

PAPER NAME

**UJI TURNITIN 2.docx**

AUTHOR

**Aulia Selfianti**

WORD COUNT

**3467 Words**

CHARACTER COUNT

**21810 Characters**

PAGE COUNT

**15 Pages**

FILE SIZE

**39.0KB**

SUBMISSION DATE

**Sep 24, 2024 2:25 PM GMT+8**

REPORT DATE

**Sep 24, 2024 2:25 PM GMT+8**

### ● 15% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 15% Internet database
- 12% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database

### ● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Small Matches (Less than 10 words)

## PENDAHULUAN

Teknologi modern berkembang dengan sangat pesat. Dalam hal kemajuan TIK, media sosial menonjol di antara yang lain. Banyak aspek masyarakat kini terpengaruh oleh maraknya media sosial. Instagram adalah salah satu dari sekian banyak platform media sosial yang dimungkinkan oleh kemajuan teknologi yang memungkinkan pengumpulan data dengan cepat dalam skala dunia. Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk menyiarkan kehidupan sehari-hari mereka kepada khalayak global (Nasution, 2021). Selain berfungsi sebagai platform untuk mengunggah gambar dan video, Instagram kini memiliki fitur Stories yang memungkinkan pengguna berbagi kenangan foto dan video sementara satu sama lain selama seharian penuh. Salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia saat ini adalah Instagram. Pada Desember 2021, 92,53 juta orang menggunakan Napoleon Cat, dan pada Mei 2022, jumlah tersebut telah meningkat menjadi 108,9 juta (Mustajab, 2023). Setelah WhatsApp, Facebook, TikTok, Telegram, Twitter, dan Facebook Messenger menjadi tujuh platform media sosial terpopuler di Indonesia pada tahun 2022, menurut jajak pendapat GWI (Raihan Hasya, 2023). Menggunakan observasi dan wawancara, peneliti Danan Satriyo W. dan Ratna Nurwindasari menemukan bahwa penggunaan Instagram melonjak pada akhir pekan dan terus meningkat sepanjang malam hingga pagi hari. Sebagian besar orang menggunakan Instagram untuk melihat apa yang telah diunggah teman-teman dan orang-orang terkenal mereka, baik itu foto, video, atau cerita, dan untuk melihat apa yang populer di media sosial (Wibowo & Nurwindasari, 2019). Peneliti menemukan bahwa dewasa muda (mereka yang berusia antara 18 dan 21 tahun) menghabiskan rata-rata dua hingga empat jam sehari di Instagram untuk keterlibatan sosial, berbagi informasi, hiburan, dan mencari validasi, menurut data yang dikumpulkan dari wawancara daring pada Oktober 2023. Terutama di kalangan anak muda, kata "Instagram" telah menjadi hal yang biasa. Masa remaja merupakan masa transisi dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa yang ditandai dengan berkembangnya rasa percaya diri serta pencarian validasi dan persetujuan dari orang-orang di sekitarnya. Remaja didorong untuk terus menunjukkan kehadirannya melalui hal ini. Sakti dan Yulianto, 2013. Menurut Lius (2017), karakteristik yang menentukan masa remaja meliputi: pembentukan aturan perilaku dan kehidupan, pencarian peran sosial, dan keinginan untuk menjalin hubungan dengan orang dewasa dan teman sebaya. Kebutuhan manusia harus dipenuhi secara bersamaan, menurut teori ERG (Eksistensi, Keterkaitan, Pertumbuhan) Clayton Alderfer. Meskipun persyaratan ini

penting, jenis kebutuhan lain sama pentingnya dalam memotivasi orang untuk berperilaku dengan cara yang membuat mereka lebih dekat dengan tujuan mereka (Nafis & Augustinah, 2023). Jika persyaratan paling mendasar seseorang tidak terpenuhi, mereka akan terus memenuhi keinginan yang kurang penting tetapi lebih mudah dipenuhi (Robbin, 2017). Menurut hipotesis kebutuhan ERG, kebutuhan paling mendasar adalah untuk hidup, dan remaja bekerja keras untuk memenuhi kebutuhan ini. Kebutuhan berikutnya adalah keterhubungan, yang merupakan refleksi dari kebutuhan universal manusia untuk penghargaan dan persetujuan dari orang lain di sekitar kita. Terakhir, ada dorongan yang lebih bernuansa untuk pengembangan, di mana orang bertujuan untuk aktualisasi diri dan perbaikan (Sari, 2022). Bagi remaja, Instagram adalah cara untuk mengekspresikan diri mereka sekaligus memenuhi keinginan mereka untuk koneksi sosial (keterhubungan) melalui interaksi dengan orang lain, bekerja sama, dan bertukar pengetahuan. Namun, ketika anak-anak kecanduan Instagram dan tidak bisa berhenti melihat postingan orang lain, hal itu mungkin memiliki konsekuensi negatif.

Siswa SMA Negeri 1 Palopo merupakan pengguna Instagram yang aktif, dengan rata-rata penggunaan Instagram antara satu hingga dua jam setiap harinya. Tujuh puluh persen siswa menggunakan Instagram selama jam belajar, bahkan ada yang menggunakannya selama jam pelajaran. Siswa sendirilah yang paling merasakan antusiasme siswa terhadap Instagram sebagai platform media sosial. Penggunaan Instagram secara berlebihan dapat menimbulkan rasa malu, tidak berharga, dan ragu terhadap diri sendiri karena adanya keinginan untuk membandingkan kehidupan dengan orang lain dan mengurangi FOMO (Fear of Missing Out). Fear of missing out (FoMO) merupakan motivasi yang kuat untuk mengikuti aktivitas daring orang lain (Elhai et al., 2016). Fear of missing out (FoMO) didefinisikan sebagai kebutuhan bawaan untuk membandingkan kehidupan sendiri dengan kehidupan orang lain yang ditunjukkan di media sosial, yang mengarah pada kebutuhan yang tak terelakkan untuk membandingkan keduanya (Wibowo & Nurwindasari, 2019). Survei Nasional Australia tentang Stres dan Kesehatan menemukan bahwa lebih dari 60% wanita mengalami kecemasan ketika mengetahui pacar mereka melakukan hubungan seksual di luar hubungan mereka, sedangkan lebih dari 51% melaporkan merasa bersalah ketika pacar mereka tidak berpartisipasi dalam aktivitas mereka (Gordon, 2022). Di Indonesia, data survei menunjukkan bahwa 412 dari 648 remaja, atau 64,6%, mengalami FoMO terkait media sosial (Kaloeti et al., 2021). Jika kondisi ini terus berlanjut, maka akan memengaruhi penglihatan dan mungkin memiliki beberapa efek berbahaya seperti

penglihatan kabur, kelemahan, stres, dan insomnia (Anggraeni, 2021). Penelitian yang ada telah menunjukkan bahwa fenomena FoMO secara signifikan memengaruhi intensitas konsumsi media sosial. Dampak platform media sosial terhadap lingkungan sosial FoMO (Fear of Missing Out) dipelajari oleh Dewi et al. (2022). Penelitian ini melibatkan 141 sampel wanita dengan menggunakan prosedur sampel acak. Survei yang sama menyimpulkan bahwa 79,43% anak kecil tidak dapat melepaskan diri dari perangkat seluler mereka, sementara 8,51% menyatakan keinginan untuk tetap berhubungan dengan orang lain. Oleh karena itu, para peneliti menggunakan variabel kontingensi untuk membedakan penelitian ini dari penelitian sebelumnya dan untuk memberikan bukti yang mungkin berguna di masa mendatang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji korelasi antara frekuensi penggunaan Instagram dan fenomena yang dikenal sebagai FOMO. Pentingnya penelitian ini terletak pada kenyataan bahwa fenomena FoMO dan komponen-komponen yang berkontribusi belum diselidiki secara menyeluruh secara internasional, khususnya di kalangan pemuda Indonesia.

## 22 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian yang digunakan adalah penelitian korelasional. Validitas kuesioner ditentukan dengan uji coba instrumen yang telah dilakukan sebelum penelitian. Sebanyak 428 siswa kelas XI SMA Negeri 1 Palopo berpartisipasi dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan purposive sampling, yaitu memilih sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan untuk mencapai tujuan tertentu. Partisipan siswa didefinisikan sebagai mereka yang berada di kelas XI yang secara teratur terlibat dengan Instagram setidaknya selama satu jam. Pengambilan sampel penelitian ini didasarkan pada kriteria Suharsimi Arikunto, sebagaimana dikutip Nailis Sangadah (2023), yang menetapkan bahwa jika jumlah penduduk desa kurang dari 100 orang, sampel dapat diperoleh dari seluruh populasi. Namun jika lebih dari 100 orang, dapat diambil sekitar 20% hingga 25% dari populasi saat ini. Oleh karena itu, karena Skala A mengevaluasi keterkaitan, intensitas Instagram, dan Fear of Missing Out (FoMO) juga digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini. Pandangan, keyakinan, dan persepsi individu atau kelompok dievaluasi oleh ketiganya dengan memanfaatkan kuesioner Google Form yang menggunakan skala Likert dengan pilihan sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju (Nailis Sangadah, 2023). Berdasarkan aspek-aspek teori Del Barrio yang dimodifikasi sebagaimana diadopsi oleh Ramadhan et al. (2022), skala intensitas penggunaan Instagram mengevaluasi jumlah keterlibatan. Elemen-elemen ini

meliputi perhatian, pemahaman, durasi, dan frekuensi. Desi Tri Satriani (2014) merevisi dan memperbarui ukuran *Relatedness*, yang menggabungkan dua dimensi—kedekatan dan penerimaan—yang berasal dari teori Richer dan Vallerand (1998). Tesis Andrew K. Przybylski (2013) dan Suga (2020) tentang kompetensi, otonomi, dan keterkaitan semuanya termasuk dalam skala FoMO. Penelitian ini menggunakan perangkat lunak SPSS 25.0 untuk analisis regresi linier berganda.

## HASIL

### Uji Kualitas Data

Keandalan dan validitas data yang digunakan untuk menarik kesimpulan dari penelitian ini adalah dua aspek evaluasi kualitas data yang sangat bergantung pada data asli.

#### 1. Uji Validitas

Untuk memeriksa apakah item-item tersebut valid, kami menggunakan Uji Pearson Product Moment SPSS 25 untuk membandingkan skor item dengan skor karakteristik keseluruhan. Instrumen tersebut dianggap sah menurut Sugiyono (2013). Validitas instrumen ditentukan oleh apakah nilai  $r$  yang dihitung lebih besar dari  $r$  tabel. Dengan menggunakan  $df = 105$  ( $n - k = 107 - 2$ ) sebagai rumus, nilai  $r$ -tabel dalam penelitian ini adalah 0,176. Tabel berikut menampilkan hasil evaluasi validitas untuk semua variabel:

**Tabel 1.**

*Uji Validitas Variabel*

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Ket
Penggunaan Media Sosial Instagram (X1)	X1.1	0,311	0,176	Valid
	X1.2	0,446	0,176	Valid
	X1.3	0,664	0,176	Valid
	X1.4	0,521	0,176	Valid
	X1.5	0,587	0,176	Valid
	X1.6	0,429	0,176	Valid
	X1.7	0,557	0,176	Valid
	X1.8	0,614	0,176	Valid
	X1.9	0,443	0,176	Valid
	X1.10	0,406	0,176	Valid
	X1.11	0,266	0,176	Valid
	X1.12	0,629	0,176	Valid
	X1.13	0,347	0,176	Valid
	X1.14	0,332	0,176	Valid
	X1.15	0,489	0,176	Valid

	X1.16	0,427	0,176	Valid
	X1.17	0,368	0,176	Valid
	X1.18	0,529	0,176	Valid
	X1.19	0,592	0,176	Valid
	X1.20	0,571	0,176	Valid
	X1.21	0,613	0,176	Valid
	X1.22	0,332	0,176	Valid
	X1.23	0,461	0,176	Valid
	X2.1	0,496	0,176	Valid
	X2.2	0,277	0,176	Valid
	X2.3	0,232	0,176	Valid
	X2.4	0,449	0,176	Valid
	X2.5	0,465	0,176	Valid
	X2.6	0,416	0,176	Valid
	X2.7	0,564	0,176	Valid
	X2.8	0,402	0,176	Valid
	X2.9	0,359	0,176	Valid
	X2.10	0,244	0,176	Valid
Relatedness (X2)	X2.11	0,506	0,176	Valid
	X2.12	0,525	0,176	Valid
	X2.13	0,415	0,176	Valid
	X2.14	0,458	0,176	Valid
	X2.15	0,385	0,176	Valid
	X2.16	0,354	0,176	Valid
	X2.17	0,435	0,176	Valid
	X2.18	0,398	0,176	Valid
	X2.19	0,339	0,176	Valid
	X2.20	0,506	0,176	Valid
	X2.21	0,383	0,176	Valid
	Y1	0,652	0,176	Valid
	Y2	0,624	0,176	Valid
	Y3	0,634	0,176	Valid
	Y4	0,680	0,176	Valid
FOMO (Y)	Y5	0,580	0,176	Valid
	Y6	0,731	0,176	Valid
	Y7	0,462	0,176	Valid
	Y8	0,639	0,176	Valid
	Y9	0,639	0,176	Valid
	Y10	0,772	0,176	Valid

Terlihat pada tabel di atas bahwa terdapat 54 item pernyataan dalam variabel tersebut. Item tersebut divalidasi untuk dimasukkan dalam pemrosesan data lebih lanjut karena koefisien korelasi Pearson (hitungan  $r$ ) melampaui nilai kritis (tabel  $r$ ) sebesar 0,176, menurut uji validitas.

Selain itu, nilai-p menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai-p yang lebih rendah dari 5%, yang berarti bahwa hasil apa pun yang lebih rendah dari 5% dapat dianggap sah untuk variabel yang dimaksud. Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa semua indikator variabel sah.

## 2. Uji Reliabilitas

Dengan menghitung koefisien alfa (alfa Cronbach) untuk setiap variabel yang dipertimbangkan, pengujian reliabilitas memverifikasi apakah alat ukur menghasilkan hasil yang konsisten di beberapa evaluasi. Nilai alfa Cronbach untuk setiap variabel studi ditunjukkan dalam tabel di bawah ini.

**1**  
**Tabel 2.**  
*Uji Reliabilitas Variabel*

Nama Variabel			Koefisien Alpha	Keterangan
Penggunaan Instagram	Media Sosial		0.845	Reliabel
Relatedness			0.746	Reliabel
FoMO			0.758	Reliabel

Semua nilai alpha Cronbach lebih tinggi dari ambang batas yang dipersyaratkan, seperti yang ditunjukkan dalam perhitungan di atas. Jika koefisien reliabilitas lebih dari 0,60, alat tersebut dianggap memiliki keandalan yang baik. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian dan masing-masing variabel penelitian merupakan indikator kualitas yang dapat dipercaya.

## **19** Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Untuk memeriksa apakah hasil perhitungan tersebut normal, kami menjalankannya melalui uji normalitas Kolmogorov-Smirnov; data dianggap normal jika nilai alfa lebih dari 5% (atau 0,05). Data tersebut juga dianalisis menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov satu sampel, seperti yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 3.**  
*Uji Normalitas*

<b>1</b> One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
---

N		107
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	4,98085762
Most Extreme Differences	Absolute	0,049
	Positive	0,045
	Negative	-0,049
Test Statistic		0,049
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Tingkat signifikansi sebesar 0,200 menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal, menurut temuan penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa data dapat dianalisis secara statistik parametrik.

**Tabel 4.**  
5 *Kriteria Gender dan Sebaran Usia Responden*

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Perempuan	78	72,9 %
Laki-Laki	29	27,1 %
Usia		
14	1	0,9 %
15	11	10,3 %
16	82	76,6 %
17	12	11,2 %
18	1	0,9 %

Tabel 4 menunjukkan bahwa jumlah responden perempuan,  $n = 78$ , melebihi responden laki-laki,  $n = 29$ . Seluruh partisipan merupakan siswa kelas XI SMA Negeri 1 Palopo, berusia 14 sampai 18 tahun, dengan usia dominan 16 tahun, meliputi 76,6% responden.

**Tabel 5.**  
*Persentase Tiap Variabel*

VARIABEL	KATEGORI
----------	----------



	Tinggi	Sedang	Rendah
Intensitas Penggunaan Instagram	9,35%	84,11%	6,54%
Relatedness	0,93%	89,72%	9,35%
Fear of Missing Out (FoMO)	6,54%	66,46%	27,10%

Hasil untuk setiap variabel ditunjukkan pada tabel di atas sesuai dengan kategorisasi yang ditentukan. Dengan intensitas penggunaan Instagram sebesar 84,11% dalam kelompok sedang dan hanya 9,35% dalam kategori intensitas tinggi, ada persentase besar dalam kelompok sedang di ketiga variabel. Pada 89,72%, variabel keterkaitan termasuk dalam kelompok menengah; hanya 0,93% yang termasuk dalam kategori tinggi, dan 9,35% dalam kategori rendah. Demikian pula, 66,46% variabel FoMO termasuk dalam kelompok sedang, sementara 27,10% masuk dalam kategori rendah. Di antara siswa kelas sebelas SMA Negeri 1 Palopo, data mengungkapkan bahwa 84,11% menggunakan Instagram pada tingkat sedang, sementara 9,35% menggunakannya pada intensitas tinggi. Ini menunjukkan bahwa Instagram cukup digunakan oleh siswa di SMA Negeri 1 Palopo, khususnya mereka yang berada di kelas XI. Hal ini dapat terjadi jika orang tua membatasi penggunaan ponsel anak-anak mereka, dan jika guru di berbagai mata pelajaran memutuskan untuk melarang siswa menggunakan ponsel mereka di kelas. Sekitar 37,3 persen siswa di SMA Negeri 1 Palopo menggunakan Instagram setiap hari, rata-rata 1-2 jam. Analisis data saat ini mengungkapkan bahwa tingkat keterlibatan siswa sedang, yaitu 89,72%, dengan hanya 0,93% yang termasuk dalam kategori tinggi. Siswa kelas 11 di SMA Negeri 1 Palopo sering menunjukkan tingkat keterlibatan yang sedang, menurut temuan penelitian. Namun demikian, setelah menganalisis setiap tanda, informasi berikut diperoleh.

**Tabel 6.**  
*Persentase Pencapaian Per Indikator Relatedness*

INDIKATOR	KATEGORI		
	Tinggi	Sedang	Rendah
Memiliki hubungan dekat dengan orang lain	1,87%	84,11%	14,02%
Melakukan percakapan dan aktivitas bersama	8,41%	86,92%	4,67%
Memiliki perasaan secara emosional	5,61%	85,05%	9,35%

dengan orang lain			
Merasa diterima dan didengar oleh orang lain	1,87%	62,62%	35,51%
Menjadi bagian dari orang lain ataupun sebuah kelompok	1,87%	88,79%	9,35%

Menurut data dalam tabel, semua ukuran keterkaitan masuk dalam kategori sedang. Hampir 84,11% siswa melaporkan memiliki hubungan dekat dengan orang lain, dan 86,22% melaporkan berpartisipasi secara teratur dalam kegiatan dan diskusi kelompok. Sementara 88,79% siswa mengidentifikasi diri sebagai bagian dari suatu kelompok, 85,05% memiliki ikatan emosional dengan orang lain, dan 62,62% merasa diterima dan diakui. Siswa kelas sebelas di SMA Negeri 1 Palopo mengembangkan ikatan sosial yang kuat dan rasa kebersamaan melalui partisipasi mereka yang sering dalam proyek kelompok, percakapan, dan hubungan. Mayoritas siswa kelas XI (usia 14–18 tahun) di SMA Negeri 1 Palopo menunjukkan tingkat FoMO sedang (66,46%). Selain itu, melihat data indikator menunjukkan bahwa 55,14 persen, yang berada dalam kisaran sedang, dari perilaku FoMO disebabkan oleh ketidakmampuan. Sebagian besar siswa (tepatnya 72,90%) telah menyarankan bahwa harapan yang tidak terpenuhi untuk otonomi mungkin menjadi akar penyebab perilaku FoMO. Seperti dapat dilihat pada tabel di bawah, 63,55% peserta melaporkan kebutuhan yang tidak terpenuhi untuk terhubung dengan orang lain.

**Tabel 7.**  
*Persentase Pencapaian Per Indikator FoMO*

INDIKATOR	KATEGORI		
	Tinggi	Sedang	Rendah
Tidak terpenuhinya kebutuhan dalam menguasai skill atau kemampuan	1,87%	84,11%	14,02%
Kebutuhan dalam mengatur tindakan yang dijalankan tanpa terikat dengan orang lain	8,41%	86,92%	4,67%
Tidak terpenuhinya kebutuhan akan berinteraksi dan berhubungan dengan orang lain	5,61%	85,05%	9,35%

## Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Relatedness terhadap Perilaku Fear of Missing Out (FoMO)

Jika faktor-faktor yang berkaitan dengan penggunaan media sosial Instagram dan keterhubungannya tetap sama, maka nilai Y juga akan menjadi 0,299, menurut temuan analisis regresi linier berganda yang dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 25.0. Hasil R Squared sebesar 0,231, atau 23,1%, dari uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 memiliki pengaruh terhadap variabel Y, tetapi faktor-faktor lain yang tidak diteliti menyumbang 76,9% sisanya.

**Tabel 8.**

*Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)*

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.481 <sup>a</sup>	0,231	0,216	5,029

Analisis selanjutnya melibatkan penggunaan uji T untuk menilai sejauh mana faktor-faktor independen memengaruhi variabel dependen dalam penelitian. Uji T dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%, setara dengan 0,05.

**Tabel 9.**

*Hasil Uji Parsial (Uji T) Penggunaan Medsos Instagram dan Relatedness terhadap FoMO*

Model		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
		B		Beta		
1	(Constant)	4,274	4,094		1,044	0,299
	Penggunaan Media Sosial Instagram	0,279	0,055	0,461	5,091	0,000
	Relatedness	0,044	0,075	0,053	0,586	0,559

Berdasarkan data pada tabel, variabel penggunaan media sosial Instagram (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan Instagram (X1) memengaruhi FOMO (Y). Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,559

(lebih tinggi dari ambang batas 0,05), dapat disimpulkan bahwa relatedness (X2) tidak berpengaruh terhadap FOMO (Y).

**Tabel 10.**

*Hasil Uji Simultan (Uji F) Penggunaan Medsos Instagram dan Relatedness terhadap FoMO*

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	790,439	2	395,219	15,630	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2629,748	104	25,286		
	Total	3420,187	106			

Penggunaan media sosial Instagram (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, seperti yang ditunjukkan pada tabel di atas. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penggunaan Instagram (X1) memengaruhi FOMO (Y). Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,559 (lebih tinggi dari ambang batas 0,05), dapat disimpulkan bahwa relatedness (X2) tidak berpengaruh terhadap FOMO (Y).

## PEMBAHASAN

### **Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram (X1) Dengan Perilaku FoMO (Y)**

Tingkat keterlibatan seseorang di Instagram khususnya memengaruhi perilaku takut ketinggalan (FoMO) mereka. Perilaku FoMO seseorang berhubungan positif dengan intensitas penggunaan Instagram mereka dan berkorelasi negatif dengan intensitas penggunaan Instagram mereka. Ketika individu merasa bosan, mereka sering membuka Instagram untuk melihat apa yang diunggah orang lain, khususnya para vlogger, menurut wawancara yang dilakukan oleh Azizah dan Baharuddin (2021). Selain itu, Instagram dapat memperkuat perkembangan FOMO (Fear of Missing Out) dengan membuat pengguna merasa kehilangan saat mereka tidak menggunakan aplikasi tersebut selama sehari. Penelitian oleh Cahyani dan Pangestuti (2023) menunjukkan bahwa menghabiskan terlalu banyak waktu di Instagram dan platform serupa dapat membuat pengguna merasa cemas karena mereka cenderung membandingkan kehidupan mereka dengan orang lain dan merasa tertinggal. Instagram merupakan cara yang bagus bagi remaja untuk tetap mengikuti perkembangan terkini. Tumbuh dalam generasi yang digerakkan oleh teknologi, mereka mengandalkan komputer, internet yang dapat diandalkan, dan ponsel untuk segala hal. Foto-foto Instagram dapat memengaruhi mereka yang tidak terlibat dalam percakapan media sosial. Sebagaimana dikatakan oleh Metin Argan pada tahun 2019. Selain itu, menurut Karayagız

Muslu (2019), masalah yang berasal dari kurangnya kontrol orang terhadap penggunaan ponsel pintar mereka dapat berdampak buruk pada kehidupan sehari-hari mereka, seperti meningkatnya perasaan sedih dan cemas, yang pada gilirannya dapat menyebabkan perasaan kehilangan (FoMO) dan dampak negatif lainnya (Servidio et al., 2021). Astuti (2021) menemukan bahwa orang mengalami lebih banyak ketidaknyamanan, khususnya rasa takut kehilangan (FoMO), ketika mereka menggunakan media sosial lebih intens. Keinginan untuk menghindari emosi tidak mampu membuat orang lebih cemas ketika mereka membandingkan diri mereka dengan orang lain dalam hal kecantikan, tipe tubuh ideal, dan cara hidup.

### **Pengaruh Relatedness (X2) terhadap FoMO (Y)**

Terkait perilaku FoMO, keterkaitan bukanlah faktor utama. Nilai signifikansi sebesar 0,559 yang lebih dari 0,05 menunjukkan bahwa keterkaitan (X2) tidak memengaruhi Fear Of Missing Out (Y) dalam temuan uji T parsial untuk variabel keterkaitan (X2). Akibatnya, siswa SMA Negeri 1 Palopo terpenuhi kebutuhan keterkaitannya, yang berujung pada kebahagiaan dan kepuasan dalam hidup, terlepas dari kehidupan orang-orang di sekitarnya. Menurut hipotesis kebutuhan ERG, remaja ingin memenuhi kebutuhan eksistensinya—kebutuhan dasar manusia—jika mereka ingin dihargai. Selain itu, muncul kebutuhan keterkaitan, yang mencerminkan keinginan bawaan manusia untuk mendapatkan persetujuan dan validasi sosial. Terakhir, kita memiliki kebutuhan pertumbuhan, tahap yang lebih bernuansa ketika orang terdorong untuk memperbaiki diri, mencapai potensi penuhnya, dan maju sebagai individu (Sari, 2022). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa keadaan yang berkaitan dengan kebutuhan sosial, seperti memiliki hubungan yang dekat dan penuh perhatian dengan orang lain, dapat meningkatkan harga diri dan memenuhi kebutuhan psikologis untuk berinteraksi pada tingkat yang sesuai. Ketika kita berbicara tentang hubungan dan kenyamanan yang kita dapatkan dari berinteraksi dengan orang lain, kita berbicara tentang keterkaitan. Orang akan merasa tidak nyaman saat mencoba memperbaiki kondisi emosional mereka dengan mencari pengetahuan dari orang lain jika mereka tidak merasa terikat. Di sisi lain, menurut Fitri et al. (2024), ketika keterkaitan terpenuhi, individu sering merasa damai dan puas dengan kehidupan mereka, dan mereka tidak merasa bergantung pada orang lain. Nilai signifikansi 0,000, yang kurang dari 0,05, ditunjukkan oleh uji simultan (Uji F) untuk menunjukkan bahwa kedua komponen, penggunaan media sosial Instagram (X1) dan keterkaitan (X2), bersama-sama memengaruhi FoMO (Y). Pengguna Instagram yang lebih aktif dan terhubung cenderung memiliki tingkat FOMO yang lebih tinggi,

menurut analisis statistik hubungan antara kedua faktor tersebut. Kecemasan, disorientasi, dan disregulasi emosi merupakan beberapa dampak negatif penggunaan media sosial terhadap kesehatan psikologis, menurut Young (2000) dalam Utomo & Utami (2024). Feelings of missing out (FoMO) terjadi ketika pengguna merasa khawatir tidak akan mampu mengimbangi konsumsi media sosialnya, yang dapat berujung pada penggunaan kompulsif (Nafisa & Kusuma Salim, 2022). Marlina (2017) menemukan adanya korelasi antara kecanduan internet dengan perilaku FOMO (Fear of Missing Out). Hal ini senada dengan temuan Aisafitri dan Yusriyah (2021) yang menemukan korelasi kuat antara kecanduan media sosial generasi milenial dengan praktik FOMO (Fear of Missing Out).

## **KESIMPULAN**

Penggunaan Instagram terbukti memiliki dampak substansial pada FOMO ( $p < 0,05$ ), menurut penelitian tersebut, meskipun keterkaitan tidak ( $p > 0,05$ ). Instagram dan keterhubungan sosial memengaruhi FOMO pada saat yang bersamaan. Penggunaan Instagram dan FOMO memiliki hubungan yang cukup, menurut nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,481. Di antara pengguna Instagram, 23,1% terpengaruh oleh FOMO, menurut skor R Squared sebesar 0,231.

## **SARAN**

### 1. Kepada Pembaca

Para penulis berpendapat bahwa ada sisi positif dari rasa takut ketinggalan (FoMO), seperti kekhawatiran tidak memiliki akses ke informasi terkini yang dapat membantu seseorang tumbuh sebagai individu. Penggunaan media sosial secara teratur juga dapat memberikan efek menguntungkan pada pertumbuhan pribadi.

### 2. Kepada peneliti selanjutnya

Penulis berharap agar peneliti di masa mendatang menggunakan teknik kualitatif untuk menganalisis penelitian ini, yang akan memungkinkan mereka memperoleh wawasan yang lebih mendalam. Mereka juga berharap agar peneliti lain mengubah atau menyertakan kriteria lain agar penelitian di masa mendatang lebih sesuai.







● **15% Overall Similarity**

Top sources found in the following databases:

- 15% Internet database
- 12% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	<b>media.neliti.com</b> Internet	3%
2	<b>income-journal.com</b> Internet	3%
3	<b>Haslinda Haslinda, Idris Azis, Bakri Hasanuddin. "PENGARUH PENDIDI..."</b> Crossref	<1%
4	<b>1library.net</b> Internet	<1%
5	<b>journal.ppnijateng.org</b> Internet	<1%
6	<b>repositori.uin-alauddin.ac.id</b> Internet	<1%
7	<b>docobook.com</b> Internet	<1%
8	<b>jim.unisma.ac.id</b> Internet	<1%
9	<b>digilib.esaunggul.ac.id</b> Internet	<1%

10	<b>repository.umpalopo.ac.id</b> Internet	<1%
11	<b>doaj.org</b> Internet	<1%
12	<b>dspace.uui.ac.id</b> Internet	<1%
13	<b>prodihumas.fikom.unpad.ac.id</b> Internet	<1%
14	<b>repository.ut.ac.id</b> Internet	<1%
15	<b>epub.imandiri.id</b> Internet	<1%
16	<b>kedirikab.go.id</b> Internet	<1%
17	<b>scholar.unand.ac.id</b> Internet	<1%
18	<b>scribd.com</b> Internet	<1%
19	<b>Intan Permatasari, Syamsul Bachri, Ponirin Ponirin. "PENGARUH PENG...</b> Crossref	<1%
20	<b>digilib.itb.ac.id</b> Internet	<1%
21	<b>ejournal.unsrat.ac.id</b> Internet	<1%

22	<b>journal.ustjogja.ac.id</b> Internet	<1%
23	<b>jurnal.fe.umi.ac.id</b> Internet	<1%
24	<b>repository.stienobel-indonesia.ac.id</b> Internet	<1%
25	<b>repository.uin-suska.ac.id</b> Internet	<1%
26	<b>ejournal.unesa.ac.id</b> Internet	<1%
27	<b>neliti.com</b> Internet	<1%