



11.48%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 23 JUL 2025, 2:46 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

 IDENTICAL	 CHANGED TEXT	 QUOTES
0.05%	11.43%	0.11%

Report #27629605

BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Masalah Pengguna aktif media sosial di dunia menurut data statistik semakin meningkat di tiap tahunnya hingga mencapai 5,24 miliar pengguna di tahun 2025. Peningkatan ini berkisar sebanyak 4,1% dari tahun 2024 yang sebelumnya berjumlah 5,04 miliar . Semakin maraknya penggunaan media sosial dikarenakan teknologi yang semakin berkembang dan memberikan kemudahan dalam mengakses, selain itu media sosial juga membuat penggunanya dapat membagikan informasi ataupun momen berupa foto dan video. Media sosial yang kini banyak digunakan yaitu salah satunya instagram yang kini menjadi pilihan banyak orang karena fitur yang ditawarkan. Orang yang menggunakan media sosial instagram di seluruh dunia terhitung banyak yaitu berjumlah 2 miliar pengguna, sehingga instagram dinilai sebagai salah satu media sosial dengan jumlah pengguna paling banyak .

Indonesia menyumbang 31,7% atau sebanyak 90.183.200 pengguna Instagram dari total keseluruhan populasi . Banyaknya jumlah pengguna Instagram di Indonesia terdiri dari berbagai kalangan seperti usia dan jenis kelamin.

Menurut data, pengguna Instagram di Indonesia mayoritas didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 54,2% .  Perbedaan tertinggi antara pengguna perempuan dan laki-laki dapat dilihat berdasarkan usia yakni pengguna yang ada dalam rentang 18 – 25 tahun, yang menunjukkan pengguna Instagram dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 4,7% lebih banyak dibanding pengguna



Instagram berjenis kelamin laki-laki . Sementara, menurut data lainnya yang dilakukan pada populasi di seluruh dunia yang berusia diatas 18 tahun menjelaskan bahwa pengguna Instagram perempuan memiliki jumlah yang lebih sedikit (47,3%) dibanding pengguna Instagram berjenis kelamin laki- laki (52,7%) . Hasil survei oleh We are social mengungkapkan bahwa penggunaan internet dimanfaatkan oleh penggunanya untuk berbagai kepentingan, seperti mencari informasi, tetap terkoneksi dengan keluarga maupun teman, mengikuti perkembangan berita terkini, dan kepentingan lainnya . Adanya dorongan untuk tetap terkoneksi dengan orang lain secara digital mendorong individu untuk terus-terusan membuka media sosial. **63** Secara umum, individu menggunakan media sosial rata-rata selama 2 jam 21 menit per hari . Berbeda jika dilihat dari permasing-masing negara, seperti Indonesia yaitu durasi penggunaan media sosial yakni selama 3 jam 8 menit . Hal ini membuktikan bahwa penggunaan media sosial di Indonesia terhitung cukup tinggi dibandingkan rata-rata penggunaan secara umum. Hadirnya internet dan media sosial pada zaman digital saat ini mendongkrak manfaat bagi penggunanya untuk dapat saling menjalin komunikasi, hal itulah yang sangat diperlukan oleh setiap individu terutama dewasa muda . Secara tidak sadar, orang dewasa muda dituntut untuk terlibat dalam penggunaan gadget maupun media sosial. Hal itulah yang membuat individu mengakses media sosial secara rutin dan membuatnya dapat melihat aktivitas orang lain. Penggunaan media sosial salah satunya dimanfaatkan untuk dapat melihat aktivitas atau pengalaman yang orang lain bagikan . Terlebih banyaknya pengguna media sosial membuat individu dapat melihat berbagai jenis aktivitas dari berbagai pengguna. Hal tersebut mendorong timbulnya emosi negatif dikarenakan individu merasa tidak terlibat dalam aktivitas atau pengalaman seperti yang dibagikan orang lain di media sosial . Unggahan orang lain mengenai aktivitas atau pengalaman yang dijalaninya mendorong individu untuk ikut terlibat dalam pengalaman tersebut, yang mana hal itu mengacu pada adanya dorongan untuk terus melihat update orang lain di media sosial. Hal itulah yang menjadikannya sering

melakukan pengecekan media sosial secara berulang untuk melihat pembaruan dari temannya atau orang lain. Penelitian Reer et al. (2019) (sebagaimana dalam menunjukkan tingginya tingkat kompulsivitas penggunaan media digital terjadi pada orang dewasa muda. Pengecekan media sosial secara terus menerus memperkuat timbulnya kecenderungan Fear of Missing Out (FoMO) . (Zakia, 2025) (Backlinko Team, 2025) (Instagram Users in Indonesia, 2025) (Instagram Users in Indonesia, 2025) (Instagram Users in Indonesia, 2025) (Backlinko Team, 2025) (Kemp, 2025) (Backlinko Team, 2025) (Backlinko Team, 2025) (Kaloeti et al., 2021) (Przybylski et al., 2013) (Kaloeti et al., 2021) Kaloeti et al., 2021) (Kaloeti et al., 2021) FoMO sendiri diartikan sebagai kekhawatiran mendalam apabila orang lain terlibat dalam pengalaman yang lebih menyenangkan sementara kita melewatkan pengalaman tersebut, yang dicirikan adanya dorongan untuk tetap terkoneksi dengan orang lain . Pengecekan media sosial secara terus menerus membuat penggunaanya cenderung membandingkan diri dengan orang lain . Penelitian (sebagaimana dikutip dalam menunjukkan bahwa pengecekan berulang pada media sosial memiliki kaitan positif dengan perilaku membandingkan diri dengan orang lain. Perbandingan yang dilakukan terhadap aktivitas pribadi dengan orang lain dapat memunculkan suatu perasaan negatif, seperti kekhawatiran. Timbulnya perasaan negatif seperti kekhawatiran mendalam mendorong individu memiliki kecenderungan FoMO yang dimulai dari penggunaan media sosial berlebih, munculnya perasaan negatif, dan membandingkan diri dengan orang lain. Penelitian di Inggris oleh Royal Society for Public Health mengungkapkan bahwa sekitar 64% generasi muda mengaku bahwa dirinya merasa takut tertinggal ketika mengetahui kegiatan rekannya (Suhandoko, 2024). Di negara lain seperti Australia juga diperoleh data dari Australian Bureau of Statistics yang menunjukkan sebesar 80% masyarakat Australia generasi milenial merasa hidupnya dipengaruhi oleh perasaan takut tertinggal karena pengaruh media sosial (Suhandoko, 2024). FoMO juga terjadi di Indonesia, yaitu dari hasil survei oleh We Are Social and Hootsuite terdapat lebih dari

75% pengguna internet usia 16 – 24 tahun yang mengalami FoMO (Suhandoko , 2024). Menurut timbulnya keinginan untuk menggunakan media sosial secara berlebih dan munculnya perasaan takut tertinggal, terjadi agar individu dapat diterima oleh sosial dan menghindari terjadinya penolakan. Oleh karena itu, untuk menghindari penolakan sosial individu akan cenderung membuka media sosial secara terus menerus untuk mengecek aktivitas orang lain . Kondisi tersebut dapat menimbulkan kecenderungan FoMO. Hal ini mengacu pada kekhawatiran mendalam yang dicirikan adanya dorongan untuk tetap mengetahui aktivitas orang lain dengan melakukan pengecekan berulang .

20 67 Orang dengan tingkat FoMO yang tinggi akan cenderung memiliki tingkat kepuasan hidup yang rendah . Fear of Missing Out dapat terjadi salah satunya karena faktor trait emotional intelligence . Emotional intelligence yang melekat pada diri individu bersifat subjektif. Hal ini dikarenakan ciri kepribadian dalam mengendalikan emosi pada masing-masing individu akan berbeda. Hal itu tentunya akan berpengaruh pada cara individu mengenali emosi dan berinteraksi dengan individu lain. Seseorang yang dapat mengenali serta mengelola emosinya lebih mungkin untuk dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial. Individu dengan trait emotional intelligence yang baik akan menghindari kebutuhan untuk terus terhubung dengan orang lain ataupun membagikan aktivitas secara virtual . Kontrol diri dapat membantu individu mencapai kepuasan hidup dan membantu mengelola perasaan takut apabila tidak terlibat dalam suatu aktivitas seperti yang dilakukan orang lain. Kekhawatiran mendalam yang terjadi pada individu dikarenakan ciri kontrol diri yang rendah ketika mendapat tekanan atau stressor dari luar . Hal ini seperti yang terjadi pada penelitian Moore dan Craciun dalam yang mengungkapkan bahwa individu dengan tingkat rendah pada kontrol diri cenderung lebih rentan terhadap tekanan sosial untuk tetap terhubung dan mengikuti perkembangan tren. Individu yang sering menghabiskan waktu untuk mengikuti tren akan kesulitan menahan diri untuk tidak mengaksesnya terus menerus yang mengarah pada kecenderungan takut tertinggal karena adanya keinginan untuk



terus terhubung dengan media sosial . Adanya kekhawatiran mendalam juga mungkin dapat terjadi karena pengaruh lingkungan sosial. Pengaruh lingkungan sosial dapat menggeser keyakinan individu terhadap dirinya . Lingkungan sosial dapat terbentuk karena adanya interaksi yang terjalin antar individu. Hubungan antar individu melalui penggunaan aplikasi internet menjadi salah satu sarana yang dimanfaatkan demi terpenuhinya kebutuhan akan interaksi . Hal ini membuat individu terdorong untuk memakai media sosial agar dapat berinteraksi dengan individu lain. Interaksi yang terjalin antar individu dapat memengaruhi perasaan orang lain baik dalam keyakinan diri ataupun dalam berperilaku. Terkait hal ini, adanya kekhawatiran mendalam dianggap sebagai kecenderungan seseorang yang relatif stabil berdasarkan karakteristik tiap individu . 54 (Przybylski et al., 2013) (Kaloeti et al., 2021) Alt dan Boniel-Nissim (2018) Kaloeti et al., 2021) Kaloeti et al. (2021) (Wardana & Bellion, 2023) (Przybylski et al., 2013) (Wardana & Bellion, 2023) (Barberis et al., 2023) (Petrides, 2009) Allo dan Rahmah (2024) (Allo & Rahmah, 2024) (Petrides, 2009) (Kartikawati et al., 2024) (Kartikawati et al., 2024) Ciri individu dalam mengenali emosi yang dirasakan dan keyakinan akan terpenuhinya kebutuhan diri sendiri termasuk dimensi dari trait emotional intelligence . Trait emotional intelligence sendiri diartikan sebagai sekumpulan persepsi individu terkait pemahaman emosinya sendiri dan kecenderungan secara emosional . menyatakan bahwa emotional intelligence terdiri atas empat dimensi dan dua faset tambahan, yaitu emotionality, self- control, sociability, well-being, self-motivation , serta adaptability . Pada masing-masing dimensinya memiliki faset-faset yang membentuk suatu dimensi tersebut. Dimensi emotionality mengacu pada ciri individu dalam mengenali emosi yang dirasakan maupun yang dirasakan orang lain untuk dapat menciptakan hubungan dengan lingkungan sekitar . Hal ini terkait dengan ciri individu dalam mengenali emosinya sendiri, memahami emosi dari sudut pandang orang lain dan memposisikan diri berada dalam situasi tersebut, mengekspresikan emosi tersebut, serta

terkait dengan bagaimana ciri individu dalam menjalin hubungannya dengan orang lain. Berbeda dengan dimensi emotionality, dimensi self-control mengacu pada ciri individu dalam mengontrol dirinya yang terkait dengan emosi dan perasaan yang timbul akibat tekanan dari luar. Hal ini mencakup bagaimana ciri individu dalam mengelola stress akibat tekanan yang dialami, bagaimana individu memandang dirinya bahwa ia mampu menghadapi tantangan tersebut dan tidak mudah menyerah, serta bagaimana individu dalam mengendalikan emosinya. Dimensi ini akan berpengaruh pada bagaimana individu mengambil keputusan dan bertindak setelah merasakan emosi yang dialaminya. Dimensi lain yakni berupa sociability menekankan pada hubungan sosial dan pengaruhnya terhadap sosial. Dimensi ini mengacu pada bagaimana ciri individu dalam mengungkapkan apa yang dirasakan, diinginkan, serta dipikirkannya. Hal ini terkait dengan ciri individu dalam memengaruhi emosi orang lain, meyakinkan dirinya sebagai seorang yang asertif, serta ciri individu dalam memandang dirinya bahwa ia memiliki keterampilan dalam bersosialisasi. Dimensi well-being mengacu pada keyakinan individu terhadap keamanan, kenyamanan, kemakmuran, serta terpenuhinya kebutuhan diri sendiri. Hal ini mencakup bagaimana ciri individu dalam memandang dirinya memiliki sebuah kepercayaan diri dan pandangan positif terhadap kehidupannya, memandang dirinya sebagai seorang yang ceria dan menunjukkan kepuasan terhadap kehidupannya, serta adanya keyakinan bahwa dirinya merupakan seorang yang berhasil. Adanya well-being pada individu menunjukkan sebuah kesejahteraan akan kehidupannya. Dalam penelitian serta penelitian menunjukkan bahwa emerging adulthood memiliki tingkat emotionality dan well-being yang baik, artinya pada usia emerging adulthood ciri dalam mengenali emosi yang dirasakan serta kepuasan akan kehidupannya sudah terbentuk dengan baik. Individu dengan usia emerging adulthood termasuk ke dalam salah satu proses pertumbuhan manusia. Emerging adulthood berada dalam rentang usia 18 – 25 tahun. Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024 mendata penduduk Indonesia berdasarkan rentang usia, kelompok usia 15 – 19 tahun terdiri atas

s 22.122.887 jiwa, usia 20 – 24 tahun terdiri atas 22.287.527 jiwa, usia 25 – 29 tahun terdiri atas 22.516.266 jiwa, dan sisanya penduduk Indonesia dengan kelompok usia dibawah 15 tahun dan diatas 30 tahun . Di antara jumlah penduduk Indonesia, penduduk dengan usia 15 – 29 tahun termasuk dalam kelompok usia dengan jumlah penduduk lebih banyak dibandingkan kelompok usia lainnya, yang mana dalam rentang tersebut terdapat usia 18 sampai 25 tahun. Usia emerging adulthood merupakan kelompok usia dengan jumlah pengguna media sosial paling banyak. Penggunaan media sosial di Indonesia dibanjiri oleh berbagai kalangan mulai dari usia 18 – 34 tahun hingga usia diatas 65 tahun . Dilihat berdasarkan usia, pengguna media sosial mayoritas merupakan individu dengan usia 18 – 34 tahun dengan persentase sebesar 54,1% dari total 167 juta pengguna aktif atau setara dengan 90,347 juta pengguna. Hal ini menandakan individu yang berusia 18 – 34 tahun sebanyak 90,347 juta merupakan pengguna aktif media sosial. Berdasarkan data tersebut, Indonesia memiliki jumlah pengguna media sosial yang terhitung banyak . 55 (Petrides, 2009) (Petrides et al., 2007) (Petrides, 2009) (Petrides, 2009) (Petrides, 2009) (Petrides, 2009) (Petrides, 2009) Anand dan Duggal (2016) Mitevskaa dan Tsvetkova (2024) (Santrock, 2023) (BPS, 2024) (Panggabean, 2024) (Instagram Users in Indonesia, 2025) (Panggabean, 2024) (Panggabean, 2024) Banyaknya situs jejaring sosial yang ada, Instagram dinilai sebagai salah satu platform dengan perkembangan yang cepat . Pengguna Instagram biasanya menggunakan media sosial Instagram untuk mencari suatu informasi atau berita, sebagai sarana hiburan, menjalin relasi dengan teman lama ataupun orang baru, media untuk mengekspresikan ide atau hobi, bahkan sebagai media untuk membagikan pencapaian atau momen pribadi . Menurut dalam databoks menambahkan bahwa pengguna media sosial menggunakannya untuk mengikuti aktivitas orang lain serta karena adanya pengaruh orang sekitar untuk ikut menggunakan media sosial. Penggunaan media sosial seperti Instagram membuat penggunanya dapat



mengikuti aktivitas orang lain, mengetahui hal yang sedang ramai dibicarakan, bahkan dapat mengetahui pencapaian orang lain. Dari unggahan orang lain yang dipublikasikan melalui Instagram stories, feeds, maupun reels dapat menimbulkan rasa takut tertinggal, kecemasan, tidak percaya diri, dan cenderung membandingkan dirinya dengan orang lain bagi sebagian orang yang melihat unggahan tersebut. Pemicu timbulnya rasa takut tertinggal adalah penggunaan media sosial. Timbulnya perasaan takut tertinggal dan tidak percaya diri saat bermain media sosial disebabkan karena melihat unggahan orang lain di media sosial yang menunjukkan aktivitas yang tidak dilakukan olehnya. Hal ini dapat menyebabkan rasa kepercayaan diri yang rendah pada seseorang. Orang dengan tingkat FoMO yang tinggi akan cenderung memiliki rasa puas yang rendah akan hidupnya. Kondisi tersebut seringkali terjadi pada individu usia 18 – 25 tahun. Untuk mengetahui lebih lanjut, peneliti melakukan wawancara singkat kepada tiga orang responden pengguna Instagram dengan kelompok usia emerging adulthood yang berusia 18 – 25 tahun dan didapatkan hasil yang bervariasi. Subjek pertama berinisial WA dengan usia 18 tahun, subjek kedua berinisial ZA dengan usia 22 tahun, dan subjek ketiga berinisial S dengan usia 25 tahun. Secara umum, subjek berinisial WA dan S sama-sama tidak memiliki perasaan takut tertinggal dengan apa yang dilakukan orang lain ataupun temannya sendiri. Bagi keduanya, mengetahui hal yang dilakukan orang lain bukan merupakan hal yang penting. Kedua subjek tersebut juga menyampaikan bahwa mereka tidak merasa cemas ataupun khawatir disaat dirinya tidak mengetahui hal yang dilakukan orang lain, sehingga keduanya tidak memiliki keterikatan untuk tetap terkoneksi dengan hal yang dilakukan orang lain. Berbeda dengan kedua subjek sebelumnya, subjek berinisial ZA mengungkapkan bahwa dirinya sering memiliki perasaan takut tertinggal dengan yang dilakukan orang lain. ZA juga menambahkan bahwa dirinya merasa sedih apabila tidak segera melakukan hal yang sama dengan yang orang lain lakukan. Dari wawancara singkat yang dilakukan tersebut didapatkan hasil yang sejalan



dengan teori FoMO milik bahwa perilaku FoMO mengacu pada perasaan negatif seperti munculnya perasaan cemas, takut, ataupun gelisah apabila tidak ikut terlibat dengan apa yang dilakukan orang lain, serta menimbulkan perilaku membandingkan diri dengan orang lain. Dari hasil wawancara pada ketiga subjek tersebut menunjukkan bahwa terdapat subjek yang seringkali merasa takut tertinggal apabila melewatkan momen berharga yang orang lain lakukan. Perasaan takut tertinggal suatu momen berharga disebut dengan Fear of Missing Out (FoMO). FoMO terjadi karena adanya keinginan yang kuat untuk dapat terkoneksi secara terus menerus dengan hal yang orang lain lakukan, hal ini dapat meliputi tren yang ramai dan banyak orang lakukan di media sosial. Untuk dapat menghindari kecenderungan FoMO, individu dapat mengenali perasaan dan emosi yang ada pada dirinya agar tidak menimbulkan perasaan kekhawatiran karena tidak terlibat atau FoMO tersebut. Mengenali perasaan dan emosi pada dirinya merupakan sebuah trait emotional intelligence. Berdasarkan dimensi-dimensi pada trait emotional intelligence yang telah disebutkan sebelumnya, fenomena FoMO dapat dikaitkan dengan dimensi emotionality dan well-being. Hal ini dikarenakan aspek-aspek dalam emotionality merepresentasikan bagaimana individu dalam memahami emosi serta perasaan dari sudut pandang pribadi maupun orang lain, serta aspek-aspek dalam well-being yang menunjukkan sebuah kepercayaan diri dan kepuasan dengan hidupnya pribadi. Oleh karena itu kedua dimensi tersebut saling berkaitan dan dapat membantu individu dalam mengenali emosi serta membuatnya merasa cukup. Terdapat penelitian sebelumnya yang membahas variabel serupa yakni terkait FoMO dengan Emotional Intelligence. Penelitian dilakukan kepada 1.200 remaja berusia 14 – 17 tahun. Penelitian ini membahas tentang kaitan 56 (Muhamad, 2024) (Fisipol, 2022) Mutia (2022) (Wardana & Bellion, 2023) (Wardana & Bellion, 2023) (Wardana & Bellion, 2023) (Wardana & Bellion, 2023) Przybylski et al. (2013) (Przybylski et al. 2013) (Petrides, 2009) Calaresi et al. (2024) antara trait emotional intelligence dengan penggunaan media sosial

bermasalah melalui peran pengalaman disosiatif dan FoMO, ditemukan hasil bahwa adanya keterampilan meregulasi emosi dapat secara efektif membuat individu mengelola emosinya dan dapat mengurangi penggunaan media sosial yang berdampak pada perilaku FoMO. Penelitian sebelumnya juga membahas terkait hubungan antara Fear of Missing Out, emotional intelligence, dan attachment style pada orang dewasa. Penelitian ini dilakukan kepada 690 orang dewasa yang berusia 60 – 90 tahun, diperoleh hasil bahwa FoMO tidak hanya menjadi masalah bagi anak muda, tapi juga memengaruhi orang dewasa yang lebih tua. Penelitian dilakukan kepada 137 pengguna Instagram aktif dan pasif berusia 18 – 34 tahun. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perbedaan tingkat FoMO pada pengguna Instagram (aktif dan pasif) usia dewasa awal, hasilnya menunjukkan tidak ada perbedaan tingkat FoMO pada usia dewasa awal ditinjau dari penggunaan Instagram secara aktif maupun pasif. Diantara penelitian terdahulu belum ada penelitian yang membahas pengaruh Emotional Intelligence terhadap Fear of Missing Out yang terjadi pada pengguna Instagram Emerging Adulthood, sehingga dengan adanya keterbatasan pada penelitian sebelumnya membuat peneliti ingin melakukan penelitian mengenai Emotional Intelligence dan Fear of Missing Out.

2 5 12 29 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah terhadap penelitian ini berupa 1 2 “Apakah terdapat pengaruh Emotional Intelligence terhadap Fear of Missing Out pada pengguna Instagram emerging adulthood 2 5 12 17 29 38 1.3 Tujuan Penelitian Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Emotional Intelligence terhadap Fear of Missing Out pada pengguna Instagram emerging adulthood.

1.4 Manfaat Penelitian 1.4 2 5 1 Manfaat Teoritis Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menjadi media penyebaran ilmu mengenai trait emotional intelligence dan fenomena Fear of Missing Out terhadap perkembangan cabang ilmu psikologi, yang meliputi psikologi klinis, psikologi sosial, dan psikologi perkembangan, serta dapat menyampaikan ada atau tidaknya pengaruh emotional intelligence terhadap Fear of Missing Out pada pengguna Instagram emerging adulthood.

1.4 2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dilakukan dengan harapan mampu membawa manfaat praktis:

a. Bagi pengguna Instagram emerging adulthood Diharapkan penelitian ini dapat membuat individu pengguna Instagram usia 18 – 25 tahun lebih aware dengan emosi yang dirasakan sehingga harapannya dapat lebih mengenali emosi dan dirinya dalam melakukan sesuatu di media sosial. Bentuk sederhana yang dapat diterapkan adalah dengan memahami kehidupannya sendiri dan tidak membandingkan dengan aktivitas orang lain.

b. Bagi Pemerintah dan Lembaga terkait Diharapkan penelitian ini mampu mendorong pemerintah dan Lembaga terkait dalam membentuk program publik terkait penggunaan media sosial. Bentuk sederhana yang dapat diterapkan adalah dengan mengupayakan program melalui kampanye digital yang diperuntukkan untuk pengguna Instagram khususnya usia 18 – 25 tahun untuk memperkuat kepuasan hidup dan tidak membandingkan hidup orang lain di media sosial.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Fear of Missing Out (FoMO) 57

(Dura et al., 2023) Rahmadani dan Utami (2023)

1.1.1 Definisi Fear of Missing Out (FoMO)

Fear of Missing Out (FoMO) memiliki berbagai definisi dari beberapa tokoh. Fear of Missing Out didefinisikan sebagai kekhawatiran mendalam di saat orang lain punya pengalaman yang mungkin lebih berharga, sementara kita tidak ikut terlibat pada pengalaman tersebut, yang dicirikan dengan adanya dorongan untuk tetap terkoneksi dengan sesuatu yang orang lain lakukan. Berdasarkan definisi tersebut menunjukkan makna bahwa FoMO merupakan situasi dimana orang lain terlibat dalam pengalaman yang lebih berharga sementara kita tidak berada dalam situasi yang sama, hanya melihat dan tidak terlibat dalam pengalaman seperti yang orang lain lakukan, sehingga hal tersebut menimbulkan kekhawatiran mendalam yang pada akhirnya mendorong untuk terus menerus mengetahui sesuatu yang orang lain lakukan. Tokoh lainnya yang mendefinisikan FoMO yaitu . Mereka mendefinisikan istilah Fear of Missing Out sebagai perasaan cemas yang terjadi secara berlebihan apabila seseorang tidak ikut dalam kesempatan yang menurut mereka penting atau menyenangkan, seperti kesempatan untuk berinteraksi sosial, terlibat dalam

pengalaman berharga, investasi yang menguntungkan, ataupun bentuk kepuasan lainnya . Fear of Missing Out juga memiliki definisi dari tokoh lain yakni . Definisi Fear of Missing Out yang disampaikan yakni takut melewatkan suatu pengalaman karena menganggap pengalaman tersebut penting, yang bisa membantunya untuk mempertahankan atau meningkatkan diri pribadi ataupun citra diri di lingkungan sosial . Berdasarkan definisi-definisi yang disampaikan oleh ketiga tokoh sebelumnya mengenai pengertian Fear of Missing Out (FoMO), definisi yang dipilih peneliti yaitu definisi milik . Alasan memilih definisi tersebut karena jika dilihat dari ketiga definisi, definisi yang disampaikan oleh mencakup ciri-ciri dari FoMO itu sendiri, yakni adanya keinginan untuk tetap terkoneksi dengan hal yang orang lain lakukan, sedangkan definisi dari kedua tokoh lainnya tidak mencakup ciri-ciri atau tanda dari Fear of Missing Out . Pembahasan terkait FoMO sudah lebih dulu disampaikan oleh Przybylski et al yakni pada tahun 2013 mengenai konsep dari Fear of Missing Out itu sendiri. Diluar alasan yang telah dijelaskan sebelumnya, alasan peneliti memilih definisi milik yaitu karena definisi tersebut paling banyak digunakan dibandingkan definisi yang disampaikan oleh tokoh lainnya. Definisi milik telah disitasi sebanyak 1936 jurnal, sedangkan definisi FoMO yang disampaikan disitasi sebanyak 76 jurnal dan definisi milik disitasi sebanyak 32 jurnal.

1.1.2 Dimensi Fear of Missing Out (FoMO)

Dimensi dari Fear of Missing Out (FoMO) yang disampaikan oleh memiliki versi adaptasi bahasa Indonesia oleh . mengemukakan bahwa terdapat 3 dimensi Fear of Missing Out (FoMO) yang menggunakan acuan teori milik . Ketiga dimensi tersebut yaitu:

- 51 Missed experience Missed experience mengacu pada perasaan negatif yang timbul karena tidak terlibat atau melewatkan suatu aktivitas tertentu di media sosial.
2. Compulsion Compulsion merupakan perilaku pengecekan berulang terhadap aktivitas yang dilakukan.
- 53 3. Comparison with friends Comparison with friends yaitu perasaan negatif yang muncul akibat melakukan perbandingan diri dengan orang lain maupun teman.

1.1.3 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Fear of Missing Out (FoMO)

Terdapat tiga faktor yang dapat memengaruhi terjadinya Fear of Missing Out pada individu yakni meliputi: 1. Kepuasan akan terpenuhinya kebutuhan mendasar (Basic needs satisfaction) Individu memiliki kebutuhan mendasar yang harus dipenuhi. Apabila kebutuhan mendasar pada individu tidak terpenuhi, akan memengaruhi tingkat Fear of 58 (Przybylski et al., 2013, p.1841) Alt dan Boniel-Nissim (2018) (Alt & Boniel-Nissim, 2018, p.31) Zhang et al. (2020) (Zhang et al., 2020, p.4) Przybylski et al. (2013) Przybylski et al. (2013) Przybylski et al. (2013) Przybylski et al. (2013) Alt dan Boniel-Nissim (2018) Zhang et al. (2020) Przybylski et al. (2013) Kaloeti et al. (2021) Kaloeti et al. (2021) Przybylski et al. (2013) Missing Out . Kebutuhan mendasar tersebut meliputi 3 hal , yaitu sebagai berikut: ☒ Need for autonomy Kebutuhan individu untuk merasa punya pengendalian terhadap sesuatu yang diinginkan . Dalam mencapai suatu keinginan, individu memiliki kendali penuh atas dirinya sendiri dalam menentukan sesuatu yang diinginkannya. Apabila seseorang dapat mengendalikan dirinya, secara otomatis kebutuhan akan “autonomy” terpenuhi, maka seseorang tidak akan terpengaruh FoMO. Sebaliknya, apabila seseorang tidak dapat mengendalikan sesuatu yang ia inginkan, maka memiliki kecenderungan untuk mudah terbawa arus dengan perubahan tren yang sedang ramai. Hal ini dikarenakan seseorang tersebut tidak dapat mengarahkan dirinya pada sesuatu yg diinginkannya. ☒ Need for competence Kebutuhan individu untuk merasa mampu dan kompeten dalam melakukan suatu hal . Hal ini meliputi kebutuhan untuk berelasi dengan lingkungan sosial serta untuk menunjukkan kemampuan dirinya dalam mengatasi masalah secara maksimal. Apabila kebutuhan untuk merasa mampu mengatasi masalah dapat terpenuhi, maka tingkat FoMO akan rendah. Apabila seseorang tersebut merasa tidak mampu mengatasi masalah secara maksimal, maka cenderung memiliki FoMO yang lebih tinggi. ☒ Need for relatedness Kebutuhan individu untuk selalu terhubung dengan lingkungan sosial. Hal ini meliputi kebutuhan untuk menjadikan diri sebagai bagian dari suatu kelompok. Kesamaan dengan suatu kelompok

memiliki kecenderungan bagi individu untuk terlibat dalam suatu kelompok tersebut. Apabila kebutuhan akan “relatedness” terpenuhi, maka akan memiliki tingkat FoMO yang lebih rendah. Apabila kepuasan akan kebutuhan terpenuhi, maka tingkat FoMO akan rendah. Apabila kepuasannya tidak terpenuhi, maka FoMO akan meningkat.

2. Media Sosial Perasaan FoMO

sangat erat kaitannya dengan penggunaan media sosial. Media sosial menjadi sarana yang banyak digunakan untuk dapat terhubung dengan aktivitas orang lain. Informasi atau berita dapat menyebar dengan cepat melalui media sosial sehingga individu akan mengetahui perkembangan tren yang sedang ramai. Dengan cepatnya penyebaran informasi, media sosial tentu menjadi faktor penting yang memengaruhi individu untuk tetap terkoneksi dengan aktivitas orang lain. Individu yang mudah terpengaruh dengan media sosial, akan memiliki tingkat FoMO yang lebih tinggi begitupun sebaliknya.

3. Emotional intelligence

Penelitian membahas terkait hubungan antara emotional intelligence dengan FoMO bahwasannya kecerdasan emosional dapat membantu kesuksesan secara akademik pada anak muda serta dapat menunjang penggunaan media sosial yang bermanfaat. Penelitian Chen et al dalam menjelaskan bahwa emotional intelligence berperan penting dalam mengurangi dampak negatif dari perilaku FoMO pada anak muda. menambahkan bahwa momen atau pengalaman yang terlewatkan mengacu pada timbulnya emosi negatif karena tidak terlibat dalam suatu aktivitas tertentu yang dilakukan di media sosial.

1.2 Emotional Intelligence

1.2.1 Definisi Emotional Intelligence

Emotional Intelligence memiliki istilah yang berbeda-beda. Ada yang menyebutnya sebagai sebuah kemampuan seperti yang disampaikan oleh. Definisi yang disampaikan olehnya yaitu kemampuan untuk memantau perasaan dan emosi sendiri maupun orang lain, dan memakai kemampuan tersebut demi mengarahkan pemikiran serta tingkah laku individu.

59 (Przybylski et al., 2013) (Przybylski et al., 2013) (Przybylski et al., 2013) (Przybylski et al., 2013) (Przybylski et al., 2013) (Astuti & Kusumiati, 2021) (Przybylski et al., 2013) Durao et al. (2023) Durao

et al. (2023) Kaloeti et al. (2021) Salovey dan Mayer (1990)
(Salovey & Mayer, 1990, p.189) Tokoh lain yakni juga mendefinisikan istilah emotional intelligence sebagai sebuah kemampuan. **16** Emotional intelligence didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk memotivasi diri sendiri serta bertahan dalam situasi yang membuatnya frustrasi, mengelola keinginan diri sendiri dan menunda memperoleh kepuasan, mengelola suasana hati dan mengantisipasi agar masalah tidak berdampak pada kemampuan berpikir, serta kemampuan untuk berempati dan berharap . Ada pula tokoh lain yang menyebut istilah emotional intelligence sebagai sebuah ciri kepribadian. Emotional Intelligence tersebut dikenalkan oleh sebagai bagian dari ciri-ciri kepribadian bukan sebagai bagian dari kemampuan kognitif. Istilah lain dari Emotional Intelligence yakni Trait Emotional Intelligence yang disampaikan oleh . Emotional Intelligence didefinisikan sebagai sekumpulan persepsi individu mengenai pemahaman dirinya sendiri dan kecenderungan secara emosional yang merupakan bagian dari struktur kepribadian yang mendasar. Artinya, bagaimana persepsi individu dalam memahami emosi yang mana pemahaman emosi tersebut merupakan bagian dari ciri yang melekat pada dirinya . Penelitian ini memilih teori milik untuk dapat mengetahui tingkat emotional intelligence . Alasan definisi milik dipilih karena ingin mengetahui emotional intelligence yang melekat pada diri individu sebagai ciri atau kepribadian. Sedangkan kedua tokoh lainnya menjelaskan emotional intelligence sebagai kemampuan atau “ability” yang mana hal tersebut cenderung berubah-ubah, tidak seperti “trait” emotional intelligence yang cenderung menetap dan tidak berubah-ubah. Teori tersebut digunakan untuk mengetahui bagaimana ciri individu dalam mengenali dirinya sendiri dan memahami emosi yang dirasakan yang merupakan bagian dari kepribadian dirinya. Sebagaimana yang diungkapkan oleh bahwa teori miliknya tersebut digunakan untuk mengukur kecerdasan emosional sebagai “trait” atau ciri yang ada dalam kepribadian individu, bukan sebagai kemampuan. Teori milik juga telah merujuk pada dasar teoritis dan telah teruji reliabilitas serta validitasnya. Oleh karena

itu, teori Emotional Intelligence milik telah digunakan di beberapa penelitian sebelumnya sebagai dasar teori mengukur kecerdasan emosional.

1.2.2 Dimensi Emotional Intelligence Terdapat 4 dimensi dari Emotional Intelligence dengan 2 faset tambahan. Dimensi- dimensi tersebut memiliki 13 faset sehingga Trait Emotional Intelligence memiliki total 15 faset.

menjelaskan dimensi dan faset-faset Emotional Intelligence sebagai berikut:

a. Emotionality Emotionality merupakan bagaimana ciri individu dalam mengenali emosi yang dirasakan maupun yang orang lain rasakan untuk dapat menciptakan hubungan yang baik dengan lingkungan sekitar.

Emotionality terdiri atas 4 (empat) faset, yakni: 1. Trait Empathy:

Ciri individu dalam memahami emosi dari sudut pandang orang lain dan memposisikan diri sesuai yang dirasakan orang lain. 2. Emotion

Perception : Ciri individu mengenai pandangannya terhadap perasaan yang dialaminya atau yang dialami orang lain. 3. Emotion Expression : Ciri

individu mengenai pengekspresian emosi yang dirasakan kepada orang lain.

4. Relationship : Ciri individu disaat menjaga hubungannya. b.

Self-Control Self-Control merupakan Ciri individu dalam mengontrol emosi dan perasaan yang timbul akibat tekanan dari lingkungan luar. Dimensi

Self-Control memiliki 3 faset, yaitu: 1. Stress Management : Ciri

individu dalam mengatur stress akibat adanya tekanan tertentu yang

muncul. 2. Impulsiveness : Ciri individu dalam memandang dirinya bahwa ia mampu menghadapi tantangan dan pantang menyerah atas tekanan

tersebut. 3. Emotion Regulation : Ciri individu dalam mengendalikan

emosi yang dirasakan. c. Sociability 60 Goleman (1996) (Goleman, 1996,

p.45) Petrides (2009) Petrides et al. (2007) (Petrides et al., 2007,

p.26) Petrides et al. (2007) Petrides et al. (2007) Petrides et al.

(2007) Petrides et al. (2007) Petrides et al. (2007) Petrides (2009)

Sociability merupakan Ciri individu dalam mengungkapkan apa yang

dirasakan, diinginkan, serta dipikirkannya. Individu dengan dimensi

sociability memiliki kecenderungan untuk lebih sensitive dengan kondisi

orang lain, mampu bersosialisasi, memahami, dan mengatur keadaan emosi

yang dirasakan orang lain. Dimensi Sociability memiliki 3 (tiga) faset, yakni: 1. Emotion Management : Ciri individu terkait bagaimana ia memengaruhi emosi yang dirasakan oleh orang lain. 2. Assertiveness : Ciri individu untuk meyakini diri sendiri sebagai seorang yang jujur dan dapat mempertahankan hak yang dimilikinya. 3. Social Awareness : Ciri individu memandang diri sendiri bahwa dirinya memiliki keterampilan dalam bersosialisasi. d. Well-Being Well-Being merupakan keyakinan individu terhadap keamanan, kenyamanan, kemakmuran, serta terpenuhinya kebutuhan diri sendiri, memiliki pandangan positif terhadap citra diri dan pencapaian yang telah diraih selama ini, menikmati hal yang telah terjadi dengan tetap melihat kehidupan kedepan secara positif. Dimensi Well-Being terdiri atas 3 (tiga) faset, yaitu: 1. Optimism : Ciri dalam memandang bahwa dirinya memiliki rasa percaya diri dan mampu melihat sisi positif dari hidup yang dijalannya. 2. Happiness : Individu yang memandang dirinya sebagai seorang yang ceria dan menunjukkan sikap positif dan kepuasan terhadap kehidupannya. 3. Self-Esteem : Individu yang yakin bahwa ia merupakan seorang yang berhasil dan memandang diri sendiri dengan sebuah kepercayaan diri. e. Faset tambahan Emotional Intelligence memiliki 2 faset tambahan, yaitu: 1. Self-Motivation : Self-motivation merupakan salah satu faset tambahan dari dimensi Emotional Intelligence . Self-motivation merupakan ciri kepribadian dalam mendorong dirinya untuk menyelesaikan tugas dan meraih suatu tujuan tertentu. 2. Adaptability : Adaptability juga termasuk faset tambahan pada dimensi Trait Emotional Intelligence . Adaptability merupakan ciri kepribadian individu dalam menyesuaikan diri dengan keadaan sekitar dan mampu bersikap fleksibel dengan lingkungannya. 2.2

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Emotional Intelligence Terdapat empat faktor yang dapat memengaruhi tingkat emotional intelligence : 1. Personality traits

Menurut ciri kepribadian memiliki kaitan dengan emosi yang berpengaruh pada emotional intelligence seseorang. Trait emotional intelligence seringkali dikaitkan dengan ciri kepribadian Big five personality . Neuroticism berperan penting dalam memengaruhi emotional intelligence ,

sedangkan openness menunjukkan pengaruh yang rendah terhadap emotional intelligence . Neuroticism memiliki hubungan yang negatif dengan emotional intelligence .

56 Individu dengan tingkat yang tinggi pada neuroticism akan cenderung memiliki tingkat yang rendah pada emotional intelligence . Untuk ciri kepribadian extraversion berhubungan secara positif dengan emotional intelligence .

Apabila individu memiliki tingkat extraversion yang tinggi, maka emotional intelligence yang dimiliki cenderung lebih rendah . 8 20 27 54 2. Jenis kelamin

Menurut menunjukkan bahwa adanya perbedaan signifikan antara kecerdasan emosional yang dimiliki perempuan dan laki-laki. Laki-laki cenderung memiliki

tingkat yang lebih tinggi terhadap aspek pengendalian emosi “Emotion Regulation dan pengendalian stress “Stress Management , sedangkan memiliki skor yang lebih rendah dalam aspek hubungan “Relationship” dan empati “Trait Empathy” .

3. Self-estimated Keyakinan diri akan skor aktual yang diperolehnya dapat memengaruhi hasil yang sebenarnya . Individu yang memiliki keyakinan tinggi akan kemampuan dirinya, akan berpengaruh pada emotional intelligence yang juga tinggi. Sebaliknya, individu yang memiliki keyakinan akan 61 Petrides (2009) (Kumar & Tankha, 2023)

Petrides (2009) Petrides (2009) (Furnham & Rawles, 1999) kemampuan dirinya yang rendah akan dapat memengaruhi pada tingkat emotional intelligence yang rendah pula .

4. Life-satisfaction Ciri kecerdasan

emosional (TEI) berhubungan positif dengan kepuasan hidup. 46 Apabila tingkat

kepuasan akan hidup yang dimilikinya rendah maka akan memiliki kemampuan

pengaturan emosi yang kurang baik, begitu pula sebaliknya. 2.3 Kerangka Berpikir

Pengguna aktif media sosial di dunia semakin meningkat tiap tahunnya

hingga mencapai 5,24 miliar pengguna di tahun 2025 . Maraknya pengguna

media sosial dikarenakan adanya kemudahan dalam mengakses maupun membuat penggunaanya dapat membagikan momen pribadi. Hal itulah yang membuat

instagram termasuk dalam salah satu media sosial yang memiliki pengguna

paling banyak yaitu berjumlah hingga 2 miliar pengguna . Di Indonesia,

pengguna i nstagram mencapai 90.183.200 pengguna atau sekitar 31,7% dari

total keseluruhan populasi . Pengguna media sosial yang kian meningkat



terjadi karena penggunaannya memiliki dorongan untuk tetap terhubung dengan orang lain secara online , adanya kepentingan mencari informasi, mengetahui aktivitas orang lain, maupun mengikuti berita terkini. Hal ini didukung oleh survei oleh We are social yang mengungkapkan bahwa penggunaan internet dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan . Adanya dorongan untuk tetap terkoneksi dengan pengguna lain via media sosial mendorongnya untuk terus membuka media sosial. Dorongan untuk terus membuka media sosial ini bisa disebabkan karena munculnya keinginan untuk melihat aktivitas maupun pembaruan orang lain yang dibagikan di media sosial. Hal itulah yang dapat mendorong terjadinya perasaan negatif seperti takut tertinggal karena dirinya tidak melakukan atau terlibat dalam suatu aktivitas seperti yang orang lain lakukan. Kekhawatiran takut tertinggal tersebut membuat individu jadi membandingkan dirinya dengan orang lain. Oleh karena itu, pengecekan berulang membuat penggunaannya akan terstimulasi secara terus menerus melihat aktivitas orang lain dan cenderung akan membandingkannya diri dengan orang lain . Hal itulah yang mendorong individu memiliki kecenderungan FoMO. 20 Individu dengan tingkat kepuasan hidup yang rendah akan memiliki kecenderungan FoMO yang tinggi . Kontrol diri merupakan salah satu bagian dari dimensi emotional intelligence. Kontrol diri dapat membantu individu mencapai kepuasan hidup dan membantu mengelola perasaan takut apabila tidak terlibat dalam suatu aktivitas seperti yang dilakukan orang lain. Fear of Missing Out dapat dialami oleh individu karena kontrol diri yang melekat pada individu tersebut cenderung rendah ketika mendapat tekanan atau stressor dari luar . Kekhawatiran mendalam juga dapat terjadi karena adanya pengaruh dari lingkungan sosial. Pengaruh lingkungan sosial dapat menggeser keyakinan individu terhadap dirinya . Hubungan antar individu melalui penggunaan aplikasi internet dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan interaksi . Hal ini membuat individu terdorong untuk menggunakan media sosial sebagai sarana untuk berinteraksi dengan orang lain. Interaksi yang terjalin antar individu dapat memengaruhi perasaan orang lain baik dalam



keyakinan diri ataupun dalam berperilaku. Kecenderungan Fear of Missing Out dapat terjadi karena individu merasa kurang dalam mengenali emosi yang terjadi disekitarnya termasuk emosi dan perasaan yang dimilikinya, selain itu juga dapat terjadi dari bagaimana seseorang memandang hidupnya serta merasa puas akan kehidupannya. Adanya pengaruh dari luar dirinya yang tanpa sengaja tidak disadari, seperti penggunaan media sosial memengaruhi cara pandang akan kehidupannya. Paparan media sosial membuat individu merasa rendah diri karena terus menerus merasa kurang. Hal tersebut berpengaruh pada pemahaman emosi dalam menghadapi situasi yang dialaminya. Pemicu timbulnya kekhawatiran akibat melewatkan suatu aktivitas dikarenakan penggunaan media sosial . Timbulnya kekhawatiran dan perasaan takut tertinggal serta tidak percaya diri saat bermain media sosial disebabkan karena melihat unggahan orang lain di media sosial yang menunjukkan aktivitas yang tidak dilakukan olehnya. Hal ini dapat menyebabkan rasa kepercayaan diri yang rendah pada seseorang. Ciri individu dalam mengontrol emosi dan perasaan akibat adanya tekanan dari luar termasuk dimensi dari trait emotional intelligence . 62 (Furnham & Rawles, 1999) (Zakia, 2025) (Backlinko Team, 2025) (Instagram Users in Indonesia, 2025) (Kemp, 2025) (Kaloeti et al., 2021) (Wardana & Bellion, 2023) (Petrides, 2009) (Petrides, 2009) (Kartikawati et al., 2024) (Wardana & Bellion, 2023) (Petrides, 2009) Trait emotional intelligence terdiri atas empat dimensi dan dua faset tambahan . Berdasarkan dimensi-dimensi pada trait emotional intelligence , fenomena Fear of Missing Out dapat dikaitkan melalui dimensi well-being dan emotionality . Hal ini dikarenakan faset-faset dalam well-being menunjukkan sebuah kepercayaan diri dan kepuasan terhadap kehidupan pribadi, serta faset-faset dalam emotionality merepresentasikan bagaimana individu dalam memahami emosi serta perasaan dari sudut pandang pribadi maupun orang lain untuk dapat menciptakan hubungan yang baik dengan orang sekitar. Kedua dimensi tersebut saling berkaitan dan dapat membantu individu dalam mengenali emosi serta membuatnya merasa cukup dan puas dengan

kehidupannya . Individu dengan tingkat emotionality yang tinggi akan memiliki kepekaan terhadap perasaan yang dimilikinya maupun perasaan orang lain. Individu tersebut akan mampu merasakan emosi yang terjadi dan mengekspresikannya, serta menggunakannya untuk menjalin dan menjaga koneksi dengan orang lain. Sebaliknya, individu dengan skor rendah akan merasa kesulitan dalam mengenali keadaan emosional pribadi dan mengekspresikan perasaan tersebut pada orang lain, yang berakibat pada hubungan pribadi yang kurang memuaskan. ³² ³³ Individu dengan tingkat well-being yang tinggi akan cenderung merasa positif, puas, dan bahagia. ³³ Sebaliknya, individu dengan skor rendah cenderung memandang dirinya rendah dan merasa kecewa dengan kehidupan yang dimilikinya . Penelitian terdahulu membahas terkait FoMO dengan Emotional Intelligence . Penelitian dilakukan kepada 1.200 remaja usia 14 – 17 tahun. Penelitian ini membahas tentang hubungan antara trait emotional intelligence dengan penggunaan media sosial bermasalah melalui peran pengalaman disosiatif dan takut tertinggal atau FoMO, ditemukan hasil bahwa adanya keterampilan meregulasi emosi dapat secara efektif membuat individu mengelola emosinya dan dapat mengurangi penggunaan media sosial yang berdampak pada perilaku FoMO. Penelitian terdahulu oleh menunjukkan bahwa FoMO tidak hanya menjadi masalah bagi anak muda, tapi juga memengaruhi orang dewasa yang lebih tua. Penelitian terdahulu juga dilakukan oleh menunjukkan tidak ada perbedaan tingkat FoMO pada usia dewasa awal ditinjau dari penggunaan Instagram secara aktif maupun pasif. Keterikatan dengan FoMO dapat dipengaruhi oleh ciri individu dalam mengendalikan emosi. Individu dengan ciri pengendalian emosi yang baik dapat mengenali emosi serta mengelolanya dengan baik. Individu yang kurang dalam mengendalikan emosinya akan mudah terpengaruh dan mengikuti arus, seperti mengikuti hal tanpa mempertimbangkan dampak yang akan terjadi. Pengaruh yang akan ditimbulkan yakni apabila individu memiliki ciri kepribadian yang baik dalam mengenali dan mengekspresikan emosinya, maka munculnya kecenderungan Fear of Missing Out akan rendah. ⁴⁷ Oleh karena itu, peneliti menduga adanya

pengaruh Emotional Intelligence terhadap Fear of Missing Out pada pengguna instagram emerging adulthood . Gambar 2. 1 Ilustrasi kerangka berpikir 2.4 Hipotesis Penelitian H : Tidak ada pengaruh pada Emotional Intelligence terhadap Fear of Missing Out pada pengguna Instagram emerging adulthood. H a : Terdapat pengaruh Emotional Intelligence terhadap Fear of Missing Out pada pengguna Instagram emerging adulthood BAB III METODE PENELITIAN 3.1 Pendekatan Penelitian 63 Emotional Intelligence Fear of Missing Out (Petrides, 2009) (Petrides, 2009) Calaresi et al. (2024) Durao et al. (2023) Rahmadani dan Utami (2023) Pendekatan yang diterapkan peneliti berupa pendekatan kuantitatif, yakni sebuah pengukuran terhadap variabel yang diteliti pada partisipan penelitian untuk menghasilkan skor berupa angka, untuk selanjutnya dilakukan analisis statistik untuk memperoleh ringkasan dan interpretasi . Pendekatan ini dipilih karena pengambilan data yang dilakukan akan menghasilkan sebuah skor untuk dapat mengukur pengaruh variabel emotional intelligence terhadap Fear of Missing Out . 28 3.2 Variabel Penelitian Variabel yang diteliti terdiri atas emotional intelligence yang bertindak sebagai Independent Variable (IV) atau variabel yang mempengaruhi dan Fear of Missing Out (FoMO) bertindak sebagai Dependent Variable (DV) atau variabel yang dipengaruhi. 3.2.1 Definisi Operasional Fear of Missing Out (FoMO) Definisi operasional dari Fear of Missing Out yakni total skor keseluruhan dari Fear of Missing Out Scale (FoMOs) yang sudah memiliki versi adaptasi Bahasa Indonesia oleh yang mengacu pada teori milik . 15 FoMOs atau Fear of Missing Out Scale mengukur tiga dimensi yang terdiri atas missed experience, compulsion, dan comparison with friends . Skor yang dihasilkan dari masing-masing item tersebut ditotal hingga menghasilkan skor tunggal untuk pengukuran Fear of Missing Out . 7 Indikator dalam pengukuran Fear of Missing Out yakni semakin tinggi total skor FoMO, maka semakin tinggi pula kekhawatiran individu emerging adulthood ketika tidak memiliki pengalaman seperti orang lain, begitu pula sebaliknya. 1 3 10 34 3.2 1 3 10 34 2 Definisi Operasional Emotional Intelligence



Emotional intelligence memiliki definisi operasional berupa total keseluruhan dari Trait Emotional Intelligence Questionnaire Short Form (TEIQue-SF) milik .

1 39

Skala ini mengukur empat dimensi yang terdiri atas emotionality, self-control, sociability, dan well-being , serta dua faset tambahan berupa self-motivation dan adaptability . Skor yang diperoleh dari

masing-masing item ditotal hingga menghasilkan skor tunggal atas pengukuran emotional intelligence . Indikator pengukuran ini yaitu semakin tinggi total trait emotional intelligence , maka diiringi juga dengan meningkatnya individu dewasa awal dapat lebih memahami dirinya dan emosi yang dirasakan, begitu pula sebaliknya.

3.3 Populasi dan Sampel Populasi

pada sebuah penelitian diartikan sebagai kumpulan besar individu yang memiliki ciri khusus dan menarik menurut peneliti . Populasi dalam penelitian tidak dapat diteliti secara menyeluruh untuk dijadikan sebagai responden, namun hasil penelitian yang diperoleh pada suatu sampel dapat digeneralisasi dan diterapkan pada kelompok individu yang lebih besar dan memiliki karakteristik serupa . Penentuan karakteristik sampel dalam penelitian ini dengan melihat populasi pengguna instagram usia emerging adulthood yakni ada sekitar 29,5 juta pengguna . Karakteristik sampel yang dipilih oleh peneliti yaitu: 1. 13 60 Individu usia 18 – 25 tahun, karen

a rentang usia tersebut masuk dalam kelompok usia emerging adulthood . 2. Memiliki

akun instagram. Menurut sampel diartikan sebagai sekelompok kecil individu yang lebih spesifik yang diambil dari sebuah populasi dengan maksud dapat mewakili suatu populasi dalam penelitian. Sampel penelitian ini diperoleh melalui convenience sampling yakni peneliti mencari individu yang mudah diperoleh untuk dijadikan sebagai partisipan dan dipilih berdasarkan ketersediaan dan keinginan untuk merespon . Berdasarkan dari total populasi pengguna instagram yang berusia emerging adulthood kemudian dipilah untuk dijadikan subjek penelitian dengan tingkat kesalahan sebesar 5%. Hal ini mengacu pada tabel Isaac dan Michael yang dikutip dalam yakni sampel dalam penelitian totalnya 394 responden. 64 (Gravetter et al., 2021) Kaloeti et al. (2021) Przybylski et al. (2013) (Kaloeti

et al., 2021) Petrides (2009) (Gravetter et al., 2021) (Gravetter et al., 2021) (Instagram Users in Indonesia, 2025) (Santrock, 2019) Gravetter et al. (2021) (Gravetter et al., 2021) Sugiyono (2019) 3.4

Instrumen Penelitian Peneliti memilih instrumen berupa Trait Emotional Intelligence Questionnaire Short Form (TEIQue-SF) yang versi adaptasi Bahasa Indonesia oleh untuk mengukur emotional intelligence , serta instrumen lain berupa Fear of Missing Out Scale (FoMOs) versi adaptasi Indonesia milik untuk mengukur tingkat Fear of Missing Out . Peneliti kemudian melakukan uji keterbacaan berupa face validity . Penilaian face validity diperoleh berdasarkan point of view responden terkait apakah aitem-aitem tersebut mudah dipahami . Penilaian berupa face validity dilakukan kepada tiga responden untuk mengetahui seberapa mudah aitem-aitem tersebut dapat dipahami dengan baik. Lembar uji keterbacaan terdapat pada Lampiran 3. Peneliti kemudian melakukan uji pilot pada kedua instrumen untuk selanjutnya dilakukan analisis aitem. Uji pilot dilakukan kepada sekelompok kecil sampel yang merepresentasikan populasi yang dimaksud dengan diberikan pengukuran kedua variabel . Uji pilot ini diberikan untuk mengungkapkan pemikiran responden melalui hasil jawaban di setiap aitem . Uji pilot ini dilakukan pada 56 responden yang termasuk dalam karakteristik penelitiann yakni pengguna instagram yang berusia 18 – 25 tahun.

3.4.1 Instrumen Fear of Missing Out (FoMO)

) Penelitian ini menggunakan alat ukur FoMOs milik versi Indonesia yang telah diadaptasi oleh . Alat ukur FoMOs telah diadaptasi dan ditranslasi menggunakan pedoman adaptasi lintas budaya milik Beaton et al., 2000 hingga akhirnya alat ukur FoMOs versi adaptasi Indonesia berhasil diulas dan disetujui saat masih dalam versi pre-final . 65 Alat ukur FoMOs versi adaptasi ini juga telah teruji validitas dan reliabilitasnya ($\alpha = 0,93$). FoMOs yang dipilih oleh peneliti untuk dapat digunakan kemudian dilakukan uji keterbacaan untuk mengetahui apakah aitem-aitem yang ada pada FoMOs dapat dipahami dengan mudah oleh responden. Feedback yang diperoleh dari ketiga responden kemudian peneliti gunakan bersama dengan



expert judgement untuk dilakukan review . Hasilnya diperoleh bahwa aitem-aitem pada alat ukur FoMOs tidak perlu dilakukan perbaikan karena sampel responden dapat memahami dengan baik setiap aitem dari Fear of Missing Out Scale (FoMOs). **15** Alat ukur FoMOs versi adaptasi Indonesia milik memiliki tiga dimensi yaitu missed experience, compulsion, dan comparison with friends . Item dalam FoMO Scale awalnya terdiri atas 10 item, kemudian FoMO Scale diadaptasi oleh menjadi 12 item. Item-item yang telah diadaptasi tersebut diperoleh dari 10 item asli milik dan 2 item tambahan yang disesuaikan dengan budaya berperilaku secara online di Indonesia.

43 FoMOs menggunakan pengukuran Skala Likert yang terdiri atas lima respon dari skala 1 – 5 yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), dan sangat setuju (5). Pada penelitian ini, pengukuran FoMO dihitung dari total skor yang diperoleh individu. Tabel 3.1 menunjukkan keterangan lebih lanjut dari dimensi-dimensi pada Fear of Missing Out Scale . Tabel 3. 1 Dimensi, indikator, dan nomor item FoMOs

Dimensi	Indikator	Nomor Item	Total Item
Missed experience	Timbulnya perasaan negatif dikarenakan melewatkan suatu aktivitas tertentu	1, 2, 3, 4, 5	5
Compulsion	Pengecekan berulang pada sesuatu yang telah diperiksa	6, 7, 8, 9, 10	5
Comparison with friends	Perasaan negatif yang muncul akibat melakukan compare dengan orang lain maupun teman	11, 12	2
Total		12	12

3.4.2 Instrumen Emotional Intelligence

Febriana dan Fajrianthi (2021) Kaloeti et al. (2021) (Shultz et al., 2021) (Shultz et al., 2021) Przybylski et al. (2013) Kaloeti et al. (2021) (Kaloeti et al., 2021) Kaloeti et al. (2021) Kaloeti et al. (2021) Przybylski et al. (2013) Mengukur emotional intelligence yang dilakukan peneliti yakni menggunakan T rait Emotional Intelligence Questionnaire – Short Form (TEIQue-SF) milik versi adaptasi Bahasa Indonesia oleh .

15 TEIQue-SF versi Indonesia telah teruji valid dan reliabel untuk mengukur Trait Emotional Intelligence di Indonesia . **1** TEIQue-SF terdiri atas empat dimensi dan dua faset tambahan . **61** TEIQue-SF memiliki jumlah aitem sebanyak 30 aitem yang terbagi dalam masing-masing 15 aitem favorable dan unfavorable .

19 23 44 Skala Likert yang digunakan untuk mengukur TEIQue-SF terdiri atas tujuh respon jawaban dengan rentang skala 1 – 7 mulai dari sangat tidak setuju = 1, sampai sangat setuju = 7. Item-item pada setiap aspeknya di jumlah hingga menghasilkan skor total. 50 Semakin meningkatnya total TEIQue-SF, maka semakin meningkatnya pula trait emotional intelligence seseorang, begitu pula sebaliknya. Tabel 3.2 menunjukkan blueprint alat ukur trait emotional intelligence questionnaire – short form . Trait Emotional Intelligence Questionnaire – Short Form pada penelitian ini dilakukan uji keterbacaan untuk mengetahui apakah aitem-aitem TEIQue-SF dapat dipahami dengan baik oleh responden. Setelah mendapat feedback dari responden, diperoleh bahwa TEIQue-SF perlu dilakukan perbaikan aitem. 10 Hal ini dikarenakan saat melakukan uji keterbacaan, terdapat aitem pada alat ukur TEIQue-SF yang kurang dapat dipahami dengan baik oleh sampel responden. Selanjutnya, ketika melakukan perbaikan aitem bersama expert judgment, expert tidak melakukan penilaian namun langsung melakukan perbaikan translasi aitem. Hasil perbaikan translasi aitem terdapat pada Lampiran 2. Tabel 3. 2

Blueprint alat ukur TEIQue-SF Dimensi Indikator Nomor Item Total Item

UF	Emotionality	Trait Empathy	Ciri	dalam memahami dan memposisikan diri dari sudut pandang orang lain.	17	2	2	Emotion Perception										
–	Ciri dalam mempersepsikan perasaan diri sendiri dan orang lain.	23	8	2	Emotion Expression	–	Ciri dalam mengekspresikan perasaan yang dialami kepada orang lain	1	16	2	Relationship	–	Ciri untuk memiliki hubungan pribadi yang dapat memuaskan	6	28	2	Self-Control Stress Management	
–	Ciri dalam mengelola stress akibat adanya suatu tekanan yang dialami	15	25	2	Impulsiveness	–	Ciri dalam memandang bahwa dirinya mampu menghadapi tantangan dan pantang menyerah	30	22	2	Emotion Regulation	–	Ciri dalam mengendalikan emosi	19	4	2	Sociability Emotion Management	
t	Ciri dalam memengaruhi perasaan orang lain	11	26	2	Assertiveness	s	–	Terus terang, jujur, dan	9	7	2	66	Petrides (2009)	Febriana dan Fajrianthi (2021)	(Febriana & Fajrianthi, 2021)	(Febriana & Fajrianthi, 2021)	memiliki keinginan untuk membela hak-hak mereka	Social Awareness

– Kesadaran untuk menjalin relasi dengan memiliki keterampilan sosial yang baik 21 13 2 Well-Being Optimism – Percaya diri dan cenderung melihat sisi positif dari kehidupan 27 12 2 Happiness – Keceriaan dan kepuasan hidup 20 5 2 Self-Esteem – Sukses dan percaya diri 24 10 2 Auxiliary Self-motivation – Adanya suatu dorongan dan tidak akan menyerah dalam menghadapi kesulitan 3 18 2 Adaptability – Fleksibel dan memiliki keinginan untuk beradaptasi dengan situasi baru 29 14 2

Total 15 15 30 3.5 Pengujian Psikometri Uji psikometri yang dilakukan dalam penelitian ini untuk melihat reliabilitas, validitas, serta analisis aitem dari kedua instrumen yang peneliti gunakan yaitu Fear of Missing Out Scale (FoMOs) dan Trait Emotional Intelligence Questionnaire – Short Form (TEIQue-SF). Dilakukannya uji reliabilitas melalui nilai koefisien Cronbach's alpha, sementara uji validitas dilakukan dengan content validity dan construct validity. Uji reliabilitas dan validitas dilakukan dengan menggunakan bantuan software JASP versi 0.19 2.0. Pengujian psikometri dilakukan kepada 56 responden. 19 40

Data untuk pengujian psikometri dikumpulkan melalui Google Form yang disebarakan kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian, yakni individu berusia 18 – 25 tahun yang menggunakan instagram. 3.5.1 Reliabilitas Alat Ukur Fear of Missing

Out (FoMOs) Uji reliabilitas alat ukur FoMOs dilakukan dengan menggunakan metode pengujian Cronbach's alpha untuk menilai internal consistency.

Pengujian ini dilakukan untuk memperkirakan apakah aitem-aitem dalam FoMOs menunjukkan konsistensi satu sama lain. 23

Hasil uji reliabilitas yang dilakukan pada alat ukur FoMOs menunjukkan nilai koefisien Cronbach's alpha sebesar 0,827.

Menurut nilai yang didapat tersebut dikatakan reliabel karena memiliki nilai koefisien $\geq 0,70$ yang artinya aitem-aitem dalam FoMOs menunjukkan hasil yang konsisten satu sama lain. 3.5 41

2 Validitas Alat Ukur Fear of Missing Out (FoMOs) Proses validitas aitem dilakukan untuk memastikan

bahwa alat ukur FoMOs tetap valid digunakan pada subjek yang dituju. Pengujian validitas pada FoMOs menggunakan metode construct validity berupa studies of internal structure, yaitu aitem-aitem dalam instrumen tersebut

seharusnya saling terkait . Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah FoMOs terbukti valid dalam mengukur konstruk Fear of Missing Out . Pengujian validitas ini dilakukan dengan menghitung korelasi antar aitem yang ada dalam satu dimensi dengan total skor dimensi untuk melihat nilai koefisien pada suatu alat ukur. Koefisien validitas yang signifikan biasanya berkisar dari rentang – 1. Menurut Cohen dalam mengatakan bahwa korelasi sebesar 0,1 dianggap kecil, 0,3 dianggap sedang, dan korelasi > 0,5 dianggap besar. Hasil uji validitas konstruk pada dimensi missed experience menunjukkan rentang 0,581 – 0,786 yang artinya seluruh aitem pada dimensi tersebut memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total. Uji validitas konstruk pada dimensi compulsion juga menunjukkan korelasi yang signifikan antara seluruh aitem pada dimensi tersebut dengan skor total karena berada dalam rentang 0,536 – 0,776. 67 Shultz et al. (2021) (Shultz et al., 2021) Shultz et al. (2021) Pengujian validitas konstruk pada dimensi comparison with friends berada dalam rentang 0,929 – 0,933 yang menunjukkan bahwa keseluruhan aitem pada dimensi tersebut memiliki korelasi yang signifikan dengan skor FoMO yang merupakan skor total. Korelasi yang digunakan adalah korelasi pearson, dimana peneliti memasukkan skor total pada masing-masing dimensi FoMOs. Masing-masing dimensi FoMO secara statistik dikatakan valid dan terbukti dapat mengukur konstruk yang dimaksud. Hal ini diperoleh dari skor total pada tiap dimensi yang menunjukkan nilai signifikansi di bawah $p < 0,001$. Hal ini menunjukkan bahwa Fear of Missing Out Scale dikatakan valid karena mampu mengukur konstruk Fear of Missing Out . Lebih lanjut, uji validitas konstruk yang dilakukan pada aitem-aitem di masing-masing dimensi dan total dimensi ditunjukkan pada Tabel 3.3. Tabel 3. 3 Uji Validitas Konstruk Fear of Missing Out Scale (FoMOs) Aitem 1ME 2ME 3ME 4ME 5ME Total

Aitem	1ME	2ME	3ME	4ME	5ME	Total
1ME	-	0,379*	0,092	0,486***	0,293*	0,506***
2ME		-	0,423***	0,293*	0,308*	0,523***
3ME			-	0,549***	0,581***	0,737***
4ME				-	0,691***	0,786***
5ME					-	0,767***
Total						-

Aitem 6C 7C 8C 9C 10C Total

C 6C - 7C 0,493*** - 8C 0,394** 0,416*** - 9C 0,403** 0,440***
0,298* - 10C 0,171 0,290* 0,234 0,169 - Total C 0,746*** 0,776***
0,664*** 0,683*** 0,536*** - Aitem 11CWF 12CWF Total CWF 11CWF -
12CWF 0,734*** - Total CWF 0,933*** 0,929*** - Keterangan: *p<0,05, **p<0,01, ***p<0,001 3.5

1 3 Analisis Item Alat Ukur Fear of Missing Out (FoMOs) Peneliti
melakukan analisis pada aitem-aitem FoMOs menggunakan item rest
correlation pada software JASP 0.19 2.0. menyebutkan bahwa suatu aitem
dikatakan baik jika standar minimalnya yakni $\geq 0,25$ dapat terpenuhi
. Berdasarkan hasil pengujian, keseluruhan aitem pada alat ukur FoMOs
dikatakan baik karena telah memenuhi standar minimal. Dari hasil
pengujian, didapatkan rentang skor item rest correlation 0,343 – 0,64
6 yang tertera pada Tabel 3.4. Tabel 3. 4 Analisis aitem FoMOs
Aitem FoMOs Item rest correlation 1ME 0,405 2ME 0,457 3ME 0,466 4ME
0,565 5ME 0,646 68 Azwar (2012) 6C 0,440 7C 0,557 8C 0,516 9C
0,343 10C 0,393 11CWF 0,499 12CWF 0,530 3.5 **17** 4 Reliabilitas Alat Ukur
Emotional Intelligence (TEIQue-SF) Pengujian reliabilitas pada TEIQue-SF
dilakukan menggunakan metode pengujian Cronbach's alpha . Pengujian reliabilitas
ini dilakukan pada untuk memprediksi apakah aitem-aitem dalam TEIQue-SF
menunjukkan hasil skor yang konsisten satu sama lain. **64** Hasil uji reliabilitas
TEIQue-SF menghasilkan nilai koefisien Cronbach's alpha menunjukkan angka 0,895. Nilai
koefisien tersebut dikatakan reliabel untuk mengukur trait emotional
intelligence pada pengguna Instagram emerging adulthood karena telah
mencapai batas reliabilitas. Menurut batasan reliabilitas yang menyatakan
bahwa suatu alat ukur dikatakan reliabel jika memiliki nilai koefisien di atas 0,70.

10 Artinya, aitem-aitem dalam TEIQue-SF menghasilkan skor yang konsisten satu sama lain.

1 3.5 **1** 5 Validitas Alat Ukur Emotional Intelligence (TEIQue-SF)
Pengujian validitas pada TEIQue-SF dilakukan dengan menggunakan content
validity berupa expert judgement yaitu dengan mentranslasikan aitem tanpa
menggunakan ahli bahasa. Teknik expert judgement ini dapat dilakukan
apabila evaluator tersebut kompeten untuk memberikan penilaian yang
rasional terhadap aitem-aitem alat ukur . Proses mentranslasikan aitem

menggunakan ahli dua bahasa atau cara back-translation umumnya dianggap sebagai cara terbaik dan dapat memberikan hasil yang memuaskan. Di samping hal itu, dari eksperimen yang telah dilakukan sebelumnya belum ditemukan hasil yang kuat terkait value dari back- translation tersebut , sehingga penelitian ini tidak dilakukan proses back-translation atau mentranslasikan menggunakan ahli bahasa, namun peneliti mentranslasikan aitem menggunakan expert judgement dan menyesuaikan dengan budaya . 1 Uji validitas lain yaitu menggunakan construct validity berupa studies of internal structure untuk mengetahui nilai koefisien. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah TEIQue-SF valid untuk mengukur konstruk Trait Emotional Intelligence . Hasil uji validitas konstruk pada dimensi emotionality menunjukkan rentang 0,056 – 0,741, dimensi self-control dalam rentang 0,424 – 0,691, dimensi sociability dalam rentang 0,474 – 0,652, dimensi well-being dalam rentang 0,474 – 0,733, dan pada auxiliary menunjukkan rentang 0,633 – 0,767. Berdasarkan hasil korelasi mengartikan bahwa aitem-aitem pada masing-masing dimensi memiliki korelasi signifikan terhadap skor total. Hal ini menunjukkan bahwa TEIQue-SF dikatakan valid karena mampu mengukur konstruk Trait Emotional Intelligence . Tabel 3.5 menunjukkan validitas antar aitem pada masing-masing dimensi dengan skor total. Tabel 3. 5 Uji Validitas Trait Emotional Intelligence – Short Form (TEIQue-SF) Aitem 1E 2E 6E 8E 16E 17E 23E 29E Total E 69

Shultz et al. (2021) (Shultz et al., 2021) (Epstein et al., 2013) (Epstein et al., 2013) 1E - 2E -0,013 - 6E 0,274* 0,345* * - 8E 0,328* * 0,261* 0,234 - 16E 0,029 0,245* * * 0,216 0,434* * * - 17E 0,073 0,488 0,530* * * 0,170 0,094 - 23E 0,089 -0,003 -0,097 -0,130 - 0,326* * 0,010 - 28E 0,120 0,412* * 0,489* * * 0,347* * 0,571* * * 0,373* * - 0,217 - Total E 0,441* * * 0,630* * * 0,652* * * 0,632* * * 0,563* * * 0,596* * * 0,056 0,741* * * - Aitem 4SC 15SC 19SC 22SC 25SC 30SC Total SC 4SC - 15SC 0,376* * * - 19SC 0,284* 0,466* * * - 22SC 0,236 0,149 -0,027 - 25SC 0,272* 0,242 -0,046 0,052 - 30SC 0,182 0,156 0,070 0,106 0,253 - Total SC

REPORT #27629605

0,691* ** 0,673* ** 0,481* ** 0,424* ** 0,568* ** 0,551* ** -
 Aitem 7S 9S 11S 13S 21S 26S Tot al S 7S - 9S 0,211 - 11S
 0,130 0,226 - 13S 0,215 0,026 0,382* * - 21S 0,352* * 0,220
 0,318* * 0,232 - 26S 0,191 0,062 0,064 0,207 0,050 - Total S
 0,652* ** 0,502* ** 0,578* ** 0,585* ** 0,633* ** 0,474* ** -
 Aitem 5WB 10WB 12WB 20WB 24WB 27WB Tot al WB 5WB - 10WB 0,382*
 * - 12WB 0,446* ** 0,317* * - 20WB 0,534* ** 0,247 0,487* ** -
 24WB 0,029 -0,090 0,177 0,152 - 27WB 0,027 -0,229 0,202 0,228 0,562*
 ** - Total WB 0,682* ** 0,474* ** 0,733* ** 0,732* ** 0,484* **
 0,490* ** - Aitem 3AUX 14AUX 18AUX 29AUX Total AUX 3AUX - 14AU X
 0,385* * - 70 18AU X 0,428* ** 0,203 - 29AU X 0,475* ** 0,518*
 ** 0,153 - Total A 0,767* ** 0,732* ** 0,633* ** 0,750* ** -

Keterangan: * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$

3.5.6 Analisis Item Alat Ukur

Emotional Intelligence (TEIQue-SF) Analisis aitem pada alat ukur TEIQue-SF dilakukan setelah peneliti melakukan perbaikan translasi aitem bersama dengan expert judgement . Setelah melakukan revisi aitem, peneliti melakukan uji pilot pada alat ukur TEIQue-SF untuk selanjutnya dilakukan analisis aitem. Peneliti melakukan analisis aitem pada alat ukur TEIQue-SF menggunakan item rest correlation dengan bantuan software JASP

0.19.2.0. Menurut aitem dalam suatu pengukuran dikatakan baik jika standar minimalnya telah terpenuhi yaitu 0,30. Dari pengujian yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa aitem pada TEIQue-SF dikatakan cukup baik. Hal ini dikarenakan dari hasil yang diperoleh bahwa terdapat satu aitem yang dieliminasi. Pengujian analisis aitem berupa item rest correlation pada alat ukur TEIQue-SF memiliki rentang skor -0,217 – 0,688 . Terdapat tujuh aitem yang perlu direvisi karena memiliki skor di bawah standar minimal nilai koefisien reliabilitas yaitu aitem nomor 1, 9, 19, 24, 26, 27, dan 30, sedangkan terdapat satu aitem yang perlu dieliminasi karena memiliki skor di bawah 0,25 yaitu aitem nomor 23. Setelah terdapat aitem yang dieliminasi, reliabilitas alat ukur TEIQue-SF meningkat dari yang sebelumnya 0,885 menjadi 0,895. Tabel 3.6

menunjukkan analisis aitem Trait Emotional Intelligence – Short Form sebelu

m dan sesudah dilakukan analisis. Tabel 3. 6 Analisis aitem TEIQue-SF

sebelum dan sesudah dilakukan analisis Aitem TEIQue- SF Item rest

correlation Sebelum Sesudah 1E 0,299 0,288 2E 0,498 0,492 3AF 0,725

0,720 4SC 0,539 0,542 5WB 0,562 0,567 6E 0,688 0,686 7S 0,568 0,578

8E 0,466 0,469 9S 0,272 0,275 10WB 0,451 0,464 11S 0,335 0,336 12WB

0,688 0,686 13S 0,506 0,509 14AF 0,622 0,619 15SC 0,436 0,439 16E

0,364 0,384 17E 0,468 0,461 71 Azwar (2012) 18AF 0,383 0,404 19SC

0,233 0,220 20WB 0,528 0,509 21S 0,552 0,550 22SC 0,452 0,468 23E

-0,217 - 24WB 0,230 0,224 25SC 0,378 0,381 26S 0,243 0,253 27WB

0,217 0,209 28E 0,633 0,642 29AF 0,576 0,585 30SC 0,272 0,276 3.6

Teknik Analisis Data Peneliti melakukan teknik analisis data yakni melalui beberapa uji.

13 Pertama, peneliti melakukan uji statistik deskriptif. Uji deskriptif

dilakukan untuk melihat gambaran dari setiap variabel dalam penelitian ini secara spesifik .

Gambaran tersebut diantaranya meliputi jenis kelamin, usia, keterlibatan

dalam penggunaan media sosial Instagram , dan lain sebagainya. **69** Teknik analisis

data selanjutnya yang peneliti gunakan adalah uji asumsi. **1 26** Pengujian asumsi

dilakukan sebelum uji hipotesis dalam penelitian ini, yaitu uji regresi

linear. menjelaskan bahwa uji asumsi yang perlu dilakukan untuk uji

regresi linear terdiri atas uji normalitas, linearitas, independensi eror,

dan homoskedastisitas. Uji asumsi dilakukan terhadap variabel Fear of

Missing Out dan emotional intelligence . **3 6** Uji regresi linear sederhana

dilakukan apabila keseluruhan uji asumsi terpenuhi. **3 6 66** Apabila salah satu

diantara uji asumsi tidak terpenuhi, maka dilakukan uji regresi logistik. Dilakukannya

uji regresi linear sederhana ini untuk menghasilkan nilai prediksi

emotional intelligence sebagai independent variable terhadap Fear of

Missing Out sebagai dependent variable pada pengguna Instagram emerging adulthood .

9 Melalui uji regresi linear ini juga memungkinkan peneliti untuk

mengetahui besarnya pengaruh dari independent variable terhadap dependent variable .

Uji deskriptif hingga uji hipotesis dilakukan menggunakan software JASP

0.19.2.0. 3.7 Prosedur Penelitian Prosedur penelitian merupakan

langkah-langkah yang peneliti lakukan selama menjalani proses penelitian.

Prosedur penelitian yang dijalani peneliti yaitu sebagai berikut: a.

Pertama, langkah yang dilakukan peneliti yakni membuat kuesioner melalui Google Form . Pembuatan kuesioner tersebut disusun berdasarkan variabel yang akan diteliti dan disesuaikan dengan karakteristik subjek yang akan disasar, yaitu pengguna instagram usia 18 – 25 tahun. b. Kemudian

, peneliti melakukan penyebaran kuesioner Google Form untuk pengambilan data.

14 57

Penyebaran kuesioner dilakukan secara online dengan membagikan link kuesioner secara digital melalui media sosial. Media sosial yang peneliti

gunakan untuk menyebarkan kuesioner yaitu Instagram, WhatsApp, X, dan Telegram, selain itu penyebaran kuesioner juga peneliti lakukan secara offline. Peneliti mendatangi satu persatu subjek yang bersedia untuk menjadi responden dan sesuai dengan karakteristik penelitian. Pengambilan data yang peneliti lakukan yaitu mulai dari bulan Mei hingga Juni 2025. 72 (Gravetter et al., 2021) Field (2018) (Gravetter et al., 2021) c. Setelah data

yang dibutuhkan telah terkumpul, selanjutnya peneliti melakukan olah data dari hasil kuesioner.

11 Skoring hasil kuesioner dilakukan dengan

menggunakan software Microsoft Excel . d. 1 11 62 Selanjutnya, peneliti kemudian

melakukan olah data hasil skoring Excel ke dalam software JASP 0.19 11 62 2.0.

6 11 Pengolahan data menggunakan JASP dilakukan untuk uji deskriptif,

uji asumsi, dan uji hipotesis. e. Uji asumsi yang dilakukan untuk

memperoleh hasil uji normalitas, linearitas, independensi error, dan homoskedastisitas. 6

30 Jika uji asumsi tersebut terpenuhi, maka dilakukan uji regresi linear sederhana.

Apabila tidak terpenuhi, maka peneliti melakukan uji regresi logistik.

f. Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui bahwa hipotesis yang

diajukan oleh peneliti akan diterima atau ditolak. g. Peneliti kemudian

membahas hasil penelitian pada bagian diskusi, lalu memberikan kesimpulan

terhadap penelitian yang telah dilakukan. 21 Peneliti juga menambahkan saran

sebagai bentuk hasil evaluasi peneliti selama menjalani penelitian yang

harapannya dapat dipertimbangkan oleh peneliti selanjutnya 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 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) 73 Field (2018) 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 . 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 snapgram 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 74 Gambaran Responden Pengguna Instagram

Frekuensi (n)	Persentase (%)	Jenis Kelamin Perempuan	Jumlah akun Instagram
1 akun	51 12,94	244 61,93	150 38,07
2 akun	160 40,61		
3 akun	111 28,17		
> 3 akun	72 18,27		

Fitur Instagram yang sering digunakan

Fitur	Jumlah	Persentase (%)
Snapgram	298	75,64
Reels	71	18,02
Post Feeds	19	4,82
Live	2	0,5
Thread	2	0,51
Lainnya	2	0,51

Kepentingan bermain Instagram

Kepentingan	Jumlah	Persentase (%)
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 Instagram

Frekuensi	Jumlah	Persentase (%)
1 – 3 kali	121	30,71
4 – 6 kali	123	31,22
> 6 kali	150	38,07

Rata-rata durasi penggunaan Instagram setiap kali membukanya

Durasi	Jumlah	Persentase (%)
< 30 menit	203	51,52
30 – 60 menit	149	37,82
> 60 menit	42	10,6

Rata-rata durasi penggunaan Instagram dalam sehari

Durasi	Jumlah	Persentase (%)
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 Instagram

Jawab	Jumlah	Persentase (%)
Ya	202	52,27
Tidak	192	48,73

Santrock (2023) 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. **3 13 59** Pertama, peneliti

melakukan uji statistik deskriptif untuk melihat gambaran dari setiap

variabel dalam penelitian ini. **1 3 6** Teknik analisis data selanjutnya yang

peneliti lakukan adalah uji asumsi yang terdiri atas uji asumsi

normalitas, linearitas, independensi eror, dan homoskedastisitas. **2 3** Kemudian

peneliti menjalani uji hipotesis dengan menggunakan uji regresi linear sederhana.

1 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 . 9 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. 45 4.2 45 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 Tabel 4.2

menunjukkan gambaran dari variabel Fear of Missing Out . 24 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 um

um, 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 75 Mean Teoritik Mean Empirik Standar

Deviasi Minimum Maksimum Fear of Missing Out 36 35,3 8,9 13

58 Missed Experience 15 14,2 4,8 5 25 Compulsion 15 15,9 4,1 5

25 Comparison with Friends 6 5,1 2,3 2 10 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 . 8 42 Kategorisasi dilakukan

dengan membagi responden ke dalam tiga kategori yang mengacu pada

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) 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 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)

4.2.3 Gambaran Variabel Emotional Intelligence Gambaran dari variabel Emotional Intelligence pada penelitian ini ditunjukkan dari nilai mean yang diperoleh dari keseluruhan responden. 76 Kategori Rumus Kategorisasi Rendah $X \leq (\mu - 1, \sigma)$ Sedang $(\mu - 1, \sigma) < X \leq (\mu + 1, \sigma)$ Tinggi $X > (\mu + 1, \sigma)$

Kategori Rentang Skor Frekuensi (N) Persentase (%) Rendah 13 – 25 59 14,97 Sedang 26 – 43 272 69,04 Tinggi 44 – 58 63 15,99 (Azwar, 2012) Azwar (2012) Azwar (2012) Tabel 4.5 Gambaran Variabel Emotional Intelligence 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 . 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)

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 77 Mean Teoritis Mean Empiris Standar Deviasi Minimum Maksimum Emotional Intelligence 120 128,8 18,6 83 176 Emotionality 32 30,6 5,3 16 47 Self-Control 24 25,5 4,6 12 37 Sociability 24 25,6 4,1 13 39 Well-Being 24 29,1 5,6 14 42

Auxiliary facet 16 18,0 4,0 6 28 Kategori Rentang Skor Frekuensi (N) Persentase (%) Rendah 89 – 115 56 14,21 Sedang 116 – 152 274 69,54 Tinggi 153 – 183 64 16,24 Azwar (2012) 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) . 70 Suatu data berdistribusi normal jika menunjukkan signifikansi diatas 0,05 . 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.

71 4.3 71 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 . Gambar 4.1 menunjukkan uji asumsi linearitas yang

dilakukan pada penelitian ini. 14 Berdasarkan gambar tersebut memperlihatkan bahwa pola titik data yang terbentuk cenderung berkumpul pada garis lurus. 48 Sehingga uji linearitas yang dilakukan dalam penelitian ini membuktikan bahwa adanya hubungan linear pada variabel Fear of Missing Out dan emotional intelligence. 4

24 Gambar 4. 1 Hasil Uji Asumsi Linearitas 4.3 30 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. 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. 4 18 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 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. Gambar 4.2 memperlihatkan pengujian homoskedastisitas yang dilakukan pada penelitian ini. 24 Pada gambar tersebut menunjukkan letak titik pada scatter plot menyebar dan tidak membentuk pola corong. Oleh karena itu, uji asumsi homoskedastisitas dapat dikatakan terpenuhi. 78 (Mishra et al., 2019) (Gravetter et al., 2021) (Gravetter et al., 2021) (Field, 2018) (Sampson, 2024) Gambar 4. 4 18 2 Hasil Uji Asumsi Homoskedastisitas 4.4 Uji Hipotesis Pada penelitian ini uji asumsi terpenuhi, selanjutnya peneliti melakukan uji hipotesis. 2 22 36 Uji hipotesis dilakukan dengan melakukan pengujian regresi linear sederhana yang tertera pada Tabel 4.7. Tabel 4. 7 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana 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

REPORT #27629605

l emotional intelligence berpengaruh secara signifikan sebesar 2,5% terhadap variabel Fear of Missing Out . Berdasarkan jika R² menunjukkan angka 0,25 atau sekitar 25% artinya pengaruh yang diberikan termasuk besar, jika R² menunjukkan angka 0,09 atau sekitar 9% maka pengaruhnya termasuk sedang, sedangkan jika R² 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 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 . **3 8 12 14 25 31 49** Hal ini menunjukkan bahwa apabila skor emotional intelligence seseorang tinggi, maka skor Fear of Missing Out akan rendah, dan begitupun sebaliknya. **4 37** Rumus dalam uji regresi linear sederhana secara umum memiliki struktur yang sama , 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. 79 R² F p Emotional Intelligence Regression 0,025 10,10 0,002 Fear of Missing Out Residual Total Model Unstandardized Emotional Intelligence (intercept) 45,504 Fear of Missing Out Total emotional intelligence -0,076 Gravetter et al. (2021) (Gravetter et al., 2021) $Y = 45,504 + (-0,076)X$ 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 (H₀) dimana variabel emotional intelligence memengaruhi Fear of Missing Out

pada pengguna Instagram emerging adulthood . **55** 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 Model

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

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 menunj-
ukkan 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

80 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. Begitupun pada pengukuran TEIQue-SF, TEIQue dirancang untuk



mewakili berbagai aspek kepribadian yang berkaitan dengan emosi sehingga dapat memberikan gambaran secara komprehensif . Oleh karena itu, dimensi-dimensi yang membentuk variabel tersebut sudah diperhitungkan untuk bisa menggambarkan suatu tingkat Fear of Missing Out maupun emotional intelligence .

35 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 81 (Kaloeti et al., 2021) (Petrides, 2009) 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 (sebagaimana dalam 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 mengungkapkan bahwa emerging adulthood memiliki tingkat yang tinggi pada dimensi emotionality, serta menurut 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 . 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 menghidrinya 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 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 , 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 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 yang menunjukkan bahwa individu dengan 82 Baudry et al. (2018) Barberis et al., 2023) Anand dan Duggal (2016) Mitevaska dan Tsvetkova (2024) (Petrides, 2009) Reer et al. (2019) (Petrides, 2009) Reer et al. (2019) Calaresi et al. (2024) 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 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 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.

2 3

22 31 36 68 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. **1 9 25 27 58** Uji regresi dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pada independent variable terhadap dependent variable yang diteliti .



22 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 .

52 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 83 Barberis et al. (2023) Barberis et al. (2023) (Gravetter et al., 2021) 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 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



REPORT #27629605

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. 84 Kaloeti et al. (2021)



REPORT #27629605

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	1.74% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9368/10/10.%20BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
2.	0.92% repositori.usu.ac.id https://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/84859/181301239.pdf?...	●
INTERNET SOURCE		
3.	0.89% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6157/10/10.%20BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.78% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6135/11/11.%20BAB%20IV.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
5.	0.66% repository.uir.ac.id https://repository.uir.ac.id/11929/1/178110073.pdf	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.59% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/4250/10/10.%20BAB%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.48% repository.ar-raniry.ac.id https://repository.ar-raniry.ac.id/26595/1/Zaitin%20Humaira%2C%20180901064..	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.42% repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/79351/1/DHIYA%20...	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.4% repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/46161/1/BERLIANA%20...	●



REPORT #27629605

INTERNET SOURCE	
10. 0.38% eprints.upj.ac.id	●
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9127/10/10.%20BAB%20III.pdf	
INTERNET SOURCE	
11. 0.37% eprints.upj.ac.id	●
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10808/10/10.%20BAB%203.pdf	
INTERNET SOURCE	
12. 0.37% repository.unibos.ac.id	●
https://repository.unibos.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/7720/2023%...	
INTERNET SOURCE	
13. 0.36% jurnal.wicida.ac.id	●
https://jurnal.wicida.ac.id/index.php/sebatik/article/download/1922/802/8372	
INTERNET SOURCE	
14. 0.35% eprints.upj.ac.id	●
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6224/10/BAB%20IV.pdf	
INTERNET SOURCE	
15. 0.35% eprints.upj.ac.id	●
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/4258/15/10.%20BAB%20III.pdf	
INTERNET SOURCE	
16. 0.34% eprints.upj.ac.id	●
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9368/9/9.%20BAB%20II.pdf	
INTERNET SOURCE	
17. 0.32% lib.ui.ac.id	●
https://lib.ui.ac.id/file?file=digital/old35/20357884-S-Blanca.pdf	
INTERNET SOURCE	
18. 0.32% eprints.upj.ac.id	●
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10808/11/11.%20BAB%204.pdf	
INTERNET SOURCE	
19. 0.32% repositori.uma.ac.id	●
https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/25801/1/208530030%20...	
INTERNET SOURCE	
20. 0.3% ettheses.uin-malang.ac.id	●
http://etheses.uin-malang.ac.id/62890/2/200401110178.pdf	



REPORT #27629605

INTERNET SOURCE	
21. 0.3% eprints.upj.ac.id	●
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/2991/11/11.%20BAB%20IV.pdf	
INTERNET SOURCE	
22. 0.3% repository.ubharajaya.ac.id	●
http://repository.ubharajaya.ac.id/24958/1/201910515054_Nurul%20Tiara_BAB%20IV.pdf	
INTERNET SOURCE	
23. 0.26% journal.untar.ac.id	●
https://journal.untar.ac.id/index.php/jmishumsen/article/view/2317/2841	
INTERNET SOURCE	
24. 0.25% eprints.upj.ac.id	● ●
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6185/11/11.%20BAB%20IV.pdf	
INTERNET SOURCE	
25. 0.25% repository.uinjkt.ac.id	●
https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/78182/1/ASTRI%20D.pdf	
INTERNET SOURCE	
26. 0.24% e-journals.unmul.ac.id	●
https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/download/9227/pdf	
INTERNET SOURCE	
27. 0.24% repository.uinjkt.ac.id	●
https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/85463/1/WAROHMA...	
INTERNET SOURCE	
28. 0.23% eprints.upj.ac.id	●
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1204/5/15.%20BAB%203.pdf	
INTERNET SOURCE	
29. 0.23% repository.uhn.ac.id	●
https://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/11584/Skripsi%20Rut...	
INTERNET SOURCE	
30. 0.23% eprints.upj.ac.id	●
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7715/11/11.%20BAB%20IV.pdf	
INTERNET SOURCE	
31. 0.21% journal.pubmedia.id	●
https://journal.pubmedia.id/index.php/pjp/article/download/2823/2852/5361	



REPORT #27629605

INTERNET SOURCE	
32. 0.2% eprints.upj.ac.id	●
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7751/9/9.%20Bab%20II.pdf	
INTERNET SOURCE	
33. 0.19% repository.unj.ac.id	●
http://repository.unj.ac.id/27994/4/5.%20BAB%20II%20maul.pdf	
INTERNET SOURCE	
34. 0.18% eprints.upj.ac.id	●
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7751/10/10.%20Bab%20III.pdf	
INTERNET SOURCE	
35. 0.18% repository.ub.ac.id	●
https://repository.ub.ac.id/166402/1/Geraldo%20Gunawan.pdf	
INTERNET SOURCE	
36. 0.18% jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id	●
https://jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id/index.php/MAJIM/article/download/17...	
INTERNET SOURCE	
37. 0.17% eprints.upj.ac.id	●
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/2433/17/11.%20Bab%204.pdf	
INTERNET SOURCE	
38. 0.17% repository.uinjkt.ac.id	●
https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/76659/1/FADHLINA%20	
INTERNET SOURCE	
39. 0.16% eprints.upj.ac.id	●
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9145/8/8.%20BAB%20II.pdf	
INTERNET SOURCE	
40. 0.16% journal.unj.ac.id	●
https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jppp/issue/download/2065/288	
INTERNET SOURCE	
41. 0.15% repository.um-surabaya.ac.id	●
https://repository.um-surabaya.ac.id/2420/5/BAB_IV.pdf	
INTERNET SOURCE	
42. 0.15% journal.uinsgd.ac.id	●
https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/psy/article/view/3315/2327	



REPORT #27629605

INTERNET SOURCE	
43. 0.15% ojs.fkip.ummetro.ac.id	●
https://ojs.fkip.ummetro.ac.id/index.php/bk/article/download/7139/pdf	
INTERNET SOURCE	
44. 0.15% academicjournal.yarsi.ac.id	●
https://academicjournal.yarsi.ac.id/index.php/knpk/article/download/5165/184...	
INTERNET SOURCE	
45. 0.15% eprints.upj.ac.id	●
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6264/11/11.%20BAB%204.pdf	
INTERNET SOURCE	
46. 0.15% lib.unnes.ac.id	●
https://lib.unnes.ac.id/23050/1/1511411121.pdf	
INTERNET SOURCE	
47. 0.15% repository.uinjkt.ac.id	●
https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/81775/1/LYZA%20M...	
INTERNET SOURCE	
48. 0.14% library.uir.ac.id	●
https://library.uir.ac.id/skripsi/pdf/138110037/bab4.pdf	
INTERNET SOURCE	
49. 0.13% ejournal3.undip.ac.id	●
https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/empati/article/download/23587/21484	
INTERNET SOURCE	
50. 0.13% jurnal.usk.ac.id	●
https://jurnal.usk.ac.id/seurune/article/download/39050/21426	
INTERNET SOURCE	
51. 0.13% eprints2.undip.ac.id	●
https://eprints2.undip.ac.id/28565/2/BAB%201.pdf	
INTERNET SOURCE	
52. 0.12% repository.upi.edu	●
http://repository.upi.edu/5830/8/S_PEK_0906478_Chapter5.pdf	
INTERNET SOURCE	
53. 0.12% repositori.uma.ac.id	●
https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/21323/1/198600093%20...	



REPORT #27629605

INTERNET SOURCE	
54. 0.12% repository.uinjkt.ac.id	●
https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/47456/1/MAULIDA%..	
INTERNET SOURCE	
55. 0.11% eprints.upj.ac.id	●
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/7784/12/11.%20Bab%20IV.pdf	
INTERNET SOURCE	
56. 0.11% psychology.binus.ac.id	●
https://psychology.binus.ac.id/2015/09/22/pengaruh-kepribadian-berdasarkan-...	
INTERNET SOURCE	
57. 0.11% eprints.upj.ac.id	●
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3071/11/11.%20BAB%20IV.pdf	
INTERNET SOURCE	
58. 0.11% repository.uinjkt.ac.id	●
https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/84538/1/FIFAIZA%2...	
INTERNET SOURCE	
59. 0.1% penerbitgoodwood.com	●
https://penerbitgoodwood.com/index.php/jisted/article/download/2372/733	
INTERNET SOURCE	
60. 0.1% ejournal3.undip.ac.id	●
https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/empati/article/download/40352/29625	
INTERNET SOURCE	
61. 0.1% repository.unj.ac.id	●
http://repository.unj.ac.id/29641/2/BAB%2B1%2B-%2BBAB%2B5.pdf	
INTERNET SOURCE	
62. 0.09% eprints.upj.ac.id	●
https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10806/9/BAB%203.pdf	
INTERNET SOURCE	
63. 0.08% ojs3.unpatti.ac.id	●
https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/manis/article/download/19282/10535/	
INTERNET SOURCE	
64. 0.08% www.terjemahkejardeadline.com	●
https://www.terjemahkejardeadline.com/cara-uji-validitas-reliabilitas-kuesione...	



REPORT #27629605

INTERNET SOURCE

65. **0.08%** etheses.uin-malang.ac.id

<http://etheses.uin-malang.ac.id/66048/3/220401210003.pdf>



INTERNET SOURCE

66. **0.08%** research-dashboard.binus.ac.id

<http://research-dashboard.binus.ac.id/uploads/paper/document/publication/Jo..>



INTERNET SOURCE

67. **0.08%** eprints.umm.ac.id

<https://eprints.umm.ac.id/12595/1/SKRIPSI.pdf>



INTERNET SOURCE

68. **0.07%** repository.iainkudus.ac.id

<http://repository.iainkudus.ac.id/2579/7/07%20BAB%20IV.pdf>



INTERNET SOURCE

69. **0.07%** repo.uinsatu.ac.id

<http://repo.uinsatu.ac.id/23405/6/BAB%20III.pdf>



INTERNET SOURCE

70. **0.06%** repository.upi.edu

http://repository.upi.edu/63863/4/s_psi_0607154_chapter3.pdf



INTERNET SOURCE

71. **0.05%** eprints.upj.ac.id

<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/4258/16/11.%20BAB%20IV.pdf>



● QUOTES

INTERNET SOURCE

1. **0.11%** repository.uhn.ac.id

<https://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/11584/Skripsi%20Rut...>

INTERNET SOURCE

2. **0.11%** repository.uhn.ac.id

<https://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/6123/GRESCIA%20SU...>

INTERNET SOURCE

3. **0%** repository.uinjkt.ac.id

<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/76659/1/FADHLINA%20...>