

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DAN *LONELINESS*
TERHADAP ADIKSI MEDIA SOSIAL PADA PERANTAU DI KOTA
SEMARANG**

SKRIPSI

Sebagai bagian dari persyaratan dalam menyelesaikan Program Strata (S1) Psikologi



Nadia Prima Herawati

2107016048

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2025**

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

WALISONGO Jl. Prof. Hamka (Kampus III) Ngaliyan, Semarang 50185, Telp. 76433370

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) dan *Loneliness* terhadap Adiksi Media Sosial pada Perantau di Kota Semarang

Nama : Nadia Prima Herawati

NIM : 2107016048

Jurusan : Psikologi

Telah diujikan dalam sidang munaqosah oleh dewan penguji Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo Semarang dan dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Psikologi.

Semarang, 26 Februari 2025

DEWAN PENGUJI

Penguji I

Prof. Dr. Baidi Bukhori, S.Ag., M.Si.
NIP. 197304271996031001



Penguji II

Khairani Zikrinawati, M.A.
NIP. 199201012019032036

Penguji III

Hj. Siti Hikmah, S.Pd., M.Si.
NIP. 197502052006042003

Penguji IV

Lainatul Madzkiyyah, M.Psi., Psikolog
NIP. 198805032023212036

Pembimbing I

Wening Wihartati, S.Psi., M.Si.
NIP. 197711022006042004

Pembimbing II

Khairani Zikrinawati, M.A.
NIP. 199201012019032036

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadia Prima Herawati

NIM : 2107016048

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“PENGARUH FEAR OF MISSING OUT (FOMO) DAN LONELINESS TERHADAP ADIKSI MEDIA SOSIAL PADA PERANTAU DI KOTA SEMARANG”

Secara keseluruhan merupakan hasil penelitian sendiri, kecuali pada bagian tertentu yang dirujuk sumbernya dan tercantum dalam daftar pustaka.

Semarang, 24 Januari 2025

Pembuat pernyataan



Nadia Prima Herawati

2107016048

PERSETUJUAN PEMBIMBING I



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
JURUSAN PSIKOLOGI

Jl. Prof. Hamka (Kampus III) Ngaliyan, Semarang 50185, Telp. 76433370

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yth.
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu 'alaikum. wr. wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan judul sebagai berikut.

Judul : PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DAN *LONELINESS* TERHADAP ADIKSI MEDIA SOSIAL PADA PERANTAU DI KOTA SEMARANG

Nama : NADIA PRIMA HERAWATI

NIM : 2107016048

Jurusan : PSIKOLOGI

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo untuk diujikan dalam Ujian Munaqosah.

Wassalamu 'alaikum. wr. wb.

Mengetahui
Pembimbing I,


Wening Wijartati, S.Psi., M.Si
NIP: 197711022006042004

Semarang, 30 Januari 2025

Yang bersangkutan


Nadia Prima Herawati
NIM: 2107016048

PERSETUJUAN PEMBIMBING II



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
JURUSAN PSIKOLOGI

Jl. Prof. Hamka (Kampus III) Ngaliyan, Semarang 50185, Telp. 76433370

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yth.
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu 'alaikum. wr. wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan judul sebagai berikut.

Judul : PENGARUH FEAR OF MISSING OUT (FOMO) DAN LONELINESS TERHADAP ADIKSI MEDIA SOSIAL PADA PERANTAU DI KOTA SEMARANG

Nama : NADIA PRIMA HERAWATI

NIM : 2107016048

Jurusan : PSIKOLOGI

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo untuk diujikan dalam Ujian Munaqosah.

Wassalamu 'alaikum. wr. wb.

Mengetahui
Pembimbing II,

Semarang, 30 Januari 2025
Yang bersangkutan

Khairani Zikrinawati, S.Psi., M.A.
NIP: 199201012019032036

Nadia Prima Herawati
NIM: 2107016048

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil’alamin, segala puji dan syukur atas kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) dan *Loneliness* terhadap Adiksi Media Sosial pada Perantau di Kota Semarang” dengan baik. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi tauladan yang baik bagi umat-umatnya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) dalam bidang keilmuan psikologi (S.Psi.) di program studi psikologi fakultas psikologi dan kesehatan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Tetapi semua berhasil diminimalisir berkat bimbingan, doa, serta dukungan dari berbagai pihak sehingga penulis berhasil melewati segala hambatan yang ada. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, anugerah, serta karunia-Nya selama ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan rangkaian penulisan skripsi dengan baik.
2. Prof. Dr. Nizar Ali, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang beserta jajarannya.
3. Prof. Dr. Baidi Bukhori, S.Ag., M.Si. selaku Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo Semarang beserta jajarannya.
4. Ibu Dewi Khurun Aini, S.Pd.I., M.A. selaku Ketua Jurusan Psikologi Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo Semarang beserta jajarannya.
5. Ibu Wening Wihartati, S.Psi., M.Si. selaku pembimbing I sekaligus dosen wali yang selama ini sangat ikhlas meluangkan waktunya untuk membimbing penulis, memberikan arahan, motivasi, dan jawaban dari pertanyaan-pertanyaan penulis dalam penyelesaian tugas akhir sehingga penulis lebih semangat dalam menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
6. Ibu Khairani Zikrinawati, S.Psi. M.A. selaku pembimbing II yang selama ini bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, motivasi, dan

bimbingan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

7. Seluruh dosen Program Studi Psikologi UIN Walisongo Semarang yang berkenan membagikan ilmunya selama ini.
8. Seluruh civitas akademik Fakultas Psikologi dan Kesehatan yang selalu memberikan pelayanan yang baik.
9. Perantau di Kota Semarang yang sudah bersedia meluangkan waktunya dan membantu penulis untuk menyelesaikan tugas akhir.
10. Keluarga besar penulis yang selama ini memberikan motivasi dan dukungannya kepada penulis.
11. Ibu kost dan keluarga serta teman-teman kost penulis, Nisa, Nabila, Shelly yang sudah memberikan semangat dan menjadi rumah kedua untuk penulis sehingga penulis merasa nyaman meskipun jauh dari keluarga.
12. Teman-teman kuliah penulis yang sudah bersamai penulis selama ini, Fifi, Syifa, Rita, Delisa, Vania, Tessa, Titin, dan semua teman-teman di perkuliahan, terutama Psikologi B angkatan 2021.
13. Rachma Gurmiarti yang selama ini bersamai penulis dan selalu memberikan semangat serta motivasi supaya segera menyelesaikan skripsi.
14. Sahabat-sahabat penulis di rumah, yang selalu memberikan doa dan dukungannya selama ini meskipun sangat jarang untuk bertemu.
15. Tokoh-tokoh idola yang selalu menambah semangat penulis selama ini meskipun belum pernah berjumpa.
16. Banyak pihak yang tidak dapat disebut namanya satu persatu.

Tanpa dukungan dan doa dari pihak-pihak tersebut, penulis mungkin tidak bisa berada di titik ini. Penulis tidak dapat membala apapun selain ucapan terima kasih yang mendalam serta do'a, semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal.

Semarang, 24 Januari 2025

Pembuat Pernyataan

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Nadia Prima Herawati". A question mark is placed above the letter "i", and a small vertical line or checkmark is at the bottom right.

Nadia Prima Herawati

2107016048

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Diri sendiri, Nadia Prima Herawati. Terima kasih sudah berhasil meyakinkan diri sendiri, berdoa, dan berjuang melawan rasa malas demi mendapatkan gelar sarjana, meskipun seringkali mengalami jatuh bangun dan terkadang merasa lelah, namun tetap sabar dan tidak pernah putus asa untuk berjuang, sehingga penulis akhirnya bisa sampai titik ini.
2. Kedua orang tua penulis, Bapak Natam dan Ibu Wahdiyati yang tiada lelah dan tiada hentinya untuk memberikan doa dan dukungan kepada penulis. Berkat doa serta dukungan Bapak dan Ibu, penulis diberikan kelancaran dalam mengerjakan tugas akhir sehingga penulis bisa sampai di titik ini, penulis akan selalu berusaha untuk membahagiakan Bapak dan Ibu. Juga kepada kakak penulis, Lagga Syech Herdiyansyah yang sudah memberikan dukungannya selama ini.
3. Banyak pihak yang tidak bisa disebut satu persatu.

Semarang, 24 Januari 2025

Pembuat Pernyataan



Nadia Prima Herawati

2107016048

MOTO

“Beberapa hal terkadang berjalan tidak sesuai dengan rencana, namun percayalah bahwa Allah sudah menyiapkan hal yang jauh lebih baik dari itu”

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING I	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING II	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRACT	xiv
INTISARI	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Hasil Penelitian	7
E. Keaslian Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI.....	10
A. Adiksi Media Sosial	10
1. Definisi Adiksi Media Sosial	10
2. Aspek-aspek Adiksi Media Sosial.....	11
3. Faktor-faktor Adiksi Media Sosial	14
4. <i>Unity of Science</i> Adiksi Media Sosial	17
B. <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO).....	17
1. Definisi <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	17
2. Aspek-aspek <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO).....	18
3. Faktor-faktor <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	21
4. <i>Unity of Science Fear of Missing Out</i> (FoMO)	23
C. <i>Loneliness</i>	24
1. Definisi <i>Loneliness</i>	24
2. Aspek-aspek <i>Loneliness</i>	25
3. Faktor-faktor <i>Loneliness</i>	27
4. <i>Unity of Science Loneliness</i>	29

D. Pengaruh <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO) dan <i>Loneliness</i> terhadap Adiksi Media Sosial	29
E. Kerangka Teoritis.....	31
F. Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	32
1. Variabel Penelitian	32
2. Definisi Operasional.....	32
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	33
1. Populasi	33
2. Sampel	33
3. Teknik Sampling	34
C. Teknik Pengumpulan Data.....	34
D. Validitas dan Reliabilitas Data.....	37
1. Validitas.....	37
2. Daya Beda Aitem	37
3. Reliabilitas	37
4. Hasil Uji Coba Alat Ukur	38
E. Analisis Data	41
1. Uji Asumsi Klasik	41
2. Uji Hipotesis	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
A. Hasil Penelitian	43
1. Deskripsi Subjek Penelitian.....	43
2. Pengujian Hipotesis Penelitian	47
B. Pembahasan.....	52
BAB V PENUTUP.....	57
A. Kesimpulan	57
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Blueprint Skala Adiksi Media Sosial	35
Tabel 3. 2 Blueprint Skala Fear of Missing Out (FoMO)	35
Tabel 3. 3 Blueprint Skala Loneliness	36
Tabel 3. 4 Hasil Uji Coba Skala Adiksi Media Sosial	38
Tabel 3. 5 Reliabilitas Skala Adiksi Media Sosial	39
Tabel 3. 6 Hasil Uji Coba Skala Fear of Missing Out (FoMO)	39
Tabel 3. 7 Reliabilitas Skala Fear of Missing Out (FoMO)	40
Tabel 3. 8 Hasil Uji Coba Skala Loneliness	40
Tabel 3. 9 Reliabilitas Skala Loneliness	41
Tabel 4. 1 Jenis kelamin Responden	43
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	43
Tabel 4. 3 Tujuan Merantau	44
Tabel 4. 4 Hasil Uji Deskriptif	45
Tabel 4. 5 Kategorisasi Adiksi Media Sosial	46
Tabel 4. 6 Kategorisasi Fear of Missing Out (FoMO)	46
Tabel 4. 7 Kategorisasi Loneliness	47
Tabel 4. 8 Uji Normalitas.....	47
Tabel 4. 9 Uji Linearitas FoMO dan Adiksi Media Sosial	48
Tabel 4. 10 Uji Linearitas Loneliness dan Adiksi Media Sosial.....	48
Tabel 4. 11 Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4. 12 Uji Parsial Regresi Linear Berganda.....	50
Tabel 4. 13 Uji Simultan Regresi Linear Berganda	51
Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Skala Uji Coba.....	65
Lampiran 2: Skala Penelitian	73
Lampiran 3: Uji Validitas dan Reliabilitas Skala.....	79
Lampiran 4: Hasil Uji Deskriptif	83
Lampiran 5: Hasil Uji Kategorisasi.....	87
Lampiran 6: Hasil Uji Prasyarat.....	89
Lampiran 7: Hasil Uji Hipotesis	91
Lampiran 8: Riwayat Hidup.....	92

ABSTRACT

This study aims to empirically examine the effect of fear of missing out (FoMO) and loneliness on social media addiction in migrants in Semarang City with research subjects as many as 280 respondents in the age range of 18-34 years. This study uses a quantitative approach with purposive sampling technique. To test the research hypothesis, multiple linear regression analysis was used with the help of SPSS software. The results of the first hypothesis, namely the effect of fear of missing out (FoMO) on social media addiction, are accepted, with a significance value of 0.000 ($p < 0.05$) and a regression coefficient of 0.692. This means that the higher the fear of missing out of individuals, the higher the level of social media addiction. The results of the second hypothesis which reads the effect of loneliness on social media addiction have a significance value of 0.019 ($p < 0.05$) and a regression coefficient of 0.102 which indicates that the hypothesis is accepted. This means that if someone has a high level of loneliness, then social media addiction in that individual is also high, and vice versa. The third hypothesis test that examines the effect of fear of missing out (FoMO) and loneliness on social media addiction has a significance value of 0.000 ($p < 0.05$) and an R square value of 0.406 or 40.6%, this indicates that there is a significant influence on the independent variables, namely fear of missing out (FoMO) and loneliness on social media addiction as the dependent variable. That is, when the individual has a fear of missing out (FoMO) and loneliness in the high category, the individual will have a high level of social media addiction as well, and vice versa.

Keywords: social media addiction, fear of missing out, loneliness

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh *fear of missing out* (FoMO) dan *loneliness* terhadap adiksi media sosial pada perantau di Kota Semarang dengan subjek penelitian sebanyak 280 responden pada rentang usia 18-34 tahun. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel penelitian secara *purposive sampling*. Untuk menguji hipotesis penelitian, digunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan *software SPSS*. Hasil dari hipotesis pertama, yaitu pengaruh *fear of missing out* (FoMO) terhadap adiksi media sosial diterima, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p<0,05$) dan koefisien regresi bernilai 0,692. Artinya, semakin tinggi *fear of missing out* individu, maka akan semakin tinggi pula tingkat adiksi media sosialnya. Hasil dari hipoteses kedua yang berbunyi pengaruh *loneliness* terhadap adiksi media sosial memiliki nilai signifikansi sebesar 0,019 ($p<0,05$) serta koefisien regresi bernilai 0,102 yang menandakan bahwa hipotesis tersebut diterima. Artinya, apabila seseorang memiliki tingkat *loneliness* yang tinggi, maka adiksi media sosial pada individu tersebut juga tinggi, begitu juga sebaliknya. Uji hipotesis ketiga yang menguji pengaruh *fear of missing out* (FoMO) dan *loneliness* terhadap adiksi media sosial memiliki nilai signifikansi 0,000 ($p<0,05$) dan nilai *R square* sebesar 0,406 atau 40,6%, hal ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel independen yaitu *fear of missing out* (FoMO) dan *loneliness* terhadap adiksi media sosial sebagai variabel dependen. Artinya, ketika individu tersebut memiliki *fear of missing out* (FoMO) dan *loneliness* dalam kategori tinggi maka individu tersebut akan memiliki tingkat adiksi media sosial yang tinggi pula, begitupun sebaliknya.

Kata kunci: adiksi media sosial, *fear of missing out*, *loneliness*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring bergulirnya waktu, dunia akan terus mengalami perubahan dan perkembangan secara berangsur-angsur pada segala bidang, seperti ilmu pengetahuan dan teknologi, informasi, perekonomian, perindustrian, pendidikan, dan lain sebagainya. Perkembangan-perkembangan tersebut tentunya tidak luput dari peran manusia, pola pikir manusia yang semakin lama semakin maju sudah menuai hasil yang baik karena telah mengembangkan teknologi sesuai dengan kemajuan zaman. Tidak hanya itu, hal ini juga dapat terjadi karena manusia adalah makhluk yang akan selalu membutuhkan perkembangan dalam berbagai bidang, terutama dalam bidang teknologi. Manusia membutuhkan teknologi yang lebih mumpuni bukan tanpa alasan, perkembangan teknologi tentunya memberikan berbagai macam manfaat, salah satunya adalah dapat mendukung aktivitas sehari-hari manusia. Tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan teknologi pada era globalisasi telah mengalami perkembangan yang sangat cepat. Internet merupakan salah satu bukti bahwa teknologi di dunia sudah mengalami perkembangan signifikan, sehingga saat ini internet hampir menjangkau semua kalangan usia.

Pengguna internet di Indonesia per tahun 2024 adalah sebanyak 221.563.479 juta jiwa dengan total penduduk per desember 2023 adalah sebanyak 278.696.200 juta jiwa, sehingga tingkat penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai 79,50% (APJII, 2024). Menurut survei yang disajikan oleh meltwater (2024), pengguna internet di Indonesia rata-rata mengakses internet selama 7 jam 38 menit per harinya. Berdasarkan data tersebut, dapat dikatakan bahwa pengguna internet sudah melebihi setengah dari populasi manusia di Indonesia, karena hanya 20,50% warga Indonesia yang tidak mengakses internet. Indonesia diperkirakan akan menempati posisi keempat dengan pengguna perangkat elektronik terbanyak di dunia setelah China, India, dan Amerika Serikat (Fahrizal dkk., 2024). Tidak dapat dipungkiri jika

pengguna internet sudah melebihi setengah dari populasi manusia di Indonesia, karena pengguna internet mengakses internet untuk melakukan apapun yang dapat dilakukan, termasuk mengakses media sosial.

Media sosial menjadi bukti lain dari kemajuan teknologi yang semakin pesat karena media sosial memiliki berbagai macam *platform* yang kini sangat digandrungi seluruh kelompok usia, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, hingga lanjut usia. Media sosial kini sangat sulit dipisahkan dari aktivitas sehari-hari manusia, media sosial sudah sangat melekat bahkan telah menjadi kebutuhan manusia. Berdasarkan data yang disampaikan oleh tim Kepios dalam *Global Social Media Statistics* (2024) melaporkan bahwa terdapat 5,17 miliar pengguna media sosial di dunia per Juli 2024, yang setara dengan 63,7% populasi manusia di dunia, dengan durasi waktu rata-rata 2 jam 20 menit per harinya. Sedangkan total pengguna media sosial di Indonesia mencapai 139 juta orang dengan persentase sebanyak 46,5% pengguna media sosial berjenis kelamin perempuan dan 53,5% pengguna media sosial berjenis kelamin laki-laki per januari tahun 2024 (Kemp, 2024). Jumlah populasi manusia di Indonesia menurut *worldometer* per Jum'at 30 Agustus 2024 adalah sebanyak 283,854,849 jiwa. Artinya, sekitar 48,9% populasi warga Indonesia merupakan pengakses media sosial. Ada berbagai jenis media sosial yang terdapat di Indonesia, diantaranya yaitu *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, *twitter*, *youtube*, *tiktok*, *telegram*, dan lain-lain.

Masing-masing *platform* media sosial memiliki peminat yang berbeda-beda. Berdasarkan data yang dilaporkan oleh *Slice* menunjukkan bahwa jumlah pengguna *tiktok* adalah sebanyak 127 juta jiwa, 53,50% adalah pria dan sisanya merupakan wanita, *facebook* sebanyak 118 juta jiwa yang didominasi oleh wanita yaitu sebanyak 58,10%, serta *instagram* dengan total pengguna 101 juta yang didominasi oleh pria dengan persentase sebesar 54,50%. Menurut Radio Republik Indonesia (2024) rata-rata pengguna media sosial menghabiskan waktu sekitar 3 jam 14 menit per harinya dengan melakukan berbagai aktivitas seperti mengunggah foto/video, mengakses berita/sumber informasi terkini, mencari hiburan, berkomunikasi dengan orang lain, atau untuk berbelanja

secara *online* melalui perantara media sosial. Pengguna media sosial terbanyak adalah pada kelompok usia 18-34 tahun dengan persentase sebesar 54,1%. Hal ini mengindikasikan bahwa media sosial masih sangat digandrungi oleh kelompok usia dewasa awal atau *young adults* (Medaris, 2023).

Masyarakat dengan rentang usia 18-34 tahun seringkali mengadu nasibnya di Kota rantau untuk berjuang mendapatkan hidup yang lebih layak, kebanyakan dari mereka merantau untuk mengenyam pendidikan atau bekerja. Perantau adalah individu yang pergi dari kampung halamannya ke wilayah lain atas keinginan diri sendiri dalam jangka waktu tertentu dengan tujuan untuk menimba ilmu, bekerja, atau mencari pengalaman (Debora dkk., 2021). Semarang adalah salah satu Kota di Jawa Tengah yang seringkali dijadikan tujuan untuk merantau, karena Kota Semarang memiliki banyak Universitas, baik negeri ataupun swasta. Tidak hanya itu, di Kota Semarang juga terdapat banyak perusahaan yang kerap kali membutuhkan tenaga kerja sehingga menjadi incaran para *jobseeker*.

Menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2020) Kota Semarang termasuk dalam wilayah metropolitan Kedungsepur (Kendal, Demak, Ungaran, Semarang, Purwodadi). Kota metropolitan merupakan sebuah wilayah perkotaan yang memiliki kawasan perkotaan utama yang saling terhubung secara fungsional melalui sistem jaringan prasarana dengan kawasan perkotaan di sekelilingnya, dengan wilayah yang terintegrasi serta memiliki jumlah penduduk minimal satu juta jiwa (BPIW). Seseorang yang merantau biasanya tidak memiliki banyak koneksi di kota rantau, oleh karena itu para perantau seringkali menjadikan media sosial untuk ajang mengekspresikan dirinya bahkan untuk mencari koneksi secara *online*. Karena perantau juga harus beradaptasi dengan kebudayaan baru dan lingkungan sosial yang baru (Hasibuan dkk., (2018).

Alasan tersebut dapat memberikan jawaban mengapa peneliti melakukan penelitian dengan subjek perantau di Kota Semarang. Peneliti melakukan pra-riset pada beberapa perantau di Kota Semarang sebelum melakukan penelitian. Pra-riset dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner

berisi 6 pernyataan dengan alternatif jawaban ‘ya’ dan ‘tidak’, kuesioner disebar melalui *google form* yang kemudian diisi oleh perantau di Kota Semarang. Total responden adalah sebanyak 86 orang, hasil riset yang sudah dilakukan kepada 86 responden menunjukkan bahwa ditemukan kecenderungan adiksi media sosial pada perantau di Kota Semarang. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil survei pada setiap aspek yang menunjukkan hasil berbeda di setiap aspek.

Sebanyak 64% atau 55 dari 86 orang mengalami permasalahan pada aspek konsekuensi sosial, individu yang mengalami permasalahan pada aspek ini cenderung kurang berinteraksi dengan orang di sekitar dan seringkali mengabaikan tugas atau pekerjaan. 75 dari 86 orang atau 87% merasa bermasalah pada aspek pengalihan waktu, yaitu ketika individu menggunakan media sosial secara berlebihan dan mengabaikan aktivitas lain demi mengakses media sosial. Terakhir adalah aspek perasaan kompulsif, yaitu sebanyak 71% atau 61 dari 86 orang, mengartikan bahwa individu tersebut ingin selalu terhubung dengan media sosial dan merasa tidak nyaman ketika tidak mengakses media sosial. Dapat disimpulkan bahwa perantau di Kota Semarang memiliki permasalahan mengenai adiksi media sosial. Oleh sebab itu, peneliti akan melakukan penelitian yang dikhurasukan kepada perantau di Kota Semarang.

Menurut Yahya dan Rahim (2017) Adiksi media sosial dapat dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu faktor psikologis, merupakan hal yang berhubungan dengan perasaan individu. Faktor sosial, yaitu bagaimana cara individu bersosialisasi dengan orang lain. Serta faktor teknologi, yang berkaitan dengan kemajuan informasi. Faktor psikologis misalnya adalah harga diri, berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Nabilla dkk. (2023) harga diri merupakan salah satu faktor yang memengaruhi intensitas penggunaan internet pada individu. Penelitian ini mengungkap bahwa harga diri berpengaruh terhadap kecanduan internet pada siswa SMK Negeri 1 Karawang. Siswa dengan harga diri rendah lebih mungkin mengalami adiksi internet dibanding siswa dengan harga diri tinggi.

Selain adiksi, media sosial juga dapat menjadi sumber penyebaran berita palsu atau hoaks, karena penyebaran informasi yang semakin cepat, maka akan sangat mudah pula untuk melakukan penyebaran berita yang asal usul dan kebenarannya tidak dapat dipertanggungjawabkan. Media sosial juga bisa menjadi penyebab individu memiliki rasa *insecure* atau rendah diri, karena di media sosial individu akan lebih mudah untuk melihat pencapaian orang lain. Selain itu, media sosial juga dapat memunculkan rasa tidak mau tertinggal dengan tren, atau bisa disebut dengan *fear of missing out* (FoMO), FoMO menjadi salah satu faktor terjadinya adiksi media sosial pada individu.

Fear of missing out (FoMO) adalah perasaan takut dan khawatir tertinggal yang dialami oleh seseorang, individu yang mengalami FoMO akan merasa cemas ketika dia melewatkam suatu kejadian yang menarik, FoMO biasanya terjadi karena individu ingin memenuhi kebutuhan emosionalnya (Carolina & Mahestu, 2020). *Fear of missing out* (FoMO) dapat menjadi pemicu seseorang mengalami kecanduan media sosial, individu akan merasa tidak tenang saat tidak mengunjungi laman media sosial. Menurut Przybylski, dkk. (dalam Aisafitri & Yusriyah, 2021) remaja dan dewasa awal adalah kelompok usia yang paling rentan mengalami FoMO. Rendahnya tingkat kepuasan hidup remaja dan dewasa awal menjadi salah satu penyebab tingginya FoMO pada kelompok usia tersebut, individu yang terlalu sering menggunakan media sosial saat sedang menjalankan aktivitas dengan konsentrasi tinggi juga dapat memengaruhi tingkat FoMO pada seseorang.

Tidak hanya *fear of missing out* (FoMO), *loneliness* juga berpengaruh terhadap adiksi media sosial. *Loneliness* merupakan sebuah ketidakseimbangan individu dalam melakukan hubungan sosial, individu yang kesepian akan merasa hubungannya dengan orang lain tidak sesuai dengan yang diharapkan baik secara kualitas ataupun kuantitas, hal tersebut dapat menimbulkan emosi negatif pada diri seseorang (Russell dkk., 1980). Kesepian dapat menjadi salah satu faktor yang menyebabkan seseorang mengalami adiksi media sosial, hal tersebut terjadi karena individu yang kesepian akan mencari kesenangan bahkan mencari teman melalui media sosial atau secara *online*. Apabila hal tersebut

tidak dikendalikan dengan baik, individu dapat mengalami adiksi terhadap media sosial karena merasa media sosial merupakan sarana yang paling cocok untuk melakukan apa yang mereka inginkan (Siregar, 2022).

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa FoMO dan *loneliness* sama-sama akan memengaruhi adiksi individu terhadap media sosial. Keduanya memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap durasi penggunaan media sosial individu. FoMO dan *loneliness* merupakan faktor yang dapat menyebabkan seseorang mengalami adiksi media sosial. Namun hal ini masih harus dibuktikan dengan data yang mendukung, sehingga peneliti akan berusaha mengungkap adanya pengaruh atau seberapa besar pengaruh *Fear of missing out* (FoMO) terhadap adiksi media sosial pada perantau di Kota Semarang, dan pengaruh *loneliness* terhadap adiksi media sosial pada perantau di Kota Semarang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan, rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh FoMO terhadap adiksi media sosial pada perantau di Kota Semarang?
2. Apakah terdapat pengaruh *loneliness* terhadap adiksi media sosial pada perantau di Kota Semarang?
3. Apakah terdapat pengaruh FoMO dan *loneliness* terhadap adiksi media sosial pada perantau di Kota Semarang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh *fear of missing out* (FoMO) terhadap adiksi media sosial pada perantau di Kota Semarang.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh *loneliness* terhadap adiksi media sosial pada perantau di Kota Semarang.
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh *fear of missing out* (FoMO) dan *loneliness* terhadap adiksi media sosial pada perantau di Kota Semarang.

D. Manfaat Hasil Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, diharapkan penelitian ini dapat menambah manfaat dalam bidang keilmuan psikologi terutama tentang pengaruh FoMO dan *loneliness* terhadap adiksi media sosial. Selain itu penulis juga berharap supaya penelitian ini dapat dijadikan rujukan dalam melakukan penelitian-penelitian yang lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perantau, penelitian ini diharapkan dapat sedikit mengurangi problematika para perantau khususnya terkait permasalahan kecanduan media sosial.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini bisa bermanfaat dan menjadi sumber yang relevan bagi peneliti lain yang tertarik meneliti dengan topik terkait adiksi media sosial, *fear of missing out* (FoMO), ataupun *loneliness*.

E. Keaslian Penelitian

Setelah penulis melakukan telaah pada penelitian terdahulu, terdapat beberapa penelitian yang relevan dengan variabel penelitian, yaitu penelitian terkait dengan pengaruh FoMO terhadap adiksi media sosial dan pengaruh *loneliness* terhadap adiksi media sosial. Diharapkan penelitian ini menghasilkan temuan baru terkait dengan FoMO, *loneliness*, maupun adiksi media sosial.

Penelitian pertama dilakukan oleh Lita Rahma Aryati dan Lilim Halimah, penelitian tersebut memaparkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara FoMO dan kecanduan media sosial instagram pada remaja wanita di kota Bandung dengan koefisien determinasi (R^2) bernilai 0,341 atau memberikan pengaruh sebesar 34,1%. Subjek berjumlah 284 orang dan menggunakan teknik purposive sampling.

Selanjutnya adalah penelitian dengan judul *Hubungan Loneliness dengan Adiksi Media Sosial pada Emerging Adulthood Pengguna Tiktok Kota Bandung* yang dilakukan oleh Permata dan Sumaryanti pada tahun 2023. Penelitian ini membuktikan bahwa *loneliness* memiliki hubungan yang kuat

dengan kecanduan media sosial di kalangan pengguna tiktok dewasa muda di kota Bandung, hal ini terlihat dari nilai koefisien korelasi yang bernilai $0,571 > 0,112518$ r-tabel.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Zanah dan Rahardjo (2020) menghasilkan R^2 yang bernilai 0,208. Hal tersebut menunjukkan bahwa kesepian serta FOMO berpengaruh secara simultan terhadap kecanduan media sosial pada mahasiswa sebesar 20,8%. Penelitian tersebut juga mengungkap hasil analisis statistik yang diperoleh hasil rata-rata tingkat adiksi media sosial di kalangan usia dewasa awal adalah sebesar 29,01 dan 28,56 untuk kelompok usia remaja.

Penelitian pada tahun 2022 yang dilakukan oleh Siregar menunjukkan bahwa kesepian berdampak terhadap kecenderungan adiksi media sosial dengan kontribusi sebesar 12,6% serta terdapat hubungan positif yang signifikan antara kesepian dengan kecenderungan adiksi media sosial. Hubungan positif mengartikan bahwa ketika tingkat *loneliness* pada individu dalam kategori tinggi maka tingkat ketergantungan terhadap media sosial juga tinggi, dan sebaliknya, ketika skor kesepian individu rendah, maka penggunaan media sosial pada individu akan rendah pula.

Savitri dan Suprihatin melakukan penelitian tentang FoMO pada tahun 2021, Setelah dilakukan uji regresi linear berganda pada variabel kontrol diri dan FoMO terhadap kecenderungan kecanduan media sosial, diperoleh hasil signifikansi sebesar 0,000, koefisien regresi 0,591 dan Fhitung 98,299 yang artinya kontrol diri dan FoMO berperan pada kecenderungan adiksi media sosial pada mahasiswa aktif UNISSULA. Penelitian berjudul *Peran Kontrol Diri dan Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Kecenderungan Adiksi Media Sosial pada Generasi Z yang Berstatus Mahasiswa* memberikan kontribusi efektif variabel FoMO terhadap kecenderungan adiksi media sosial sebesar 7,95%.

Penelitian yang dilakukan oleh Hisan dan Dewi pada 2024 memperoleh hasil bahwa *loneliness* memengaruhi tingkat adiksi media sosial pada siswa di SMA X. Menurut penelitian dengan judul *Hubungan Antara Loneliness dengan Kecanduan Media Sosial Pada Siswa SMA X*, *loneliness* memiliki hubungan

dengan kecanduan media sosial pada siswa SMA X di Sidoarjo. *Loneliness* dengan kecanduan media sosial memiliki hubungan yang positif searah, karena koefisien korelasi bernilai 0,308. Hal tersebut membuktikan bahwa ketika tingkat kesepian dalam kategori tinggi, maka tingkat kecanduan media sosial juga akan meningkat, dan sebaliknya, ketika tingkat kesepian dalam kategori rendah, maka tingkat kecanduan media sosial akan cenderung rendah.

Berdasarkan *research* yang diperoleh dari penelitian terdahulu, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *loneliness* dan FoMO sama-sama memiliki peran yang penting terhadap adiksi media sosial, khususnya pada remaja dan dewasa muda. Namun, besaran pengaruh yang diberikan dari kedua variabel tersebut bervariasi tergantung pada populasi serta platform media sosial yang diteliti. Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang sama, bahwa semakin tinggi tingkat kesepian atau FoMO, maka semakin tinggi pula kecenderungan adiksi media sosial.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Adiksi Media Sosial

1. Definisi Adiksi Media Sosial

Adiksi menurut Al Hakim (2021) merupakan sebuah kondisi ketergantungan dengan suatu zat maupun aktivitas yang dapat merubah perilaku individu. Adiksi juga dapat diartikan sebagai penyakit apabila hal tersebut telah terjadi pada kurun waktu yang panjang. Individu yang adiksi akan menjadikan zat atau aktivitas tersebut menjadi prioritas dalam hidupnya. Sedangkan media sosial adalah suatu media di internet yang memberikan kesempatan bagi penggunanya untuk menggambarkan dirinya, melakukan interaksi, berkomunikasi, berbagi, dan bekerjasama dengan pengguna lain serta membentuk interaksi sosial secara virtual (Nasrullah, 2015).

Adiksi media sosial merupakan perilaku kompulsif dan berlebihan dalam menggunakan media sosial yang nantinya dapat berdampak pada kondisi emosional dan masalah sosial. Individu yang sudah kecanduan media sosial tidak dapat mengontrol perilaku tersebut (Van den Eijnden dkk., 2016). Sedangkan menurut Andreassen (2015) adiksi media sosial adalah perhatian berlebihan terhadap media sosial yang dialami oleh individu sehingga dapat menyebabkan individu tersebut menggunakan media sosial secara berkelanjutan, hal tersebut akan mengganggu aktivitas sosial pada individu serta kesehatan dan kesejahteraan psikologisnya. Adiksi media sosial memiliki hubungan dengan pengalaman penggunaan media sosial, durasi dalam mengakses media sosial, serta kepuasan individu terhadap media sosial (Al-Menayes, 2015).

Pendapat lain mengatakan bahwa adiksi media sosial merupakan gangguan psikologis yang mengakibatkan individu lebih tertarik dengan kehidupan di media sosial daripada kehidupan sebenarnya (Nurudin, 2018). Durasi penggunaan media sosial terbagi menjadi 3 kategori, yaitu 1-2 jam

dalam kategori rendah, 3-4 jam kategori sedang, dan kategori tinggi ketika mengakses media sosial lebih dari 5 jam dalam sehari (Permadi, 2022). Adiksi media sosial hanya salah satu contoh dari efek penggunaan *smartphone* yang tidak bijak, terdapat banyak permasalahan terkait penggunaan ponsel yang berlebih, contohnya adalah nomophobia. Nomophobia merupakan perasaan cemas dan takut yang melanda seseorang ketika tidak dapat menggunakan *smartphone* (Safaria dkk., 2024).

Permasalahan yang ditimbulkan akibat penggunaan ponsel yang berlebihan memang sangat beragam, tetapi adiksi media sosial akan menjadi topik utama dalam penelitian ini, adiksi media sosial adalah sebuah perilaku kompulsif individu dalam mengakses media sosial, individu yang adiksi terhadap media sosial cenderung tidak menggunakan media sosial dengan bijak, sehingga hal tersebut akan berdampak pada kondisi emosional individu serta menimbulkan berbagai masalah sosial.

2. Aspek-aspek Adiksi Media Sosial

Al-Menayes (2015) telah melakukan adaptasi alat ukur *Internet Addiction Scale* milik Young untuk menyusun *Social Media Addiction Scale*, kemudian Menayes menjadikan alat ukur *Social Media Addiction Scale* menjadi tiga aspek, yaitu:

a. *Social Consequences*

Konsekuensi sosial adalah pengaruh negatif yang ditimbulkan akibat penggunaan media sosial yang berlebihan, individu yang mengakses media sosial secara berlebihan akan kurang dalam berinteraksi dengan orang sekitar.

b. *Time Displacement*

Pengalihan waktu merefleksikan kondisi ketika individu menggunakan sebagian besar waktunya untuk mengakses media sosial serta mengorbankan waktu yang bisa dimanfaatkan untuk melakukan aktivitas lain dengan mengakses media sosial.

c. *Compulsive Feelings*

Perasaan kompulsif adalah perasaan individu terhadap penggunaan media sosial. Apabila individu mengurangi akses media sosial, maka individu akan merasa bosan, stress, marah, dan sebagainya.

Van den Eijnden dkk. (2016) memperluas aspek adiksi media sosial menjadi 9 kriteria, yaitu:

a. *Preoccupation*

Merupakan aspek yang berkaitan dengan kesenangan/keasyikan, dimana mengakses media sosial akan menjadi kegiatan yang tidak dapat ditinggalkan, sehingga akan menguasai perasaan, pikiran, serta perilaku individu.

b. *Tolerance*

Aspek ini berhubungan dengan rangkaian tindakan saat individu mulai mengakses media sosial dengan intens, sehingga secara berangsur-angsur individu akan merasa kesulitan untuk menghentikan aktivitas tersebut.

c. *Withdrawal*

Aspek ini berhubungan dengan munculnya emosi negatif dan atau efek fisik yang dapat timbul ketika intensitas bermedia sosial pada individu berkurang atau bahkan tidak lagi mengakses media sosial. Oleh karena itu individu yang adiksi media sosial akan merasa kesulitan untuk menjauhkan diri dari kebiasaan buruknya, yaitu berselancar media sosial secara berlebihan. Terlebih ketika mengalami masalah atau merasa kesepian, individu cenderung akan lebih sering menggunakan smartphone (Bukhori dkk., 2019).

d. *Persistance*

Aspek ini berhubungan dengan kesulitan yang dialami oleh *user* media sosial untuk dapat mengendalikan atau mengurangi intensitas penggunaan media sosial.

e. *Displacement*

Aspek ini mengacu pada lunturnya minat individu dalam menjalin hubungan dengan orang lain pada kehidupan nyata, tidak lagi menyukai hobi sebelumnya, dan tidak tertarik melakukan kegiatan apapun kecuali mengakses media sosial.

f. *Problem*

Merupakan aspek yang mengacu pada masalah yang timbul karena individu berselancar media sosial dengan berlebihan. Masalah dapat timbul dengan lingkungan sosial, maupun dalam diri sendiri.

g. *Deceptions*

Aspek ini mengacu pada timbulnya perilaku berbohong pada individu yang dilakukan kepada orang lain atau bahkan orang terdekat.

h. *Escape*

Aspek ini berhubungan dengan rasa tenang dan/atau perasaan santai terkait dengan pelarian dari masalah dan stres yang dihadapi. Pengguna media sosial akan merasa lebih baik ketika mengakses media sosial.

i. *Conflict*

Aspek ini merujuk pada setiap permasalahan antarpribadi yang muncul karena individu menggunakan media sosial dalam waktu yang lama. Konflik dapat terjadi antara pengguna media sosial atau dengan orang-orang di sekitarnya.

Griffiths (2005) telah mengemukakan bahwa individu dapat dikatakan adiksi terhadap media sosial apabila memenuhi enam kriteria sebagai berikut:

a. *Salience*

Hal ini merujuk pada perasaan individu yang mementingkan media sosial dalam kehidupannya, serta mendominasi pikiran, perasaan, dan perilaku individu. Walaupun individu tidak mengakses media sosial, tetapi individu akan terus mengusahakan untuk dapat mengakses media sosial.

b. *Mood modification*

Perasaan individu sebagai dampak penggunaan media sosial yang berlebihan, individu dapat merasakan mood yang baik atau bahkan penurunan mood saat mengakses media sosial secara berlebihan.

c. *Tolerance*

Individu berangsur-angsur akan menambah durasi waktu untuk mengakses media sosial secara perlahan hari demi hari.

d. *Withdrawal symptoms*

Perasaan negatif yang akan melanda individu apabila mengurangi atau menghentikan penggunaan media sosial.

e. *Conflict*

Konflik dapat terjadi antara individu dengan orang sekitar, konflik dengan kegiatan yang seharusnya dilakukan, serta konflik dengan diri sendiri akibat mengakses media sosial secara berlebihan.

f. *Relapse*

Kondisi saat individu kembali mengakses media sosial setelah beberapa waktu tidak mengakses media sosial.

Aspek-aspek adiksi media sosial sangat beragam, diantaranya adalah *tolerance*, *salience*, *withdrawal*, *social consequences*, *displacement*, dan sebagainya. Pada penelitian ini, peneliti mengacu pada aspek-aspek adiksi media sosial yang dipaparkan oleh Al-Menayes (2015), yaitu *compulsive feelings*, *cocial Consequence*, dan *time displacement*.

3. Faktor-faktor Adiksi Media Sosial

Menurut Yahya dan Rahim (2017) individu yang kecanduan media sosial dapat terpengaruh oleh beberapa faktor, yaitu faktor psikologis, faktor sosial, serta penggunaan teknologi.

a. Faktor Psikologis

Faktor psikologis adalah hal yang berhubungan dengan perasaan, faktor psikologis dapat berfungsi untuk mengumpulkan informasi, menganalisis informasi, merumuskan pendapat dan pikiran, serta pengambilan keputusan (Lamb, 2001 (dalam Irwan, 2019)).

b. Faktor Sosial

Faktor sosial adalah beberapa orang yang saling mempertimbangkan persamaan dalam status atau penghargaan yang diberikan oleh orang-orang yang sering bersosialisasi baik secara formal maupun informal (Lamb, 2001 (dalam Irwan, 2019)).

c. Penggunaan Teknologi

Faktor penggunaan teknologi merupakan faktor yang memiliki keterkaitan dengan penggunaan perangkat keras atau perangkat lunak (Utari dkk., 2017).

Sedangkan menurut Zhao dkk. (2022), adiksi media sosial dapat muncul karena beberapa faktor, yaitu:

a. Faktor demografi

Faktor demografi, yaitu faktor yang berhubungan dengan kependudukan, seperti jenis kelamin, tingkat pendidikan, suku, agama, dll. Menurut Zhao dkk. (2022) faktor demografi yang berpengaruh terhadap kesepian adalah gender, pada penelitian yang sudah dilakukan oleh Zhao, didapatkan hasil bahwa wanita memiliki tingkat adiksi media sosial yang lebih tinggi dibandingkan pria.

b. *Impulsivity* (*Impulsivitas*)

Impulsivitas atau impulsif adalah sebuah tindakan yang dilakukan secara spontan oleh seseorang. Penelitian Zhao mengungkap bahwa impulsivitas merupakan salah satu faktor risiko individu mengalami adiksi media sosial. Kehilangan perhatian pada aktivitas lain diduga dapat menyebabkan tingkat impulsivitas semakin tinggi sehingga berdampak pada adiksi media sosial.

c. Harga diri

Harga diri dapat memengaruhi adiksi media sosial, individu akan menggunakan internet untuk meningkatkan harga dirinya, misalnya untuk mendapatkan “*like*” dan atau untuk menghilangkan perasaan harga diri yang rendah (Blanchio dalam Zhao dkk (2022)).

d. Emosi

Emosi dapat menyebabkan adiksi media sosial pada individu, terutama bagi individu yang memiliki *anxiety* atau kecemasan sosial. Individu tersebut akan lebih suka menggunakan media sosial untuk meredakan emosi negatif.

e. *Attention to negative information* (Perhatian terhadap informasi negatif)

Individu yang mengalami adiksi media sosial biasanya akan menujukkan perhatiannya pada informasi negatif, peristiwa ini dapat muncul karena individu tersebut seringkali mengalami emosi negatif, sehingga informasi negatif akan menarik bagi individu tersebut.

Menurut Santoso dan Nabila (2021), terdapat tiga faktor yang dapat berpengaruh terhadap adiksi media sosial, yaitu:

a. Waktu

Waktu merupakan salah satu faktor yang dapat berpengaruh terhadap kecanduan media sosial, karena ketika individu memiliki aktivitas yang tidak terkontrol di kehidupan nyata, individu tersebut cenderung akan menggunakan media sosial lebih lama.

b. Produktifitas

Produktifitas juga menjadi salah satu faktor yang dapat berpengaruh terhadap kecanduan media sosial, karena terkadang ketika seseorang tidak memiliki kegiatan dalam kesehariannya, individu tersebut akan cenderung menggunakan media sosial lebih lama daripada individu yang memiliki aktivitas dalam kesehariannya.

c. *Relationship* (Relasi)

Kecanduan media sosial juga dapat dipengaruhi oleh relasi, karena terkadang teman atau kerabat dapat memengaruhi individu untuk menggunakan media sosial dalam kesehariannya.

Terdapat banyak faktor adiksi media sosial, diantaranya adalah faktor psikologis, sosial, demografi, harga diri, emosi, waktu, relasi, dan sebagainya. Penulis menggunakan faktor milik Yahya dan Rahim (2017) yang berupa faktor psikologis, faktor sosial, dan faktor teknologi.

4. Unity of Science Adiksi Media Sosial

Adiksi media sosial adalah fenomena yang sangat umum dijumpai saat ini, adiksi dapat terjadi pada semua kalangan tanpa mengenal usia. Islam memiliki sudut pandang mengenai adiksi, dalam islam segala sesuatu yang berlebihan itu tidak baik, sehingga dapat berdampak negatif pada hubungan individu dengan Allah dan sesamanya. Hal ini dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-A'raf ayat 31.

يَبْرِئِي أَدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُّوَا وَأَشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ
إِنَّهُ لَا

Artinya: "Hai anak-anak Adam, pakailah pakaian kamu yang indah di setiap masjid, dan makan serta minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan."

Ayat tersebut mengandung pengertian yang sangat luas, Allah tidak pernah melarang hambanya untuk makan makanan yang dihalalkan, memiliki rasa nikmat, mengandung gizi, memberikan dampak yang baik, serta minumlah segala sesuatu yang digemari selama minuman tersebut tidak memabukkan serta tidak mempengaruhi kesehatan tubuh, dan jangan berlebihan dalam segala hal, sesungguhnya Allah tidak menyukainya, Allah tidak akan memberikan rahmat serta ganjaran kepada orang yang berlebihan ketika melakukan segala sesuatunya (Shihab, 2002a). Allah SWT tidak melarang umat-Nya untuk menggunakan sesuatu, namun Allah SWT memerintahkan untuk membatasi, termasuk dalam konteks media sosial, menggunakan media sosial tidak dilarang, namun alangkah lebih baik jika digunakan secara bijak dan tidak berlebihan.

B. Fear of Missing Out (FOMO)

1. Definisi Fear of Missing Out (FoMO)

Fear of missing out (FoMO) menurut Hetz dkk. (2015) merupakan sindrom yang berhubungan dengan emosi negatif individu yang dapat berpengaruh pada perilaku, serta memiliki hubungan dengan keterlibatan sosial, hal tersebut dapat membuat individu ingin terus terkoneksi dengan

media sosial dimanapun dan kapanpun. Sedangkan menurut Sianipar dan Kaloeti (2019) sindrom FoMO adalah rasa takut yang muncul apabila tertinggal *update* tentang suatu hal yang baru sementara orang lain sudah *update* tentang hal tersebut, sehingga dapat membuat individu tidak bisa jauh dari media sosial. *Fear of missing out* (FoMO) adalah kombinasi dari beberapa perasaan, seperti rasa cemas, rasa kurang akan diri sendiri, dan rasa terganggu yang akan menimbulkan dampak penggunaan media sosial yang berkepanjangan (Abel dkk., 2016).

Sette dkk. (2020) berpendapat bahwa *Fear of missing out* (FoMO) adalah kebutuhan individu untuk melakukan interaksi dengan orang lain serta tetap terhubung dengan yang dilakukan orang lain yang berkaitan dengan penggunaan media sosial. Sedangkan menurut Przybylski dkk. (2013) FoMO didefinisikan sebagai rasa khawatir yang terjadi pada individu dan akan memuncak ketika orang lain mendapatkan pengalaman berharga, individu yang FoMO memiliki gejolak untuk terus terhubung dengan orang lain. Selaras dengan definisi-definisi tersebut, Al-Menayes (2016) berpendapat apabila tingkat *fear of missing out* (FoMO) pada individu semakin meningkat, maka tingkat adiksi media sosial juga akan meningkat.

Terdapat beberapa pendapat tokoh mengenai *fear of missing out* (FoMO), dari pendapat-pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa *fear of missing out* (FoMO) merupakan rasa takut yang muncul ketika tidak dapat mengikuti trend yang sedang berlangsung, sehingga menyebabkan seseorang sulit menjauhi media sosial dan akan berusaha untuk tetap terhubung dengan orang lain.

2. Aspek-aspek *Fear of Missing Out* (FOMO)

Menurut Zhang dkk. (2020), terdapat dua dimensi dari *fear of missing out* (FoMO), yaitu:

a. *Personal* FoMO

Personal FoMO adalah perasaan takut ketinggalan terhadap hal-hal yang berkaitan dengan diri sendiri. Rasa takut ketinggalan pribadi

mengacu pada pengalaman yang dapat mempertahankan atau meningkatkan diri secara pribadi.

b. *Social FoMO*

Social FoMO merupakan perasaan takut tertinggal terhadap hal-hal yang sedang dinikmati oleh orang lain. Individu yang mengalami FoMO sosial memiliki rasa takut ketinggalan terhadap pengalaman yang dapat menjaga atau meningkatkan citra diri di hadapan orang lain.

Sedangkan menurut Sette dkk. (2020), *fear of missing out* (FoMO) memiliki empat dimensi, yaitu:

a. *Need to belong*

Kebutuhan untuk merasa diterima menggambarkan perasaan takut ditinggalkan serta keinginan untuk menjadi bagian dari sebuah kelompok tertentu.

b. *Need for popularity*

Selanjutnya adalah kebutuhan untuk populer atau dikenal oleh banyak orang. Hal ini berhubungan dengan kebutuhan akan persetujuan dan rendahnya rasa percaya diri yang terkait dengan rasa takut tertinggal.

c. *Anxiety*

Dimensi ini mencakup keadaan emosional negatif pada individu, emosi negatif dapat berupa kecemasan, gelisah, rasa takut, dan *overthinking*.

d. *Addiction*

Adiksi adalah kecanduan yang dapat menyebabkan gangguan fungsi dalam berbagai aspek, seperti tidur, kebiasaan makan, pekerjaan, sekolah, serta cara individu menjalin hubungan sosial dengan orang lain. Kurangnya kontrol diri individu ketika menggunakan media sosial dapat menjadi penyebab individu mengalami kecanduan media sosial.

Przybylski dkk. (2013), *fear of missing out* (FoMO) memiliki tiga aspek, yaitu:

a. Kebutuhan psikologis akan *relatedness*

Kebutuhan *relatedness* merupakan kedekatan individu dengan orang lain guna bertukar rasa nyaman pada kedua belah pihak. Kondisi ini mempunyai perasaan yang kuat antar individu sehingga dapat membuat seseorang ingin membangun kedekatan yang lebih intim. Apabila kebutuhan *relatedness* tidak dipenuhi, maka dapat timbul rasa cemas pada individu, sehingga individu akan mencari kedekatan dengan orang lain dari media sosial.

b. Kebutuhan psikologis akan *competence*

Kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang memiliki hubungan dengan keyakinan seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu secara efektif dan efisien. Apabila kebutuhan kompetensi tidak dipenuhi, maka seseorang akan melampiaskannya melalui media sosial supaya memperoleh informasi yang berkaitan dengan aktivitas orang lain.

c. Kebutuhan psikologis akan *autonomy*

Otonomi memiliki arti bahwa seseorang bebas menjalankan aktivitasnya sendiri tanpa adanyakekangan dari pihak lain. Ketika kebutuhan otonomi individu tidak terpenuhi, individu tersebut akan mengalihkan aktivitasnya pada media sosial supaya memperoleh informasi tentang kegiatan yang dikerjakan orang lain.

Seperti yang sudah dipaparkan, *fear of missing out* (FoMO) memiliki beragam aspek yang berbeda-beda tergantung dari pendapat ahli, beberapa aspek diantaranya adalah *need to belong*, *anxiety*, *social FoMO*, kebutuhan psikologi akan *relatedness*, dan lain sebagainya. Peneliti akan menggunakan aspek milik Sette dkk. (2020) yang terdiri dari empat aspek, yaitu *anxiety*, *need for popularity*, *need to belong*, dan *addiction*.

3. Faktor-faktor *Fear of Missing Out* (FoMO)

Menurut Ma dkk. (2022) terdapat empat faktor yang mendasari perilaku FoMO, yaitu:

a. *Missing emotion*

Missing emotion atau emosi yang hilang mencerminkan kecemasan yang muncul karena persepsi individu tentang kurangnya pengalaman atau hal-hal berharga dalam hidupnya.

b. *Missing motivation*

Faktor kedua dinamakan *missing motivation* atau motivasi yang hilang, kehilangan motivasi dapat menjadi alasan individu mengalami FoMO. Hal ini disebabkan karena individu merasa tidak aman, memiliki keinginan untuk menjadi bagian dari kelompok tertentu, atau merasa ingin tahu tentang hal-hal baru.

c. *Missing behavior*

Faktor selanjutnya dinamakan perilaku yang hilang, mencerminkan kecenderungan individu ketika mencoba mengalihkan perasaan bahwa individu tersebut sudah melewatkhan hal yang berharga, biasanya dilakukan dengan berpartisipasi dalam kegiatan sosial dan melihat informasi orang lain.

d. *Missing cognition*

Faktor keempat dinamakan *missing cognition* atau kognisi yang hilang, merupakan persepsi individu ketika melewatkhan informasi atau aktivitas atau membandingkan diri sendiri dengan orang lain. Individu tersebut memiliki persepsi bahwa informasi atau aktivitas tersebut berharga, namun individu tersebut melewatkannya.

Fear of missing out (FoMO) menurut Kaloeti dkk. (2021) memiliki tiga faktor, yaitu:

a. *Missed experience*

Missed experience atau pengalaman yang terlewat merujuk pada emosi negatif yang muncul akibat individu tidak terlibat atau melewatkhan suatu aktivitas tertentu di media sosial. Untuk mendapatkan

penerimaan sosial, individu biasanya melakukan perilaku yang biasa dilakukan oleh kebanyakan orang supaya dianggap normal (konformitas).

b. *Compulsion*

Selanjutnya adalah *compulsion* atau dorongan kuat, yaitu perilaku memeriksa secara berulang apa yang telah terjadi.

c. *Comparison with friends*

Faktor yang terakhir mewakili perbandingan dengan teman-teman, yaitu perasaan buruk yang timbul ketika individu membandingkan dirinya sendiri dengan teman atau orang lain.

Alt (2015) telah mengemukakan tiga faktor dari *fear of missing out* (FoMO), yaitu:

a. *Social engagement*

Social engagement atau keterlibatan sosial merupakan hal yang merujuk pada kegiatan individu ketika berbagi informasi pribadi atau sosial kepada orang lain, seperti keluarga, teman, dan kerabat melalui media sosial.

b. *News information engagement*

Keterlibatan informasi berita atau *news information engagement* merupakan aktivitas individu yang dilakukan untuk menyikapi berita di media sosial, seperti menanggapi notifikasi pada situs media sosial.

c. *Commercial information engagement*

Faktor terakhir adalah keterlibatan informasi komersial, yaitu hal-hal yang berkaitan dengan aktivitas jual beli di media sosial, misalnya individu mendapatkan notifikasi diskon atau promo produk tertentu di situs media sosial.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli, terdapat berbagai macam faktor *fear of missing out* (FoMO), diantaranya adalah *missing emotion, missing motivation, compulsion, comparison with friends, social engagement, news information engagement*, dan sebagainya. Penelitian ini menggunakan

faktor milik Kaloeti dkk. (2021) yang terdiri dari tiga faktor, yaitu *missed experience*, *compulsion*, serta *comparison with friends*.

4. *Unity of Science Fear of Missing Out (FoMO)*

Fear of Missing Out (FoMO) adalah istilah yang menggambarkan perasaan cemas seseorang ketika merasa tertinggal dengan tren. Perspektif FoMO dapat dilihat dari beberapa sudut pandang, termasuk dalam sudut pandang islam. FoMO terjadi karena seseorang ingin selalu mengikuti tren yang sedang ramai dilakukan oleh banyak orang. Islam sudah menjelaskan bahwa sebagai individu tidak diperkenankan untuk mengikuti sesuatu yang tidak diketahui sebelumnya, hal tersebut tertuang dalam surah Al-Isra' ayat 36.

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْؤُلًا

Artinya: "Janganlah engkau mengikuti sesuatu yang tidak kauketahui. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan, dan hati nurani, semua itu akan diminta pertanggungjawabannya."

Allah SWT memerintahkan manusia untuk mengikuti segala perintahNya dan menjauhi laranganNya serta tidak diperkenankan untuk mengikuti sesuatu yang tidak diketahui sebelumnya. Hal tersebut mengartikan bahwa Allah melarang manusia untuk berucap sesuatu yang tidak diketahui. Jangan mengaku mengetahui sesuatu yang sebenarnya tidak diketahui atau mengaku mendengar apa yang tidak didengar karena sesungguhnya manusia akan dituntut untuk mempertanggungjawabkan pendengaran, penglihatan, dan hatinya (Shihab, 2002b). Hal ini selaras dengan rasa takut ketinggalan (FoMO), karena seseorang yang FoMO juga akan selalu ingin mengikuti tren yang sedang ramai dan seringkali individu tersebut hanya mengikuti tren tanpa mengetahui asal-usul tren tersebut sebelumnya.

C. *Loneliness*

1. Definisi *Loneliness*

Peplau dan Perlman (1986) menggunakan pendekatan atribusi secara konseptual dalam memandang kesepian atau *loneliness*, *loneliness* menurut Peplau dan Perlman merupakan ketidakselarasan antara tingkat ekspektasi individu terhadap hubungan sosial dengan hubungan sosial yang dicapai oleh individu tersebut. Tidak hanya itu, Peplau dan Perlman juga menganggap *loneliness* sebagai hasil dari kurangnya hubungan sosial individu dengan individu lain. Selain itu, Peplau dan Perlman juga menjelaskan bahwa *loneliness* adalah sebuah fenomena yang subjektif yang tidak selalu identik dengan isolasi sosial, sehingga seseorang dapat menyendiri tanpa merasa kesepian.

Pendapat lain menjabarkan kesepian atau *loneliness* dalam psikologi eksistensial, menurut teori tersebut, kesepian merupakan bawaan serta dianggap sebagai aspek yang penting dalam kehidupan, bahkan pada saat-saat tertentu dalam hidup individu, individu tersebut pada dasarnya sendirian. Pendekatan tersebut juga mengatakan bahwa *loneliness* merupakan sebuah sistem mekanisme perlindungan yang melindungi individu ketika menghadapi permasalahan dalam kehidupan (Malimon, 2023). Sedangkan menurut Russell (2014) *loneliness* merupakan akibat yang timbul karena ketidakpuasan individu terhadap aspek-aspek penting dari hubungan dengan orang lain, seperti kualitas hubungan atau kurangnya hubungan tertentu.

Menurut Yurni (2017), secara umum *loneliness* memiliki keterkaitan dengan perasaan negatif pada individu mengenai hubungan interpersonalnya. Individu yang mengalami kesepian biasanya dipandang sebagai orang yang tidak terlalu cakap menjalin hubungan sosial dibanding dengan individu yang tidak mengalami kesepian. Seseorang bisa saja merasakan kesepian ketika ia tidak menjalankan proses interaksi sosial sehari-harinya dengan baik, ada saat dimana individu akan menghadapi

permasalahan, dan hal tersebut dapat mengurangi makna kebahagiaan dan makna hidup pada individu (Febriani, 2021).

Berdasarkan pendapat beberapa tokoh, dapat ditarik kesimpulan bahwa kesepian atau *loneliness* adalah kondisi yang dialami oleh individu ketika harapannya tidak sesuai dengan kenyataannya, hal ini terjadi saat individu menjalin hubungan sosial dengan orang lain.

2. Aspek-aspek *Loneliness*

Russell dkk. (dalam Muawanah dan Tentama (2020)) mengemukakan tiga aspek kesepian atau *loneliness*, yaitu:

a. *Personality*

Personality yaitu perasaan kesepian yang memiliki pola lebih stabil namun terkadang dapat berubah dalam kondisi tertentu, atau kesepian yang terjadi karena kepribadian individu itu sendiri. Maksud dari kepribadian ini adalah individu yang mempunyai tingkat kepercayaan diri yang rendah serta tidak terlalu banyak berinteraksi dengan orang lain.

b. *Social desirability*

Social desirability loneliness merupakan kesepian yang dialami seseorang ketika kehidupan sosial yang didapatkan tidak sesuai dengan harapannya, individu tersebut cenderung mendapatkan perlakuan yang berbeda dari lingkungannya.

c. *Depression*

Depression loneliness adalah kondisi ketika individu mengalami kesepian karena perasaannya terganggu. Perasaan tersebut dapat berupa perasaan murung, kurang bersemangat, sedih, merasa tidak berharga, serta berpusat pada kegagalan yang dialami sebelumnya.

Menurut Seemann (2022), terdapat tiga dimensi kesepian, yaitu:

a. Dimensi fenomenal

Dimensi fenomenal merupakan aspek subjektif atau pengalaman pribadi dari kesepian. Hal ini merujuk pada bagaimana seseorang secara

langsung merasakan kesepian, serta bagaimana pengalaman itu dirasakan sebagai emosi atau perasaan.

b. Dimensi sosial

Dimensi sosial merupakan aspek kesepian yang berhubungan dengan kurangnya interaksi sosial pada individu. Namun tidak semua interaksi sosial dapat mengatasi kesepian pada seseorang. Interaksi sosial dapat dilakukan secara langsung atau dapat juga dilakukan melalui media sosial.

c. Dimensi normatif/kognitif

Individu dapat merasa kesepian ketika mengalami ketidaksesuaian antara ekspektasinya terhadap hubungan sosial dengan hubungan sosial yang sudah dicapai. Kesepian merujuk pada kekurangan atau bahkan tidak mendapatkan sesuatu yang seharusnya didapatkan oleh individu.

Sedangkan Hymel dkk. (dalam Cahyanti dan Neviyarni (2022)) menyebutkan bahwa kesepian memiliki tiga aspek, yaitu:

a. Afektif

Afektif merupakan salah satu aspek dari kesepian, individu akan menggambarkan kesepian dengan dua hal. Pertama melalui gambaran emosi yang nyata, misalnya adalah merasa tidak dibutuhkan, merasa sendirian, dan merasa dicampakkan sehingga individu akan merasakan sedih dan mengalami kebosanan. Kedua, individu akan menggambarkan kesepian menggunakan istilah atau kalimat tersirat, misalnya ketika individu merasa hampa, individu tersebut akan mengatakan bahwa dirinya sedang berada dalam sangkar.

b. Kognitif

Komponen kognitif merupakan keadaan ketika individu memiliki persepsi buruk tentang hubungan interpersonal serta hubungan sosialnya.

c. Konteks interpersonal

Komponen terakhir merupakan konteks interpersonal, di mana individu akan membatasi aksesnya dengan orang-orang terdekatnya

seperti orang tua, teman, saudara, dan sahabat. Hal ini dapat terjadi karena keadaan situasional yang terjadi dalam kehidupannya, seperti kehilangan orang tersayang, adaptasi dengan lingkungan baru, atau kehilangan orang lain untuk sementara.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli mengenai *loneliness*, dapat ditarik kesimpulan bahwa *loneliness* memiliki beragam aspek, diantaranya adalah social *desirability*, afektif, kognitif, dimensi sosial, dan sebagainya. Peneliti akan menggunakan aspek milik Russell (1996). yang terdiri dari *personality*, *social desirability*, serta *depression*.

3. Faktor-faktor *Loneliness*

Peplau dan Perlman (1979) mengungkapkan bahwa kesepian dapat muncul ketika terdapat perbedaan antara tingkat interaksi sosial yang diinginkan dengan yang sebenarnya didapatkan atau terdapat kesenjangan antara harapan dan kenyataan, kedua faktor tersebut adalah sebagai berikut:

a. *Achieved level of social interaction*

Achieved level of social interaction atau tingkat kontak sosial yang didapatkan oleh individu, hal ini didasarkan pada bagaimana kontak individu tersebut di masa lalunya.

b. *Desired or expected social relations*

Sedangkan *desired or expected social relations* mengacu pada tingkat interaksi yang diinginkan, hal ini dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu dan harapan untuk hubungan sosial di masa depan.

Austin (1983) mengungkap bahwa *loneliness* memiliki tiga faktor yaitu *intimate others*, *social others*, dan *belonging and affiliation*, yang penjelasannya sebagai berikut:

a. *Intimate others*

Intimate others menggambarkan perasaan individu ketika merasa terisolasi dari orang-orang terdekat atau tidak adanya orang-orang penting dalam kehidupannya. Individu dapat merasa kesepian mendalam, sulit berinteraksi, dan merasa diasingkan.

b. *Social others*

Faktor ini menunjukkan perasaan individu ketika tidak memiliki koneksi sosial yang diharapkan. *Social others* memiliki kemiripan dengan *intimate others*, namun faktor sosial lebih menggambarkan individu yang kurang terkoneksi atau memiliki hubungan sosial yang lebih luas, bukan hanya ketidakadanya hubungan intim.

c. *Belonging and affiliation*

Faktor yang terakhir adalah *belonging and affiliation*, faktor ini mencerminkan perasaan ketika individu tidak merasa menjadi bagian dari kelompok atau komunitas yang berarti. Faktor ini juga memiliki kemiripan dengan faktor kedua, namun *belonging and affiliation* lebih menekankan pada perasaan individu ketika tidak tergabung ke dalam kelompok sosial apa pun.

Sedangkan menurut Aldila dalam Fitriana dkk. (2021) terdapat tiga faktor yang dapat menyebabkan kesepian pada lansia, yaitu:

a. Faktor psikologis

Faktor psikologis adalah salah satu faktor penyebab kesepian pada lansia, faktor psikologis dapat berupa perasaan harga diri yang rendah, terkadang disertai dengan perasaan negatif lainnya.

b. Faktor kebudayaan dan faktor situasional

Selanjutnya adalah faktor kebudayaan dan situasional, merupakan kondisi ketika terjadi perubahan dalam tata cara kehidupan serta kebiasaan budaya pada lansia karena berpindah dari tempat tinggalnya ke lingkungan panti asuhan sehingga membutuhkan waktu untuk beradaptasi.

c. Faktor spiritual

Faktor yang terakhir adalah faktor spiritual, faktor ini dapat berpengaruh pada kesepian, karena ketika individu menganut kepercayaan dengan kuat, kecemasan juga dapat berkurang, sebaliknya apabila individu tidak mendalami agama yang dianutnya, maka individu tersebut akan cenderung merasakan kesepian.

Loneliness memiliki beragam faktor, diantaranya adalah *achieved level of social interaction, intimate others, social others*, faktor psikologis, faktor spiritual, dan sebagainya. Penelitian ini menggunakan faktor milik Austin (1983) yang terdiri dari *intimate others, social others*, dan *belonging and affiliation*.

4. Unity of Science *Loneliness*

Loneliness atau kesepian adalah perasaan terisolasi atau terputus dari orang lain, baik secara emosional maupun sosial. Islam memiliki pandangan mengenai *loneliness* atau kesepian, dalam perspektif Islam, kesepian merupakan pengalaman manusia yang wajar dan dapat diatasi dengan pendekatan spiritual dan sosial. Allah SWT telah bersabda dalam Q.S. At-Taubah ayat 40.

لَا تَحْزُنْ إِنَّ اللَّهَ مَعَنَا

Artinya: “Janganlah engkau bersedih, sesungguhnya Allah bersama kita.”

Penggalan surah At-Taubah ayat 40 menjelaskan tentang kesedihan ketika menghadapi suatu kondisi dalam kehidupan. Hal ini erat kaitannya dengan kesepian, orang yang kesepian biasanya larut dalam kesedihan karena merasa sendiri. Namun Allah SWT sudah meyakinkan hamba-Nya supaya tidak bersedih karena Allah SWT selalu berada di samping hamba-Nya dan akan selalu menyertai di setiap langkah-langkahnya. Maka dari itu, apabila merasakan kesepian, selalu libatkan Allah SWT dalam segala urusan, karena sesungguhnya Allah akan senantiasa membersamai hamba-Nya dalam keadaan apapun.

D. Pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) dan *Loneliness* terhadap Adiksi Media Sosial

Adiksi media sosial tentunya tidak terjadi tanpa alasan, banyak faktor yang dapat mendasari munculnya adiksi media sosial pada seseorang. Salah satunya adalah faktor psikologis, yaitu hal yang berhubungan dengan perasaan. *Fear of missing out* (FoMO) dan *loneliness* merupakan bagian dari faktor psikologis yang dapat memberikan dampak terhadap adiksi media sosial pada seseorang.

Fear of missing out (FoMO) ialah rasa takut ketinggalan dengan trend yang sedang berlangsung, sehingga menyebabkan seseorang sulit menjauhi media sosial. FoMO merupakan faktor eksternal yang dapat memberikan pengaruh terhadap tingkat adiksi media sosial pada individu (Rahardjo dan Mulyani, (2020)) karena individu yang merasa takut tertinggal dengan tren (FoMO) terkadang juga memiliki perasaan *anxiety*, yaitu keadaan emosional negatif yang dapat berupa kecemasan, gelisah, ketakutan, dan *overthinking* yang timbul ketika individu tersebut kesulitan terhubung dengan media sosial.

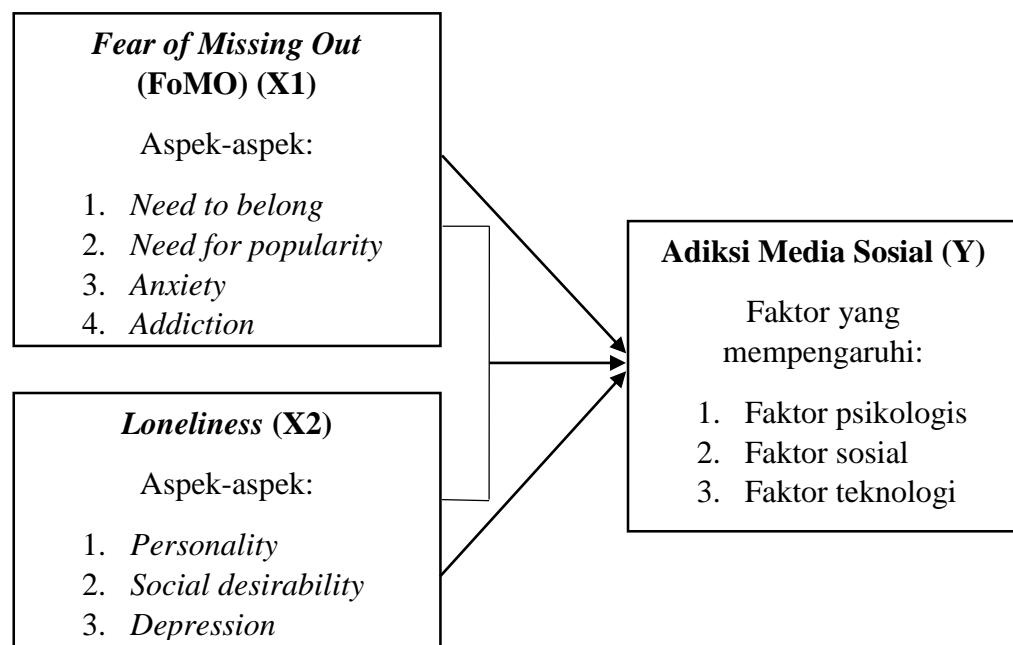
Hal tersebut sejalan dengan *research* yang sudah dilakukan oleh Savitri dan Suprihatin (2021), penelitian tersebut menunjukkan bahwa *fear of missing out* berpengaruh terhadap kecenderungan adiksi media sosial. Purba dkk. (2021) juga mengungkap hal yang sama, Individu dengan tingkat FoMO yang tinggi cenderung mengalami kesulitan dalam beberapa aspek kesejahteraan psikologis, contohnya adalah memiliki harga diri yang rendah dan memiliki keterbatasan untuk bersosialisasi. Sedangkan seseorang dengan FoMO yang rendah cenderung memiliki hubungan yang lebih sehat dengan media sosial, tidak khawatir tertinggal dari hal-hal yang viral, serta tidak merasa bahwa orang lain memiliki pengalaman yang lebih baik daripada dirinya.

Sama halnya dengan FoMO, *loneliness* juga memberikan dampak terhadap adiksi media sosial individu. *Loneliness* adalah kondisi yang menerpa individu ketika harapannya dalam menjalin hubungan sosial tidak selaras dengan kenyataannya. *Loneliness* dapat memengaruhi adiksi media sosial karena individu yang merasakan kesepian biasanya merasa terisolasi dari orang-orang terdekat atau bahkan tidak memiliki orang-orang penting dalam kehidupannya. Sehingga individu tersebut melampiaskannya dengan menggunakan media sosial.

Pemaparan tersebut selaras dengan penelitian Hisan dan Dewi (2024) yang memperoleh hasil bahwa *loneliness* memengaruhi tingkat adiksi media sosial pada siswa di SMA X. Selain itu, Zelfina (2023) juga menyatakan hal yang sama, dalam penelitiannya *loneliness* menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap intensitas penggunaan media sosial pada individu.

Penelitian Zelfina mengungkap bahwa remaja yang mengalami kesepian akan mencoba untuk melakukan interaksi sosial secara online. Dalam penelitiannya, didapatkan hubungan positif signifikan antara *loneliness* dengan adiksi internet, yang berarti semakin tinggi *loneliness*, maka akan semakin tinggi pula adiksi internet pada individu, sebaliknya, jika *loneliness* yang dimiliki oleh individu rendah, maka tingkat kecanduan internet pada individu juga akan semakin rendah.

E. Kerangka Teoritis



F. Hipotesis

- H₁ : Terdapat pengaruh *fear of missing out* (FoMO) terhadap adiksi media sosial pada perantau di Kota Semarang.
- H₂ : Terdapat pengaruh *loneliness* terhadap adiksi media sosial pada perantau di Kota Semarang.
- H₃ : Terdapat pengaruh *fear of missing out* (FoMO) dan *loneliness* terhadap adiksi media sosial pada perantau di Kota Semarang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan komponen yang paling penting dalam penelitian, variabel penelitian ditentukan oleh peneliti supaya mendapatkan hasil akhir berupa kesimpulan penelitian (Sahir, 2021). Peneliti menggunakan tiga variabel penelitian, dua variabel bebas serta satu variabel terikat, variabel tersebut adalah sebagai berikut:

Variabel Terikat	(Y)	: Adiksi Media Sosial
Variabel Bebas	(X ₁)	: <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)
Variabel Bebas	(X ₂)	: <i>Loneliness</i>

2. Definisi Operasional

a. Adiksi Media Sosial

Adiksi media sosial adalah sebuah perilaku individu ketika mengakses media sosial dalam durasi yang lama atau berlebihan. Adiksi media sosial diukur dengan skala adiksi media sosial yang disusun dari aspek-aspek milik Al-Menayes (2015). Terdapat tiga aspek yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat adiksi media sosial pada individu, yaitu konsekuensi sosial, pengalihan waktu, dan perasaan kompulsif. Semakin tinggi skor adiksi media sosial yang diperoleh, maka akan semakin tinggi tingkat adiksi media sosial individu. Sebaliknya, ketika skor adiksi media sosial rendah, maka tingkat adiksi media sosial individu juga rendah.

b. Fear Of Missing Out (FoMO)

Fear Of Missing Out (FoMO) merupakan rasa takut atau cemas yang dialami individu apabila melewatkkan peristiwa menarik, hal ini dicirikan dengan keinginan individu untuk selalu terhubung dengan orang lain yang melakukan kegiatan menarik, individu akan mengakses internet

untuk mengikuti serta memantau aktivitas yang dikerjakan orang lain. *Fear of missing out* (FoMO) diukur dengan skala FoMO yang disusun dari aspek-aspek milik Sette dkk. (2020), ada empat aspek yang dapat mengukur tingkat *Fear Of Missing Out* (FoMO) individu, yaitu *need to belong*, *need for popularity*, *anxiety*, dan *addiction*. Semakin tinggi skor yang diperoleh menandakan tingkat FoMO individu dalam kategori tinggi, dan sebaliknya, ketika mendapatkan skor FoMO yang rendah maka individu tersebut memiliki tingkatan FoMO yang rendah.

c. **Loneliness**

Loneliness atau kesepian merupakan keadaan ketika individu merasa hampa atau kosong ketika menjalin hubungan sosial dengan orang lain yang tidak sesuai dengan harapannya. *Loneliness* diukur dengan skala loneliness yang disusun dari aspek-aspek milik Russell (1996). Terdapat tiga aspek yang dapat digunakan sebagai alat ukur *loneliness*, yang terdiri dari *personality*, *social desirability*, serta *depression*. Semakin tinggi skor *loneliness* yang diperoleh, maka individu tersebut memiliki tingkat *loneliness* yang tinggi, dan jika skor *loneliness* rendah mengartikan bahwa individu tersebut memiliki tingkatan *loneliness* yang rendah.

B. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. **Populasi**

Populasi merupakan keseluruhan subjek yang hendak diteliti, dan sudah ditentukan oleh peneliti, populasi dapat berupa orang, institusi, ataupun benda (Sahir, 2021). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh perantau di Kota Semarang yang mengakses media sosial dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti.

2. **Sampel**

Sampel merupakan bagian yang dapat digunakan untuk mewakili populasi. Sampel dapat ditentukan sesuai dengan teknik sampel yang digunakan. Sampel penelitian ini adalah perantau di Kota Semarang yang

berasal dari luar Kota Semarang dengan rentang usia 18-34 tahun dan mengakses media sosial. Peneliti menggunakan tabel penentuan sampel milik Isaac dan Michael dengan jumlah populasi yang tidak terhingga dan taraf kesalahan 10%, maka jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 271 subjek (Sugiyono, 2019).

3. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik yang dapat digunakan untuk memilih sampel penelitian yang nantinya berguna untuk mewakili populasi penelitian. Teknik sampling dibagi menjadi dua, yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling* (Sahir, 2021). Penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* yang berupa *purposive sampling*. Penulis menggunakan *purposive sampling* karena penulis akan mengambil sampel pada individu yang memenuhi kriteria sebagai responden, yaitu perantau di Kota Semarang yang berasal dari luar kota Semarang, berusia 18-34 tahun, dan menggunakan media sosial.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah salah satu tahapan yang krusial pada penelitian, teknik pengumpulan data harus tepat supaya memperoleh hasil yang sesuai dengan harapan (Sahir, 2021). Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner yang disajikan dengan model skala likert. Instrumen yang disajikan merupakan instrumen yang dinyatakan reliabel. Adapun alat ukur dan blueprint yang peneliti gunakan pada masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Adiksi Media Sosial

Peneliti melakukan konstruksi alat ukur dengan mengacu pada aspek-aspek Al-Menayes (2015). Instrumen ini memiliki total 24 aitem dengan 12 aitem *favorable* serta 12 aitem *unfavorable*. Aitem diukur dengan menggunakan skala likert yang memiliki empat pilihan jawaban berupa angka satu sampai empat yang berisi pernyataan sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), setuju (S), dan sangat setuju (SS). Individu dapat

dikatakan adiksi media sosial ketika memperoleh skor adiksi yang tinggi, dan sebaliknya, apabila individu memperoleh skor adiksi yang rendah, maka individu tersebut tidak adiksi terhadap media sosial.

Tabel 3. 1 Blueprint Skala Adiksi Media Sosial

Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah
		F	UF	
<i>Social consequences</i> (konsekuensi sosial)	Kurang berinteraksi dengan orang-orang di sekitar	1, 7	2, 8	8
	Pekerjaan terbengkalai	13, 19	14, 20	
<i>Time displacement</i> (pengalihan waktu)	Menggunakan media sosial secara berlebihan	3, 9	4, 10	8
	Mengabaikan aktivitas lain demi media sosial	15, 21	16, 22	
<i>Compulsive feelings</i> (perasaan kompulsif)	Ingin terus terhubung dengan media sosial	5, 11	6, 12	8
	Merasa tidak nyaman ketika tidak mengakses media sosial	17, 23	18, 24	
Jumlah Total		12	12	24

2. *Fear of Missing Out* (FoMO)

Variabel selanjutnya adalah *fear of missing out* (FoMO), peneliti mengacu pada aspek yang dikembangkan oleh Sette dkk. (2020). Skala ini memiliki 16 aitem *favorable* serta 16 aitem *unfavorable*. Aitem diukur dengan skala likert dengan empat alternatif jawaban yang terdiri dari angka satu sampai lima dengan pilihan sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), setuju (S), dan sangat setuju (SS). Individu dapat dikatakan FoMO ketika individu tersebut mendapatkan skor FoMO tinggi, sebaliknya, individu yang memperoleh skor rendah dapat dikatakan tidak FoMO.

Tabel 3. 2 Blueprint Skala *Fear of Missing Out* (FoMO)

Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah
		F	UF	
<i>Anxiety</i>	Merasa cemas dan memiliki emosi negatif	1, 9	2, 10	8
	<i>Overthinking</i> ketika merasa tertinggal	17, 25	18, 26	

<i>Need to belong</i>	Tidak bisa terhubung dengan kelompok lain	3, 11	4, 12	8
	Tidak mendapat perhatian orang lain	19, 27	8, 28	
<i>Addiction</i>	Sulit mengontrol diri ketika mengakses media sosial	5, 13	6, 14	8
	Berlebihan ketika mengakses media sosial	21, 29	22, 30	
<i>Need for popularity</i>	Merasa ingin diterima oleh orang lain	7, 15	20, 16	8
	Senang ketika mendapat perhatian	23, 31	24, 32	
Jumlah Total		16	16	32

3. *Loneliness*

Peneliti melakukan konstruksi alat ukur dengan aspek yang dikembangkan oleh Russell (1996) sebagai acuan. Instrumen ini memiliki total 24 aitem, dengan 12 aitem favorable serta 12 aitem unfavorable. Aitem diukur dengan menggunakan skala likert yang memiliki empat pilihan jawaban berupa angka satu sampai empat yang berisi pernyataan sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), setuju (S), dan sangat setuju (SS). Individu yang kesepian memiliki skor kesepian yang cenderung tinggi, dan sebaliknya, individu tidak merasakan kesepian ketika skor yang diperoleh rendah.

Tabel 3. 3 Blueprint Skala *Loneliness*

Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah
		F	UF	
<i>Personality</i>	Merasa tidak nyaman, cemas, dan rendah diri	1, 7	2, 8	8
	Berperilaku pasif dan tidak responsif terhadap orang lain	13, 19	14, 20	
<i>Social desirability</i>	Merasa tidak nyaman dan tidak diterima di lingkungan sekitar	3, 9	4, 10	8
	Merasa tidak memiliki relasi dan selalu merasa sendiri	15, 21	16, 22	
<i>Depression</i>	Merasa sedih, tertekan, putus asa, dan hampa atau kosong	5, 11	6, 12	8
	Cenderung menyalahkan diri sendiri/merasa kasihan terhadap diri sendiri	17, 23	18, 24	
Jumlah Total		12	12	24

D. Validitas dan Reliabilitas Data

1. Validitas

Validitas adalah sebuah uji coba yang dilakukan guna mengetahui seberapa jauh alat ukur dapat dipahami oleh responden, responden dikatakan mengerti dengan pertanyaan yang disajikan ketika mendapatkan hasil yang valid, dan sebaliknya (Sahir, 2021). Melakukan uji validitas sangat penting karena alat ukur harus valid guna mendapatkan hasil yang akurat. Penelitian ini akan menggunakan validitas isi untuk menguji valid atau tidaknya alat ukur yang digunakan. Validitas isi adalah validitas yang menguji kesesuaian alat ukur dengan tujuan alat ukurnya, penilaian validitas isi dilakukan oleh para ahli (*expert judgement*). Validitas isi akan mengungkap kesesuaian item dengan konsep yang digunakan. Semakin besar validitas isi, menandakan bahwa alat ukur sesuai dengan konsep yang diukur (Hendryadi, 2017).

2. Daya Beda Aitem

Daya beda aitem adalah pengujian yang dilakukan untuk membuktikan seberapa jauh aitem mampu membedakan subjek yang mempunyai serta tidak mempunyai atribut yang diukur. Aitem yang memiliki daya beda tinggi merupakan aitem yang dapat mengidentifikasi perbedaan subjek yang mempunyai skor tinggi dengan subjek yang mempunyai skor rendah dalam atribut yang diukur (Azwar, 2020). Suatu aitem memiliki daya beda aitem tinggi apabila nilai koefisien $\geq 0,3$ dan sebaliknya, ketika nilai koefisien $\leq 0,3$ maka aitem dikatakan kurang baik.

3. Reliabilitas

Uji reliabilitas memiliki tujuan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden sehingga dapat memberikan gambaran sejauh mana instrumen dapat dipercaya dan diandalkan (Sahir, 2021). Instrumen dapat dikatakan reliabel ketika koefisien reliabilitasnya dalam kategori tinggi atau baik, yang menandakan bahwa responden memiliki konsistensi jawaban yang baik. Reliabilitas berkisar pada angka 0-1, semakin mendekati 1, maka

reliabilitas semakin tinggi. Reliabilitas memiliki beberapa kategori, $> 0,60$ dapat dikatakan reliabel, $> 0,70$ reliabilitas cukup, $> 0,80$ kuat, dan $> 0,90$ termasuk dalam kategori sempurna (Slamet & Wahyuningsih, 2022).

4. Hasil Uji Coba Alat Ukur

a. Adiksi Media Sosial

Skala adiksi media sosial pada uji coba alat ukur memiliki total 24 aitem, dengan 12 aitem favorable dan 12 aitem unfavorable. Uji coba dilakukan pada 45 partisipan yang merupakan perantau di Kota Semarang dengan rentang usia 18-34 tahun dan mengakses media sosial. Hasil uji daya beda aitem menunjukkan bahwa 4 aitem favorable dan 5 aitem unfavorable harus digugurkan karena nilai koefisien $\leq 0,3$. Sehingga tersisa 8 aitem favorable dan 7 aitem unfavorable dengan jumlah total 15 aitem.

Tabel 3. 4 Hasil Uji Coba Skala Adiksi Media Sosial

Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah
		F	UF	
<i>Social consequences</i> (konsekuensi sosial)	Kurang berinteraksi dengan orang-orang di sekitar	1*, 7*	2, 8	8
	Pekerjaan terbengkalai	13, 19	14*, 20*	
<i>Time displacement</i> (pengalihan waktu)	Menggunakan media sosial secara berlebihan	3*, 9	4, 10	8
	Mengabaikan aktivitas lain demi media sosial	15, 21	16, 22*	
<i>Compulsive feelings</i> (perasaan kompulsif)	Ingin terus terhubung dengan media sosial	5, 11	6, 12*	8
	Merasa tidak nyaman ketika tidak mengakses media sosial	17*, 23	18, 24*	
Jumlah total aitem sebelum gugur		12	12	24
Jumlah total aitem setelah gugur		8	7	15

Keterangan: aitem bertanda bintang (*) adalah aitem yang gugur

Sedangkan reliabilitas alat ukur dapat dilihat pada nilai Cronbach's alpha, reliabilitas alat ukur adiksi media sosial termasuk dalam kategori kuat karena $> 0,80$ yaitu 0,838.

Tabel 3. 5 Reliabilitas Skala Adiksi Media Sosial

Cronbach's Alpha	N of Items
,838	15

b. *Fear of Missing Out* (FoMO)

Skala *fear of missing out* (FoMO) pada uji coba alat ukur memiliki total 32 aitem, dengan 16 aitem favorable dan 16 aitem unfavorable. Uji coba dilakukan pada 45 partisipan yang merupakan perantau di Kota Semarang dengan rentang usia 18-34 tahun dan mengakses media sosial. Hasil uji daya beda aitem menunjukkan bahwa 9 aitem favorable dan 10 aitem unfavorable harus digugurkan karena nilai koefisien $\leq 0,3$. Sehingga tersisa 7 aitem favorable dan 6 aitem unfavorable dengan jumlah total 13 aitem.

Tabel 3. 6 Hasil Uji Coba Skala *Fear of Missing Out* (FoMO)

Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah
		F	UF	
<i>Anxiety</i>	Merasa cemas dan memiliki emosi negatif	1, 9	2*, 10*	8
	<i>Overthinking</i> ketika merasa tertinggal	17, 25*	18, 26	
<i>Need to belong</i>	Tidak bisa terhubung dengan kelompok lain	3, 11*	4*, 12*	8
	Tidak mendapat perhatian orang lain	19*, 27*	8, 28*	
<i>Addiction</i>	Sulit mengontrol diri ketika mengakses media sosial	5, 13*	6*, 14*	8
	Berlebihan ketika mengakses media sosial	21, 29*	22, 30	
<i>Need for popularity</i>	Merasa ingin diterima oleh orang lain	7, 15*	20*, 16*	8
	Senang ketika mendapat perhatian	23*, 31*	24*, 32	
Jumlah total aitem sebelum gugur		16	16	32
Jumlah aitem setelah gugur		7	6	13

Keterangan: aitem bertanda bintang (*) adalah aitem yang gugur

Sedangkan reliabilitas alat ukur dapat dilihat pada nilai *cronbach's alpha* pada tabel 3.7, alat ukur memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar 0,820 sehingga termasuk ke dalam kategori kuat karena $> 0,80$.

Tabel 3. 7 Reliabilitas Skala *Fear of Missing Out* (FoMO)

Cronbach's Alpha	N of Items
,820	13

c. *Loneliness*

Skala *loneliness* pada uji coba alat ukur memiliki total 24 aitem, dengan 12 aitem favorable dan 12 aitem unfavorable. Uji coba dilakukan pada 45 partisipan yang merupakan perantau di Kota Semarang dengan rentang usia 18-34 tahun dan mengakses media sosial. Hasil uji daya beda aitem menunjukkan bahwa 4 aitem favorable dan 1 aitem unfavorable harus digugurkan karena nilai koefisien $\leq 0,3$. Sehingga tersisa 8 aitem favorable dan 11 aitem unfavorable dengan jumlah total 19 aitem.

Tabel 3. 8 Hasil Uji Coba Skala *Loneliness*

Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah
		F	UF	
<i>Personality</i>	Merasa tidak nyaman, cemas, dan rendah diri	1, 7	2, 8*	8
	Berperilaku pasif dan tidak responsif terhadap orang lain	13*, 19*	14, 20	
<i>Social desirability</i>	Merasa tidak nyaman dan tidak diterima di lingkungan sekitar	3, 9*	4, 10	8
	Merasa tidak memiliki relasi dan selalu merasa sendiri	15, 21	16, 22	
<i>Depression</i>	Merasa sedih, tertekan, putus asa, dan hampa atau kosong	5*, 11	6, 12	8
	Cenderung menyalahkan diri sendiri/merasa kasihan terhadap diri sendiri	17, 23	18, 24	
Jumlah total aitem sebelum gugur		12	12	24
Jumlah total aitem sesudah gugur		8	11	19

Keterangan: aitem bertanda bintang (*) adalah aitem yang gugur

Sedangkan reliabilitas alat ukur *loneliness* dapat dilihat pada nilai *Cronbach's alpha*, reliabilitas alat ukur *loneliness* termasuk dalam kategori kuat karena memiliki nilai *cronbach's alpha* $> 0,80$ yaitu sebesar 0,876.

Tabel 3. 9 Reliabilitas Skala *Loneliness*

Cronbach's Alpha	N of Items
,876	19

E. Analisis Data

Analisis data merupakan pengolahan data untuk mendapatkan hasil penelitian, yang kemudian akan menjadi sebuah kesimpulan penelitian (Sahir, 2021). Peneliti melakukan tahapan analisis data berupa pengumpulan data, skoring, dan tabulasi data, lalu data dianalisis secara deskriptif dan inferensial. Statistik inferensial memiliki dua jenis, yaitu parametris dan non-parametris. Statistik parametris adalah pengujian parameter populasi dengan statistik atau pengujian ukuran populasi menggunakan sampel, sedangkan statistik non-parametris hanya menguji distribusi data (Sugiyono, 2019). Peneliti menggunakan statistik parametris, sehingga sebelum melakukan uji hipotesis peneliti harus melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui bahwa variabel bebas dan variabel terikat terdistribusi normal. Data dikatakan normal dan hipotesis diterima ketika data memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ dan sebaliknya, data dikatakan tidak normal jika memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ (Sahir, 2021).

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan guna mengidentifikasi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat secara linear (Khasanah, 2021). Data dinyatakan linear ketika memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ dan

sebaliknya, data dikatakan tidak linear ketika nilai signifikansi $< 0,05$ (Sahir, 2021).

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mendeteksi apakah terdapat hubungan yang tinggi antara variabel bebas (Sahir, 2021). Variabel dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas ketika memiliki nilai tolerance $> 0,100$ dan VIF < 10.00 begitupun sebaliknya, jika data memiliki nilai tolerance $< 0,100$ dan VIF > 10.00 maka variabel tersebut dinyatakan memiliki gejala multikolinearitas.

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang akan diterapkan pada penelitian ini yaitu regresi linear berganda. Regresi adalah salah satu metode analisis data kuantitatif yang bermaksud untuk mengidentifikasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Peneliti akan melakukan analisis data dengan metode analisis regresi linear berganda karena peneliti menggunakan dua variabel bebas dan satu variabel terikat (Sahir, 2021). Variabel bebas dinyatakan memberikan pengaruh terhadap variabel terikat ketika memiliki nilai signifikansi $p < 0,05$ dan sebaliknya, apabila data bernilai signifikansi $p > 0,05$ maka variabel bebas dikatakan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini merupakan perantau di Kota Semarang yang berusia 18-34 tahun dan mengakses media sosial. Penelitian ini menggunakan tabel isaac dan michael untuk menentukan jumlah sampel, menurut tabel isaac dan michael, sampel yang diperlukan adalah sebanyak 271 responden, namun peneliti memutuskan untuk menambah responden penelitian supaya mendapatkan hasil yang lebih akurat, sehingga total sampel adalah sebanyak 280 responden. Detail deskriptif mengenai subjek penelitian dapat dilihat pada tabel-tabel berikut:

- a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Jenis kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	228	81,4%
Laki-laki	52	18,6%
Total	280	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden penelitian berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 228 responden dengan persentase sebesar 81%. Sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 52 responden dengan persentase sebesar 19%.

- b. Berdasarkan Usia

Tabel 4. 2 Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
18	2	0,7%
19	11	3,9%
20	44	15,7%

21	112	40,0%
22	66	23,6%
23	29	10,4%
24	4	1,4%
25	5	1,8%
27	3	1,1%
28	2	0,7%
30	1	0,4%
33	1	0,4%
Total	280	100%

Berdasarkan tabel usia, dapat disimpulkan bahwa responden penelitian didominasi oleh usia 21 tahun dengan jumlah 112 responden dengan persentase sebesar 40,0%. Sedangkan untuk usia 26, 29, 31, 32, dan 34, tidak ada responden yang mewakili atau 0% responden.

c. Berdasarkan Tujuan Merantau

Tabel 4. 3 Tujuan Merantau

Tujuan Merantau	Frekuensi	Persentase
Pendidikan	229	81,8%
Bekerja	22	7,9%
Pendidikan dan Bekerja	28	10,0%
Lainnya	1	0,4%
Total	280	100%

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden merantau dengan tujuan pendidikan, yaitu sebanyak 229 responden dengan persentase 81,8%. Merantau dengan tujuan pendidikan dan bekerja menjadi urutan kedua yaitu sebanyak 22 responden dengan persentase 10,0%, sedangkan untuk tujuan bekerja pada urutan ketiga yaitu 22 responden dengan persentase 7,9%, dan yang terakhir adalah merantau dengan alasan lain yaitu terdapat 1 responden dengan persentase 0,4%.

Setelah mengetahui sebaran data responden melalui jenis kelamin, usia, dan tujuan merantau. Kemudian peneliti melakukan uji deskriptif untuk mengetahui nilai rata-rata, minimum, maksimum, dan standar deviasi pada masing-masing variabel yang juga digunakan untuk mengategorisasikan responden pada tiga tingkatan, yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Hasil dari uji deskriptif disajikan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Deskriptif

	N	Min	Max	Sum	Mean	Std.dev
FoMO	280	13	45	7954	28,41	5,171
Loneliness	280	21	61	10912	38,97	7,268
Adiksi	280	19	57	9511	33,97	6,173
Valid N (listwise)	280					

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui skor minimal, skor maksimal, rata-rata, dan standar deviasi setiap variabel. Variabel FoMO memiliki nilai minimal 13, nilai maksimal 45, rata-rata 28,41, dan standar deviasi 5,171. Pada loneliness nilai minimal berada pada angka 21, nilai maksimal 61, rata-rata 38,97, dan standar deviasi 7,268. Sedangkan variabel adiksi media sosial memiliki nilai minimal 19, nilai maksimal 57, rata-rata 33,97, dan standar deviasi sebesar 6,173.

Setelah memperoleh nilai-nilai tersebut, selanjutnya adalah melakukan kategorisasi data untuk mengelompokkan responden pada tiga kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi dalam masing-masing variabel menggunakan norma yang berlaku. Kategorisasi data dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 5 Kategorisasi Adiksi Media Sosial

Kategori	Norma	Rentang Nilai	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < M - 1SD$	$X < 27,795$	42	15,0%
Sedang	$M - 1SD \leq X < M + 1SD$	$27,795 \leq X < 40,141$	199	71,1%
Tinggi	$M + 1SD \leq X$	$40,141 \leq X$	39	13,9%

Berdasarkan tabel kategorisasi adiksi media sosial, dapat diketahui bahwa mayoritas responden mengalami adiksi media sosial dalam kategori sedang, yaitu sebanyak 199 responden dengan persentase 71,1% dan perolehan nilai antara 27,795 sampai kurang dari 40,414. Kemudian disusul oleh adiksi media sosial dalam kategori rendah yang berjumlah 42 responden dengan perolehan nilai kurang dari 27,795. Sedangkan kategori tinggi memiliki frekuensi terendah yaitu 39 responden dengan perolehan nilai lebih dari sama dengan 40,141.

Tabel 4. 6 Kategorisasi *Fear of Missing Out* (FoMO)

Kategori	Norma	Rentang Nilai	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < M - 1SD$	$X < 23,24$	49	17,5%
Sedang	$M - 1SD \leq X < M + 1SD$	$23,24 \leq X < 33,578$	190	67,9%
Tinggi	$M + 1SD \leq X$	$33,578 \leq X$	41	14,6%

Berdasarkan tabel kategorisasi FoMO, dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki tingkat FoMO sedang dengan perolehan nilai antara 23,24 sampai kurang dari 33,578 yaitu sebanyak 190 responden. Kemudian tingkatan FoMO rendah menjadi urutan kedua terbanyak dengan total 49 responden dengan perolehan nilai kurang dari 23,24. Sedangkan kategori tinggi menjadi urutan terakhir, yaitu sebanyak 41 responden atau 14,6% dengan perolehan nilai lebih dari sama dengan 33,578.

Tabel 4. 7 Kategorisasi *Loneliness*

Kategori	Norma	Rentang Nilai	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < M - 1SD$	$X < 31,703$	46	16,4%
Sedang	$M - 1SD \leq X <$ $M + 1SD$	$31,703 \leq X <$ $46,240$	199	71,1%
Tinggi	$M + 1SD \leq X$	$46,240 \leq X$	35	12,5%

Berdasarkan tabel kategorisasi *loneliness*, dapat diketahui bahwa sebanyak 199 responden dengan persentase 71,1% termasuk ke dalam kategori *loneliness* sedang dengan perolehan nilai kurang dari 31,703. 46 responden memiliki tingkat *loneliness* rendah dengan perolehan nilai kurang dari 31,703 dengan persentase sebesar 16,4%. Sedangkan sisanya pada kategori tinggi, kategori *loneliness* tinggi memiliki frekuensi terendah yaitu 35 responden dengan perolehan nilai lebih dari sama dengan 46,240.

2. Pengujian Hipotesis Penelitian

a. Uji Normalitas

Peneliti menggunakan statistik parametris, oleh karena itu sebelum melakukan uji hipotesis, peneliti harus melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu, uji asumsi klasik yang dilakukan berupa uji normalitas dan uji linearitas, berikut adalah hasil uji normalitas.

Tabel 4. 8 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized
		Residual
N		280
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0840505
	Std. Deviation	4,76711330
Most Extreme Differences	Absolute	,049
	Positive	,049

Negative	-,034
Test Statistic	,049
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}

Hasil uji normalitas yang dilakukan dengan *one-sample kolmogorov-smirnov* dapat dilihat pada tabel di atas, data berdistribusi normal karena memiliki nilai signifikansi (*asymp.sig*) 0,200 yang mengartikan bahwa nilai signifikansi $> 0,05$.

b. Uji Linearitas

Setelah melakukan uji normalitas, peneliti melakukan uji linearitas yang bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat secara linear. Berikut adalah tabel uji linearitas variabel X1 dengan Y dan X2 dengan Y.

Tabel 4. 9 Uji Linearitas FoMO dan Adiksi Media Sosial

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ADIKSI	Between Groups	(Combined)	4920,388	26	189,246	8,355	,000
MEDSOS	Linearity		4200,676	1	4200,676	185,452	,000
* FOMO	Deviation from Linearity		719,712	25	28,788	1,271	,180
	Within Groups		5730,698	253	22,651		
	Total		10651,086	279			

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa hubungan FoMO dengan adiksi media sosial terikat secara linear, karena memiliki nilai *deviation from linearity* sebesar $0,180 > 0,05$.

Tabel 4. 10 Uji Linearitas Loneliness dan Adiksi Media Sosial

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ADIKSI	Between Groups	(Combined)	2891,872	36	80,330	2,516	,000
MEDSOS	Linearity		1362,842	1	1362,842	42,681	,000

*	Deviation from Linearity	1529,030	35	43,687	1,368	,091
LONELIN						
ESS	Within Groups	7759,214	243	31,931		
	Total	10651,086	279			

Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai *deviation from linearity* adalah sebesar $0,91 > 0,05$ yang berarti *loneliness* memiliki hubungan linear dengan adiksi media sosial.

c. Uji Multikolinearitas

Setelah dilakukan uji normalitas dan linearitas, uji prasyarat selanjutnya adalah uji multikolinearitas, uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel memiliki gejala multikolinearitas atau tidak. Berikut merupakan tabel uji multikolinearitas.

Tabel 4. 11 Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1	FOMO	,831	1,204
	LONELINESS	,831	1,204

a. Dependent Variable: ADIKSI MEDSOS

Tabel tersebut menunjukkan bahwa variabel X1 yaitu FoMO memiliki nilai tolerance sebesar 0,831 dan VIBUKHORF 1,204 yang mengartikan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas pada variabel FoMO karena nilai tolerance $> 0,100$ dan VIF < 10.00 . Sedangkan pada variabel *loneliness* memiliki nilai tolerance $> 0,100$ yaitu sebesar 0,831 dan VIF < 10.00 yaitu bernilai 1,204, artinya variabel *loneliness* juga tidak memiliki gejala multikolinearitas.

d. Regresi Linear Berganda

Setelah melakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas dan uji linearitas, peneliti kemudian melakukan pengujian hipotesis penelitian berupa regresi linear berganda menggunakan bantuan *software* SPSS. Berikut adalah hasil uji regresi linear berganda yang berupa uji parsial, uji simultan, dan koefisien determinasi.

Tabel 4. 12 Uji Parsial Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized		Standardized		
	Coefficients	Beta	t	Sig.	
B	Std. Error				
(Constant)	10,339	1,871		5,527	,000
FOMO	,692	,061	,579	11,395	,000
LONELINESS	,102	,043	,120	2,354	,019

a. Dependent Variable: ADIKSI MEDSOS

Berdasarkan uji parsial yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa FoMO memiliki nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima karena *fear of missing out* (FoMO) terbukti berpengaruh terhadap adiksi media sosial. Sedangkan *loneliness* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,019 ($p < 0,05$) yang mengartikan bahwa hipotesis kedua juga diterima karena *loneliness* berpengaruh terhadap adiksi media sosial. Hasil uji parsial tersebut menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = 10,339 + 0,692 + 0,102$$

Keterangan:

Y : Adiksi media sosial

α : Konstanta

β : Koefisien regresi

X1 : *Fear of Missing Out* (FoMO)

X2 : *Loneliness*

Interpretasi model persamaan regresi adalah sebagai berikut:

- 1) $\alpha = 10,339$, nilai konstanta yang diperoleh bernilai 10,339. Hal tersebut mengartikan bahwa ketika variabel independen bernilai 0 (konstan) maka variabel dependen (adiksi media sosial) bernilai 10,339.
- 2) $\beta_1 = 0,692$, koefisien regresi variabel *fear of missing out* bernilai positif, yaitu sebesar 0,692. Hal ini mengartikan bahwa jika *fear of missing out* meningkat maka adiksi media sosial juga akan meningkat, begitu pula sebaliknya. Setiap peningkatan 1% *fear of missing out*, maka adiksi media sosial akan mengalami kenaikan sebesar 69,2%.
- 3) $\beta_2 = 0,102$, koefisien regresi variabel *loneliness* bernilai positif, yaitu sebesar 0,102. Hal ini menunjukkan bahwa jika *loneliness* meningkat maka adiksi media sosial juga akan meningkat, begitu pula sebaliknya. Setiap peningkatan 1% *loneliness*, maka adiksi media sosial akan mengalami kenaikan sebesar 10,2%.

Tabel 4. 13 Uji Simultan Regresi Linear Berganda

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	4327,154	2	2163,577	94,769	,000 ^b
Residual	6323,932	277	22,830		
Total	10651,086	279			

a. Dependent Variable: ADIKSI MEDSOS

b. Predictors: (Constant), LONELINESS, FOMO

Uji simultan bertujuan untuk membuktikan hipotesis penelitian yang ketiga, yaitu untuk menguji pengaruh *fear of missing out* dan *loneliness* secara bersama-sama terhadap adiksi media sosial. Hasil dari uji simultan dapat dilihat di kolom nilai signifikansi, pada tabel di atas nilai signifikansi adalah sebesar 0,000 ($p < 0,05$) yang artinya hipotesis ketiga diterima, atau *fear of missing out* dan *loneliness* secara bersama-sama berpengaruh terhadap adiksi media sosial.

Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi

Model	Model Summary			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,637 ^a	,406	,402	4,778

a. Predictors: (Constant), LONELINESS, FOMO

Tabel tersebut menunjukkan hasil uji koefisien determinasi yang bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh *fear of missing out* dan *loneliness* terhadap adiksi media sosial. Besaran pengaruh dapat dilihat pada kolom *adjusted R square* yang menunjukkan angka 0,402, artinya terdapat pengaruh *fear of missing out* dan *loneliness* terhadap adiksi media sosial sebesar 40,2% sedangkan 59,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis pertama diterima, atau *fear of missing out* berpengaruh terhadap adiksi media sosial, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). *Fear of missing out* memiliki koefisien regresi β_1 bernilai positif, yaitu 0,692 yang menunjukkan bahwa *fear of missing out* berpengaruh secara positif terhadap adiksi media sosial. Nilai koefisien *fear of missing out* tersebut juga menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1% *fear of missing out*, maka adiksi media sosial akan mengalami kenaikan sebesar 69,2%.

Sette dkk. (2020) berpendapat bahwa *fear of missing out* (FoMO) adalah kebutuhan individu untuk melakukan interaksi dengan orang lain serta tetap terhubung dengan yang dilakukan orang lain berkaitan dengan penggunaan media sosial. Beberapa penelitian terdahulu memiliki topik bahasan yang sama, yaitu tentang *fear of missing out* dan adiksi media sosial. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Savitri dan Suprihatin (2021), penelitian tersebut menunjukkan bahwa *fear of missing out* berpengaruh terhadap kecenderungan adiksi media sosial. Penelitian lain

dengan topik bahasan sama dilakukan oleh Syah (2024), penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa FoMo berpengaruh terhadap *internet addiction* pada mahasiswa.

Analisis penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Savitri dan Suprihatin (2021) dan Syah (2024) yang mengungkap bahwa *fear of missing out* berpengaruh terhadap adiksi media sosial. Sebanyak 67,9% responden memiliki kecenderungan *fear of missing out* dalam kategori sedang, yang menunjukkan bahwa mayoritas perantau mengalami FoMO yang masih berada pada batas wajar. Hal tersebut memiliki keterkaitan dengan faktor penyebab adiksi media sosial pada individu, yaitu faktor psikologis dan faktor sosial. Pada faktor psikologis, individu yang FoMO memiliki emosi negatif, rasa percaya diri yang rendah, merasa khawatir ketika jauh dari media sosial, dan kurangnya kontrol diri ketika menggunakan media sosial dapat menyebabkan individu tersebut sulit menjauhi media sosial dan akan terus menerus mengakses media sosial (Sette dkk., 2020). Sedangkan pada aspek sosial, individu yang FoMO akan selalu berusaha untuk tetap terhubung dan melakukan interaksi dengan orang lain melalui perantara media sosial, sehingga sulit dijauhkan dari media sosial.

Pengujian hipotesis kedua juga dinyatakan diterima karena diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,019 ($p < 0,05$) yang mengartikan bahwa *loneliness* berpengaruh terhadap adiksi media sosial. *Loneliness* memiliki koefisien regresi β_2 bernilai positif yaitu sebesar 0,102 yang menggambarkan bahwa *loneliness* memiliki pengaruh yang positif terhadap adiksi media sosial. Nilai koefisien regresi tersebut juga menunjukkan bahwa setiap penambahan 1% *loneliness* maka adiksi media sosial akan meningkat sebesar 10,2%. Mayoritas perantau di Kota Semarang memiliki tingkat *loneliness* dalam kategori sedang.

Loneliness menurut Peplau dan Perlman (1986) merupakan ketidakselarasan antara tingkat ekspektasi individu terhadap hubungan sosial dengan hubungan sosial yang dicapai oleh individu tersebut.

Penelitian-penelitian terdahulu yang meneliti tentang *loneliness* dan adiksi media sosial salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Siregar (2022) yang mengungkap bahwa *loneliness* memiliki hubungan yang positif signifikan dengan kecenderungan adiksi media sosial. Penelitian lain yang dilakukan oleh Hisan dan Dewi (2024) juga menemukan hasil yang sama, yaitu terdapat hubungan yang signifikan antara *loneliness* dengan kecanduan media sosial.

Hasil pengujian hipotesis kedua pada penelitian ini juga mengungkap hal yang selaras dengan penelitian-penelitian terdahulu, penelitian ini mengungkap bahwa terdapat pengaruh *loneliness* terhadap adiksi media sosial dengan hasil positif signifikan. Mayoritas responden dalam penelitian ini mengalami *loneliness* dalam kategori sedang dengan persentase sebesar 71,1%. *Loneliness* memiliki keterkaitan yang kuat dengan faktor penyebab adiksi media sosial pada individu, yaitu faktor psikologis dan faktor sosial. Individu yang *loneliness* memiliki tingkat kepercayaan diri yang rendah dan kurang berinteraksi dengan orang-orang sekitar (Russel dkk. (dalam Muawanah & Tentama, (2020)), hal ini menyebabkan individu tersebut merasakan kesepian sehingga individu tersebut akan melampiaskan rasa kesepiannya dengan mengakses media sosial. Sedangkan pada aspek sosial, individu yang kesepian akan berusaha untuk menjalin hubungan sosial sesuai dengan harapannya (Russel dkk. (dalam Muawanah & Tentama, (2020)), apabila hal itu tidak tercapai dalam kehidupan nyata, maka individu tersebut akan menggunakan media sosial untuk memperoleh hal tersebut, hal ini dapat menyebabkan individu mengalami adiksi media sosial karena merasa lebih nyaman ketika berinteraksi melalui perantara media sosial.

Berdasarkan pengujian hipotesis ketiga, didapatkan hasil yang signifikan karena nilai signifikansi bernilai 0,000 ($p < 0,05$) yang artinya hipotesis ketiga diterima atau *fear of missing out* dan *loneliness* secara simultan memiliki pengaruh terhadap adiksi media sosial dengan besaran pengaruh 40,2% sedangkan 59,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel penelitian.

Mayoritas perantau di Kota Semarang memiliki tingkat adiksi media sosial dalam kategori sedang dengan persentase sebesar 71,1%. Penelitian ini mengungkap bahwa ketika perantau memiliki tingkat *fear of missing out* dan *loneliness* yang tinggi, maka individu tersebut akan memiliki tingkat adiksi media sosial dalam kategori tinggi, dan sebaliknya, ketika perantau memiliki tingkat *fear of missing out* dan *loneliness* yang rendah, maka individu tersebut tidak akan mengalami adiksi media sosial. Dengan kata lain ketika individu mengalami FoMO dan *loneliness*, individu tersebut cenderung membutuhkan tempat untuk melampiaskan rasa takut tertinggal dan rasa kesepiannya, tempat yang digunakan oleh individu tersebut adalah media sosial karena individu yang FoMO tidak ingin tertinggal dengan tren yang sedang ramai diperbincangkan, sehingga individu tersebut akan terus memantau media sosial untuk menanti *update-update* terbaru dan terus terhubung dengan orang lain (Przybylski dkk., 2013). Sedangkan individu yang mengalami *loneliness* cenderung menggunakan media sosial untuk menjalin hubungan sosial dengan orang lain yang sesuai dengan harapannya, karena individu yang *loneliness* membutuhkan orang lain untuk meredam rasa kesendirianya (Peplau & Perlman, 1986).

Jika dilihat berdasarkan rentang usia responden, usia 18-34 tahun termasuk ke dalam kategori dewasa awal, masa dewasa awal merupakan masa peralihan dari remaja menuju ke dewasa dimana pada masa ini individu akan melakukan penyesuaian terhadap perubahan-perubahan yang terjadi dalam hidupnya serta memiliki harapan sosial yang baru (Putri, 2019). Jika menurut Erikson, masa dewasa awal termasuk ke dalam tahap *intimacy vs isolation*, pada masa ini individu akan berusaha untuk membangun hubungan intimasi dengan orang lain, ketika tahap intimasi tidak terpenuhi, maka individu tersebut akan merasa terisolasi (Andrian, n.d.).

Menurut Yahya dan Rahim (2017) individu yang adiksi media sosial dapat terpengaruh oleh beberapa faktor, yaitu faktor psikologis, merupakan hal yang berhubungan dengan perasaan. Faktor sosial, adalah bagaimana

cara individu bersosialisasi. serta penggunaan teknologi yang berkaitan dengan kemajuan teknologi informasi dan penggunaan perangkat lunak atau perangkat keras. Jika dilihat dari usia responden, individu yang berada pada tahap dewasa awal mengalami adiksi media sosial karena dampak dari faktor psikologis dan faktor sosial. Individu pada rentang usia 18-34 tahun akan mengalami berbagai penyesuaian dalam hidup karena dewasa awal merupakan masa peralihan dari remaja menuju dewasa (Putri, 2019). Sedangkan pada faktor sosial, individu pada masa dewasa awal akan berusaha untuk membangun hubungan intimasi dengan orang lain, yang bisa saja diperoleh melalui perantara media sosial ketika tidak bisa didapatkan dalam kehidupan nyata (Andrian, n.d.).

Hipotesis ketiga yang berbunyi pengaruh *fear of missing out* dan *loneliness* terhadap adiksi media sosial pada perantau di Kota Semarang tentunya menghasilkan temuan baru karena berhasil mengungkap adanya pengaruh *fear of missing out* dan *loneliness* secara simultan terhadap adiksi media sosial pada perantau di Kota Semarang.

Penelitian ini tentunya juga memiliki keterbatasan, keterbatasan penelitian ini terdapat pada subjek penelitian, peneliti masih kurang memberikan batasan yang spesifik untuk kriteria responden penelitian, sehingga masih banyak responden yang berasal dari daerah di sekitar Kota Semarang. Peneliti juga tidak memberikan pertanyaan terkait media sosial apa yang digunakan oleh responden pada kuesioner penelitian, sehingga peneliti tidak bisa memastikan apakah responden benar-benar menggunakan media sosial atau tidak.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji adanya pengaruh *fear of missing out* dan *loneliness* sebagai variabel bebas terhadap adiksi media sosial sebagai variabel terikat. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Hipotesis pertama yang berbunyi pengaruh *fear of missing out* terhadap adiksi media sosial pada perantau di Kota Semarang diterima. Hal ini menunjukkan jika individu memiliki tingkat *fear of missing out* yang tinggi, maka individu tersebut juga memiliki tingkat adiksi media sosial yang tinggi. Sebaliknya, ketika FoMO dalam kategori rendah maka adiksi media sosial juga rendah.
2. Hipotesis kedua yang berbunyi pengaruh *loneliness* terhadap adiksi media sosial pada perantau di Kota Semarang juga diterima. Artinya apabila individu memiliki tingkat *loneliness* tinggi, maka tingkat adiksi media sosial juga akan cenderung tinggi. Sebaliknya, jika *loneliness* rendah maka adiksi media sosial juga dalam kategori rendah.
3. Hipotesis ketiga yang berbunyi pengaruh *fear of missing out* dan *loneliness* secara bersama-sama terhadap adiksi media sosial pada perantau di Kota Semarang juga dinyatakan diterima. Hal ini mengartikan bahwa ketika *fear of missing out* dan *loneliness* pada seseorang dalam kategori tinggi, maka adiksi media sosial individu tersebut juga cenderung dalam kategori yang tinggi. Sebaliknya, ketika *fear of missing out* dan *loneliness* dalam kategori rendah, maka adiksi media sosial pada individu tersebut juga dapat dikatakan rendah.

B. Saran

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti memiliki beberapa saran terkait penelitian ini yang ditujukan untuk beberapa pihak, yaitu:

1. Bagi perantau, penelitian ini memperoleh hasil bahwa tingkat FoMO dan *loneliness* akan mempengaruhi adiksi media sosial pada individu, diharapkan para perantau di Kota Semarang dapat menurunkan tingkat FoMO dan *loneliness* supaya tidak menjadi individu yang adiksi terhadap media sosial.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti dengan tema bahasan yang sama, disarankan untuk memberikan batasan yang spesifik pada responden sehingga bisa mendapat responden dengan kriteria yang tepat. Sedangkan untuk memastikan responden menggunakan media sosial, sertakan pertanyaan terkait media sosial apa saja yang biasa digunakan oleh responden.

DAFTAR PUSTAKA

- [Edisi 2024] *Tren pengguna media sosial dan digital marketing Indonesia*. (2024). Slice. <https://www.blog.slice.id/blog/tren-pengguna-media-sosial-dan-digital-marketing-indonesia-2024>
- Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 14(1), 33–44.
- Aisafitri, L., & Yusriyah, K. (2021). Kecanduan media sosial (FoMO) pada generasi milenial. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(01), 86–106.
- Al-Menayes, J. (2015). Psychometric properties and validation of the Arabic social media addiction scale. *Journal of Addiction*, 2015(1), 291743.
- 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.
- Al Hakim, I. (2021). Pengembangan instrumen adiksi media sosial instagram remaja. *Hermeneutika: Jurnal Hermeneutika*, 7(1).
- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111–119.
- Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current Addiction Reports*, 2(2), 175–184.
- Andrian, M. A. (n.d.). *Teori psikoseksual dan psikososial*.
- APJII *Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang*. (2024). APJII. <https://www.apjii.or.id/>
- Aryati, L. R., & Halimah, L. (2021). Pengaruh FoMO (fear of missing out) terhadap adiksi media sosial instagram pada wanita emerging adulthood. *Prosiding Psikologi*, 220–224.
- Austin, B. A. (1983). Factorial structure of the UCLA loneliness scale. *Psychological Reports*, 53(3), 883–889.
- Azwar, S. (2020). *Penyusunan skala psikologi (II)*. Pustaka Pelajar.
- BPIW. (n.d.). *Metropolitan - kamus BPIW - kementerian PUPR*. Bpiw.Pu.Go.Id. <https://bpiw.pu.go.id/bankdata/dictionary/words?q=Kota+metropolitan&id=1070>
- Bukhori, B., Said, H., Wijaya, T., & Nor, F. M. (2019). *The effect of smartphone addiction, achievement motivation, and textbook reading intensity on students' academic achievement*.
- Cahyanti, D., & Neviyarni, N. (2022). Hubungan intensitas penggunaan media

- sosial dengan loneliness pada siswa SMP. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 1998–2005.
- Carolina, M., & Mahestu, G. (2020). Prilaku komunikasi remaja dengan kecenderungan FoMo. *Jurnal Riset Komunikasi*, 11(1), 69–92.
- Debora, C. M., Pratiknjo, M. H., & Sandiah, N. (2021). Strategi adaptasi mahasiswa perantauan asal Jakarta di fakultas ilmu sosial dan politik universitas sam ratulangi manado. *HOLISTIK, Journal of Social and Culture*.
- Fahrizal, Y., Mariyana, D. M., & Hasan, S. S. (2024). Parents' role in preventing gadget addiction amongst preschoolers living in urban and rural areas: A qualitative study. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(2).
- Febriani, Z. (2021). Perbedaan tingkat kesepian pada remaja ditinjau dari jenis kelamin. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 7032–7037.
- Fitriana, E., Sari, R. P., & Wibisono, H. (2021). Faktor-faktor yang berhubungan dengan tingkat kesepian pada lansia. *Nusantara Hasana Journal*, 1(5), 97–104.
- Global social media Statistics.* (2024). Datareportal.
<https://datareportal.com/social-media-users>
- Griffiths, M. (2005). A ‘components’ model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191–197.
- Hasibuan, M. A. I., Anindhita, N., Maulida, N. H., & Nashori, F. (2018). Hubungan antara amanah dan dukungan sosial dengan kesejahteraan subjektif mahasiswa perantau. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(1), 101–116.
- Hendryadi, H. (2017). Validitas isi: tahap awal pengembangan kuesioner. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 259334.
- Hetz, P. R., Dawson, C. L., & Cullen, T. A. (2015). Social media use and the fear of missing out (FoMO) while studying abroad. *Journal of Research on Technology in Education*, 47(4), 259–272.
- Hisan, A. D., & Dewi, D. K. (2024). Hubungan antara loneliness dengan kecanduan media sosial pada siswa SMA X. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 1011–1021.
- Howe, S. (2024). *Social media statistics for Indonesia [updated 2024]*. Meltwater.
<https://www.meltwater.com/en/blog/social-media-statistics-indonesia>
- Irwan, A. M. (2019). Pengaruh faktor psikologis, pribadi, sosial dan budaya terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online (studi kasus pada konsumen PT. lazada Indonesia di kota Makassar). *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(2), 164–176.
- Kaloeti, D. V. S., Kurnia S, A., & Tahamata, V. M. (2021). Validation and psychometric properties of the Indonesian version of the Fear of Missing Out

- Scale in adolescents. *Psicologia: Reflexao e Critica*, 34, 15.
- Kementerian koordinator bidang perekonomian republik Indonesia. (2020). *Kawasan metropolitan*. Pelyta. <https://pelyta.ekon.go.id/index.php/monitoring/Peta/metropolitan>
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Data Reportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Khasanah, U. (2021). *Analisis regresi*. UAD PRESS.
- Ma, J., Wang, C., & Ye, Y. (2022). Development and validation of fear of missing out scale among Chinese college students. *Current Psychology*, 41(12), 8625–8634.
- Malimon, V. I. (2023). Loneliness as a subjective experience: psychological analysis. *Publishing House “Baltija Publishing.”*
- Medaris, A. (2023). *Gen Z adults and younger millennials are “completely overwhelmed” by stress*. American Psychological Assosiation. <https://www.apa.org/topics/stress/generation-z-millennials-young-adults-worries>
- Muawanah, A., & Tentama, F. (2020). Analysis construct validity and reliability of loneliness scale. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 3969–3974.
- Nabilla, S., Rohayati, N., & Rahman, P. R. U. (2023). Pengaruh harga diri terhadap kecenderungan adiksi internet pada siswa di SMK negeri 1 Karawang. *Empowerment Jurnal Mahasiswa Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 3(3), 46–51.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial*. Simbiosa Rekatama Media.
- Nurudin, N. (2018). Media sosial baru dan munculnya braggadocian behavior di masyarakat. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 10(1), 25–36.
- Panggabean, A. D. (2024). *Ini data statistik penggunaan media sosial masyarakat Indonesia tahun 2024*. Rri.Co.Id. <https://www.rri.co.id/iptek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024#:~:text=Ini%20Data%20Statistik%20Penggunaan%20Media%20Sosial%20Masyarakat%20Indonesia%20Tahun%202024,-Oleh%20Andreas%20Daniel&text=Sementara%20dari%20segi%20umur%20sendiri>
- Peplau & Perlman, D. (1986). Toward a social psychology of loneliness. *American Psychologist*, 41(2), 229–231. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.41.2.229>
- Peplau, L. A., & Perlman, D. (1979). Love and attraction: an international conference. *Love and Attraction: An Interpersonal Conference*, 101–110.
- Permadi, D. A. (2022). Kecemasan sosial dan intensitas penggunaan media sosial

- pada remaja. *PSYCOMEDIA: Jurnal Psikologi*, 2(1), 7–13.
- Permata, N., & Sumaryanti, I. U. (2023). Hubungan loneliness dengan adiksi media sosial pada emerging adulthood pengguna tiktok kota Bandung. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 3(1), 299–306.
- Populasi Indonesia*. (n.d.). Worldometer. <https://www.worldometers.info/world-population/indonesia-population/>
- 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.
- Purba, O. B., Matulessy, A., & ul Haque, S. A. (2021). Fear of missing out dan psychological well being dalam menggunakan media sosial. *Sukma: Jurnal Penelitian Psikologi*, 2(1), 42–51.
- Putri, A. F. (2019). Pentingnya orang dewasa awal menyelesaikan tugas perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 3(2), 35–40.
- Rahardjo, W., & Mulyani, I. (2020). Instagram addiction in teenagers: The role of type D personality, self-esteem, and fear of missing out. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 5(1), 29–44.
- Russell, D., Peplau, L. A., & Cutrona, C. E. (1980). The revised ucla loneliness scale: concurrent and discriminant validity evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(3), 472.
- Russell, D. W. (1996). Ucla loneliness scale (version 3): reliability, validity, and factor structure. *Journal of Personality Assessment*, 66(1), 20–40.
- Russell, D. W. (2014). Loneliness and social neuroscience. *World Psychiatry*, 13(2), 150–151. <https://doi.org/10.1002/wps.20126>
- Safaria, T., Wahab, M. N. A., Suyono, H., & Hartanto, D. (2024). Smartphone use as a mediator of self-control and emotional dysregulation in nomophobia: A cross-national study of Indonesia and Malaysia. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(1), 37–58.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Santoso, N. A., & Nabila, E. A. (2021). Social media factors and teen gadget addiction factors in Indonesia. *ADI Journal on Recent Innovation*, 3(1), 67–77.
- Savitri, E. N. A., & Suprihatin, T. (2021). Peran kontrol diri dan fear of missing out (fomo) terhadap kecenderungan adiksi media sosial pada generasi z yang berstatus mahasiswa. *Psisula: Prosiding Berkala Psikologi*, 3, 336–346.
- Seemann, A. (2022). The psychological structure of loneliness. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3), 1061.

- Sette, C. P., Lima, N. R. S., Queluz, F. N. F. R., Ferrari, B. L., & Hauck, N. (2020). The online fear of missing out inventory (ON-FoMO): Development and validation of a new tool. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 5, 20–29.
- Shihab, M. Q. (2002a). *Tafsir al-mishbah pesan, kesan, dan keserasian al-qur'an volume 5*. Lentera Hati.
- Shihab, M. Q. (2002b). *Tafsir al-mishbah pesan, kesan, dan keserasian al-qur'an volume 7*. Lentera Hati.
- Sianipar, N. A., & Kaloeti, D. V. S. (2019). Hubungan antara regulasi diri dengan fear of missing out (Fomo) pada mahasiswa tahun pertama Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 8(1), 136–143.
- Siregar, W. A. (2022). Hubungan loneliness dengan kecenderungan social media addiction pada mahasiswa di masa pandemi covid-19. *Psikodidaktika: Jurnal Ilmu Pendidikan, Psikologi, Bimbingan Dan Konseling*, 7(2), 335–348.
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas dan reliabilitas terhadap instrumen kepuasan kerja. *Aliansi: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2).
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d* (2nd ed.). Alfabeta.
- Syah, F. (2024). *Pengaruh fomo dan emotional intelligence terhadap internet addiction pada mahasiswa*. 80–94.
- Utari, D., Bulan, S. J., & Ermis, I. (2017). Faktor-faktor yang memengaruhi knowledge sharing pada divisi teknologi informasi. *Multitek Indonesia*, 11(1), 24–34.
- Van den Eijnden, R. J. J. M., Lemmens, J. S., & Valkenburg, P. M. (2016). The social media disorder scale. *Computers in Human Behavior*, 61, 478–487.
- Yahya, Y., & Rahim, N. Z. A. (2017). Factors influencing social networking sites addiction among the adolescents in Asian countries. *PACIS*, 241.
- Yurni, Y. (2017). Perasaan kesepian dan self-esteem pada mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 15(4), 123–128.
- Zanah, F. N., & Rahardjo, W. (2020). Peran kesepian dan fear of missing out terhadap kecanduan media sosial: Analisis regresi pada mahasiswa. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 9(2), 286–301.
- Zelfina, T. (2023). Hubungan antara loneliness dengan internet addiction pada remaja pengguna media sosial. *CAUSALITA: Journal of Psychology*, 1(2), 109–115.
- Zhang, Z., Jiménez, F. R., & Cicala, J. E. (2020). Fear of missing out scale: A self-concept perspective. *Psychology & Marketing*, 37(11), 1619–1634.

Zhao, J., Jia, T., Wang, X., Xiao, Y., & Wu, X. (2022). Risk factors associated with social media addiction: An exploratory study. *Frontiers in Psychology*, 13, 837766.

Lampiran 1: Skala Uji Coba

Skala Uji Coba Adiksi Media Sosial

ASPEK	INDIKATOR	AITEM		TOTAL
		F	UF	
Konsekuensi sosial	Kurang berinteraksi dengan orang-orang di sekitar	Saya merasa kurang berinteraksi dengan teman karena terlalu asyik dengan media sosial. (1) Ketika berkumpul dengan teman, saya lebih suka membuka media sosial dibandingkan mengobrol dengan mereka. (7)	Saya lebih suka mengobrol dengan teman dibanding mengakses media sosial. (2) Saya lebih memilih berinteraksi dengan orang di sekitar daripada melalui media sosial. (8)	8
	Pekerjaan terbengkalai	Karena media sosial, pekerjaan/tugas kuliah saya terbengkalai. (13) Kinerja saya memburuk karena terlalu asyik mengakses media sosial. (19)	Media sosial memberikan kemudahan untuk membantu menyelesaikan pekerjaan/tugas kuliah saya. (14) Media sosial adalah penyemangat saya untuk mengerjakan aktivitas selanjutnya. (20)	
Pengalihan waktu	Menggunakan media sosial	Ketika mengakses media sosial,	Jam tidur saya teratur karena saya	8

	secara berlebihan	saya merasa waktu terasa sangat cepat berlalu. (3) Saya tidur larut malam karena mengakses media sosial. (9)	menggunakan media sosial dengan bijak. (4) Saya berhenti mengakses media sosial ketika tidak ada hal penting di sana. (10)	
	Mengabaikan aktivitas lain demi media sosial	Saya mengabaikan pekerjaan/ tugas kuliah karena mengakses media sosial. (15) Saya mudah terdistraksi dengan media sosial ketika sedang melakukan aktivitas lain. (21)	Saya memprioritaskan pekerjaan/ tugas kuliah sebelum mengakses media sosial. (16) Saya akan beribadah sebelum mengakses media sosial. (22)	
Perasaan kompulsif	Ingin terus terhubung dengan media sosial	Saya merasa sedih jika harus mengurangi penggunaan media sosial. (5) Saya menunda waktu tidur ketika sedang asyik mengakses media sosial. (11)	Kehidupan nyata lebih menarik daripada media sosial. (6) Saya merasa bosan ketika mengakses media sosial terlalu lama. (12)	8
	Merasa tidak nyaman ketika	Saya merasa bosan ketika	Hidup saya akan baik-baik saja	

	tidak mengakses media sosial	jauh dari media sosial. (17) Saya sulit jauh dari media sosial. (23)	tanpa media sosial. (18) Jauh dari media sosial membuat saya lebih nyaman. (24)	
TOTAL AITEM		12	12	24

Skala Uji Coba *Fear of Missing Out* (FoMO)

ASPEK	INDIKATOR	AITEM		TOTAL
		F	UF	
<i>Anxiety</i>	Merasa cemas dan memiliki emosi negatif	Saya kesal ketika orang lain lebih <i>update</i> dibanding saya. (1) Saya merasa cemas ketika orang lain sudah mencapai targetnya sedangkan saya belum. (9)	Saya merasa senang ketika teman saya meraih pencapaianya. (2) Saya ikut senang ketika orang lain <i>update</i> dengan tren dan berita terbaru. (10)	8
	<i>Overthinking</i> ketika merasa tertinggal	Saya gelisah jika orang lain sudah lebih baik dibanding saya. (17) Saya memikirkan cara untuk mengikuti jejak orang lain yang lebih baik dibanding saya. (25)	Saya cuek dengan pencapaian orang lain. (18) Pencapaian orang lain bukanlah hal yang penting bagi saya. (26)	
<i>Need to belong</i>	Tidak bisa bergabung dengan kelompok lain	Saya merasa sedih ketika melihat orang lain lebih bahagia dibanding saya. (3) Saya sedih ketika teman saya pergi ke suatu tempat tanpa mengajak saya. (11)	Saya merasa lebih nyaman berinteraksi dengan orang yang sudah dikenal dibandingkan mencoba bergabung dengan kelompok baru. (4) Saya merasa hidup saya lebih	8

			bahagia dibanding teman-teman saya. (12)	
	Tidak mendapat perhatian orang lain	Saya merasa kecewa ketika teman saya melupakan saya dalam kegiatan yang penting. (19) Saya kesal ketika saya sudah peduli pada teman saya tetapi mereka mengabaikannya. (27)	Saya cuek jika orang lain mengabaikan pencapaian saya. (8) Perhatian orang lain terhadap saya bukanlah hal yang penting. (28)	
<i>Addiction</i>	Sulit mengontrol diri ketika mengakses media sosial	Ketika saya mengakses media sosial, saya kesulitan untuk berhenti. (5) Ketika sedang berkumpul dengan teman, saya memainkan media sosial. (13)	Saya berusaha untuk menetapkan batasan waktu ketika menggunakan media sosial agar tidak mengganggu aktivitas lain. (6) Saya merasa lebih produktif ketika saya berhasil membatasi penggunaan media sosial saya. (14)	8
	Berlebihan ketika mengakses media sosial	Saya kesulitan untuk membatasi waktu yang saya habiskan di media sosial, meskipun saya tahu itu tidak baik untuk saya. (21)	Saya mampu membatasi penggunaan media sosial dalam sehari. (22) Saya mengakses media sosial	

		Saya mengakses media sosial dalam waktu yang cukup lama. (29)	secara bijak. (30)	
<i>Need for popularity</i>	Merasa ingin diterima oleh orang lain	Saya hanya melakukan sesuatu yang sekiranya disukai oleh orang lain. (7) Saya akan menunjukkan yang terbaik pada orang lain. (15)	Saya tampil apa adanya. (16) Saya cuek jika teman saya mengabaikan saya. (20)	8
	Senang ketika mendapat perhatian orang lain	Saya senang ketika mendapatkan banyak pujian dari orang-orang. (23) Saya senang ketika mendapat banyak dukungan. (31)	Saya cuek dengan pujian yang diberikan orang-orang. (24) Saya cuek jika banyak orang yang mengetahui pencapaian saya. (32)	
TOTAL AITEM		16	16	32

Skala Uji Coba *Loneliness*

ASPEK	INDIKATOR	AITEM		TOTAL
		F	UF	
<i>Personality</i>	Merasa tidak nyaman, cemas dan rendah diri	Saya memiliki banyak kekurangan sehingga merasa tidak pantas untuk berinteraksi dengan orang lain. (1)	Saya adalah orang yang berharga. (2) Saya merasa lebih nyaman di perantauan. (8)	8
	Berperilaku pasif dan tidak responsif terhadap orang lain	Saya cuek dengan situasi sekitar. (13) Saya malas menanggapi hal-hal yang tidak penting. (19)	Saya berusaha merespons situasi di sekitar dengan antusias. (14) Saya selalu menanggapi orang lain dengan baik. (20)	
<i>Social desirability</i>	Merasa tidak nyaman dan tidak diterima di lingkungan sekitar	Saya merasa teman saya risih ketika berada di dekat saya. (3) Saya ingin suasana baru yang lebih menyenangkan. (9)	Teman saya menerima saya apa adanya. (4) Lingkungan saya di perantauan sangat menyenangkan. (10)	8
	Merasa tidak memiliki relasi dan selalu merasa sendiri	Saya memiliki sedikit relasi ketika saya di perantauan. (15) Saya tetap merasa sendiri	Saya merasa memiliki banyak teman dan relasi. (16) Saya tidak pernah merasa	

		meskipun sedang dalam keramaian. (21)	sendiri ketika saya sedang dalam keramaian. (22)	
<i>Depression</i>	Merasa sedih, tertekan, putus asa, dan hampa atau kosong	Saya merasa sedih ketika memiliki sedikit teman dan jauh dari keluarga. (5) Saya merasa hampa karena jauh dari orang-orang terdekat. (11)	Merantau membuat saya lebih bahagia. (6) Saya selalu semangat dalam kondisi apapun. (12)	8
	Cenderung menyalahkan diri sendiri/merasa kasihan terhadap diri sendiri	Saya menyesal karena merantau sehingga jauh dari keluarga. (17) Saya sedih dengan kondisi saya di perantauan. (23)	Saya senang karena memutuskan untuk merantau. (18) Merantau membuat saya lebih bersemangat. (24)	
TOTAL AITEM		12	12	24

Lampiran 2: Skala Penelitian

Skala Penelitian Adiksi Media Sosial

ASPEK	INDIKATOR	AITEM		TOTAL
		F	UF	
Konsekuensi sosial	Kurang berinteraksi dengan orang-orang di sekitar		Saya lebih suka mengobrol dengan teman dibanding mengakses media sosial. (1) Saya lebih memilih berinteraksi dengan orang di sekitar daripada melalui media sosial. (5)	4
	Pekerjaan terbengkalai	Karena media sosial, pekerjaan/tugas kuliah saya terbengkalai. (9) Kinerja saya memburuk karena terlalu asyik mengakses media sosial. (13)		
Pengalihan waktu	Menggunakan media sosial secara berlebihan	Saya tidur larut malam karena mengakses media sosial. (6)	Jam tidur saya teratur karena saya menggunakan media sosial dengan bijak. (2) Saya berhenti mengakses media sosial	6

			ketika tidak ada hal penting di sana. (7)	
	Mengabaikan aktivitas lain demi media sosial	Saya mengabaikan pekerjaan/ tugas kuliah karena mengakses media sosial. (10) Saya mudah terdistraksi dengan media sosial ketika sedang melakukan aktivitas lain. (14)	Saya memprioritaskan pekerjaan/ tugas kuliah sebelum mengakses media sosial. (11)	
Perasaan kompulsif	Ingin terus terhubung dengan media sosial	Saya merasa sedih jika harus mengurangi penggunaan media sosial. (3) Saya menunda waktu tidur ketika sedang asyik mengakses media sosial. (8)	Kehidupan nyata lebih menarik daripada media sosial. (4)	5
	Merasa tidak nyaman ketika tidak mengakses media sosial	Saya sulit jauh dari media sosial. (15)	Hidup saya akan baik-baik saja tanpa media sosial. (12)	
Total aitem		8	7	15

Skala Penelitian *Fear of Missing Out* (FoMO)

ASPEK	INDIKATOR	AITEM		TOTAL
		F	UF	
<i>Anxiety</i>	Merasa cemas dan memiliki emosi negatif	Saya kesal ketika orang lain lebih <i>update</i> dibanding saya. (1) Saya merasa cemas ketika orang lain sudah mencapai targetnya sedangkan saya belum. (6)		5
	<i>Overthinking</i> ketika merasa tertinggal	Saya gelisah jika orang lain sudah lebih baik dibanding saya. (7)	Saya cuek dengan pencapaian orang lain. (8) Pencapaian orang lain bukanlah hal yang penting bagi saya. (11)	
<i>Need to belong</i>	Tidak bisa bergabung dengan kelompok lain	Saya merasa sedih ketika melihat orang lain lebih bahagia dibanding saya. (2)		2
	Tidak mendapat perhatian orang lain		Saya cuek jika orang lain mengabaikan pencapaian saya. (5)	
<i>Addiction</i>	Sulit mengontrol diri ketika mengakses media sosial	Ketika saya mengakses media sosial, saya kesulitan untuk berhenti. (3)		4
	Berlebihan ketika mengakses media sosial	Saya kesulitan untuk membatasi waktu yang saya habiskan di media	Saya mampu membatasi penggunaan media sosial	

		sosial, meskipun saya tahu itu tidak baik untuk saya. (9)	dalam sehari. (10) Saya mengakses media sosial secara bijak. (12)	
<i>Need for popularity</i>	Merasa ingin diterima oleh orang lain	Saya hanya melakukan sesuatu yang sekiranya disukai oleh orang lain. (4)		2
	Senang ketika mendapat perhatian orang lain		Saya cuek jika banyak orang yang mengetahui pencapaian saya. (13)	
Total aitem		7	6	13

Skala Penelitian *Loneliness*

ASPEK	INDIKATOR	AITEM		TOTAL
		F	UF	
<i>Personality</i>	Merasa tidak nyaman, cemas dan rendah diri	Saya memiliki banyak kekurangan sehingga merasa tidak pantas untuk berinteraksi dengan orang lain. (1) Saya merasa cemas karena jauh dari keluarga. (6)	Saya adalah orang yang berharga. (2)	5
	Berperilaku pasif dan tidak responsif terhadap orang lain		Saya berusaha merespons situasi di sekitar dengan antusias. (10) Saya selalu menanggapi orang lain dengan baik. (15)	
<i>Social desirability</i>	Merasa tidak nyaman dan tidak diterima di lingkungan sekitar	Saya merasa teman saya risih ketika berada di dekat saya. (3)	Teman saya menerima saya apa adanya. (4) Lingkungan saya di perantauan sangat menyenangkan. (7)	7
	Merasa tidak memiliki relasi dan selalu merasa sendiri	Saya memiliki sedikit relasi ketika saya di perantauan. (11) Saya tetap merasa sendiri meskipun	Saya merasa memiliki banyak teman dan relasi. (12) Saya tidak pernah merasa sendiri ketika	

		sedang dalam keramaian. (16)	saya sedang dalam keramaian. (17)	
<i>Depression</i>	Merasa sedih, tertekan, putus asa, dan hampa atau kosong	Saya merasa hampa karena jauh dari orang-orang terdekat. (8)	Merantau membuat saya lebih bahagia. (5) Saya selalu semangat dalam kondisi apapun. (9)	7
	Cenderung menyalahkan diri sendiri/merasa kasihan terhadap diri sendiri	Saya menyesal karena merantau sehingga jauh dari keluarga. (13) Saya sedih dengan kondisi saya di perantauan. (18)	Saya senang karena memutuskan untuk merantau. (14) Merantau membuat saya lebih bersemangat. (19)	
Total aitem		8	11	19

Lampiran 3: Uji Validitas dan Reliabilitas Skala

Skala Adiksi Media Sosial

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
AD01	51,4444	64,162	,282	,807
AD02	51,5778	63,749	,311	,806
AD03	50,1556	68,907	-,110	,820
AD04	51,3556	59,371	,538	,793
AD05	51,3778	61,513	,449	,799
AD06	51,8222	62,786	,409	,801
AD07	51,8222	64,695	,275	,807
AD08	51,6444	61,734	,551	,796
AD09	51,1556	61,271	,394	,802
AD10	51,2889	62,619	,378	,802
AD11	51,0222	60,522	,492	,796
AD12	51,8000	64,209	,208	,812
AD13	51,3111	59,083	,568	,792
AD14	51,7778	65,131	,243	,808
AD15	51,5778	60,749	,569	,794
AD16	51,7333	61,927	,516	,797
AD17	50,9111	65,674	,114	,816
AD18	51,2000	62,164	,421	,800
AD19	51,3111	61,083	,555	,795
AD20	51,4444	66,480	,090	,815
AD21	50,8222	62,513	,433	,800
AD22	51,5556	68,980	-,115	,821
AD23	50,9333	61,473	,480	,798
AD24	51,2444	63,916	,270	,808

Uji reliabilitas sebelum aitem gugur

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,810	24

Uji reliabilitas setelah aitem gugur

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,838	15

Skala Fear of Missing Out (FoMO)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's
				Alpha if Item Deleted
FOMO01	74,3556	65,962	,469	,743
FOMO02	74,4444	68,889	,270	,754
FOMO03	74,4222	66,613	,436	,745
FOMO04	74,2667	67,518	,269	,754
FOMO05	73,6889	65,901	,440	,744
FOMO06	74,3333	68,909	,245	,755
FOMO07	74,1556	67,589	,371	,749
FOMO08	74,0222	66,159	,378	,747
FOMO09	73,4889	63,028	,583	,734
FOMO10	74,1333	72,164	-,029	,768
FOMO11	73,7333	66,291	,428	,745
FOMO12	73,6889	70,583	,078	,764
FOMO13	74,1111	68,919	,241	,755
FOMO14	74,4667	70,345	,110	,762
FOMO15	73,0222	71,749	,015	,765
FOMO16	74,2889	73,119	-,103	,770
FOMO17	73,9778	65,613	,423	,744
FOMO18	73,8444	64,225	,522	,738

FOMO19	73,4222	68,840	,211	,757
FOMO20	73,7333	71,518	,028	,765
FOMO21	73,7111	65,210	,475	,742
FOMO22	73,9778	66,931	,409	,747
FOMO23	73,1111	68,874	,277	,753
FOMO24	73,4889	68,710	,235	,755
FOMO25	73,3778	72,013	-,025	,770
FOMO26	73,8444	66,998	,443	,746
FOMO27	73,1778	69,286	,202	,757
FOMO28	73,6889	69,083	,206	,757
FOMO29	73,3111	68,719	,227	,756
FOMO30	74,1556	67,998	,406	,748
FOMO31	72,8889	75,601	-,364	,776
FOMO32	73,8667	67,482	,342	,750

Uji reliabilitas sebelum aitem gugur

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,760	32

Uji reliabilitas setelah aitem gugur

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,820	13

Skala Loneliness

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's
				Alpha if Item Deleted
LO01	52,0222	58,840	,675	,805
LO02	52,5556	62,207	,482	,815

LO03	52,2667	64,473	,393	,820
LO04	52,3556	64,825	,428	,819
LO05	51,3778	68,013	,020	,835
LO06	52,0222	62,068	,481	,815
LO07	51,8444	62,453	,499	,815
LO08	52,0000	64,182	,294	,824
LO09	51,0667	73,518	-,408	,849
LO10	52,3778	61,422	,707	,808
LO11	51,6667	63,318	,365	,821
LO12	52,0667	64,200	,305	,823
LO13	51,8222	64,831	,239	,826
LO14	52,1333	63,209	,421	,818
LO15	51,7556	60,098	,672	,807
LO16	51,8889	60,192	,603	,809
LO17	52,3111	63,174	,446	,817
LO18	52,4444	63,298	,393	,819
LO19	50,8889	71,601	-,267	,844
LO20	52,3111	64,946	,445	,819
LO21	51,6667	61,455	,475	,815
LO22	51,8667	61,573	,473	,815
LO23	52,1556	63,180	,412	,818
LO24	52,2444	63,143	,482	,816

Uji reliabilitas sebelum aitem gugur

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
,826	24

Uji reliabilitas setelah aitem gugur

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
,876	19

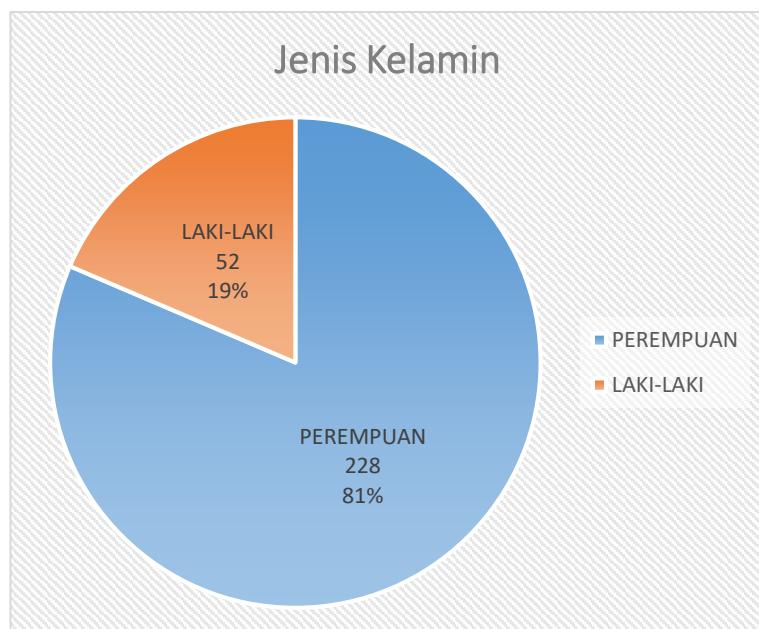
Lampiran 4: Hasil Uji Deskriptif

Hasil uji deskriptif

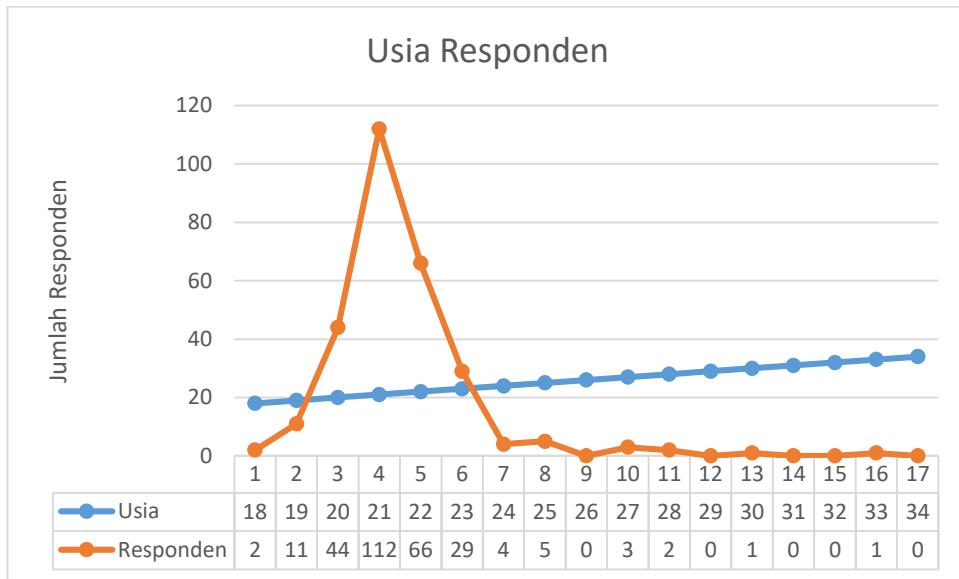
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
FOMO	280	13	45	7954	28,41	5,171
LONELINESS	280	21	61	10912	38,97	7,268
ADIKSI	280	19	57	9511	33,97	6,173
Valid N (listwise)	280					

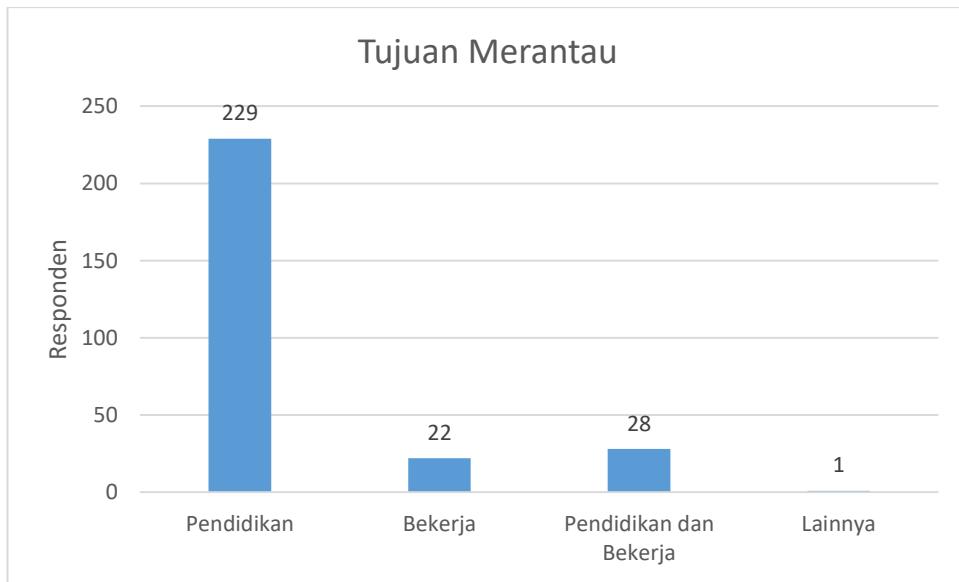
Data responden berdasarkan jenis kelamin



Data responden berdasarkan usia



Data responden berdasarkan tujuan merantau



Data responden berdasarkan daerah asal

Daerah Asal		
Bali	Cilacap	Grobogan
Tangerang	Banjarnegara	Bali
Bandung	Ternate	Nganjuk
Kota bandung	Rembang	Brebes
Jakarta	Magelang	Cilacap
Kota Surabaya	Magelang	Magelang
Jakarta Selatan	Banjarnegara	Pekalongan
Banyumas	Kudus	Cirebon
magelang	Purbalingga	Tuban
Kabupaten Tegal	Kediri	Kepulauan Riau, Batam
jakarta	Surabaya	tangerang
Rembang	Jakarta	Kab. Bandung
Salatiga	Bekasi	Lampung
Banjarnegara	Batam	Pati
Maluku	Bekasi	Surabaya
Blora	Jakarta	Kuningan
Pemalang	Jakarta	Demak
Lamongan	Grobogan	Kabupaten Tegal
Malang	Bandung	Bandung
Banjarnegara	Wonosobo	Banjarnegara
Tegal	Pontianak	Kota Tasikmalaya
Pati	Temanggung	Jepara
Lampung	Brebes	Kendal
Banjarnegara	Banjarnegara	Cengkareng Jakarta Barat
Banjarnegara	Bekasi	Tangerang
Purworejo	Kota Tarakan	Batam
banjarnegara	Pekalongan	Banyumas
Banjarnegara	Tegal	Jepara
Jakarta	solo	Tangerang
Jakarta	Pekalongan	jkt
Brebes	Surabaya	Purbalingga
brebes	Palembang	Palopo
Tangerang	Grobogan	jakarta
Manado	Bandung	Pemalang
Malang	Tegal	Kebumen
Yogyakarta	Magelang	Jakarta
Banyumas	Bogor	Brebes
Bandung	Tebing Tinggi	jakarta
Jambi	Pemalang	Jakarta
Garut	Cimahi	Surabaya
Banjarnegara	subang	Bojonegoro
Malang	Tulungagung	Lamongan
Jawa Barat	Bogor	Bengkulu
Banjarnegara	Jepara	Kendal
Cirebon	Kab Pasuruan	kotawaringin barat

Pati	Bandung	Tanjungpinang
Klaten	Pati	Purbalingga
Malang	Grobogan	Purbalingga
Jepara	Kendal	Purbalingga
Tangerang	Grobogan	Banjarnegara
Kendal	Batang	Banyumas, Purwokerto
Kudus	Pati	Boyolali
Banjarnegara	Bandung	Purbalingga
Bengkulu	Bandung	Purwokerto
Ngawi	Grobogan	Pati
Kebumen	bandung	Jepara
pacitan	Jepara	Kudus
Samarinda	Indramayu	Depok
Bojonegoro	Batang	Demak
medan	Grobogan	tegal
Jakarta	Blora	Yogyakarta
Kediri	Kudus	Jepara
surakarta	Jakarta	Pemalang
Jakarta Selatan	Surabaya	Yogyakarta
Bekasi	Pontianak	Jepara
Purwokerto	Surabaya	Lamongan
Purwodadi	Solo	Sidoarjo
Yogyakarta	bekasi	Riau,Siak
Malang	Kota Bekasi	Pemalang
Lampung	Kota Bekasi	Purbalingga
Jakarta	Sidoarjo	Magelang
Jepara	Magelang	Banjarnegara
Jambi	Surabaya	Bangka Belitung
Surabaya	Bandung	Balikpapan
Jakarta	Demak	Pati
bekasi	Grobogan	Kebumen
Cirebon	Magetan	Batam
Magelang	Purbalingga	semarang
Yogyakarta	Purbalingga	Kudus
Pati	Purbalingga	jepara
Palembang	Purbalingga	Kab. Magelang
Bekasi	Purbalingga	Tegal
Demak	Banyumas	Bekasi
Demak	Karawang	Kota Tangerang
Grobogan	Banjarnegara	Kendal
Banjarnegara	Banyumas	Banjarnegara
Bandung	Yogyakarta	Magelang
Surabaya	Blora	Bandung
yogyakarta	Grobogan	
Yogyakarta	Kebumen	

Lampiran 5: Hasil Uji Kategorisasi

Adiksi Media Sosial

Kategori FoMO

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
				Percent
Valid	1	49	17,5	17,5
	2	190	67,9	85,4
	3	41	14,6	100,0
	Total	280	100,0	100,0

1. Rendah = $X < M - 1SD \rightarrow X < 27,795$
2. Sedang = $M - 1SD \leq X < M + 1SD \rightarrow 27,795 \leq X < 40,141$
3. Tinggi = $M + 1SD \leq X \rightarrow 40,141 \leq X$

Fear of Missing Out (FoMO)

Kategori FoMO

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
				Percent
Valid	1	49	17,5	17,5
	2	190	67,9	85,4
	3	41	14,6	100,0
	Total	280	100,0	100,0

1. Rendah = $X < M - 1SD \rightarrow X < 23,24$
2. Sedang = $M - 1SD \leq X < M + 1SD \rightarrow 23,24 \leq X < 33,578$
3. Tinggi = $M + 1SD \leq X \rightarrow 33,578 \leq X$

Loneliness

Kategori Loneliness

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	46	16,4	16,4	16,4
	2	199	71,1	71,1	87,5
	3	35	12,5	12,5	100,0
Total		280	100,0	100,0	

1. Rendah = $X < M - 1SD \rightarrow X < 31,703$
2. Sedang = $M - 1SD \leq X < M + 1SD \rightarrow 31,703 \leq X < 46,240$
3. Tinggi = $M + 1SD \leq X \rightarrow 46,240 \leq X$

Lampiran 6: Hasil Uji Prasyarat

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized	Residual
N	280	
Normal Parameters ^{a,b}		
Mean	,0840505	
Std. Deviation	4,76711330	
Most Extreme Differences		
Absolute	,049	
Positive	,049	
Negative	-,034	
Test Statistic	,049	
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}	

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Uji linearitas FoMO dengan adiksi media sosial

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ADIKSI	Between	(Combined)	4920,388	26	189,246	8,355	,000
MEDSOS *	Groups	Linearity	4200,676	1	4200,676	185,452	,000
FOMO		Deviation from Linearity	719,712	25	28,788	1,271	,180
		Within Groups	5730,698	253	22,651		
		Total	10651,086	279			

Uji linearitas *loneliness* dengan adiksi media sosial

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ADIKSI MEDSOS *	Between Groups	(Combined)	2891,872	36	80,330	2,516	,000
	LONELINESS	Linearity	1362,842	1	1362,842	42,681	,000
		Deviation from Linearity	1529,030	35	43,687	1,368	,091
	Within Groups		7759,214	243	31,931		
	Total		10651,086	279			

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1	FOMO	,831	1,204
	LONELINESS	,831	1,204

a. Dependent Variable: ADIKSI MEDSOS

Lampiran 7: Hasil Uji Hipotesis

Hasil uji parsial

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,339	1,871	5,527	,000
	FOMO	,692	,061	,579	11,395
	LONELINESS	,102	,043	,120	2,354
					,019

a. Dependent Variable: ADIKSI MEDSOS

Hasil uji simultan

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	4327,154	2	2163,577	94,769
	Residual	6323,932	277	22,830	
	Total	10651,086	279		

a. Dependent Variable: ADIKSI MEDSOS

b. Predictors: (Constant), LONELINESS, FOMO

Hasil besaran pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,637 ^a	,406	,402	4,778

a. Predictors: (Constant), LONELINESS, FOMO

Lampiran 8: Riwayat Hidup

A. Identitas Diri

Nama : Nadia Prima Herawati

Tempat, tanggal lahir : Banjarnegara, 10 Januari 2004

Alamat : Purwanegara, Banjarnegara, Jawa Tengah

Email : nadiaprima55@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. PAUD Nurul Ulum Kalipelus (2008 – 2009)
2. SDN 4 Purwanegara (2009 – 2015)
3. SMPN 1 Purwanegara (2015 – 2018)
4. SMAN 1 Bawang (2018 – 2021)
5. UIN Walisongo Semarang (2021 – 2025)

C. Pengalaman Magang

1. UPTD BLK DISNAKER Kota Semarang
2. PKBI (Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia) Jawa Tengah