

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latarbelakang

Internet saat ini telah menjadi sebuah inisiatif baru dalam pertukaran informasi antara individu satu dan individu lainnya. Melalui ponsel cerdas yang telah terhubung dengan internet, individu dapat mengakses banyak hal. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2019-2020 terhadap “Beragam Alasan Mengapa Seseorang Menggunakan Internet” bahwa media sosial menduduki persentase tertinggi sebesar 51,5%. Adapun persentase situs terpopuler menurut data dari *We are Social & Hootsuite* diantaranya Youtube 88%, Whatsapp 84%, Facebook 82%, dan Instagram 79%.

Pengguna Instagram di Indonesia berdasarkan data dari *Statista* pada Januari tahun 2021 menduduki peringkat ke empat teratas setelah Amerika, India, dan Brazil. Data yang diterbitkan *NapoleonCat* pada Januari tahun 2021 menunjukkan terdapat 82 juta pengguna Instagram di Indonesia. Usia 18-24 tahun merupakan kelompok pengguna Instagram tertinggi. Sementara itu, data Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi tahun 2018 mencatat pengguna internet termasuk media sosial di Kota Jambi sebesar 41% dimana angka tersebut merupakan persentase tertinggi se-Provinsi Jambi.

Instagram merupakan suatu aplikasi jejaring sosial yang terpusat pada konten visual dimana memungkinkan penggunaanya dengan mudah mengedit foto dan video mereka (Frison & Eggermont, 2017). Tidak seperti Facebook dan Twitter yang berbasis pada tulisan, Instagram menyediakan fitur unik dengan membagikan unggahan gambar terlebih dahulu diikuti kutipan singkat. Instagram dinilai sebagai suatu media yang tepat untuk menjalin interaksi sosial (Hwang & Cho, 2018).

Sheldon & Bryant (2016) menemukan bahwa motif penggunaan Instagram diantaranya: 1) pengamatan/mengetahui sesuatu terhadap orang lain; 2) Dokumentasi; 3) Popularitas; dan 4) Kreatifitas. Motif pengamatan/mengetahui sesuatu terhadap orang lain merupakan alasan paling berpengaruh di balik

penggunaan Instagram. Motif ini mencerminkan “mengikuti” dan “menyukai” unggahan orang lain, mencari informasi seputar status sosial-ekonomi seseorang, status hubungan, jumlah teman, dan hal lain yang ditampilkan di profil Instagramnya.

Terdapat berbagai berbagai fitur menarik dalam media sosial Instagram. Salah satu fitur yang ada yaitu *instastory*. Melalui fitur *instastory*, individu dapat mengunggah cerita untuk dapat terhubung dengan teman, sarana komunikasi, media promosi, ataupun sebagai wadah untuk bercerita. Namun di lain sisi, Mahardika & Farida (2019) menemukan bahwa pengungkapan diri di *instastory* cenderung tidak jujur akan suatu kondisi yang dihadapi individu. Seseorang mengunggah *story* yang bersifat pencitraan atau hal-hal baik tentang dirinya, bahkan terdapat tuntutan dari orang lain untuk mengunggah *story* dengan berbagai alasan tertentu.

Selain fitur *instastory*, individu dapat menunjukkan dirinya dengan mengunggah foto dan video di fitur *feed* Instagram dengan harapan agar orang lain memberikan tanda suka atau komentar. Setiap hasil unggahan yang disukai atau dikomentari oleh pengguna lain menunjukkan bahwa keberadaan individu diterima dalam lingkungan sosial (Puspitasari, 2016). Intensitas penggunaan Instagram yang tinggi kemudian akan mendorong individu untuk mengunggah foto dan memiliki *followers* yang tinggi pula (Rodríguez dkk, 2020).

Data *Royal Society for Public Health* (RSPH) tahun 2017 menunjukkan bahwa Instagram merupakan media sosial terburuk bagi kesehatan mental melebihi Facebook, Snapchat, Twitter, dan Youtube. Dari data tersebut, dampak buruk yang dapat dipicu oleh penggunaan Instagram seperti kecemasan, depresi, kesepian, gangguan tidur, pandangan negatif terhadap tubuh, *bullying*, dan FOMO. Penelitian Woods & Scott (2016) menemukan pula bahwa penggunaan media sosial secara terus-menerus berdampak pada kualitas tidur yang buruk, rendahnya harga diri, kecemasan dan depresi.

Intensitas penggunaan media sosial dapat diartikan sebagai seberapa sering individu menggunakan waktunya untuk terhubung dengan media sosial secara

berkelanjutan (Kumar & Priyadarshini, 2018). Adapun lima komponen intensitas penggunaan media sosial diantaranya: 1) Saat relaksasi dan waktu luang; 2) Saat berada dalam ruang lingkup akademis / pekerjaan ; 3) Saat berada di tempat umum; 4) Saat sedang mengalami stres; dan 5) Motif penggunaan (Olufadi, 2016). Data awal yang dilakukan dalam wawancara kepada responden menemukan bahwa individu membuka Instagram di berbagai tempat diantaranya rumah, kampus, maupun tempat umum saat menunggu ojek daring.

“(membuka Instagram) di rumah, karena jarang kuliah sekarang kan, jadi dirumah, kalau kuliah pun lagi di kampus pun kadang-kadang buka Instagram, kadang kadang kebetulan saya gak bisa naik motor jadi nunggu-nunggu gojek, waktu main juga, sering lah pokoknya”-NS (20th, perempuan) diwawancarai pada 11 April 2021

Individu juga membuka Instagram saat sedang merasa bosan dengan tujuan untuk melihat informasi terbaru terhadap kehidupan teman-temannya. Individu tidak hanya membuka Instagram saat waktu luang namun juga menyempatkan untuk membuka Instagram ketika sedang mengerjakan tugas. Pada saat stres mengerjakan tugas, individu mengalihkan rasa stres tersebut dengan membuka Instagram. Hal ini ditemukan dalam wawancara pada responden.

“... ya balik lagi tujuan awal buka instagram itu boring (bosan) gitu kan, jadi ketika sudah scroll (melihat unggahan di timeline) lanjut buka story, untuk tau update-an kehidupan teman-teman”-NS (20 th, perempuan) diwawancarai pada 11 April 2021

“pas jam-jam senggang lah udah ngerjoin tugas segala macam baru buka (instagram) tapi dak jugo sih, kadang lagi ngerjoin tugas pun sempat-sempatin nengok IG (membuka instagram)”-PZ (21 th, perempuan) diwawancarai pada 26 November 2020

“Kadang tu kan kita lagi fokus tu (mengerjakan tugas), terus juga tiba tiba mumet (stress) gitu kan, atau mau istirahat dulu jadi buka instagram atau sosial media, gitu”-NS (20 th, perempuan) diwawancarai pada 11 April 2021

Berbagai motif ditemukan dalam membuka Instagram pada responden yang diwawancarai. Adapun motif-motif dalam membuka Instagram diantaranya ingin

mengetahui kegiatan orang lain, melihat *explore*, mencari berita, melihat *story*, unggahan teman, dan melakukan *live* (siaran langsung). Selain itu, responden juga melakukan *stalker* atau mencari tau terkait orang lain melalui Instagram dikarenakan rasa penasaran.

“kalau akun pribadi aku sendiri itu biasanya ngeliat explore, kayak berita-berita gitulah, terus masukin snap (story) kalau misalnya lagi jalan pergi-pergi segala macam kayak gitu lah, live IG (Instagram) jugo tapi jarang, ngeliat story dan postingan sering”-PZ (21 th, perempuan) diwawancarai pada 26 November 2020

“Kepo (ingin tau) bae sih dengan orang, jadi pingin buka instagram pingin nengok orang tu bae gitu, ngapo kegiatan orang tu, gitu, nengok foto orang tu, terus nak stalker jugo kadang-kadang. Karena penasaran dengan orang tu jadi stalker la” – AR (21 th, perempuan) diwawancarai pada 26 November 2020

Paparan dari konten Instagram yang berlebihan dapat membahayakan pengguna Instagram ketika mereka terlibat dalam perbandingan sosial yang negatif (Sherlock & Wagstaff, 2018). Perbandingan diri di media sosial dapat memunculkan FOMO disebabkan perasaan bahwa orang lain terlibat pengalaman yang lebih menyenangkan (Reer dkk, 2019). Semakin tinggi seseorang dalam memiliki perasaan takut, cemas, gelisah maupun khawatir bila tidak ikut terlibat dalam kegiatan sosial bersama orang disekitarnya, ia akan cenderung semakin memiliki keterikatan dengan media sosialnya hingga menimbulkan konsekuensi negatif bagi dirinya (Risdyanti dkk, 2019).

FOMO merupakan perasaan khawatir ketika orang lain memiliki pengalaman yang lebih menyenangkan tanpa dan daripada dirinya. Beberapa komponen FOMO yaitu ketakutan terlewatkannya peristiwa, pengalaman, dan percakapan dalam lingkaran sosial (Przybylski dkk, 2013). FOMO dicirikan dengan keinginan untuk terus terhubung secara sosial (Riordan dkk, 2015). Penelitian Akbar dkk (2018) menambahkan bahwa ciri-ciri FOMO diantaranya individu tidak dapat lepas dari *smartphone*-nya, selalu mengecek dan membagikan hal apapun di media sosial seperti kegiatan, hal-hal yang disukai, perasaan yang dirasakan, dan momen berharga yang dimiliki.

Penelitian yang dilakukan Fabris dkk (2020) menemukan bahwa FOMO berhubungan dengan stres oleh pengabaian teman, pemicu kecanduan media sosial, dan berdampak negatif pada kesejahteraan emosional remaja. Perasaan takut, gelisah, sepi, dan penasaran dirasakan salah satu responden saat mencoba untuk tidak membuka Instagram dalam waktu beberapa hari. Kegelisahan tersebut dipicu oleh keinginan untuk mengetahui sesuatu yang terjadi di Instagram.

“... aku pernah challenge (menantang) diri aku dak buka IG dalam tiga hari karena toxic (berdampak buruk) nian dulu media sosial tu aku nengok orang-orang tu kan. Pas challenge (menantang tidak buka IG) tu, benar-benar kek sepi nian, kek takut ketinggalan berita, kepikiran terus, terus malam-malam pingin nengok (Instagram), apolagi kan mak (ibu) aku punyo Instagram jugo terus kalo dio scroll (melihat-lihat unggahan) di Instagram kayak sesekali ngintip ...” – PZ (21 th, perempuan) diwawancarai pada tanggal 26 November 2020

Penelitian Christina dkk (2019) menemukan bahwa seseorang yang memiliki kecenderungan tinggi untuk berperilaku berdasarkan emosi-emosi negatif memiliki risiko lebih tinggi mengalami kekhawatiran mendalam akibat penggunaan media sosial. Adapun kekhawatiran yang dimaksud yaitu khawatir bahwa orang lain di luar sana sedang melakukan sesuatu atau mengalami peristiwa yang lebih menyenangkan tanpa dirinya. Perasaan ditinggalkan dalam aktivitas dikarenakan pemikiran individu yang merasa jika tidak ada di dalam unggahan yang tampil di media sosial maka orang lain menganggap dirinya tidak tergabung dalam kelompok, ditinggalkan oleh teman-teman, ataupun sedang memiliki konflik. Hal ini ditemukan dalam wawancara yang dilakukan kepada responden.

“karena dak ado di dalam (story) situ, kek raso dak diajak gitu, raso kayak ditinggal. karena orang pasti ngeh (sadar) dak sih, ih ini mano kok dak ado, kayak mungkin orang biso be berfikir ini lagi bebalah (bertengkar) kah, atau lagi apo, jadi rasa tertinggal gitu kayak dak diajak. Nganggap kek gitu, atau orang ni dak bekawan lagi gitu nah, apo emang ditinggalin karena dak sesuai, dak cocok, gitu.” – AR (21 th, perempuan) diwawancarai pada tanggal 26 November 2020

Perasaan sedih dan takut tertinggal dalam percakapan merupakan salah satu bentuk dalam fenomena FOMO. FOMO dapat menyebabkan tingginya aktivitas penggunaan media sosial yang mengarah pada perilaku kecanduan media sosial

(Fathadhika & Afriani, 2018). Sejalan dengan itu, penggunaan media sosial yang tinggi memiliki keterkaitan untuk seseorang dapat mengalami FOMO (Roberts & David, 2020). Perasaan takut tertinggal mendorong individu untuk terus *update* berita terkini agar dapat membagikan kembali berita tersebut kepada teman-temannya sehingga ia tidak dianggap ketinggalan berita. Hal tersebut ditemukan dalam wawancara pada responden.

“Iyo karna aku orangnyo kepoan (ingin tau), kalau misalnya mano tau kagek bahan itu (obrolan itu) biso di omongin lagi pas aku ngumpul dengan kawan aku, jadi aku dak ketinggalan berita”-PZ (21 th, perempuan) diwawancarai pada tanggal 26 November 2020

“Yo orang tu biso ngomong-ngomong gitu nah, takut ketinggalan gossip”-PZ (21 th, perempuan) diwawancarai pada tanggal 26 November 2020

“Kalau aku sih pingin cari tau yo, kek jangan sampai kito ketinggalan, maksudnyo tu kek kadangkan kita dari situ lah ngerasa update entah-entah orang sudah kek gini kita masih kek gini, jadi ya cari tau” –NS (20th, perempuan) diwawancarai pada tanggal 11 April 2021

Dampak yang kemudian ditimbulkan FOMO membuat seseorang tidak sepenuhnya menikmati kebersamaan di dunia nyata, tidak peduli terhadap lingkungan sekitar, terganggu waktu tidur, terganggu waktu makan dan merasa kurang dengan apa yang telah dimiliki (Akbar dkk., 2018). Penelitian yang dilakukan Reer dkk (2019) menemukan bahwa meningkatnya penggunaan media sosial dapat menimbulkan perbandingan terhadap kehidupan orang lain dan mengalami FOMO, yang secara bersamaan memicu rendahnya kesejahteraan individu.

Pandemi Covid 19 menjadi kontribusi yang menyebabkan lonjakan dalam penggunaan media digital. Penelitian Hayran & Anik (2021) menemukan bahwa selama pandemic disaat pembatasan sosial untuk tetap berada di dalam rumah, individu dapat mengalami FOMO. Keterlibatan tinggi dalam aktivitas daring memicu FOMO yang kemudian mengarah pada peningkatan keterlibatan dengan media sosial. Bahkan, FOMO ditemukan tidak berkurang setelah vaksin

diumumkan dan pembatasan dilonggarkan yang menunjukkan bahwa individu telah beradaptasi dengan kehidupan "normal baru" dan terikat dengan media digital.

Penelitian Gioia dkk (2021) menemukan pula bahwa selama pandemi covid 19, ketakutan dikucilkan dari apa yang terjadi "di luar" telah dialihkan ke apa yang terjadi "di rumah" yaitu dalam pengalaman interaksi sosial secara daring di antara teman-teman. Hal tersebut merupakan satu-satunya kesempatan untuk bersosialisasi yang dimiliki selama pembatasan sosial. Selain itu, kebutuhan "validasi ego" melalui perbandingan yang biasanya mendasari penggunaan media sosial dan ketakutan dikucilkan tetap berada di tingkat tinggi, meskipun adanya pembatasan sosial untuk terus berada di dalam rumah.

Dalam perbedaan jenis kelamin, penelitian Beyens dkk (2016) menemukan bahwa perempuan memiliki tingkat *fear of missing out* yang tinggi dibandingkan laki-laki. Hal ini didasari oleh kecenderungan perempuan yang lebih tinggi dalam kebutuhan diterima, diakui dalam kelompok dan lebih rentan terhadap stress. Przybylski dkk (2013) dalam penelitiannya dengan subjek dari rentang usia 18 sampai 62 tahun mendapatkan hasil bahwa usia lebih muda memiliki tingkat *fear of missing out* yang lebih tinggi.

Penelitian yang dilakukan Savitri (2019) menemukan bahwa terdapat hubungan negatif antara FOMO dengan kesejahteraan psikologis pada usia *emerging adulthood*. Dalam penelitian ini ditemukan pula bahwa individu yang memiliki tingkat FOMO yang tinggi cenderung memiliki kemandirian yang rendah dan mudah terpengaruh oleh lingkungan sosialnya. *Emerging adulthood* adalah periode transisi dari masa remaja menuju dewasa berlangsung dari usia 18 sampai 25 tahun (Santrock, 2016). Karakteristik utama dalam periode perkembangan *emerging adulthood* yaitu mengembangkan identitas yang lebih kuat terhadap diri mereka, kemampuan, keterbatasan, keyakinan, nilai yang dianut, dan beradaptasi di lingkungan sosial masyarakat (Arnett, 2018).

Eksplorasi identitas diri dan status hubungan percintaan yang ditampilkan di media sosial dapat memunculkan FOMO pada remaja dan *emerging adulthood*

yang merasa takut tertinggal (Davis dkk, 2020). Zimmermann & Iwanski (2014) menemukan pola regulasi emosi yang masih serupa pada remaja dan *emerging adulthood*. Hal tersebut dicirikan dengan kurang mampu dalam regulasi terhadap emosi amarah, menekan perasaan takut, dan penghindaran emosi sedih.

Berangkat dari Fenomena diatas, penelitian terkait Hubungan antara Intensitas Penggunaan Instagram dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada *Emerging Adulthood* di Kota Jambi pada Masa Pandemi Covid 19 menjadi hal yang menarik untuk dilakukan dalam mengetahui lebih jauh apakah terdapat hubungan yang signifikan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah pada latarbelakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana hubungan antara intensitas penggunaan Instagram dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada *emerging adulthood* di Kota Jambi pada Masa Pandemi Covid 19?
2. Bagaimana gambaran intensitas penggunaan Instagram pada *emerging adulthood* di Kota Jambi pada Masa Pandemi Covid 19?
3. Bagaimana gambaran *Fear of Missing Out* (FOMO) pada *emerging adulthood* di Kota Jambi pada Masa Pandemi Covid 19?
4. Bagaimana perbedaan tingkat *Fear of Missing Out* pada *emerging adulthood* di Kota Jambi pada Masa Pandemi Covid 19 berdasarkan jenis kelamin?
5. Bagaimana perbedaan tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) pada *emerging adulthood* di Kota Jambi pada Masa Pandemi Covid 19 berdasarkan usia?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Adapun tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk melihat hubungan antara intensitas penggunaan Instagram dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada *emerging adulthood* di Kota Jambi pada Masa Pandemi Covid 19.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Untuk melihat gambaran Intensitas Penggunaan Instagram pada *emerging adulthood* di Kota Jambi pada Masa Pandemi Covid 19
2. Untuk melihat gambaran *Fear of Missing Out* pada *emerging adulthood* di Kota Jambi pada Masa Pandemi Covid 19
3. Untuk melihat perbedaan tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) pada *emerging adulthood* di Kota Jambi pada Masa Pandemi Covid 19 berdasarkan jenis kelamin
4. Untuk melihat perbedaan tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) pada *emerging adulthood* di Kota Jambi pada Masa Pandemi Covid 19 berdasarkan usia

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Memberikan suatu wawasan yang dapat memperkaya keilmuan khususnya bidang Psikologi terhadap suatu fenomena baru dalam penggunaan Instagram yaitu *Fear of Missing Out*
2. Memperluas penelitian terkait *Fear of Missing Out* ditinjau dari intensitas penggunaan Instagram pada *emerging adulthood*
3. Tambahan rujukan untuk penelitian-penelitian selanjutnya terkait suatu fenomena yang ditimbulkan dari penggunaan Instagram

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi *Emerging Adulthood*
Dari hasil penelitian ini, *emerging adulthood* diharapkan dapat mengelola waktu penggunaan Instagram untuk meminimalisir gangguan-gangguan yang dapat ditimbulkan dari penggunaan media sosial.
2. Bagi Pembaca
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan pertimbangan penggunaan Instagram sehingga pembaca dapat mengantisipasi faktor-faktor terjadinya kasus *Fear of Missing Out*.

3. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber atau acuan bagi peneliti lain yang mengangkat topik serupa terkait penggunaan media sosial terhadap kesehatan mental individu.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei mengenai hubungan intensitas penggunaan Instagram dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada *emerging adulthood* di Kota Jambi pada Masa Pandemi Covid 19. Instagram menjadi menarik di teliti karena tingginya angka pengguna Instagram oleh *emerging adulthood* diantara media sosial lainnya. Pandemi covid 19 menjadi kontribusi keterlibatan individu untuk terus terhubung secara daring melalui media sosial. Adapun dampak buruk yang dapat ditimbulkan oleh penggunaan Instagram yang bermasalah salah satunya yaitu FOMO.

FOMO merupakan kondisi dimana seseorang merasa gelisah ketika orang lain mengalami pengalaman yang lebih menyenangkan tanpa dan daripada dirinya. Penggunaan media sosial yang tinggi dapat memunculkan FOMO. Intensitas penggunaan Instagram diartikan sebagai seberapa sering individu menggunakan waktunya untuk terhubung dengan media sosial Instagram.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive random sampling* untuk penentuan sampel penelitian. Populasi dalam penelitian ini yaitu *emerging adulthood* dengan usia 18 sampai 25 tahun yang berdomisili di Kota Jambi. Sementara itu, sampel dari penelitian ini merupakan *emerging adulthood* dengan kriteria memiliki akun Instagram yang aktif.

Penelitian dilakukan dengan menyebar kuisioner melalui survei daring dalam waktu selama 2 bulan. Dari waktu tersebut, proses dimulai dari pengambilan data sampai pada tahap analisis dan interpretasi. Metode dalam pengumpulan data dengan konstruksi alat ukur skala intensitas penggunaan

Instagram dan skala *Fear of Missing Out* (FOMO). Analisis data yang digunakan adalah analisis korelasi. Analisis data menggunakan JASP 0.12.2.0 dan SPSS.

1.6 Keaslian Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk melihat hubungan intensitas penggunaan Instagram dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada *emerging adulthood* di Kota Jambi pada Masa Pandemi Covid 19. Beberapa penelitian digunakan sebagai bahan referensi. Tabel berikut memuat penelitian terdahulu yang telah dilakukan dengan variabel pada penelitian ini.

Tabel 1. 1 Keaslian Penelitian

No.	Judul	Peneliti	Jurnal/ Artikel/ Naskah Publikasi	Desain Penelitian	Hasil dan Kesimpulan
1.	The Social Media Party: Fear of Missing Out (FoMO), Social Media Intensity, Connection, and Well-Being	James A. Roberts & Meredith E. David	International Journal of Human-Computer Interaction Vol. 36, no. 4 tahun 2020	- Studi 1 : sampel 107 mahasiswa untuk mengukur FOMO, intensitas media sosial dan hubungan sosial - Studi 2 : sampel 458 mahasiswa, pengukuran sama seperti studi satu dengan melibatkan tambahan variabel yaitu kesejahteraan subjektif	- Studi 1 menemukan bahwa FoMO berhubungan positif dengan intensitas media sosial - Studi 2 menemukan bahwa FoMO berdampak pada kesejahteraan individu baik secara langsung (negatif) maupun tidak langsung (positif) melalui dampaknya pada intensitas media sosial dan hubungan sosial.
2.	Impact of Problematic Smartphone Use and Instagram Use Intensity on Self-Esteem	José-María Romero-Rodríguez, Inmaculada Aznar-Díaz,	International Journal of Environmental Research	- desain penelitian cross-sectional diadopsi dengan menerapkan survei online	- Hasil penelitian menunjukkan bahwa usia merupakan faktor yang mempengaruhi penggunaan smartphone yang bermasalah dan

	with University Students from Physical Education	Rebeca Soler-Costa, Carmen Rodríguez-Jiménez, José-Antonio Marín-Marín	and Public Health Vol. 17 no. 12 tahun 2020	untuk sampel mahasiswa sarjana dengan jumlah sampel penelitian 385 orang.	intensitas penggunaan Instagram. - Intensitas penggunaan Instagram secara signifikan mempengaruhi jumlah foto yang dipublikasikan di jejaring sosial, dimana pengaruhnya positif, selain itu semakin intensif penggunaan akan semakin banyak jumlah <i>followers</i> , begitu pula sebaliknya.
3.	Emotion regulation from early adolescence to emerging adulthood and middle adulthood: Age differences, gender differences, and emotion-specific developmental variations	Peter Zimmermann, Alexandra Iwanski	International Journal of Behavioral Development Vol. 38(2) tahun 2014	- Sampel 1.305 orang Jerman, 52% wanita. Sampel dibagi menjadi 9 kelompok usia yaitu : 11,13,15,17,19, 22,25,29, dan 50 tahun. - Penelitian mengukur intensitas emosi terkait kesedihan, ketakutan, kemarahan, dan kegembiraan yang dialami dalam situasi yang di gambarkan	- Terdapat peningkatan dan penurunan berdasarkan usia dalam strategi regulasi emosi - Remaja pertengahan menunjukkan strategi regulasi emosi yang terendah - ditemukan pola regulasi emosi yang masih serupa pada remaja dan <i>emerging adulthood</i> yang dicirikan dengan tingginya disregulasi amarah, menekan rasa takut, kepasifan dan penghindaran yang tinggi ketika merasa sedih
4.	Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out	Felix Reer, Wai Yen Tang and Thorsten Quandt	New Media & Society, Vol.21(7), tahun 2019	- Sampel 1865 pengguna internet Jerman berusia 14-39 tahun - Sampel dikelompokkan berdasarkan usia, jenis kelamin, dan wilayah tempat tinggal.	- Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesepian, depresi, dan kecemasan berhubungan positif dengan peningkatan keterlibatan media sosial. - Perbandingan Sosial dan FOMO berhubungan positif yang menunjukkan bahwa mereka yang memiliki Perbandingan Orientasi Sosial yang

						tinggi berisiko untuk mengalami FoMO.
5.	<i>Social Media Engagement</i> sebagai Mediator antara <i>Fear of Missing Out</i> dengan Kecanduan Media Sosial pada Remaja	Sarentya Fathadhika , Afriani	Jurnal Psikologi Sains dan Profesi, Vol. 2 No. 3 tahun 2018	-	Penelitian kuantitatif metode korelasi Jumlah 343 subjek usia 13-18 tahun di Kota Banda Aceh Teknik <i>multistage cluster sampling</i>	- Ditemukan 28,6% subjek mengalami kecanduan media sosial 10,5% mengalami FOMO dengan tingkat tinggi 21,9% mengalami <i>social media engagement</i> Hampir seluruh remaja menggunakan media sosial 15 menit sebelum tidur dan 15 menit setelah tidur

Berdasarkan pemaparan tabel keaslian penelitian, dapat diketahui persamaan dan perbedaan penelitian ini dan lima penelitian terdahulu. Persamaan pertama yaitu berkenaan dengan fenomena yang diteliti terkait *Fear of Missing Out* (FOMO). Beberapa penelitian juga menggunakan teknik korelasi untuk melihat keterkaitan antar variabel. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak dari judul penelitian dan variabel yang dikaitkan dengan variabel FOMO. Selanjutnya, dalam penelitian ini sampel lebih spesifik kepada usia *emerging adulthood* dengan kriteria menggunakan Instagram yang berdomisili di Kota Jambi.

Beberapa hal yang dipaparkan diatas merupakan bukti keaslian penelitian ini. Hal tersebut dapat menjelaskan bahwa penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang merupakan hasil karya peneliti sendiri.