

PENGARUH FEAR OF MISSING OUT TERHADAP PERILAKU PHUBBING PADA REMAJA PENGUNA MEDIA SOSIAL

Veny Desvian Adiningsih¹, Lilis Ratnasari²

^{1,2} Fakultas Psikologi, Universitas Gunadarma

Article History

Received : 11-03-2024

Revised : 21-03-2024

Accepted : 23-04-2024

Published : 30-04-2024

Corresponding author:

venydesvian@gmail.com

No. Contact:

Cite This Article:

DOI:

<https://doi.org/10.56127/jushpen.v3i1.1264>

Abstract: The development of increasingly advanced technological times and the presence of the internet in Indonesia has reached hundreds of millions of users who use it for various purposes, one of which is for accessing social media, which reaches more than ninety percent, of which Indonesian teenagers in the 13-18 year age group use it the most. The aim of this research is to determine the influence of fear of missing out on phubbing behavior among adolescent social media users. The sampling technique uses purposive sampling, the sample is 158 teenage respondents who use social media. The phubbing behavior scale compiled is based on aspects: communication disturbance and phone obsession, the fear of missing out scale compiled in this research is based on aspects: self and relatedness. This research uses a simple regression testing technique using SPSS version 25 for MacOS. The results of this research are that the hypothesis is accepted with a significance value of 0.000 ($p < 0.05$), namely that fear of missing out has a very significant effect on phubbing behavior in adolescent social media users.

Keywords: Phubbing Behavior, Fear of Missing Out, Adolescent, Social Media.

Abstrak: Berkembangnya zaman teknologi yang semakin maju dan hadirnya internet di Indonesia mencapai ratusan juta pengguna yang menggunakannya untuk berbagai keperluan salah satunya untuk alasan mengakses media sosial yang mencapai hingga lebih dari sembilan puluh persen yang dimana remaja Indonesia pada kelompok usia 13-18 tahun paling banyak menggunakannya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh fear of missing out terhadap perilaku phubbing pada remaja pengguna media sosial. Teknik sampling menggunakan purposive sampling, sampel adalah 158 responden remaja pengguna media sosial. Skala perilaku phubbing yang disusun dalam penelitian ini adalah berdasarkan aspek: gangguan komunikasi dan obsesi terhadap ponsel dan skala fear of missing out yang disusun dalam penelitian ini adalah berdasarkan aspek: self dan relatedness. Penelitian ini menggunakan teknik uji regresi sederhana menggunakan SPSS ver 25 for MacOS. Hasil penelitian ini adalah hipotesis diterima dengan nilai signifikansi 0.000 ($p < 0,05$) yaitu fear of missing out berpengaruh secara sangat signifikan terhadap perilaku phubbing pada remaja pengguna media sosial.

Kata Kunci: Perilaku Phubbing, Fear of Missing Out, Remaja, Media Sosial.

PENDAHULUAN

Pada zaman yang modern ini penggunaan internet tentunya sudah menjadi sebuah kebiasaan bahkan sebuah keperluan, karena internet berguna sebagai sarana untuk melakukan berbagai aktivitas. Berdasarkan data dari dataindonesia.id melaporkan bahwa hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) terdapat 210,03 juta pengguna internet di dalam negeri pada periode 2021-2022. Adapun hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2022) juga melaporkan bahwa remaja

Indonesia pada kelompok usia 13-18 tahun paling banyak menggunakan internet dibandingkan dengan kelompok lain dengan tingkat penetrasi mencapai 99,16%. Dari data tersebut maka dapat diketahui bahwa salah satu kalangan terbesar dalam mengakses internet di Indonesia adalah kalangan remaja.

Dalam penggunaan internet APJII menemukan alasan masyarakat menggunakan internet adalah untuk mengakses pesan instan dan media sosial (98,02%), sekolah atau kerja dari rumah (90,21%) dan mencari informasi atau berita (92,21%). Oleh karena itu media sosial merupakan platform yang sering juga digunakan karena media sosial merupakan saluran komunikasi dimana interaksi yang sangat kompleks terjalin sehingga dapat berdampak besar pada orang. Media sosial mencakup banyak elemen seperti permainan, komunikasi, pertukaran informasi, dan berbagi multimedia, yang mendorong seseorang untuk tetap online (Karaiskos, Tzavellas, Balta & Paparrigopoulos; Turel & Serenko dalam Karadag, Tosuntas, Erzen, Duru, Bostan, Sahin, Culha, dan Babadag 2015). Kemudian berdasarkan temuan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dalam kompasiana melaporkan bahwa pengguna media sosial yang paling aktif di Indonesia ialah dari kalangan remaja pada usia 9-19 tahun yang sebanyak 65,34% yang menggunakan media sosial. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa penggunaan media sosial banyak digunakan dan makin meningkat setiap tahunnya serta paling aktif digunakan oleh kalangan remaja.

Masa remaja adalah perkembangan antara masa anak menuju masa dewasa yang terjadi dalam pada usia antara 11 sampai 19 atau 20 tahun (Papalia & Feldman, 2015). Dengan kemudahan akses internet saat ini menjadikan kalangan remaja merupakan salah satu kalangan yang paling banyak menggunakan internet untuk berbagai penggunaan dan hal ini tentunya memiliki berbagai dampak positif maupun negatif. Adapun dampak negatif yang dapat terjadi bagi psikis remaja yaitu antara lainnya yang meliputi kesehatan mental yang berhubungan dengan perkembangan sosial dan emosional (Reba, 2022). Hal ini dapat diperkuat karena idealnya tugas perkembangan remaja ialah terpusat pada upaya mencapai hubungan baru yang lebih matang dengan teman sebaya, mencapai peran sosial, menerima keadaan fisiknya, memiliki perilaku sosial yang bertanggung jawab, mencapai kemandirian emosional serta memperoleh perangkat nilai dan sistem etis sebagai pegangan untuk berperilaku di dalam masyarakat (Hurlock dalam Hura, Sitasari, dan Rozali, 2021).

Dibalik banyaknya keuntungan dengan hadirnya hal tersebut seperti dapat memperoleh informasi dengan cepat, mampu berkomunikasi dengan siapa saja dan dimana saja, memfasilitasi interaksi sosial dengan orang-orang yang sangat dekat atau di sisi lain dunia. Adapula beberapa perubahan lainnya seperti berubahnya dalam pola perilaku individu dengan orang disekitar ketika sedang asyik bermain media sosial di smartphone, atau bahkan hanya dengan getaran smartphone saja individu dapat mampu langsung teralihkan dari komunikasi langsung yang sedang dilakukan. Fenomena ketika individu lebih memilih untuk berinteraksi dengan smartphone yang mereka miliki ketimbang berinteraksi langsung secara fisik ini merupakan sebuah istilah baru yang disebut juga dengan phubbing yang merupakan fenomena yang rupanya sudah terjadi dalam skala yang besar di kehidupan kita (Aditia, 2021).

Perilaku phubbing dalam kehidupan sehari-hari dilakukan oleh seseorang yang frekuensi penggunaan gadgetnya tinggi, baik dalam bermedia sosial atau bermain game, sehingga individu tersebut tidak mengubris lawan bicaranya, hal inilah yang membuat terkadang orang tersinggung. Perilaku ini dinilai sangat berbahaya pada anak-anak di usia remaja saat ini, sering berlebihan dalam penggunaan gadgetnya sampai tidak memperdulikan sekitarnya. Seorang Psikolog Klinis Astri Yunita menjelaskan bahwa yang mencirikan phubbing ini karena melepaskan interaksi sosial sesamanya, sehingga ketika dewasa nanti individu tersebut akan sulit untuk berinteraksi dengan banyak orang karena dari kecil sudah diberikan gadget terus menerus. Munculnya phubbing ini karena orang-orang beranggapan dapat menghibur diri dengan memainkan gadgetnya, sehingga berbicara sesamanya dianggap adalah hal yang membosankan. Adapun efek dari perilaku phubbing juga sangat banyak, seperti kurang peduli, empati yang kurang terbentuk, tidak peka dengan masalah orang lain untuk pelaku phubbing. Kemudian, efek yang didapatkan oleh lawan bicara dari pelaku phubbing juga berbeda, mayoritas akan merasa terabaikan, diasingkan, kurang dihargai sehingga parahnya dapat merasa terhina (Clarity, 2023).

Istilah phubbing merupakan sebuah singkatan dari kata phone dan snubbing, yang digunakan untuk menunjukkan sikap menyakiti lawan bicara dengan menggunakan smartphone yang berlebihan (Hanika dalam Aditia, 2021). Lebih lanjut, menurut Karadag, Tosuntas, Erzen, Duru, Bostan, Sahin, Culha, dan Babadag (2015) mengemukakan phubbing dapat digambarkan sebagai perilaku seseorang yang melihat ponselnya selama percakapan dengan orang lain, kemudian berurusan dengan ponsel dan melarikan diri dari komunikasi antarpribadi. Adapun aspek-aspek phubbing yang dikemukakan oleh Karadag dkk (2015) yaitu communication disturbance dan phone obsession. Dampaknya saat ini membuat manusia lebih asyik sendiri dengan smartphone yang dimiliki, terutama dalam menggunakan media sosial sampai akhirnya tidak terlalu memperdulikan orang-orang disekitarnya, sehingga dapat menyebabkan terjadi degradasi relasi sosial yang semakin hari menjadi semakin parah. Terjadinya degradasi relasi sosial yaitu ketika relasi sosial

seorang individu yang akan menimbulkan kekurangan kemampuan dalam menjalankan kehidupan sosial secara normal, sehingga individu tersebut akan menjadi seperti malu, menarik diri, mengalami kecemasan sosial serta merasa kesepian (Aditia, 2021).

Phubbing adalah suatu kondisi dimana dua orang atau lebih dalam suatu lingkungan, tetapi mereka berinteraksi lebih banyak dengan smartphone-nya dibandingkan dengan sesama (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016). Phubbing merupakan suatu fenomena yang lebih banyak berinteraksi dengan smartphone dibandingkan berinteraksi dengan lingkungan disekitarnya. Adapun kriteria seseorang yang melakukan phubbing ialah seseorang yang terlalu fokus pada handphone padahal sedang berkumpul dengan teman-temannya, selalu memegang handphone dimana-mana, kemudian menjadi panik jika tidak ada handphone, dan seringkali mengecek handphone setiap lima menit sekali. Selain itu adapun beberapa penyebab perilaku phubbing yaitu antara lain karena pemenuhan kebutuhan sosial, pemenuhan kebutuhan aktualisasi diri, dan pengaruh lingkungan (Amelia, Despitarsari, Sari, Putri, Oktamianti, Agustina, 2019).

Perilaku phubbing mampu mengancam terganggunya hubungan dalam keluarga, pertemanan, persahabatan dan juga perilaku phubbing yang mengabaikan dan tidak memedulikan orang lain akan mengancam ketidakpercayaan orang terhadapnya serta mengakibatkan degradasi relasi sosial yang cukup parah (David dalam Aditia, 2021). Seseorang yang banyak menghabiskan waktu untuk mengakses internet, maka dia akan hanya punya sedikit waktu untuk berkomunikasi dengan orang lain secara nyata. Hingga hal tersebut pun dapat menimbulkan efek timbal balik kepada lingkungan sekitarnya (Turnbull dalam Galigo, 2021).

Menurut Chotpitayasunondh & Douglas (2016) salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku phubbing adalah Fear Of Missing Out atau yang disingkat dengan istilah FoMO. FoMO yaitu suatu keadaan dimana seseorang mengalami kegelisahan atau takut ketinggalan dalam partisipasi di media sosial yang mungkin sangat menarik. Dapat didefinisikan sebagai ketakutan yang meluas bahwa orang lain mungkin memiliki pengalaman berharga yang tidak ada, sehingga FoMO dicirikan oleh keinginan untuk terus terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain (Przybylski, Murayama, DeHaan, dan Gladwell, 2013). Fear of Missing Out (FoMO) juga dapat dipahami sebagai salah satu fenomena yang menggambarkan alasan berlebihan kompulsif teknologi. Hal itu tampak ketika seseorang mencoba berkomunikasi dengan lingkungan sosialnya melalui media sosial. Ketika seseorang menderita FoMO, maka ia memiliki perasaan kehilangan sesuatu (Wiesner dalam Sanjaya & Rojuaniah, 2022).

Seseorang dapat dikatakan FoMO apabila individu tersebut mengalami gejala-gejala seperti tidak dapat melepaskan diri dari ponsel, cemas dan gelisah jika belum mengecek akun media sosial, lebih mementingkan berkomunikasi dengan rekan-rekannya di media sosial, terobsesi dengan status dan postingan orang lain, dan selalu ingin eksis dalam segala aktivitas dan merasa depresi jika sedikit orang yang melihat akunnya (Abel dalam Aisafitri dan Yusriyah, 2021). Adapun dampak atau efek buruk yang dapat ditimbulkan yakni seperti tidak puas dengan kehidupan sendiri, menggunakan gadget saat berjalan dan berkendara, tidak bisa sepenuhnya menikmati kebersamaan di dunia nyata, dan gangguan tidur (Abel dalam Nadzirah, Fitriani, dan Yeni, 2022).

Adapun beberapa hasil penelitian sebelumnya yang telah meneliti mengenai perilaku phubbing dan Fear of Missing Out (FoMO) yaitu antara lain menurut Hura, Sitasari, dan Rozali (2021) menemukan berdasarkan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan Fear of Missing Out terhadap perilaku phubbing pada remaja. Dengan demikian semakin tinggi fear of missing out maka remaja tersebut melakukan phubbing begitupun sebaliknya. Hal ini membuktikan bahwa fear of missing out berpengaruh dalam membuat seseorang melakukan phubbing, dimana oleh karena rasa cemas akan ketinggalan informasi dan keingintahuannya membuat seseorang menggunakan smartphonenya terus ketika sedang berkomunikasi dengan lawan bicara. Selain itu adapun penelitian menurut Sanjaya & Rojuaniah (2022) yang menemukan penelitian tersebut menghasilkan bukti bahwa Fear of Missing Out memiliki pengaruh atas terjadinya perilaku phubbing. Hal ini dapat membuktikan karena dimana semakin tingginya rasa takut atau FoMO dapat merangsang seseorang untuk selalu melihat ke arah ponselnya sehingga tidak berfokus pada lawan bicaranya. Kemudian hasil penelitian lain oleh Franchina, Abeele, Rooij, Coco, dan De Marez (2018) menemukan bahwa menunjukkan adanya hubungan antara FoMO dan perilaku phubbing yang dimediasi oleh PSMU. Remaja yang sangat takut ketinggalan lebih cenderung menggunakan media sosial dan ponsel cerdas secara berlebihan, sehingga dapat menyebabkan mereka melakukan phub dengan mitra interaksi offline mereka.

Berdasarkan uraian dan hasil penelitian sebelumnya yang telah dikemukakan di atas, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa fenomena perilaku phubbing rupanya sudah terjadi dalam skala yang besar di kehidupan kita yang dapat terjadi apabila seseorang terlalu fokus pada ponselnya yang selalu mengakses media sosial sehingga tingginya waktu penggunaan dapat mengabaikan mitra interaksi offline mereka. Hal tersebut dapat diakibatkan karena seseorang tidak ingin tertinggal untuk mengikuti update terbaru dari

orang lain sehingga membuat dirinya terpaku oleh ponselnya atau dunia maya yang berupa melalui media sosial. Sebaliknya, apabila seseorang yang tidak terlalu terpaku oleh ponselnya dan tidak takut tertinggal dengan update orang lain maka individu tersebut akan tidak melakukan perilaku phubbing terhadap lingkungan sekitarnya. Dengan demikian untuk menghindari agar remaja pengguna media sosial dari perilaku phubbing yaitu apabila memiliki tingkat FoMO yang tidak tinggi atau tidak terlalu berfokus pada kecemasan takut akan ketertinggalan dari orang lain. Maka dari itu perumusan masalah yang peneliti ajukan yaitu apakah terdapat Pengaruh Fear of Missing Out Terhadap Perilaku Phubbing Pada Remaja Pengguna Media Sosial.

TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku *Phubbing*

Menurut Karadag, Tosuntas, Erzen, Duru, Bostan, Sahin, Culha, dan Babadag (2015) mengemukakan *phubbing* dapat digambarkan sebagai perilaku seseorang yang melihat ponselnya selama percakapan dengan orang lain, kemudian berurusan dengan ponsel dan melarikan diri dari komunikasi antarpribadi.

Menurut Haigh (dalam Öze, 2018) *phubbing* dapat didefinisikan sebagai tindakan mengabaikan orang lain dalam interaksi sosial dan berfokus pada *smartphone* mereka sendiri.

Menurut Naini, An-nadhiroh, Azhari, Mahardika, dan Rofiudin (2021) *phubbing* adalah sebuah istilah tindakan acuh tak acuh seseorang di dalam lingkungan karena lebih fokus pada gadget daripada membangun sebuah percakapan.

Menurut Azizah, Amelia, Ghozalina, Aida, Ulya, Demanda, Nisa, Setiawan, dan Rahmasari (2022) mengemukakan bahwa *phubbing* adalah tindakan perduli tidak perduli terhadap orang lain dalam sebuah *circle* karena lebih fokus dengan gadget daripada mengobrol dan berkomunikasi dengan sekitarnya.

Menurut Al-Saggaf (2022) *phubbing* adalah keterlibatan sekilas dengan *smartphone* selama percakapan tatap muka dengan seseorang. Itu adalah pengalihan sesaat perhatian seseorang dari percakapan tatap muka dengan orang lain ke *smartphone*.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku *phubbing* adalah tindakan atau perilaku seseorang yang mengabaikan orang lain dan tidak fokus membangun interaksi sosial yang sedang berlangsung seperti percakapan tatap muka karena individu lebih sering melihat atau memberi perhatian pada ponselnya.

Karadag, Tosuntas, Erzen, Duru, Bostan, Sahin, Culha, dan Babadag (2015) mengemukakan bahwa terdapat dua aspek dari perilaku *phubbing*, yaitu:

a. *Communication Disturbance*

Communication disturbance atau gangguan komunikasi berarti ketika individu berada di lingkungan sekitar, individu lebih memilih menggunakan ponsel ketika berada dalam lingkungan komunikasi tatap muka sehingga hal tersebut sering mengganggu komunikasi yang ada.

b. *Phone Obsession*

Phone obsession atau obsesi telepon berarti ketika individu terus menerus membutuhkan ponselnya di lingkungan yang kurang komunikasi tatap muka.

Fear of Missing Out

Przybylski, Murayama, DeHaan, dan Gladwell (2013) mengemukakan FoMO dapat didefinisikan sebagai ketakutan yang meluas bahwa orang lain mungkin memiliki pengalaman berharga yang tidak ada, sehingga FoMO dicirikan oleh keinginan untuk terus terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain.

Menurut Mackellar (2019) FoMO dapat didefinisikan sebagai ketakutan individu bahwa orang lain mungkin memiliki pengalaman berharga yang dia lewatkan. Hal itu juga diungkapkan dalam keinginan untuk tetap terhubung secara permanen dengan sumber informasi tentang apa yang dilakukan orang lain.

Menurut Oxford English Dictionary (dalam Alderson, 2019) FoMO didefinisikan sebagai kecemasan bahwa suatu peristiwa yang menarik mungkin sedang terjadi di tempat lain, sering kali dipicu oleh postingan yang terlihat di media sosial.

Menurut Moreno dan Hoopes (2020) FoMO didefinisikan sebagai kecemasan atau depresi yang dialami ketika pemirsa yang rentan melihat postingan media sosial orang lain dan percaya bahwa postingan tersebut mungkin menjalani kehidupan yang lebih baik.

Menurut Lamba (2021) pada dasarnya FoMO adalah istilah psikologis yang menunjukkan kebutuhan bawaan seseorang untuk tidak pernah tertinggal. Sehingga media sosial dan kebutuhan konstan untuk tetap terhubung dengan orang lain telah melahirkan kecanduan untuk mengikuti berita dan tren terkini.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *fear of missing out* atau FoMO adalah perasaan ingin selalu terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain di dunia luar yang ditandai

dengan ketakutan individu dan perasaan kecemasan untuk tidak pernah tertinggal terhadap suatu peristiwa yang menarik dan pengalaman berharga yang mungkin sedang terjadi pada orang lain, sering kali dipicu oleh postingan di media sosial.

Aspek dari *fear of missing out* menurut Przybylski, Murayama, DeHaan, dan Gladwell (2013) berhubungan dengan rendahnya tingkat kepuasan dari kebutuhan dasar psikologis didasarkan pada aspek-aspek di bawah ini, yaitu:

a. *Self*

Kebutuhan psikologis akan *self* berkaitan dengan *competence* dan *autonomy*. *Competence* dapat didefinisikan sebagai keinginan yang melekat pada individu yang memiliki kapasitas untuk bertindak efektif di dunia. Sementara *autonomy* adalah pengalaman merasakan adanya pilihan, dukungan dan kemauan yang berkaitan dengan memulai, memelihara dan mengakhiri keterlibatan perilaku yang bermakna individu bebas mengintegrasikan tindakan yang dijalankan dengan diri sendiri tanpa terikat atau mendapat kontrol dari orang lain berdasarkan inisiatif pribadi. Apabila kebutuhan psikologis *self* tidak terpenuhi, maka individu menyalurkannya melalui internet untuk memperoleh berbagai macam informasi dan berhubungan dengan orang lain.

b. *Relatedness*

Relatedness adalah kebutuhan seseorang untuk merasakan perasaan kedekatan, keterhubungan dengan orang lain. Apabila kebutuhan psikologis *relatedness* ini tidak terpenuhi dapat menyebabkan individu merasa cemas dan mencoba mencari tahu pengalaman dan apa yang dilakukan oleh orang lain melalui internet.

Remaja

Menurut Djiwandon (1989) masa perkembangan remaja dimulai dengan masa puber, yaitu umur kurang lebih antara 12-14 tahun. Pertengahan masa remaja adalah masa yang lebih stabil untuk menyesuaikan diri dan berintegrasi dengan perubahan permulaan remaja, kira-kira umur 14-16 tahun. Remaja akhir yang kira-kira berumur 18-20 tahun ditandai dengan transisi untuk mulai bertanggung jawab, membuat pilihan, dan berkesempatan untuk mulai menajdi dewasa.

Menurut DeBrun (dalam Jahja, 2011) mendefinisikan remaja sebagai periode pertumbuhan antara masa kanak-kanak dan dewasa.

Menurut Papalia & Feldman (2015) masa remaja adalah perkembangan antara masa anak menuju masa dewasa yang terjadi dalam pada usia antara 11 sampai 19 atau 20 tahun.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa masa remaja adalah periode pertumbuhan atau perkembangan antara masa kanak-kanak menuju masa dewasa yang terjadi pada usia antara 11 atau 12 tahun sampai 20 tahun.

Media Sosial

Menurut Carr & Hayes (2015) media sosial adalah saluran berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara oportunistik dan mempresentasikan diri secara selektif, baik secara *real-time* atau asinkron, dengan khalayak luas dan sempit yang memperoleh nilai dari konten buatan pengguna dan persepsi interaksi dengan orang lain.

Menurut Kaplan (2015) media sosial didefinisikan sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas fondasi ideologis dan teknologi web 2.0 dan yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten pengguna.

Menurut Nasrullah (dalam Ginting, Yulistiyo, Rauf, Manullang, Siahaan, Kussanti, Ardiansyah, Djaya, Ayu, & Effekndy, 2021) menyatakan bahwa media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah saluran sekelompok aplikasi berbasis internet yang memfokuskan pada eksistensi pengguna untuk berinteraksi, beraktifitas maupun berkolaborasi yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten pengguna baik secara *real-time* atau asinkron dengan khalayak luas dan sempit.

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah remaja pengguna media sosial, berusia 12-20 tahun dan aktif menggunakan media sosial. Sebanyak 158 sampel penelitian. Teknik pengumpulan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* dan dilakukan secara online.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner dengan model skala *Likert* melalui bantuan *Google Form* yang disebarakan kepada responden melalui kerabat dan rekan yang memiliki koneksi lingkungan sekitarnya yang memiliki kriteria sesuai yang dibutuhkan melalui media sosial peneliti yaitu *Instagram*, *Whatsapp*, dan *Twitter*.

Alat Ukur

Skala pengukuran perilaku *Phubbing* ini diukur dengan memodifikasi dari Fazriyah (2022) yang mengadaptasi skala berdasarkan dua aspek yang dikemukakan oleh Karadag, Tosuntas, Erzen, Duru, Bostan, Sahin, Culha, dan Babadag (2015) yang terdiri dari aspek gangguan komunikasi dan obsesi terhadap ponsel, sedangkan alat ukur lainnya adalah skala *fear of missing out* dalam penelitiannya ini diukur dengan memodifikasi dari Daravit (2021) yang mengadaptasi skala berdasarkan dua aspek yang dikemukakan oleh Przybylski, Murayama, DeHaan, dan Gladwell (2013) yang terdiri dari aspek *self* dan *relatedness*.

Teknik Pengolahan Data

Teknik yang digunakan dalam pengolahan data dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi sederhana melalui bantuan *software SPSS for MacOS* versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Penelitian ini menggunakan uji validitas isi dengan teknik *expert judgement*. Pada skala perilaku *phubbing* terdapat aitem-aitem yang mengalami perbaikan tata bahasa yaitu nomor 3,5, dan 7. Sementara pada skala *fear of missing out* yang mengalami perbaikan tata bahasa yaitu nomor 1, 2, 3, 6, 7, 9, 12, dan 14.

Daya Diskriminasi Aitem

Daya diskriminasi aitem pada penelitian ini menggunakan teknik *Correlated Item Total Collection*. Jumlah aitem pada skala perilaku *phubbing* yang diuji adalah 18 aitem. Berdasarkan hasil uji coba daya diskriminasi aitem menunjukkan terdapat 14 aitem baik dan 4 aitem yang dinyatakan gugur dengan rentang indeks korelasi aitem total sebesar 0,301 sampai 0,731. Sementara, jumlah aitem pada skala *fear of missing out* yang diuji adalah 14 aitem yang dimana memperoleh hasil 11 aitem baik dan 3 aitem yang dinyatakan gugur dengan rentang indeks korelasi aitem total sebesar 0,436 sampai 0,773.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas yang dilakukan pada skala perilaku *phubbing* dengan menggunakan *cronbach's alpha* sebesar 0,869. Sedangkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan pada skala *fear of missing out* dengan menggunakan *cronbach's alpha* sebesar 0,870.

UJI ASUMSI

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas terhadap skala perilaku *phubbing* didapatkan penyebaran data terdistribusi normal dengan nilai signifikansi sebesar 0,056 ($p > 0,05$). Sementara itu, pada pengujian normalitas terhadap skala *fear of missing out* didapatkan penyebaran data terdistribusi normal dengan nilai signifikansi sebesar 0,200 ($p > 0,05$).

Uji Linearitas

Berdasarkan uji linearitas pada *fear of missing out* terhadap perilaku *phubbing* pada remaja pengguna media sosial memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa skala *fear of missing out* terhadap perilaku *phubbing* bersifat linear dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p > 0,05$).

Uji Hipotesis

Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah “terdapat adanya pengaruh *fear of missing out* terhadap perilaku *phubbing* pada remaja pengguna media sosial”. Berdasarkan hasil uji regresi sederhana diperoleh nilai F sebesar 34,133 kemudian R keeratan sebesar 0,424 lalu R Square sebesar 0,180 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$).

Hasil tersebut menyatakan bahwa hipotesis yang diajukan diterima yaitu terdapat pengaruh *fear of missing out* terhadap perilaku *phubbing* pada remaja pengguna media sosial. Besar pengaruh *fear of missing out* terhadap perilaku *phubbing* sebesar 18% dengan sisanya 82% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan menggunakan analisis teknik *product moment pearson* dengan bantuan program SPSS versi 25 for MacOS menggunakan uji regresi sederhana dapat diketahui bahwa diperoleh hasil nilai signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$) yang berarti *fear of missing out* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku *phubbing* pada remaja pengguna media sosial. Hasil tersebut menyatakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian Hura, Sitasari, dan Rozali (2021) yang dimana terdapat pengaruh positif *fear of missing out* terhadap perilaku *phubbing* pada remaja yang dimana semakin tinggi *fear of missing out* maka remaja tersebut melakukan *phubbing* dan sebaliknya. Dalam keseharian, remaja dengan *fear of missing out* yang tinggi, ia memiliki perasaan cemas, gelisah dan takut diabaikan ketika ia tidak tahu apa yang dilakukan oleh teman-temannya di luar sana, sehingga membuat remaja memiliki keinginan untuk terus menerus mengecek media sosial yang pada akhirnya membuat remaja tersebut melakukan *phubbing* dimana ia akan terus menerus mengecek *smartphonanya* saat sedang berkomunikasi dan mengabaikan lawan bicaranya. Adapun menurut Sanjaya & Rojuaniah (2022) yang menghasilkan bukti bahwa *Fear of Missing Out* memiliki pengaruh atas terjadinya perilaku *phubbing*. Hal ini dapat membuktikan karena dimana semakin tingginya rasa takut atau FoMO dapat merangsang seseorang untuk selalu melihat ke arah ponselnya sehingga tidak berfokus pada lawan bicaranya.

Pada penelitian ini juga diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,180 yang menunjukkan bahwa pengaruh *fear of missing out* terhadap perilaku *phubbing* sebesar 18% dan sisanya 82% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Faktor lain yang dapat mempengaruhi menurut penelitian lain diantaranya seperti kecanduan internet dan kontrol diri (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016). Sementara menurut Karadag, dkk (2015) faktor lain yang dapat mempengaruhi yaitu kecanduan ponsel, kecanduan game, dan kecanduan media sosial. Nilai empirik yang diperoleh dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa perilaku *phubbing* pada remaja pengguna media sosial memiliki nilai empirik sebesar 46,96 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini dapat berarti responden cenderung fokus pada dirinya sendiri dan *smartphonanya*, sehingga membuat individu kurang berkomunikasi secara langsung yang pada akhirnya dapat mengabaikan lawan bicaranya. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Chotpitayasunondh & Douglas (2016) bahwa salah satu dampak penggunaan *smartphone* saat berinteraksi adalah perasaan negatif. Perasaan negatif tersebut dapat memunculkan suasana hati negatif saat berinteraksi yang selanjutnya menurunkan kualitas hubungan. Adapun menurut Kurnia, Sitasari, & M (2020) perilaku *phubbing* yang tinggi menyebabkan individu menjadi tidak peduli atau acuh tak acuh dengan lingkungan sekitar karena cenderung fokus pada diri sendiri dan membuat tidak berkomunikasi secara *face to face*. Hal tersebut diperkuat oleh Karadag, dkk (2015) bahwa remaja yang memiliki perilaku *phubbing* tinggi, maka akan sulit untuk terlepas dalam penggunaan *smartphone* sehingga aktivitas yang lebih penting menjadi terganggu dan lingkungan sosial terabaikan.

Dalam penelitian ini juga diperoleh, *fear of missing out* pada remaja pengguna media sosial memperoleh nilai empirik sebesar 29,70 yang termasuk dalam kategori sedang, yang dapat berarti bahwa responden masih mengalami rasa cemas akan ketinggalan informasi dan keingintahuan untuk tetap mengetahui kegiatan orang lain. Hal ini selaras menurut Komala, Rafiyah, dan Witdiawati (2022) bahwa individu dengan *fear of missing out* yang termasuk dalam kategori sedang maka merasa cukup khawatir ketika tidak dapat terhubung dengan orang lain melalui media sosial dan cemas akan tertinggal suatu informasi di media sosial. Oleh karena itu berdasarkan hasil penelitian yang di dapat dimana perilaku *phubbing* termasuk dalam kategori tinggi sementara *fear of missing out* berada dalam kategori sedang hal tersebut memiliki tingkat kategori yang berbeda dapat diduga karena individu memiliki perilaku *phubbing* yang tinggi namun tidak terlalu disebabkan oleh *fear of missing out* sebab faktor lain dapat menyebabkan perilaku *phubbing* tersebut seperti kecanduan game dan lainnya.

Adapun hasil perhitungan *mean* empirik berdasarkan usia menunjukkan bahwa usia 12-14 tahun termasuk dalam kategori sedang dan 15-20 tahun termasuk dalam kategori tinggi pada skala perilaku *phubbing*. Menurut Sulastri, Khairunnisa, Setiawati, Tambunan, Supartini, dan Ningsih (2023) remaja mulai usia tengah 15-18 tahun lebih tinggi melakukan perilaku *phubbing* daripada remaja usia awal dikarenakan pada tahap ini merupakan tahap mereka mengalami krisis identitas. Kebanyakan remaja mencari jati diri dan jawaban atas pertanyaan yang ada di kepalanya melalui *smartphone*. Sementara, pada skala *fear of missing out* pada usia seluruh remaja termasuk dalam kategori sedang, hal tersebut disebabkan

pengaruh dari emosi negatif sehingga meningkatkan risiko lebih tinggi untuk merasakan kekhawatiran yang mendalam yang merupakan akibat nyata dari penggunaan dan konsumsi media sosial (Astuti & Kusumiati, 2021).

Hasil analisis deskriptif *mean* empirik berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa perempuan ataupun laki-laki berada dalam kategori tinggi pada skala perilaku *phubbing*. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Chotpitayasunondh & Douglas (2016) mengatakan *phubbing* juga banyak terjadi pada perempuan dibandingkan laki-laki dan durasi dalam memainkan *smartphone* juga lebih lama. Sementara menurut Kurnia, Sitasari, & M (2020) menunjukkan bahwa dibandingkan remaja perempuan, remaja laki-laki memiliki kontrol diri yang rendah, sehingga hal ini pada akhirnya membuat remaja laki-laki melakukan *phubbing*. Namun, dalam penelitian ini kedua jenis kelamin sama-sama berada dalam kategori tinggi hal tersebut dapat disebabkan karena masing-masing hal yang telah dijelaskan dalam beberapa penelitian terdahulu sehingga semua jenis kelamin memiliki kategori yang sama. Sementara, pada skala *fear of missing out* berdasarkan jenis kelamin pada perempuan ataupun laki-laki termasuk dalam kategori sedang, hal ini sejalan dengan Suhertina, Zatrachadi, Darmawati, dan Istiqomah (2022) bahwa responden laki-laki maupun perempuan berada pada kondisi *fear of missing out* yang sama namun yang membedakan yaitu nilai *count* pada data. Karena FoMO berkaitan dengan kecanduan internet yang dimana laki-laki dan perempuan cenderung sama dalam menggunakan internet setiap hari.

Hasil analisis deskriptif *mean* empirik berdasarkan durasi penggunaan menunjukkan bahwa semua durasi dari 1- lebih dari 6 jam/hari berada dalam kategori tinggi pada skala perilaku *phubbing*. Hal ini sejalan dengan Karadag, dkk (2015) yang menyatakan bahwa 75% responden dapat menghabiskan waktu dua jam atau lebih di *smartphone* dalam sehari. Sementara, pada skala *fear of missing out* berdasarkan durasi penggunaan menunjukkan bahwa semua durasi dari 1- lebih dari 6 jam/hari termasuk dalam kategori sedang, hal ini sejalan dengan Komala, Rafiyah, dan Witdiawati (2022) yang menunjukkan bahwa semakin tinggi durasi penggunaan media sosial maka nilai rata-rata FoMO nya pun semakin tinggi. Karena semakin tinggi tingkat FoMO seseorang maka durasi penggunaan media sosialnya pun akan tinggi terutama bagi seseorang yang menghabiskan waktu sekitar 5-7 jam setiap hari.

Hasil analisis deskriptif *mean* empirik berdasarkan tingkat pendidikan menunjukkan bahwa tingkat SMA dan Mahasiswa (Diploma dan Strata 1/S1) berada dalam kategori tinggi pada skala perilaku *phubbing*. Hal ini sejalan dengan penelitian Raharjo (2021) yang dimana dalam penelitiannya menghasilkan bahwa siswa sekolah SMA Negeri X Tenggarong dikategorikan tinggi, hal ini mengindikasikan bahwa siswa mendapatkan perilaku *phubbing* pada tingkat yang tinggi. Adapun hal ini sejalan dengan Margaretha & Gina (2023) yang dimana dalam penelitiannya menghasilkan mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dengan persentase sebanyak 75,2% responden termasuk dalam kategori tinggi yang artinya memiliki obsesi terhadap *smartphonanya* sehingga tidak dapat lepas dari penggunaan *smartphone*, memiliki gangguan komunikasi sehingga lebih memilih menggunakan *smartphone* dibanding berkomunikasi secara langsung dalam proses interaksi sosial. Sementara, pada skala *fear of missing out* berdasarkan tingkat pendidikan menunjukkan bahwa rata-rata semua tingkat pendidikan termasuk dalam kategori sedang. Hal ini sejalan dengan Dewi, Hambali, dan Wahyuni (2022) dimana FoMO pada remaja dengan kategori usia 13-15 tahun (SMP) menunjukkan data berada pada kategori sedang dengan persentase sebesar 91,48%. Pada penelitian Kolinug & Prasetya (2021) bahwa remaja pengguna media sosial di SMAN 1 Manado secara keseluruhan berada pada kategori sedang dengan persentase 82%. Pada penelitian Zahroh & Sholichah (2022) menunjukkan sebanyak 125 mahasiswa dengan persentase 73,5% berada pada kategori sedang.

Hasil analisis deskriptif *mean* empirik berdasarkan frekuensi berkumpul menunjukkan bahwa sebanyak 28,5% responden yang berkumpul 4-6 kali/bulan berada dalam kategori sangat tinggi sedangkan yang lainnya pada kategori tinggi pada skala perilaku *phubbing*. Hal ini dapat diduga karena seseorang sedang merasa bosan dan kurang berminat dengan pembicaraan yang dilakukan oleh lawan bicara, perilaku *phubbing* yang dilakukan dapat diduga karena lemahnya kontrol diri (Kurnia, Sitasari, & M, 2020). Oleh karena itu adanya frekuensi berkumpul dapat berada hingga dalam kategori sangat tinggi dalam melakukan perilaku *phubbing* dapat diduga karena merasa bosan atau kurang berminat dan lemahnya kontrol diri yang dimiliki sehingga menimbulkan sikap tidak memperdulikan lawan bicara karena lebih fokus pada *smartphonanya*. Sementara, pada skala *fear of missing out* berdasarkan frekuensi berkumpul menunjukkan bahwa secara keseluruhan termasuk dalam kategori sedang.

Hasil analisis deskriptif *mean* empirik berdasarkan posisi *smartphone* ketika sedang berkumpul menunjukkan bahwa sebanyak 8,9% responden yang posisi *smartphonanya* ada digenggaman berada dalam kategori sangat tinggi sedangkan yang lainnya pada kategori tinggi pada skala perilaku *phubbing*. Hal ini dapat diduga seseorang yang posisi *smartphonanya* berada digenggaman cenderung lebih tinggi dalam melakukan perilaku *phubbing* karena dengan posisi tersebut memungkinkan seseorang lebih mudah untuk

sering mengecek serta fokus pada *smartphonenya* sehingga dapat mengabaikan lawan bicaranya dan tanpa disadari melakukan perilaku *phubbing*. Sememntara, pada skala *fear of missing out* berdasarkan posisi *smartphone* ketika sedang berkumpul menunjukkan bahwa yang posisi *smartphonenya* ada digenggaman berada dalam kategori tinggi, hal tersebut dapat diduga karena adanya rasa cemas apabila *smartphone* tidak berada digenggaman sebab tidak ingin tertinggal informasi.

Tabel 1. Uji Normalitas [1]

| Variabel | Kolomogorov-Smirnov (Sig.) | P | Keterangan |
|----------------------------|----------------------------|--------|------------|
| <i>Phubbing</i> | 0,056 | > 0,05 | Normal |
| <i>Fear of Missing Out</i> | 0,200 | > 0,05 | Normal |

Tabel 2. Uji Linearitas [2]

| Variabel | Sig. (p) | Keterangan |
|-------------------------------------|----------|-------------------------------|
| <i>Phubbing*Fear of Missing Out</i> | 0,000 | Linear dikarenakan (p < 0,05) |

Tabel 3. Uji Regresi [3]

| Variabel | B | F | Sig | Keterangan |
|-------------------------------------|-------|--------|-------|--|
| <i>Phubbing*Fear of Missing Out</i> | 0,521 | 34,133 | 0,000 | Terdapat pengaruh yang sangat signifikan |

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan uji regresi sederhana, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima dengan nilai signifikansi sebesar < 0.01 , yaitu terdapat pengaruh *fear of missing out* terhadap perilaku *phubbing* pada remaja pengguna media sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *fear of missing out* berada pada kategori sedang dan variabel perilaku *phubbing* berada pada kategori tinggi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka adapun saran-saran yang dapat diajukan sebagai berikut:

1. Bagi Remaja Pengguna Media Sosial
Disarankan bagi remaja untuk melatih diri sendiri untuk membatasi penggunaan *smartphone* terutama dalam menggunakan media sosial dan tidak terlalu mengikuti informasi yang sekiranya tidak terlalu penting agar tidak terjadinya *fear of missing out* yang membuat adanya rasa cemas dan takut tertinggal sehingga terlalu berfokus pada *smartphone* menyebabkan mengabaikan lawan bicara yang ada lalu tanpa disadari melakukan perilaku *phubbing*. Karena penggunaan media sosial yang berlebihan dan kurang bijak dapat menyebabkan berbagai dampak negatif yang tidak diharapkan. Disarankan juga agar remaja ketika berada di lingkungan komunikasi tatap muka individu lebih fokus pada percakapan yang ada dan tidak terlalu memilih menggunakan ponsel ketika berada dalam komunikasi tatap muka agar hal tersebut tidak mengganggu komunikasi yang ada dan individu tidak terus menerus membutuhkan ponselnya.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
Disarankan bagi peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian yang sejenis ataupun dikembangkan dengan variabel atau aspek lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku *phubbing*.
3. Bagi Masyarakat Luas

Disarankan bagi lingkungan sekitar khususnya dalam ruang lingkup keluarga, pertemanan dan lainnya untuk dapat lebih memperhatikan dan mengingatkan remaja pengguna media sosial yang sekiranya menggunakan media sosial kurang bijak sehingga tanpa disadari melakukan perilaku negatif untuk mengurangi penggunaan yang kurang bijak dan berlebihan agar tidak semakin berdampak buruk pada kehidupan sosialnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aditia, R. (2021). Fenomena phubbing: suatu degradasi relasi sosial sebagai dampak media sosial. *KELUWIH: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 2(1), 8–14.
- [2] Aisafitri, L & Yusriyah, K. (2021). Kecanduan media sosial (FoMO) pada generasi milenial. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 86-106.
- [3] Alderson, K. G. (2019). *Addictions counseling today substances and addictive behaviors*. Los Angeles: SAGE Publications.
- [4] Al-Saggaf, Y. (2022). *The psychology of phubbing*. Singapura: Springer.
- [5] Amanda, B. (2021). *Remaja di era digital*. Kompasiana. Diakses pada 5 Maret 2023 dari <https://www.kompasiana.com/belia70616/60d021356ae34e2668187622/remaja-di-era-digital>.
- [6] Amelia, T., Despitari, M., Sari, K., Putri, D. S. K., Oktamianti, P., dan Agustina. (2019). Phubbing, penyebab dan dampaknya pada mahasiswa fakultas kesehatan masyarakat, Universitas Indonesia. *Jurnal Ekologi Kesehatan*, 8(2), 122–134.
- [7] Andarningtyas, N. (2023). *Survei: pengguna internet Indonesia naik dari tahun ke tahun*. Antaranews. Diakses pada 5 Maret 2023 dari <https://babel.antaranews.com/berita/280053/survei-pengguna-internet-indonesia-naik-dari-tahun-ke-tahun#mobile-nav>.
- [8] Astuti, C. N., & Kusumiati, R. Y. E. (2021). Hubungan Kepribadian Neurotisme dengan *Fear of Missing Out* pada Remaja Pengguna Aktif Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, 12(2), 245-258.
- [9] Azizah, A. N., Amelia, A., Ghozalina, D. A., Aida, D. N., Ulya, I., Demanda, K., Nisa, K., Setiawan, M. F., dan Rahmasari, T. (2022). *Matematika di era disrupsi peluang dan tantangan*. Semarang: Alinea Media Dipantara.
- [10] Azwar, S. (2012). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- [11] Azwar, S. (2013). *Reliabilitas dan validitas (edisi keempat)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [12] Azwar, S. (2019). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [13] Balta, S., Emirtekin, E., Kircaburun, K., dan Griffiths, M. D. (2018). Neuroticism, trait fear of missing out, and phubbing: the mediating role of state fear of missing out and problematic internet use. *Int J Ment Health Addiction*, 18, 628-639.
- [14] Bayu, D. (2022). *APJII: penggunaan internet Indonesia tembus 210 juta pada 2022*. DataIndonesia. Diakses pada 2 Maret 2023 dari <https://dataIndonesia.id/digital/detail/apjii-penggunaan-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>.
- [15] Bayu, D. (2022). *Remaja paling banyak gunakan internet di Indonesia pada 2022*. DataIndonesia. Diakses pada 2 Maret 2023 dari <https://dataIndonesia.id/Digital/detail/remaja-paling-banyak-gunakan-internet-di-indonesia-pada-2022>.
- [16] Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Running head: defining, developing, & divining social media. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 1-43.
- [17] Chotpitayasunondh, V & Douglas, K. M. (2016). How “phubbing” becomes the norm: the antecedents and consequences of snubbing via smartphone. *Computers in Human Behavior*, 63, 9–18.
- [18] Clarity, N. (2023). *Mengenal “phubbing”, perilaku anti sosial yang merusak hubungan*. Mediakendari. Diakses pada 5 Maret 2023 dari <https://mediakendari.com/mengenal-phubbing-perilaku-anti-sosial-yang-merusak-hubungan/124446/>.
- [19] Daravit, K. S. (2021). *Hubungan antara kepuasan hidup dengan fear of missing out (fomo) pada mahasiswa fakultas psikologi UIN Malang pengguna media sosial*. Skripsi. (Tidak Diterbitkan). Malang: Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- [20] Djiwandon, S. E. W. (1989). *Psikologi Pendidikan (rev-2)*. Jakarta: Grasindo.
- [21] Dewi, N. K., Hambali, I., dan Wahyuni, F. (2022). Analisis intensitas pengguna media sosial dan *social environment* terhadap perilaku *fear of missing out* (FoMO). *Jurnal Ilmu Keperawatan Jiwa*, 5(1), 11-20.
- [22] Franchina, V., Abeele, M. V., Rooij, A. J. V., Coco, G. L., dan Marez, L. D. (2018). Fear of missing out as a predictor of problematic social media use and phubbing behavior among Flemish adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15, 1-18.

- [23] Fazriyah, D. M. N. (2022). *Hubungan kontrol diri dengan perilaku phubbing pada mahasiswa di Samarinda*. Skripsi. (Tidak Diterbitkan). Samarinda: Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.
- [24] Galigo, A. A. P. (2021). *Perilaku phubbing dan penanganannya (studi kasus pada 1 siswa di SMK Negeri 10 Makassar)*. Skripsi. (Tidak Diterbitkan). Universitas Negeri Makassar.
- [25] Ginting, R., dkk. (2021). *Etika komunikasi dalam media sosial: saring sebelum sharing*. Cirebon: Penerbit Insania.
- [26] Hura, M. S., Sitasari, N. W., dan Rozali, Y. A. (2021). Pengaruh fear of missing out terhadap perilaku phubbing pada remaja. *Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi*, 19(2), 34–45.
- [27] Jahja, Y. (2011). *Psikologi perkembangan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- [28] Kaplan, A. M. (2015). Social Media, the digital revolution, and the business of media. *International Journal on Media Management*, 17, 197-199.
- [29] Karadag, E., Tosuntas, S. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Sahin, B. M., Culha, I., dan Babadag, B. (2015). Determinants of phubbing, which is the sum of many virtual addictions: a structural equation model. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(2), 60–74.
- [30] Komala, K., Rafiyah, I., dan Witdiawati, W. (2022). Gambaran *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Mahasiswa Fakultas Keperawatan. *JNC*, 5(1), 1-11.
- [31] Kolinug, C. E. S., & Prasetya, B. E. A. (2021). Hubungan antara harga diri dengan *fear of missing out* pada remaja pengguna media sosial di SMA Negeri 1 Manado. *Psikopedia*, 2(3), 173-186.
- [32] Kurnia, S., Sitasari, N. W., dan M, S. (2020). Kontrol diri dan perilaku phubbing pada remaja di Jakarta. *Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi*, 18(1), 58–67.
- [33] Kwon, M., Kim, D, J., Cho, H., dan Yang, S. (2013). The Smartphone Addiction Scale: Development and Validation of a Short Version for Adolescents. *Plos One*, 8(12), 1-7.
- [34] Lamba, S. S. (2021). *Fomo: marketing to millennials*. Chennai: Notion Press.
- [35] Mackellar, C. (2019). *Cyborg mind what brain-computer and mind-cyberspace interfaces mean for cyberneuroethics*. New York: Berghahn Books.
- [36] Mahdi, M. I. *Pengguna media sosial di Indonesia capai 191 juta pada 2022*. DataIndonesia. Diakses pada 4 Maret 2023 dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>.
- [37] Margaretha, I., & Gina, F. (2023). Tendensi *Smartphone Addiction* dan Perilaku *Phubbing* Pada Mahasiswa. *Social Philantropic: Jurnal Kajian Ilmu Sosial dan Psikologi*, 2(1), 1-7.
- [38] Moreno, M. A. & Hoopes, A. J. (2020). *Technology and adolescent health in schools and beyond*. London: Elsevier Inc.
- [39] Nadzirah, S., Fitriani, W., dan Yeni, P. (2022). Dampak sindrom FoMO terhadap interaksi sosial pada remaja. *Intelegensia: Jurnal Pendidikan Islam*, 10(1), 54-60.
- [40] Naini, S., An-nadhiroh, R., Azhari, R., Mahardika, D., dan Rofiudin, M. (2021). *Tren kewirausahaan 4.0*. Bogor: Guepedia.
- [41] Öze, N. (2018). *Current debates in public relations & communication studies*. London: IJOPEC Publication.
- [42] P, R. (2020). Daya tarik interaksi dunia maya (studi perilaku phubbing generasi milenial). *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 8(1), 96–105.
- [43] Papalia & Feldman. (2015). *Menyelami perkembangan manusia*. Jakarta: Salemba Humanika.
- [44] Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., dan Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29, 1841-1848.
- [45] Reba, S. A. (2022). *4 dampak penggunaan gadget tak baik untuk kesehatan yang harus kamu tahu*. Liputan6. Diakses pada 5 Maret 2023 dari <https://www.liputan6.com/citizen6/read/5107665/4-dampak-penggunaan-gadget-tak-baik-untuk-kesehatan-yang-harus-kamu-tahu>.
- [46] Raharjo, D. P. (2021). Intensitas Mengakses Internet dengan Perilaku *Phubbing*. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(1), 1-12.
- [47] Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- [48] Saloom, G & Veriantari, G. (2021). Faktor-faktor psikologis perilaku phubbing. *Jurnal Studia Insania*, 9(2), 152–167.
- [49] Sanjaya, R & Rojuaniah. (2022). Pengaruh fear of missing out dan the big five personality terhadap perilaku phubbing pada generasi z. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Organisasi*, 1(2), 205-231.
- [50] Siyoto, S., & Sodik, A. M. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Yogyakarta: Literasi

- [51] Suhertina, S., Zatrachadi, M. F., Darmawati, D., dan Istiqomah, I. (2022). *Fear of Missing Out* mahasiswa; analisis gender, akses internet, dan tahun masuk universitas. *Jurnal Konseling dan Pendidikan*, 10(1), 135-143.
- [52] Sulastrri, T., Khairunnisa, K., Setiawati, S., Tambunan, E. S., Supartini, Y., dan Ningsih, R. (2023). Perilaku *Phubbing* dengan Kecerdasan Emosional Remaja pada Remaja SMA. *JKEP(Jurnal Keperawatan)*, 8(1), 15-27.
- [53] Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r & d*. Bandung: Alfabeta.
- [54] Suryani & Hendryadi. (2015). *Metode riset kuantitatif: teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- [55] Ulumudin, Z. & Insan, I. (2023). Pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) Terhadap Perilaku Phubbing Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Teknologi Sumbawa. *UTS STUDENT CONFERENCE*, 1(6), 30-39.
- [56] Yaseen, B., Zia, S., Fahd, D. S., dan Kanwal, F. (2021). Impact of Loneliness and Fear of Missing Out on Phubbing Behavior among Millennials. *Psychology And Education*, 58(4),4096-4100.
- [57] Yusuf, A. M. (2017). *Metode penelitian: kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan*. Jakarta: Kencana.
- [58] Zahroh, L., & Sholichah, I. F. (2022). Pengaruh konsep diri dan regulasi diri terhadap *fear of missing out* pada mahasiswa pengguna Instagram. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4(3), 1103-1109.