

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Responden Penelitian

Penelitian ini melibatkan responden yang merupakan individu usia 18 – 25 tahun dan merupakan pengguna *Instagram*. Lebih lanjut, terdapat data demografis lainnya dalam penelitian ini yakni terdiri atas jenis kelamin, usia, jumlah akun *Instagram* yang dimiliki, fitur yang sering digunakan, untuk kepentingan apa biasanya menggunakan *Instagram*, dalam sehari seberapa sering membuka *Instagram*, rata-rata durasi penggunaan *Instagram* setiap kali membukanya, rata-rata waktu penggunaan (durasi) *Instagram* per hari, dan apakah suka mengikuti tren yang ada di *Instagram*. Proses pengambilan data ini dilakukan mulai dari bulan Mei hingga Juni 2025 melalui *online* dan *offline*. Pengambilan data *online* dengan menyebarkan tautan melalui *Instagram*, WhatsApp, X, dan Telegram, sementara pengambilan data *offline* dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada individu yang ditemui secara langsung dan bersedia untuk menjadi partisipan dengan memberikan *scan barcode* yang terhubung ke form kuesioner.

Penelitian ini melibatkan 394 responden perempuan dan laki-laki dengan karakteristik rentang usia *emerging adulthood*, yaitu 18 – 25 tahun dan menggunakan *Instagram*. Awalnya 400 responden mengisi kuesioner penelitian ini, namun 6 data responden dihapus karena termasuk *outlier*. Menurut Field (2018) skor yang *outlier* dianggap aneh dan sangat berbeda dari data yang lainnya, sehingga peneliti memutuskan tidak menggunakan data tersebut untuk dilanjutkan pada tahap pengolahan data. Gambaran dari responden pengguna *instagram* dalam penelitian ini ditunjukkan pada **Tabel 4.1**.

Tabel 4. 1 Gambaran Responden Penelitian (N=394)

Gambaran Responden Pengguna <i>Instagram</i>	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Perempuan	244	61,93
Laki-laki	150	38,07
Jumlah akun <i>Instagram</i> yang dimiliki		
1 akun	51	12,94
2 akun	160	40,61
3 akun	111	28,17
> 3 akun	72	18,27
Fitur <i>Instagram</i> yang sering digunakan		
Snapgram / <i>Story</i>	298	75,64
Reels	71	18,02
Post Feeds	19	4,82
Live	2	0,51
Thread	2	0,51
Lainnya	2	0,51
Kepentingan bermain <i>Instagram</i>		
Mencari hiburan	174	44,16
Membagikan momen pribadi	112	28,43
Mencari berita/informasi	59	14,98
Mengetahui aktivitas orang lain	40	10,15
Bertukar pesan	3	0,76
Lainnya	6	1,52
Dalam sehari, seberapa sering membuka <i>Instagram</i>		
1 – 3 kali	121	30,71
4 – 6 kali	123	31,22
> 6 kali	150	38,07
Rata-rata durasi penggunaan <i>Instagram</i> setiap kali membukanya		
< 30 menit	203	51,52
30 – 60 menit	149	37,82
> 60 menit	42	10,66
Rata-rata durasi penggunaan <i>Instagram</i> dalam sehari		
1 – 2 Jam	159	40,36
Dibawah 1 Jam	100	25,38
3 – 4 Jam	97	24,62
Diatas 4 Jam	38	9,65
Mengikuti tren yang ada di <i>Instagram</i>		
Ya	202	52,27
Tidak	192	48,73

Tabel 4.1 memberikan gambaran dari responden penelitian yang mayoritas perempuan yakni sebanyak 244 responden (61,93%). Usia responden didominasi oleh individu usia 22 tahun yakni dengan total 66 responden (17,26%). Usia responden penelitian dapat dilihat secara lengkap pada **Lampiran 7**. Berdasarkan gambaran umum responden yang tertera pada **tabel 4.1** dapat disimpulkan bahwa usia responden penelitian berada dalam rentang 18 – 25 tahun yang merupakan kelompok usia *emerging adulthood* berdasarkan teori Santrock (2023).

Peneliti kemudian menanyakan terkait penggunaan media sosial *instagram*. Responden dalam penelitian secara keseluruhan memiliki akun media sosial *instagram*. Peneliti memberikan pertanyaan terkait jumlah akun yang dimiliki oleh tiap responden. Hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki dua akun *instagram* dengan jumlah 160 responden (40,61%). Selanjutnya, peneliti menanyakan fitur *Instagram* yang sering digunakan oleh para responden yaitu berupa *snagram* dengan jumlah sebanyak 298 (75,64%). Di samping hal itu, peneliti juga menanyakan terkait kepentingan membuka *instagram*. Mayoritas responden mengaku bahwa mereka menggunakan *instagram* untuk mencari hiburan dengan total responden sebanyak 174 (44,16%).

Dari **Tabel 4.1** dijelaskan lebih lanjut seputar waktu penggunaan *instagram*. Peneliti mengajukan pertanyaan terkait seberapa sering membuka *instagram* dalam sehari. Hasil yang diperoleh mayoritas responden membuka *Instagram* sebanyak lebih dari enam kali dalam sehari (38,07%). Selanjutnya peneliti menanyakan durasi penggunaan *instagram* setiap kali membukanya dan diperoleh hasil mayoritas responden menghabiskan durasi selama kurang dari 30 menit tiap kali membukanya (51,52%). Peneliti juga menanyakan durasi penggunaan *instagram* dalam sehari. Hasil yang diperoleh menunjukkan mayoritas responden menggunakan *instagram* dengan durasi selama 1 – 2 jam dalam sehari (40,36%).

Peneliti juga memberikan pertanyaan apakah responden suka mengikuti tren yang ada di *instagram*. Tren yang dimaksud peneliti adalah tren yang secara umum sedang ramai di masyarakat. Dari hasil penelitian, diperoleh data sebanyak 52,27% responden mengaku suka mengikuti tren, sedangkan 48,73% lainnya menyatakan bahwa mereka tidak suka mengikuti tren yang ada di *Instagram*. Jika dilihat berdasarkan kedua data tersebut, dapat diketahui bahwa selisihnya berada dalam persentase 3,54% yang artinya ada perbedaan antara responden yang suka mengikuti tren dan yang tidak. Dari 52,27% responden yang suka mengikuti tren, mayoritas mengungkapkan tren yang suka diikuti berupa tren *template story*.

Berdasarkan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti terkait aktivitas responden dalam menggunakan *Instagram* ditemukan adanya keselarasan antara tren yang suka diikuti dan fitur yang sering digunakan yaitu tren *template story* dan fitur *snapgram* atau *instastory*. Data tersebut berarti bahwa pengguna *Instagram* yang menjadi responden dalam penelitian ini menyukai fitur *instastory* dan sering menggunakannya. Detail lebih lanjut terkait gambaran aktivitas pengguna *instagram* tercantum pada **Tabel 4.1** untuk melihat detail persentase.

4.2 Analisis Hasil Statistik Deskriptif

Analisis hasil statistik deskriptif dalam penelitian ini adalah analisis terhadap kedua variabel yaitu *Fear of Missing Out* dan *Emotional Intelligence*. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti yaitu melalui beberapa uji. Pertama, peneliti melakukan uji statistik deskriptif untuk melihat gambaran dari setiap variabel dalam penelitian ini. Teknik analisis data selanjutnya yang peneliti lakukan adalah uji asumsi yang terdiri atas uji asumsi normalitas, linearitas, independensi error, dan homoskedastisitas. Kemudian peneliti menjalani uji hipotesis dengan menggunakan uji regresi linear sederhana. Dilakukannya uji regresi linear sederhana ini untuk mengetahui ada atau tidak adanya pengaruh *emotional intelligence* sebagai *independent variable* terhadap *Fear of Missing Out* sebagai *dependent variable* pada pengguna *Instagram emerging adulthood*. Melalui uji regresi linear ini juga memungkinkan peneliti untuk mengetahui besarnya pengaruh dari *independent variable* terhadap *dependent variable*. Uji regresi linear dilakukan menggunakan bantuan *software JASP 0.19.2.0*.

4.2.1 Gambaran Variabel *Fear of Missing Out*

Gambaran variabel *Fear of Missing Out* yang dilakukan dalam penelitian dilihat dari nilai *mean* yang diperoleh dari setiap responden.

Tabel 4. 2 Gambaran Variabel *Fear of Missing Out*

	Mean Teoritik	Mean Empirik	Standar Deviasi	Minimum	Maksimum
<i>Fear of Missing Out</i>	36	35,3	8,9	13	58
<i>Missed Experience</i>	15	14,2	4,8	5	25
<i>Compulsion</i>	15	15,9	4,1	5	25
<i>Comparison with Friends</i>	6	5,1	2,3	2	10

Tabel 4.2 menunjukkan gambaran dari variabel *Fear of Missing Out*. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dapat dilihat bahwa selisih antar *mean* empirik dan teoritik tidak lebih besar dari standar deviasi. Selisih *mean* empirik dari skor total *Fear of Missing Out* ($M = 35,3$) dan *mean* teoritik ($M = 36$) tidak melebihi 1 standar deviasi ($SD = 8,9$). Secara umum, rata-rata skor *Fear of Missing Out* pada responden penelitian ini tidak menunjukkan perbedaan. Artinya, responden penelitian ini cenderung cukup merasa khawatir akan melewatkan suatu aktivitas orang lain di media sosial. Gambaran dari **Tabel 4.2** juga menunjukkan uraian dari ketiga dimensi pada variabel FoMO. Hasilnya juga menunjukkan bahwa selisih antar *mean* empirik dan teoritik tidak lebih besar dari 1 standar deviasi. Hasil ini menunjukkan bahwa responden penelitian ini cukup memiliki perasaan negatif ketika melewatkan suatu aktivitas tertentu di media sosial.

4.2.2 Kategorisasi Variabel *Fear of Missing Out*

Kategorisasi dalam suatu data penelitian memiliki tujuan yakni memposisikan responden ke dalam kelompok yang tersusun secara ordinal berdasarkan skor variabel yang terukur (Azwar, 2012). Kategorisasi dilakukan dengan membagi responden ke dalam tiga kategori yang mengacu pada Azwar (2012) yaitu rendah, sedang, dan tinggi untuk mengetahui kecenderungan tingkat FoMO pada individu. Untuk menentukan kategorisasi perlu dilakukan perhitungan dengan menggunakan rumus yang ditunjukkan pada **Tabel 4.3**.

Tabel 4. 3 Rumus Kategorisasi menurut Azwar (2012)

Kategori	Rumus Kategorisasi
Rendah	$X < (\mu - 1,0\sigma)$
Sedang	$(\mu - 1,0\sigma) \leq X < (\mu + 1,0\sigma)$
Tinggi	$(\mu + 1,0\sigma) \leq X$

Skala variabel *Fear of Missing Out* terdiri dari 12 aitem yang disetiap aitemnya diberi skor pada rentang 1 hingga 5, sehingga diperoleh skor terkecil yang mungkin akan diperoleh responden adalah 12 dan skor terbesar adalah 60. Untuk menentukan kategorisasi variabel FoMO dapat langsung menyesuaikan dari data responden yaitu dengan membandingkan skor total variabel antar responden melalui *mean* empirik. Pada **Tabel 4.2** diketahui *mean* empirik dari variabel *Fear of Missing Out* adalah $\mu = 35,3$ dan standar deviasi $SD = 8,9$.

Kategorisasi pada variabel *Fear of Missing Out* diperoleh melalui perhitungan rumus kategorisasi menurut Azwar (2012) yang tertera pada **Tabel 4.3** dengan memasukkan *mean* empirik $\mu = 35,3$ dan standar deviasi $SD = 8,9$ kedalam hitungan. Hasil perhitungan kategorisasi ditunjukkan pada **Tabel 4.4**. Dari hasil perhitungan pada **Tabel 4.4** diketahui mayoritas responden memiliki total skor FoMO dalam kategori sedang yakni berada dalam rentang skor 26 – 43 yaitu sebanyak 272 responden (69,04%). Setelah menentukan norma kategorisasi, responden yang mendapat skor $X = 51$ dalam skala variabel *Fear of Missing Out* memiliki kecenderungan perasaan *Fear of Missing Out* yang tinggi, sementara responden yang mendapat skor $X = 19$ dalam skala *Fear of Missing Out* memiliki kecenderungan *Fear of Missing Out* yang rendah.

Tabel 4. 4 Kategorisasi Variabel *Fear of Missing Out* (FoMOs)

Kategori	Rentang Skor	Frekuensi (N)	Persentase (%)
Rendah	13 – 25	59	14,97
Sedang	26 – 43	272	69,04
Tinggi	44 – 58	63	15,99

4.2.3 Gambaran Variabel *Emotional Intelligence*

Gambaran dari variabel *Emotional Intelligence* pada penelitian ini ditunjukkan dari nilai *mean* yang diperoleh dari keseluruhan responden.

Tabel 4. 5 Gambaran Variabel *Emotional Intelligence*

	Mean Teoritik	Mean Empirik	Standar Deviasi	Minimum	Maksimum
<i>Emotional Intelligence</i>	120	128,8	18,6	83	176
<i>Emotionality</i>	32	30,6	5,3	16	47
<i>Self-Control</i>	24	25,5	4,6	12	37
<i>Sociability</i>	24	25,6	4,1	13	39
<i>Well-Being</i>	24	29,1	5,6	14	42
<i>Auxiliary facet</i>	16	18,0	4,0	6	28

Tabel 4.5 menunjukkan gambaran dari variabel *Emotional Intelligence*. Berdasarkan tabel yang diacu tersebut, dapat dilihat bahwa selisih antara *mean* empirik ($M=128,8$) dan teoritik ($M=120$) skor total *emotional intelligence* tidak lebih besar dari 1 standar deviasi. Oleh karena itu, responden penelitian ini rata-rata memiliki *emotional intelligence* yang sedang. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini cenderung cukup merasa yakin dalam mempersepsikan kondisi emosional yang dimilikinya.

Tabel 4.5 juga menguraikan *mean* dari masing-masing dimensi pada variabel *Emotional Intelligence*. Hasilnya menunjukkan bahwa selisih antar *mean* empirik dan teoritik di keseluruhan dimensi pada *emotional intelligence* tidak lebih besar dari 1 standar deviasi. Hasil tersebut berarti responden penelitian ini cenderung cukup memahami emosi dirinya dan orang lain demi menjalin hubungan baik dengan orang di luar dirinya. Lebih lanjut, hasil itu juga menjelaskan bahwa responden penelitian ini cenderung cukup merasa mampu mengontrol emosi dan perasaannya, sehingga juga cenderung cukup merasa mampu untuk mengungkapkan apa yang dirasakan, diinginkan, dan dipikirkannya; serta merasa cenderung cukup sejahtera hidupnya.

4.2.4 Kategorisasi Variabel *Emotional Intelligence*

Skala *Emotional Intelligence – Short Form* yang dipakai pada penelitian ini terdiri dari 30 aitem dan di masing-masing aitemnya diberi skor pada rentang 1 hingga 7, untuk mengetahui skor paling kecil yang mungkin akan didapatkan responden yakni 30 dan skor terbesar yakni 210. Untuk menentukan norma kategorisasi *emotional intelligence* dilakukan dengan membandingkan skor total *emotional intelligence* antar responden dengan melihat *mean* empirik. **Tabel 4.5** menunjukkan *mean* empirik dari variabel *emotional intelligence* yaitu $\mu = 128,76$ dan $SD = 18,6$ yang digunakan untuk perhitungan kategorisasi.

Norma kategorisasi pada skala *emotional intelligence* diperoleh dari perhitungan rumus yang mengacu pada Azwar (2012). Hasil perhitungan norma kategorisasi ditunjukkan pada **Tabel 4.6**. Berdasarkan hasil perhitungan, mayoritas responden memiliki total skor *emotional intelligence* yang masuk dalam kategori sedang yakni berada di rentang skor 116 – 152. Responden yang memiliki skor dalam kategori sedang ada sebanyak 274 responden (69,54%). Berdasarkan perhitungan norma kategorisasi, responden yang mendapat skor $X=102$ memiliki kecenderungan *emotional intelligence* yang rendah, sedangkan responden yang mendapat skor $X=168$ memiliki kecenderungan *emotional intelligence* yang tinggi.

Tabel 4. 6 Kategorisasi Variabel *Emotional Intelligence* (TEIQue-SF)

Kategori	Rentang Skor	Frekuensi (N)	Persentase (%)
Rendah	89 – 115	56	14,21
Sedang	116 – 152	274	69,54
Tinggi	153 – 183	64	16,24

4.3 Uji Asumsi

Penelitian ini dilakukan uji asumsi sebelum kemudian dilakukan uji hipotesis yaitu sebagai berikut:

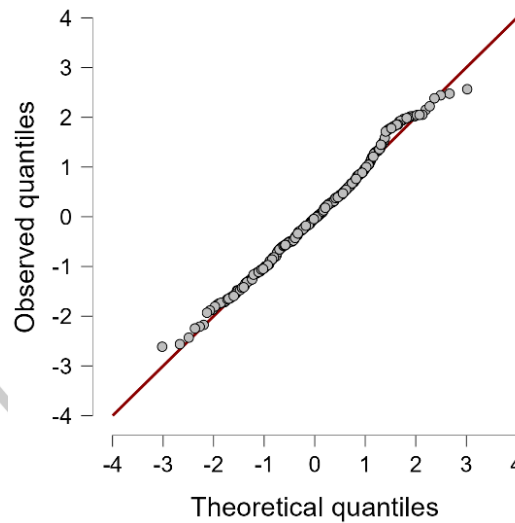
4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan terhadap *dependent variable* yaitu *Fear of Missing Out*. Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data yang didapat dalam penelitian termasuk normal. Uji normalitas yang digunakan oleh peneliti adalah Kolmogorof-Smirnov.

Uji normalitas Kolmogorof-Smirnov adalah metode pengujian normalitas dengan jumlah sampel yang besar (≥ 50 subjek) (Mishra et al., 2019). Suatu data berdistribusi normal jika menunjukkan signifikansi diatas 0,05 (Gravetter et al., 2021). Berdasarkan hasil uji normalitas yang telah dilakukan, diperoleh bahwa variabel *Fear of Missing Out* ($S = 0,049$, $p = 0,292$) berdistribusi normal karena memiliki nilai $p > 0,05$ sehingga uji normalitas yang dilakukan dalam penelitian ini dapat dikatakan terpenuhi. Artinya data yang diperoleh menyebar ke bagian kanan dan kiri kurva serta tidak hanya berada pada bagian tengah kurva normalitas.

4.3.2 Uji Linearitas

Uji asumsi berikutnya yakni uji linearitas. Uji linearitas yang dilakukan pada penelitian ini dilihat berdasarkan Q-Q Plot standar. Uji linearitas dilakukan dengan melihat titik-titik data yang cenderung mengelompok di sekitar garis lurus yang terletak pada *scatter plot* (Gravetter et al., 2021). **Gambar 4.1** menunjukkan uji asumsi linearitas yang dilakukan pada penelitian ini. Berdasarkan gambar tersebut memperlihatkan bahwa pola titik data yang terbentuk cenderung berkumpul pada garis lurus. Sehingga uji linearitas yang dilakukan dalam penelitian ini membuktikan bahwa adanya hubungan linear pada variabel *Fear of Missing Out* dan *emotional intelligence*.



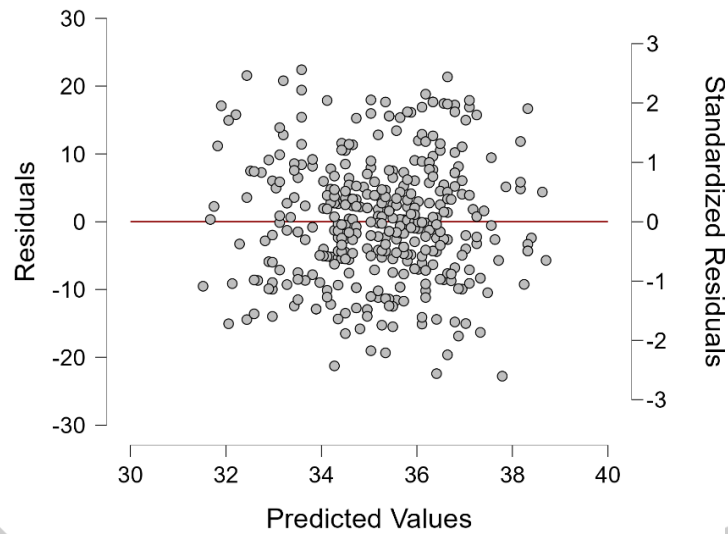
Gambar 4. 1 Hasil Uji Asumsi Linearitas

4.3.3 Uji Independensi Error

Uji independensi error dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat error atau tidak dan memastikan bahwa skor error dalam penelitian yang dilakukan tidak saling berkorelasi (Field, 2018). Untuk melihat ada atau tidak adanya skor error yang saling berkorelasi dapat dilihat dari skor d yang diperoleh, yaitu apabila berada antara skor 1 – 3. Uji independensi error pada penelitian ini dilihat berdasarkan *Durbin-Watson*. Berdasarkan hasil perhitungan *Durbin-Watson* tersebut menunjukkan bahwa skor $D = 1,885$. Oleh karena itu, uji asumsi independensi error dapat dikatakan terpenuhi karena berada pada rentang 1 – 3 yang artinya skor error pada variabel *Fear of Missing Out* dan *emotional intelligence* tidak saling berkorelasi.

4.3.4 Uji Homoskedastisitas

Pengujian homoskedastisitas dilihat berdasarkan *scatter plot*. Uji asumsi homoskedastisitas yang baik ditandai dengan titik-titik *scatter plot* tidak menghasilkan suatu pola corong sehingga uji asumsi homoskedastisitas dapat dikatakan terpenuhi (Sampson, 2024). **Gambar 4.2** memperlihatkan pengujian homoskedastisitas yang dilakukan pada penelitian ini. Pada gambar tersebut menunjukkan letak titik pada *scatter plot* menyebar dan tidak membentuk pola corong. Oleh karena itu, uji asumsi homoskedastisitas dapat dikatakan terpenuhi.



Gambar 4. 2 Hasil Uji Asumsi Homoskedastisitas

4.4 Uji Hipotesis

Pada penelitian ini uji asumsi terpenuhi, selanjutnya peneliti melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan dengan melakukan pengujian regresi linear sederhana yang tertera pada Tabel 4.7.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

		R^2	F	p
<i>Emotional Intelligence</i>	<i>Regression</i>	0,025	10,10	0,002
<i>Fear of Missing Out</i>	<i>Residual Total</i>			

Tabel 4.7 membuktikan bahwa *emotional intelligence* memengaruhi *Fear of Missing Out* secara signifikan $R^2 = 0,025$, $F(394) = 10,10$, $p = 0,002$. Berdasarkan penjabaran tersebut dapat dilihat bahwa variabel *emotional intelligence* berpengaruh secara signifikan sebesar 2,5% terhadap variabel *Fear of Missing Out*. Berdasarkan Gravetter et al. (2021) jika R^2 menunjukkan angka 0,25 atau sekitar 25% artinya pengaruh yang diberikan termasuk besar, jika R^2 menunjukkan angka 0,09 atau sekitar 9% maka pengaruhnya termasuk sedang, sedangkan jika R^2 menunjukkan angka 0,01 atau sekitar 1% artinya pengaruh yang diberikan termasuk kecil. Oleh karena itu, jika dilihat pada tabel 4.7 yang dilakukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh *emotional intelligence* terhadap *Fear of Missing Out* termasuk dalam kategori kecil.

Tabel 4. 8 Koefisien Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized
<i>Emotional Intelligence</i>	(intercept) 45,504
<i>Fear of Missing Out</i>	Total <i>emotional intelligence</i> -0,076

Tabel yang diacu yakni pada **Tabel 4.8** menjabarkan koefisien regresi linear sederhana yang menunjukkan angka -0,076 yang mana angka tersebut menunjukkan nilai negatif (-) yang artinya variabel *emotional intelligence* berpengaruh negatif terhadap variabel *Fear of Missing Out*. Hal ini menunjukkan bahwa apabila skor *emotional intelligence* seseorang tinggi, maka skor *Fear of Missing Out* akan rendah, dan begitupun sebaliknya.

Rumus dalam uji regresi linear sederhana secara umum memiliki struktur yang sama (Gravetter et al., 2021), yaitu $Y = a + bX$, dengan a adalah nilai konstan dari *unstandardized coefficients* dan b merupakan nilai koefisien regresi. Jika disesuaikan dengan penelitian ini yakni pada variabel *emotional intelligence* dan *Fear of Missing Out* yakni sebagai berikut.

$$Y = 45,504 + (-0,076)X$$

Berdasarkan persamaan rumus regresi linear tersebut, diperoleh jika nilai *emotional intelligence* merupakan 0, maka skor *Fear of Missing Out* menunjukkan angka 45,504. Setiap kali ada penambahan satu skor pada *emotional intelligence*, maka akan terjadi pengurangan skor pada *Fear of Missing Out* sebesar 0,076. Oleh karena itu, penelitian ini menolak hipotesis null (H_0) dimana variabel *emotional intelligence* memengaruhi *Fear of Missing Out* pada pengguna *Instagram emerging adulthood*.

4.5 Analisis Tambahan

Analisis tambahan yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan *multiple regression* dan *contingency tables*. Hal ini dilakukan untuk melihat hubungan antara antar dimensi dan faktor-faktor yang memengaruhi variabel *Fear of Missing Out* maupun *emotional intelligence*.

4.5.1 Uji Regresi Antar Dimensi *Fear of Missing Out* dan *Emotional Intelligence*

Analisis tambahan berupa *multiple regression* digunakan peneliti untuk melihat pengaruh dari masing-masing dimensi *Fear of Missing Out* terhadap skor dimensi *emotional intelligence*. **Tabel 4.9** menunjukkan analisis tambahan berupa *multiple regression*.

Tabel 4. 9 Analisis Tambahan Uji Regresi

<i>Model</i>	<i>R</i> ²	<i>F</i>	<i>b</i>	<i>β</i>	<i>p</i>
<i>Missed experience</i>	0,031	2,499			0,030
(intercept)				18,795	<,001
<i>Emotionality</i>			0,043	0,038	0,513
<i>Self-control</i>			-0,045	-0,047	0,476
<i>Sociability</i>			-0,013	-0,015	0,838
<i>Well-being</i>			-0,133	-0,112	0,050
<i>Auxiliary</i>			-0,041	-0,049	0,571
<i>Compulsion</i>	0,018	1,398			0,224
(intercept)				18,970	<,001
<i>Emotionality</i>			-0,107	-0,083	0,103
<i>Self-control</i>			-0,010	-0,009	0,871
<i>Sociability</i>			-0,091	-0,091	0,160
<i>Well-being</i>			0,039	0,029	0,567
<i>Auxiliary</i>			0,066	0,068	0,367
<i>Comparison with friends</i>	0,055	4,526			<,001
(intercept)				8,523	<,001
<i>Emotionality</i>			-0,134	-0,058	0,038
<i>Self-control</i>			0,036	0,018	0,567
<i>Sociability</i>			-0,036	-0,020	0,570
<i>Well-being</i>			-0,077	-0,032	0,249
<i>Auxiliary</i>			-0,063	-0,036	0,381

Analisis tambahan berupa *multiple regression* dilakukan pada masing-masing dimensi *emotional intelligence* terhadap dimensi-dimensi *Fear of Missing Out*. Berdasarkan analisis yang dilakukan, jika dilihat dari keseluruhan dimensi *emotional intelligence* menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap dimensi *missed experience*, $F(394) = 2,499$, $p = 0,03$, $R^2 = 0,031$. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi-dimensi pada *emotional intelligence* secara keseluruhan berpengaruh sebesar 3,1% terhadap aitem-aitem dalam dimensi *missed experience* yang memiliki arti bahwa pengaruhnya kecil. Analisis lanjutan dilakukan pada masing-masing dimensi *emotional intelligence* terhadap dimensi *missed experience*. Diperoleh bahwa adanya pengaruh signifikan pada dimensi *well-being* terhadap *missed experience* ($p < 0,05$). Hal ini mengartikan bahwa keyakinan akan terpenuhinya kebutuhan diri memiliki pengaruh terhadap perasaan negatif apabila tidak terlibat dalam suatu pengalaman.

Pengujian *multiple regression* juga dilakukan terhadap dimensi *compulsion* yang ada pada *Fear of Missing Out*. Hasilnya menunjukkan bahwa dimensi-dimensi *emotional intelligence* jika dilihat secara keseluruhan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap dimensi *compulsion*, $F(394) = 1,398$, $p = 0,224$, $R^2 = 0,018$. Artinya persepsi individu dalam memahami dirinya dan kecenderungan secara emosionalnya tidak berpengaruh terhadap perilaku pengecekan berulang.

Hasil pengujian *multiple regression* terhadap dimensi *comparison with friends* menunjukkan bahwa dimensi pada *emotional intelligence* jika dilihat secara keseluruhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap dimensi *comparison with friends*, $F(394) = 4,526$, $p < 0,001$, $R^2 = 0,055$. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi-dimensi pada *emotional intelligence* secara keseluruhan berpengaruh sebesar 5,5% terhadap dimensi *comparison with friends* yang artinya memiliki pengaruh yang kecil. Analisis pada tiap dimensi *emotional intelligence* menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap dimensi *emotionality* ($p < 0,05$). Artinya, pengendalian dan pengekspresian emosional yang melekat pada diri individu memiliki pengaruh terhadap munculnya perasaan negatif akibat membandingkan diri dengan orang lain.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, secara total keseluruhan *emotional intelligence* berpengaruh signifikan terhadap *Fear of Missing Out*, namun apabila dilihat berdasarkan permasing-masing dimensi diperoleh bahwa terdapat pengaruh yang tidak signifikan. Hal tersebut memungkinkan terjadi karena apabila variabel dihitung permasing-masing dimensi, maka hanya akan melihat atau mengukur 1 aspek yang sebenarnya menjadi komponen untuk membentuk suatu variabel sehingga kurang bisa menggambarkan variabel secara utuh. Seperti halnya dalam pengukuran FoMOs, terdapat 3 dimensi yang membentuk tingkat *Fear of Missing Out* dan menunjukkan bahwa 62,17% ketiga dimensi tersebut mampu menjelaskan tingkat FoMO (Kaloeti et al., 2021). Begitupun pada pengukuran TEIQue-SF, TEIQue dirancang untuk mewakili berbagai aspek kepribadian yang berkaitan dengan emosi sehingga dapat memberikan gambaran secara komprehensif (Petrides, 2009). Oleh karena itu, dimensi-dimensi yang membentuk variabel tersebut sudah diperhitungkan untuk bisa menggambarkan suatu tingkat *Fear of Missing Out* maupun *emotional intelligence*.