

Psikologi-Naskah Skripsi- 212303045-Dyah Fitria Kartikaningtyas

by Dyah Fitria

Submission date: 15-Aug-2025 12:01PM (UTC+0700)

Submission ID: 2729862656

File name: kologi-Naskah_Skripsi-212303045-Dyah_Fitria_Kartikaningtyas.docx (1.38M)

Word count: 9471

Character count: 63394

**²HUBUNGAN ANTARA *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO)
DENGAN *SOCIAL COMPARISON* PADA MAHASISWA
PENGGUNA MEDIA SOSIAL DI ²⁰KABUPATEN SLEMAN**

SKRIPSI

Dajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi
Program Studi Psikologi (S-1) Fakultas Ekonomi Dan Sosial
Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta



Ditulis Oleh :

DYAH FITRIA KARTIKANINGTYAS

212303045

**⁹PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA**

2025

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi di era modern ini melibatkan adanya perubahan yang signifikan seiring dengan perubahan zaman. Adanya kemajuan teknologi tidak dapat dihindari karena dapat membantu dan memberikan dampak dalam segala aspek kehidupan manusia sehari-hari. Pada dasarnya teknologi berfungsi untuk mempermudah serta meningkatkan kemampuan individu. Namun yang terjadi saat ini, teknologi memiliki kekuatan tersendiri yang justru membatasi perilaku dan gaya hidup individu. Setiap inovasi yang diciptakan memberikan manfaat positif serta dapat mempermudah individu dalam beraktivitas menunjukkan betapa pentingnya perkembangan teknologi. Bagi setiap individu, media sosial telah menjadi kebutuhan pokok akhir-akhir ini (Rahma et al., 2023).

Indonesia Indonesia menduduki peringkat empat dengan negara pengguna internet paling banyak di dunia. Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) melalui surveynya memperlihatkan bahwa terjadi peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 dari tahun sebelumnya sebesar 78,19% (APJII, 2024). Berdasarkan data survei juga mengungkapkan bahwa pengguna internet di Indonesia didominasi oleh pelajar dan mahasiswa sebanyak 95,92%. Hal tersebut ditunjukkan dalam keseharian mahasiswa yang tidak dapat terlepas dari *smartphone* untuk mengakses internet. Internet dapat digunakan sebagai sarana komunikasi jarak jauh, bisnis, mencari

informasi, dan hiburan. Selain itu, kemajuan internet dapat mendukung pembelajaran dalam dunia pendidikan termasuk dalam pelaksanaan pembelajaran jarak jauh (Gunawan et al., 2021).

Kemajuan teknologi mempermudah individu dalam melakukan berbagai aktivitas secara lebih efisien, salah satunya melalui media sosial (Almaynawati & Kurniawan, 2024). Beberapa *platform* media sosial yang dapat dimanfaatkan antara lain, Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, Tikiok, dan sebagainya (Sofyan & Arfan, 2023). Menurut Ardika (2019) media sosial merupakan *platform* dimana penggunanya dapat merepresentasikan diri dengan berpartisipasi, berinteraksi serta menjalin hubungan sosial secara virtual melalui internet dengan pengguna lainnya (Aldila Safitri et al., 2021).

Media sosial mampu mendorong pengguna untuk terlibat secara aktif dengan berkontribusi secara terbuka dalam berbagi informasi secara online dan cepat (Maza & Aprianty, 2022). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media sosial berfungsi sebagai *platform* yang mempermudah interaksi serta pertukaran informasi tanpa adanya batasan ruang dan waktu dengan individu lain secara virtual. Namun, penggunaan media sosial dapat memunculkan fenomena kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain atau yang dikenal dengan istilah *social comparison*.

Konsep perbandingan sosial (*social comparison*) pertama kali dikemukakan oleh Festinger (1954) melalui bukunya dengan judul "*A Theory of Social Comparison Process*". *Social comparison* menurut Festinger (1954) merupakan proses subjektif yang dialami individu dalam membuat

perbandingan terhadap penampilan dan kemampuan dengan individu lain yang ada disekitarnya (Adelia & Rinaldi, 2023). Sedangkan menurut Gibbons dan Buunk (2005) mendefinisikan *social comparison* sebagai kecenderungan individu untuk mengevaluasi kondisi, hasil, serta pengalaman hidupnya dengan cara membandingkannya dengan orang lain.

Platform media sosial membuka kesempatan bagi seseorang untuk membandingkan dirinya dengan orang lain, karena media ini menampilkan beragam informasi terkait kehidupan pribadi pengguna lainnya. Informasi yang dibagikan individu di media sosial sangat beragam. Mulai dari aspek ekonomi, kemampuan, pencapaian atau prestasi maupun kehidupan sehari-hari dapat dilihat melalui media sosial (Panjaitan & Rahmasari, 2021).

Gilbert, Giesler, Morris (1995) menjelaskan bahwa individu menerima informasi mengenai *upate* kehidupan individu lain yang ditunjukkan melalui postingan di media sosial. Hal tersebut dapat menyebabkan individu secara spontan dan tidak sengaja melakukan *social comparison* atau perbandingan sosial. Berkaitan dengan hal tersebut Vogel, Rose, Okdie, Eckles, dan Franz (2015) mengemukakan dua perspektif mengenai hubungan antara *social comparison* dengan media sosial yaitu banyaknya informasi yang dibagikan melalui media sosial membuat individu semakin tertarik untuk melakukan *social comparison*. Selain itu, informasi yang diperlihatkan di media sosial cenderung yang positif saja sehingga dapat menimbulkan dampak negatif bagi kesejahteraan dan evaluasi diri individu (Almaynawati & Kurniawan, 2024).

Berbagai konten di media sosial cenderung membuat mahasiswa lebih mudah mengalami *social comparison* berdasarkan konten yang dilihat dan diikuti di media sosial. Oleh karena itu, mahasiswa diharapkan menjadi sumber daya manusia yang berintelektual tinggi, berwawasan, kreatif, terampil, serta mampu menjadi acuan ketika menjumpai persaingan di era globalisasi yang kian berkembang (Pusvitasari & Jayanti, 2021). Sedangkan hasil penelitian dari Panjaitan dan Rahmawati (2021) pada mahasiswa Unesa, *social comparison* yang terjadi pada mahasiswa psikologi tampak saat individu mengamati unggahan teman di Instagram dengan menjadikan kehidupan serta pencapaiannya sebagai acuan dalam menilai diri sendiri.

Penelitian yang dilakukan oleh Tedjardjaja dan Christanti (2024) pada mahasiswa berusia 18-25 tahun berkaitan dengan dampak *social comparison* di media sosial pada mahasiswa bahwa konten yang ada di media sosial dapat membantu mahasiswa dalam beradaptasi dengan lingkungan, penerimaan diri serta menjalin relasi positif. Hasil dari penelitian tersebut menyebutkan bahwa sebanyak 29% partisipan memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menampilkan potensi, kemampuan dan bakat yang dimiliki.

Sejalan dengan temuan Reer (2019) dalam Cahyani & Pangestika (2023) menjelaskan bahwasanya *social comparison* merupakan prediktor dari FoMO. Istilah FoMO (*Fear of Missing Out*) pertama kali dikemukakan oleh Patrick J. McGinnis di Amerika Serikat. Pada tahun 2004, istilah FoMO diperkenalkan oleh Patrick J. McGinnis melalui publikasinya dengan judul "Social Theory at HBS: McGinnis' Two FOr" yang dimuat dalam *The Harbor*

yang merupakan majalah *Harvard Business School* (Latief, 2024). Individu dengan kondisi FoMO akan merasakan kecemasan, kekhawatiran serta ketakutan. Hal tersebut disebabkan karena individu tidak dapat mengikuti informasi, tren atau berita yang ada disekitarnya (Kurniawati & Prawita, 2024).

⁹³ Przybylski, Murryama, DeHaan dan Gladwell (2013) menjelaskan bahwa FoMO ialah perasaan cemas serta khawatir yang muncul terhadap individu lain dengan pengalaman yang lebih menyenangkan. Individu dengan kondisi tersebut akan cenderung mempergunakan sosial media dengan berlebihan agar tidak tertinggal tren dan aktivitas yang ditampilkan oleh individu lain (Kusaini et al., 2024). Hal ini memperlihatkan bahwasanya sosial media menjadi sarana utama dalam menjaga koneksi sosial serta memperbanui informasi yang dianggap penting.

Dorongan untuk tetap terkoneksi ini juga dijelaskan oleh Saphiro dan Margolin yang menyatakan bahwa individu dengan FoMO memiliki kecenderungan untuk terus aktif di media sosial agar tidak kehilangan akses terhadap informasi sosial yang disebarkan oleh pengguna lain (Nafisah et al., 2024). Ketakutan akan tertinggal dari apa yang dilakukan atau dimiliki orang lain memunculkan dampak psikologis. Media sosial dalam konteks ini bukan sekadar dijadikan alat komunikasi, melainkan sebagai pembanding sosial yang memengaruhi cara individu menilai dirinya. Dengan kata lain, keberadaan FoMO menjadikan media sosial sebagai perantara untuk memenuhi kebutuhan keterhubungannya dengan orang lain.

⁷ *Fear of Missing Out (FoMO)* merupakan kondisi psikologis yang muncul dan berkembang seiring dengan meningkatnya penggunaan internet, terutama sosial media (Patri et al., 2019). Tingginya intensitas media sosial bisa meningkatkan risiko seseorang mengalami FoMO (Kusumaisna & Satwika, 2023). Hal tersebut dikarenakan adanya paparan berujung terhadap kehidupan sosial pengguna lain yang tampak lebih menarik dibanding dengan dirinya sendiri. Akibatnya, hal ini memicu perasaan tidak puas, iri, hingga kecemasan sosial.

Berdasarkan hasil dari wawancara di tanggal 16 Februari 2025 pada 4 mahasiswa di Kabupaten Sleman menjelaskan bahwa subjek mengalami kecemasan ketika tidak mampu mengikuti informasi atau tren yang diunggah oleh pengguna lain melalui media sosial, sehingga muncul kecenderungan untuk tetap terkoneksi dengan individu lain dalam platform tersebut. Keempat mahasiswa mengaku sering melakukan perbandingan terhadap dirinya dengan individu lain berdasarkan penampilan, pencapaian, prestasi, kemampuan, dan gaya hidup yang ditampilkan di platform media sosial sehingga muncul rasa iri dan kurang puas terhadap dirinya sendiri karena melihat orang lain seolah-olah menjalani kehidupan yang lebih sukses.

Perasaan cemas dan terkejut yang dialami subjek meningkat setelah melakukan perbandingan terhadap dirinya dengan individu lain yang menyebabkan timbulnya rasa kurang berharga. Meskipun subjek menyadari bahwa yang dilihat melalui media sosial tidak selalu mencerminkan kenyataan, akan tetapi perasaan tersebut tetap mempengaruhi cara pandang subjek. Hal ini

dapat memperkuat keterkaitan antara kecemasan yang muncul akibat ketakutan akan ketinggalan informasi dan kecenderungan membandingkan diri sendiri dengan individu lain. Kondisi ini membuat individu merasa harus selalu mengikuti perkembangan terbaru serta terus memperbarui informasi mengenai tren yang sedang populer.

Urgensi penelitian ini didasari oleh intensitas ⁸⁹ penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa yang berimplikasi pada munculnya fenomena FoMO dengan *social comparison*. Mahasiswa yang aktif di media sosial sering merasa takut tertinggal informasi atau pencapaian orang lain, sehingga mendorong mereka untuk membandingkan diri secara terus-menerus. Hal ini dapat memengaruhi kesejahteraan psikologis dan citra diri mereka. Kabupaten Sleman dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki banyak perguruan tinggi, sehingga mahasiswa di daerah ini cenderung sangat aktif dalam bermedia sosial. Meskipun fenomena ini sering muncul dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa, namun belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji hubungan antara FoMO dengan *social comparison* di Kabupaten Sleman. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan dengan tujuan memberi pemahaman mendalam serta sebagai dasar edukasi mengenai penggunaan media sosial yang lebih sehat.

Berdasarkan uraian sebelumnya, penulis terdorong untuk mengkaji fenomena FoMO dengan *social comparison* khususnya kepada mahasiswa yang aktif di media sosial. Rumusan masalah yang diajukan yaitu apakah terdapat keterkaitan signifikan dari fenomena FoMO dengan *social comparison* di

kalangan mahasiswa pengguna media sosial di Kabupaten Sleman. Rumusan ini penting karena memahami keterkaitan antara kedua variabel tersebut dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor psikologis yang perlu diperhatikan dalam penggunaan media sosial secara sehat. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar untuk menyusun intervensi atau edukasi yang mendorong penggunaan media sosial yang lebih bijak dan tidak menimbulkan dampak negatif bagi kesehatan mental mahasiswa.

Dengan melihat fenomena yang berkembang serta pentingnya menjaga kesehatan mental mahasiswa, berharap penelitian ini bisa memberi kontribusi dari segi praktis serta teoritis, terutama dalam ranah psikologi sosial dan dunia pendidikan. Pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara FoMO dengan *social comparison* dapat membantu institusi pendidikan, orangtua, serta mahasiswa sendiri untuk lebih bijak dalam menyikapi aktivitas bermedia sosial dan dampak psikologis yang mungkin ditimbulkannya.

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antara FoMO dengan *social comparison* pada mahasiswa pengguna media sosial di Kabupaten Sleman.

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat berkontribusi dalam memperluas wawasan dan memperkaya literatur teoritis di bidang psikologi sosial. Hasil yang diperoleh juga dapat dijadikan landasan dan referensi untuk studi-studi selanjutnya mengenai hubungan antara FoMO dengan *social comparison*.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, memperluas wawasan serta pengetahuan mengenai keterkaitan antara FoMO dengan *social comparison*.
- b. Bagi subjek, diharapkan mengetahui kaitan antara FoMO dengan *social comparison* sehingga dapat menjadi evaluasi bagi subjek agar lebih bijak dalam menggunakan media sosial.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menyajikan sumber referensi untuk penelitian selanjutnya serta dapat dikembangkan lagi oleh peneliti selanjutnya mengenai *social comparison* dengan FoMO.

D. Keaslian Penelitian

Keaslian ini merujuk pada penelitian sebelumnya mengenai variabel yang serupa yaitu *social comparison* dan FoMO. Meskipun begitu, dalam berbagai penelitian dikaitkan dengan variabel yang berbeda.

Penelitian yang dilakukan oleh Maza dan Aprianty (2022) menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional untuk mengkaji hubungan

antara kontrol diri dan FoMO. Studi ini melibatkan 347 remaja pengguna media sosial berusia 18-21 tahun di Kota Banjarmasin yang dipilih melalui teknik *purposive sampling* dengan menggunakan skala kontrol diri dan FoMO berbasis model Likert. Hasil analisis korelasi *product moment Pearson* menunjukkan terdapat hubungan negatif serta signifikan dari kontrol diri dan FoMO.

Dalam sebuah studi kuantitatif non-eksperimental oleh Tedjawidjaja dan Christanti (2024) mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *social comparison* di media sosial. Penelitian ini melibatkan 485 mahasiswa berusia 18-25 tahun yang aktif menggunakan media sosial. Menggunakan instrumen *Social Media Self-Comparison Scale* (SMSCS) dan dianalisis menggunakan teknik regresi. Sehingga diperoleh bahwa variabel *interdependent construal* yang berpengaruh signifikan dalam mengidentifikasi *social comparison* di media sosial pada kalangan mahasiswa. Sebaliknya, *independent construal* tidak menunjukkan korelasi yang signifikan pada kecenderungan perilaku tersebut.

Penelitian kualitatif oleh Putra dkk (2025) mengungkapkan bahwa individu yang mengalami FoMO cenderung membandingkan diri dengan orang lain dan merasa ketidakpuasan hidup. Studi ini menemukan bahwa FoMO berdampak pada aspek emosional dan dapat memengaruhi kesejahteraan mental serta perilaku sehari-hari, salah satu pemicu utamanya yaitu banyaknya berbagai informasi yang tersedia. Strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi FoMO di era media sosial yaitu menetapkan batasan waktu untuk

penggunaan media sosial, mengalihkan perhatian ke aktivitas yang lebih produktif.

Penelitian oleh Panjaitan dan Rahmasari (2021) menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 235 responden sebagai subjek penelitian. Analisis data dilakukan melalui penerapan metode korelasi *Pearson Product Moment*. Temuan ini mengungkapkan bahwasanya terdapat ¹¹ korelasi negatif dan signifikan dari social comparison dan subjective well-being, yang berarti bahwa peningkatan intensitas *social comparison* cenderung berasosiasi dengan penurunan tingkat *subjective well-being*, dan sebaliknya.

Penelitian oleh Adelia dan Rinaldi (2023) menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi berupa wanita berusia 18 sampai 25 tahun yang aktif di Instagram serta berdomisili di Kota Padang. Pengambilan sampel dilaksanakan melalui metode *purposive sampling* yang melibatkan 138 responden. Untuk mengukur *social comparison*, digunakan instrumen ² UDACS (The Upward and Downward Appearance Comparison Scale) yang dikembangkan pertama kali oleh O'Brien (2009) dan kemudian diperbahani oleh Setiawati (2020). Sedangkan, untuk menilai *body dissatisfaction*, penelitian ini mengadaptasi ¹⁰⁸ Body Dissatisfaction Scale for Women karya Tanjung dan Ijaz (2015) yang diadaptasi dari penelitian Linawati (2020). Hasil analisis hipotesis mengungkapkan terdapatnya hubungan signifikan dari *social comparison* dan *body dissatisfaction*, di mana peningkatan intensitas *social comparison* seiring dengan peningkatan tingkat *body dissatisfaction*.

Penelitian oleh Nafisah, Pramintari, dan Nurhidayah (2024) menggunakan desain kuantitatif korelasional serta analisis regresi linear berganda. Sampel terdiri dari 169 remaja di Kota Bekasi yang diseleksi melalui metode *cluster sampling*. Instrumen yang digunakan meliputi skala psikologis yang mencakup variabel Regulasi Diri, FoMO (*Fear of Missing Out*), serta Kontrol Diri. Hasil analisis mengindikasikan bahwa variabel regulasi diri serta kontrol diri berdampak kepada tingkat FoMO.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh peneliti ditemukan beberapa perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Maka dari itu, peneliti menjabarkan beberapa perbedaan yang terdapat pada penelitian yang peneliti lakukan, di antaranya:

1. Keaslian Topik

Pada penelitian sebelumnya, terdapat satu variabel serupa dengan penelitian ini, sementara variabel lainnya berbeda. Dalam penelitian Maza dan Aprianty (2022) menggunakan variabel FoMO dan kontrol diri. Pada penelitian Tedjawidjaja dan Christanti (2024) hanya menggunakan variabel *social comparison*. Dalam studi ini, terdapat dua variabel utama, di mana *social comparison* sebagai variabel dependen dan FoMO sebagai variabel independen.

2. Keaslian Alat Ukur

Penelitian sebelumnya, instrumen pengukuran yang digunakan bervariasi, seperti pada penelitian Maza dan Aprianty (2022) menggunakan alat ukur skala *likert*. Penelitian oleh Tedjawidjaja dan

Christanti (2024) menggunakan *Social Media Self-Comparison Scale* (SMSCS). Penelitian Nafisah, Pramintari, dan Nurhidayah (2024) menggunakan skala FoMO. Namun pada penelitian ini, peneliti mengadopsi skala FoMO yang disusun oleh Kurniawati dan Prawita (2024). Skala *social comparison* menggunakan *lowa-Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM) yang dikembangkan oleh Gibbons dan Buunk (1999) dan telah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia oleh Amelia (2019).

3. Keaslian Subjek

Penelitian ini menggunakan subjek mahasiswa di Kabupaten Sleman. Sedangkan pada penelitian Maza dan Aprianty (2022) menggunakan remaja yang menggunakan media sosial sebagai subjek penelitian. Sedangkan penelitian Tedjawidjaja dan Christanti (2024) menggunakan subjek mahasiswa di Indonesia. Pada penelitian Panjaitan dan Rahmagan (2021) menggunakan subjek mahasiswa psikologi UNESA pengguna Instagram atau subjek wanita dewasa awal pengguna Instagram di Kota Padang (Adelia & Rinaldi, 2025).

Melalui penjabaran diatas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak secara spesifik memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu dimulai dari keaslian topik penelitian, keaslian subjek penelitian, serta keaslian alat ukur. Dengan demikian, penelitian yang berjudul "Hubungan Antara *Fear of Missing Out* (FoMO) Dengan *Social Comparison* Pada Mahasiswa Pengguna

"Media Sosial Di Kabupaten Sleman" dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan bermanfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

1 BAB III METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Mengacu pada judul penelitian mengenai hubungan antara FoMO dengan *social comparison* pada mahasiswa pengguna media sosial di Kabupaten Sleman yang terdiri dari 2 variabel yang diterapkan dalam pengujian hipotesis yaitu :

1. Variabel terikat : *Social Comparison*
2. Variabel bebas : *Fear of Missing Out (FoMO)*

B. Definisi Operasional

1. *Social Comparison*

Social comparison ialah suatu perilaku membandingkan diri terutama dalam aspek kemampuan dan pendapat. Selain itu, perilaku ini dapat berfungsi sebagai cara untuk memperoleh informasi sehingga individu dapat mengenal diri sendiri, memahami diri sendiri serta melakukan evaluasi diri. Seseorang yang mengalami *social comparison* didasari oleh adanya evaluasi diri, perbaikan diri, dan peningkatan diri. Melalui pengukuran, skor *social comparison* yang tinggi mengindikasikan bahwa individu memiliki kecenderungan melakukan *social comparison* secara intensif, sedangkan skor yang rendah mencerminkan kecenderungan yang minim terhadap *social comparison*.

2. ⁷ *Fear of Missing Out* (FoMO)

Fear of Missing Out (FoMO) diartikan sebagai perasaan takut akan kehilangan pengalaman berkesan yang dimiliki oleh orang lain, disertai dorongan kuat untuk selalu terhubung dengan aktivitas individu secara daring. Fenomena ini memiliki dua dimensi, yaitu ketidakmampuan untuk memenuhi kebutuhan psikologis yang berkaitan dengan identitas diri (*self*) dan kebutuhan akan keterhubungan sosial (*socialness*). Munculnya ²⁹ FoMO dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya keterbukaan informasi di media sosial, usia, *social media* usage, topik (*hashtag*), kondisi deprivasi relatif dan adanya stimulus untuk mencari informasi. FoMO diukur menggunakan skor, di mana skor yang tinggi mencerminkan intensitas FoMO yang kuat, sementara skor rendah menunjukkan sebaliknya.

C. Subjek Penelitian

Penelitian ini menggunakan populasi penelitian yaitu mahasiswa pengguna aktif ⁴⁸ media sosial di Kabupaten Sleman dengan sampel penelitian yaitu mahasiswa ⁴⁸ pengguna media sosial di Kabupaten Sleman berdasarkan kriteria. Penelitian ini menerapkan pendekatan purposive sampling dalam pengambilan sampel, di mana subjek ditentukan berdasarkan kriteria atau pertimbangan khusus yang telah ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2022).

⁹ Adapun kriteria subjek dalam penelitian ini meliputi :

1. Laki-laki dan perempuan.
2. Berusia 18-25 tahun.
3. Mahasiswa berdomisili di Kabupaten Sleman.
4. Mahasiswa pengguna aktif media sosial.

¹ D. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian ini menggunakan instrumen yang berfungsi sebagai alat pengumpul informasi. Skala yang telah dirancang akan diadaptasi menjadi kuesioner yang disebarkan kepada responden melalui platform online, yaitu *google form*. Penelitian ini mempergunakan model skala likert yang disusun untuk menilai sikap melalui penyajian pernyataan yang mengemukakan argumen pro dan kontra, aspek positif dan negatif, serta tingkat persetujuan terhadap suatu objek sosial. Setiap pernyataan diklasifikasikan ke dalam dua kategori, yaitu yang mendukung (*favorable*) atau yang tidak mendukung (*unfavorable*). Responden memiliki 5 pilihan jawaban untuk setiap pernyataan, yakni sangat tidak sesuai (STS), tidak sesuai (TS), netral (N), sesuai (S), serta sangat sesuai (STS).

1) Skala Social Comparison

Penelitian ini menggunakan modifikasi instrumen *social comparison Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure (INCOM)* yang dikembangkan oleh Gibbons dan Buunk (1999) telah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia oleh Amelia (2019) dengan hasil uji reliabilitas

6 aitem sejumlah 0,823. Skala ini terdiri dari 11 pernyataan, yang terdiri dari 9 butir *favourable* dan 2 butir *unfavourable*.

Tabel 3. 1 *Blueprint* Skala *Social Comparison* Sebelum Modifikasi

Dimensi	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah
		F	UF	
Kemampuan (<i>ability</i>)	Melihat orang lain dari segi kompetensi, <i>skills</i> , atau popularitas	1, 2, 5, 8, 9	10	6
Pendapat (<i>opinion</i>)	Mempertimbangkan pendapat dari diri sendiri yang dipikirkan dan dirasakan	3, 4, 7, 11	6	5
	Jumlah	9	2	11

Tabel 3. 2 *Blueprint* Skala *Social Comparison* Setelah Modifikasi

Dimensi	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah
		F	UF	
Kemampuan (<i>ability</i>)	Melihat orang lain dari segi kompetensi, <i>skills</i> , atau popularitas	1, 2, 5	8,9,10	6
Pendapat (<i>opinion</i>)	Mempertimbangkan pendapat dari diri sendiri yang dipikirkan dan dirasakan	3, 4, 11	6,7	5
	Jumlah	6	5	11

Tabel 3. 3 Pemberian Skor Terhadap Skala *Social Comparison*

Jawaban	Skor Aitem <i>Favourable</i>	Skor Aitem <i>Unfavourable</i>
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Netral (N)	3	3
Setuju (S)	4	2
Sangat Setuju (SS)	5	1

2) Skala *Fear of Missing Out* (FoMO)

Penelitian ini memodifikasi skala FoMO yang dirancang oleh Kurniawati dan Pnrita (2024) yang merujuk pada teori Przybylski (2013)

dengan perolehan hasil uji reliabilitas aitem sebesar 0,797. Instrumen ini mencakup 15 item, dimana 10 item *favorable* dan 5 item *unfavorable*.

Tabel 3. 4 *Blueprint* Skala *Fear of Missing Out* (FoMO) Sebelum Modifikasi

Dimensi	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah
		F	UF	
Tidak terpenuhinya kebutuhan akan <i>self</i>	Ketakutan	1, 2, 3	4	4
	Kekhawatiran	6, 8, 11	5, 7, 9, 10	7
Tidak terpenuhinya kebutuhan akan <i>relatedness</i>	Kecemasan	12, 13, 14, 15	-	4
Jumlah		10	5	15

Tabel 3. 5 *Blueprint* Skala *Fear of Missing Out* (FoMO) Setelah Modifikasi

Dimensi	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah
		F	UF	
Tidak terpenuhinya kebutuhan akan <i>self</i>	Ketakutan	1, 2	3, 4	4
	Kekhawatiran	6, 8, 11	5, 7, 9, 10	7
Tidak terpenuhinya kebutuhan akan <i>relatedness</i>	Kecemasan	12, 13	14, 15	4
Jumlah		7	8	15

Tabel 3. 6 Pembagian Skor Terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO) Sebelum Modifikasi

Jawaban	Skor Aitem	
	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	4
Tidak Sesuai (TS)	2	3
Sesuai (S)	3	2
Sangat Sesuai (SS)	4	1

Tabel 3. 7 Pemberian Skor Terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO) Setelah Modifikasi

Jawaban	Skor Aitem <i>Favourable</i>	Skor Aitem <i>Unfavourable</i>
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	5
Tidak Sesuai (TS)	2	4
Netral (N)	3	3
Sesuai (S)	4	2
Sangat Sesuai (SS)	5	1

E. Metode Analisis Data

1. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian memiliki sebaran yang sesuai dengan asumsi distribusi normal atau tidak (Sinambela & Sinambela, 2021). Dalam penelitian ini, uji tersebut diterapkan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov melalui perangkat lunak SPSS 26 for Windows. Suatu data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sedangkan jika nilainya kurang dari 0,05 maka data tidak tersebut tidak berdistribusi secara normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dalam penelitian ini bertujuan untuk hubungan kedua variabel bersifat linear (Sinambela & Sinambela, 2021). Pengujian dilakukan dengan metode *Test for Linearity* melalui SPSS 26 for Windows. Ketika nilai signifikansi > 0,05, menunjukkan adanya hubungan linear antara kedua variabel. Sebaliknya, jika nilai

signifikansi $< 0,05$ maka kedua variabel tidak memiliki hubungan linear.

2. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis korelasi *Pearson Product Moment* yang diolah melalui program SPSS 26 for Windows. Metode ini digunakan untuk menguji hipotesis antar variabel (Sugiyono, 2022). Apabila kedua variabel memiliki data yang identik maka koefisien korelasi diperoleh untuk mengidentifikasi hubungan dan mendukung asumsi terkait. Hal ini dikarenakan analisis korelasional dapat digunakan untuk menilai kekuatan korelasi antara FoMO dengan *social comparison*.

F. Kredibilitas

1. Validitas

Validitas pengukuran dalam penelitian ini dievaluasi menggunakan *expert judgement*. Metode ini merupakan bentuk validitas yang ditentukan melalui analisis logis oleh seorang ahli yang kompeten untuk menilai kelayakan isi sebuah instrument. Secara spesifik, penelitian ini menerapkan validitas isi (*content validity*) dengan cara mengembangkan instrument atau kisi-kisi. Kisi-kisi tersebut memuat variabel, indikator sebagai standar pengukuran, serta aitem pernyataan yang telah dijabarkan dalam indikator (Sugiyono, 2022).

Kesesuaian atau kelayakan dari suatu item ditarik dari penilaian subjektif yang dilakukan oleh sekelompok orang atau ahli. ⁵⁹ Dalam penelitian ini, uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan teknik statistik Aiken's V. Koefisien Aiken's V berlandaskan pada hasil penilaian dari sejumlah *expert* pada item untuk mengamati item secara akurat dan mewakili struktur yang diukur (Azwar, 2022).

Adapun rumus Aiken's V sebagai berikut ²⁵:

$$V = \frac{\text{jumlah } e}{k(k-1)}$$

Keterangan:

$$S = r - lo$$

lo = angka penilaian validitas terendah

e = angka penilaian validitas tertinggi

r = angka yang diberikan oleh ahli

2. Reliabilitas

Reliabilitas atau *reliability* berarti dapat dipercaya, diandalkan, stabil, serta konsisten. Reliabilitas dapat didefinisikan sebagai alat yang dapat dipercaya serta menghasilkan data yang dapat diandalkan. Hal tersebut menunjukkan bahwa data tersebut akurat dan tidak akan berubah bahkan setelah dikumpulkan berulang kali (Azwar, 2025). Penelitian ini menggunakan teknik Alpha Cronbach untuk mengukur reliabilitas. Alasannya, karena Alpha Cronbach merupakan salah satu indikator reliabilitas yang paling umum digunakan dan diterima secara

internasional. Selain itu, *Alpha Cronbach* dapat dihitung dengan mudah menggunakan *software* statistik seperti SPSS dan cocok untuk penelitian ini karena menggunakan skala likert.

Sebuah instrumen dianggap reliabel jika skor reliabilitasnya bervariasi antara 0,00 dan 1,00 dimana semakin dekat skoranya dengan 1,00, semakin dapat dipercaya. Nilai reliabilitas dikatakan baik apabila minimal berada pada kisaran 0,7 (Azwar, 2025).

G. Rancangan Penelitian

1. Desain Penelitian

Penelitian ini mengaplikasikan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional, bertujuan untuk mengevaluasi keterkaitan antara fenomena FoMO dan *social comparison* pada mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial di Kabupaten Sleman.

2. Prosedur Penelitian

a. Tahap Persiapan

Tahap persiapan penelitian diawali dengan perumusan masalah. Proses ini mencakup identifikasi variabel, hubungan antar variabel serta kerangka teori yang mendasari penelitian tersebut. Selanjutnya, peneliti menetapkan judul serta kriteria subjek penelitian.

Langkah selanjutnya adalah pengumpulan Informasi tersebut dapat diperoleh melalui berbagai sumber seperti jurnal, buku, laporan

penelitian, dan artikel. Pemilihan subjek yang memenuhi kriteria, menyiapkan peralatan penelitian serta mengurus surat izin apabila diperlukan juga merupakan hal lain yang perlu dilakukan peneliti.

b. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini, peneliti menguji instrumen penelitian pada beberapa mahasiswa pengguna aktif media sosial untuk mengetahui nilai uji validitas dan reliabilitas skala yang digunakan. Responden mengisi informed consent yang sudah disediakan peneliti. Responden dapat memberikan penilaian pada setiap pernyataan yang diajukan dalam instrumen penelitian melalui *google form*. *Google form* digunakan peneliti untuk mempermudah dalam mengumpulkan data responden yang dikumpulkan secara online setelah melakukan analisis uji coba.

c. Tahap Pengolahan Data

Dalam tahap ini, data dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS 26 for Windows kemudian peneliti menginterpretasikan hasil analisis data yang diperoleh. Interpretasi data harus dilakukan secara objektif dan didasari oleh hasil analisis yang diperoleh.

d. Tahap Evaluasi

Setelah analisis data dilakukan, peneliti menyusun laporan penelitian secara sistematis dan jelas. Langkah selanjutnya peneliti menarik kesimpulan dan memberikan rekomendasi yang sesuai berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Orientasi Kacrah dan Persiapan

1. Orientasi Kacrah

⁶⁶ Kabupaten Sleman merupakan kabupaten yang sangat strategis di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. ⁵⁶ Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2024, terdapat sebanyak 37 perguruan tinggi, yang terdiri dari institusi negeri maupun swasta. Jumlah total mahasiswa yang terdaftar di berbagai jenjang pendidikan tinggi di Kabupaten Sleman mencapai 256.208 mahasiswa.

Tingginya jumlah perguruan tinggi dan mahasiswa di Kabupaten Sleman mencerminkan intensitas interaksi sosial dan aktivitas daring di kalangan mahasiswa. Hal ini menjadikan Sleman relevan untuk mengkaji dinamika penggunaan media sosial dan dampaknya terhadap kondisi psikologis mahasiswa, mengingat media sosial banyak dimanfaatkan untuk komunikasi, hiburan, citra diri, dan relasi sosial.

Kondisi ini menjadikan Kabupaten Sleman sebagai wilayah yang tepat untuk melakukan penelitian karena adanya berbagai permasalahan psikologis yang berkaitan dengan penggunaan ³⁷ media sosial, salah satunya adalah *Fear of Missing Out* (FOMO) dan *social comparison*. Kedua fenomena ini sangat sering muncul sebagai bentuk akibat tingginya penggunaan media sosial, sehingga sangat relevan untuk dikaji pada

populasi mahasiswa di Sleman yang diketahui memiliki tingkat interkasi dari yang sangat tinggi

Penelitian ini secara spesifik melibatkan total 196 mahasiswa sebagai partisipan, yang dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Kriteria tersebut mencakup status sebagai pengguna aktif media sosial, sedang menempuh pendidikan diploma (D3) atau (D4), Sarjana (S1) maupun sederajat, berada dalam rentang usia 18 hingga 25 tahun serta berdomisili di Kabupaten Sleman Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Dari keseluruhan jumlah subjek yang terlibat, sebanyak 79 (40,3%) mahasiswa berjenis kelamin laki-laki dan 117 (59,7%) mahasiswa berjenis kelamin perempuan.

Pemilihan karakteristik subjek disesuaikan agar selaras dengan fokus utama penelitian. Tujuan spesifik penelitian ini mengenai hubungan antara FoMO dengan *social comparison* pada mahasiswa pengguna media sosial di Kabupaten Sleman. Rentang usia 18-25 tahun dipilih karena kelompok usia ini diketahui sebagai pengguna media sosial paling aktif, sehingga dinilai representatif untuk melihat kecenderungan psikologis terkait fenomena yang diteliti.

2. Persiapan

a. Persiapan Administrasi

Tahapan persiapan diawali menetapkan kriteria spesifik subjek penelitian, yakni mahasiswa berusia 18 hingga 25 tahun,

pengguna aktif media sosial, dan berdomisili di Kabupaten Sleman. Pengambilan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan menyebarkan *google form* kepada subjek penelitian. Sesuai dengan kode etik, peneliti juga melampirkan *informed consent* kepada subjek sebelum mengisi kuesioner *social comparison* dan FOMO dengan tujuan ketersediaan subjek menjadi subjek penelitian serta menjaga kerahasiaan data yang diberikan oleh subjek. Kuesioner ini disebarluaskan melalui media sosial sehingga tidak memerlukan surat izin penelitian dari instansi manapun.

13 b. Persiapan Alat Ukur

Dalam penelitian ini, peneliti mempersiapkan skala penelitian yang terdiri dari skala *social comparison* dan skala *Fear of Missing Out* (FoMO). Kedua skala ini merupakan alat untuk mengumpulkan data yang sesuai dengan variabel yang diteliti.

1) Skala *Social Comparison*

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah versi Indonesia dari *Dutch-Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM). Skala ini merupakan hasil adaptasi oleh Amelia (2019) berdasarkan teori *social comparison* yang dikemukakan oleh Gibbons dan Buunk (1999). Instrumen yang terdiri dari dua dimensi yaitu kemampuan (*ability*) dan pendapat (*opinion*). Skala *social comparison* mencakup 11 item pernyataan yang terdiri dari 6 item *favorable* dan 5 item *unfavorable*.

Penilaian untuk setiap butir pernyataan menggunakan model skala likert. Kriteria penelitian jawaban kuesioner pada item *favorable* yaitu Sangat Tidak Setuju (STS) memiliki skor 1, Tidak Setuju (TS) memiliki skor 2, Netral (N) memiliki skor 3, Setuju (S) memiliki skor 4, Sangat Setuju (SS) memiliki skor 5.

2) **Skala Fear of Missing Out (FoMO)**

Skala FoMO memodifikasi skala FoMO yang disusun oleh Kantiawati dan Prawita (2024) merujuk pada teori Przybylski (2013) yang terdiri dari dua dimensi yaitu relatedness dan self. Skala FoMO terdiri dari 15 item pernyataan dengan 7 item *favorable* dan 8 item *unfavorable*.

Setiap jawaban dari subjek dinilai menggunakan model skala likert. Kriteria penelitian jawaban kuesioner pada item *favorable* yaitu Sangat Tidak Sesuai (STS) memiliki skor 1, Tidak Sesuai (TS) memiliki skor 2, Netral (N) memiliki skor 3, Sesuai (S) memiliki skor 4, Sangat Sesuai (SS) memiliki skor 5.

c. **Uji Coba Alat Ukur Penelitian**

Uji coba tau *try out* merupakan tahapan awal sebelum penelitian yang sesungguhnya berlangsung. Tujuan utama dari tahap ini adalah untuk menguji tingkat validitas dan reliabilitas dari instrumen penelitian yang akan digunakan. Pelaksanaan uji coba dilaksanakan dalam rentang waktu dari tanggal 19 Mei 2025 hingga 30 Mei 2025. Proses ini melibatkan sebanyak 59 subjek yang

telah dipilih secara cermat sesuai kriteria subjek penelitian. Pengumpulan data dilakukan secara daring melalui platform *google form*. Setelah uji coba, peneliti melanjutkan proses analisis data yang telah terkumpul untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas menggunakan *software SPSS 26 for Windows*.

d. Hasil Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas Skala

Data yang diperoleh dari tahap uji coba melibatkan 99 mahasiswa, selanjutnya dianalisis secara statistik. Tujuan utama analisis ini adalah untuk menguji secara empiris tingkat validitas dan reliabilitas dari kedua alat ukur dalam penelitian. Rincian hasil dari kedua pengujian akan disajikan secara lengkap sebagai berikut.

1) Skala *Social Comparison*

Hasil analisis yang dilakukan untuk menguji validitas skala *social comparison* menunjukkan hasil yang memuaskan. Berdasarkan pengujian, seluruh 11 butir pernyataan yang terdapat dalam skala ini dinyatakan valid, sehingga tidak ada satu pun butir pernyataan yang perlu digugurkan atau dihilangkan dari instrumen. Keputusan validitas ini didasarkan pada penilaian yang diberikan oleh panel yang terdiri dari 7 orang *expert judgement*. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai koefisien validitas untuk setiap butir pernyataan berhasil melampaui angka 0,75.

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas *Try Out* Skala *Social Comparison*

No.	Item	Koefisien Alken's V	Keterangan
1	Saya sering membandingkan pencapaian hidup saya dengan orang lain.	1	Valid
2	Jika saya ingin belajar sesuatu, saya biasanya mencari tahu dulu pendapat orang lain tentang hal itu.	0,82	Valid
3	Saya suka berdiskusi dengan orang lain tentang pendapat dan pengalaman.	0,89	Valid
4	Saya sering membandingkan hasil pekerjaan saya dengan yang dilakukan orang lain untuk tahu seberapa baik saya melakukannya.	0,89	Valid
5	Untuk tahu seberapa baik saya melakukan sesuatu, saya sering membandingkannya dengan yang dilakukan orang lain.	1	Valid
6	Saya sering membandingkan kemampuan bersosialisasi atau seberapa dikenal saya dengan orang lain.	0,89	Valid
7	Saya jarang pesaman dengan apa yang dilakukan orang lain dalam situasi yang sama dengan saya.	0,79	Valid
8	Saya tidak begitu tertarik mengetahui pengalaman orang lain yang mirip dengan saya.	0,96	Valid
9	Menurut saya, hidup saya tidak perlu dibandingkan dengan hidup orang lain.	0,96	Valid
10	Saya sering memperhatikan cara saya melakukan sesuatu dan membandingkannya dengan orang lain.	0,89	Valid
11	Saya bukan orang yang suka membandingkan diri dengan orang lain.	0,03	Valid

Nilai pengujian reliabilitas untuk skala *social comparison* menunjukkan bahwa kedua dimensinya memenuhi standar yang telah ditetapkan. Untuk dimensi kemampuan (ability), nilai koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach's* yang diperoleh adalah sebesar 0,721. Nilai ini berada di atas batas minimum reliabilitas yang disyaratkan yaitu 0,70, sehingga dimensi ini dapat secara resmi dinyatakan reliabel. Sementara itu, dimensi pendapat (*opinion*) menunjukkan hasil yang lebih tinggi dengan perolehan nilai koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach's* sebesar 0,765. Karena nilai ini juga secara signifikan melebihi kriteria minimum 0,70, maka dimensi ini terbukti memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik.

Selain uji reliabilitas, peneliti juga melakukan analisis lebih lanjut terhadap daya diskriminasi setiap butir pernyataan pada skala *social comparison* dengan menggunakan nilai *Corrected Item-Total Correlation*. Berdasarkan hasil analisis tersebut, ditemukan ada dua butir pernyataan yang memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* di bawah kriteria penerimaan yang telah ditentukan. Kedua butir pernyataan tersebut adalah item nomor 8 dan item nomor 10. Sebagai konsekuensinya, kedua item tersebut dinyatakan gugur dan tidak diikutsertakan dalam instrumen final yang digunakan pada tahap pengambilan data penelitian utama.

Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas *Try Out* Skala *Social Comparison*

No.	Aitem	RIT (Corrected Item-Total Correlation)	Keterangan
1	Saya sering membandingkan pencapaian hidup saya dengan orang lain.	0,469	Reliabel
2	Jika saya ingin belajar sesuatu, saya biasanya mencari tahu dulu pendapat orang lain tentang hal itu.	0,400	Reliabel
3	Saya suka berdiskusi dengan orang lain tentang pendapat dan pengalaman.	0,566	Reliabel
4	Saya sering membandingkan hasil pekerjaan saya dengan yang dilakukan orang lain untuk tahu seberapa baik saya melakukannya.	0,774	Reliabel
5	Untuk tahu seberapa baik saya melakukan sesuatu, saya sering membandingkannya dengan yang dilakukan orang lain.	0,415	Reliabel
6	Saya sering membandingkan kemampuan bersosialisasi atau seberapa dikenal saya dengan orang lain.	0,357	Reliabel
7	Saya jarang penasaran dengan apa yang dilakukan orang lain.	0,412	Reliabel

	dalam situasi yang sama dengan saya.		
8	Saya tidak begitu tertarik mengetahui pengalaman orang lain yang mirip dengan saya.	0,191	Tidak Reliabel
9	Menurut saya, hidup saya tidak perlu dibandingkan dengan hidup orang lain.	0,569	Reliabel
10	Saya sering memperhatikan cara saya melakukan sesuatu dan membandingkannya dengan orang lain.	-0,046	Tidak Reliabel
11	Saya bukan orang yang suka membandingkan diri dengan orang lain.	0,685	Reliabel

Berikut *blueprint* skala *social comparison* setelah uji coba.

Tabel 4. 3 *Blueprint* Skala *Social Comparison* Setelah *Try Out*

Dimensi	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah
		F	UF	
Kemampuan (<i>ability</i>)	Melihat orang lain dari segi kompetensi, <i>skill</i> , atau popularitas	1, 2, 5	9	4
		3, 4, 11	6, 7	5
Jumlah		6	3	9

39 21 Skala *Fear of Missing Out* (FoMO)

Hasil analisis uji validitas untuk skala *Fear of Missing Out* (FoMO) menunjukkan bahwa instrumen tersebut memiliki kualitas yang baik. Berdasarkan pengujian, seluruh 15 butir pernyataan yang ada dalam skala ini dinyatakan telah memenuhi kriteria validitas, sehingga tidak terdapat satu pun butir pernyataan yang gugur atau perlu dihilangkan. Penilaian validitas ini didasarkan pada evaluasi yang dilakukan oleh panel *expert judgement* yang terdiri dari 7 orang ahli di bidangnya. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai koefisien validitas untuk setiap butir pernyataan berhasil melampaui angka 0,75, yang mengindikasikan bahwa seluruh item memiliki tingkat kesesuaian isi yang tinggi dan dianggap sangat layak untuk digunakan dalam proses pengumpulan data penelitian ini.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas *Try Out* Skala *Fear of Missing Out* (FOMO)

No.	Aitem	Koefisien Alken's V	Keterangan
1	Saya merasa takut jika tertinggal informasi terbaru.	1	Valid
2	Saya takut jika teman saya mengalami pengalaman yang lebih berkesan dari saya.	0,93	Valid
3	Saya merasa nyaman jika orang lain membicarakan saya di media sosial.	0,93	Valid
4	Saya selalu mengikuti informasi terbaru melalui media sosial.	0,89	Valid
5	Saya merasa teman-teman saya sedang terhubung atau berkomunikasi dengan saya.	0,86	Valid
6	Saya merasa sedih jika teman saya tidak mengajak saya berkomunikasi.	0,89	Valid

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

7	Saya merasa senang jika teman saya selalu mengajak saya pergi bersama.	0,89	Valid
8	Saya merasa gelisah jika teman dekat saya bersenang-senang tanpa saya.	0,89	Valid
9	Saya merasa terganggu saat teman saya menanyakan informasi terbaru kepada saya.	0,89	Valid
10	Saya sering membagikan hal-hal menarik menurut saya di media sosial.	0,89	Valid
11	Kadang saya merasa saya terlalu banyak menghabiskan waktu untuk melihat tren terbaru.	1	Valid
12	Saya pernah berpikir apakah teman saya merasa bahagia tanpa kehadiran saya.	0,86	Valid
13	Saya merasa cemas jika tidak tahu apa yang sedang dilakukan teman saya.	1	Valid
14	Saya jarang memperhatikan aktivitas teman saya di media sosial.	0,86	Valid
15	Saya tetap santai walau belum tahu kapan akan berkumpul dengan orang terdekat.	0,89	Valid

Hasil pengujian reliabilitas untuk skala *Fear of Missing Out* (FoMO) menunjukkan bahwa kedua dimensinya telah memenuhi kriteria yang disyaratkan. Untuk dimensi self, diperoleh nilai koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach's* sebesar 0,711. Karena nilai ini berada di atas batas minimum penerimaan

yaitu 0,70, maka dimensi ini secara statistik dapat dinyatakan reliabel. Sementara itu, dimensi *relatesness* juga menunjukkan hasil yang memuaskan dengan perolehan nilai koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach's* sebesar 0,710. Nilai ini juga berhasil melampaui kriteria minimum, sehingga dimensi ini dapat dikategorikan sebagai instrumen yang reliabel dan konsisten secara internal.

Selain pengujian reliabilitas, peneliti juga melaksanakan analisis terhadap daya diskriminasi untuk setiap butir pernyataan pada skala FoMO dengan menggunakan nilai *Corrected Item-Total Correlation*. Hasil dari analisis ini menunjukkan bahwa terdapat enam butir pernyataan yang memiliki nilai diskriminasi di bawah standar yang dapat diterima. Keenam butir pernyataan tersebut adalah aitem nomor 4, 5, 7, 9, 11, dan 15. Oleh karena itu, berdasarkan temuan ini, keenam butir pernyataan tersebut secara resmi dinyatakan gugur dan tidak dikaitsertakan dalam instrumen final yang digunakan untuk pengambilan data penelitian utama.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas *Try-Out* Skala *Fear of Missing Out* (FoMO)

No.	Aitem	RIT (<i>Corrected Item-Total Correlation</i>)	Keterangan
1	Saya merasa takut jika tertinggal terbaru.	0,320	Reliabel

2	Saya takut jika teman saya mengalami pengalaman yang lebih berkesan dari saya.	0,472	Reliabel
3	Saya merasa nyaman jika orang lain membicarakan saya di media sosial.	0,352	Reliabel
4	Saya selalu mengikuti informasi terbaru melalui media sosial.	0,055	Tidak Reliabel
5	Saya merasa teman-teman saya sedang terhubung atau berkomunikasi dengan saya.	0,253	Tidak Reliabel
6	Saya merasa sedih jika teman saya tidak mengajak saya berkomunikasi.	0,347	Reliabel
7	Saya merasa senang jika teman saya selalu mengajak saya pergi bersama.	0,118	Tidak Reliabel
8	Saya merasa gelisah jika teman dekat saya bersenang-senang tanpa saya.	0,407	Reliabel
9	Saya merasa terganggu saat teman saya menanyakan informasi terbaru kepada saya.	-0,252	Tidak Reliabel
10	Saya sering membagikan hal-hal menarik menurut saya di media sosial.	0,402	Reliabel
11	Kadang saya merasa saya terlalu banyak menghabiskan waktu untuk melihat tren terbaru.	-0,134	Tidak Reliabel
12	Saya pernah berpikir apakah teman saya merasa bahagia tanpa kehadiran saya.	0,504	Reliabel
13	Saya merasa cemas jika tidak tahu apa yang sedang dilakukan teman saya.	0,564	Reliabel

14	Saya jarang memperhatikan aktivitas teman saya di media sosial.	0,471	Reliabel
15	Saya tetap santai walau belum tahu kapan akan berkumpul dengan orang terdekat.	0,269	Tidak Reliabel

Berikut *blueprint* skala *Fear of Missing Out* (FoMO) setelah uji coba.

Tabel 4. 6 *Blueprint* Skala *Fear of Missing Out* (FoMO) Setelah *Try Out*

Dimensi	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah
		F	UF	
Tidak terpehaya kebutuhan akan <i>self</i>	Ketakutan	1, 2	3	4
	Kekhawatiran	6, 8	10	7
Tidak terpehaya kebutuhan akan <i>relatedness</i>	Keemasan	12, 13	14	4
	Jumlah	6	3	9

B. Laporan Pelaksanaan Penelitian

Proses pengumpulan data untuk penelitian utama ini dilaksanakan dalam rentang waktu antara 30 Juni hingga 6 Juli 2025. Keseluruhan proses pengambilan data dilangsungkan secara daring dengan memanfaatkan platform *google form*. Instrumen digital ini dirancang secara komprehensif, mencakup informasi umum mengenai penelitian, bagian untuk identitas responden, lembar persetujuan *informed consent*, petunjuk pengisian yang jelas, serta dua instrumen psikologis inti, yaitu skala *social comparison* dan skala FoMO. Instrumen tersebut kemudian disebarkan kepada responden yang telah

memenuhi kriteria melalui berbagai platform media sosial, termasuk WhatsApp, Instagram, dan X, guna menjangkau **partisipan yang sesuai dengan karakteristik penelitian, yaitu mahasiswa yang berdomisili di Kabupaten Sleman dan merupakan pengguna aktif media sosial.**

Selama periode pengambilan data berlangsung, peneliti secara aktif melakukan pemantauan terhadap jumlah responden yang telah mengisi dan mengirimkan formulir. Aktivitas pemantauan ini bertujuan untuk memastikan bahwa jumlah partisipan yang terkumpul dapat memenuhi target sampel yang telah ditetapkan untuk penelitian. Hasil dari proses ini menunjukkan bahwa data berhasil dikumpulkan dari total 196 responden mahasiswa yang berasal dari Kabupaten Sleman. Seluruh data yang telah diperoleh dari 196 partisipan ini kemudian diproses lebih lanjut untuk dianalisis secara statistik guna mengevaluasi keterkaitan **antara *Fear of Missing Out (FoMO)* dan *social comparison*.**

C. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Subjek Penelitian

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan melalui platform *google form*, penelitian ini berhasil mengumpulkan data sebanyak 196 partisipan. Seluruh partisipan tersebut telah melalui proses verifikasi dan dipastikan memenuhi semua kriteria yang telah ditetapkan sebagai subjek penelitian. Gambaran yang lebih rinci mengenai sebaran

responden berdasarkan karakteristik demografis mereka disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	79	40,3%
Perempuan	117	59,7%
Total	196	100%

Berdasarkan data pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa dari total 196 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, sebanyak 79 responden (40,3%) merupakan laki-laki, sedangkan 117 responden (59,7%) merupakan perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini lebih banyak berasal dari kelompok perempuan. Perbedaan jumlah ini dapat menunjukkan bahwa perempuan cenderung lebih aktif atau bersedia dalam mengisi kuesioner penelitian.

Tabel 4. 8 Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
19	5	2,6%
20	10	5,1%
21	49	25%
22	79	40,3%
23	33	16,8%
24	10	5,1%
25	10	5,1%
Total	196	100%

Tabel 4.8 memperlihatkan bahwa responden dalam penelitian ini memiliki rentang usia antara 19 hingga 25 tahun. Sebagian besar responden berada pada usia 22 tahun, yaitu sebanyak 79 orang atau 40,3% dari total responden. Kemudian diikuti oleh sebanyak 49 responden (25%) berada pada usia 21 tahun, sementara 33 responden tercatat berusia 23 tahun (16,8%). Sementara itu, masing-masing sebanyak 10 responden

(5,1%) berasal dari kelompok usia 20, 24, dan 25 tahun. Adapun responden termuda dalam penelitian ini berusia 19 tahun, dengan jumlah 5 orang atau 2,6% dari total keseluruhan.

Kesimpulannya, bahwa sebagian besar responden berada pada usia awal 20-an, dengan usia 22 tahun sebagai kelompok usia yang paling dominan. Usia ini termasuk dalam kategori usia produktif dalam dunia perkuliahan, sehingga sesuai dengan karakteristik mahasiswa nstif yang menjadi fokus dalam penelitian ini

Tabel 4. 9 Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan Yang Sedang Ditempuh	Jumlah	Persentase
D3	17	8,7%
D4/S1/Profesi	165	84,2%
S2/Profesi	14	7,1%
Total	196	100%

Pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 196 orang. Sebagian besar responden, yaitu sebanyak 165 orang (84,2%), sedang menempuh pendidikan pada jenjang D4/S1/Profesi. Selanjutnya, terdapat 17 responden (8,7%) yang sedang menempuh pendidikan D3, dan 14 responden (7,1%) berasal dari jenjang S2 atau Profesi.

Sebagian besar responden dalam penelitian ini berasal dari jenjang pendidikan sarjana atau yang setara. Jenjang pendidikan ini umumnya ditempuh oleh mahasiswa yang berada pada usia produktif dalam menempuh pendidikan tinggi. Banyaknya responden dari jenjang S1 juga

sesuai dengan sasaran utama penelitian yang memang berfokus pada mahasiswa aktif.

Tabel 4. 10 Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Kecamatan

Kecamatan	Jumlah	Persentase
Berbah	47	24%
Cangkringan	1	0,5%
Depok	7	3,6%
Gamping	49	25%
Godrean	31	15,8%
Minggir	1	0,5%
Mlati	1	0,5%
Ngablak	3	1,5%
Ngemplak	2	1%
Pakem	1	0,5%
Prambanan	6	3,1%
Seyegan	4	2,0%
Sieman	42	21,4%
Tempel	1	0,5%
Total	196	100%

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini berasal dari 14 kecamatan yang berada di wilayah Kabupaten Sleman, dengan total keseluruhan sebanyak 196 responden. Kecamatan yang paling banyak menyumbang responden adalah Kecamatan Gamping, yaitu sebanyak 49 responden atau sebesar 25% dari total responden.

Disusul oleh Kecamatan Berbah sebanyak 47 responden (24%), Kecamatan Sleman sebanyak 42 responden (21,4%), dan Kecamatan Godean sebanyak 31 responden (15,8%).

Responden dari Kecamatan Depok berjumlah 7 orang (3,6%), Kecamatan Prambanan sebanyak 6 orang (3,1%), dan Kecamatan Seyegan sebanyak 4 orang (2,0%). Sementara itu, responden dari Kecamatan Ngaglik berjumlah 2 orang (1%), serta responden dari Kecamatan Cangkringan, Minggir, Mlati, Ngeplak, Pakem, dan Tempel masing-masing berjumlah 1 orang atau setam dengan 0,5%.

Melalui data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berdomisili di Kecamatan Gamping, Berbah, dan Sleman. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga kecamatan tersebut memiliki tingkat kontribusi yang tinggi dalam pengisian kuesioner dibandingkan dengan kecamatan lainnya di Kabupaten Sleman.

Tabel 4. 11 Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Media Sosial Yang Digunakan

Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan	Jumlah	Persentase
Instagram	69	35,2%
Tiktok	86	43,9%
Youtube	12	6,1%
X	22	11,2%
Facebook	4	2%
LinkedIn	3	1,5%
Total	196	100%

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa sebanyak 196 responden dalam penelitian ini menunjukkan variasi dalam penggunaan media sosial yang paling sering digunakan. Platform TikTok menempati urutan

pertama dengan jumlah 86 responden (35,2%), diikuti oleh Instagram sebanyak 69 responden (43,9%). Selanjutnya, terdapat 22 responden (11,2%) yang paling sering menggunakan X, 12 responden (6,1%) menggunakan YouTube, 4 responden (2%) menggunakan Facebook, dan 3 responden (1,5%) paling sering menggunakan LinkedIn.

Data ini menunjukkan bahwa media sosial berbasis visual dan video pendek seperti Instagram dan TikTok masih menjadi *platform* yang dominan di kalangan responden, yang mayoritas merupakan mahasiswa. Hal ini dapat mencerminkan preferensi generasi muda terhadap media sosial yang bersifat cepat, interaktif, dan visual. Sementara itu, media sosial seperti Facebook dan LinkedIn digunakan oleh sebagian kecil responden, kemungkinan karena kontennya yang lebih bersifat formal atau ditujukan untuk kepentingan profesional.

2. Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data penelitian digunakan untuk mengetahui gambaran data yang diperoleh pada saat penelitian, sehingga dapat memudahkan peneliti dalam proses interpretasi.

Tabel 4.12 Deskripsi Data Penelitian

Variabel	Hipotetik				Empirik			
	Xmin	Xmax	Mean	SD	Xmin	Xmax	Mean	SD
<i>Social Comparison</i>	9	45	27	6	21	41	31,67	3,28
FoMO	9	45	27	6	17	45	28,89	4,81

Keterangan :

Skor hipotetik : diperoleh berdasarkan skala

Skor empirik : diperoleh berdasarkan hasil penelitian

Merujuk ¹ pada tabel di atas, diketahui bahwa variabel *social comparison* ² memiliki mean pada skor hipotetik sebesar 27 dengan standar deviasi 6, serta nilai mean pada skor empirik sebesar 31,67 dengan standar deviasi 3,28. ⁴ Pada variabel FoMO memiliki *mean* pada skor hipotetik sebesar 27 dengan standar deviasi 6, dan *mean* pada skor empirik sebesar 28,89 dengan standar deviasi 4,81. Hasil menunjukkan bahwa rata-rata empiris pada masing-masing variabel lebih tinggi dibandingkan rata-rata hipotetik, ⁷⁴ sehingga dapat disimpulkan bahwa partisipan dalam penelitian ini memiliki kecenderungan tinggi dalam melakukan *social comparison* serta menunjukkan tingkat FoMO yang relatif tinggi pula. Hal ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan, partisipan dalam penelitian cenderung sering mengomparasikan diri dengan orang lain serta merasa cemas akan tertinggal dari informasi atau pengalaman yang dibagikan melalui media sosial.

Hasil dari deskripsi data penelitian digunakan untuk mengelompokkan skor yang diperoleh masing-masing responden pada tiap variabel yang diteliti. Menurut Azwar (2022) kriteria kategorisasi ¹¹⁰ dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

Tabel 4. 13 Rumus Norma Kategorisasi

No.	Kategorisasi	Rumus Norma
1.	Sangat Rendah	$X < \mu - 1,8\sigma$
2.	Rendah	$\mu - 1,8\sigma \leq X < \mu - 0,6\sigma$
3.	Sedang	$\mu - 0,6\sigma \leq X < \mu + 0,6\sigma$
4.	Tinggi	$\mu + 0,6\sigma \leq X < \mu + 1,8\sigma$
5.	Sangat Tinggi	$X > \mu + 1,8\sigma$

Keterangan :

X : Skor Total

μ : Mean

σ : Standar Deviasi

Berdasarkan rumus kategorisasi pada tabel 4.13 maka peneliti mengkategorisasikan subjek ke dalam lima kategorisasi untuk masing-masing skala, sehingga diperoleh hasil kategorisasi sebagai berikut :

Tabel 4. 14 Kriteria Kategorisasi Tiap Variabel

Kategorisasi	Social Comparison	FoMO
Sangat Rendah	$X < 25,77$	$X < 20,23$
Rendah	$25,77 < X < 29,70$	$20,23 < X < 26$
Sedang	$29,70 \leq X < 33,64$	$26 \leq X < 31,78$
Tinggi	$33,64 \leq X < 37,57$	$31,78 \leq X < 37,53$
Sangat Tinggi	$X > 37,57$	$X > 37,53$

Tabel 4. 15 Kategorisasi Data Penelitian Tiap Variabel

Kategorisasi	Social Comparison		FoMO	
	Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Rendah	8	4,1%	10	5,1%
Rendah	32	16,3%	27	13,8%
Sedang	116	59,2%	47	24%
Tinggi	28	14,3%	37	18,9%
Sangat Tinggi	12	6,1%	75	38,3%
Total	196	100%	196	100%

Berdasarkan perhitungan tabel kategorisasi data di atas, dapat dikatakan bahwa besarnya skor pada variabel *social comparison* menunjukkan bahwa partisipan berada pada kategori sedang dalam hal kecenderungan membandingkan diri. Hal ini terbukti dari 196 partisipan

terdapat 116 partisipan yang mengalami *social comparison* dengan persentase sebesar 59,2%. Sebanyak 32 partisipan atau 16,3% diklasifikasikan dalam kelompok dengan skor rendah. Partisipan yang berada pada kategori tinggi sebanyak 28 partisipan dengan persentase sebesar 14,3%. Sementara itu, terdapat 12 partisipan (6,1%) yang termasuk dalam kategori sangat tinggi, dan 8 partisipan (4,1%) berada pada kategori sangat rendah.

Besarnya skor FoMO menunjukkan bahwa partisipan yang mengalami FoMO termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil pada data kategorisasi FoMO yaitu sebanyak 75 partisipan atau sebesar 38,3%. Sebesar 47 partisipan berada pada kategori sedang dengan persentase sebesar 24%. Adapun untuk kategori tinggi terdapat 37 atau sebesar 18,9%, sebanyak 27 partisipan berada pada kategori rendah dengan persentase sebesar 13,8% dan partisipan yang berada pada kategori sangat rendah berjumlah 10 partisipan atau 5,1%. Kesimpulannya, subjek yang mengalami FoMO berada pada kategori yang sangat tinggi.

3. Uji Asumsi

Uji asumsi dilakukan sebagai tahap awal sebelum pelaksanaan uji hipotesis, dengan tujuan untuk memastikan keterkaitan antar variabel dapat dianalisis secara tepat. Pada penelitian ini, uji asumsi yang

digunakan meliputi uji normalitas dan uji linearitas, yang diolah dengan bantuan program SPSS 26 for Windows.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi data berada dalam kategori normal atau tidak. Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov Test dan dianalisis dengan bantuan program SPSS 26 for Windows. Data dianggap terdistribusi normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$ dan sebaliknya, nilai signifikansi yang $< 0,05$ menunjukkan bahwa data tidak terdistribusi normal.

Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig.	Interpretasi
Social Comparison	0,000	Tidak Normal
FOMO	0,000	Tidak Normal

Hasil uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan bahwa baik variabel *social comparison* maupun FOMO memiliki nilai signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data pada skala *social comparison* dan FOMO tidak berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah *social comparison* dengan FOMO memiliki hubungan yang linear atau tidak. Uji linearitas yang dilakukan menggunakan SPSS 26 for Windows.

Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka kedua variabel dapat dikatakan memiliki hubungan yang linear.

Tabel 4. 17 Hasil Uji Linearitas

Variabel	F	P	Interpretasi
FoMO dengan <i>Social Comparison</i>	2,507	0,000	Tidak Linear

Berdasarkan hasil uji linearitas menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang tidak linear antara FoMO dengan *social comparison*. Hal ini dibuktikan dengan nilai p dalam *deviation from linearity* memperoleh hasil sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa tidak memiliki hubungan yang linear.

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan setelah peneliti menyelesaikan tahap uji asumsi yaitu uji normalitas dan uji linearitas. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah analisis korelasi Spearman Rank. Teknik korelasi ini dipilih karena data tidak memenuhi asumsi distribusi normal, sehingga diperlukan pendekatan statistik non-parametrik. Analisis korelasi dilakukan tiap dimensi untuk mengukur hubungan kedua variabel. Menurut Sugiyono (2022) uji hipotesis dapat diterima apabila memiliki nilai signifikansi $< 0,05$.

Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Koefisien Korelasi Spearman's rho	Koefisien Sig. (p)	Interpretasi
<i>Social comparison</i>	FoMO	0,879	0,000	Positif & Sangat Signifikan

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dianalisis menggunakan *Spearman Rank Correlation* menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi *Spearman Rank* memperoleh nilai R sebesar 0,879 dan nilai signifikansi (p) sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan sangat signifikan antara FoMO dengan *social comparison* pada mahasiswa pengguna media sosial di Kabupaten Sleman. Oleh karena itu, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan pada penelitian ini dapat diterima.

5. Uji Analisis Tambahan

a. Uji *Mann-Whitney*

Uji daya beda *mann-whitney* yaitu uji non-parametrik yang digunakan untuk menguji perbedaan hubungan antara variabel X dan Y. Uji beda *mann-whitney* digunakan apabila data tidak terdistribusi normal serta tergolong dalam statistika non-parametrik.

1) Uji Daya Beda *Social Comparison*

Uji daya beda *social comparison* berdasarkan jenis kelamin dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan perilaku membandingkan diri antara laki-laki dengan perempuan.

Tabel 4.19 Hasil Uji Daya Beda *Social Comparison*
Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Mean	Sig. 2-tailed
Laki-laki	102,53	
Perempuan	95,78	0,409

Berdasarkan hasil uji beda, dapat diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,409 > 0,05 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara perilaku membandingkan diri antara laki-laki dan perempuan. Pada jenis kelamin laki-laki memperoleh nilai *mean* sebesar 102,53 sedangkan pada jenis kelamin perempuan memiliki nilai *mean* sebesar 95,78. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat perilaku *social comparison* pada laki-laki lebih besar daripada perempuan. Dengan kata lain, baik subjek dengan jenis kelamin laki-laki maupun perempuan memiliki tingkat *social comparison* yang relatif sama. Hal ini juga menunjukkan bahwa skala yang digunakan tidak memihak salah satu gender atau tidak menunjukkan adanya bias gender.

2) Uji Daya Beda *Fear of Missing Out* (FoMO)

Uji daya beda tingkat FoMO berdasarkan jenis kelamin dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan tingkat kecemasan akan tertinggal informasi antara laki-laki dan perempuan.

Tabel 4. 20 Hasil Uji Daya Beda FoMO Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Mean	Sig. 2-tailed
Laki-laki	97,61	
Perempuan	99,10	0,857

Berdasarkan hasil analisis uji beda, diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,857 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam tingkat FoMO antara laki-laki dan perempuan. Nilai mean FoMO pada jenis kelamin laki-laki adalah 97,61, sedangkan pada jenis kelamin perempuan sebesar 99,10. Dengan demikian dapat diketahui bahwa FoMO pada perempuan sedikit lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa secara umum, tingkat FoMO antara laki-laki dan perempuan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini juga mengindikasikan bahwa skala FoMO dalam penelitian ini bersifat netral dan tidak memihak salah satu jenis kelamin.

D. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan *social comparison* pada mahasiswa pengguna media sosial di Kabupaten Sleman. Berdasarkan survei APJII (2024), menunjukkan bahwa pengguna media sosial didominasi oleh pelajar dan mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan. Hal tersebut sesuai dengan subjek penelitian ini yang menggunakan kriteria mahasiswa di Kabupaten Sleman yang menggunakan media sosial.

Hasil deskriptif memperlihatkan adanya perbedaan antara skor rata-rata hipotetik dan empiris. Skor hipotetik untuk kedua variabel adalah 27. Namun,

skor rata-rata empiris yang didapat adalah 31,67 untuk *social comparison* dan 28,89 untuk FOMO. Perbedaan ini menunjukkan kecenderungan yang lebih tinggi pada partisipan, baik dalam perilaku *social comparison* maupun kecemasan akan ketinggalan informasi. Secara keseluruhan, temuan ini mencerminkan intensitas *social comparison* dan FOMO yang lebih kuat pada kelompok mahasiswa yang diteliti.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa subjek penelitian menunjukkan kecenderungan yang cukup tinggi dalam melakukan *social comparison* sekaligus mengalami kekhawatiran akan tertinggal informasi atau pengalaman yang dibagikan di media sosial (FOMO). Temuan ini mencerminkan bahwa mahasiswa pengguna media sosial cenderung aktif membandingkan diri dengan orang lain dan memiliki tingkat kekhawatiran yang signifikan terhadap kemungkinan kehilangan perkembangan informasi di lingkungan sosial mereka, khususnya melalui platform daring.

Dalam studi ini, tingkat *social comparison* pada subjek penelitian berada pada kategori sedang, mencakup 116 responden atau 59,2% dari total partisipan. Ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa memiliki kecenderungan menengah dalam membandingkan diri. Hasil ini konsisten dengan temuan Cahyani dan Pangestuti (2023) yang melaporkan bahwa 75% mahasiswa pengguna Instagram juga berada pada kategori sedang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswa pengguna media sosial memiliki tingkat *social comparison* yang moderat.

Selanjutnya, hasil kategorisasi variabel FoMO menunjukkan bahwa 75 subjek atau 38,3% berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar partisipan memiliki tingkat kekhawatiran yang signifikan terkait kemungkinan tertinggal informasi atau tidak terhubung secara sosial melalui media sosial. Temuan ini selaras dengan teori yang diajukan oleh Przybylski et al. (2013) yang mendefinisikan FoMO sebagai bentuk kecemasan yang muncul ketika individu merasa tertinggal dari pengalaman sosial orang lain.

Kondisi FoMO mendorong individu untuk terus memantau aktivitas media sosial guna menjaga perasaan tetap terhubung dengan lingkungan. Dalam proses ini, individu secara tidak langsung cenderung terlibat dalam *social comparison*, baik melalui *upward comparison* membandingkan diri dengan mereka yang dianggap lebih unggul maupun *downward comparison* membandingkan diri dengan mereka yang dianggap lebih rendah. Jenis perbandingan ini dapat memengaruhi persepsi diri individu, serta memicu perasaan puas atau tidak puas terhadap pencapaian dan kondisi pribadi.

Secara psikologis, mahasiswa yang mengalami FoMO sering kali merasakan ketidakpuasan ketika membandingkan dirinya dengan teman-teman yang tampak lebih bahagia, sukses, atau memiliki kehidupan sosial yang lebih aktif di media sosial. Kondisi ini mendorong individu untuk berulang kali memeriksa media sosial demi mendapatkan informasi terbaru dan menghindari rasa tertinggal. Tindakan ini pada akhirnya memperkuat perilaku *social comparison*. Oleh karena itu, FoMO tidak hanya menimbulkan kecemasan

akan kehilangan momen sosial, tetapi juga memperkuat kecenderangan individu untuk melakukan evaluasi diri melalui *social comparison*.

Revisi:

70 Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Alifia, Sukmawati, dan Hermawati (2025), yang menunjukkan bahwa dari 168 mahasiswa responden, 137 (81,5%) berada pada kategori FoMO tinggi, 20 (11,9%) pada kategori sedang, dan 10 (6%) pada kategori rendah. Hanya satu mahasiswa (0,6%) yang kemungkinan tidak mengalami FoMO. Selain itu, studi oleh Desmita et al. (2023) juga menemukan bahwa mahasiswa UIN di Sumatera Barat menunjukkan tingkat FoMO yang relatif tinggi, dengan 44% di kategori tinggi, 12% di kategori sangat tinggi, 24% di kategori sedang, 12% di kategori rendah, dan 8% di kategori sangat rendah. Hasil ini menunjukkan bahwa fenomena FoMO pada mahasiswa adalah kondisi yang umum dan konsisten di berbagai wilayah, yang secara psikologis terkait dengan kecenderangan melakukan *social comparison* dan memantau aktivitas sosial orang lain melalui media daring.

68 Berdasarkan uji asumsi yang dilakukan, hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan bahwa variabel *social comparison* dan FoMO memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$), sehingga kedua variabel dapat dikategorikan tidak berdistribusi normal. Selanjutnya, uji linearitas memperlihatkan bahwa hubungan antara *social comparison* dan FoMO tidak bersifat linear, yang ditunjukkan dengan nilai p pada *deviation from linearity* sebesar 0,000 ($< 0,05$). Temuan ini mengindikasikan bahwa

hubungan kedua variabel cenderung kompleks dan tidak dapat dijelaskan melalui model linear sederhana, sehingga penggunaan analisis korelasi non-parametrik menjadi tepat.

⁴¹ Hasil uji hipotesis menggunakan *Spearman's Rank* menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,879 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Ini mengindikasikan adanya hubungan positif dan sangat signifikan antara FoMO dan *social comparison* pada mahasiswa pengguna media sosial di Kabupaten Sleman.

Secara psikologis, temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan tingkat kecemasan mahasiswa terhadap kemungkinan teringgal informasi (FoMO) berkorelasi dengan peningkatan kecenderungan mereka untuk melakukan *social comparison*. Dengan demikian, FoMO berperan sebagai pendorong psikologis yang memperkuat perilaku evaluasi diri melalui media sosial. Mahasiswa secara terus-menerus membandingkan pencapaian, pengalaman, dan status sosial mereka dengan teman sebaya. Temuan ini tidak hanya mendukung hipotesis penelitian, tetapi juga memperkuat bukti empiris mengenai peran signifikan FoMO dalam memengaruhi perilaku *social comparison* di kalangan mahasiswa. Fenomena ini menekankan pentingnya memahami dampak psikologis penggunaan media sosial, terutama terkait kecemasan sosial dan evaluasi diri.

⁴³ Temuan studi ini, yang menunjukkan adanya hubungan positif antara FoMO dan *social comparison*, sejalan dengan penelitian oleh Cahyani dan Pangestuti (2023). Studi tersebut juga mengungkapkan perbedaan kontribusi

FoMO terhadap *social comparison* antara laki-laki dan perempuan, yaitu sebesar 25,8% dan 74,2%. Ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat FoMO, semakin besar pula kecenderungan mahasiswa melakukan *social comparison*, dan sebaliknya.

Temuan ini juga konsisten dengan penelitian Almsyiwati dan Kurniawan (2024), yang menemukan bahwa *social comparison* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat FoMO pada mahasiswa pengguna Instagram. Studi tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan *social comparison*, semakin tinggi pula tingkat FoMO yang dialami. Variabel *social comparison* diketahui memberikan kontribusi efektif sebesar 66,5% dalam memprediksi tingkat FoMO. Berdasarkan analisis data dari studi tersebut, mayoritas mahasiswa berada pada kategori FoMO sedang (65,4%), diikuti oleh kategori rendah (22,9%), dan kategori tinggi (11,7%).

Penelitian oleh Oprita, Hartati, dan Utami (2023) pada komunitas K-Pop "K-Popers Padang" menemukan adanya korelasi positif antara *social comparison* dan FoMO. Hasil uji hipotesis menunjukkan koefisien korelasi $r=0,473$ dengan signifikansi $p=0,000$ ($p<0,05$). Temuan ini mengindikasikan bahwa individu yang lebih sering melakukan *social comparison* cenderung memiliki tingkat FoMO yang lebih tinggi. Dengan kata lain, semakin sering seseorang membandingkan diri dalam komunitas, semakin besar pula kekhawatiran mereka untuk tertinggal informasi atau tren yang populer.

Hasil ini konsisten dengan penelitian Silvia dan Appulembang (2022) serta Parveiz, Amjad, dan Ayub (2023). Kedua penelitian tersebut juga menemukan

⁴ hubungan positif dan signifikan antara *social comparison* dan FOMO pada remaja dan dewasa muda. Secara keseluruhan, temuan-temuan ini menunjukkan pola yang konsisten, di mana kecenderungan *social comparison* berhubungan erat dengan tingkat FOMO. Pola ini berlaku pada berbagai kelompok, mulai dari komunitas penggemar hingga pengguna media sosial umum, menegaskan keterkaitan erat antara kedua fenomena tersebut.

Jumlah responden perempuan dalam penelitian ini sebanyak 117 orang (59,7%), lebih banyak dibandingkan responden laki-laki yang berjumlah 79 orang (40,3%). Untuk menguji perbedaan tingkat *social comparison* berdasarkan jenis kelamin, digunakan uji ¹⁰ *Mann-Whitney*. Hasil analisis menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,409, yang berarti $p > 0,05$. Nilai ini menegaskan bahwa tidak ada perbedaan signifikan dalam perilaku *social comparison* antara responden laki-laki dan perempuan.

Meskipun secara statistik tidak signifikan, nilai rata-rata (*mean*) menunjukkan perbedaan. Responden laki-laki memperoleh skor *social comparison* yang lebih tinggi (102,53) dibandingkan perempuan (95,78). Secara relatif, ini mengindikasikan kecenderungan *social comparison* yang lebih tinggi pada laki-laki. Temuan ini sejalan dengan penelitian ¹⁴ Najla dan ⁶ Zulfiana (2022) yang melaporkan bahwa laki-laki dewasa awal cenderung lebih sering membandingkan pendapat, kemampuan, dan sifat mereka di lingkungan sosial. Hasil ini memperkuat pemahaman bahwa meskipun tidak signifikan secara statistik, faktor gender dapat memengaruhi kecenderungan

social comparison, khususnya dalam konteks kompetitif seperti interaksi di media sosial.

Tingkat *social comparison* yang lebih tinggi pada laki-laki dapat dijelaskan oleh beberapa faktor psikologis dan sosial. Salah satu faktor adalah kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan sosial serta membuktikan kemampuan diri sebagai bentuk evaluasi terhadap standar sosial. Dorongan untuk menunjukkan pencapaian dan status sosial ini meningkatkan kecenderungan laki-laki dalam membandingkan diri, terutama di lingkungan yang kompetitif seperti perkuliahan atau media sosial.

Temuan ini sesuai dengan teori *social comparison* dari Festinger (1954). Teori tersebut menyatakan bahwa individu memiliki dorongan untuk menilai kemampuan dan pendapat mereka dengan membandingkan diri dengan orang lain, terutama dalam situasi yang tidak jelas. Proses perbandingan ini membantu individu dalam memahami diri, mengevaluasi prestasi, dan menyesuaikan diri dengan norma sosial yang berlaku.

Gibbons dan Buunk (1999) memperluas teori ini melalui konsep orientasi *social comparison*, yang mengukur seberapa aktif seseorang membandingkan diri. Mereka membedakan antara *upward comparison*, yaitu perbandingan dengan individu yang dianggap lebih unggul, dan *downward comparison*, yaitu perbandingan dengan individu yang dianggap lebih rendah. Dalam studi ini, laki-laki cenderung menggunakan *social comparison* sebagai cara untuk mencari pengakuan diri atau dorongan mencapai prestasi lebih tinggi.

Meskipun uji daya beda tidak menunjukkan perbedaan signifikan secara statistik antara laki-laki dan perempuan, nilai rata-rata *social comparison* yang lebih tinggi pada laki-laki dapat dipahami sebagai cerminan kecenderungan psikologis tersebut. Temuan ini menegaskan bahwa motivasi sosial dan dorongan untuk evaluasi diri memainkan peran penting dalam perilaku *social comparison*, khususnya pada laki-laki.

Hasil analisis tambahan menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan dalam variabel *social comparison* antara laki-laki dan perempuan, dengan nilai *asympt. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,409 ($p > 0,05$). Meskipun demikian, nilai rata-rata *social comparison* pada laki-laki (102,53) lebih tinggi dibandingkan perempuan (95,78).

Tingginya tingkat *social comparison* pada laki-laki dapat dijelaskan oleh beberapa faktor, seperti kebutuhan akan pengakuan sosial, dorongan untuk membuktikan kemampuan diri, dan evaluasi diri terhadap standar sosial. Motivasi untuk menunjukkan pencapaian dan status sosial memperkuat kecenderungan laki-laki dalam membandingkan diri, terutama di lingkungan yang kompetitif seperti media sosial.

Temuan ini sejalan dengan teori *social comparison* yang dikemukakan oleh Festinger (1954), yang menyebutkan bahwa individu termotivasi untuk menilai kemampuan dan pendapatnya dengan membandingkan diri dengan orang lain, khususnya dalam situasi yang ambigu. Gibbons dan Buunk (1999) memperkaya teori ini dengan konsep orientasi *social comparison*, yang membedakan antara *upward comparison* (membandingkan diri dengan yang

lebih unggul) dan *downward comparison* (membandingkan diri dengan yang lebih rendah). Dalam penelitian ini, laki-laki cenderung melakukan social comparison untuk mencari pengakuan diri atau motivasi meraih prestasi. Secara keseluruhan, perbedaan rata-rata ini, meskipun tidak signifikan secara statistik, mencerminkan adanya kecenderungan psikologis tersebut.

Hasil uji diferensiasi pada variabel FoMO⁴⁶ menunjukkan nilai *Asymp.Sig* (2-tailed) sebesar 0,857, yang berarti $p > 0,05$. Ini mengindikasikan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara laki-laki dan perempuan. Meskipun demikian, skor rata-rata FoMO perempuan (99,10) cenderung lebih tinggi dibanding laki-laki (97,61).

Temuan ini konsisten dengan penelitian Siaipar dan Kaloeti (2019) yang menyebutkan bahwa perempuan lebih rentan mengalami FoMO. Kondisi ini dapat dikaitkan dengan kebutuhan perempuan yang lebih besar untuk diterima⁷ dan diakui oleh kelompok, serta sensitivitas terhadap stres akibat kehilangan informasi penting di media sosial.

Penelitian Putri dan Hapsari (2024) juga mendukung hal ini, menemukan bahwa perempuan Generasi Z merasa cemas²⁷ ketika tidak bisa mengakses media sosial. Kekhawatiran ini muncul dari rasa takut tertinggal pengalaman orang lain dan dorongan untuk berbagi momen pribadi. Dengan demikian, meskipun perbedaan statistik dalam penelitian ini tidak signifikan, temuan-temuan tersebut memperkuat pemahaman bahwa FoMO dapat berbeda secara halus berdasarkan gender.

Studi ini memiliki beberapa keunggulan. Pertama, penggunaan desain kuantitatif korelasional memungkinkan analisis sistematis dan terukur terhadap hubungan antara FoMO dan *social comparison*. Desain ini memudahkan evaluasi kekuatan dan arah hubungan antarvariabel, sehingga temuan memiliki landasan empiris yang kuat. Kedua, penerapan teknik *purposive sampling* memastikan bahwa responden yang dipilih relevan dengan tujuan penelitian, yaitu mahasiswa pengguna media sosial di Kabupaten Sleman. Fokus spesifik ini menghasilkan data yang kontekstual dan representatif, mencerminkan fenomena psikologis di populasi target. Ketiga, studi ini menggunakan instrumen yang telah disesuaikan dengan konteks lokal. Pengukuran *social comparison* dilakukan dengan skala *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM) yang telah diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia, sementara FoMO diukur dengan skala yang dikembangkan oleh Kurniawati dan Prawita (2024). Penggunaan alat ukur yang valid dan reliabel ini menjamin data yang diperoleh akurat dan relevan dengan konteks Indonesia.

Meskipun memiliki keunggulan, studi ini juga memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, subjek penelitian hanya mencakup mahasiswa berusia 18–25 tahun di Kabupaten Sleman. Akibatnya, temuan tidak dapat digeneralisasi pada kelompok usia atau wilayah lain. Kedua, komposisi responden didominasi oleh perempuan. Keterbatasan ini berpotensi memengaruhi hasil penelitian mengenai perbedaan gender dalam penggunaan media sosial dan FoMO. Keterbatasan ini perlu menjadi pertimbangan saat

menginterpretasi temuan dan dapat menjadi dasar untuk penelitian di masa depan dengan cakupan populasi yang lebih luas.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan hipotesis bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *Fear of Missing Out* (FOMO) dengan *social comparison* pada mahasiswa pengguna media sosial di Kabupaten Sleman. Temuan ini memiliki implikasi praktis yang penting bagi berbagai pihak, termasuk mahasiswa, tenaga pendidik, dan praktisi psikologi.

Bagi mahasiswa, temuan ini menekankan pentingnya meningkatkan literasi digital dan kesadaran diri saat menggunakan media sosial. Hal ini bertujuan untuk menghindari kecenderungan *social comparison* yang berlebihan serta tekanan sosial digital yang dapat memengaruhi kesehatan mental.

Bagi tenaga pendidik dan praktisi psikologi, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk merancang intervensi atau program edukasi. Program tersebut dapat mendorong penggunaan media sosial yang lebih sehat, kritis, dan reflektif. Pelatihan dapat mencakup pengelolaan emosi, strategi mengatasi FOMO, dan pengembangan kemampuan mahasiswa dalam mengelola *social comparison* secara adaptif. Dengan demikian, penggunaan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi dan hiburan, tetapi juga mendukung kesejahteraan psikologis mahasiswa secara optimal.

36
BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H₁) dinyatakan **diterima**. Temuan ini mengindikasikan adanya korelasi yang positif dan sangat signifikan antara FoMO dengan *social comparison* di kalangan mahasiswa pengguna media sosial di Kabupaten Sleman. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat FoMO pada mahasiswa maka semakin tinggi perilaku *social comparison* mahasiswa. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah tingkat FoMO pada mahasiswa, maka kecenderungan perilaku *social comparison* juga akan berkurang. Analisis data mengungkapkan bahwa sebagian besar subjek menunjukkan nilai rata-rata pada *social comparison* berada pada kategori sedang, sedangkan nilai rata-rata pada FoMO termasuk dalam kategori sangat tinggi.

Dengan demikian, FoMO dapat menjadi faktor pendorong utama terjadinya *social comparison* yang berpotensi memengaruhi kesejahteraan psikologis mahasiswa jika tidak dikelola secara adaptif.

B. Saran

1. Bagi Subjek Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini, mahasiswa disarankan untuk lebih meningkatkan kesadaran diri dalam menggunakan media sosial. Mahasiswa perlu menyadari bahwa informasi yang ditampilkan di media

sosial sering kali bersifat selektif dan tidak sepenuhnya mencerminkan realitas.

Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan sikap kritis dan tidak mudah terpengaruh oleh pencapaian atau kehidupan sosial orang lain yang ditampilkan secara online. Mengatur waktu penggunaan media sosial, memperkuat nilai-nilai diri, serta membangun interaksi sosial secara langsung juga dapat membantu mengurangi kecenderungan melakukan perbandingan sosial yang berlebihan, sehingga dapat berdampak positif pada kesehatan mental dan kesejahteraan psikologis mahasiswa.

82 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, salah satunya adalah jumlah dan kualitas item pada skala yang digunakan. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat mengembangkan instrumen penelitian dengan jumlah item yang lebih banyak dan proporsional, serta melalui proses validasi oleh *expert judgement* secara menyeluruh. Dapat menambahkan variabel psikologis lain seperti harga diri (*self-esteem*), dukungan teman sebaya, atau dukungan sosial sebagai mediator atau moderator, agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai mekanisme hubungan antara FoMO dan *social comparison*.

Selain itu, peneliti selanjutnya dapat melibatkan beragam latar belakang subjek dari berbagai universitas atau daerah untuk memperluas cakupan generalisasi penelitian. Serta menggunakan pendekatan

campuran (*mixed methods*) agar dapat menggali data kuantitatif sekaligus pemahaman mendalam secara kualitatif mengenai pengalaman subjektif mahasiswa terkait penggunaan media sosial.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

Psikologi-Naskah Skripsi-212303045-Dyah Fitria Kartikaningtyas

ORIGINALITY REPORT

25%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	dspace.uui.ac.id Internet Source	1%
2	Submitted to Universitas Negeri Padang Student Paper	1%
3	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
4	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
5	repository.usd.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	1%
7	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
8	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
9	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia II Student Paper	1%
10	Abda Ali, Irwan M Loebis. "Pengaruh Waktu Door-To-Balloon ≤ 90 Menit Terhadap Perubahan Ejaksi Fraksi Ventrikel Kiri Pasca	<1%

Tindakan Primary Pci pada Pasien Stemi", Jurnal Ners, 2025

Publication

11	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	<1 %
12	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
13	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
14	id.123dok.com Internet Source	<1 %
15	repository.iainkudus.ac.id Internet Source	<1 %
16	Meilany Putri Lestari, Heru Astikasari Setya Murti. "Hubungan Social Comparison Dengan Body Dissatisfaction Pada Dewasa Awal Pengguna Instagram", G-Couns: Jurnal Bimbingan dan Konseling, 2024 Publication	<1 %
17	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1 %
18	e-journal.unmas.ac.id Internet Source	<1 %
19	repository.usu.ac.id Internet Source	<1 %
20	repository.unjaya.ac.id Internet Source	<1 %
21	id.scribd.com Internet Source	<1 %
22	Submitted to Universitas Hang Tuah Surabaya Student Paper	<1 %

<1 %

23 docobook.com
Internet Source

<1 %

24 journal.ugm.ac.id
Internet Source

<1 %

25 Submitted to Fakultas Psikologi Universitas
Gadjah Mada
Student Paper

<1 %

26 repository.unika.ac.id
Internet Source

<1 %

27 digilib.uinsby.ac.id
Internet Source

<1 %

28 repository.uma.ac.id
Internet Source

<1 %

29 www.researchgate.net
Internet Source

<1 %

30 Submitted to Universitas Bunda Mulia
Student Paper

<1 %

31 garuda.kemdikbud.go.id
Internet Source

<1 %

32 lib.unnes.ac.id
Internet Source

<1 %

33 repository.ub.ac.id
Internet Source

<1 %

34 Submitted to Universitas PGRI Madiun
Student Paper

<1 %

35 dspace.uc.ac.id
Internet Source

<1 %

36	repository.unwim.ac.id Internet Source	<1 %
37	jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source	<1 %
38	repository.urecol.org Internet Source	<1 %
39	Submitted to Universitas Muhammadiyah Purwokerto Student Paper	<1 %
40	karyatanganbibit.blogspot.com Internet Source	<1 %
41	pdffox.com Internet Source	<1 %
42	Intan Verutika Priscilla Baun, Maria Nugraheni Mardi Rahayu. "HUBUNGAN SOCIAL COMPARISON DENGAN SELF ESTEEM DEWASA AWAL DI KOTA KUPANG YANG MENGAKSES MEDIA SOSIAL", Psikodidaktika: Jurnal Ilmu Pendidikan, Psikologi, Bimbingan dan Konseling, 2023 Publication	<1 %
43	ocs.unud.ac.id Internet Source	<1 %
44	ojs.unm.ac.id Internet Source	<1 %
45	e-theses.iaincurup.ac.id Internet Source	<1 %
46	jurnal.fe.unram.ac.id Internet Source	<1 %

47	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	<1 %
48	jurnal.unissula.ac.id Internet Source	<1 %
49	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
50	Hutomo Atman Maulana, Rosada Dwi Iswari. "ANALISIS TINGKAT STRES MAHASISWA TERHADAP PEMBELAJARAN DARING PADA MATA KULIAH STATISTIK BISNIS DI PENDIDIKAN VOKASI", Khazanah Pendidikan, 2020 Publication	<1 %
51	Submitted to Sultan Agung Islamic University Student Paper	<1 %
52	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1 %
53	Submitted to Universitas Sanata Dharma Student Paper	<1 %
54	journal.univetbantara.ac.id Internet Source	<1 %
55	zombiedoc.com Internet Source	<1 %
56	bengkulutoday.com Internet Source	<1 %
57	eprints.uns.ac.id Internet Source	<1 %
58	vm36.upi.edu Internet Source	<1 %

59	Submitted to Ajou University Graduate School Student Paper	<1 %
60	Ruth Imelda Kurniasari, Agoes Dariyo, Rita Markus Idulfilastri. "Hubungan Antara Self-Efficacy dengan Pengambilan Keputusan Karier pada Mahasiswa Tingkat Akhir Fakultas Psikologi", Journal An-Nafs: Kajian Penelitian Psikologi, 2018 Publication	<1 %
61	Siti Fauziah, Bani Bacan Hacantya, Anastasia Widya Paramita, Wiyanti Maratus Saliha. "KONTRIBUSI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM PERBANDINGAN SOSIAL PADA ANAK-ANAK AKHIR", Psycho Idea, 2020 Publication	<1 %
62	core.ac.uk Internet Source	<1 %
63	digilib.unhas.ac.id Internet Source	<1 %
64	docplayer.info Internet Source	<1 %
65	elibrary.almaata.ac.id Internet Source	<1 %
66	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1 %
67	es.scribd.com Internet Source	<1 %
68	jonedu.org Internet Source	<1 %
69	journal.ubm.ac.id Internet Source	<1 %

70	jurnal.iapi.or.id Internet Source	<1 %
71	lppm.isbi.ac.id Internet Source	<1 %
72	repository.fe.unj.ac.id Internet Source	<1 %
73	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
74	www.atlantis-press.com Internet Source	<1 %
75	Akrom Daffa Ramadhan, Prima Aulia. "Hubungan Work Readiness dengan Subjective Well-Being pada Mahasiswa yang Mengikuti Program Magang", Al-DYAS, 2025 Publication	<1 %
76	Ernawati Ernawati. "DAMPAK KECANDUAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KESEHATAN MENTAL REMAJA: STUDI CROSS SECTIONAL", Intan Husada : Jurnal Ilmiah Keperawatan, 2024 Publication	<1 %
77	bajangjournal.com Internet Source	<1 %
78	candrajiwa.psikologi.fk.uns.ac.id Internet Source	<1 %
79	cbn.jawaban.com Internet Source	<1 %
80	ejournal.unesa.ac.id Internet Source	<1 %
81	fr.scribd.com	

Internet Source

<1 %

82 publication.petra.ac.id
Internet Source

<1 %

83 repo.uinsatu.ac.id
Internet Source

<1 %

84 www.scilit.net
Internet Source

<1 %

85 Andri Gustiadi, Lutfan Lazuardi. "GAMBARAN KESEHATAN MENTAL PADA MAHASIWA POLTEKKES TASIKMALAYA", Intan Husada : Jurnal Ilmiah Keperawatan, 2025
Publication

<1 %

86 Submitted to Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gadjah Mada
Student Paper

<1 %

87 Liesta Verawati, Muhamad Syaeful Anwar, Hesti Rahmayanik. "Interaksi Iklan Media Sosial dan Fear of Missing Out (FOMO) Pada Pembelian Kompulsif Online: Peran Mediasi Materialisme", UPY Business and Management Journal (UMBJ), 2025
Publication

<1 %

88 Netta Fitri Adeli, Niken Pramusita Widyaningrum. "Menilai Integritas: Kajian Kualitas Informasi Video Ulasan GLAM di Platform Media Sosial Instagram, TikTok, dan Youtube", Palimpsest: Jurnal Ilmu Informasi dan Perpustakaan, 2024
Publication

<1 %

89 Nurdin Nurdin. Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi, 2020
Publication

<1 %

90	Submitted to Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta Student Paper	<1 %
91	Ruth Megawati. "Motivasi Belajar Mahasiswa Mengikuti Pembelajaran Struktur Dan Perkembangan Hewan I, Selama Pandemi Covid-19 Pada Program Studi Pendidikan Biologi, Universitas Cenderawasih", Biosel Biology Science and Education, 2021 Publication	<1 %
92	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
93	e-journals.unmul.ac.id Internet Source	<1 %
94	eprints.mercubuana-yogya.ac.id Internet Source	<1 %
95	eprints.unmas.ac.id Internet Source	<1 %
96	eprints.usm.my Internet Source	<1 %
97	etd.uinsyahada.ac.id Internet Source	<1 %
98	fintechcenter.uns.ac.id Internet Source	<1 %
99	galuhnovitasari.wordpress.com Internet Source	<1 %
100	jbasic.org Internet Source	<1 %
101	jurnal.kominfo.go.id Internet Source	<1 %

102	klcfiles.kemenkeu.go.id Internet Source	<1 %
103	nanopdf.com Internet Source	<1 %
104	obis.nisantasi.edu.tr Internet Source	<1 %
105	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
106	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
107	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
108	www.jptam.org Internet Source	<1 %
109	www.readbag.com Internet Source	<1 %
110	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
111	Randi Mursandi, Asri Mutriara Putri, Vira Sandayanti. "PERAN LINGKUNGAN BELAJAR DAN SELF EFFICACY TERHADAP COLLEGE STUDENT SUBJECTIVE WELL-BEING", Jurnal Psikologi Malahayati, 2022 Publication	<1 %
112	Citra Cahyati Nst, Delfriana Ayu A, Pramilenia Rosdiana Putri, Nurdinda Filza Mahzura et al. "GAMBARAN PENGETAHUAN, SIKAP, DAN PERILAKU MASYARAKAT DI WILAYAH KERJA PUSKESMAS BIRU-BIRU TERHADAP	<1 %

PENCEGAHAN PENYAKIT DBD", JURNAL
DUNIA KESMAS, 2020

Publication

113 Daffa Aulia Zulfa, Sandi Kartasasmita. "Peran Fear of Missing Out (FoMO) Sebagai Moderator Antara Kesejahteraan Subjektif dengan Narsisme pada Dewasa Muda Pengguna Instagram", Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal, 2023 <1%

Publication

114 Desilia Anadita. "Hubungan antara Dukungan Sosial dengan Stres Akademik pada Siswa yang Mengikuti Pembelajaran Daring", Borobudur Psychology Review, 2021 <1%

Publication

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

PERPUSTAKAAN
JENDERAL ACHMAD YANI
UNIVERSITAS
YOGYAKARTA