

# Aminatul Hidayah

*by Aminatul Hidayah*

---

**Submission date:** 24-Aug-2023 10:22PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2150566859

**File name:** Aminatul\_Hidayah\_Psikoborneo.docx (293.47K)

**Word count:** 5524

**Character count:** 35776

## The Relationship of Fear of Missing Out (FoMO) with Social Media TikTok Addiction on Adolescents

### Hubungan *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan Adiksi Media Sosial TikTok pada Remaja

Aminatul Hidayah<sup>1</sup>, Dwi Nastiti<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Department of Psychology, Muhammadiyah University Sidoarjo, Indonesia  
Email: <sup>1</sup>[aminatulh4@gmail.com](mailto:aminatulh4@gmail.com), <sup>2</sup>[dwinastiti@umsida.ac.id](mailto:dwinastiti@umsida.ac.id)

#### Artikel Info

##### Riwayat Artikel:

Penyerahan dd/mm/yyyy  
Revisi dd/mm/yyyy  
Diterima dd/mm/yyyy

##### Keyword:

FoMO; Addiction; Adolescents

#### ABSTRACT

This study was conducted because there is TikTok addiction among teenage students in Tanggulangin District, Sidoarjo, which can be seen from the characteristics of spending time using TikTok for more than 5 hours a day, accessing TikTok while learning is taking place, and not doing schoolwork because they are distracted from continuing to access TikTok. One of the factors causing TikTok addiction is Fear of Missing Out (FoMO). The independent variable in this study is Fear of Missing Out (FoMO), measured using the FoMO scale, while the dependent variable is TikTok social media addiction, measured using the Social Media Addiction Scale (SMAS.) The population of this study is junior high school students in Tanggulangin District, Sidoarjo, totaling 3,440. The sample amounted to 342 with the category of students aged 12-18 years and were TikTok users, selected through purposive sampling technique. The analysis used was the Pearson Product Moment correlation test. The results showed that there is a positive relationship between Fear of Missing Out (FoMO) and TikTok social media addiction with  $r=0.351$  and  $p<0.001$

#### ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan karena terdapat adiksi Tiktok pada pelajar berusia remaja di Kecamatan Tanggulangin, Sidoarjo, yang terlihat dari ciri-ciri menghabiskan waktu untuk menggunakan TikTok lebih dari 5 jam sehari, mengakses Tiktok saat pembelajaran berlangsung, dan tidak mengerjakan tugas sekolah karena terdistraksi untuk terus mengakses Tiktok. Salah satu faktor adiksi Tiktok adalah Fear of Missing Out (FoMO). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Fear of Missing Out (FoMO), diukur menggunakan FoMO scale, sedangkan variabel dependen adalah adiksi media sosial Tiktok, diukur menggunakan Social Media Addiction Scale (SMAS.) Populasi penelitian ini adalah pelajar tingkat SMP-SMA di Kecamatan Tanggulangin, Sidoarjo, berjumlah 3.440. Sampel berjumlah 342 dengan kategori pelajar berusia 12-18 tahun dan merupakan pengguna Tiktok, dipilih melalui teknik purposive sampling. Analisis yang digunakan adalah uji korelasi Pearson Product Moment. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan positif antara Fear of Missing Out (FoMO) dengan adiksi media sosial Tiktok dengan  $r=0,351$  dan  $p<0,001$ .

#### Kata Kunci

FoMO; Adiksi; Remaja

Copyright (c) Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi

#### Korespondensi:

Aminatul Hidayah

Departement of Psychology, Muhammadiyah Sidoarjo University, Indonesia  
Email: [aminatulh4@gmail.com](mailto:aminatulh4@gmail.com)



## LATAR BELAKANG

Dalam beberapa tahun terakhir, fasilitas untuk berkomunikasi melalui internet telah mengalami banyak perkembangan, hal ini ditandai dengan munculnya berbagai platform media sosial (Abadi, 2019). Media sosial didefinisikan sebagai saluran komunikasi daring yang didedikasikan untuk interaksi, berbagi konten, dan kolaborasi (Gantiny, 2018). Media sosial merupakan jenis layanan internet yang paling banyak digunakan di Indonesia saat ini (Warouw, 2020). Berdasarkan riset *Wearesocial Hootsuite* yang dirilis pada bulan Januari 2019, pengguna media sosial di Indonesia ditaksir menyentuh angka 150 juta pengguna atau setara 56% dari jumlah penduduk Indonesia (Rahmayani, 2021). Perkembangan media sosial juga saat ini mengalami pembaruan setiap tahun (Rahmayani, 2021). Tidak hanya digunakan sebagai media berkomunikasi dan bertukar informasi, sejumlah media sosial sengaja diciptakan sebagai media yang dapat menghibur penggunanya (Hayati, 2020). Di antara media sosial tersebut antara lain adalah Instagram, Snapchat, YouTube, dan TikTok, yang masuk ke dalam kategori *social media sharing network* atau media sosial yang berfokus membagikan konten melalui foto dan video (Adieb, 2022).

Media sosial yang berbasis hiburan tersebut dapat memberikan efek menyenangkan bagi penggunanya sekaligus menyebabkan penggunanya tertarik terhadap fasilitasnya untuk digunakan secara terus menerus sehingga dapat mengarah kepada adiksi media sosial (Hartinah et al., 2019). Adiksi adalah perilaku ketergantungan terhadap suatu fasilitas yang menjadi kebiasaan (Wulandari, 2020). Adiksi terhadap media sosial didefinisikan sebagai gangguan perilaku dalam menggunakan media sosial yang berlebihan dan mengarah pada kecenderungan untuk terus menerus menggunakan media sosial (Wahyuninda & Silaen, 2021). Adiksi media sosial sendiri memiliki tiga aspek, yaitu; konsekuensi sosial; pengalihan waktu; dan perasaan kompulsif (Al-Menayes, 2016). Konsekuensi sosial didefinisikan sebagai cerminan penggunaan media sosial yang berpengaruh pada aktivitas pengguna dalam kehidupan sehari-hari, sementara pengalihan waktu adalah cerminan waktu yang digunakan oleh pengguna media sosial, dan perasaan kompulsif adalah kecenderungan yang menjadi cerminan perasaan pengguna media sosial (Azmi, 2019). Orang yang mengalami adiksi media sosial cenderung terus menerus mengakses suatu aplikasi tertentu untuk menuruti kebutuhan suasana hatinya (Farmer, R. F., & Chapman, 2016). Seperti penelitian terdahulu yang dilakukan Rahardjo, dkk. yang menjelaskan bahwa, selain untuk membangun relasi sosial, individu yang mengalami adiksi terhadap media sosial Instagram mengaku mendapatkan kesenangan dan sukacita dengan bermain Instagram (Rahardjo et al., 2020).

Media sosial lain yang cukup terkenal di Indonesia adalah TikTok (Hayati, 2020). TikTok merupakan media sosial yang terbilang cukup baru dan populer karena baru diluncurkan pada tahun 2016 (Kumparan.com, 2020). TikTok menjadi salah satu aplikasi yang banyak digemari oleh pengguna media sosial di Indonesia. Terbukti pada bulan Maret 2020 TikTok mampu menempati urutan teratas dalam

*top apps* (Massie, 2020). Pada kuartal I tahun 2022, jumlah pengguna TikTok ditaksir mencapai 1,39 miliar pengguna aktif bulanan di seluruh dunia (Subagiyo & Aesthetika, 2023). TikTok sendiri merupakan aplikasi media sosial yang berfungsi sebagai media hiburan sekaligus media informasi yang membuat penggunanya dapat berbagi konten berupa video singkat dengan menawarkan bermacam filter dan fitur editing untuk video yang akan dibagikan. Selain itu, TikTok juga mampu menampilkan video terbaru, viral, dan juga video yang sesuai dengan ketertarikan penggunanya melalui beranda *For Your Page* (FYP).

TikTok juga memiliki kelebihan lain seperti menyajikan *trend challenge* yang beragam yang dapat diikuti oleh penggunanya (Kelvin Layzuardy, 2018). Fitur-fitur tersebut yang menjadi pembeda antara TikTok dengan media sosial lainnya termasuk Instagram. Dengan sejumlah fitur tersebut, TikTok kini diminati masyarakat karena ketika seseorang menggunakan TikTok akan memperoleh suatu efek, dimana efek tersebut akan memberikan kepuasan dan kesenangan bagi penggunanya (Chandra Kusuma & Oktavianti, 2020). Hal tersebut dapat memunculkan adiksi karena akses yang berlebihan dan cenderung banyak berinteraksi di TikTok disebabkan adanya keinginan untuk aktif mengakses TikTok secara terus-menerus. Adiksi media sosial TikTok didefinisikan sebagai perilaku kompulsif, kurangnya kontrol diri, pengabaian terhadap realitas sosial, dan indikasi ketergantungan terhadap media sosial TikTok (Subagja, 2021).

Terhitung hingga Januari 2022, jumlah pengguna TikTok di Indonesia mencapai 92,07 juta pengguna (Erfani, 2022). Dari jumlah tersebut, sekitar 13% di antaranya merupakan remaja dengan rentang usia 13–17 tahun (Ginee.com, 2021). Adiksi dalam menggunakan TikTok adalah satu dari sekian isu yang kerap terjadi pada banyak orang terutama remaja (Indah, 2022). Remaja adalah suatu tahapan dalam perkembangan hidup yang dapat disebut sebagai peralihan dari masa anak-anak menuju masa dewasa yang mana rentang usia remaja adalah 12–18 tahun (Sacco, 2013). Dengan menggunakan media sosial TikTok, remaja mampu mengikuti trend terbaru yang ada saat ini. Mayoritas remaja beranggapan bahwa semakin mereka aktif dalam menggunakan TikTok, maka mereka akan dianggap semakin keren, sedangkan remaja yang tidak memiliki akun TikTok akan dianggap tertinggal oleh perkembangan zaman (Suryani, 2014).

Salah satu teori yang diajukan oleh *Institute of Psychology of The Chinese Academy of Science* mengungkapkan bahwa, dengan turut melibatkan diri dalam aktivitas online serta internet, kelompok remaja cenderung akan mencari kompensasi untuk identitas diri mereka, harga diri, dan jejaring sosial (Puspitasari, 2012). Pesatnya arus informasi yang terdapat pada TikTok tidak hanya menghadirkan dampak yang positif, seperti bertambahnya relasi, tetapi juga menimbulkan dampak negatif bagi remaja, utamanya mereka yang berstatus sebagai pelajar (Rahmadani, 2022). Dampak negatif tersebut disebabkan oleh akses konten media TikTok yang kian bebas dan tanpa dibatasi waktu sehingga menyebabkan belajar bukan lagi sebagai prioritas yang utama. Selain itu, konten yang ditampilkan di TikTok tidak

jarang bertolak belakang dengan aturan agama dan budaya lokal. Tidak jarang pula konten yang ada menampilkan gaya hidup dan penampilan yang berlebihan (Hijrah & Nurul Intan, 2021). Sejumlah dampak negatif tersebut dapat mengacaukan kehidupan sosial dan pendidikan remaja.

Gejala-gejala yang dialami remaja yang mengalami adiksi terhadap TikTok di antaranya yaitu, mengakses TikTok lebih dari 5 jam sehari (Azmi, 2019), tidak menghiraukan tugas personal mereka, semisal mengerjakan tugas-tugas sekolah (Young, 2017), mengakses TikTok saat proses belajar mengajar sedang berlangsung, merasa bingung dan bosan jika tidak bermain TikTok, dan terganggunya kesehatan dikarenakan menghabiskan waktu hanya untuk bermain Tiktok (Wulandari, 2015). Berdasarkan survey yang dilakukan pada pertengahan Maret 2023 terhadap 25 pelajar tingkat SMP dan SMA di Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo, diperoleh hasil bahwa sebanyak 14 remaja menghabiskan waktu untuk menggunakan TikTok lebih dari 5 jam sh behari, 6 remaja mengakses TikTok saat pembelajaran sedang berlangsung, dan 3 remaja tidak mengerjakan tugas sekolah mereka karena terdistraksi untuk terus mengakses TikTok. Dari hasil survei tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah adiksi media sosial TikTok pada pelajar berusia remaja di Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo jika ditinjau dari gejala yang dikemukakan oleh teori di atas (Azmi, 2019)

Penelitian terdahulu yang dilakukan Yahya dan Rahim memperoleh temuan bahwa terdapat sejumlah faktor yang menjadi penyebab adiksi terhadap suatu media sosial, antara lain; faktor sosial; faktor penggunaan teknologi; dan faktor psikologis (Yahya & Rahim, 2017). Salah satu faktor psikologis yang mempengaruhi adiksi terhadap suatu media sosial adalah *Fear of Missing Out* (FoMO), sebagaimana ditemukan pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Amelia bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) memiliki peran yang signifikan terhadap adiksi media sosial TikTok (Amelia, 2022).

Menurut teori yang dikemukakan Przybylski, dkk. FoMO merupakan perasaan takut dan khawatir yang terjadi saat individu terlewatkan peristiwa penting yang dialami individu lain sementara individu yang bersangkutan tidak terlibat dalam peristiwa atau momen tersebut, sehingga digambarkan dengan adanya keinginan yang besar untuk terkoneksi dan mengetahui aktivitas apapun yang dilakukan oleh individu lain lewat media sosial (Przybylski et al., 2013). Sementara menurut Alberthus, FoMO merupakan ketakutan dan kekhawatiran yang ada pada diri individu ketika merasa tertinggal *up-date* momen menarik dari orang lain, sehingga individu tersebut berupaya untuk selalu *up-date* melalui penggunaan media sosial (Alberthus, 2017). Di antara ciri dari FoMO adalah adanya rasa takut ketika tidak dapat menggunakan media sosial secara terus menerus yang mana dapat berakibat pada ketergantungan atau adiksi media sosial (Nafisa & Kusuma Salim, 2022). FoMO memiliki dua aspek, yaitu; tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *relatedness* atau keinginan untuk terus terkoneksi dengan individu lain; dan tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *self* atau diri sendiri yang berkaitan dengan kompetensi dan otonomi (Przybylski et al., 2013).

Sebuah survey yang dilakukan oleh MyLife.com menyatakan bahwa 56% pengguna media sosial didunia mengalami FoMO, sementara penelitian yang dilakukan di Amerika dan Inggris oleh JWTIntelligence mengungkapkan bahwa tidak kurang 65% remaja pernah mengalami FoMO (Nafisa & Kusuma Salim, 2022). Menurut teori psikososial Erik Erikson, pada usia remaja, individu berada pada tahap kebingungan identitas (Santrock, 2011). Pada tahap usia ini, remaja juga berada dalam kondisi kebingungan karena mereka cenderung tidak mampu menentukan aktifitas yang bermanfaat bagi diri mereka, serta memiliki keingintahuan terhadap hal-hal yang belum mereka ketahui (Aprilia et al., 2020). Remaja cenderung merasa tidak aman akan ditinggalkan dan melewatkan sesuatu (Christina et al., 2019). Hal inilah yang menyebabkan remaja menghabiskan sebagian besar waktu mereka untuk mengakses informasi terbaru sebanyak-banyaknya dari media sosial yang mereka miliki, salah satunya adalah TikTok.

Seseorang yang terdeteksi mengalami FoMO akan mempunyai ketertarikan yang besar untuk terus membuka TikTok sehingga dapat secara terus-menerus terkoneksi dengan banyak hal yang ada di dunia maya (Spies Shapiro & Margolin, 2014). Fuster mengemukakan, seseorang yang mengalami FoMO akan terpengaruh untuk terus-menerus membuka TikTok agar selalu terkoneksi dan menjadi bagian dalam aktivitas pengguna lain di TikTok guna memenuhi kebutuhan akan kedekatan atau keinginan untuk terkoneksi dengan orang lain (*relatedness*). Hal itu dapat mengakibatkan seseorang yang menderita FoMO mengalami adiksi media sosial TikTok (Fuster et al., 2017). Penelitian terdahulu yang dilakukan Franchina, menemukan bahwa FoMO adalah faktor penting yang menjelaskan penggunaan media sosial pada remaja. Pada penelitian tersebut diperoleh temuan bahwa remaja dengan kategori FoMO yang lebih tinggi akan lebih sering mengakses media sosial, tidak terkecuali TikTok (van Rooij et al., 2018). Hasil survey FoMO yang dilakukan oleh APS (Australian Psychological Society) menyebutkan bahwa prevalensi FoMO pada remaja berkisar 50%, sementara pada orang dewasa hanya berkisar 25% (Akbar et al., 2019). Hasil penelitian tersebut juga mengungkapkan bahwa remaja secara signifikan lebih besar berpotensi mengalami FoMO dibanding orang dewasa (Akbar et al., 2019).

Penelitian terdahulu yang dilakukan Amelia yang berjudul "Peran Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Kecanduan Media Sosial" diperoleh temuan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) memiliki peran terhadap adiksi media sosial TikTok pada subjek dewasa awal yakni sebesar 51,1%. Semakin tinggi tingkat *Fear of Missing Out* (FoMO) pada seseorang, maka juga semakin tinggi tingkat adiksi media sosial TikTok (Amelia, 2022). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut ada pada subjek dan lokasi penelitian. Penelitian terdahulu meneliti subjek berusia dewasa awal yang berdomisili di Kota Padang, sementara subjek yang akan diteliti pada penelitian ini adalah remaja berusia 12–18 tahun dan merupakan pelajar tingkat SMP dan SMA di Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo. Sementara remaja dipilih sebagai subjek penelitian karena kalangan remaja merupakan pengguna TikTok terbesar kedua di Indonesia dengan total

92,07 juta pengguna (Ginee.com, 2021). Selain itu, berdasarkan survei awal yang telah peneliti lakukan, terdapat fenomena adiksi media sosial TikTok pada pelajar berusia remaja di Kecamatan Tanggulangin, Sidoarjo. Penelitian mengenai adiksi terhadap suatu media sosial pada remaja di Kecamatan Tanggulangin masih tergolong minim dan belum banyak ditemukan ulasan mengenai fenomena tersebut.

Sejumlah pemaparan di atas kemudian menimbulkan pertanyaan, apakah terdapat hubungan antara *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan adiksi media sosial TikTok pada remaja di Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo? Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan adiksi media sosial TikTok pada remaja di Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo. Diharapkan dari hasil penelitian ini akan mampu menambah khazanah keilmuan psikologi, terutama mengenai *Fear of Missing Out* (FoMO) dan adiksi media sosial TikTok, khususnya di Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat di bidang sosial dan pendidikan, baik bagi pelajar maupun pengajar. Bagi pelajar berusia remaja diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan agar mampu lebih bijak dalam menggunakan media sosial TikTok, sementara bagi pengajar dan orang tua diharapkan mampu memberi pengawasan terhadap remaja dalam menggunakan media sosial TikTok. Penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi rujukan teori bagi para peneliti dalam melakukan penelitian selanjutnya.

#### METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis korelasional. Penelitian korelasional merupakan penelitian yang melibatkan tindakan pengumpulan data untuk menentukan apakah terdapat hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2019). Variabel independen (X) pada penelitian ini adalah *Fear of Missing Out* (FoMO), sementara variabel dependen (Y) pada penelitian ini adalah adiksi media sosial TikTok. Populasi penelitian ini adalah pelajar tingkat SMP dan SMA di Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo, yang berjumlah 3.440 orang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 342 orang yang dihitung menggunakan tabel bantu Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 5% (Sugiyono, 2019). Pemilihan sampel dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Sampel merupakan remaja pengguna TikTok, berusia 12–18 tahun, dan merupakan pelajar yang berasal dari SMP Negeri 1 Tanggulangin, SMP Negeri 2 Tanggulangin, SMP Muhammadiyah 8 Tanggulangin, SMP Dharma Wirawan 3 Tanggulangin, SMK Dharma Wirawan 2 Tanggulangin, dan SMA Al-Islamiah Tanggulangin. Variabel *Fear of Missing Out* (FoMO) diukur dengan menggunakan alat ukur *FoMO Scale*. Alat ukur tersebut diadaptasi dari Azmi yang mengadaptasi skala yang dikembangkan oleh Przbylski (Azmi, 2019). Sedangkan variabel adiksi media sosial TikTok diukur dengan menggunakan *Social Media Addiction Scale* (SMAS). Alat ukur tersebut diadaptasi dari Azmi yang mengadaptasi skala yang dikembangkan oleh Manayes (Azmi, 2019). Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah

analisis korelasi *Pearson Product Moment* dengan bantuan software JASP 16.0.

#### HASIL PENELITIAN

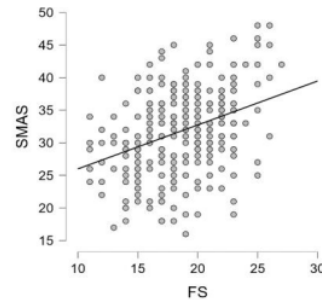
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan adiksi media sosial TikTok pada remaja di Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo. Sebelum melakukan uji hipotesis, terlebih dulu dilakukan uji normalitas dan uji linieritas data. Adapun hasil uji normalitas pada output JASP dapat diamati pada tabel berikut:

Tabel 1. Uji Normalitas

##### Shapiro-Wilk Test for Bivariate Normality

	Shapiro-Wilk	P
FS - SMAS	0.994	0.225

Berdasarkan hasil uji normalitas *Shapiro Wilk* tersebut dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (p) adalah 0,225 (>0,05) yang berarti bahwa data terdistribusi normal. Sementara hasil uji linieritas pada output JASP dapat diamati pada grafik berikut:



Gambar 1. Uji Linieritas

Berdasarkan hasil uji linieritas yang disajikan pada grafik di atas dapat diketahui bahwa variabel *Fear of Missing Out* (FoMO) dan Adiksi Media Sosial TikTok mempunyai hubungan yang linier. Itu berarti kenaikan tingkat FoMO diikuti dengan kenaikan tingkat adiksi media sosial TikTok.

Selanjutnya dilakukan analisa hipotesis menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*. Adapun hasil uji korelasi *Pearson Product Moment* pada output JASP menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Hipotesis

##### Pearson's Correlations

	Pearson's r	P
FS - SMAS	0.351***	< .001

\* p < .05, \*\* p < .01, \*\*\* p < .001

Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,351 dengan signifikansi ( $p$ )= $<0,001$  ( $<0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan adiksi media sosial TikTok pada remaja. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima. Semakin tinggi tingkat *Fear of Missing Out* (FoMO), maka juga semakin tinggi tingkat adiksi media sosial TikTok pada remaja. Sebaliknya, semakin rendah tingkat *Fear of Missing Out* (FoMO), maka juga semakin rendah tingkat adiksi media sosial TikTok pada remaja.

Untuk mengetahui besar koefisien determinasi FoMO terhadap adiksi media sosial TikTok, dilakukan analisis koefisien determinasi dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 3. Analisis Koefisien Determinasi**

Model Summary - FS				
Model	R	R <sup>2</sup>	Adjusted R <sup>2</sup>	RMSE
H <sub>0</sub>	0.000	0.000	0.000	3.149
H <sub>1</sub>	0.351	0.123	0.120	2.954

Pada tabel tersebut dapat diketahui nilai  $R^2 = 0,123$ . Nilai tersebut berarti bahwa variabel *Fear of Missing Out* (FoMO) memiliki pengaruh sebesar 12,3% terhadap adiksi media sosial TikTok. Sedangkan sisanya yaitu 87,7% merupakan faktor lain yang memberi pengaruh terhadap variabel adiksi media sosial TikTok dan bukan menjadi fokus pada penelitian ini. Kendati pengaruh yang diberikan variabel *Fear of Missing Out* (FoMO) hanya sebesar 12,3% namun FoMO tetap menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi adiksi media sosial TikTok pada remaja.

Responden pada penelitian adalah pelajar berusia remaja di Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo berjumlah 342 orang yang terdiri dari 194 remaja laki-laki dan 148 remaja perempuan yang tersebar di 6 sekolah setingkat SMP dan SMA di Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo. Gambaran responden berdasarkan usia dapat diamati pada tabel berikut:

**Tabel 4. Gambaran Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Presentase
12 Tahun	5	1%
13 Tahun	112	33%
14 Tahun	80	23%
15 Tahun	39	1%
16 Tahun	30	9%
17 Tahun	52	15%
18 Tahun	24	7%
<b>JUMLAH</b>	<b>342</b>	<b>100%</b>

Gambaran responden berdasarkan tingkat pendidikannya dapat diamati pada tabel berikut:

**Tabel 5. Gambaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase
SMP	103	30%
SMA	239	70%
<b>JUMLAH</b>	<b>342</b>	<b>100%</b>

Gambaran responden berdasarkan lama waktu menggunakan TikTok dapat diamati pada tabel berikut:

**Tabel 6. Gambaran Responden Berdasarkan Lama Penggunaan TikTok**

Lama Menggunakan TikTok	Jumlah	Presentase
1 Tahun	110	32%
2 Tahun	72	21%
3 Tahun	58	17%
Lebih dari 3 Tahun	102	30%
<b>JUMLAH</b>	<b>342</b>	<b>100%</b>

Gambaran jenis konten pada media sosial TikTok yang disukai oleh responden dapat diamati pada tabel di bawah ini:

**Tabel 7. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Konten TikTok**

Jenis Konten TikTok yang Disukai	Jumlah	Presentase
Edukasi	27	8%
Hiburan	241	70%
Promosi	71	21%
Game	3	1%
<b>JUMLAH</b>	<b>342</b>	<b>100%</b>

Gambaran tingkat FoMO dan adiksi media sosial TikTok pada responden terdapat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 8. Gambaran Responden Berdasarkan Tingkat FoMO dan Adiksi TikTok**

Kategori	Fear of Missing Out (FoMO)		Adiksi Media Sosial TikTok	
	Jumlah Responden	Persentase	Jumlah Responden	Persentase
Rendah	61	18%	56	16%
Sedang	213	62%	242	71%
Tinggi	68	20%	44	13%
<b>JUMLAH</b>	<b>342</b>	<b>100%</b>	<b>342</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat 61 responden (18%) dengan tingkatan FoMO rendah, 213 responden (62%) dengan tingkatan FoMO sedang, dan 68 responden (20%) dengan tingkatan FoMO tinggi. Sementara berdasarkan kategorisasi adiksi media sosial TikTok, dapat disimpulkan bahwa terdapat 56 responden (16%) dengan tingkat adiksi media sosial TikTok rendah, 242 responden (71%) dengan tingkat adiksi media sosial TikTok sedang, serta 44 responden (13%) dengan tingkat adiksi media sosial TikTok tinggi.

#### PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji korelasi *Pearson Product Moment*, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara Fear of Missing Out (FoMO) dengan adiksi media sosial TikTok dengan nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,351 dan nilai signifikansi ( $p$ )= $<0,001$  ( $<0,05$ ). Semakin tinggi tingkat Fear of Missing Out (FoMO), maka juga semakin tinggi tingkat adiksi media sosial TikTok pada remaja. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah tingkat Fear of Missing Out (FoMO), maka juga semakin rendah tingkat adiksi media sosial TikTok pada remaja.

Hasil pada penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Amelia yang menunjukkan bahwa terdapat peran Fear of Missing Out (FoMO) terhadap adiksi media sosial TikTok pada subjek dewasa awal. Pada penelitian tersebut diketahui bahwa besarnya peran yang disumbangkan FoMO terhadap adiksi media sosial TikTok pada dewasa awal adalah 51,1% (Amelia, 2022).

Pada penelitian diketahui nilai  $R^2 = 0,123$ . Nilai tersebut berarti bahwa variabel Fear of Missing Out (FoMO) memberikan pengaruh sebesar 12,3% terhadap adiksi media sosial TikTok. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Yahya dan Rahim menjelaskan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi adiksi terhadap suatu media sosial pada remaja di Asia adalah faktor psikologis (Yahya & Rahim, 2017). Pada penelitian tersebut juga dijelaskan bahwa masih ada faktor lain yang menyebabkan timbulnya adiksi terhadap suatu media sosial, yakni faktor sosial dan faktor penggunaan teknologi (Yahya & Rahim, 2017).

Baik faktor sosial maupun faktor penggunaan teknologi telah diteliti oleh beberapa peneliti sebelumnya. Penelitian sebelumnya yang dilakukan Puspitasari dkk. membuktikan bahwa terdapat pengaruh konformitas teman sebaya terhadap kecenderungan adiksi media sosial TikTok pada remaja di mana konformitas teman sebaya memberikan pengaruh sebesar 57,8% terhadap adiksi media sosial TikTok pada remaja (Puspitasari, 2012). Sementara itu, penelitian yang dilakukan Gunawan dkk. membuktikan bahwa adiksi media sosial disebabkan oleh durasi atau rata-rata penggunaan yang lama per hari (Gunawan et al., 2021).

Berdasarkan hasil kategorisasi FoMO, diperoleh hasil bahwa sebagian besar subjek pada penelitian ini memiliki tingkat FoMO pada kategori sedang yakni sebanyak 213 orang (62%). Begitu pula berdasarkan kategorisasi adiksi media sosial TikTok, diperoleh hasil bahwa sebagian besar subjek pada penelitian ini memiliki tingkat adiksi media sosial TikTok pada kategori sedang, yakni sebanyak 242 orang (71%). Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek dalam penelitian ini memiliki tingkat FoMO yang sedang yang dapat menyebabkan adanya kecanduan media sosial TikTok.

Responden dengan tingkat FoMO kategori sedang didominasi oleh responden yang telah menggunakan TikTok lebih dari 3 tahun yaitu sebanyak 80 orang. Dalam penelitian yang dilakukan Komariah, dkk. dijelaskan bahwa semakin lama jangka waktu penggunaan suatu media sosial oleh individu, maka individu tersebut akan semakin merasa terdorong untuk dapat mengetahui lebih banyak hal lagi melalui media sosial yang dimilikinya dan merasa takut tertinggal informasi terbaru (Komariah, 2022).

Selain itu, berdasarkan jenis kelamin, responden dengan tingkat FoMO sedang didominasi oleh remaja laki-laki yaitu sebanyak 142 orang. Palilati menjelaskan bahwa laki-laki cenderung memiliki rasa penasaran terhadap hal-hal baru yang dialami oleh lingkaran pertemanan dan lingkup sosial mereka (Palilati, 2021). Hal tersebut dapat memicu timbulnya rasa khawatir akan tertinggal informasi yang baru. Selain itu menurut Qutishat, laki-laki cenderung lebih kompetitif dalam bersosialisasi di media sosial. Laki-laki cenderung memasukkan teman dan keluarga mereka ke dalam media sosial karena mereka merasa ingin terus terhubung dengan teman dan keluarga mereka kapan pun (Qutishat & Sharour, 2019).

Pada responden dengan tingkat adiksi media sosial TikTok kategori sedang, didominasi oleh responden yang telah menggunakan TikTok lebih dari 3 tahun yaitu sebanyak 68 orang. Penggunaan media sosial setiap hari dalam jangka waktu yang lama dapat mengurangi tingkat produktivitas penggunaannya dan menyebabkan penggunaannya menjadi malas bersosialisasi di dunia nyata sehingga dapat mengarah pada ketergantungan terhadap suatu media sosial (Mala et al., 2023).

Selain itu, berdasarkan jenis kelamin, responden dengan tingkat adiksi media sosial TikTok kategori sedang

didominasi oleh remaja laki-laki yaitu sebanyak 122 orang. Menurut Omrod (dalam Vonna, 2022), laki-laki cenderung hanya dapat fokus pada satu pekerjaan saja sehingga membuatnya akan lalai sampai lupa waktu. Lain halnya dengan perempuan yang dapat mengerjakan lebih dari satu pekerjaan sekaligus dalam satu waktu. Remaja perempuan dapat belajar sekaligus menyediakan waktunya untuk aktif berpartisipasi dalam kegiatan sekolah sehingga membuat perempuan lebih sedikit waktu dan jarang mengakses media sosial TikTok secara berlebihan.

Pada usia remaja, tidak jarang individu mengalami kondisi kebingungan karena ketidakmampuan dalam menentukan aktifitas yang bermanfaat bagi diri sendiri, serta adanya keingintahuan terhadap hal-hal yang belum diketahui (Aprilia et al., 2020). Remaja cenderung merasa tidak aman akan ditinggalkan dan melewati sesuatu (Christina et al., 2019). Hal inilah yang menyebabkan remaja menghabiskan sebagian besar waktu mereka untuk mengakses informasi terbaru sebanyak-banyaknya dari media sosial yang mereka miliki, salah satunya TikTok. Seseorang yang terdeteksi mengalami FoMO akan mempunyai ketertarikan yang besar untuk terus menggunakan TikTok sehingga tetap dapat terkoneksi dengan apa pun yang ada di dunia maya (Spies Shapiro & Margolin, 2014). Sebagaimana dikemukakan oleh Fuster bahwa individu yang mengalami FoMO dapat dengan mudah terdorong untuk membuka TikTok secara terus menerus agar dapat terkoneksi dan turut terlibat dalam aktivitas pengguna lain di TikTok guna memenuhi kebutuhan akan kedekatan atau keinginan untuk terkoneksi dengan orang lain. Hal itu dapat mengakibatkan seseorang yang menderita FoMO mengalami adiksi media sosial TikTok (Fuster et al., 2017).

### KESIMPULAN

Penelitian ini membuktikan bahwa terdapat hubungan positif antara Fear of Missing Out (FoMO) dengan adiksi media sosial TikTok pada remaja di Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat Fear of Missing Out (FoMO), maka juga semakin tinggi tingkat adiksi media sosial TikTok. Sebaliknya, semakin rendah tingkat Fear of Missing Out (FoMO), maka juga semakin rendah tingkat adiksi media sosial TikTok pada remaja di Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo. Variabel Fear of Missing Out (FoMO) memberikan pengaruh senilai 12,3% terhadap adiksi media sosial TikTok. Sebagian besar subjek pada penelitian ini, memiliki tingkatan FoMO pada kategori sedang. Begitu pula tingkatan adiksi media sosial TikTok pada kategori sedang. Besar subjek juga berada pada kategori sedang.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan psikologi, terutama mengenai Fear of Missing Out (FoMO) dan adiksi media sosial TikTok. Selain itu Bagi pelajar berusia remaja diharapkan penelitian ini dapat menjadi pertimbangan agar mampu lebih bijak dalam menggunakan media sosial TikTok, sementara bagi pengajar dan orang tua diharapkan mampu memberi pengawasan terhadap remaja dalam menggunakan media sosial TikTok. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan

teori dalam melakukan penelitian serupa pada penelitian selanjutnya.

Penelitian ini tentu tidak lepas dari sejumlah kekurangan. Limitasi pada penelitian ini di antaranya yaitu hanya menggunakan dua variabel saja. Sumbangan pengaruh FoMO terhadap adiksi media sosial TikTok hanya berkisar 12,3%. Masih terdapat faktor lain yang memiliki pengaruh terhadap adiksi media sosial TikTok yang dirasa juga perlu diteliti lebih lanjut oleh penelitian berikutnya, seperti faktor sosial dan faktor penggunaan teknologi. Selain itu populasi pada penelitian ini hanya terbatas di satu kecamatan dan hanya mencakup lingkungan pendidikan saja serta belum menjangkau lingkup lain di luar pendidikan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, H. S. (2019). Media Sosial dan Antitesis Jurnalisme. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 7(1), 17-29.
- Adieb, M. (2022). 7 Jenis Media Sosial Beserta Contohnya yang Perlu Kamu Tahu. *Glints*. <https://glints.com/id/lowongan/tipe-media-sosial/#.ZDR5q3ZBy00>
- Akbar, R. S., Aulya, A., Psari, A. A., & Sofia, L. (2019). Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FoMo) Pada Remaja Kota Samarinda. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 7(2), 38. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v7i2.2404>
- Al-Menayes, J. (2016). The Fear of Missing out Scale: Validation of the Arabic Version and Correlation with Social Media Addiction. *International Journal of Applied Psychology*, 6(2), 41-46. <https://doi.org/10.5923/j.ijap.20160602.04>
- Alberthus, A. P. T. (2017). Hubungan Antara Fear of Missing Out Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram.
- Amelia, D. T. (2022). Peran Fear Of Missing Out Terhadap Kecanduan Media Sosial. *Journal of Multidisciplinary Research and Developmen*, 4(3), 61-67.
- Aprilia, R., Hendrawati, S., & Sriati, A. (2020). Tingkat Kecanduan Media Sosial pada Remaja. *Journal of Nursing Care*, 3(1), 41-53. <https://jurnal.unpad.ac.id/jnc/article/view/26928>
- Azmi, N. (2019). Hubungan Antara Fear of Missing Out (FoMO) dengan Kecanduan Media Sosial pada Mahasiswa. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Chandra Kusuma, D. N. S., & Oktavianti, R. (2020). Penggunaan Aplikasi Media Sosial Berbasis Audio Visual dalam Membentuk Konsep Diri (Studi Kasus Aplikasi Tiktok). *Koneksi*, 4(2), 372. <https://doi.org/10.24912/kn.v4i2.8214>
- Christina, R., Yuniardi, M. S., & Prabowo, A. (2019). Hubungan Tingkat Neurotisme dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Remaja Pengguna Aktif Media Sosial. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(2), 105-117. <https://doi.org/10.23917/indigenous.v4i2.8024>
- Erfani, T. (2022). TikTok Ramai Digunakan di Indonesia, Bagaimana Islam Memandangnya? *SerambiNews.Com*. <https://kumparan.com/tesyaerfanit23/tiktok-ramai-digunakan-di-indonesia-bagaimana-islam-memandangnya-1xdZE5MQQ8b/full>
- Farmer, R. F., & Chapman, A. L. (2016). *Behavioral Interventions in Cognitive Behavior Therapy (Second)*. American Psychological Association.
- Fuster, H., Chamarro, A., & Oberst, U. (2017). Fear of Missing Out, online social networking and mobile phone addiction: A latent profile approach. *Aloma: Revista de Psicologia, Ciències de l'Educació i de l'Esport*, 35(1), 22-30. <https://doi.org/10.51698/aloma.2017.35.1.22-30>
- Gantiny, T. P. (2018). GAMBARAN SELF-ESTEM SISWA YANG MENGALAMI



- KECANDUAN MEDIA SOSIAL DI SEKOLAH MENENGAH PERTAMA. Fokus, 1(4).
- Ginee.com. (2021). Pengguna TikTok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggelepar! Ginee.Com. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>
- Gunawan, R., Aulia, S., Supeno, H., Wijanarko, A., Uwiringjyimana, J. P., & Mahayana, D. (2021). Adiksi Media Sosial dan Gadget bagi Pengguna Internet di Indonesia. *Techno-Socio Ekonomika*, 14(1), 1. <https://doi.org/10.32897/techno.2021.14.1.544>
- Hartinah, S., Sriati, A., & Kosasih, C. E. (2019). Gambaran Tingkat Gejala Kecanduan Media Sosial pada Mahasiswa Keperawatan Universitas Padjadjaran. *Jurnal Keperawatan BSI*, 7(1), 123–133. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/jk>
- Hayati, N. (2020). *Bersaing dengan Instagram dan YouTube, Aplikasi TikTok asal China tak Hanya Video Receh* Artikel ini telah tayang di SerambiNews.com dengan judul *Bersaing dengan Instagram dan YouTube, Aplikasi TikTok asal China tak Hanya Video Receh*, <https://aceh.tribunnews.com/2020/01/27/bersaing-dengan-instagram-dan-youtube-aplikasi-tiktok-asal-china-tak-hanya-video-receh>
- Hijrah, & Nurul Intan. (2021). Dampak Negatif Pemanfaatan Aplikasi Tik-Tok Di Kalangan Remaja Desa Mata le Kabupaten Aceh Barat Daya. *At-Tanzir: Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, 275–281. <https://doi.org/10.47498/tanzir.v12i2.731>
- Indah, A. P. (2022). *Model Dinamika Kecanduan Media Sosial: Studi Kasus Kecanduan TikTok pada Mahasiswa FMIPA UNESA*. 10(01), 131–139.
- Kelvin Layuardy. (2018). *Ini 6 Kelebihan TikTok Dibandingkan Aplikasi Video Sharing Lainnya*. <https://nextren.grid.id/read/01126887/ini-6-kelebihan-tiktok-dibandingkan-aplikasi-video-sharing-lainnya?page=all>
- Komariah, K. (2022). Pengaruh Penggunaan Jejaring Sosial Terhadap Perilaku Fear of Missing Out (Fomo) Pada Remaja. *Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(9), 3463–3471.
- Kumparan.com. (2020). *Ini Asal Muasal TikTok yang Kini Mendunia*. <https://kumparan.com/berita-hari-ini/ini-asal-muasal-tiktok-yang-kini-mendunia-15518QadAEN>
- Mala, R., Kes, M., & Tidur, K. (2023). HUBUNGAN KECANDUAN MENGAKSES MEDIA SOSIAL DENGAN KUALITAS. 1(1), 22–32.
- Massie, A. K. (2020). Kehadiran TikTok di Masa Pandemi (The Presence of TikTok in the Pandemic). *Jurnal Social Science Research Network*, 6(1), 1–8. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3633854](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3633854)
- Nafisa, S., & Kusuma Salim, I. (2022). Hubungan antara Fear of Missing Out dengan Kecanduan Media Sosial. *Journal of Islamic and Contemporary Psychology (JICOP)*, 2(1), 41–48. <https://doi.org/10.25299/jicop.v2i1.9406>
- Palilati, D. P. (2021). *Analisis Dimensi Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Phubbing yang dibedakan Berdasarkan Jenis kelamin* (Vol. 3, Issue 2).
- 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>
- Puspitasari, A. (2012). Konformitas Teman Sebaya terhadap Kecenderungan Kecanduan Media Sosial Tiktok pada Komunitas Remaja di Seberang Ulu 2 Palembang. *Jurnal Ilmiah PSYCHEV*, Vol. 15, 95–104.
- Qutishat, M., & Sharour, L. A. (2019). Relationship between fear of missing out and academic performance among omani university students: A descriptive correlation study. *Oman Medical Journal*, 34(5), 404–411. <https://doi.org/10.5001/omj.2019.75>
- Rahardjo, W., Qomariyah, N., Andriani, I., Hermita, M., & Zanah, F. N. (2020). Adiksi Media Sosial pada Remaja Pengguna Instagram dan WhatsApp: Memahami Peran Need Fulfillment dan Social Media Engagement. *Jurnal Psikologi Sosial*, 18(1), 5–16. <https://doi.org/10.7454/jps.2020.03>
- Rahmadani, A. K. (2022). *No Title*. Universitas Gunadarma.
- Rahmayani, M. (2021). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Kecanduan Mahasiswa*. 6(7), 6.
- Sacco, R. G. (2013). Re-Envisaging the Eight Developmental Stages of Erik Erikson: The Fibonacci Life-Chart Method (FLCM). *Journal of Educational and Developmental Psychology*, 3(1). <https://doi.org/10.5539/jedp.v3n1p140>
- Santrock, J. W. (2011). *Perkembangan Masa Hidup Jilid I* (Edisi ke-1). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Spies Shapiro, L. A., & Margolin, G. (2014). [Theories of Adolescent Social Media Use]. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 17(1), 1–18. <https://doi.org/10.1007/s10567-013-0135-1>. Growing
- Subagiyo, N. A., & Aesthetika, N. M. (2023). Motives for Using Tiktok among Communication Studies Students at Muhammadiyah University of Sidoarjo. *Journal of Islamic and Muhammadiyah Studies*, 5, 1–9. <https://doi.org/10.21070/jims.v5i0.1577>
- Subagja, N. P. (2021). *Hubungan antara Fear of Missing Out dengan Kecanduan Media Sosial (TikTok) pada Mahasiswa Pengguna TikTok di Universitas Muhammadiyah Purwokerto* (Issue 1998). Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D* (Edisi kedua). Bandung: Alfabeta.
- Suryani, F. (2014). Instagram dan Fashion Remaja (Studi Kasus Peran Media Sosial Instagram terhadap Trend Fashion Remaja dalam Akun @ootdindo Tahun 2014). *Analysis of Micro-Earthquakes in the San Gabriel Mountains Foothills Region and the Greater Pomona Area As Recorded By a Temporary Seismic Deployment*, 1(hal 140), 43. <http://www.springer.com/series/15440/Apapers/1/aeg99785b-2213-416d-aa7e-3a12880cc9b9/Paper/p18311>
- van Rooij, A. J., Lo Coco, G., De Marez, L., Franchina, V., & Abeeel, M. Vanden. (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). <https://doi.org/10.3390/ijerph15102319>
- Vonna, D. (2022). *Perbedaan Kecenderungan FoMO (Fear of Missing Out) Ditinjau Berdasarkan Jenis Kelamin pada Siswa di SMK*.
- Wahyunindya, B. P., & Silaen, S. M. J. (2021). Kontrol diri dengan fear of missing out terhadap kecanduan media sosial pada remaja karang taruna Bekasi Utara. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 5(1), 51–58.
- Warouw, G. M. (2020). Gambaran Adiksi Media Sosial Pada Remaja. *Jurnal Psikologi*, 1–30. [https://www.mendeley.com/catalogue/5b9db872-0514-3709-a3be-885d4ef0778f?utm\\_source=desktop&utm\\_medium=1.19.8&utm\\_campaign=open\\_catalog&userDocumentId=%7B5c3a4bd8-e997-43d5-a369-6191a7754bb7%7D](https://www.mendeley.com/catalogue/5b9db872-0514-3709-a3be-885d4ef0778f?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.8&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7B5c3a4bd8-e997-43d5-a369-6191a7754bb7%7D)
- Wulandari, R. (2015). Analisis tingkat kecanduan media sosial pada remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 5(2), 1–15. <https://doi.org/10.1111/tpj.12882>
- Yahya, Y., & Rahim, N. Z. A. (2017). Factors influencing social networking sites addiction among the adolescents in Asian Countries. *Proceedings Of the 21st Pacific Asia Conference on Information Systems: "Societal Transformation Through IS/IT"*, PACIS 2017.
- Young, K. (2017). *Kecanduan Internet*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.



# Aminatul Hidayah

## ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	3%
2	<a href="http://karyailmiah.unisba.ac.id">karyailmiah.unisba.ac.id</a> Internet Source	2%
3	<a href="http://ojs.uniska-bjm.ac.id">ojs.uniska-bjm.ac.id</a> Internet Source	1%
4	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://e-journals.unmul.ac.id">e-journals.unmul.ac.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://digilib.uinsby.ac.id">digilib.uinsby.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://aksiologi.org">aksiologi.org</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://repository.ar-raniry.ac.id">repository.ar-raniry.ac.id</a> Internet Source	1%
9	<a href="http://jurnal.ranahresearch.com">jurnal.ranahresearch.com</a> Internet Source	1%

10	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://repository.ubharajaya.ac.id">repository.ubharajaya.ac.id</a> Internet Source	1 %
12	<a href="http://jurnal.syntaxliterate.co.id">jurnal.syntaxliterate.co.id</a> Internet Source	1 %
13	<a href="http://pdfs.semanticscholar.org">pdfs.semanticscholar.org</a> Internet Source	1 %
14	<a href="http://repository.untag-sby.ac.id">repository.untag-sby.ac.id</a> Internet Source	1 %
15	<a href="http://repositori.usu.ac.id">repositori.usu.ac.id</a> Internet Source	1 %
16	<a href="http://ejournal.radenintan.ac.id">ejournal.radenintan.ac.id</a> Internet Source	1 %

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 1%

Exclude bibliography  On