Departemen Matematika FMIPA UGM.
- 1.3.3 Melihat pola hubungan antara penggunaan media sosial terhadap munculnya perasaan FoMO pada mahasiswa aktif program studi sarjana di Departemen Matematika FMIPA UGM.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, hingga tujuan penelitian yang telah dituliskan, maka penulis dapat menyimpulkan beberapa manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- 1.4.1 Bagi penulis, pelaksanaan survei ini diharapkan mampu memberikan tambahan wawasan dan pengalaman khususnya dalam merancang serta menjalankan metode survei sampel.
- 1.4.2 Bagi pembaca, pelaksanaan survei ini diharapkan mampu memberikan wawasan khususnya dalam melihat bagaimana

penggunaan media sosial membawa berbagai dampak bagi manusia, sehingga pembaca dapat semakin sadar untuk lebih bijak dalam memanfaatkan media sosial supaya terhindar dari segala dampak buruk yang menimpa.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Media Sosial

2.1.1 Pengertian Media Sosial

Media Sosial adalah sebuah media untuk melakukan interaksi sosial dengan menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Chris Brogan (2010) menyebutkan bahwa media sosial adalah seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi orang awam.

Menurut Nabila et al. (2020) media sosial merupakan sebuah media online yang beroperasi dengan bantuan teknologi berbasis web yang membuat perubahan dalam hal komunikasi yang dahulu hanya dapat satu arah dan berubah menjadi dua arah atau dapat disebut sebagai dialog interaktif. Media sosial juga dapat dikatakan sebagai tempat, layanan, dan alat bantu yang memungkinkan setiap orang terhubung sehingga dapat mengekspresikan dan berbagi dengan individu lainnya dengan bantuan internet.

2.1.2 Karakteristik Media Sosial

Menurut Rulli (2015) media sosial memiliki karakter khusus, beberapa karakteristik dari media sosial sebagai berikut:

1) Jaringan antar Pengguna

Media sosial terbentuk di dalam jaringan internet. Jaringan yang terbentuk antar pengguna dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon seluler, laptop, atau tablet.

2) Informasi

Informasi merupakan elemen yang penting dari media sosial, sebab pengguna media sosial dapat bebas berkreasi, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

3) Arsip

Dalam istilah media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan saja. Setiap informasi yang diunggah di media sosial tidak akan hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan, dan tahun. Informasi tersebut akan terus tersimpan dan mudah untuk diakses.

4) Interaksi

Tujuan dari adanya media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini dapat memperluas hubungan pertemanan dan pengikut, serta melakukan interaksi seperti saling memberikan komentar atau tanda suka pada unggahan seseorang.

5) Simulasi Sosial

Perangkat di media sosial bisa memungkinkan siapa pun untuk menjadi siapa saja, bahkan bisa menjadi berbeda dengan realitasnya.

6) Konten oleh Pengguna

Pada media sosial, konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. *User generated content* merupakan hubungan simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi.

2.1.3 Jenis-jenis Media Sosial

Menurut Sudiyatmoko (2014) media sosial dibagi menjadi 6 jenis:

1) Proyek Kolaborasi Website

Pengguna dapat mengubah, menambah, atau membuang konten yang termuat dalam *website* tersebut, seperti Wikipedia.

2) Blog dan Microblog

Pengguna dapat bebas mengungkapkan suatu hal dalam *blog*, seperti memberikan informasi tentang suatu hal, memberikan ulasan, dan lainnya.

3) Konten atau Isi

Pengguna media sosial saling membagikan konten multimedia, seperti *e-book*, video, foto, dan lain-lain

4) Situs Jejaring Sosial

Pegguna terkoneksi dengan membuat informasi pribadi maupun sosial sehingga dapat diakses oleh orang lain. Beberapa situs jejaring sosial antara lain Facebook, Youtube, X (Twitter), Instagram, dan Snapchat. Pada penelitian ini, jenis ini akan didefinisikan sebagai media sosial dan akan diteliti lebih lanjut.

5) *Virtual Game World*

Virtual game world adalah *platform* yang mereplikasi lingkungan tiga dimensi di mana pengguna muncul dalam bentuk avatar yang dipersonalisasi dan berinteraksi sesuai dengan aturan mainnya. Pengguna dapat berinteraksi dengan orang lain yang mengambil wujud avatar layaknya di dunia nyata melalui aplikasi 3D, contoh online game. Contohnya adalah World of Warcraft.

6) *Virtual Social World*

Virtual social world memungkinkan pegguna untuk berperilaku lebih leluasa dan hidup dalam bentuk *avatar* di dunia maya.

2.1.4 Manfaat Media Sosial

Carrol & Kirkpatrick (2011) menjelaskan adanya media sosial memberikan manfaat bagi penggunanya, yaitu sebagai berikut:

- 1) Untuk mempererat tali persahabatan dan kekeluargaan. Media sosial memberikan kemudahan bagi remaja untuk menjalin hubungan atau berinteraksi dan kesempatan untuk belajar satu sama lain.
- 2) Memberikan lingkungan yang mendukung untuk bereksplorasi dengan persahabatan, status sosial, juga memberi kesempatan untuk berbagi dan mendiskusikan kesukaan atau hobi.

- 3) Dapat memungkinkan remaja menemukan dukungan online untuk penyandang penyakit, cacat atau yang memiliki kekurangan lainnya.
- 4) Sebagai sumber informasi ataupun sumber motivasi dari tokoh yang dibanggakan di media sosial.
- 5) Untuk mencari jawaban atas masalah kesehatan mereka.

2.1.5 Indikator Kecanduan Media Sosial

Menurut Kuss & Griffiths (2011) kecanduan media sosial pada seseorang memiliki enam indikator yang saling berhubungan. Seseorang dapat dikatakan mengalami kecanduan media sosial apabila memenuhi tiga dari enam indikator yang dinyatakan sebagai berikut:

1) *Salience*

Hal ini terjadi ketika penggunaan media sosial menjadi aktivitas yang mendominasi pikiran individu meskipun sedang tidak sedang mengakses media sosial. Individu cenderung memikirkan aktivitas media sosial yang dilakukan sebelumnya dan mengantisipasi sesi penggunaan media sosial berikutnya.

2) *Mood Modification*

Individu segera mendapatkan kepuasan saat dapat menggunakan media sosial.

3) *Tolerance*

Penggunaan media sosial mengalami peningkatan secara progresif, kebutuhan untuk menggunakan media sosial dengan alokasi waktu yang terus bertambah untuk mengejar kepuasan sehingga aktivitas online pada media sosial melebihi waktu yang direncanakan.

4) *Withdrawal*

Individu merasa tidak tenang jika belum membuka media sosial.

5) *Conflict*

Pertentangan yang muncul dari dirinya sendiri tentang banyaknya waktu yang telah dihabiskan untuk menggunakan media sosial serta konflik yang terjadi antara individu dengan orang lain sebagai akibat perilakunya di media sosial.

6) *Relapse*

Individu telah mencoba dan gagal untuk mengendalikan, mengurangi, atau berhenti menggunakan media sosial.

2.2 *Fear of Missing Out (FoMO)*

2.2.1 *Pengertian Fear of Missing Out (FoMO)*

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

2.2.2 *Indikator Fear of Missing Out (FoMO)*

Menurut Przybylski dkk (2013), beberapa indikator *Fear of Missing Out (FoMO)* antara lain:

1) *Tidak terpenuhinya kebutuhan secara psikologis akan relatedness.*

Relatedness merupakan keinginan individu untuk terus terhubung bersama dengan orang lain. Dalam situasi ini masing-masing individu memiliki hubungan yang kuat satu sama lain sehingga memiliki kesempatan untuk berinteraksi dengan orang yang dianggap penting. Namun apabila *Relatedness* tidak

terpenuhi, hal tersebut akan menyebabkan seseorang merasakan khawatir dan terus mengetahui apa yang sedang dilakukan orang lain di media sosial.

2) Tidak terpenuhinya keinginan psikologi akan diri sendiri.

Keinginan psikologis akan *self* (diri sendiri) berhubungan dengan *competence* dan *autonomy*. *Competence* merupakan suatu kebutuhan yang melekat pada diri seseorang untuk merasa efektif ketika berinteraksi dalam lingkungan serta untuk melatih kemampuan melewati tantangan. Sedangkan, *autonomy* merupakan sebuah penilaian ketika adanya pilihan, dukungan serta dorongan yang terhubung. Hal ini dijalankan dengan diri sendiri tanpa adanya keterikatan dari orang lain. Namun, bila kebutuhan psikologis akan *self* tidak terpenuhi, maka individu akan menyebarkan melalui internet untuk memperoleh berbagai macam informasi.

Berdasarkan penjelasan di atas menurut Przybylski dkk (2013), dapat diambil kesimpulan bahwa seseorang yang mengalami FoMO adalah apabila kebutuhan akan *relatedness* dan *self* (diri sendiri) dapat terpenuhi.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Target Populasi

Populasi yang ditentukan untuk diambil sampelnya adalah mahasiswa-mahasiswi aktif Departemen Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Gadjah Mada angkatan 2020, 2021, 2022, dan 2023 dengan total 735 orang mahasiswa.

3.2 Variabel Penelitian

Secara umum, karena survei ini hanya ditujukan untuk mengetahui data deskriptif terkait tingkat penggunaan media sosial, apakah perasaan FoMO muncul pada mahasiswa aktif sarjana di Departemen Matematika FMIPA UGM, serta pola hubungannya maka tidak ditetapkan kelompok variabel bebas maupun variabel terikat pada survei ini.

3.3 Metode Pengambilan Sampel

Target populasi diasumsikan bersifat homogen dan setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Oleh karena itu, metode pengambilan sampel yang digunakan pada survei ini adalah simple random sampling.

3.4 Kerangka Sampel

Kerangka sampel berukuran 735 baris yang terdiri dari perwakilan rekan mahasiswa yang berasal dari tiga program studi berbeda di Departemen Matematika Fakultas MIPA UGM, yaitu Matematika, Statistika, dan Ilmu Aktuaria. Kerangka sampel berisi nama lengkap dan kontak yang dapat dihubungi dari mahasiswa-mahasiswi aktif Departemen Matematika Fakultas MIPA UGM angkatan 2020, 2021, 2022, dan 2023. Kemudian, dilakukan randomisasi selanjutnya metode pengambilan sampel dari masing-masing program studi dan angkatan.

3.5 Pengambilan Sampel Minimum dan Perhitungannya

Rincian perhitungan dalam pengambilan sampel untuk survei ini adalah sebagai berikut:

Banyak populasi (N) = $181 + 314 + 240 = 735$

Tingkat ketelitian (d) = 90%

Prevalensi/Proporsi/Persentase (p) = 0.58

Perhitungan minimal sampel keseluruhan:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 p(1 - p) N}{d^2 (N - 1) + z_{\alpha/2}^2 p(1 - p)}$$
$$n = \frac{(1.96)^2 (0.56)(0.44)(735)}{(0.1)^2 (734) + (1.96)^2 (0.56)(0.44)}$$
$$n \approx 83.95864$$
$$n \approx 84 \text{ sampel}$$

Dengan demikian jumlah sampel minimum keseluruhan dibulatkan ke atas, yaitu 84 orang mahasiswa.

3.6 Metode Pengukuran

Survei dilakukan dengan menggunakan kuisioner yang dibuat pada platform Google Forms. Kemudian survei dikirimkan melalui media sosial WhatsApp atau LINE kepada unit-unit yang terpilih menjadi sampel. Selanjutnya, hasil pengisian kuisioner dapat dilihat dalam bentuk tabel excel.

3.7 Jenis Pertanyaan yang Diberikan

Dalam survei, responden diberikan pertanyaan terbuka berbentuk isian singkat untuk nama, dan pertanyaan tertutup dengan jawaban berbentuk pilihan ganda dan skala likert. Pertanyaan yang diberikan kepada responden dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:

1) Identitas

Pada bagian ini, responden diminta untuk mengisi nama lengkap, jurusan, dan angkatan

2) Kecenderungan penggunaan media sosial

Pada bagian ini, penyelenggara survei akan meninjau tingkat penggunaan media sosial serta responden diminta untuk menjawab beberapa pertanyaan seputar perasaan ketika menggunakan media sosial.

3) Perasaan FoMO

Pada bagian ini, penyelenggara survei akan meninjau apakah responden mengalami perasaan FoMO pada keseharian responden.

3.8 Jenis Data yang Digunakan

Data yang dikumpulkan oleh penyelenggara survei merupakan data primer karena data dikumpulkan secara langsung oleh penyelenggara survei dan diperoleh secara langsung dari sumbernya, yaitu dari unit-unit sampel terpilih.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.1.1 Uji Validitas

Validitas adalah keakuratan suatu ukuran atau alat ukur dalam mengukur tujuan pengukuran. Suatu alat ukur dikatakan valid jika mampu memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud dari penelitian yang dilakukan.

Pengukuran validitas suatu item dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item dan skor total item menggunakan rumus teknik korelasi *product moment* berikut:

$$r = \frac{N(\sum_{i=1}^N x_i y_i) - (\sum_{i=1}^N x_i)(\sum_{i=1}^N y_i)}{\sqrt{[N(\sum_{i=1}^N x_i^2) - (\sum_{i=1}^N x_i)^2][N(\sum_{i=1}^N y_i^2) - (\sum_{i=1}^N y_i)^2]}}$$

dengan:

r = koefisien korelasi product moment

x = skor tiap item/pertanyaan

y = skor total

N = jumlah responden

Diperoleh suatu koefisien korelasi yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan menentukan apakah item tersebut layak digunakan atau tidak. Jika nilai koefisien korelasi lebih besar dari nilai tabel kritis, maka item tersebut dianggap signifikan atau dapat dikatakan valid.

Uji Hipotesis

- **Hipotesis**

H₀: item pertanyaan tidak valid

H₁: item pertanyaan valid

- **Tingkat Signifikansi**

$\alpha = 0.05$

- **Statistik Uji**

Nilai koefisien korelasi (r) tiap item dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*.

- **Daerah Kritik**

H_0 ditolak jika r hasil $> r$ tabel

Uji validitas akan diulang sampai semua item valid. Dengan catatan, jika terdapat item yang tidak valid dan merupakan poin penting dalam penelitian, maka item tersebut tetap dapat dimasukkan ke dalam alat ukur.

4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu metode untuk mengukur sejauh mana suatu alat ukur konsisten dalam memberikan hasil yang sama jika pengukuran dilakukan secara berulang.

Ada beberapa metode pengujian reliabilitas di antaranya metode tes ulang, formula Flanagan, Cronbach's Alpha, metode formula KR (Kuder-Richardson) – 20, KR – 21, dan metode Anova Hoyt. Metode yang paling sering digunakan dalam penelitian adalah metode Cronbach's Alpha. Dengan menggunakan metode ini, suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh lebih besar dari 0.7.

Uji Hipotesis

- **Hipotesis**

H_0 : item-item pertanyaan reliabel

H_1 : item-item pertanyaan tidak reliabel

- **Statistik Uji**

Nilai Cronbach's Alpha

- **Daerah Kritik**

H_0 ditolak jika nilai Cronbach's Alpha < 0.7 .

4.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Survei Kecenderungan Penggunaan Media Sosial Terhadap Munculnya Perasaan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Mahasiswa Aktif Program Studi Sarjana Departemen Matematika FMIPA UGM

Dilakukan uji validitas dan reliabilitas menggunakan paket program SPSS dan diperoleh keluaran dari masing-masing aspek sebagai berikut.

1) Aspek Kecanduan Penggunaan Media Sosial

Uji Validitas

- **Hipotesis**

H_0 : item pertanyaan tidak valid

H_1 : item pertanyaan valid

- **Tingkat Signifikansi**

$\alpha = 0,05$

$df = \text{jumlah responden} - 2 = 94 - 2 = 92$

- **Daerah Kritis**

H_0 ditolak jika $r \text{ hasil} > r \text{ tabel}$

Nilai $r \text{ tabel} = 0.1394$

- **Statistik Uji**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saat saya bekerja/belajar, pikiran saya tertuju pada media sosial	25.8571	34.593	.801	.891
Saya langsung membuka media sosial seketika setelah bangun tidur di pagi hari	25.2143	40.643	.634	.904
Saya memeriksa media sosial sebelum memulai suatu tugas atau pekerjaan	25.7143	40.220	.592	.905
Saya memeriksa media sosial di tengah waktu saya belajar/bekerja	25.5714	34.879	.856	.888
Saat merasa telah menghabiskan lebih banyak waktu di media sosial	25.3571	40.709	.569	.906
Saya tetap membuka media sosial sekalipun sedang bersama orang lain	25.7143	39.297	.599	.904
Saya merasa gelisah ketika saya tidak dapat membuka media sosial	26.2143	37.720	.594	.905
Saya membuka media sosial sebelum saya tidur di malam hari	25.0714	39.610	.464	.913
Saya mengabaikan waktu tidur/istirahat saya untuk membuka media sosial	26.1429	33.209	.862	.887
Saya merasa kesulitan untuk berhenti membuka media sosial	25.6429	35.170	.799	.891

- **Kesimpulan**

Didapatkan kesimpulan berdasarkan hasil pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Aspek Kecanduan Penggunaan Media Sosial

Pertanyaan	r hasil	r tabel	Kesimpulan
Saat saya bekerja/belajar, pikiran saya tertuju pada media sosial	0.801	0.1394	Valid
Saya langsung membuka media sosial seketika setelah bangun tidur di pagi hari	0.634		Valid
Saya memeriksa media sosial sebelum memulai suatu tugas atau pekerjaan	0.592		Valid
Saya memeriksa media sosial di tengah waktu saya belajar/bekerja	0.856		Valid
Saya merasa telah menghabiskan lebih banyak waktu di media sosial	0.569		Valid
Saya tetap membuka media sosial sekalipun sedang bersama orang lain	0.599		Valid

Saya merasa gelisah ketika saya tidak dapat membuka media sosial	0.594		Valid
Saya membuka media sosial sebelum saya tidur di malam hari	0.464		Valid
Saya mengabaikan waktu tidur/istirahat saya untuk membuka media sosial	0.862		Valid
Saya merasa kesulitan untuk berhenti membuka media sosial	0.799		Valid

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa dari semua item pertanyaan pada aspek Kecanduan Penggunaan Media Sosial valid.

Uji Reliabilitas

- **Hipotesis**

H_0 : item-item pertanyaan reliabel

H_1 : item-item pertanyaan tidak reliabel

- **Tingkat Signifikansi**

$\alpha = 0.05$

- **Statistik Uji**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.930	10

Cronbach's Alpha = 0.930

- **Daerah Kritik**

H_0 ditolak jika nilai Cronbach's Alpha < 0.7.

- **Kesimpulan**

Diperoleh nilai Crobach's Alpha = 0.930 > 0.7, maka H_0 tidak ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item pertanyaan pada aspek Kecanduan Penggunaan Media Sosial reliabel.

2) Aspek *Fear of Missing Out* (FoMO)

Uji Validitas

- **Hipotesis**

H_0 : item pertanyaan tidak valid

H_1 : item pertanyaan valid

- **Tingkat Signifikansi**

$\alpha = 0.05$

$df = \text{jumlah responden} - 2 = 94 - 2 = 92$

- **Daerah Kritik**

H_0 ditolak jika $r_{\text{hasil}} > r_{\text{tabel}}$

Nilai $r_{\text{tabel}} = 0.1394$

- **Statistik Uji**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya takut orang lain memiliki pengalaman lebih berharga daripada saya	19.8571	53.824	.787	.920
Saya takut teman-teman saya mempunyai pengalaman lebih bahagia daripada saya	20.0000	55.231	.537	.933
Saya khawatir ketika mengetahui teman-teman saya bersenang-senang tanpa saya	20.0714	50.687	.876	.915
Terkadang saya bertanya-tanya, 'apa yang sedang teman-teman saya lakukan saat ini?'	19.7857	52.027	.714	.924
Saya merasa cemas ketika saya tidak tahu apa yang sedang dilakukan teman-teman saya	20.5000	55.192	.744	.923
Terkadang saya bertanya-tanya, 'apakah saya menghabiskan terlalu banyak waktu untuk mengikuti apa yang sedang terjadi?'	19.4286	53.495	.737	.922
Saya merasa kesal/gelisah ketika saya melewatkan kesempatan untuk bertemu dengan teman-teman	19.9286	51.610	.827	.917
Ketika saya sedang bersenang-senang, penting bagi saya untuk membagikan kegiatan saya secara online (misalnya dengan memperbarui status)	20.0714	51.302	.831	.917
Ketika saya melewatkan pertemuan yang telah direncanakan, hal itu mengganggu saya.	19.2857	57.451	.431	.938
Ketika saya pergi berlibur, saya terus mengawasi apa yang sedang dilakukan teman-teman saya.	20.3571	51.478	.837	.917

- **Kesimpulan**

Didapatkan kesimpulan berdasarkan hasil pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Aspek *Fear of Missing Out* (FoMO)

Pertanyaan	r hasil	r tabel	Kesimpulan
Saya takut orang lain memiliki pengalaman lebih berharga daripada saya	0.787	0.1394	Valid
Saya takut teman-teman mempunyai pengalaman lebih berharga daripada saya	0.537		Valid
Saya khawatir ketika mengetahui teman-teman saya bersenang-senang tanpa saya	0.876		Valid
Terkadang saya bertanya-tanya, “apa yang sedang teman-teman saya lakukan saat ini?”	0.714		Valid
Saya merasa cemas ketika saya tidak tahu apa yang sedang dilakukan teman-teman saya	0.744		Valid
Terkadang saya bertanya-tanya,	0.737		Valid

“apakah saya menghabiskan terlalu banyak waktu untuk mengikuti apa yang sedang terjadi?”			
Saya merasa kesal/gelisah ketika saya melewatkan kesempatan untuk bertemu dengan teman-teman	0.827		Valid
Ketika saya sedang bersenang-senang, penting bagi saya untuk membagikan kegiatan saya secara online (misalnya dengan memperbarui status)	0.831		Valid
Ketika saya melewatkan pertemuan yang telah direncanakan, hal itu mengganggu saya.	0.431		Valid
Ketika saya pergi berlibur, saya terus mengawasi apa yang sedang dilakukan teman-teman saya.	0.837		Valid

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa dari semua item pertanyaan pada aspek *Fear of Missing Out* (FoMO) valid.

Uji Reliabilitas

- **Hipotesis**

H_0 : item-item pertanyaan reliabel

H_1 : item-item pertanyaan tidak reliabel

- **Tingkat Signifikansi**

$\alpha = 0.05$

- **Statistik Uji**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.909	10

Cronbach's Alpha = 0.909

- **Daerah Kritik**

H_0 ditolak jika nilai Cronbach's Alpha < 0.7 .

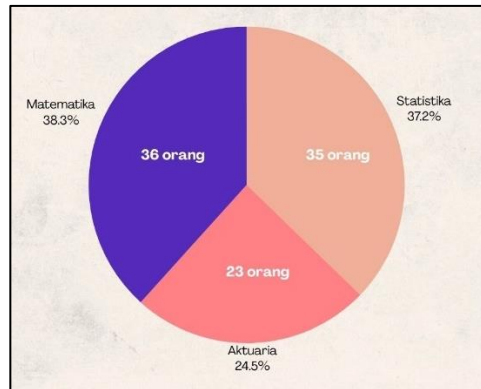
- **Kesimpulan**

Diperoleh nilai Cronbach's Alpha = $0.909 > 0.7$, maka H_0 tidak ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item pertanyaan pada aspek *Fear of Missing Out* (FoMO) reliabel.

4.2 Visualisasi Data Hasil Survei

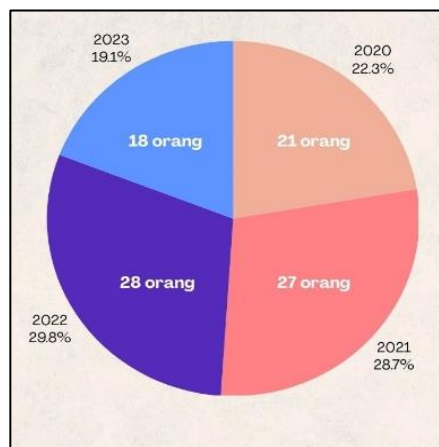
4.2.1 Kriteria Responden

- **Berdasarkan Program Studi**



Dari total 94 responden dalam survei, didapatkan bahwa responden paling banyak berasal dari mahasiswa program studi S1 Matematika (38.3% atau 36 orang), diikuti oleh mahasiswa program studi S1 Statistika (37.2% atau 35 orang), dan terakhir mahasiswa program studi S1 Ilmu Aktuaria (24.5% atau 23 orang).

- **Berdasarkan Angkatan**

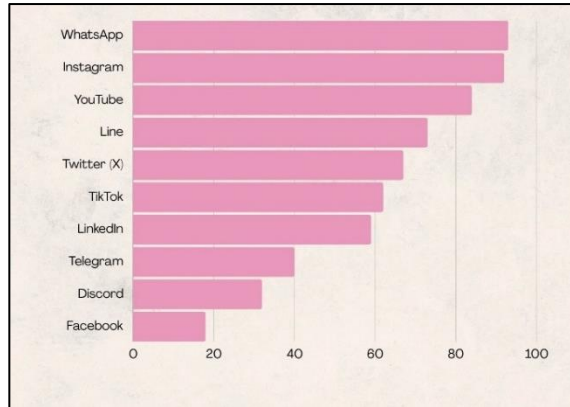


Dari total 94 responden yang berasal dari 4 angkatan aktif di Departemen Matematika FMIPA UGM, yaitu angkatan 2020, 2021, 2022, dan 2023. Responden yang berasal dari angkatan 2020 sebanyak 22.3% atau 21 orang, responden yang berasal dari angkatan 2021 sebanyak 28.7% atau 27 orang, responden yang berasal dari angkatan 2022 sebanyak 29.8% atau 28 orang, dan responden yang berasal dari angkatan 2023 sebanyak 19.1% atau 18 orang.

4.2.2 Hasil Per Section Pertanyaan Survei

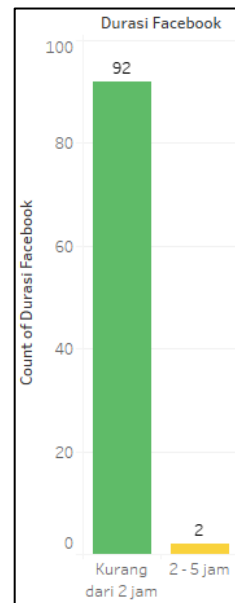
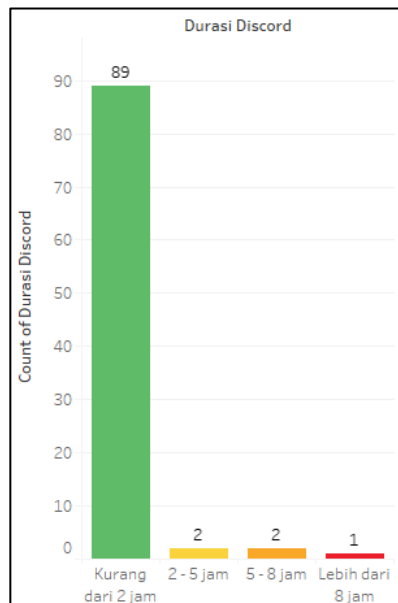
Section 1: Kecenderungan Media Sosial

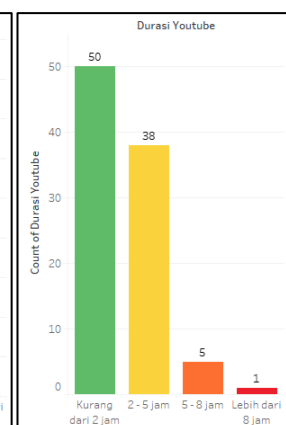
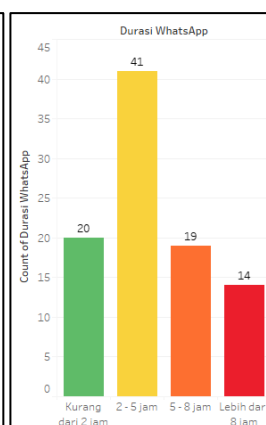
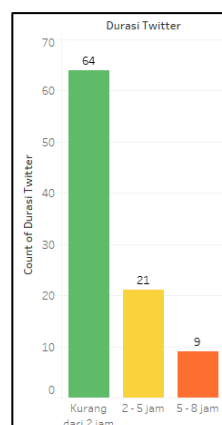
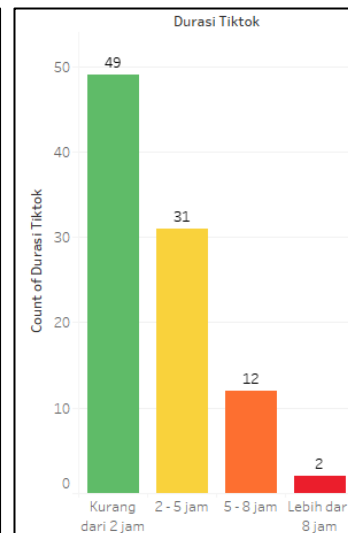
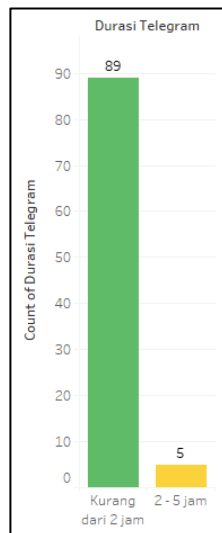
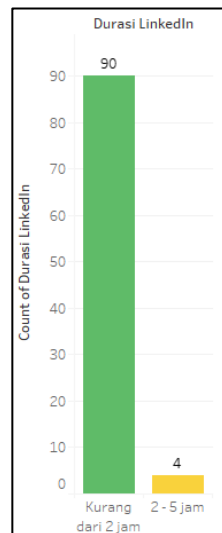
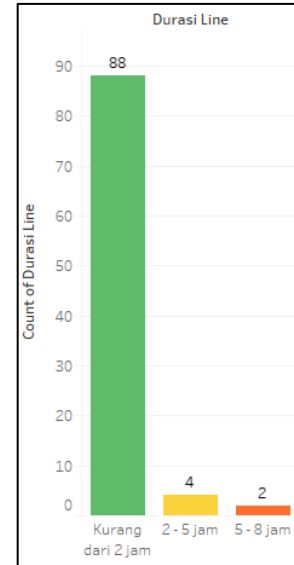
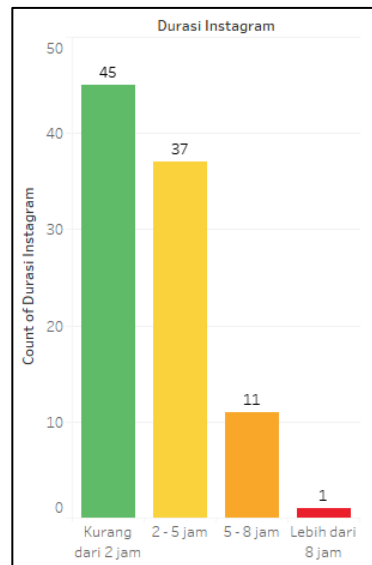
- **Media Sosial yang Digunakan**



Media sosial yang paling banyak digunakan oleh responden adalah WhatsApp, yaitu sebanyak 93 responden, disusul dengan Instagram sebanyak 92 responden, sedangkan media sosial yang paling sedikit digunakan adalah Facebook dengan 18 responden.

- **Lama Penggunaan Media Sosial**

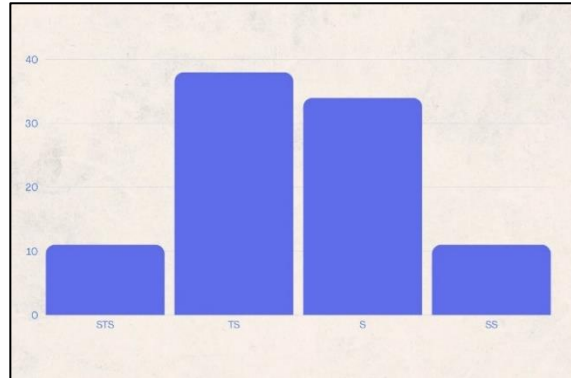




Sebagian besar responden menggunakan media sosial Discord, Facebook, Line, LinkedIn, dan twitter dalam waktu kurang dari 2 jam. Selain itu, sebagian besar responden menggunakan media sosial Instagram, Tiktok, dan Youtube

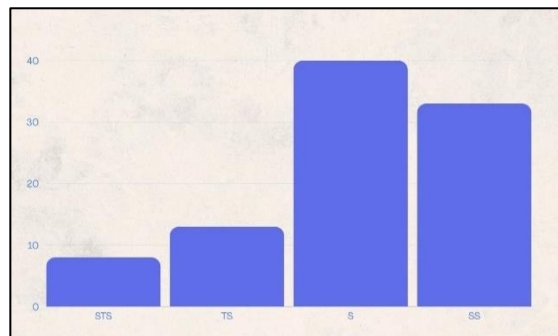
kurang dari 2 jam, tetapi sebagian lainnya menggunakan media sosial tersebut dalam waktu 2-5 jam. Selain itu, sebagian besar responden menggunakan media sosial WhatsApp dalam waktu 2-5 jam.

- **Pertanyaan 1**



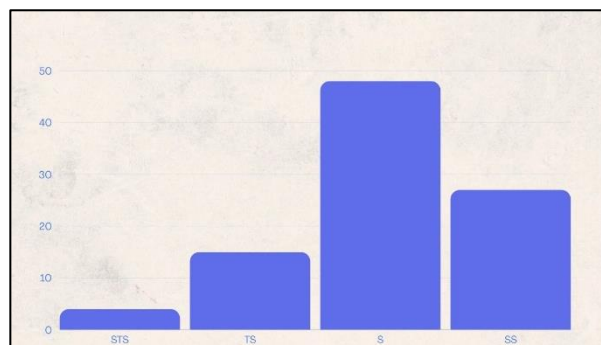
Responden cenderung **tidak setuju** dengan pertanyaan “Saat saya bekerja belajar, pikiran saya tertuju pada media sosial”.

- **Pertanyaan 2**



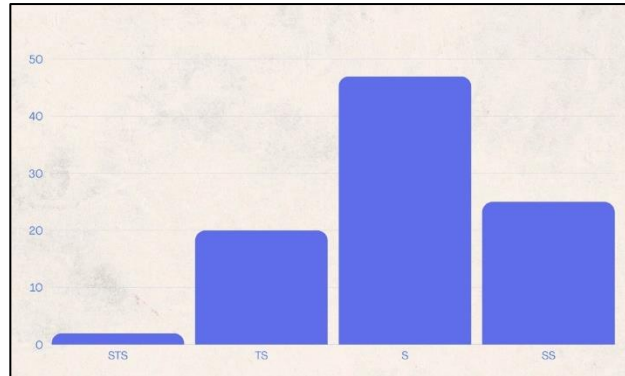
Responden cenderung **setuju** dengan pertanyaan ”Saya langsung membuka media sosial seketika setelah bangun tidur di pagi hari”.

- **Pertanyaan 3**



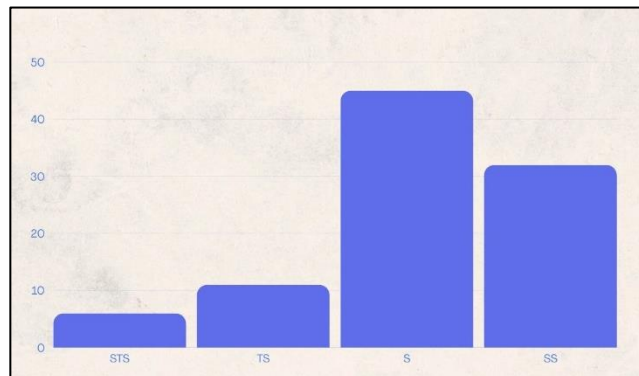
Responden cenderung **setuju** dengan pertanyaan "Saya memeriksa media sosial sebelum memulai suatu tugas atau pekerjaan".

- **Pertanyaan 4**



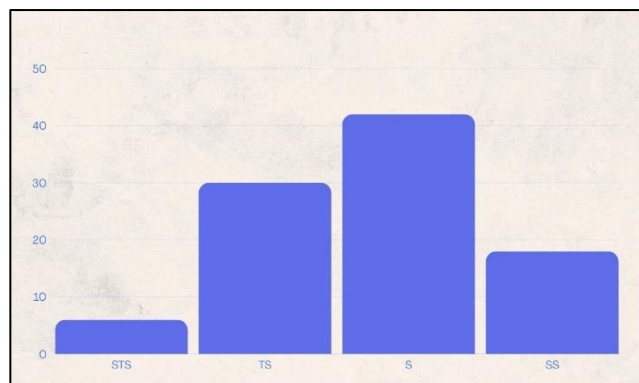
Responden cenderung **setuju** dengan pertanyaan "Saya memeriksa media sosial ditengah waktu saya belajar bekerja".

- **Pertanyaan 5**



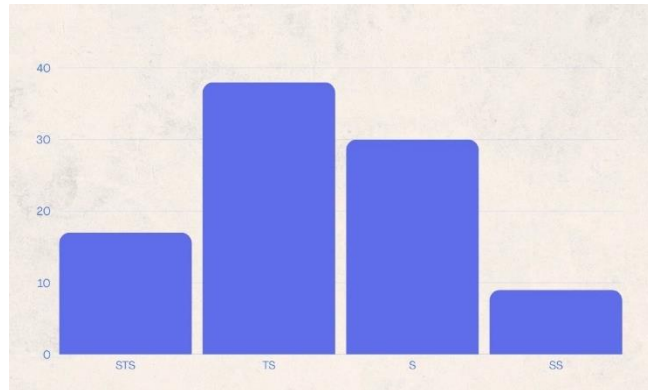
Responden cenderung **setuju** dengan pertanyaan "Saya merasa telah menghabiskan lebih banyak waktu di media sosial".

- **Pertanyaan 6**



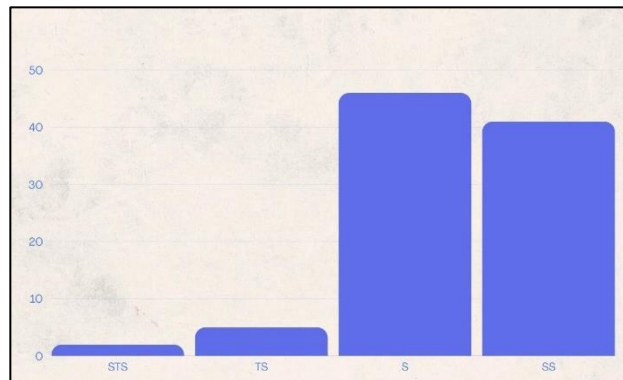
Responden cenderung **setuju** dengan pertanyaan “Saya tetap membuka media sosial sekalipun sedang bersama orang lain”.

- **Pertanyaan 7**



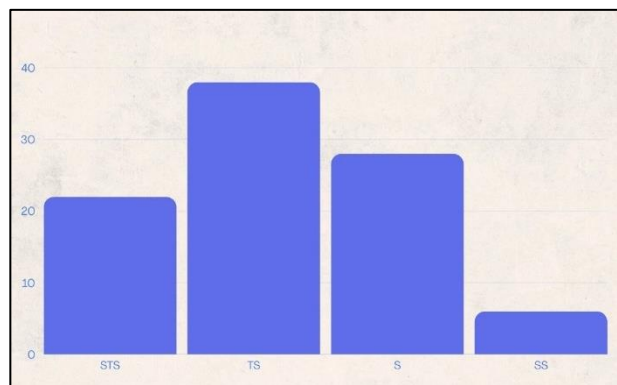
Responden cenderung **tidak setuju** dengan pertanyaan “Saya merasa gelisah ketika saya tidak dapat membuka media sosial”.

- **Pertanyaan 8**



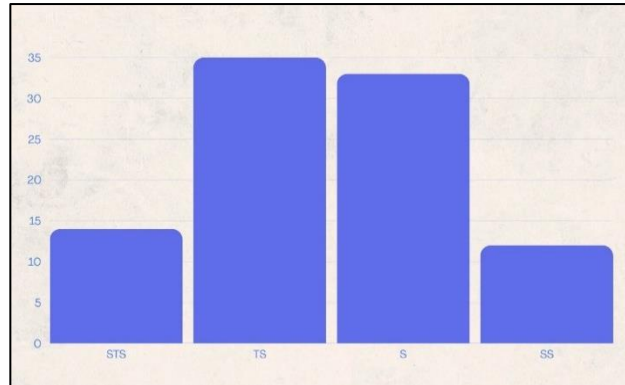
Responden cenderung **setuju** dengan pertanyaan “Saya membuka media sosial sebelum saya tidur di malam hari”.

- **Pertanyaan 9**



Responden cenderung **tidak setuju** dengan pertanyaan “Saya mengabaikan waktu tidur/istirahat saya untuk membuka media sosial”.

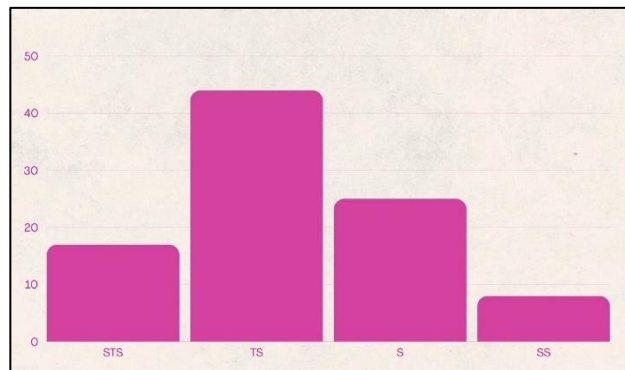
- **Pertanyaan 10**



Responden cenderung **tidak setuju** dengan pertanyaan “Saya merasa kesulitan untuk berhenti membuka media sosial”.

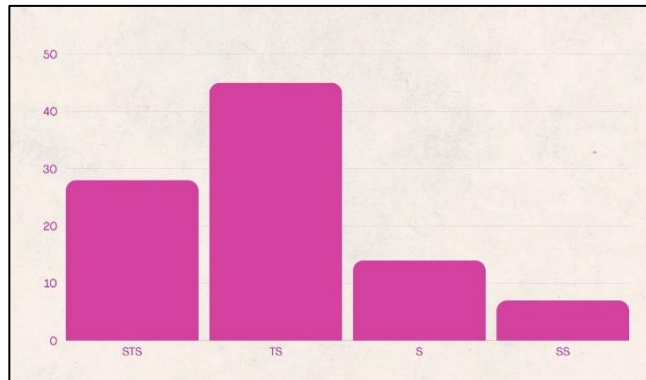
Section 2: Perasaan FOMO

- **Pertanyaan 1**



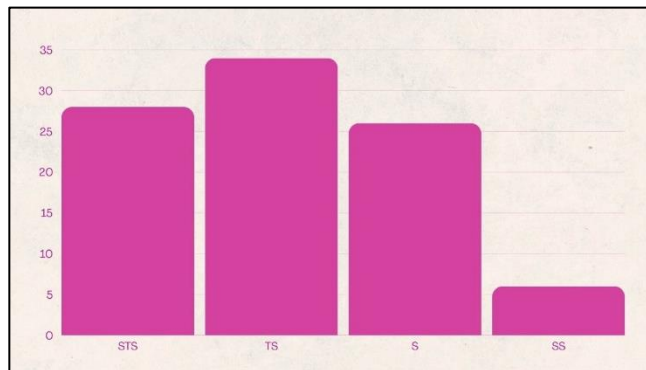
Responden cenderung **tidak setuju** pada pertanyaan “Saya takut orang lain memiliki pengalaman lebih berharga daripada saya”.

- **Pertanyaan 2**



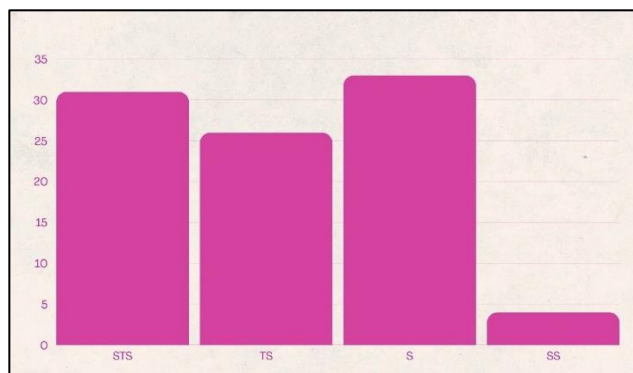
Responden cenderung **tidak setuju** dengan pertanyaan “Saya takut teman-teman saya mempunyai pengalaman lebih bahagia daripada saya”.

- **Pertanyaan 3**



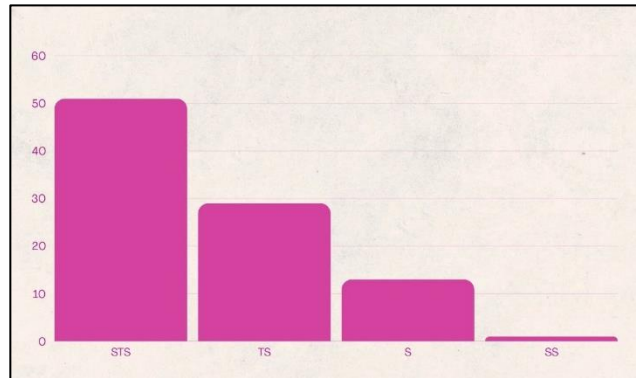
Responden cenderung **tidak setuju** dengan pertanyaan “Saya khawatir ketika mengetahui teman-teman saya bersenang-senang tanpa saya”.

- **Pertanyaan 4**



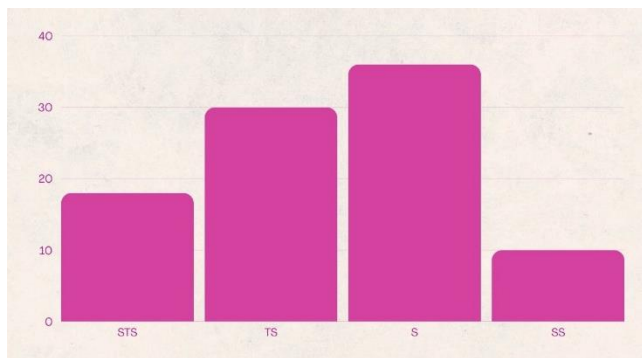
Responden cenderung **setuju** dengan pertanyaan “Terkadang saya bertanya-tanya ‘apa yang sedang teman-teman saya lakukan saat ini?’”.

- **Pertanyaan 5**



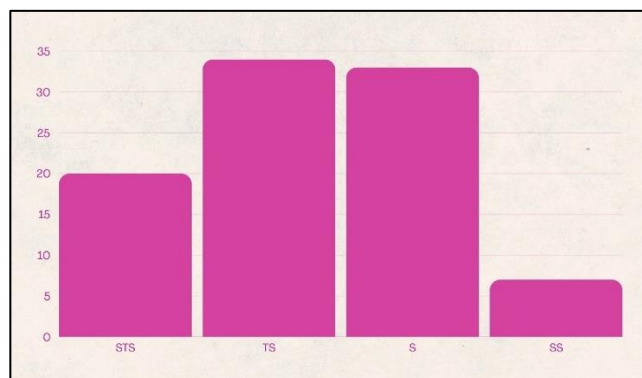
Responden cenderung **sangat tidak setuju** dengan pertanyaan "Saya merasa cemas ketika saya tidak tahu apa yang sedang dilakukan teman-teman saya".

- **Pertanyaan 6**



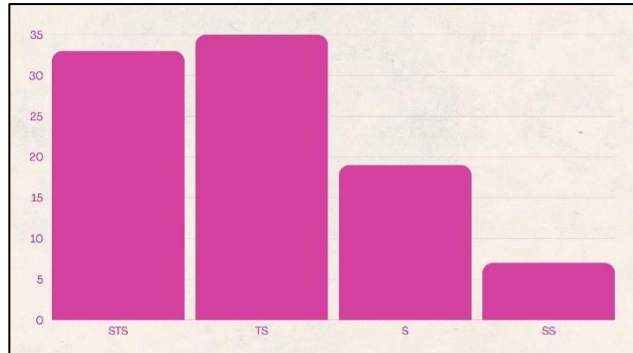
Responden cenderung **setuju** dengan pertanyaan "Terkadang saya bertanya-tanya, 'apakah saya menghabiskan terlalu banyak waktu untuk mengikuti apa yang sedang terjadi?'".

- **Pertanyaan 7**



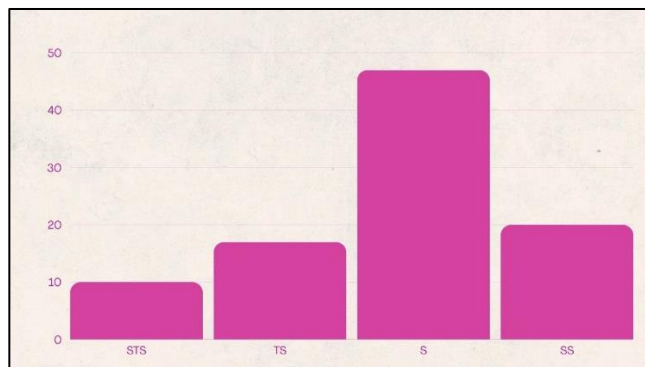
Responden cenderung **tidak setuju** dengan pertanyaan "Saya merasa kesal/gelisah ketika saya melewatkan kesempatan untuk bertemu dengan teman-teman".

- **Pertanyaan 8**



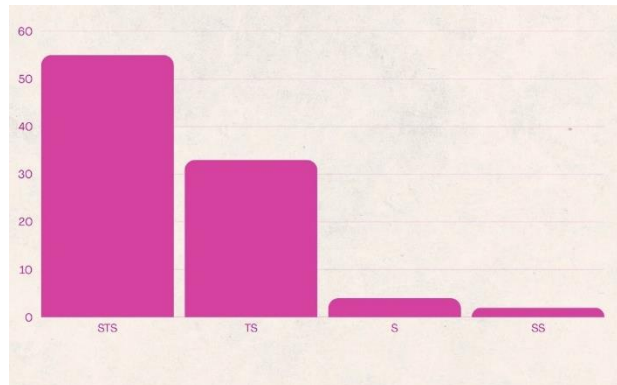
Responden cenderung **tidak setuju** dengan pertanyaan "Ketika saya sedang bersenang-senang, penting bagi saya untuk membagikan kegiatan saya secara online misalnya dengan memperbarui status".

- **Pertanyaan 9**



Responden cenderung **setuju** dengan pertanyaan "Ketika saya melewatkan pertemuan yang telah direncanakan, hal itu mengganggu saya".

- **Pertanyaan 10**



Responden cenderung **sangat tidak setuju** dengan pertanyaan “Ketika saya pergi berlibur, saya terus mengawasi apa yang sedang dilakukan teman-teman saya”.

4.3 Uji Korelasi

Uji korelasi dilakukan untuk melihat hubungan antara variabel kecenderungan penggunaan media sosial dengan variabel munculnya perasaan FoMO. Uji korelasi yang digunakan adalah *Spearman Rank Correlation*. Berikut adalah hasil uji korelasi yang telah dilakukan:

Correlations				
			Var A	Var B
Spearman's rho	Var A	Correlation Coefficient	1.000	.456**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	94	94
	Var B	Correlation Coefficient	.456**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	94	94

Diperoleh nilai Sig. sebesar 0.000 yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel Kecenderungan Penggunaan Media Sosial dan variabel Munculnya Perasaan FoMO, dengan nilai korelasi sebesar 0.456 yang menunjukkan hubungan yang cukup dan memiliki korelasi positif. Adapun nilai korelasi sebesar 0.456 ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memberikan sumbangan efektif sebesar 45.6 % terhadap munculnya perasaan FoMO, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dilakukan dalam penelitian ini.

4.4 Kategorisasi Variabel Tingkat Kecanduan Media Sosial

Dari hasil survei yang diperoleh, dilakukan kategorisasi pada variabel tingkat kecanduan media sosial untuk melihat tinggi-rendahnya tingkat kecanduan media sosial pada mahasiswa. Dipilih sebanyak tiga kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Pengkategorian ini menggunakan skoring hipotetik karena data yang dimiliki adalah data kategorik. Berikut adalah kriteria kategorisasi jika menggunakan skoring hipotetik:

Rentang	Tingkat Kecanduan Medsos
$X < M - SD$	Rendah
$M - SD \leq X < M + SD$	Sedang
$X \geq M + SD$	Tinggi

Keterangan:

X = Total skor variabel kecanduan media sosial tiap responden

M = Mean hipotetik

SD = Standar Deviasi

Nilai mean hipotetik diperoleh dari:

$$\text{Mean Hipotetik} = \frac{X_{\max} + X_{\min}}{2}$$

Total skor tertinggi (X_{\max}) pada variabel ini adalah 40 karena terdapat 10 pertanyaan dan nilai maksimal tiap pertanyaannya adalah 4. Begitu juga untuk total skor terendah (X_{\min}), karena terdapat 10 pertanyaan dengan nilai minimal tiap pertanyaannya adalah 1, maka $X_{\min} = 10$. Jadi, diperoleh:

$$\text{Mean Hipotetik} = \frac{40 + 10}{2} = 25$$

Nilai standar deviasi diperoleh dari:

$$SD = \frac{X_{\max} - X_{\min}}{6} = 5$$

Maka, diperoleh rentang tiap kategori tingkat kecanduan media sosial sebagai berikut:

Rentang	Tingkat Kecanduan Medsos
$X < 20$	Rendah
$20 \leq X < 30$	Sedang
$X \geq 30$	Tinggi

Artinya, responden akan dimasukkan dalam kelompok tingkat kecanduan media sosial rendah apabila total skor dari variabel kecanduan media sosial-nya kurang dari 20. Responden akan dimasukkan dalam kelompok tingkat kecanduan media sosial sedang apabila total skor dari variabel media sosial-nya lebih dari atau sama dengan 20 atau kurang dari 30. Responden akan dimasukkan dalam kelompok tingkat kecanduan media sosial tinggi apabila total skor dari variabel media sosial-nya lebih dari atau sama dengan 30.

4.5 Kategorisasi Variabel Munculnya Perasaan FoMO

Kategorisasi juga dilakukan pada variabel tingkat kecanduan media sosial untuk melihat muncul-tidaknya perasaan FoMO pada mahasiswa. Dipilih sebanyak dua kategori, yaitu FoMO dan tidak FoMO. Pengkategorian ini menggunakan skoring hipotetik karena data yang dimiliki adalah data kategorik. Berikut adalah kriteria kategorisasi jika menggunakan skoring hipotetik:

Rentang	FoMO
$X < M$	Tidak
$M \leq X$	Ya

Keterangan:

X = Total skor variabel kecanduan media sosial tiap responden

M = Mean hipotetik

Nilai mean hipotetik diperoleh dari:

$$\text{Mean Hipotetik} = \frac{X_{\max} + X_{\min}}{2}$$

Total skor tertinggi (X_{\max}) pada variabel ini adalah 40 karena terdapat 10 pertanyaan dan nilai maksimal tiap pertanyaannya adalah 4. Begitu juga untuk total skor terendah (X_{\min}), karena terdapat 10 pertanyaan dengan nilai minimal tiap pertanyaannya adalah 1, maka $X_{\min} = 10$. Jadi, diperoleh:

$$\text{Mean Hipotetik} = \frac{40 + 10}{2} = 25$$

Maka, diperoleh rentang muncul-tidaknya perasaan FoMO sebagai berikut:

Rentang	FoMO
$X < 25$	Ya
$25 \leq X$	Tidak

Artinya, responden akan dikatakan tidak merasa FoMO apabila total skor dari variabel munculnya perasaan FoMO kurang dari 25. Responden akan dikatakan merasa FoMO apabila total skor dari variabel munculnya perasaan FoMO lebih dari atau sama dengan 25.

4.6 Tabel Kontingensi Tingkat Kecanduan Media Sosial dengan Munculnya Perasaan FoMO

Dari hasil kategorisasi variabel tingkat penggunaan media sosial dan variabel munculnya perasaan FoMO, dapat dibuat suatu tabel kontingensi antara kedua variabel tersebut:

Medsos Vs FoMO		FoMO		Total
		Ya	Tidak	
Kecanduan Medsos	Rendah	0	6	6
	Sedang	15	42	57
	Tinggi	12	19	31
Total		27	67	94

Dari tabel tersebut, dapat diketahui bahwa terdapat 6 mahasiswa dengan tingkat kecanduan media sosial yang rendah, dan semuanya tidak merasakan FoMO. Lalu, terdapat 57 mahasiswa dengan tingkat kecanduan media sosial yang sedang dan 15 diantaranya atau sekitar 26.31% merasakan FoMO. Terdapat 31 mahasiswa dengan tingkat kecanduan media sosial yang tinggi dan 12 diantaranya atau sekitar 35.29% merasakan FoMO. Dari hasil ini, dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat kecanduan media sosial mahasiswa, maka kemungkinan munculnya perasaan FoMO pun akan semakin tinggi. Dari tabel diatas juga diperoleh bahwa dari 94 mahasiswa yang mengisi kuesioner, 27 diantaranya atau sekitar 28.72% muncul perasaan FoMO.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

5.1.1 Tingkat Penggunaan Media Sosial

Dari hasil survei yang dilakukan terhadap responden, tergambar bahwa WhatsApp mendominasi sebagai media sosial yang paling banyak digunakan, diikuti oleh Instagram, sedangkan penggunaan Facebook tampak lebih terbatas. Sebanyak 93 responden mengaku membuka media sosial sebelum tidur di malam hari, menunjukkan kecenderungan untuk terlibat dalam aktivitas online sebelum beristirahat. Meskipun demikian, mayoritas responden tidak merasa kesulitan untuk menghentikan kegiatan tersebut atau bahkan mengabaikan waktu tidur dan istirahat mereka.

Menariknya, responden cenderung mengakui bahwa mereka telah menghabiskan lebih banyak waktu di media sosial, mencerminkan kesadaran akan dampak penggunaan yang mungkin berlebihan. Meskipun begitu, sebagian besar responden tetap setuju bahwa mereka membuka media sosial bahkan ketika bersama orang lain, menunjukkan tingkat keterlibatan yang cukup tinggi dalam kehidupan digital. Selain itu, kecenderungan untuk membuka media sosial segera setelah bangun tidur di pagi hari juga mencerminkan kebiasaan yang cukup umum di kalangan responden.

Dengan menganalisis skor survei, tingkat kecanduan media sosial pada mahasiswa tersebut dapat dikategorikan sebagai sedang. Meski terlibat secara aktif dalam penggunaan media sosial, responden masih dapat menjaga keseimbangan antara kehidupan online dan offline. Skor rata-rata sekitar 25 dari rentang skor 10 hingga 40 menunjukkan tingkat keterlibatan yang signifikan, namun masih berada dalam batas yang dapat dianggap wajar. Meskipun demikian, penting untuk terus mengamati dan meningkatkan kesadaran akan

dampak penggunaan media sosial terhadap kesejahteraan mental dan keseimbangan hidup.

5.1.2 Tingkat Perasaan FOMO

Berdasarkan hasil analisis terhadap pertanyaan-pertanyaan terkait *Fear of Missing Out* (FoMO), dapat disimpulkan bahwa responden cenderung tidak merasa takut atau khawatir terhadap pengalaman, kebahagiaan, atau kegiatan yang dilakukan oleh teman-teman mereka. Mayoritas responden tidak merasa cemas atau gelisah ketika tidak mengetahui kegiatan yang sedang dilakukan oleh teman-teman mereka, bahkan mereka cenderung tidak merasa kesal atau gelisah ketika melewatkan kesempatan untuk bertemu dengan teman-teman.

Meskipun sebagian responden setuju bahwa terkadang mereka bertanya-tanya tentang kegiatan teman-teman mereka atau merasa terganggu ketika melewatkan pertemuan yang telah direncanakan, persentase munculnya perasaan FoMO pada mahasiswa tersebut tetap relatif rendah, yaitu sebesar 28.72%. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, mahasiswa aktif sarjana di Departemen Matematika FMIPA UGM tidak terlalu terpengaruh oleh perasaan FoMO, dan mereka mampu menjaga keseimbangan antara kehidupan online dan offline.

Meski demikian, penting untuk terus memahami dan mengelola perasaan FoMO guna menjaga kesejahteraan mental dan kebahagiaan pribadi. Dengan kesadaran akan hasil survei ini, dapat diambil langkah-langkah yang positif untuk mempromosikan pola pikir yang sehat terkait penggunaan media sosial dan interaksi sosial di kalangan mahasiswa.

5.1.3 Pola Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial terhadap Munculnya Perasaan FOMO

Berdasarkan hasil uji korelasi Spearman antara penggunaan media sosial dan munculnya perasaan *Fear of Missing Out* (FoMO)

pada mahasiswa aktif sarjana di Departemen Matematika FMIPA UGM, ditemukan nilai korelasi sebesar 0.456. Nilai ini menunjukkan adanya hubungan positif yang cukup antara kedua variabel tersebut. Artinya, semakin tinggi tingkat penggunaan media sosial, semakin tinggi pula tingkat munculnya perasaan FoMO pada responden.

Pola hubungan ini dapat diinterpretasikan sebagai indikasi bahwa mahasiswa yang lebih aktif menggunakan media sosial cenderung memiliki tingkat FoMO yang lebih tinggi. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk tekanan sosial untuk tetap terhubung dan terinformasi secara terus-menerus melalui platform media sosial. Meskipun demikian, penting untuk diingat bahwa korelasi tidak menyiratkan hubungan sebab-akibat, dan faktor-faktor lain mungkin juga mempengaruhi pola hubungan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N. N., & Basuki, R. S. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth Media Sosial Instagram@ Gartenhaus_Co dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli di Cafe Gartenhaus Malang Jawa Timur. *JAB: Jurnal Aplikasi Bisnis*, 6(1), 25-28.
- Akhtar, Hanif. (2018). Cara Membuat Kategorisasi Data Penelitian dengan SPSS. <https://www.semestapsikometrika.com/2018/07/membuat-kategori-skor-skala-dengan-spss.html?m=1>. Diakses pada 15 November 2023.
- Brogan, C. (2010). *Social media 101: Tactics and tips to develop your business online*. John Wiley & Sons.
- Carrol, J., & Kirkpatrick, R. (2011). Impact of social media on adolescent behavioural health. *Oakland: California Adolescent Health Collaborative*.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction—a review of the psychological literature. *International journal of environmental research and public health*, 8(9), 3528-3552.
- MyLife.com. (2013). *National MyLife.com® Survey Reveals More Social Networks And Message Services, More Problems: Users Are Increasingly Overwhelmed, Overloaded*. <https://www.prnewswire.com/news-releases/national-mylifecom-survey-reveals-more-social-networks-and-message-services-more-problems-users-are-increasingly-overwhelmed-overloaded-214741101.html>. Diakses pada 20 Oktober 2023.
- Nafisa, S., & Salim, I. K. (2022). Hubungan antara Fear of Missing Out dengan Kecanduan Media Sosial. *Journal of Islamic and Contemporary Psychology*, 2(1), 41-48.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in human behavior*, 29(4), 1841-1848.
- Rulli, N. (2015). Media sosial perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama*.
- Sudiyatmoko, Ani. (2014). Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI. Jakarta: Pusat Humas Kemendag RI
- Shahnawaz, M. G., & Rehman, U. (2020). Social networking addiction scale. *Cogent psychology*, 7(1), 1832032.
- We Are Social. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/> . Diakses pada 20 Oktober 2023.

LAMPIRAN

Kerangka Sampel

<http://bit.ly/KerangkaSampelKelompok5>

Item-Item Pertanyaan

Bagian	Pertanyaan	Bentuk Jawaban	Skala Jawaban
Identitas	Nama Lengkap	Isian Singkat	
	Jurusan	Pilihan Ganda	Matematika, Statistika, Aktuaria
	Angkatan	Pilihan Ganda	2020, 2021, 2022, 2023
Kecenderungan Penggunaan Media Sosial	Media sosial yang saya akses/gunakan	<i>Checkbox</i>	WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok, Twitter(X), Telegram, LinkedIn, Line, Discord, YouTube.
	Durasi saya mengakses media sosial tersebut dalam sehari	Pilihan Ganda	Kurang dari 2 jam, 2-5 jam, 5-8 jam, lebih dari 8 jam.
	Saat saya bekerja/belajar, pikiran saya tertuju pada media sosial	Skala <i>Likert</i>	1 = Sangat Tidak Setuju 4 = Sangat Setuju
	Saya langsung membuka media sosial seketika setelah bangun tidur di pagi hari	Skala <i>Likert</i>	1 = Sangat Tidak Setuju 4 = Sangat Setuju
	Saya memeriksa media sosial sebelum memulai suatu tugas atau pekerjaan	Skala <i>Likert</i>	1 = Sangat Tidak Setuju 4 = Sangat Setuju

	Saya memeriksa media sosial di tengah waktu saya belajar/bekerja	Skala <i>Likert</i>	1 = Sangat Tidak Setuju 4 = Sangat Setuju
	Saya merasa telah menghabiskan lebih banyak waktu di media sosial	Skala <i>Likert</i>	1 = Sangat Tidak Setuju 4 = Sangat Setuju
	Saya tetap membuka media sosial sekalipun sedang bersama orang lain	Skala <i>Likert</i>	1 = Sangat Tidak Setuju 4 = Sangat Setuju
	Saya merasa gelisah ketika saya tidak dapat membuka media sosial	Skala <i>Likert</i>	1 = Sangat Tidak Setuju 4 = Sangat Setuju
	Saya membuka media sosial sebelum saya tidur di malam hari	Skala <i>Likert</i>	1 = Sangat Tidak Setuju 4 = Sangat Setuju
	Saya mengabaikan waktu tidur/istirahat saya untuk membuka media sosial	Skala <i>Likert</i>	1 = Sangat Tidak Setuju 4 = Sangat Setuju
	Saya merasa kesulitan untuk berhenti membuka media sosial	Skala <i>Likert</i>	1 = Sangat Tidak Setuju 4 = Sangat Setuju
Perasaan FOMO	Saya takut orang lain memiliki pengalaman lebih berharga daripada saya	Skala <i>Likert</i>	1 = Sangat Tidak Setuju 4 = Sangat Setuju
	Saya takut teman-teman saya mempunyai pengalaman lebih bahagia daripada saya	Skala <i>Likert</i>	1 = Sangat Tidak Setuju 4 = Sangat Setuju
	Saya khawatir ketika mengetahui teman-teman saya bersenang-senang tanpa saya	Skala <i>Likert</i>	1 = Sangat Tidak Setuju 4 = Sangat Setuju
	Terkadang saya bertanya-tanya, ‘apa yang sedang teman-	Skala <i>Likert</i>	1 = Sangat Tidak Setuju 4 = Sangat Setuju

	teman saya lakukan saat ini?'		
	Saya merasa cemas ketika saya tidak tahu apa yang sedang dilakukan teman-teman saya	Skala <i>Likert</i>	1 = Sangat Tidak Setuju 4 = Sangat Setuju
	Terkadang saya bertanya-tanya, 'apakah saya menghabiskan terlalu banyak waktu untuk mengikuti apa yang sedang terjadi?	Skala <i>Likert</i>	1 = Sangat Tidak Setuju 4 = Sangat Setuju
	Saya merasa kesal/gelisah ketika saya melewatkan kesempatan untuk bertemu dengan teman-teman	Skala <i>Likert</i>	1 = Sangat Tidak Setuju 4 = Sangat Setuju
	Ketika saya sedang bersenang-senang, penting bagi saya untuk membagikan kegiatan saya secara online (misalnya dengan memperbarui status)	Skala <i>Likert</i>	1 = Sangat Tidak Setuju 4 = Sangat Setuju
	Ketika saya melewatkan pertemuan yang telah direncanakan, hal itu mengganggu saya.	Skala <i>Likert</i>	1 = Sangat Tidak Setuju 4 = Sangat Setuju
	Ketika saya pergi berlibur, saya terus mengawasi apa yang sedang dilakukan teman-teman saya.	Skala <i>Likert</i>	1 = Sangat Tidak Setuju 4 = Sangat Setuju