

BAB IV

PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Orientasi Kancah dan Persiapan

1. Orientasi Kancah

Kabupaten Sleman merupakan kabupaten yang sangat strategis di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. 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 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.

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 *Iowa-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 aitem pernyataan yang terdiri dari 6 aitem *favorable* dan 5 aitem *unfavorable*.

Penilaian untuk setiap butir pernyataan menggunakan model skala likert. Kriteria penelitian jawaban kuesioner pada aitem *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 Kurniawati dan Prawita (2024) merujuk pada teori Przybylski (2013) yang terdiri dari dua dimensi yaitu *relatedness* dan *self*. Skala FoMO terdiri dari 15 aitem pernyataan dengan 7 aitem *favorable* dan 8 aitem *unfavorable*.

Setiap jawaban dari subjek dinilai menggunakan model skala likert. Kriteria penelitian jawaban kuesioner pada aitem *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 alat ukur penelitian atau *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 59 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.	Aitem	Koefisien Aiken'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 penasaran 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.	0,93	Valid

Hasil 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 aitem nomor 8 dan aitem nomor 10. Sebagai konsekuensinya, kedua aitem 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 (<i>Corrected Item-Total Correlation</i>)	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	0,566	Reliabel

	tentang pendapat dan pengalaman.		
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 dalam situasi yang sama dengan saya.	0,412	Reliabel
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>skills</i> , atau popularitas	1, 2, 5	9	4
Pendapat (<i>opinion</i>)	Mempertimbangkan pendapat dari diri sendiri yang dipikirkan dan dirasakan	3, 4, 11	6,7	5
	Jumlah	6	3	9

2) 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 aitem memiliki tingkat

kesesuaian isi yang tinggi dan dianggap sangat layak untuk digunakan dalam proses pengumpulan data penelitian ini.

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

No.	Aitem	Koefisien Aiken'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
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	1	Valid

	menghabiskan waktu untuk melihat tren terbaru.		
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 *relatedness* 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 diikutsertakan 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 informasi 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 terpenuhinya kebutuhan akan <i>self</i>	Ketakutan	1, 2	3	4
	Kekhawatiran	6, 8	10	7
Tidak terpenuhinya kebutuhan akan <i>relatedness</i>	Kecemasan	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 aktif 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%
Godean	31	15,8%
Minggir	1	0,5%
Mlati	1	0,5%
Ngaglik	3	1,5%
Ngemplak	2	1%
Pakem	1	0,5%
Prambanan	6	3,1%
Seyegan	4	2,0%
Sleman	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, Ngemplak, Pakem, dan Tempel masing-masing berjumlah 1 orang atau setara 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 (43,9%), diikuti oleh Instagram sebanyak 69 responden (35,2%). 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	Statistik	Hipotetik	Empirik
Social Comparison	Xmin	9	21
	Xmax	45	41
	Mean	27	31,67
	SD	6	3,28
FoMO	Xmin	9	17
	Xmax	45	45
	Mean	27	28,89
	SD	6	4,81

Keterangan :

Skor hipotetik : diperoleh berdasarkan skala.

Skor empirik : diperoleh berdasarkan hasil penelitian.

Merujuk pada tabel di atas, diketahui bahwa variabel *social comparison* 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. 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, 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 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	<i>Social Comparison</i>	FoMO
Sangat Rendah	$X < 25,77$	$X < 20,23$
Rendah	$25,77 \leq X < 29,70$	$20,23 \leq X < 26$
Sedang	$29,70 \leq X < 33,64$	$26 \leq X < 31,78$
Tinggi	$33,64 \leq X < 37,57$	$31,78 \leq X < 37,55$
Sangat Tinggi	$X > 37,57$	$X > 37,55$

Tabel 4. 15 Kategorisasi Data Penelitian Tiap Variabel

Kategorisasi	<i>Social Comparison</i>		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 salah satu syarat penting sebelum melakukan uji hipotesis dengan tujuan untuk menguji hubungan antar variabel. Uji asumsi yang dilakukan yaitu uji normalitas dan uji linearitas. Uji asumsi dilakukan menggunakan bantuan SPSS 26 *for Windows*.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah sebaran data terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* yang dianalisa menggunakan 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
<i>Social Comparison</i>	0,000	Tidak Normal
FoMO	0,000	Tidak Normal

Berdasarkan hasil uji normalitas yang telah dilakukan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* dapat diketahui bahwa hasil distribusi pada variabel *social comparison* tidak terdistribusi normal. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sedangkan pada variabel FoMO menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa skala FoMO tidak terdistribusi 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 oleh peneliti setelah melakukan uji asumsi yang meliputi uji normalitas dan uji linearitas. Uji hipotesis yang digunakan yaitu analisis korelasi *Spearman Rank*. Korelasi *Spearman Rank* dilakukan apabila 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 <i>Spearman's rho</i>	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	0,409
Perempuan	95,78	

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	0,857
Perempuan	99,10	

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* di kalangan 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 kecenderungan individu untuk melakukan evaluasi diri melalui *social comparison*.

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 kecenderungan melakukan *social comparison* dan memantau aktivitas sosial orang lain melalui media daring.

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.

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 tertinggal 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.

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 Almayniwati 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 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 *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 Najla dan 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 *Asymp. 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 daya beda pada variabel FoMO 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 Sianipar dan Kaloeti (2019) yang menyebutkan bahwa perempuan lebih rentan mengalami FoMO. Kondisi ini dapat dikaitkan dengan kebutuhan perempuan yang lebih besar untuk diterima 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 cemas 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.

Penelitian 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, penelitian 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.