



PENGARUH PENGGUNAAN JEJARING SOSIAL TERHADAP PERILAKU FEAR OF MISSING OUT (FOMO) PADA REMAJA

Komariah, Yanti Tayo, Wahyu Utamidewi

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

Abstrak

Meningkatnya penggunaan media sosial Instagram di kalangan remaja tentunya akan mempengaruhi perilaku seperti ingin tetap up to date dan tidak ingin ketinggalan yang diakibatkan dari kecanduan mereka menggunakan media sosial. Penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh penggunaan jejaring sosial Instagram terhadap perilaku fear of missing out (FOMO) di kalangan remaja. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian survei dan teori dependensi oleh Melvin DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach sebagai landasan teori dalam penelitian ini. Subyek penelitian ini adalah remaja SMA 2 Cikarang Pusat, dan jumlah responden sebanyak 80 siswa. Penelitian ini menggunakan analisis linier sederhana. Hasil dari penelitian ini diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan jejaring sosial Instagram (X) berpengaruh terhadap variabel perilaku fear of missing out (Y).

Kata Kunci: Jejaring Sosial, Remaja, FOMO.

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan proses yang melibatkan berbagai faktor yang saling terkait. Komunikasi yang efektif dapat terjalin bila didukung oleh banyak hal, mulai dari komunikator, pesan,

media, komunikan, efektivitas dan umpan balik. Dalam proses komunikasi ini tidak selalu mudah. Ada banyak faktor yang dapat mendukung atau mencegah pengiriman pesan yang disampaikan. (Tayo, Y et al. 2021:158)

*Correspondence Address : engkom.komariah18038@student.unsika.ac.id

DOI : 10.31604/jips.v9i9.2022.3463-3471

© 2022UM-Tapsel Press

Salah satu dari sekian banyak bentuk komunikasi di zaman modern ini adalah komunikasi massa. Menurut Wiranto (dalam Abidin, 2015:166) komunikasi massa ialah salah satu komunikasi yang memanfaatkan alat-alat yang merupakan mekanisme yang dapat menggandakan pesan komunikasi, oleh sebab itu komunikasi massa ialah komunikasi yang memakai media media sebagai sarana penyebaran pesan kepada khalayak yang luas pada saat yang sama.

Seiring dengan berjalannya waktu, komunikasi telah menjadi kebutuhan mutlak untuk setiap individu tanpa melihat status sosial, pekerjaan, jenis kelamin, usia, dan lain sebagainya. Kebutuhan akan informasi terus bertumbuh seiring dengan kemajuan teknologi, hal ini lah yang menjadi latar belakang munculnya berbagai jenis media untuk menyebarkan berbagai informasi. Mulai dari media cetak, media elektronik hingga media hibrid atau internet.

Menurut Van Dijk (dalam Setiadi, 2014:2), media sosial didefinisikan sebagai platform komunikasi yang berorientasi pada keberadaan yang dapat memfasilitasi kegiatan komunikasi dan interaksi. Kementerian Informasi dan Komunikasi (Kemenkominfo) yang dikutip di situs kominfo.go.id (diakses 26 Maret 2021) mengungkapkan, pada tahun 2021, di Indonesia jumlah penggunaan internet meningkat menjadi enam puluh tiga juta orang dan sembilan puluh lima persen di antaranya tercatat mengakses internet, jejaring sosia.

Social Network adalah layanan berbasis web yang memungkinkan individunya untuk membentuk hubungan sosial melalui media sosial. Situs jejaring sosial pada dasarnya mirip dengan jenis media sosial lain yang mendukung komunikasi komputer, perbedaannya terletak pada kombinasi fitur. (Ara et al., 2015:24)

Dilasir dari databoks (diakses pada 28 April 2022) kelompok pengguna media sosial adalah 36,4% pada kelompok usia 18-24 dengan total 91,77 juta pengguna Instagram per Juli 2021. Dimasa remaja berbagai perubahan dapat terjadi dalam diri anak. Anak usia remaja biasanya mempunyai rasa penasaran yang sangat tinggi. Hal ini dapat mendorong para remaja untuk menggunakan atau mengakses media sosial yaitu karena timbulnya rasa takut dalam diri ketika tertinggal suatu hal baru seperti tren, berita, dan lain sebagainya.

Berdasarkan Survei Stress dan Kesejahteraan Nasional yang di Australia yang dilansir dari suara.com (diakses pada 26 April 2021) menemukan 50% dari para remaja akan merasakan kekhawatiran ketika mengetahui teman-temannya bersenang-senang tanpa adanya dirinya, dan sekitar 51% dari mereka juga mengatakan bahwa mereka merasakan cemas ketika tidak tahu apa yang teman-temannya lakukan diluar sana.

Perilaku remaja masa kini cenderung mendekati perilaku negatif tanpa memungkirinya bahwa pengaruh globalisasi dapat mempengaruhi gaya hidup dan perilaku mereka. Perilaku FOMO sering dikaitkan dengan kecanduan media sosial. Kecanduan media sosial muncul dari kemajuan teknologi, informasi, dan kehadiran media sosial. Perilaku ini ditandai dengan berkembangnya kecemasan dan kekhawatiran yang tidak semestinya tentang berita dan tren terbaru.

Secara teoritis, menurut Przyblyski et al. 2013 (dalam Wulandari, 2020:19) mendefinisikan FOMO sebagai rasa takut kehilangan moment berharga dari seseorang atau sekelompok orang ketika orang tersebut tidak dapat ikut serta di dalamnya, perilaku ditandai dengan kemauan untuk menjaga hubungan dengan orang lain. FOMO dapat membuat seseorang hanya berfokus

kepada dunia luar, sehingga dapat membuat hilangnya identitas dan lebih buruknya lagi mereka menjadi lebih fokus kepada orang lain dari pada kehidupan mereka sendiri.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti tertarik untuk melihat dan mengetahui pengaruh penggunaan media atau jejaring sosial Instagram pada remaja yang di lihat dari intensitas pemanfaatan internet menurut horrigan yang diukur dari frekuensi, durasi dan isi pesan terhadap perilaku *fear of missing out*.

LANDASAN TEORI

Teori dependency media massa pertama kali dikembangkan DeFleur & Ball-Rokeach pada tahun 1975, mereka mengungkapkan gagasan bahwa *dependency theory* mengulas mengenai kekuatan media massa ketika mempengaruhi suatu khalayak atau masyarakat akibat adanya sifat ketergantungan terhadap isi suatu media.

Asumsi dasar menurut teori *dependency* mengungkapkan bahwa dampak media dipengaruhi oleh adanya interaksi antara sistem sosial yang lebih luas. Menurut DeFleur & Ball-Rokeach (dalam Morissan, 2010:51-56) ketergantungan khalayak pada media sangat penting dan melibatkan tiga aspek: media, khalayak, dan sistem sosial.

Teori ini menunjukkan bahwa sistem media serta institusi sosial berhubungan dengan khalayak untuk menciptakan kebutuhan, motif, serta minat yang kemudian hal tersebut dapat mempengaruhi khalayak ketika menentukan bermacam sumber media/non media yang dapat menyebabkan bermacam-macam ketergantungan. Untuk mrngukur taraf ketergantungan seseorang dapat ditinjau dari intensitas penggunaan medianya.

Menurut Ardianto (2004:125) penggunaan media dapat mempengaruhi

dan berdampak bagi para penggunanya. Taraf penggunaan media diukur dari frekuensi seta lama waktu dari pemakaian media sosial tersebut.

Lometti et.al. (Rahmani, 2016: 22) juga mengungkapkan bahwa penggunaan media oleh seseorang bisa diamati melalui tiga aspek yaitu: Jumlah waktu, yang berhubungan dengan frekuensi, durasi, serta intensitas ketika menggunakan media.

Isi pesan yaitu suatu konten yang diperoleh dari penggunaan media berupa sebuah informasi. Hubungan antara media dengan individu, dalam penelitian ini membahas mengenai hubungan antara penggunaan media dan perilaku individu.

METODE PENELITIAN

Untuk mengkaji masalah penelitian, peneliti menggunakan pendekatan *positivis*. Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2018:15), penelitian kuantitatif dikenal sebagai penelitian positivisme, yang didasarkan pada filosofi *positivisme*. Filsafat *positivisme* yang memandang suatu fakta, gejala, atau fenomena sebagai sesuatu yang dapat diklasifikasikan, spesifik, dapat diamati, dapat diukur, relatif tetap, dan terkait secara kausal. Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis statistik dengan pendekatan *survey*.

Variabel X pada penelitian ini yaitu penggunaan jejaring sosial sedangkan variabel Y yaitu perilaku FOMO pada remaja. Karena banyaknya pengguna media di kalangan remaja maka sangat penting untuk mengetahui hubungan penggunaan media terhadap perilaku FOMO.

Peneliti mengambil populasi sebanyak 188 siswa di SMAN 2 Cikarang Pusat, kelas dua belas (XII) dengan jurusan MIPA dan IIS Penarikan sampel di tentukan menggunakan penentuan sampel dari Isaac menggunakan taraf kesalahan lima persen maka diperoleh

sampel sebanyak 80 siswa seperti terlihat dalam tabel 1.

Penyebaran kuesioner menggunakan teknik *cluster sampling*. *cluster sampling* ialah suatu cara untuk menentukan sampel dari kelompok kecil yang mengacu pada gugus/cluster.

Tabel 1 Distribusi *cluster sampling*

Sampel/Kelas	Populasi	Populasi/Total Populasi X Total Sampel	Jumlah
XI MIPA 1	34	34/188x80	14
XI MIPA 2	34	34/188x80	14
XI MIPA 3	34	34/188x80	15
XI IIS 1	28	28/188x80	12
XI IIS 2	28	28/188x80	12
XI IIS 3	29	29/188x80	13
Total Sampel = 80			

Uji Validasi

Pengukuran validasi dalam analisis pertanyaan didasarkan pada skor yang ada atau telah dikumpulkan, kemudian dikorelasikan dengan rumus *korelasi product moment* (r) oleh Pearson.

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{((n(\sum x^2)) - (\sum x)^2)((n(\sum y^2)) - (\sum y)^2)}}$$

Dibawah ini merupakan *output* tabel hasil analisis uji validitas dengan SPSS Versi 24.0

Tabel 2 Hasil Uji Validasi “Penggunaan Jejaring Sosial Instagram”

No	Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
1.	Saya menggunakan media sosial > 2 jam dalam sehari.	0,217	0,258	Valid
2.	Saya menggunakan media sosial sudah dari lama (> 2 tahun).	0,217	0,342	Valid
3.	Saya selalu melakukan interaksi minimal 1	0,217	0,350	Valid

	kali dalam sehari.			
4.	Saya sering menggunakan perangkat media sosial saya sampai terkadang saya lupa waktu	0,217	0,417	Valid
5.	Saya merasa terganggu ketika tidak dapat menggunakan perangkat media sosial saya dalam waktu yang lama	0,217	0,524	Valid
6.	Jika saya tidak dapat mengecek atau menggunakan akun jejaring sosial instagram, maka akan timbul keinginan untuk mengeceknya.	0,217	0,505	Valid
7.	Saya selalu melihat postingan di instagram saya dari awal sampai akhir tanpa terlewatkan.	0,217	0,521	Valid
8.	Semua story instagram dari teman-teman saya di dunia maya selalu saya tonton.	0,217	0,694	Valid
9.	Instagram memberikan informasi terbaru/up to date.	0,217	0,660	Valid
10.	Aplikasi instagram memudahkan saya mengetahui informasi	0,217	0,574	Valid

	terhadap orang-orang terdekat saya.			
11.	Instagram dapat memenuhi kebutuhan saya dalam mengikuti dan mendapatkan informasi mengenai kegiatan keluarga serta teman-teman saya.	0,217	0,703	Valid
12.	Terkadang dalam mencerna isi dari informasi tersebut dapat memberikan pengetahuan baru.	0,217	0,547	Valid

Tabel 3 Hasil Uji Validasi “Perilaku *Fear Of Missing Out* Pada Remaja”

N o	Pertanyaan	r Tabe l	r Hitun g	Keterang an
1.	Informasi yang diperoleh terkadang secara tidak langsung dapat mempengaruhi mood saya.	0,217	0,435	Valid
2.	Saya merasa lebih nyaman berteman, berkomunikasi, dan mengekspresikan diri dalam media sosial.	0,217	0,603	Valid
3.	Saya sering membagikan gambar dan video mengenai diri saya.	0,217	0,669	Valid
4.	Saya memiliki keinginan untuk terus terhubung dengan orang lain.	0,217	0,519	Valid

5.	Saya merasa media sosial memberikan banyak manfaat.	0,217	0,478	Valid
6.	Saya sering mengecek dan mengikuti postingan teman-teman di media sosial.	0,217	0,562	Valid
7.	Saya selalu ingin berbagi semua aktifitas yang saya lakukan kemediasosial	0,217	0,633	Valid
8.	Adanya rasa takut jika saya ketinggalan momen berharga/ kurang up to date	0,217	0,579	Valid
9.	Saya sering merasakan rasa tidak nyaman setelah menolak ajakan teman	0,217	0,419	Valid
10.	Saya selalu ingin ikut serta dalam semua kegiatan yang teman-teman saya lakukan	0,217	0,547	Valid
11.	Saya sering mengikuti tren terbaru di media sosial	0,217	0,680	Valid
12.	Saya memiliki lebih dari satu akun instagram	0,217	0,766	Valid

Uji Reabilitas

Penelitian ini menggunakan *Cronbach's Alpha* untuk menguji tingkat reabilitas.

$$\alpha = \left(\frac{K}{k-1} \right) 1 - \left(\frac{\sum T^k = 1s^2t}{s^2p} \right)$$

Tingkat reliabilitas dalam *Cronbach's Alpha* diukur dengan menggunakan skala alpha 0 sampai 1 yang diinterpretasikan sebagai berikut:

Tabel 4 Tingkat Reabilitas Dengan Metode Cronbachs Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
> 0,20 – 0,40	Agak Reliabel
>0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
>0,60 – 0,80	Reliabel
>0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

Tabel 5 Hasil Uji Reabilitas Penggunaan Jejaring Sosial Instagram (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.642	12

Sumber: hasil olahan peneliti

Berdasarkan tabel 6 di atas diperoleh nilai $r = 0,642$. Yang artinya ukuran kestabilan alpha reliabel karena nilai yang didapat yaitu $0,642 > 0,60$. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan-pertanyaan yang digunakan menjadi taraf/alat ukur merupakan reliabel.

Tabel 6 Hasil Uji Reabilitas Perilaku *Fear Of Missing Out* (FOMO) Pada Remaja (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.641	12

Sumber: Hasil olahan peneliti

Berdasarkan tabel 7 di atas diperoleh nilai $r = 0,641$. Yang artinya ukuran kestabilan alpha reliabel karena nilai yang didapat yaitu $0,641 > 0,60$. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan-pertanyaan yang digunakan menjadi taraf/alat ukur merupakan reliabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini merupakan pemafaran dengan melakukan uji statistik guna mengetahui hubungan antar sub-variabel.

Uji Regresi Linear Sederhna

Pada tahap ini adalah hasil dari uji linear sederhana yang mengukur Penggunaan Jejaring Sosial Instagram (X) terhadap Perilaku *Fear Of Missing Out* Pada Remaja (Y).

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error			
1 (Constant)	20.775	5.457		3.807	.000
Penggunaan Jejaring Sosial	.549	.107	.502	5.131	.000

a. Dependent Variable: Perilaku FOMO

Sumber: Data Di Olah Oleh Peneliti

Berdasarkan tabel diatas menghasilkan jumlah persamaan antara lain:

$$Y = a + bX$$

$$= 29.403 + 0.412$$

Data tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstan berjumlah 20.775 nilai konsisten dari variabel perilaku fear of missing out adalah 20.775
2. Koefisien regresi X adalah 0,395 yang berarti untuk setiap 1% peningkatan nilai penggunaan jejaring sosial Instagram, maka nilai perilaku FOMO meningkat sebesar 0,549.

Koefisien regresi tersebut memiliki nilai yang positif maka dapat dikatakan pengaruh variabel X terhadap variabel Y memiliki pengaruh yang positif. Dpun pengambilan keputusan dalam uji regresi sederhana antara lain:

1. Berdasarkan nilai signifikansi: dilihat pada tabel coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan jejaring sosial

instagram (X) berpengaruh terhadap variabel perilaku *fear of missing out* (Y).

2. Berdasarkan nilai t : diketahui bahwa t hitung sebesar 5.131 > t tabel 1.992 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan jejaring sosial instagram (X) berpengaruh terhadap variabel *fear of missing out* (Y).

Catatan: cara mencari t tabel

T tabel : ($\alpha/2$; n-2)
: (0,05/2 ; 80-2)
: (0,025 : 78)
: 1.992 [dilihat pada distribusi nilai t tabel]

Uji Persial (T)

Tabel 8 Hasil Uji Persial (T)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	21.693		3.926	.000
	Intensitas	.726	.140	5.170	.000
	Isi Pesan	.804	.295	2.721	.008

a. Dependent Variable: Perilaku FOMO
Sumber: data diolah oleh peneliti

Hipotesis:

1. Apabila t hit. < t tab. serta nilai sig > 0,05, maka Ho diterima dan Ha ditolak.
2. Apabila t hit. > t tab. serta nilai Sig < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Kriteria pengambilan keputusan Dengan tingkat kepercayaan = 95% atau (α) = 0,05. Sebelumnya t tabel perlu dihitung terlebih dahulu menggunakan rumus:

$$t \text{ tabel} = (\alpha/2 : n-k-1) \\ = (0,05/2 : 80-2-1) \\ = (0,025 : 77) = 1.991 \\ *dilihat dari tabel nilai t$$

Berdasarkan output data dari tabel 11 variabel X intensitas diperoleh t hitung = 5.170 dan signifikan = 0,000 < 0,05. Maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti variabel intensitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku fear of missing out (FOMO) pada remaja. Pada X isi pesan diperoleh t hitung = 2.721 dan sig = 0,008 < 0,05. Maka Ho diterima dan Ha ditolak yang berarti variabel isi pesan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku fear of missing out (FOMO) pada remaja.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.513 ^a	.263	.244	3.86132

a. Predictors: (Constant), Isi Pesan, Intensitas

Sumber: Data Di Olah Oleh Peneliti

Berdasarkan output data tabel 9, diperoleh nilai korelasi (R) sebesar 0,513 serta koefisien determinasi (r^2) sebesar 0,263. Hasil tersebut menyatakan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y sebesar 26,3% dan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Tabel 10 Hasil Uji Determinasi (r^2)

		Standardized Coefficients	Correlations		
			Beta	Zero-order	Partial
1	(Constant)				
	Intensitas	.464	.505	.439	.420
	Isi Pesan	.294	.294	.101	.087

Sumber: Data Di Olah Oleh Peneliti

Berdasarkan output tabel 10, untuk mengetahui pengaruh parsial dari tiap-tiap variabel maka dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Intensitas (X1)} \quad 0,468 \quad x \\ 0,505 = 0,236 \text{ atau } 23,6\%$$

Isi Pesan (X2) 0,294 x
 $0,294 = 0,086$ atau 8,6%

Berdasarkan perhitungan diatas, dapat disimpulkan bahwa pengaruh terbesar berasal dari variabel Intensitas (X1) dengan pengaruh sebanyak 26,3%, sedangkan Isi Pesan (X2) memberi pengaruh sebanyak 8,6%.

Uji Normalitas

Tabel 14 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.	3.83893257
	Deviation	
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.037
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Di Olah Oleh Peneliti

Berikut ini adalah hasil output pengujian normalitas. Berdasarkan output data diatas diperoleh hasil uji normalitas yang dilihat dari Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$. Maka hasil tersebut menyatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini distribusi normal.

Setelah melalui beberapa tahap yang dilakukan. Peneliti mendapatkan hasil analisis dari berbagai sumber serta data yang telah dikumpulkan. Sehingga dapat diketahui adanya pengaruh dari penggunaan jejaring sosial instagram terhadap perilaku FOMO, hal ini dapat diketahui dari hasil analisis uji regresi linear sederhana yang dilihat dari nilai signifikan pada tabel coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dari itu dapat disimpulkan bahwa penggunaan jejaring sosial instagram (X) berpengaruh terhadap perilaku *fear of missing out* (Y).

Dampak media dipengaruhi oleh adanya interaksi antara sistem sosial yang lebih luas. Menurut Melvin DeFleur&Sandra Ball-Rokeach (dalam Morissan, 2010:51-56) ketergantungan khalayak pada media sangat penting dan

melibatkan tiga aspek: media, khalayak, dan sistem sosial

Dengan kata lain semakin seseorang mengantungkan kebutuhannya agar terpenuhi oleh media, maka akan semakin penting pula peran media, akibatnya media akan semakin berpengaruh kepada orang tersebut. Untuk mengetahui taraf ketergantungan seseorang dapat ditinjau dari intensitas penggunaan medianya. Menurut Ardianto (2004:125) penggunaan media dapat mempengaruhi dan berdampak bagi para penggunanya.

Penelitian ini dilakukan menggunakan instrumen penggunaan jejaring sosial sebagai variabel bebas (X) yang kemudian diurungkan menjadi intensitas dan isi pesan. Kedua sub variabel bebas (X) ini memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel terikat (Y) yaitu perilaku *fear of missing out*. Artinya dapat dikatakan jika remaja di SMA 2 Cikarang Pusat terkait penggunaan media sosial memiliki sikap positif terhadap FOMO. Pengalaman FOMO dapat mendorong untuk terus menggunakan jejaring sosial untuk memenuhi kecemasan mengenai orang-orang disekitarnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan dan hasil penelitian dpt diketahui kesimpulan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Penggunaan jejaring sosial instagram berpengaruh terhadap perilaku kreatif dengan taraf signifikan $0,05 < 0,000$. Variabel X memiliki pengaruh terhadap variabel Y sebanyak 10,2% dengan nilai korelasi (R) yaitu 0,513 sedangkan koefisien determinasi (r^2) yaitu 0,263.
2. Terdapat pengaruh intensitas penggunaan jejaring sosial terhadap perilaku FOMO yang

dilihat dari besar nilai t hitung = 5.170 dengan nilai $sig = 0,000 < 0,05$. Artinya variabel intensitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku *fear of missing out* (FOMO) pada remaja. Dengan kontribusi pengaruh sebesar 26,3%.

3. Terdapat pengaruh isi pesan penggunaan jejaring sosial terhadap perilaku FOMO yang dilihat dari besar nilai t hitung = 2.721 dengan $sig = 0,008 < 0,05$. Artinya variabel intensitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku *fear of missing out* (FOMO) pada remaja. Dengan kontribusi pengaruh sebesar 8,6%

(diakses pada 25 Maret 2021). Tersedia dalam <https://kominfo.go.id>

Rahmani, T. (2016). Penggunaan Media Sosial Sebagai Penguasaan Dasar-dasar Fotografi Ponsel. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Setiadi, A. (2014). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. Jurnal Ilmiah Matrik, 16(1).

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.

Wulandari, A. (2020). Hubungan Kontrol Diri Dengan Fear Of Missing Out Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial. 1-71.

Tayo, Y., Nursanti, S., Utamidewi, W. hambatan pembelajaran jarak jauh bagi guru digital immigrant. JURNAL Kebijakan Pembangunan Vol 16. No. 2

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, Y. Z. (2015). Manajemen Komunikasi Filosofi, Konsep dan Aplikasi. Bandung: Pustaka Setia.

Ara, S., Dimiyati, I., & Yusanto, Y. (2015). Pengaruh penggunaan jejaring sosial (twitter) terhadap sikap asosial pada pelajar SMA Negeri 10 Kota Tangerang. <http://eprints.untirta.ac.id>

Ardianto et al. (2004). Komunikasi Massa (Suatu Pengantar). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Efendi, R. P. (2018). Hubungan Antara Ketergantungan Media Sosial Dengan Empati pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Jakarta. 1-111.

FOMO menghantui remaja dan anak muda, dampaknya kesehatan mental. (diakses pada 26 April 2021). Tersedia dalam <https://www.suara.com>

Morissan. (2010). Psikologi Komunikasi. Bogor: Penerbit Galia Indonesia.

Negara pengguna instagram terbanyak. (diakses pada 28 April 2021). Tersedia dalam <https://databoks.katadata.co.id>

Pengguna internet di Indonesia.