

Peran *Fear of Missing Out* (FoMO) Sebagai Moderator Antara Kesejahteraan Subjektif dengan Narsisme pada Dewasa Muda Pengguna Instagram

Daffa Aulia Zulfa¹, Sandi Kartasasmita²

Universitas Tarumanagara

daffa.705200002@stu.untar.ac.id, sandik@fpsi.untar.ac.id

ABSTRACT

Social media are a forum for people to search for and share information in the form of writing, videos and images. The presence of social media has given rise to a digital anxiety known as Fear of Missing Out (FoMO). One of the popular applications is Instagram. Considering the large number of users of the Instagram application, researchers are interested in conducting research on the role of Fear of Missing Out (FoMO) as a moderator between Subjective Well-Being and narcissism in young adult Instagram users. The research was conducted using a non-probability sampling method (purpose sampling) and respondents aged 20-30 years used the Google Form platform. Data processing uses SPSS with reliability test parameters. Based on the results of data analysis, there is a negative and significant relationship between Subjective Well-Being and Fear of Missing Out (FoMO) and there is a positive and significant relationship regarding the relationship between narcissism and FoMO among Instagram users among young adults aged 20- 30 years. The results of this research are that FoMO is not related to SWB, while Narcissism can be a moderator of the respondent's Fear of Missing Out (FoMO) trend.

Keywords: Instagram, FoMo, Subjective Well-Being, narcissism

ABSTRAK

Media sosial merupakan wadah bagi masyarakat dalam mencari dan berbagi informasi dalam bentuk tulisan, video, maupun gambar. Kehadiran media sosial telah memunculkan rasa cemas digital yang dikenal sebagai *Fear of Missing Out* (FoMO). Salah satu aplikasi yang digemari yaitu Instagram. Mengingat akan banyaknya pengguna aplikasi Instagram, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang peran *Fear of Missing Out* (FoMO) sebagai moderator antara kesejahteraan subjektif dengan narsisme pada dewasa muda pengguna Instagram. Penelitian dilakukan dengan metode *non-probability sampling* (*purpose sampling*) dan responden rentang usia 20-30 tahun yang menggunakan platform Google Form. Pengolahan data menggunakan SPSS dengan parameter uji reliabilitas. Berdasarkan hasil analisis data, terdapat hubungan negatif dan signifikan antara kesejahteraan subjektif (*Subjective Well-Being*) dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) dan terdapat hubungan positif dan signifikan mengenai hubungan narsisme dengan FoMO pada pengguna Instagram di kalangan dewasa muda dengan rentang usia 20-30 tahun. Hasil dari penelitian ini yaitu, FoMO tidak berhubungan dengan SWB, sedangkan Narsisme dapat menjadi moderator terhadap trend *Fear of Missing Out* (FoMO) responden.

Kata kunci: Instagram, FoMo, Kesejahteraan Subjektif, narsisme

PENDAHULUAN

Media sosial atau sosmed adalah platform komunikasi masa kini yang populer dan banyak digunakan oleh kalangan dewasa muda sebagai alat komunikasi di dunia maya. Menurut *We Are Social* dalam (Simon Kemp, 2023), setiap harinya orang Indonesia menghabiskan waktu di internet selama 7 jam 42 menit dengan rata-rata waktu menggunakan media sosial selama 3 jam 18 menit. Instagram merupakan platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh generasi muda di Indonesia. Menurut data yang disajikan oleh (Napoleon Cat, 2022) terdapat sekitar 109,33 juta orang pengguna Instagram di Indonesia pada bulan April 2023. Saat ini, masyarakat Indonesia semakin banyak yang aktif menggunakan platform media sosial sebagai hasil dari kemajuan teknologi untuk berinteraksi satu sama lain (Cahyono, 2016). Jumlah pengguna media sosial terus meningkat dari tahun-ke tahun dibuktikan oleh laporan *We Are Social* pada tahun 2021 sebanyak 170 juta orang, tahun 2022 sebanyak 191,4 juta.

Kehadiran media sosial telah memunculkan rasa cemas digital yang dikenal sebagai *Fear of Missing Out* (FoMO), di mana individu merasa khawatir secara kompulsif bahwa setiap individu akan melewatkan kesempatan untuk terlibat dalam interaksi sosial, tertinggal momen berharga, atau merasakan peristiwa lain yang memuaskan. Orang yang mengalami FoMO tinggi cenderung aktif mencari peluang untuk terus terlibat dalam media sosial. Pada kalangan remaja, hal ini terkait dengan kesejahteraan subjektif atau *Subjective Well-Being* (SWB) individu (Sianipar et al., 2019). Pengguna media sosial di Indonesia paling banyak yaitu dewasa muda, berdasarkan klasifikasi menurut (D. E., Papalia et al., 2011), yang merupakan individu yang berusia dari 18 tahun hingga 40 tahun. Menurut (Jenny Basiroen dan Hapsari, 2018), dewasa muda masih belum dapat mengontrol emosinya dengan baik. Dewasa muda juga masih kurang dalam stabilitas dan kontrol diri sehingga memiliki kecenderungan untuk mengalami FoMO. Individu yang mengalami FoMO sengaja mengikuti apa yang sedang terkenal agar merasa stabil karena memiliki perilaku yang sama dalam satu kelompok (Lijun Kang et al., 2020).

Przybylski et al., (2013), menyatakan bahwa individu yang mengalami FoMO dapat disebabkan karena suasana hati, pemuasan kebutuhan, dan kepuasan hidup yang rendah. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh (*Australian Psychological Society*, 2015), remaja mengakses media sosial, termasuk Instagram, sebanyak lima kali atau lebih setiap harinya. Media sosial menyumbang sebagian besar waktu yang dihabiskan remaja, bahkan saat akan tidur, mengemudi, makan, berjalan, atau ketika berada dalam kelas. Ketika remaja tidak dapat mengakses informasi dari media sosial yang digunakan, ini dapat menimbulkan perasaan ketakutan dan kekhawatiran (Abel dan Buff, 2016). Selain kecemasan digital (FoMO), dampak yang ditimbulkan oleh penggunaan sosial media dapat menyebabkan kecenderungan para dewasa muda melakukan perilaku narsistik.

Nevid (dalam Apriliani, 2015), mendefinisikan narsisme atau sifat narsis sebagai cinta diri yang terlalu berfokus pada diri sendiri, memiliki keyakinan yang berlebihan tentang diri sendiri, seperti fantasi tentang kekuatan dan keberhasilan,

atau cinta ideal atau pengakuan akan kepandaian atau kecerdasan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Thiro et al., 2021), dengan melibatkan 737 sampel, ditemukan hasil korelasi sebesar -0,548 antara harga diri dan narsisme, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Korelasi ini menunjukkan adanya hubungan yang berlawanan arah, artinya semakin rendah harga diri seseorang, semakin tinggi perilaku narsisme yang dimiliki, dan sebaliknya. Oleh karena itu, penelitian ini menyimpulkan adanya hubungan positif dan negatif antara harga diri dan narsisme. Selanjutnya, penelitian juga mencatat bahwa siswa dan mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial dan memiliki harga diri yang tinggi cenderung memiliki perilaku narsisme yang rendah, Meskipun begitu, ditemukan pula bahwa individu dengan harga diri tinggi dapat memiliki tingkat perilaku narsisme yang tinggi, sehingga ada hubungan positif antara kedua variabel tersebut

Davila dkk., 2012; (Herianto, 2020), mengemukakan bahwa kurangnya interaksi sosial pada kalangan remaja bisa mengakibatkan timbulnya gejala depresi. Dalam konteks yang sama, (Abidah dan Aziz, 2020) juga mencatat bahwa tereksposnya individu pada materi- materi negatif di media sosial bisa memperkuat distorsi kognitif individu terkait perbandingan dengan orang lain. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Ema et al., 2017), sejumlah besar responden, sekitar setengah dari mereka (50%), tampaknya lebih cenderung mengalami stres akibat ketidaktercapaian keinginan dan harapan mereka. Menurut penelitian (Fazrian Thursina, 2023), meskipun keadaan kesehatan mental siswa dalam kategori sedang dilihat dari model penelitian yakni 53% (media sosial terhadap kesehatan mental) akan tetapi ini menjadi penting karena masa remaja adalah masa transisi. Gangguan kecemasan, stress, depresi dan kesepian merupakan dominan dalam usia remaja sehingga perlu terus dilakukan berbagai upaya pencegahan untuk bijak melakukan media sosial.

Berdasarkan paparan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang peran *Fear of Missing Out* (FoMO) sebagai moderator antara kesejahteraan subjektif dengan narsisme pada dewasa muda pengguna Instagram. Penelitian ini menjadi penting karena belum ada penelitian yang dilakukan di lokasi dan responden penelitian yang dipilih. Dengan dasar penelitian juga didapatkan rumusan masalah yang akan menjadi poin penting, yaitu "Apakah ada kaitan antara Penggunaan Instagram terhadap trend *Fear of Missing Out* (FoMO) sebagai moderator terhadap kesejahteraan subjektif dan narsisme di Kalangan Dewasa Muda?". Adapun tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan antara penggunaan Instagram dengan tren *Fear of Missing Out* (FoMO) sebagai moderator terhadap kesejahteraan subjektif dan tingkat narsisme di kalangan dewasa muda.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang bersifat noneksperimental. Lebih lanjut, penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian korelasional, di mana fokusnya adalah menggambarkan hubungan atau kaitan antara penggunaan Instagram, *trend Fear of Missing Out* (FoMO), perilaku narsisme,

dan kesejahteraan subjektif di kalangan dewasa muda. Dengan merinci, penelitian ini melibatkan tiga variabel utama, yakni *Fear of Missing Out* (FoMO), kesejahteraan subjektif, dan narsisme.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini berlangsung dari bulan September hingga Desember 2023, melibatkan pemberian kuesioner kepada responden. Responden penelitian terdiri dari individu laki-laki dan perempuan dalam rentang usia 20-30 tahun, yang tinggal di daerah JABODETABEK (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi), serta aktif menggunakan *platform* media sosial Instagram. Skala penilaian diterapkan melalui *Google Form* yang disebar melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan X. Total responden yang berhasil dikumpulkan mencapai 209 orang. Dalam pengisian kuesioner, tidak ada jawaban yang dianggap benar atau salah; setiap jawaban diterima sesuai dengan situasi dan kondisi responden.

Gambaran Variabel Penelitian

Gambaran Variabel *Subjective Well-Being*

Variabel *Subjective Well-Being* menggunakan skala 1 sampai 3, yaitu paham, kurang paham, dan tidak paham. Nilai tengah yang dimiliki alat ukur ini adalah 2. Berdasarkan analisis statistik deskriptif yang dilakukan oleh peneliti, nilai dari rata-rata variabel *Subjective Well-Being* responden di penelitian ini berada di atas nilai tengah, yaitu sebesar 2,46 yang berarti responden memiliki tingkat *Subjective Well-Being* yang baik. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini memiliki perasaan puas dengan hidup yang telah dievaluasi dari aspek kognitif dan kebahagiaan yang dinilai berdasarkan emosi positif.

Tabel 1. Gambaran Variabel *Subjective Well-Being*

Variabel	N	M	SD	Keterangan
<i>Subjective Well-Being</i>	209	2,46	0,53	Tinggi (M>2)

Gambaran Variabel *Fear of Missing Out*

Variabel *Fear of Missing Out* menggunakan skala 1 sampai 5, yaitu sangat setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, dan sangat setuju. Nilai tengah yang dimiliki alat ukur ini adalah 3. Berdasarkan analisis statistik deskriptif yang dilakukan oleh peneliti, nilai dari rata-rata variabel *Fear of Missing Out* responden di penelitian ini berada di bawah nilai tengah, yaitu sebesar 2,67 yang berarti responden memiliki tingkat *Fear of Missing Out* yang tergolong cukup rendah. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini tidak merasa cemas terkait ketidakmampuan mengikuti informasi orang lain dan juga tidak menggunakan media sosial secara berlebihan.

Tabel 2. Gambaran Variabel Fear of Missing Out

Variabel	N	M	SD	Keterangan
<i>Fear of Missing Out</i>	209	2,67	0,79	Rendah (M<3)

Gambaran Variabel Narsisme

Variabel Narsisme menggunakan skala 1 sampai 6, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, cukup tidak setuju, cukup setuju, setuju, dan sangat setuju. Nilai tengah yang dimiliki alat ukur ini adalah 3,5. Berdasarkan analisis statistik deskriptif yang dilakukan oleh peneliti, nilai dari rata-rata variabel Narsisme responden di penelitian ini berada di bawah nilai tengah, yaitu sebesar 3,46 yang berarti responden memiliki tingkat Narsisme yang tergolong cukup rendah.

Pada dimensi pertama yaitu tingkat *Grandiose* responden tergolong cukup rendah karena memiliki nilai mean sebesar 3,16. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden tidak melebih-lebihkan prestasi dan bakat, responden juga tidak merasa superior sehingga tidak membutuhkan perhatian berlebih dari orang lain. Pada dimensi kedua yaitu tingkat *Vulnerable* responden tergolong cukup tinggi karena memiliki nilai mean sebesar 3,76. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini cenderung takut dengan penolakan, khawatir yang berlebih, dan gelisah.

Tabel 3. Gambaran Variabel Narsisme

Dimensi	N	M	SD	Keterangan
<i>Grandiose</i>	209	3,16	0,92	Rendah (M<3,5)
<i>Vulnerable</i>	209	3,76	0,86	Tinggi (M>3,5)

Analisis data Utama

Uji Korelasi antara *Fear of Missing Out* dengan *Subjective Well-Being*

Peneliti memiliki hipotesis bahwa ada hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan *Subjective Well-Being* pada pengguna Instagram di kalangan dewasa muda. Maka, untuk mengetahui apakah ada hubungan statistik antara dua variabel yang digunakan, peneliti menggunakan Uji Korelasi *Spearman*. Hasil uji korelasi antar variabel *Fear of Missing Out* dan *Subjective Well-Being* menunjukkan bahwa $r = -0,036$, $p = 0,605$ ($p > 0,05$) dengan demikian tolak H1, artinya tidak ada hubungan negatif dan signifikan antara *Fear of Missing Out* dengan *Subjective Well-Being* pada pengguna Instagram di kalangan dewasa muda (terima H0).

Tabel 4. Hasil Uji Korelasi Variabel *Fear of Missing Out* dengan *Subjective Well-Being*

Variabel	r	P	Keterangan
<i>Fear of Missing Out</i>	-0,036	0,605	

Subjective Well Being

Tidak ada hubungan yang negatif dan Signifikan

Uji Korelasi antara *Fear of Missing Out* dengan Narsisme

Pada penelitian ini, peneliti juga memiliki hipotesis bahwa ada hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan Narsisme pada pengguna Instagram di kalangan dewasa muda. Maka, untuk mengetahui apakah ada hubungan statistik antara dua variabel yang digunakan, peneliti menggunakan Uji Korelasi *Spearman*. Hasil uji korelasi antar variabel *Fear of Missing Out* dan Narsisme menunjukkan bahwa $r = 0,548$, $p = 0,000$ ($p < 0,05$) dengan demikian tolak H_0 , artinya ada hubungan positif dan signifikan antara *Fear of Missing Out* dengan Narsisme pada pengguna Instagram di kalangan dewasa muda (terima H_1). Hubungan positif berarti semakin tinggi tingkat *Fear of Missing Out* yang dimiliki oleh responden penelitian, maka semakin tinggi juga tingkat Narsisme yang dimiliki oleh responden. Begitu juga sebaliknya, jika responden memiliki tingkat *Fear of Missing Out* yang rendah, maka tingkat Narsisme responden juga rendah. Berdasarkan hasil uji korelasi, didapatkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,548, hal ini berarti bahwa *Fear of Missing Out* memiliki hubungan yang kuat dengan Narsisme pada responden penelitian ini.

Tabel 5. Hasil Uji Korelasi Variabel *Fear of Missing Out* dengan Narsisme

Variabel	R	p	Keterangan
<i>Fear of Missing Out</i> Narsisme	0,0548	0,000	Terdapat hubungan yang positif dan Signifikan

Analisis Data Tambahan

Uji Beda *Fear of Missing Out* Berdasarkan Jenis Kelamin

Uji perbedaan variabel *Fear of Missing Out* berdasarkan jenis kelamin dilakukan menggunakan *independent sample t-test*. Berdasarkan data yang diperoleh, hasilnya menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dalam tingkat *Fear of Missing Out* antara laki-laki dan perempuan, dengan $F = 0,822$ dan $p = 0,366$ ($\text{sig} > 0,05$).

Tabel 6. Uji Beda *Fear of Missing Out* Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	M	P
Laki-laki	24,8	0,366
Perempuan	27,85	0,366

Uji Beda *Subjective Well-Being* Berdasarkan Jenis Kelamin

Uji perbedaan variabel *Subjective Well-Being* berdasarkan jenis kelamin dilakukan menggunakan *independent sample t-test*. Berdasarkan data yang diperoleh, hasilnya menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dalam

tingkat *Subjective Well-Being* antara laki-laki dan perempuan, dengan $F = 0,715$ dan $p = 0,399$ ($\text{sig} > 0,05$).

Tabel 7. Hasil Uji Beda *Subjective Well-Being* Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	M	P
Laki-laki	51,96	0,399
Perempuan	55,49	0,399

Uji Beda Narsisme Berdasarkan Jenis Kelamin

Uji perbedaan variabel Narsisme berdasarkan berdasarkan jenis kelamin dilakukan menggunakan *independent sample t-test*. Berdasarkan data yang diperoleh, hasilnya menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dalam tingkat Narsisme antara laki-laki dan perempuan, dengan $F = 0,002$ dan $p = 0,969$ ($\text{sig} > 0,05$).

Tabel 8. Hasil Uji Beda Narsisme Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	M	P
Laki-laki	63,3	0,969
Perempuan	72,72	0,969

Uji Beda *Fear of Missing Out* Berdasarkan Usia

Uji perbedaan variabel *Fear of Missing Out* berdasarkan usia dilakukan dengan menggunakan one way ANOVA, pada data yang diperoleh hasil $p = 0,169 > 0,05$. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel *Fear of Missing Out* rata-rata sama antara usia 20 dan 30 tahun. Responden berusia 20 tahun memiliki tingkat *Fear of Missing Out* yang lebih tinggi dengan nilai mean 29,42 dan responden berusia 30 tahun memiliki tingkat *Fear of Missing Out* yang lebih rendah, dengan nilai mean 22,5.

Tabel 9. Hasil Uji Beda *Fear of Missing Out* Berdasarkan Usia

Usia	M	P
20	29,42	0,169
21	25,22	0,169
22	25,78	0,169
23	27,79	0,169
24	24	0,169
25	29	0,169
26	24,25	0,169
27	28,5	0,169
28	27,71	0,169

29	25,14	0,169
30	22,5	0,169

Uji Beda *Subjective Well-Being* Berdasarkan Usia

Uji perbedaan variabel *Subjective Well-Being* berdasarkan usia dilakukan dengan menggunakan *one way ANOVA*, pada data yang diperoleh hasil $p = 0,05$. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel *Subjective Well-Being* rata-rata berbeda antara usia 20 dan 30 tahun. Responden berusia 26 tahun memiliki *Subjective Well-Being* yang paling tinggi dengan nilai *mean* 61 dan responden berusia 30 tahun memiliki *Subjective Well-Being* yang paling rendah, dengan nilai *mean* 42,4.

Tabel 10. Hasil Uji Beda *Subjective Well-Being* Berdasarkan Usia

Usia	M	P
20	54,02	0,05
21	55,42	0,05
22	57,73	0,05
23	54,27	0,05
24	50,92	0,05
25	52,76	0,05
26	61	0,05
27	55,62	0,05
28	51,21	0,05
29	57,42	0,05
30	42,4	0,05

Uji Beda Narsisme Berdasarkan Usia

Uji perbedaan variabel Narsisme berdasarkan usia dilakukan dengan menggunakan *one way ANOVA*, pada data yang diperoleh hasil $p = 0,018 < 0,05$. Hasilnya menunjukkan bahwa tingkat Narsisme rata-rata berbeda antara usia 20 hingga 30 tahun. Responden berusia 20 tahun memiliki tingkat Narsisme yang paling tinggi dengan nilai *mean* 79,37 dan responden berusia 24 tahun memiliki Narsisme yang paling rendah, dengan nilai *mean* 63,35.

Tabel 11. Hasil Uji Beda Narsisme Berdasarkan Usia

Usia	M	P
20	79,37	0,018
21	68,15	0,018
22	64,6	0,018
23	67,93	0,018
24	63,35	0,018
25	68,61	0,018

26	70,25	0,018
27	70,81	0,018
28	68,21	0,018
29	64,57	0,018
30	64,2	0,018

Uji Beda *Fear of Missing Out* Berdasarkan Frekuensi Mengakses Instagram

Uji perbedaan variabel *Fear of Missing Out* berdasarkan frekuensi mengakses Instagram dilakukan dengan menggunakan *one way ANOVA*, pada data yang diperoleh hasil $p = 0,000 < 0,05$. Hasilnya menunjukkan bahwa tingkat *Fear of Missing Out* rata-rata berbeda antara responden yang mengakses Instagram 1-2 kali/hari hingga tidak mengakses Instagram setiap hari. Responden yang mengakses Instagram setiap saat memiliki tingkat *Fear of Missing Out* yang paling tinggi dengan nilai *mean* 29,32 dan responden yang tidak mengakses Instagram setiap saat memiliki tingkat *Fear of Missing Out* yang paling rendah, dengan nilai *mean* 21,26.

Tabel 12. Hasil Uji Beda *Fear of Missing Out* Berdasarkan Frekuensi Mengakses Instagram

Frekuensi mengakses Instagram	M	P
1-2 kali/hari	24,67	0,000
3-4 kali/hari	27,35	0,000
Setiap saat	29,32	0,000
Tidak mengakses Instagram setiap hari	21,26	0,000

Uji Beda *Subjective Well-Being* Berdasarkan Frekuensi Mengakses Instagram

Uji perbedaan variabel *Subjective Well-Being* berdasarkan frekuensi mengakses Instagram dilakukan dengan menggunakan *one way ANOVA*, pada data yang diperoleh hasil $p = 0,296 > 0,05$. Hasilnya menunjukkan bahwa tingkat *Subjective Well-Being* rata-rata sama antara responden yang mengakses Instagram 1-2 kali/hari hingga tidak mengakses Instagram setiap hari. Responden yang tidak mengakses Instagram setiap hari memiliki tingkat *Subjective Well-Being* yang lebih tinggi dengan nilai *mean* 59,15 dan responden yang mengakses Instagram 1-2 kali/hari memiliki tingkat *Subjective Well-Being* yang lebih rendah, dengan nilai *mean* 53,57.

Tabel 13. Hasil Uji Beda *Subjective Well-Being* Berdasarkan Frekuensi Mengakses Instagram

Frekuensi mengakses Instagram	M	P
1-2 kali/hari	53,57	0,296

3-4 kali/hari	53,93	0,296
Setiap saat	53,58	0,296
Tidak mengakses Instagram setiap hari	59,15	0,296

Uji Beda Narsisme Berdasarkan Frekuensi Mengakses Instagram

Uji perbedaan variabel Narsisme berdasarkan frekuensi mengakses Instagram dilakukan dengan menggunakan *one way ANOVA*, pada data yang diperoleh hasil $p = 0,076 > 0,05$. Hasilnya menunjukkan bahwa tingkat Narsisme rata-rata sama antara responden yang mengakses Instagram 1-2 kali/hari hingga tidak mengakses Instagram setiap hari. Responden yang setiap saat mengakses Instagram memiliki tingkat Narsisme yang lebih tinggi dengan nilai *mean* 72,16 dan responden yang tidak mengakses Instagram setiap hari memiliki tingkat Narsisme yang lebih rendah dengan nilai *mean* 61,63.

Tabel 14. Hasil Uji Beda Narsisme Berdasarkan Frekuensi Mengakses Instagram

Frekuensi mengakses Instagram	M	P
1-2 kali/hari	68,57	0,076
3-4 kali/hari	69,24	0,076
Setiap saat	72,16	0,076
Tidak mengakses Instagram setiap hari	61,63	0,076

Uji Beda Fear of Missing Out Berdasarkan Durasi Mengakses Instagram

Uji perbedaan variabel *Fear of Missing Out* berdasarkan durasi mengakses Instagram dilakukan dengan menggunakan *one way ANOVA*, pada data yang diperoleh hasil $p = 0,004 < 0,05$. Hasilnya menunjukkan bahwa tingkat *Fear of Missing Out* rata-rata berbeda antara responden yang mengakses Instagram dengan durasi 1-2 jam hingga lebih dari 5 jam. Responden mengakses Instagram dengan durasi lebih dari 5 jam memiliki tingkat *Fear of Missing Out* yang paling tinggi dengan nilai *mean* 30,3 dan responden mengakses Instagram dengan durasi kurang dari 1 jam memiliki tingkat *Fear of Missing Out* yang paling rendah dengan nilai *mean* 24,77.

Tabel 15. Hasil Uji Beda Fear of Missing Out Berdasarkan Durasi Mengakses Instagram

Durasi mengakses Instagram	M	P
1-2 jam	25,96	0,004
2-3 jam	29,85	0,004
3-5 jam	29,05	0,004
Kurang dari 1 jam	24,77	0,004

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, terdapat hubungan negatif dan signifikan antara kesejahteraan subjektif (*Subjective Well-Being*) dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) dan terdapat hubungan positif dan signifikan mengenai hubungan narsisme dengan FoMO pada pengguna Instagram di kalangan dewasa muda dengan rentang usia 20-30 tahun. Hasil dari penelitian ini yaitu, FoMO tidak berhubungan dengan SWB, sedangkan Narsisme dapat menjadi moderator terhadap terhadap trend *Fear of Missing Out* (FoMO) responden.

SARAN

Saran yang Berkaitan dengan Manfaat Teoritis

Saran yang dapat diberikan peneliti terkait dengan penelitian ini yaitu untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi FoMO terhadap individu dari berbagai media sosial yang aktif digunakan. karena pada penelitian ini SWB tidak memiliki pengaruh terhadap FoMO pada individu yang aktif menggunakan media sosial yang diteliti yaitu Instagram. Pada penelitian selanjutnya juga disarankan agar karakteristik responden tidak hanya dari kalangan dewasa muda saja, tetapi dapat mencoba ketahap remaja tengah dan akhir, sehingga gambaran SWB terhadap FoMO dapat dilihat tidak hanya dari kalangan dewasa muda saja, melainkan juga dilihat dari kalangan dewasa tengah dan akhir.

Saran yang Berkaitan dengan Manfaat Praktis

Saran yang dapat diberikan peneliti terkait penelitian ini yaitu agar individu dapat lebih bijak terhadap penggunaan media sosial, merujuk dengan manfaaat, tujuan, waktu, durasi, dan urgensinya sehingga penggunaan media sosial dapat memberikan manfaat bagi individu yang menggunakannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abel, J. P., dan Buff, C. L. (2016a). Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment. In *Journal of Business dan Economics Research-First Quarter* (Vol. 14, Issue 1).
- Abidah, A., dan Aziz, A. (2020). Acta Psychologia Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Tingkat Depresi pada Mahasiswa. In *Acta Psychologia* (Vol. 2, Issue 2). <http://journal.uny.ac.id/index.php/acta-psychologia>.
- American Psychological Association. (2015). *APA Dictionary of Psychology* (Second ed).
- Apriliani, F. (2015). *Narsisme Facebooker ditinjau dari Self-esteem* (F. Apriliani, Ed.). Universitas Muhammadiyah Surakarta. <https://eprints.ums.ac.id/37637/20/02.%20Naskah%20Publikasi.pdf>

- Arung, N. L., dan Aditya, Y. (2021). Pengaruh Spiritualitas terhadap Subjective Well Being Mahasiswa Tingkat Akhir. *Indonesian Journal for The Psychology of Religion*, 1(1), 61–67. <https://doi.org/10.24854/ijpr399>
- Australian Psychological Society. (2015). *Stress dan wellbeing : How Australian are coping with life*. Australian Psychological Society. https://www.headsup.org.au/docs/default-source/default-documentlibrary/stress-and-wellbeing-in-australia-report.pdf?sfvrsn=7f08274d_4.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 9(1), 140–157.
- Derry, K., Ohan, J., dan Bayliss, D. (2017). Toward Understanding and Measuring Grandiose and Vulnerable Narcissism Within Trait Personality Models.
- Fazrian Thursina. (2023). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental Siswa Pada Salah Satu SMAN di Kota Bandung. In *Jurnal Psikologi dan Konseling West Science* (Vol. 1, Issue 01).
- Herianto, H. (2020). *Pengaruh Kesehatan Mental, Keaktifan Berorganisasi dan Prestasi Akademik Terhadap Tingkat Pemahaman Moderasi Beragama 3*.
- Jenny Basiroen, V., dan Hapsari, A. (2018). *Creating an Awareness ... CREATING AN AWARENESS CAMPAIGN AGAINST THE FOMO PHENOMENON IN YOUNG ADULTS' SOCIAL MEDIA USAGE* (Issue 1).
- Lijun Kang, Yi Li, Shaohua Hu, Min Chen, Can Yang, Bing Xiang Yang, Ying Wang, Jianbo Hu, Jianbo Lai, Xiancang Ma, Jun Chen, Lili Guan, Gaohua Wang, Hong Ma, dan Zhongchun Liu. (2020). The mental health of medical workers in Wuhan, China dealing with the 2019 novel coronavirus. *Lancet Psychiatry*. [https://doi.org/10.1016/S2215-0366\(20\)30047-X](https://doi.org/10.1016/S2215-0366(20)30047-X).
- Lin, L. Y., Sidani, J. E., Shensa, A., Radovic, A., Miller, E., dan Colditz, J. B. (2016). Association Between Social Media Use And Depression Among U.S. Young Adults. *The International Journal of Indian Psychology*, 3(4), 128–136.
- Miller, J., Hoffman, B., Gaughan, E., Gentile, B., Maples-Keller, J., dan Campbell, W. K. (2011). Grandiose and Vulnerable Narcissism: A Nomological Network Analysis. *Journal of Personality*, 79, 1013–1042. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2010.00711.x>
- Miller, J., Lynam, D., Hyatt, C., dan Campbell, W. K. (2017). Controversies in Narcissism. *Annual Review of Clinical Psychology*, 13. <https://doi.org/10.1146/annurev-clinpsy-032816-045244>
- Papalia, D. E., Feldman, R. D., dan Martorell, G. (2011). *Experience Human Development*. McGraw-Hill.
- Papalia, D. E., Feldman, R. D., dan Martorell, G. (2014). *Experience Human Development [Menyelami Perkembangan Manusia]* (F. W. Herarti, Ed.). Salemba Humanika.
- Sekarini, A., Hidayah, N., dan Hayati, E. N. (2020). KONSEP DASAR FLOURISHING DALAM PSIKOLOGI POSITIF THE BASIC CONCEPT OF FLOURISHING IN

POSITIVE PSYCHOLOGY. *Agustus, 2*, 1693- 1076.

Sianipar, N. A., Veronika, D., dan Kaloeti, S. (2019). HUBUNGAN ANTARAREGULASI DIRI DENGAN *FEAR OF MISSING OUT* (FoMO) PADA MAHASISWA TAHUN PERTAMA FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS DIPONEGORO. In *Jurnal Empati* (Vol. 8, Issue 1).

Simon Kemp. (2023). *Digital 2023: Indonesia*.

Thiro, F. T., Sinolungan, J. S. V., dan Pali, C. (2021). Hubungan Harga Diri dan Narsisme pada Siswa dan Mahasiswa Pengguna Media Sosial di Indonesia. *Jurnal Biomedik:JBM*, 13(3), 303. <https://doi.org/10.35790/jbm.13.3.2021.31901>