

# Pengaruh FOMO (*Fear of Missing Out*) Terhadap Adiksi Media Sosial *Instagram* Pada Wanita *Emerging Adulthood*

Lita Rahma Aryati, Lilim Halimah

Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

litarahmaaryati@gmail.com

**Abstract**—Behavioral phenomenon that indicates a tendency towards Instagram addiction has been found on female emerging adulthood in Bandung. Some of them feel the urge to keep opening their Instagram and neglecting their work. One of the causes that can lead someone to addiction is because of the fear of missing out or FOMO. The purpose of this study was to obtain empirical data on the effect of FOMO on social media Instagram addiction on female emerging adulthood in Bandung. This study is conducted with a quantitative approach using simple linear regression analysis method on 284 people through purposive sampling. The measuring instrument used is the FOMO scale adapted from the Fear of Missing Out Scale (Przybylski, Murayama, DeHaan and Gladwell, 2013) and the social media addiction scale adapted from the Social Media Disorder Scale (Van den Eijnden, Lemmens and Valkenburg, 2016). The results of this study shows that there is a significant effect between FOMO (fear of missing out) and social media Instagram addiction on female emerging adulthood in Bandung with the value of Sig. 0.000 and the FOMO variable contributed 34.1% to the social media addiction variable.

**Keywords**— *Social Media Addiction, FOMO, Instagram, Female Emerging Adulthood.*

**Abstrak**—Ditemukan fenomena perilaku yang mengindikasikan kecenderungan adiksi media sosial Instagram pada wanita emerging adulthood di Bandung. Diantaranya merasakan dorongan untuk terus membuka Instagram hingga mengabaikan pekerjaannya. Salah satu penyebab seseorang menjadi adiksi adalah perilaku takut ketinggalan atau FOMO (fear of missing out). Tujuan penelitian ini untuk memperoleh data empiris mengenai pengaruh FOMO terhadap adiksi media sosial Instagram pada wanita emerging adulthood di Bandung. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, metode analisis regresi linier sederhana pada sample penelitian sebanyak 284 orang melalui purposive sampling. Menggunakan skala FOMO yang diadaptasi dari Fear of Missing Out Scale (Przybylski, Murayama, DeHaan dan Gladwell, 2013) dan skala adiksi media sosial yang diadaptasi dari Social Media Disorder Scale (Van den Eijnden, Lemmens dan Valkenburg, 2016). Data yang diperoleh menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara FOMO (fear of missing out) dengan adiksi media sosial Instagram pada wanita emerging adulthood di Bandung dengan nilai Sig. 0,000 dan variabel FOMO memberikan sumbangan pengaruh terhadap variabel adiksi media sosial sebesar 34.1%.

**Kata Kunci**— *Adiksi Media Sosial, FOMO, Instagram, Wanita Emerging Adulthood.*

## I. PENDAHULUAN

Media sosial seolah – olah telah menjadi kebutuhan yang tidak terpisahkan dari kehidupan individu di zaman sekarang. Provinsi Jawa Barat selama tahun 2019 – 2020 menjadi penyumbang terbesar didalam banyaknya penggunaan media sosial termasuk salah satunya berasal ibukota yaitu Bandung (APJII, 2020). Terdapat berbagai jenis media sosial yang diakses oleh masyarakat yaitu *youtube, twitter, facebook, Instagram*. Anak – anak muda saat ini banyak mengakses *Instagram*. Berdasarkan data yang dikemukakan oleh *Napoleon Cat* sampai Mei 2021, pengguna *Instagram* tercatat sebanyak 88.220.000 dengan didominasi oleh usia 18-24 tahun dan mayoritas adalah wanita sebanyak 52.6% (*Napoleon Cat*, 2021). Survey penelitian yang telah dilakukan oleh *Royal Society for Public Health (RSPH)* mengenai dampak penggunaan media sosial diantaranya berdampak pada kecemasan, depresi, *bullying* dan termasuk *fear of missing out*. Hasil dari survey tersebut didapatkan *Instagram* adalah media sosial mempunyai pengaruh paling buruk dibanding media sosial lain (People,2017). Penggunaan media sosial bisa mempengaruhi suasana hati, menimbulkan kecemasan pada individu yang dimana adanya perasaan khawatir, gelisah, sulit berkonsentrasi hingga sulit tidur, merasakan tidak percaya diri akibat membandingkan diri dengan foto individu diluar sana yang tampak lebih bahagia, dan juga dapat menimbulkan kecanduan karena penggunaannya berlebihan dan cenderung banyak melakukan interaksi di media sosial dikarenakan adanya keinginan untuk terus – menerus membuka akun media sosialnya agar terhubung dengan individu lainnya melalui media sosial (Brown,2018).

Kemudahan didalam mengakses media sosial *Instagram* dapat memainkan peran penting individu pada masa *emerging adulthood* didalam mengeksplorasi diri, mengubah gaya hidup individu termasuk ketika mengakses situs jejaring sosial, individu dapat dengan mudahnya terhubung satu sama lain walaupun saling berjauhan. Menurut Arnett (2013) wanita pada masa *emerging*

*adulthood* lebih mempunyai ketertarikan yang lebih didalam membangun pertemanan yang intim dengan teman – temannya. Penggunaan media sosial *Instagram* inilah yang bisa memenuhi kebutuhannya wanita untuk terus terhubung membangun relasi dengan orang – orang disekitarnya. Menurut Kircaburun dan Griffiths (2018a) media sosial *Instagram* menawarkan banyak fitur – fitur kepada para penggunanya baik untuk mengedit, mengupload foto atau video, mendapatkan *like* dan juga komentar dari orang lain, mengikuti (*follow*) profil *Instagram* orang lain begitupun sebaliknya diikuti kembali oleh orang lain.

Daya tarik dari penggunaan media sosial *Instagram* ini, selain memudahkan individu untuk terus terhubung dan berinteraksi dengan sesama pengguna satu sama lain di belahan dunia lain juga dapat berpotensi menyebabkan efek negatif, terlebih saat intensitas penggunaannya semakin meningkat. (Kircaburun dan Griffiths, 2018b). Penggunaan media sosial *Instagram* secara berlebihan dan adiktif juga memberikan efek yang buruk pada diri individu yaitu menjadikan individu menjadi adiksi media sosial terutama ketika individu tidak mampu mengontrol dirinya untuk terus mengeksplor fitur – fitur yang ada saat menggunakan media sosial *Instagram*. Penelitian yang dilakukan Sumaryanti, Azizah, Diantina dan Nawangsih (2020) ditemukan terdapat kecenderungan adanya perilaku adiksi media sosial di kalangan mahasiswa di Bandung. Menurut Andreassen, Pallesen dan Griffiths (2016) terdapat faktor demografis individu terkait tingginya skor individu mengalami adiksi media sosial, dimana hal itu terjadi pada individu yang berjenis kelamin perempuan. Wanita lebih berisiko dalam mengembangkan perilaku adiktif untuk aktivitas yang melibatkan elemen interaksi sosial termasuk melalui penggunaan media sosial, sedangkan pria disisi lain lebih berisiko mengembangkan perilaku adiktif dengan jenis penggunaan yang berorientasi pada proses seperti berjudi, bermain game, atau menonton film porno (Van Deursen, Bolle, Hegner & Kommers, 2015).

Menurut Van den Eijnden, Lemmens dan Valkenburg (2016), adiksi media sosial adalah penggunaan media sosial yang berlebih dan mengarahkan individu untuk berulang kali mengaksesnya, pada akhirnya mengakibatkan terjadinya gangguan perilaku serta munculnya berbagai permasalahan baik pada masalah sosial ataupun masalah emosional dalam kehidupan penggunanya. Berdasarkan prasurvey yang dilaksanakan pada 89 responden, didapatkan data awal yang mengindikasikan *emerging adulthood* di Bandung mengalami adiksi media sosial *Instagram* yang cukup tinggi, sebanyak 62.9% responden merasakan adanya dorongan untuk terus membuka *Instagram* (*persistence*), 53.9% responden merasa mudah teralihkan sehingga jika mendapatkan notifikasi dari *Instagram* segera ingin membukanya (*preoccupation*), 65.2% responden menggunakan *Instagram* untuk memperbaiki *mood* (*escape*), 48,3% responden menghabiskan banyak waktu di *Instagram* untuk mendapatkan kepuasan tersendiri (*tolerance*), 34.8%

responden mengabaikan pekerjaannya ketika menggunakan *Instagram* (*displacement*).

Penelitian JWTIntelligence (2012) menyatakan jika pengguna internet di dunia mengalami FOMO yakni sebesar 40%. Hasil temuan yang dilakukan oleh Franchina (2018), bahwa FOMO merupakan faktor penting yang menjelaskan penggunaan media sosial remaja, penelitian ini menemukan bahwa remaja dengan tingkatan FOMO yang lebih tinggi akan lebih sering menggunakan media sosial. Przybylski, Murayama, DeHaan dan Gladwell, (2013) mendefinisikan bahwa FOMO adalah perasaan takut ketika melewatkan sesuatu atau peristiwa penting individu lain sementara individu yang bersangkutan tidak mampu hadir di momen tersebut, sehingga dicirikan adanya keinginan yang kuat untuk selalu terhubung dan mengetahui aktivitas apapun yang orang lain lakukan melalui media sosial.

Perilaku wanita *emerging adulthood* yang mengalami FOMO ini pun tampak dari hasil prasurvey, dimana perilaku tersebut karena individu mengalami rasa takut akan ketinggalan informasi terbaru dari aktivitas yang dilakukan oleh individu lain. Namun ditemukan hasil prasurvey bahwa wanita *emerging adulthood* di Bandung mengalami tingkatan yang cukup rendah, 16.9% responden merasakan perasaan khawatir jika tidak mengetahui apa yang sedang terjadi di *Instagram*, 11.2% khawatir jika orang lain memiliki pengalaman yang lebih berharga dibandingkan dirinya, 25.8% merasa harus *up to date* mengenai peristiwa apa yang terjadi di *Instagram*, 4.5% cemas ketika tidak tahu apa yang sedang dilakukan teman – teman di *Instagram*, 33.7% penting mengetahui apa yang sedang terjadi di *Instagram* dan sebanyak 29.2% menghabiskan waktu untuk memantau (*stalking*) akun *Instagram* orang lain.

Berdasarkan data di lapangan didapatkan bahwa terdapat gambaran FOMO berkontribusi terhadap terjadinya adiksi, walaupun dari data yang didapatkan menunjukkan tingkatan FOMO pada wanita *emerging adulthood* di Bandung cenderung rendah. Secara fenomena hal ini menjadi suatu kesenjangan dengan konsep teori yang dikemukakan, bahwa individu yang mengalami FOMO akan merasa cemas, gelisah, dan takut ketika melewatkan peristiwa penting yang dilakukan rekan-rekannya, sehingga individu mempunyai keinginan kuat untuk selalu mengetahui aktivitas apapun yang orang lain lakukan, salah satunya melalui media sosial dan hal ini bisa mengarahkan kepada perilaku adiksi (Przybylski et.al, 2013).

Tingginya tingkat FOMO yang dialami individu akan membuat individu tersebut memiliki kecenderungan mengakses media sosial *Instagram* secara berlebihan dengan intensitas yang tinggi, dimana hal tersebut sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan psikologisnya yang ingin selalu terhubung dengan setiap kegiatan yang dilakukan rekannya maupun orang lain. Pada penelitian Blackwell (2017) ditemukan hasil bahwa rasa takut ketinggalan (FOMO) menjadi prediktor yang paling berpengaruh didalam memprediksi kecanduan media sosial. Pengaruh FOMO terhadap adiksi media sosial menjadi isu yang

penting bahwa *emerging adulthood* terutama wanita memiliki tingkat FOMO yang lebih tinggi dan merasa stress ketika kebutuhannya di media sosial tidak terpenuhi (Beyens, Frison, & Eggermont, 2016). Sehingga rasa takut ketinggalan atau FOMO ini secara langsung terkait dengan penggunaan *Instagram* yang bermasalah. Oleh karena itu, berdasarkan hasil prasurvey lapangan dan hasil penelitian – penelitian sebelumnya, peneliti memandang bahwa penting dilakukan penelitian lebih mendalam dan komprehensif mengenai, “Pengaruh FOMO (*Fear of Missing Out*) terhadap adiksi media sosial *Instagram* pada wanita *emerging adulthood* di Bandung.”

Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data empiris mengenai besarnya pengaruh FOMO (*fear of missing out*) terhadap adiksi media sosial *Instagram* pada wanita *emerging adulthood* di Bandung.

II. METODOLOGI

Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah FOMO (*fear of missing out*) dan variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah adiksi media sosial *Instagram*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah wanita *emerging adulthood* rentang usia 18-24 tahun, berdomisili atau tinggal di Bandung, aktif menggunakan *Instagram* selama 1 tahun terakhir. Subjek berjumlah 284 orang yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan secara daring dengan penyebaran google form menggunakan alat ukur FOMO Scale oleh Przybylski, et.al (2013) yang telah diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia oleh Azmi (2019) dan Social Media Disorder Scale oleh Van den Eijnden, et.al (2016) yang telah diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia oleh Putri (2019). Desain penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian non eksperimental - kausalitas dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana pengaruh FOMO (*Fear of Missing Out*) terhadap adiksi media sosial *Instagram* pada wanita *emerging adulthood*, menggunakan pengukuran statistik yang didasarkan koefisien regresi. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana.

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

TABEL 1. ANALISIS REGRESI LINIER SEDERHANA

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.070	.055		55.640	.000
	FOMO	.036	.003	.584	12.076	.000

a. Dependent Variable: ADIKSI\_IG

Berdasarkan tabel 1 persamaan analisis regresi linier sederhana yaitu  $Y = 3.070 + 0.036X$ . Jika variabel X (independen) tidak ada atau sama dengan nol maka nilai adiksi sebesar 3.070 atau 30,7%. Setiap penambahan 1% nilai FOMO akan meningkatkan nilai Adiksi sebesar 0.036 atau 3,6%. Sebaliknya jika angkanya negatif berlaku penurunan nilai Adiksi.

TABEL 2. UJI T

		Coefficients <sup>a</sup>			
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	3.070	.055		55.640
	FOMO	.036	.003	.584	12.076

a. Dependent Variable: ADIKSI\_IG

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa Sig. senilai 0,000 yang berarti jika dibandingkan 0.05 maka Sig. < 0.05 dan t hitung sebesar 12.076 > t tabel 1.96. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (FOMO) berpengaruh terhadap variabel dependen (Adiksi).

TABEL 3. UJI F

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.984	1	5.984	145.826	.000 <sup>b</sup>
	Residual	11.571	282	.041		
	Total	17.555	283			

a. Dependent Variable: ADIKSI\_IG

b. Predictors: (Constant), FOMO

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa Sig. senilai 0.000 yang berarti jika dibandingkan 0.05 maka Sig. ≤ 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa keseluruhan variabel independen (FOMO) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Adiksi).

TABEL 4. UJI KOEFISIEN KORELASI (R) DAN KOEFISIEN DETERMINASI (R<sup>2</sup>)

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.584 <sup>a</sup>	.341	.339	.20256

a. Predictors: (Constant), FOMO

b. Dependent Variable: ADIKSI\_IG

Berdasarkan tabel 4 nilai koefisien relasi (R) sebesar 0,584. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan variabel independen (FOMO) dengan variabel dependen (Adiksi) dikatakan positif dan sedang. Sedangkan, nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0.341 (34,1%). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh atau kemampuan variabel independen (FOMO) dalam menjelaskan variabel dependen (Adiksi) sebesar 34.1%.

TABEL 5. TABULASI SILANG FOMO DAN ADIKSI MEDIA SOSIAL

	ADIKSI IG				Total
	Tidak Adiksi	Adiksi Ringan	Adiksi Sedang	Adiksi Parah	
FOMO Rendah	165 (58.1%)	21(7.4%)	0 (0%)	0 (0%)	186 (65.5%)
Tinggi	50 (17.6%)	33 (11.6%)	11 (3.9%)	4 (1.4%)	98 (34.5%)
Total	215 (75.7%)	54 (19.0%)	11 (3.9%)	4 (1.4%)	284 (100%)

Berdasarkan tabel 5 mengenai tabulasi silang FOMO dengan Adiksi Media Sosial, jumlah wanita *emerging adulthood* pengguna media sosial *Instagram* di Bandung secara keseluruhan yang memiliki tingkatan FOMO yang rendah sebanyak 186 orang (65,5%) dengan tidak mengalami adiksi sebanyak 165 orang, memiliki tingkatan FOMO rendah dengan mengalami adiksi ringan sebanyak 21 orang, sementara yang memiliki tingkatan FOMO yang rendah dengan mengalami adiksi sedang dan adiksi parah tidak ada. Hasil penelitian ini sejalan dengan

Franchina, et.al (2018) bahwa individu yang mengalami FOMO dengan tingkatan yang lebih tinggi akan lebih sering menggunakan media sosial dan mudah mengalami adiksi media sosial, sementara individu yang mengalami FOMO dengan tingkatan yang rendah kemungkinan besar tidak mengalami adiksi atau hanya mengalami adiksi dengan tingkatan sangat ringan.

Sementara, jumlah wanita emerging adulthood pengguna media sosial Instagram di Bandung secara keseluruhan yang memiliki tingkatan FOMO tinggi sebanyak 98 orang (34,5%) dengan tidak mengalami adiksi sebanyak 50 orang, memiliki tingkatan FOMO tinggi dengan mengalami adiksi ringan sebanyak 33 orang, memiliki tingkatan FOMO tinggi dengan mengalami adiksi sedang sebanyak 11 orang, memiliki tingkatan FOMO yang parah dengan mengalami adiksi parah sebanyak 4 orang. Prybylski, Murayama, DeHaan dan Gladwell (2013) yang menyebutkan bahwa FOMO menjadi faktor yang bisa mendorong meningkatnya penggunaan internet khususnya penggunaan media sosial dan hal ini meningkatkan individu bisa mengalami adiksi internet termasuk media sosial.

Wanita yang menjadi sample dalam penelitian ini berada dalam kategori emerging adulthood dimana pada masa ini seseorang akan banyak melakukan eksplorasi mengenai banyak hal salah satunya dalam membangun pertemanan yang intim melalui penggunaan media sosial. Sejalan dengan penelitian Beyens, Frison dan Eggermont (2016), bahwa wanita pada masa emerging adulthood cenderung memiliki tingkatan FOMO yang lebih tinggi dan merasa stress ketika kebutuhannya di media sosial tidak terpenuhi, sehingga mereka akan terus menggunakan media sosial untuk menghilangkan perasaan takut tertinggal informasi. Pada penelitian Pantu (2018) juga mengatakan bahwa perempuan mengalami lebih banyak kecanduan media sosial hal ini terjadi karena perempuan lebih besar merasakan ketergantungan terhadap rekan – rekannya, sehingga penggunaan media sosialnya lebih sering.

Emerging adulthood yang merupakan masa peralihan dari masa remaja akhir menuju masa dewasa awal salah satu cirinya mengalami ketidakstabilan termasuk ketika membangun relasi sosial (Arnett, 2013). Sehingga, individu akan melakukan berbagai eksperimen mencoba hal – hal yang baru dengan tujuan memperluas pengalaman barunya dengan menggunakan media sosial sebagai alat untuk mengeksplor berbagai informasi agar tidak cemas tertinggal informasi. Pendapat ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Santrock (2012) yang menyatakan bahwa pada masa ini akan melibatkan perubahan – perubahan baik secara kognitif maupun sosial – emosional termasuk mengenai kecemasan. Serta, penelitian yang dilakukan Balta, et.al (2018) berpendapat bahwa kecemasan bisa berhubungan dengan rasa takut ketinggalan (FOMO) dan penggunaan media sosial Instagram yang bermasalah.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi sederhana pada variabel FOMO dan variabel adiksi media sosial, diketahui bahwa FOMO memberikan pengaruh yang signifikan terhadap adiksi media sosial Instagram pada

wanita emerging adulthood di Bandung dengan nilai Sig.  $0.000 < 0.05$  dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,341 atau sebesar 34,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel FOMO hanya memberikan sumbangan dalam menjelaskan terjadinya adiksi media sosial sebesar 34.1% sedangkan sisanya sebesar 65.9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Artinya walaupun FOMO hanya berpengaruh sebesar 34.1% namun tetap memberikan sumbangan dalam terjadinya adiksi media sosial dan hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Blackwell (2017) bahwa rasa takut ketinggalan atau FOMO menjadi prediktor yang berpengaruh dalam memprediksi adiksi media sosial. Dalam penelitian ini sebesar 65.9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Seperti dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Blackwell, et.al (2017) faktor extraversion, neuroticism, attachment style dapat menjadi prediktor seseorang menjadi adiksi media sosial. Sejalan dengan Young (2010), terdapat faktor yang bisa mempengaruhi tingkatan adiksi pada individu dimana hal ini berkaitan dengan kondisi psikologis. Individu yang mengalami masalah – masalah emosional seperti gangguan cemas, depresi akan cenderung meningkatkan penggunaan internet maupun media sosial dengan tujuan untuk mengalihkan dari perasaan yang tidak menyenangkannya.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara FOMO (fear of missing out) dengan adiksi media sosial Instagram pada wanita emerging adulthood di Bandung dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,341 hal ini menunjukkan bahwa variabel FOMO memberikan sumbangan pengaruh terhadap variabel adiksi media sosial sebesar 34,1% dan sisanya sebesar 65,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.
2. Gambaran tingkatan FOMO pada wanita emerging adulthood di Bandung didominasi dalam tingkatan rendah yaitu sebanyak 186 orang (65,5%) dari total 284 orang.
3. Gambaran tingkatan adiksi pada wanita emerging adulthood di Bandung didominasi dalam tingkatan sangat rendah sebanyak 215 orang (75,7%) tidak mengalami adiksi ketika mengakses media sosial Instagram.

#### ACKNOWLEDGE

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat dalam penelitian ini termasuk kepada 284 responden penelitian yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan data dan membantu peneliti didalam menyelesaikan penelitian ini

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2016). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287-293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- [2] Arnett, J.J. (2013). *Adolescence and Emerging Adulthood: A Cultural Approach*. 5th Edition. United State of Amerika: Pearson Education.
- [3] Asosiasi Penyelenggara Jasa internet Indonesia. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. Diakses 13 Desember 2020, dari <https://apjii.or.id/survei>.
- [4] Azmi, N. (2019). Hubungan Antara Fear Of Missing Out (FoMo) Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Mahaiswa. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Riau.
- [5] Balta, S., Emirtekin, E., Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2018). Neuroticism, trait fear of missing out, and Phubbing: The mediating role of state fear of missing out and problematic Instagram use. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18(3), 628-639. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9959-8>.
- [6] Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69-72. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- [7] Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). "I don't want to miss a thing": Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64,1-8. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083>
- [8] Brown, J. (2018, January 16). APA saja bukti pengaruh media sosial kehidupan ANDA. BBC News Indonesia. Diakses 17 Desember 2020, dari <https://www.bbc.com/indonesia/vert-fut-42679432>
- [9] Deci, E. L. & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination inhuman behavior*. New York: Plenum.
- [10] Franchina, V., Vanden Abeele, M., Van Rooij, A., Lo Coco, G., & De Marez, L. (2018). Fear of missing out as a predictor of problematic social media use and Phubbing behavior among Flemish adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(10),2319. <https://doi.org/10.3390/ijerph15102319>
- [11] Hurlock. (2013) . *Perkembangan Anak*, jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- [12] JWTIntelligence. (2012, March). *Fear of Missing Out (FoMO)*. Wunderman Thompson Intelligence. Diakses 26 Oktober 2020, dari [https://www.jwtintelligence.com/wpcontent/uploads/2012/03/F\\_JWT\\_FOMO-update\\_3.21.12.pdf](https://www.jwtintelligence.com/wpcontent/uploads/2012/03/F_JWT_FOMO-update_3.21.12.pdf)
- [13] Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2018a). Instagram addiction and the Big Five of personality: The mediating role of self-liking. *Journal of Behavioral Addictions*,7(1), 158 - 170. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.15>
- [14] Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2018b). Problematic Instagram use: The role of perceived feeling of presence and escapism. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17(4),909-921. <https://doi.org/10.1007/s11469-0189895-7>
- [15] KodesJabar. Inilah 149 Titik Lokasi WiFi Bandung Juara Dan Cara Menggunakannya (2017,November). KodesJabar. Diakses 8 Desember 2020, dari <https://www.kodesjabar.com/2017/11/inilah-149-titik-lokasi-wifi-bandung.html>
- [16] NapoleonCat. (2021). *Instagram User in Indonesia May 2021*. Diakses 31 Mei 2021, <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2021/05>
- [17] People, Y. (2017, May 19). Instagram ranked worst for young people's mental health. RSPH | Royal Society for Public Health UK. Diakses 5 Desember 2020, dari <https://www.rsph.org.uk/about-us/news/Instagram-ranked-worst-for-young-people-s-mental-health.html>.
- [18] Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>.
- [19] Putri, A. I. D., & Halimah, L. (2019). Hubungan FoMO (Fear of Missing Out) dengan Adiksi Media Sosial pada Mahasiswa Pengguna Instagram di Universitas Islam Bandung.
- [20] Risdayanti, K. S. (2019). Peranan Fear Of Missing Out Terhadap Problematic Social Media Use. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora,dan Seni*, 3(1), 276-282. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v3i1.3527>
- [21] Santrock, J.W. (2012). *Life-Span Development (Perkembangan Masa Hidup Edisi 13 Jilid 1, Penerjemah: Widiasinta.B)*.Jakarta: Erlangga.
- [22] Sumaryanti, I.U, Azizah S, Diantina F.P & Nawangsih, E. (2020). Personality and Social Media Addiction Among College Students. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 409, 376-379.<http://dx.doi.org/10.2991/assehr.k.200225.079>.
- [23] Van den Eijnden, R. J., Lemmens, J. S., & Valkenburg, P. M. (2016). The Social Media Disorder Scale. *Computers in Human Behavior*, 61, 478–487. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.038>.
- [24] Van Deursen, A., Bolle, C., Hegner, M. and Kommers, P.A.M. (2015) Modeling Habitual and Addictive Smartphone Behavior: The Role of Smartphone Usage Types, Emotional Intelligence, Social Stress, Self-Regulation, Age, and Gender. *Computers in Human Behavior*, 45, 411-420. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2014.12.039>.
- [25] Young, Kimberly S. (2010). *Internet addiction: a handbook and guide to evaluation and treatment*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- [26] Halimah Dzar Nurul, Nawangsing Endah. (2021). *Studi Deskriptif Mengenai Happiness pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial di Kota Bandung*. *Jurnal Riset Psikologi*, 1(1), 7-11.