

**HUBUNGAN ANTARA KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN  
*FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DI MEDIA SOSIAL PADA  
MAHASISWA DENGAN KETERLIBATAN MEDIA SOSIAL  
SEBAGAI VARIABEL PERANTARA**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**ANNISA H. HARIANTO**

**NIM. 111511133153**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA**

**2019**

**HUBUNGAN ANTARA KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DI MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA DENGAN KETERLIBATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI VARIABEL PERANTARA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi Universitas Airlangga Surabaya

Disusun Oleh:

ANNISA H. HARIANTO

NIM. 111511133153

FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA

2019



## LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam Skripsi yang saya peroleh dari hasil karya tulis orang lain, telah saya tuliskan sumbernya dengan jelas, sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah.

Apabila pada kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam Skripsi saya, maka saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang telah saya sandang, beserta segala konsekuensinya, sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Surabaya, 12 Desember 2019  
Menyetujui




**(Annisa Hawa Harianto)**

**HALAMAN PRSETUJUAN**

**HUBUNGAN ANTARA KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* DI MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA  
DENGAN KETERLIBATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI VARIABEL  
PERANTARA**

Surabaya, 25 November 2019

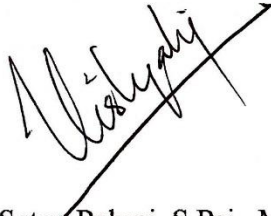
Skripsi ini telah disetujui oleh  
Dosen Pembimbing Penulisan Skripsi

  
Prof. Dr. Suryanto, M.Si., Psikolog  
NIP: 196501221992031002

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji pada hari Kamis, tanggal  
12 Desember 2019 dengan susunan dewan penguji:

Ketua,



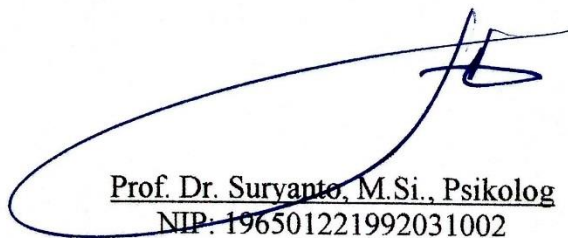
Listyati Setyo Palupi, S.Psi., M.DevPract.  
NIP: 198304122006042001

Sekretaris,



Rizqy Amelia Zein, S.Psi, M.Sc.  
NIP: 198911162015042003

Anggota,



Prof. Dr. Suryanto, M.Si., Psikolog  
NIP: 196501221992031002

**HALAMAN MOTTO**

*You don't have a right to the cards you believe you should have been dealt.*

*You have an obligation to play the hell out of the ones you're holding.*

(Strayed, 2012)

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

*For everyone who thinks they're trapped in life and can't stop scrolling on  
Instagram.*

*For everyone who looking for 'social' in social media.*

*For me.*

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Allah SWT, atas berkat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi berjudul *Hubungan Antara Kebutuhan Afiliasi dengan Fear of Missing Out (FoMO) di Media Sosial pada Mahasiswa dengan Keterlibatan Media Sosial sebagai Variabel Perantara*. Proses penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Nurul Hartini, M. Kes., Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Surabaya.
2. Prof. Dr. Suryanto, M.Si., Psikolog, selaku dosen pembimbing skripsi. Terimakasih telah berkenan meluangkan waktu untuk berdiskusi, atas masukan, dan kritikan selama proses pengerjaan skripsi.
3. Ilham Nur Alfian, M.Psi., Psikolog, Ike Herdiana, M.Psi., Psikolog, selaku *professional judges*. Terimakasih telah memberikan saran dan waktu.
4. Sarentya Fathadhika dan Irma Suryani Effendy yang mengizinkan saya menggunakan alat ukur. Terimakasih atas bantuannya.
5. Kedua Orang Tua saya, Ririn Indayati dan Bambang Harianto. Terimakasih atas segala dukungan dan kesabarannya.
6. Teman-teman seperjuangan saya, Aminah Nurhayati Lubis, Dinda Oktiana Sari, Latifatul Ainiyah, Dhea Likhusnianti Khafidar, Lilik Suryani, Stefani Agnesia Liadi, Dyah Ayu Savitri, Selvi Dewi Afni dengan pencerahan-pencerahan disaat saya menemukan jalan buntu mengenai perskripsian maupun kehidupan. Terimakasih telah mau dan selalu ada untuk mendengarkan.



7. Keluarga Tutut Cemara, Mira, Alvin, Ayuda dengan kasabarannya menghadapi tingkah saya di kosan ketika sedang stress mengerjakan skripsi. Terimakasih mau menerima penghuni yang hanya datang untuk mengerjakan skripsi.
8. Tete Elsa Fanova, Bli Kadek Ardika, Bli Bayu Merthaguna, yang telah menemani saya selama enam bulan di Bali, mengajarkan saya untuk menjadi orang baik dan selalu berusaha bahagia dimana pun saya ditempatkan. Terimakasih atas semangatnya.
9. Seratus dua puluh satu responden penelitian saya, Terimakasih atas kesediaannya meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.
10. Serta seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Terimakasih atas segala bentuk dukungan yang diberikan.

Surabaya, 21 November 2019

Penulis

**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR ISTILAH .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
ABSTRAK .....	xviii
<i>ABSTRACT</i> .....	xix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	7
1.3. Batasan Masalah .....	9
1.3.1. Mahasiswa .....	9
1.3.2. <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> .....	10
1.3.3. Media Sosial .....	11
1.3.4. Kebutuhan Afiliasi .....	12
1.4. Rumusan Masalah .....	13
1.5. Tujuan Penelitian .....	13
1.6. Manfaat Penelitian .....	14
1.6.1. Manfaat Teoritis .....	14
1.6.2. Manfaat Praktis .....	14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	16
2.1. Media Sosial .....	16
2.1.1. Definisi Media Sosial .....	16
2.1.2. Kategori Media Sosial .....	16
2.1.3. Dampak Penggunaan Media Sosial .....	19
2.1.4. Definisi Keterlibatan Media Sosial .....	20
2.2. <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> .....	21
2.2.1. Definisi <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> .....	21
2.2.2. Jenis-Jenis dari <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> .....	21
2.2.3. Aspek-Aspek dari <i>Fear of Missing Out</i> .....	24
2.2.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Fear of Missing Out</i> ( <i>FoMO</i> ) .....	26
2.2.5. Dampak <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> .....	27
2.3. Kebutuhan Afiliasi .....	27
2.3.1. Definisi Kebutuhan Afiliasi .....	27
2.3.2. Aspek-Aspek Kebutuhan Afiliasi .....	28
2.3.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebutuhan Afiliasi.....	30
2.4. Hubungan Antara Keterlibatan Media Sosial dengan <i>Fear of Missing</i> <i>Out (FoMO)</i> di Media Sosial .....	32
2.5. Hubungan Antara Kebutuhan Afiliasi dengan <i>Fear of Missing Out</i> ( <i>FoMO</i> ) di Media Sosial .....	33
2.6. Hubungan Antara Kebutuhan Afiliasi dengan <i>Fear of Missing Out</i> ( <i>FoMO</i> ) di Media Sosial dengan Keterlibatan Media Sosial sebagai Variabel Perantara .....	34
2.7. Kerangka Konseptual .....	35
2.8. Hipotesis .....	35
BAB III METODE PENELITIAN .....	36
3.1. Tipe Penelitian .....	36
3.2. Identifikasi Variabel .....	36
3.2.1. Variabel Bebas (X) .....	36
3.2.2. Variabel Terikat (Y) .....	36

3.2.3. Variabel Bebas Mediator ( <i>Z</i> ) .....	36
3.3. Definisi Operasional .....	37
3.3.1. <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> .....	37
3.3.2. Keterlibatan Media Sosial .....	38
3.3.3. Kebutuhan Afiliasi .....	39
3.4. Subyek Penelitian .....	41
3.4.1. Populasi .....	41
3.4.2. Sampel .....	41
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.5.1. Skala <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> .....	42
3.5.2. Skala Keterlibatan Media Sosial .....	43
3.5.3. Skala Kebutuhan Afiliasi .....	44
3.6. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur .....	45
3.6.1. Validitas .....	45
3.6.2. Reliabilitas .....	46
3.7. Analisis Data .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
4.1. Gambaran Subyek Penelitian .....	48
4.2. Pelaksanaan Penelitian .....	51
4.2.1. Persiapan Penelitian .....	51
4.2.2. Persiapan Instrumen Penelitian .....	52
4.2.3. Pengambilan Data .....	53
4.3. Analisis Deskriptif .....	53
4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	55
4.4.1. Hasil Uji Normalitas .....	55
4.4.2. Hasil Uji Homoskedastisitas .....	56
4.4.3. Hasil Uji Multikolinearitas .....	57
4.5. Hasil Uji Hipotesis .....	59
4.5.1. Hubungan Antara Keterlibatan Media Sosial dengan <i>Fear of Missing Out</i> di <i>media</i> sosial .....	59

4.5.2. Hubungan Antara Kebutuhan Afiliasi dengan <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> di Media Sosial .....	60
4.5.3. Hubungan Antara Kebutuhan Afiliasi dengan <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> di Media Sosial dengan Keterlibatan Media Sosial sebagai Variabel Perantara .....	60
4.6. Hasil Analisis Jalur .....	62
4.7. Pembahasan .....	63
4.7.1. Hubungan Antara Keterlibatan Media Sosial dengan <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> di Media Sosial .....	63
4.7.2. Hubungan Antara Kebutuhan Afiliasi dengan <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> di Media Sosial .....	65
4.7.3. Hubungan Antara Kebutuhan Afiliasi dengan <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> di Media Sosial dengan Keterlibatan Media Sosial sebagai Variabel Perantara .....	66
4.8. Keterbatasan Penelitian .....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	69
5.1. Kesimpulan .....	69
5.2. Saran .....	69
5.2.1. Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....	69
5.2.2. Saran untuk Pengguna Media Sosial .....	70
DAFTAR PUSTAKA .....	71
LAMPIRAN .....	74

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Blueprint skala <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> .....	43
Tabel 3.2 Blueprint skala Keterlibatan Media Sosial .....	44
Tabel 3.3 Blueprint skala Kebutuhan Afiliasi .....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Subyek Penelitian berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.2 Karakteristik Subyek Penelitian berdasarkan Usia .....	49
Tabel 4.3 Media Sosial yang Digunakan .....	49
Tabel 4.4 Kategori Pengguna Media Sosial berdasarkan Durasi .....	50
Tabel 4.5 Kategori Pengguna Media Sosial berdasarkan Frekuensi .....	51
Tabel 4.6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif .....	53
Tabel 4.7 Penormaan Kategori pada Variabel Penelitian .....	54
Tabel 4.8 Kategori Keterlibatan Media Sosial .....	54
Tabel 4.9 Kategori <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> .....	54
Tabel 4.10 Kategori Kebutuhan Afiliasi .....	55
Tabel 4.11 Hasil Analisis Statistik Multikolinearitas .....	58
Tabel 4.12 Kategori Kekuatan Hubungan .....	59
Tabel 4.13 Hasil Analisis Statistik Hubungan Variabel X (Kebutuhan Afiliasi) dan Variabel Z (Keterlibatan Media Sosial) Terhadap Variabel Y ( <i>Fear of Missing Out/FoMO</i> ) .....	60
Tabel 4.14 Hasil Analisis Statistik Efek Mediasi Variabel Z (Keterlibatan Media Sosial) dengan Variabel X (Kebutuhan Afiliasi dan Variabel Y ( <i>Fear of Missing Out/FoMO</i> )) .....	63

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	35
Gambar 4.1 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual .....	56
Gambar 4.2 Scatterplot .....	57
Gambar 4.3 Hasil Analisis Jalur .....	62

## DAFTAR ISTILAH

<i>Download</i>	: (terj. Unduh) Proses mengambil berkas dari internet.
<i>File</i>	: (terj. Berkas) Kumpulan data yang dapat diberi nama berbeda dan disimpan pada tempat penyimpanan sekunder dalam komputer.
<i>Platform</i>	: Program gabungan perangkat keras dan perangkat lunak.
<i>Posting</i>	: Istilah dalam media sosial yang memiliki arti menerbitkan artikel, gambar, foto, video dan audio ke media sosial.
<i>Rating</i>	: Istilah dalam media sosial yang memiliki arti penilaian konten dalam media sosial.
<i>Search</i>	: Pencarian berdasarkan kata kunci.
<i>Story</i>	: Istilah dalam media sosial yang memiliki arti konten singkat berupa artikel, gambar, foto, video dan audio yang lenyap dalam waktu 24 jam.
<i>Upload</i>	: (terj. Unggah) Proses mengirimkan berkas melalui internet.
<i>User Generated Content</i>	: Konten yang dihasilkan oleh pengguna di media sosial.
<i>Virtual</i>	: Tampil atau hadir dengan menggunakan perangkat lunak komputer, misalnya di internet atau media sosial.



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Alat Ukur .....	74
Lampiran 2 Izin Penggunaan Alat Ukur .....	81
Lampiran 3 Analisis Statistik Deskriptif .....	82
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas .....	83
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi .....	86
Lampiran 6 Hasil PROCESS ver 3.4 untuk Analisis Regresi dan Analisis Jalur .....	88

## ABSTRAK

**Annisa Hawa Harianto, 111511133153, Hubungan Antara Kebutuhan Afiliasi dengan *Fear Of Missing Out* (FoMO) di Media Sosial pada Mahasiswa dengan Keterlibatan Media Sosial sebagai Variabel Antara. Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Surabaya 2019. xix+70 halaman, 6 lampiran**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) di media sosial pada mahasiswa dengan keterlibatan media sosial sebagai variabel antara. Kebutuhan afiliasi adalah kebutuhan akan kehangatan dan dukungan individu lain dalam sebuah hubungan. Individu dengan kebutuhan afiliasi tinggi memiliki keinginan untuk berinteraksi dengan individu lain lebih tinggi dibandingkan individu dengan kebutuhan afiliasi rendah. Hadirnya media sosial dapat membantu individu untuk memenuhi kebutuhan afiliasi ini. Keterlibatan individu dengan media sosial dapat dilihat dari intensitas partisipasi individu dalam menggunakan media sosial, semakin tinggi keterlibatan media sosial maka individu akan semakin menyadari apa yang ia lewatkan dan meningkatkan efek dari FoMO.

Metode yang digunakan adalah metode survei *cross-sectional*. Untuk mengungkap setiap variabel digunakan tiga alat ukur, dua diantaranya adalah *Social Media Engagement Questionnaire* (SMEQ) ( $\alpha = 0,827$ ) dan *Fear of Missing Out Scale* (FoMOs) ( $\alpha = 0,858$ ) yang telah diadaptasi ke Bahasa Indonesia, sedangkan alat ukur kebutuhan afiliasi menggunakan Skala Kebutuhan Afiliasi ( $\alpha = 0,861$ ) yang dibuat berdasarkan aspek-aspek kebutuhan afiliasi.

Hasil analisa menunjukkan bahwa FoMO memiliki hubungan signifikan secara langsung ( $\beta=0,23;p<0,05$ ) dan tidak langsung ( $\beta=0,78;p<0,05$ ) terhadap kebutuhan afiliasi, maka dari itu keterlibatan media sosial memberikan efek mediasi parsial antara kebutuhan afiliasi dan FoMO. Dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mengenai FoMO dan penggunaan media sosial dengan bijak.

Daftar Pustaka, 40 (1978-2019)

Kata kunci: mahasiswa, kebutuhan afiliasi, FoMO, media sosial

**ABSTRACT**

**Annisa Hawa Harianto, 111511133153, *The Corelations between Need for Affiliation and Fear of Missing Out (FoMO) on Social Media among Higher Education Students with Social Media Engagement as Mediating Variable. Thesis, Faculty of Psychology Airlangga University, 2019. xix, 70 pages+6 attachments***

*This study aims to see whether there is correlations between the need for affiliation and Fear of Missing Out (FoMO) on social media among higher education students with social media engagement as mediating variable. Need for affiliation is the need for the warmth and support of other individuals in a relationship. Individuals with higher need for affiliation tend to have a higher desire to interact with other individuals comparing individuals who have lower need of affiliation. The presence of social media can help these individuals to meet the needs for affiliation. Social media engagement can be seen from the intensity of individual participation in using social media, The higher social media engagement will increase individual awareness of what they missed and increase the effect of FoMO.*

*The method used in this study is cross-sectional survey. To reveal each variable, this research used three measuring instruments, two of them are Social Media Engagement Questionnaire (SMEQ) ( $\alpha=0,827$ ) and Fear of Missing Out Scale (FoMOs) ( $\alpha =0,858$ ) which has been adapted to Bahasa Indonesia, while the need for affiliation measured with Need for Affiliation scale ( $\alpha =0,861$ ) based on aspects of need for affiliation.*

*The results of the analysis show that FoMO has a significant direct effect ( $\beta = 0.23$ ;  $p < 0.05$ ) and indirect effect ( $\beta = 0.78$ ;  $p < 0.05$ ) with need for affiliation, therefore social media engagement provides partial mediation effect between the need for affiliation and FoMO. It is hoped that this research can increase awareness about FoMO and the use of social media wisely.*

*Bibliography, 40 (1978-2019)*

*Keywords: student, needs of affiliation, FoMO, social media*