

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah *emotional intelligence* pada pengguna *Instagram emerging adulthood* memiliki pengaruh pada *Fear of Missing Out* atau tidak. Adapun temuan penelitian ini mengemukakan bahwa adanya pengaruh negatif *emotional intelligence* terhadap *Fear of Missing Out* pada pengguna *instagram emerging adulthood*. Artinya, kondisi *emotional intelligence* terbukti dapat menyebabkan kecenderungan *Fear of Missing Out* pada pengguna *instagram emerging adulthood*. Ketika kondisi *emotional intelligence* pada pengguna *instagram emerging adulthood* semakin baik, maka akan mengurangi munculnya kecenderungan FoMO pada pengguna *instagram emerging adulthood*, begitupun sebaliknya.

Peneliti melakukan analisis tambahan berupa uji regresi menggunakan *multiple regression*. Uji regresi dilakukan untuk melihat pengaruh antar masing-masing dimensi pada *Fear of Missing Out* dan *emotional intelligence*. Hasilnya diperoleh bahwa dimensi pada *emotional intelligence* berupa dimensi *well-being* dan *emotionality* berpengaruh signifikan terhadap dimensi-dimensi pada *Fear of Missing Out*. Berdasarkan hasil penelitian, dimensi *well-being* pada *emotional intelligence* memengaruhi dimensi *missed experience* pada *Fear of Missing Out*, sedangkan dimensi *emotionality* yang ada pada *emotional intelligence* memengaruhi dimensi *comparison with friends* pada *Fear of Missing Out*.

5.2 Diskusi

Penelitian ini memperoleh hasil bahwa ada pengaruh signifikan negatif antara *emotional intelligence* terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO) pada pengguna *instagram emerging adulthood*. Artinya, secara umum kondisi *emotional intelligence* dapat memprediksi munculnya kecenderungan FoMO pada pengguna *instagram emerging adulthood*. Kecenderungan FoMO pengguna *instagram emerging adulthood* terbentuk karena adanya perasaan negatif akibat melewatkan aktivitas tertentu di *Instagram*, mengecek berulang aktivitas di *Instagram*, dan adanya perasaan negatif akibat perbandingan diri dengan orang lain di *Instagram*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna *instagram emerging adulthood* cenderung tidak mengalami FoMO. Hal ini terjadi karena pengguna *instagram emerging adulthood* dalam penelitian ini memiliki kondisi *emotional intelligence* yang cukup baik. Penelitian Baudry et al. (2018) (sebagaimana dalam Barberis et al., 2023) menjelaskan hal serupa bahwa kondisi *trait emotional intelligence* yang cukup baik akan menunjukkan kecenderungan FoMO yang rendah. Artinya individu dengan ciri *emotional intelligence* yang baik akan lebih mudah menciptakan hubungan dengan sekitar karena peka terhadap emosi yang dirasakan.

Dalam penelitian ini, tidak semua dimensi *emotional intelligence* memengaruhi kecenderungan FoMO pada pengguna *instagram emerging adulthood* karena hanya dimensi *well-being* dan *emotionality* yang berpengaruh secara signifikan terhadap kecenderungan FoMO pengguna *instagram emerging adulthood*. Menurut Anand dan Duggal (2016) mengungkapkan bahwa *emerging adulthood* memiliki tingkat yang tinggi pada dimensi *emotionality*, serta menurut Mitevaska dan Tsvetkova (2024) menyebutkan tingkat *well-being* pada *emerging adulthood* termasuk tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa rentang usia 18 – 25 tahun terdapat pemahaman emosi dan pengekspresian yang baik serta adanya keyakinan terhadap kesejahteraan hidupnya.

Well-being membuat individu yakin akan kesejahteraan dirinya dan terpenuhinya kebutuhan pribadi, serta memandang citra diri dan pencapaiannya secara positif dan menikmati setiap proses yang terjadi di kehidupan dengan cara yang positif (Petrides, 2009). Keyakinan akan kesejahteraan hidupnya memiliki pengaruh terhadap perasaan negatif jika individu merasa tidak terlibat dalam suatu pengalaman seperti yang orang lain lakukan karena individu tersebut memandang orang lain memiliki kesejahteraan hidup yang lebih baik darinya. Berbeda dengan hal itu, jika individu memiliki keyakinan akan kesejahteraan hidupnya secara positif maka tidak akan menghadirkan perasaan negatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna *instagram emerging adulthood* memiliki kondisi *well-being* yang cukup baik, sehingga tidak menunjukkan kecenderungan FoMO. Sebaliknya, apabila kondisi *well-being* rendah maka kecenderungan FoMO akan meningkat. Kecenderungan FoMO yang dimaksud adalah berkaitan dengan perasaan negatif akibat melewatkan suatu aktivitas di *Instagram (missed experience)*. Hal ini seperti

pada penelitian Reer et al. (2019) yang mengemukakan bahwa tingkat *well-being* yang rendah akan meningkatkan kecenderungan FoMO.

Emotionality menjadi bagian dari ciri individu dalam mengenali emosi yang dirasakannya maupun yang dirasakan orang di sekitarnya serta bagaimana individu mengekspresikan emosi tersebut untuk dapat menciptakan hubungan yang baik dengan sekitar (Petrides, 2009), yakni dengan menjaga hubungannya dengan orang selain dirinya melalui media sosial. Pengendalian dan pengekspresian emosi dapat berpengaruh terhadap munculnya perasaan negatif akibat membandingkan kehidupannya dengan orang selain dirinya. Hal tersebut dikarenakan individu yang memiliki ciri dalam memahami emosi dirinya dan emosi orang disekitarnya dengan baik akan dapat mengekspresikan emosinya dengan baik pula, sehingga terjalin hubungan baik dengan orang selain dirinya. Ketika berada dalam situasi dimana ia harus memahami emosi yang terjadi dan *emotionality* yang dimiliki seseorang cukup baik, maka ia akan cenderung mengetahui bagaimana ia harus mengekspresikannya supaya hubungannya tetap terjalin baik dengan orang selain dirinya. Sebaliknya, apabila pemahaman emosi yang dimilikinya kurang baik maka memungkinkan cara mengekspresikannya akan kurang tepat seperti halnya dapat memunculkan perasaan negatif berupa membandingkan diri dengan orang lain. Seseorang tidak akan membandingkan dirinya dengan orang lain dikarenakan memiliki pemahaman yang baik akan emosinya dan emosi orang sekitarnya supaya hubungannya dengan orang lain tetap terjalin dengan baik. Hal ini selaras dengan penelitian Reer et al. (2019) yang mengungkapkan bahwa pemahaman emosi yang baik akan mengurangi kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain.

Adanya pemahaman emosi dan pandangan positif dalam penelitian ini membuktikan variabel dependen berupa FoMO dapat terjadi karena pengaruh dari variabel independen yakni *emotional intelligence*. Pengaruh yang terjadi negatif artinya apabila tingkat *emotional intelligence* yang melekat pada diri individu termasuk rendah maka akan menyebabkan kecenderungan FoMO yang tinggi, individu akan merasakan kekhawatiran yang mendalam apabila tidak terlibat dengan aktivitas yang orang lain lakukan. Hasil penelitian tersebut selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Calaresi et al. (2024) yang menunjukkan bahwa individu dengan *emotional intelligence* yang tinggi

memungkinkan untuk lebih peka dengan dinamika dan hubungan sosial yang terbentuk, serta dengan adanya ciri kepribadian yang baik dalam meregulasi emosi dapat mencegah terjadinya FoMO. Dalam hal ini membuktikan bahwa kepekaan yang lebih dalam berhubungan sosial dapat memengaruhi perasaannya, seperti dapat memicu munculnya *Fear of Missing Out* pada seseorang. Hasil penelitian ini juga serupa dengan penelitian Barberis et al. (2023) yang menunjukkan *trait emotional intelligence* memiliki korelasi negatif dengan *Fear of Missing Out*, penggunaan media sosial bermasalah, dan *social media engagement*.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa secara keseluruhan dimensi pada *emotional intelligence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap dimensi *missed experience* dan *comparison with friends*. Kemudian dilakukan uji regresi permasing-masing dimensi *emotional intelligence* terhadap dimensi *missed experience*. Diperoleh bahwa adanya pengaruh signifikan pada dimensi *well-being* terhadap *missed experience*. Hal ini dapat terjadi karena dimensi *well-being* berkaitan dengan kesejahteraan akan kehidupan pribadinya yang memengaruhi terjadinya kecenderungan perasaan negatif apabila tidak terlibat dalam suatu pengalaman yang orang lain lakukan. Individu yang tidak memandang diri dan kehidupannya secara positif akan terus terdistraksi dengan kehidupan orang lain dan memunculkan perasaan negatif. Uji regresi juga dilakukan permasing-masing dimensi *emotional intelligence* terhadap dimensi *comparison with friends*. Hasilnya menunjukkan adanya pengaruh signifikan pada dimensi *emotionality* terhadap *comparison with friends*. Hal ini dapat terjadi karena dimensi *emotionality* berkaitan dengan pemahaman akan emosinya sendiri dan orang selain dirinya. Pemahaman emosi tersebut digunakan oleh *emerging adulthood* untuk menciptakan hubungan baik dengan mereka, yang mana ada pengaruhnya dengan kecenderungan membandingkan diri mereka dengan orang selainnya. Hal ini dapat terjadi karena paparan media sosial yang menampilkan aktivitas orang lain membuat individu yang melihatnya merasa tertinggal karena tidak merasakan pengalaman tersebut, yang mengakibatkan dirinya merasa tidak puas dengan hidupnya dan membandingkan dengan orang lain.

Hasil uji statistik deskriptif pada skor total *Fear of Missing Out* menunjukkan *mean* empirik lebih kecil daripada *mean* teoritik. Hal ini mengartikan bahwa responden dalam penelitian rata-rata memiliki kekhawatiran mendalam pada tingkat yang rendah, sehingga kecenderungan FoMO pada pengguna *instagram emerging adulthood* cenderung rendah. Di samping hal itu, uji statistik deskriptif pada variabel lainnya yakni pada skor total *emotional intelligence* menunjukkan *mean* empirik lebih besar dari *mean* teoritik. Artinya, responden dalam penelitian ini memahami emosi yang dirasakan serta memiliki keyakinan dalam mempersepsikan emosional yang dimilikinya dengan cukup baik, yang menunjukkan tingkat *emotional intelligence* yang dimiliki pada pengguna *instagram emerging adulthood* cenderung sedang karena selisih antara *mean* empirik dan teoritik tidak lebih dari 1 standar deviasi. Hal ini selaras dengan penelitian Barberis et al. (2023) yang mengemukakan bahwa individu dengan tingkat tinggi *emotional intelligence* memiliki kecenderungan mengelola emosi dan mengekspresikan perasaannya, dimana hal itu digunakannya untuk berinteraksi dengan orang selain dirinya agar tercipta hubungan baik dengan mereka.

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji regresi linear sederhana. Uji hipotesis dilakukan untuk membuktikan hipotesis awal penelitian diterima dengan melakukan perhitungan secara statistik. Uji regresi dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pada *independent variable* terhadap *dependent variable* yang diteliti (Gravetter et al., 2021). Hasil uji regresi linear sederhana dalam penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh *emotional intelligence* terhadap *Fear of Missing Out*. Uji regresi juga dilakukan untuk mengetahui besaran pengaruh yang terjadi antar kedua variabel yang diteliti. Hasilnya menunjukkan bahwa *emotional intelligence* memengaruhi *Fear of Missing Out* dalam kategori rendah.

5.3 Saran

Peneliti menyadari adanya keterbatasan yang mungkin dapat disempurnakan di penelitian berikutnya yang serupa dengan pembahasan yang sama seperti penelitian ini yaitu terkait *Fear of Missing Out* dan *emotional intelligence*. Saran yang diberikan peneliti terbagi dua yaitu saran metodologis untuk ditinjau pada penelitian berikutnya dan saran praktis untuk pihak tertentu.

5.3.1 Saran Metodologis

Keterbatasan yang ada dalam penelitian ini membuat peneliti berusaha menyampaikan saran metodologis untuk penelitian berikutnya yang mungkin akan melakukan penelitian serupa. Dalam form kuesioner, peneliti menyadari adanya kekurangan dengan tidak menanyakan pertanyaan lanjutan pada bagian aktivitas penggunaan *Instagram*. Pertanyaan tersebut dapat diajukan saat membahas frekuensi membuka *Instagram*. Lebih jelasnya, peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya yaitu menanyakan terkait waktu atau jam berapa para responden biasanya membuka *Instagram*. Pertanyaan ini dapat diajukan guna mengetahui apakah perbedaan waktu atau jam dalam membuka *Instagram* dapat memengaruhi kecenderungan FoMO atau tidak. Hal ini didasarkan pada hasil penelitian ini dan penelitian sebelumnya oleh Kaloeti et al. (2021) yang menunjukkan bahwa semakin lama membuka *instagram* maka kecenderungan *Fear of Missing out* akan semakin besar.

Peneliti juga memiliki saran lain untuk penelitian berikutnya yang mungkin akan membahas hal yang serupa yaitu berkaitan dengan faktor lain yang dapat memengaruhi kecenderungan FoMO. Peneliti berikutnya dapat meninjau lebih jauh faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi terjadinya FoMO. Hal ini didasarkan dari hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa *emotionality* dan *well-being* berpengaruh pada dimensi dari *Fear of Missing Out*. Saran tersebut diberikan guna melihat apakah faktor-faktor lain akan berpengaruh pada perbedaan tingkat FoMO pada individu.

5.3.2 Saran Praktis

Peneliti ingin menyampaikan saran praktis yang berdasar pada keseluruhan proses penelitian yang telah dilakukan yaitu diperuntukkan untuk pihak-pihak tertentu.

a. Bagi pengguna *Instagram emerging adulthood*

Diharapkan bagi pengguna *Instagram emerging adulthood* dapat lebih mengenali dirinya sendiri dan memerhatikan penggunaan *Instagram* dalam keseharian seperti membuat batasan diri agar tidak timbul keinginan untuk selalu melakukan pengecekan atau seringkali membuka *Instagram*.

Dilakukannya penelitian ini juga diharapkan membuat pengguna *Instagram emerging adulthood* dapat melakukan refleksi terkait pengendalian emosi yang dirasakan, dengan mencoba mengenali setiap perasaan yang hadir dan berusaha memahami perasaan tersebut untuk kemudian dapat diekspresikan dengan baik. Hal ini dikarenakan apabila individu dalam hal ini pengguna *Instagram emerging adulthood* dapat mengenali dirinya sendiri dan memahami emosi yang dirasakan akan lebih mungkin dapat menahan diri untuk tidak sering melakukan pengecekan secara berulang serta tidak mudah khawatir dengan perubahan yang terjadi serta tidak menimbulkan perbandingan diri dengan orang lain.

b. Bagi Pemerintah dan Lembaga terkait

Pemerintah dan lembaga terkait diharapkan dapat melakukan kampanye digital melalui penyampaian literasi ataupun media visual. Mereka dapat mendorong program publik yang membantu *emerging adulthood* lebih *aware* dengan emosi yang mereka rasakan ketika menggunakan media sosial. Kampanye dilakukan sebagai bentuk evaluasi terhadap perasaan yang muncul ketika melihat unggahan orang lain. Berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa *emerging adulthood* memiliki *emotionality* yang cukup baik dan berpengaruh terhadap FoMO. Dengan melihat peran *emotionality* pada diri *emerging adulthood*, membuat mereka dapat memahami perasaan bahwa ketidakterlibatan di media sosial bukan berarti mereka juga tidak terlibat di dunia nyata. Saran lain yang dapat diberikan yakni dengan mengupayakan program promosi terkait kesejahteraan psikologis yang berbasis digital. Program promosi dilakukan melalui media sosial dengan menyediakan konten yang mengajak refleksi terhadap hal kecil yang bisa disyukuri. Hal ini dilakukan untuk memperkuat kepuasan hidup dan pencapaiannya tanpa membandingkan kehidupan orang lain di media sosial.