

PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* TERHADAP PERILAKU *PHUBBING* PADA REMAJA

Mei Sandrin Hura¹, Novendawati Wahyu Sitasari², Yuli Asmi Rozali³

Fakultas Psikologi, Universitas Esa Unggul

Jalan Arjuna No. 9 Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11510, Indonesia

meisandrinhura@gmail.com

Abstract

Ideally, adolescents have socially responsible behavior in society, achieve emotional independence, and have a more mature relationship pattern. However, the reality is that the ease of internet access contained in smartphones makes teenagers focus more on using smartphones to overcome their anxiety about their curiosity of their friends' activities who ultimately ignore the other person. The purpose of this study was to determine the effect of fear of missing out on phubbing behavior in adolescents. The design of this research is a comparative causal quantitative study. The sampling technique used was purposive sampling technique with a sample of 100 respondents. The Measuring instrument used is the FoMO scale which has 14 valid items with (α) = 0.848 and the phubbing scales has 20 valid items with (α) = 0.887. The results showed the regression equation $Y = 35.017 + 0.247 X$ and sig p 0.018 (<0.05) meaning that the hypothesis is accepted that there is a significant positive effect of fear of missing out on phubbing. FoMO has an effect of 5.6% on phubbing. More adolescents FoMO has a high (56%) and do phubbing (51%). The results of the crosstab showed that male adolescents were more involved in phubbing. In addition, the higher the duration of smartphone use, the more teenagers phubbing, and the more teens who use social media 3 and >5 do not phubbing.

Keyword: *Fear of Missing Out, Phubbing, Adolescents.*

Abstrak

Idealnya remaja memiliki perilaku sosial yang bertanggung jawab di dalam masyarakat, mencapai kemandirian emosional, serta memiliki pola hubungan yang lebih matang. Namun, realitanya dengan kemudahan akses internet yang terdapat dalam *smartphone* membuat remaja lebih berfokus menggunakan *smartphone* untuk mengatasi kecemasan akan keingintahuannya seputar kegiatan yang dilakukan oleh teman-temannya di luar sana yang pada akhirnya mengabaikan lawan bicara. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara *fear of missing out* terhadap perilaku *phubbing* pada remaja. Rancangan penelitian ini adalah kuantitatif berjenis kausal komparatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 100 responden. Skala FoMO memiliki 14 aitem valid dengan nilai (α) = 0,848. Skala *phubbing* memiliki 20 aitem valid dengan nilai (α) = 0,887. Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi $Y = 35,017 + 0,247 X$ dan sig p 0,018 ($<0,05$) artinya hipotesis diterima yakni terdapat pengaruh positif signifikan *fear of missing out* terhadap perilaku *phubbing* pada remaja. *Fear of missing out* memiliki pengaruh sebesar 5,6% terhadap *phubbing*. Remaja lebih banyak memiliki *Fear of missing out* tinggi (56%) dan melakukan *phubbing* (51%). Hasil *crosstab* menunjukkan remaja jenis kelamin laki-laki lebih banyak melakukan *phubbing*. Selain itu, semakin tinggi durasi pemakaian *smartphone* maka remaja semakin melakukan *phubbing*, dan remaja yang menggunakan media sosial 3 dan >5 lebih banyak tidak melakukan *phubbing*.

Kata kunci: *Fear of Missing Out, Phubbing, Remaja*

Pendahuluan

Semakin berkembangnya zaman, inovasi akan fitur-fitur pada *smartphone* kian melengkapi atau bahkan menggantikan berbagai fungsi mental (Wilmer *et al.*, 2017). Dalam hal ini, *smartphone* menjadi benda ajaib yang dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasar manusia seperti berkomunikasi, berbelanja, sandang, pangan dan papan, *chatting* bahkan menonton serial *movie* atau drama yang dahulu biasa

dilakukan dengan melalui televisi (Syifa, 2020). Berbagai inovasi akan fitur-fitur baru tersebut membuat benda yang satu ini semakin diminati dan laku di pasaran. Hal ini terbukti dengan jumlah pengguna *smartphone* di dunia pada tahun 2019 tercatat sebesar 3,2 miliar naik 5,6% dari tahun sebelumnya (Pusparisa, 2020) dan di Indonesia sendiri jumlah pengguna *smartphone* pada tahun 2019 tercatat sebanyak 92 juta orang (Damashinta,

2019). Salah satu fitur yang paling diminati dari *smartphone* ialah media sosial yang dapat diakses dengan menggunakan internet. Hal ini dibuktikan dengan hasil *survey* yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2017) melaporkan sekitar 87,13% pengguna internet telah mengakses media sosial. Keberadaan fitur ini, tentunya digunakan oleh berbagai kalangan usia, baik dari anak-anak hingga orang yang lanjut usia. Diketahui dari *survey* yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (2018) mengemukakan bahwa salah satu golongan usia yang paling banyak menggunakan internet dan akses media sosial ialah remaja. Hal ini juga diperkuat dengan hasil *survey* yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dikutip dari artikel Untari (2019) dilansir dari laman Techo.okezone.com, diketahui bahwa usia 15-19 tahun adalah pengguna internet terbanyak di Indonesia (91%) dan disusul oleh usia 20-24 tahun (88,5%). Dari data tersebut dapat diketahui bahwa salah satu kalangan terbesar dalam mengakses internet di Indonesia ialah remaja.

Remaja pada dasarnya merupakan masa transisi yang meninggalkan usia kanak-kanak yang penuh ketergantungan tetapi belum mampu ke usia yang lebih kuat dan penuh tanggung jawab yakni usia dewasa (Hurlock, 2004). Idealnya, menurut Hurlock (2004) tugas perkembangan remaja ialah terpusat pada upaya mencapai hubungan baru yang lebih matang dengan teman sebaya yang berbeda jenis kelamin, mencapai peran sosial, menerima keadaan fisiknya, memiliki perilaku sosial yang bertanggung jawab, mencapai kemandirian emosional, serta memperoleh perangkat nilai dan sistem etis sebagai pegangan untuk berperilaku di dalam masyarakat. Namun, realitanya hal ini berbeda dengan remaja saat ini dimana dengan kemudahan akses internet yang terdapat dalam *smartphone* membuat remaja merasa bahwa terdapat dunia di dalam genggamannya yang dapat diakses hanya melalui satu benda kecil tersebut yang membuat dirinya lebih fokus pada penggunaan *smartphone* dan bersikap acuh tidak acuh pada lingkungan sekitar.

Keterikatan pada penggunaan *smartphone* ini dapat terlihat pada saat sekelompok remaja sedang berkumpul bersama dalam satu tempat, dimana frekuensi mereka berbicara lebih rendah karena menggunakan *smartphone*-nya masing-masing (Prayudi, 2014) atau dapat juga terlihat pada

tempat-tempat umum (*mall*, taman, halte, dan *restaurant* atau *café*). Acapkali mereka memperlihatkan suatu momen memotret makanan, *selfie*, mengabadikan momen dan sebagainya yang kemudian meng-*upload* pada jejaring media sosial (*Instagram*, *twitter*, *facebook*). Respon yang diperoleh dari teman dunia maya, seperti *like* dan komentar tampaknya lebih menyenangkan dari pada melakukan interaksi dengan teman-teman yang duduk bersama. Perilaku menggunakan *smartphone* tersebut membuat teman-teman yang berada di sekitarnya terabaikan, sehingga yang diabaikan pun menjadi turut menggunakan *smartphone*.

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti melakukan observasi pada bulan Desember 2020 di sebuah *coffee shop* yang berada di Kemayoran, Jakarta Pusat tepat pada saat *lunch time*. Peneliti mengamati sekumpulan remaja yang walaupun memiliki *smartphone*, mereka masih bisa bercanda tawa antara satu dengan yang lain, saling berdiskusi dan membicarakan berbagai hal tanpa terdistraksi oleh adanya *smartphone* diantara mereka. Selain itu, peneliti juga menemukan tiga orang remaja yang sedang duduk bersama dan menggunakan *smartphone* masing-masing. Satu orang diantaranya menggunakan *smartphone* kemudian meletakkannya, dan beberapa saat kemudian kembali menggunakannya. Komunikasi *face to face* pun jarang terjadi, ketiga-tiganya fokus pada *smartphone* dan mengabaikan orang disekitarnya.

Pada dasarnya dampak dari menggunakan *smartphone* tersebut dapat memicu hal lain. Studi yang dilakukan oleh James Robert dan Meredith David yang dikutip dari artikel Thaeras (2017) yang dilansir dari laman CNNIndonesia.com mengenai *phubbing* fenomena sosial yang merusak hubungan menjelaskan bahwa terdapat 143 responden yang diujicobakan, dan hasilnya 70% dari responden tidak bisa lepas dari *smartphone* dan melakukan yang namanya *phubbing* di saat sedang terlibat komunikasi dengan orang lain. Pada akhirnya, interaksi yang terjadi menjadi kurang bermakna dan membuat orang merasa kurang puas dan kurang peduli satu sama lain.

Phubbing merupakan singkatan dari *phone snubbing*. Lebih lanjut, menurut Karadağ *et al.* (2015) *phubbing* adalah perilaku dari seseorang individu yang memperhatikan *smartphone* saat berbicara dengan orang lain, berurusan dengan *smartphone* dan menjauhkan diri dari komunikasi interpersonal. Dengan kata lain *phubbing* merupakan

bentuk perilaku pengabaian pada lingkungan sekitar dengan memusatkan perhatian pada penggunaan *smartphone*.

Salah satu indikasi seseorang berperilaku *phubbing* yakni dengan berpura-pura memberikan perhatian pada lawan bicara, namun pandangannya tertuju pada *smartphone* (Youarti & Hidayah, 2018). Indikasi inipun berdampak pada kurangnya perasaan memiliki sehingga dapat mempengaruhi persepsi kualitas komunikasi dan kepuasan dalam bersosial (Chotpitayasonondh & Douglas, 2018).

Diduga remaja yang melakukan *phubbing* akan terus mengecek *smartphone*-nya walau sedang terlibat komunikasi dengan orang lain, sulit lepas dari penggunaan *smartphone*, tidak peduli dengan pembicaraan yang sedang berlangsung, berpura-pura mendengarkan tetapi matanya tertuju pada *smartphone*, terus menerus menggunakan *smartphone* disaat sedang berkomunikasi, mengabaikan lawan bicara, dan memberikan respon yang hanya sekedar basa-basi. Sedangkan remaja yang tidak melakukan *phubbing* cenderung akan lebih dapat mendengarkan dan memberikan perhatian pada lawan bicara, dapat memberikan respon secara timbal balik ketika lawan bicara membutuhkan saran dan ketika sedang berkomunikasi individu tersebut akan memilih untuk meletakkan *smartphone*-nya dan melakukan kontak mata dengan lawan bicara. Artinya, remaja yang tidak melakukan *phubbing* cenderung mampu mengendalikan penggunaan *smartphone* dan tetap memfokuskan perhatian dikala sedang berinteraksi dengan orang lain.

Salah satu *predictor* utama dari perilaku *phubbing* ialah *Fear of Missing Out* atau yang disingkat dengan istilah FoMO (Chotpitayasonondh & Douglas, 2016). Menurut Przybylski *et al.* (2013) FoMO adalah suatu keadaan dimana seseorang mengalami kegelisahan setelah melihat ataupun mengecek sosial media yang dimiliki dan melihat keseruan-keseruan yang sedang dilakukan oleh rekan-rekannya di luar sana dan adanya keinginan yang besar untuk tetap terus terhubung dengan apa yang sedang dilakukan oleh orang lain di dunia maya. Hal ini ini pun dicirikan dengan adanya keinginan untuk tetap terus terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain (Przybylski *et al.*, 2013), dan munculnya perasaan tidak nyaman berupa adanya keyakinan bahwa orang lain mengalami sesuatu yang tidak dialaminya (Abel *et al.*, 2016). Sehingga agar dapat tetap terus terhubung dengan

yang lain, remaja cenderung mengecek *smartphone* yang dimiliki setiap saat. Namun pada kenyataannya hal ini, mengakibatkan efek seperti kelelahan secara mental dan frustrasi (Wiesner, 2017), stres (Przybylski *et al.*, 2013), perasaan terkucilkan dan kesepian (Vaidya *et al.*, 2016), hingga melakukan *phubbing* (Al-Saggaf & O'Donnell, 2019).

Pada dasarnya ketika remaja berkumpul dengan teman-temannya dan ia memiliki FoMO yang tinggi maka ia akan merasa cemas dan takut diabaikan ketika ia tidak tahu apa yang telah dilakukan oleh teman-temannya di luar sana sehingga ia memiliki keinginan yang kuat untuk terus menerus mengecek media sosial dan melakukan *scrolling timeline* dengan menggunakan *smartphone* supaya tidak ketinggalan informasi mengenai aktivitas yang teman-temannya lakukan diluar sana. Keadaan remaja yang terfokus mencari tahu tentang segala sesuatunya melalui *smartphone*-nya tersebut membuat remaja melakukan *phubbing* dimana ia akan terus menerus mengecek *smartphone*-nya saat sedang berkomunikasi, tidak peduli pada lingkungan sekitar, mengabaikan lawan bicara, merasa sangat sulit untuk bisa lepas dari *smartphone* dan tidak memberikan respon dengan baik dalam pembicaraan.

Sebaliknya ketika remaja memiliki FoMO yang rendah ia tidak gelisah dan tidak cemas bila mengetahui bahwa teman-temannya sedang bersenang-senang tanpa dirinya, tidak merasa risau ketika orang lain memiliki pengalaman yang lebih berharga dari dirinya, dan dapat mengendalikan keingintahuannya mengenai aktivitas teman-temannya sehingga ia akan mampu mengendalikan penggunaan *smartphone*-nya dan ketika berkomunikasi dengan orang disekitarnya ia akan dapat berfokus pada interaksi yang sedang berlangsung dengan lawan bicara. Tidak mengabaikan lawan bicara dan dapat merespon lawan bicara dengan lebih leluasa.

Dugaan bahwa FoMO memiliki pengaruh terhadap perilaku *phubbing* remaja sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang diketahui bahwa FoMO dapat mempengaruhi beberapa aspek dalam kehidupan. Dari hasil penelitian Saputri (2019) mengenai Peran *fear of missing out* (FoMO) terhadap Kecanduan Media Sosial *Instagram* pada Remaja diketahui bahwa FoMO memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecanduan media sosial *instagram* pada remaja. Hal tersebut diduga sejalan dengan penelitian ini bahwa FoMO yang ada pada

remaja memiliki kontribusi terhadap perilaku *phubbing* hal ini dapat diamati dari perilaku yang dimunculkan oleh remaja tersebut. Penelitian lain yang dilakukan oleh Al-Saggaf dan O'Donnell (2019) di Australia mengenai *The Role Of State Boredom, State Of Fear Of Missing Out And State Loneliness In State Phubbing* yang melibatkan 325 responden membuktikan dan menunjukkan bahwa apabila FoMO tinggi maka *Phubbing* pun tinggi. Dengan kata lain, individu yang memiliki perasaan takut, khawatir, cemas dan gelisah akan kehilangan kesempatan untuk mengetahui informasi tentang orang lain atau teman sebayanya, maka cenderung melakukan *phubbing*.

Berdasarkan penjelasan tersebut, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang fenomena FoMO dan *phubbing* pada remaja. Akan tetapi belum ada penelitian sebelumnya yang melihat tentang bagaimana peranan FoMO terhadap *Phubbing* dan beberapa penelitian sebelumnya juga menyarankan untuk dilakukan penelitian lebih lanjut tentang pengaruh FoMO terhadap *phubbing*. Oleh sebab itu, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan tujuan mengetahui pengaruh *fear of missing* terhadap perilaku *phubbing* pada remaja. Adapun hipotesis dalam penelitian ini ialah terdapat pengaruh positif *fear of missing out* terhadap perilaku *phubbing* pada remaja.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif non eksperimental dengan jenis penelitian kausal komparatif. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja berusia 10-24 tahun berjumlah 67.190.900 remaja (Badan Pusat Statistik, 2020). Peneliti menggunakan rumus Slovin dalam menentukan jumlah sampel dengan taraf kesalahan 10% yang hasilnya menunjukkan jumlah sampel adalah 100 remaja.

Teknik *sampling* yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015). Adapun pertimbangan tersebut, responden harus memenuhi karakteristik sampel yakni remaja berusia 15 hingga 19 tahun, memiliki media sosial, aktif menggunakan media sosial.

Untuk pengambilan data, penelitian ini menggunakan kuesioner dengan instrument penelitian skala Likert.

Alat ukur *phubbing* mengacu pada teori Karadag *et al.* (2015) dengan aspek *communication disturbance* dan *phone obsession*. Alat ukur diadaptasi dari penelitian Fauzan (2018) terdiri dari 25 aitem yang kemudian dimodifikasi oleh peneliti dan menambahkan 2 aitem dengan menyesuaikan dengan masalah penelitian dan karakteristik subjek penelitian. Alat ukur FoMO mengacu pada teori Przybylski *et al.* (2013) yang terdiri dari aspek tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *relatedness* dan tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *self*. Alat ukur diadaptasi dari penelitian Azmi (2019) terdiri dari 8 aitem yang kemudian peneliti melakukan modifikasi dan menambah 10 aitem.

Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian ini, menggunakan rumus perhitungan *pearson product moment*. Dalam penelitian ini aitem dikatakan valid jika $r \geq 0,3$ dan aitem dikatakan tidak valid jika $r < 0,3$.

Berdasarkan uji validitas data pada skala *Phubbing* terdapat 20 aitem valid dan pada skala FoMO terdapat 14 aitem valid. Uji reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach alpha* (α), dimana suatu konstruk/variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *alpha* (α) $> 0,70$ (Sugiyono, 2015). Adapun reliabilitas alat ukur *phubbing* sebesar (α) = 0,887 dan FoMO sebesar (α) = 0,848.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah frekuensi, uji normalitas, uji regresi linear sederhana, kategorisasi dan *crosstab*. Untuk mendapatkan gambaran secara detail mengenai subjek penelitian, peneliti membuat frekuensi dalam bentuk jenis kelamin, usia, asal daerah, durasi pemakaian *smartphone* dan jumlah media sosial yang digunakan.

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui ukuran normalitas distribusi hasil sebaran data sampel (Winarsunu, 2015). Selain itu uji normalitas juga dilakukan sebagai salah satu syarat untuk melakukan uji regresi. Adapun teknik uji normalitas yang digunakan ialah *Kolmogorov-Smirnov*. Data dikatakan berdistribusi normal jika jika $\text{sig } p > 0,05$.

Untuk melihat pengaruh antara *fear of missing out* terhadap perilaku *phubbing* maka akan dilakukan uji regresi linear sederhana. Jika nilai $\text{sig } p < 0,05$ maka dapat dikatakan ada pengaruh FoMO terhadap perilaku *phubbing*.

Kemudian, dilakukan juga perhitungan interpretasi skor kategorisasi berdasarkan nilai *mean* (rata-rata). Dalam penelitian ini dilakukan analisis *crosstab* atau tabulasi silang pada variabel *phubbing* terhadap jenis kelamin, durasi pemakaian *smartphone* dan jumlah media sosial yang digunakan

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Gambaran Responden Penelitian

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan remaja. Responden dalam penelitian ini dideskripsikan berdasarkan jenis kelamin, usia, asal daerah, durasi pemakaian *smartphone*, dan jumlah media sosial yang digunakan.

Berdasarkan jenis kelamin, responden perempuan dalam penelitian ini memiliki kuantitas yang lebih dominan dibanding responden laki-laki. Adapun jumlah dari responden perempuan dalam penelitian ini adalah 80 orang (80%). Sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 20 orang (20%).

Jika dilihat berdasarkan usia, responden yang berusia 19 tahun memiliki kuantitas yang lebih banyak yakni sebanyak 47 orang (47%). Kemudian disusul oleh responden yang berusia 18 tahun sebanyak 32 orang (32%), usia 15 tahun sebanyak 9 orang (9%), usia 17 tahun sebanyak 8 orang (8%) dan usia 16 tahun sebanyak 4 orang (4%).

Berdasarkan asal daerah, responden yang berasal dari Jawa memiliki jumlah yang lebih banyak yakni 44 orang (44%). Kemudian, responden yang berasal dari daerah Sumatera berjumlah 23 orang (23%), dari Kalimantan berjumlah 14 orang (14%), dari Sulawesi berjumlah 11 orang (11%) dan dari Papua berjumlah 8 orang (8%). Jika dilihat berdasarkan durasi pemakaian *smartphone*, responden yang mendominasi dalam penelitian ini ialah remaja yang menggunakan *smartphone* dengan durasi > 8 jam yakni sebanyak 46 orang (46%), durasi 6-8 jam/hari sebanyak 27 orang (27%), durasi 4-5 jam/hari 22 orang dan 2-3 jam/hari sebanyak 5 orang.

Apabila dilihat berdasarkan jumlah media sosial yang aktif digunakan, responden yang menggunakan 4 media sosial memiliki kuantitas paling banyak yakni sebesar 31 orang (31%), yang menggunakan 3 media sosial berjumlah 25 orang (25%), yang menggunakan >5 media sosial

berjumlah 15 orang (5%), yang menggunakan 2 media sosial berjumlah 14 orang (14%), yang menggunakan 5 media sosial berjumlah 13 orang (13%), dan yang menggunakan 1 media sosial berjumlah 2 orang (2%). Berkaitan dengan jumlah penggunaan media sosial, di dalam penelitian ini juga dideskripsikan tentang media sosial yang paling banyak digunakan dan aktivitas yang paling sering dilakukan di media sosial tersebut.

Berdasarkan media sosial yang paling banyak digunakan diketahui pengguna media sosial *whatsapp* memiliki jumlah yang paling banyak yakni 50 orang (50%), pengguna *instagram* berjumlah 24 orang (24%), pengguna *tik tok* berjumlah 12 orang (12%), pengguna *twitter* berjumlah 9 orang (9%), pengguna *facebook* berjumlah 2 orang, pengguna media sosial lainnya (*youtube*) berjumlah 2 orang, dan pengguna *line* berjumlah 1 orang. Sedangkan jika berdasarkan aktivitas yang paling sering dilakukan, maka yang paling dominan dalam penelitian ini adalah responden yang melakukan aktivitas *scrolling timeline* sebanyak 43 orang (43%). Kemudian yang melakukan aktivitas *chattingan* sebanyak 40 orang (40%), yang melakukan aktivitas upload konten (status, foto, video, dan *tweets*) sebanyak 11 orang (11%), yang melakukan aktivitas seperti nonton video dan *jbjb mutual* sebanyak 3 orang (3%), yang melakukan aktivitas *stalking* akun teman/orang lain sebanyak 2 orang, dan yang melakukan aktivitas berkomentar sebanyak 1 orang (1%).

Hasil Uji Normalitas

Tabel 1
Hasil Uji Normalitas *Fear of missing out* dan *Phubbing*

	FoMO	Phubbing
<i>Asymp Sig. (2-tailed)</i>	0,063	0,824

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai Sig. *Fear of Missing Out* dan *Phubbing* sebesar 0,063 dan 0,824 sehingga dapat diartikan sebaran data pada kedua alat ukur dalam penelitian ini berdistribusi normal (sig (p) > 0,05). Dengan demikian, teknik analisis regresi linear dapat digunakan untuk melihat pengaruh antara *Fear of Missing Out* terhadap *Phubbing*.

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 2
Hasil Nilai Anova

Model	Df	F	Sig.
Regression	1	5,838	0,018

Berdasarkan hasil nilai Anova, dapat dilihat nilai F sebesar 5,838 dan nilai sig. p sebesar 0,018 ($p < 0,05$) yang menunjukkan adanya pengaruh *Fear of Missing Out* terhadap *Phubbing* pada remaja.

Tabel 3
Nilai Koefisien

Model	B	t	Sig.
Constan	35,017	10,959	0,000
FoMO	0,247	2,416	0,018

Berdasarkan hasil nilai koefisien dapat diketahui persamaan regresi linear $Y = 35,017 + 0,247 X$ yang menunjukkan bahwa pengaruh *fear of missing out* terhadap *phubbing* bernilai positif. Artinya, semakin tinggi *fear of missing out* maka remaja tersebut semakin melakukan *phubbing*, begitupun sebaliknya semakin rendah *fear of missing out* maka remaja semakin tidak melakukan *phubbing*.

Nilai koefisien pada persamaan regresi linear sebesar 0,247 menunjukkan bahwa ketika Y atau *fear of missing out* naik satu satuan, maka *phubbing* akan naik sebesar 0,247 satuan. Lebih lanjut, nilai 35,017 pada persamaan regresi linear merupakan hasil konstanta (a) yang menunjukkan bahwa jika *fear of missing out* bernilai 0 maka nilai *phubbing* sebesar 35,017.

Tabel 4
Hasil model summary

Model	R	R Square
1	0,237	0,056

Berdasarkan hasil *model summary* yang tertera pada tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,056. Dari nilai tersebut dapat diartikan bahwa pengaruh variabel *fear of missing out* terhadap variabel *phubbing* sebesar 5,6% sedangkan sisanya yaitu 94,4% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain.

Kategorisasi

Untuk melakukan kategorisasi, peneliti mengacu pada hasil deskriptif skor *fear of missing out* dan *phubbing* yang hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5
Hasil Kategorisasi *Fear of missing out* dan *Phubbing*

Variabel	Min	Maks	Mean	St. Deviasi
FoMO	14	50	30,79	5,681
Phubbing	25	58	42,61	5,908

Berdasarkan data pada tabel 5 tersebut diperoleh nilai rata-rata untuk *fear of missing out* ialah $\mu = 30,79$. maka dapat diketahui bahwa skor *fear of missing out* dapat dikategorikan tinggi jika $X > 30,79$ sebaliknya akan dikategorikan rendah jika $X < 30,79$.

Tabel 6
Kategorisasi *Fear of Missing Out*

Skor	Kategorisasi	Jumlah
$X \geq 30,79$	Tinggi	56 (56%)
$X < 30,79$	Rendah	44 (44%)

Hasil data pada tabel 6 menunjukkan bahwa *fear of missing out* pada remaja paling banyak terdapat pada kategori tinggi dengan jumlah 56 remaja dengan persentase 56% dan selanjutnya diikuti oleh remaja yang memiliki *fear of missing out* rendah sebanyak 44 remaja dengan persentase 44%. Lebih lanjut untuk pengkategorian pada variabel *phubbing* mengacu pada nilai rata-rata (μ) yang tertera pada tabel 5 yakni $\mu = 42,61$. Dapat diketahui bahwa skor *phubbing* dapat dikategorikan melakukan *phubbing* jika $X > 42,61$ sedangkan dikategorikan tidak melakukan *phubbing* jika $X < 42,61$.

Tabel 7
Hasil Kategorisasi *Phubbing*

Skor	Kategorisasi	Jumlah
$X \geq 42,61$	Melakukan	51 (51%)
$X < 42,61$	Tidak melakukan	49 (49%)

Dari data pada tabel 7 menunjukkan bahwa *phubbing* pada remaja paling banyak terdapat pada kategori melakukan *phubbing* dengan jumlah 51 remaja dengan persentase 51% dan selanjutnya diikuti oleh remaja yang tidak melakukan *phubbing* sebanyak 49 remaja dengan persentase 49%.

Gambaran Fear of Missing dengan Phubbing

Tabel 8

Gambaran Fear of Missing Out dengan Phubbing

FoMO	Phubbing		Total
	Melakukan	Tidak Melakukan	
Tinggi	34 (60,7%)	22 (39,3%)	56
Rendah	17 (38,6%)	27 (61,4%)	44
Total	51 (51%)	49 (49%)	100

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat bahwa remaja yang memiliki *fear of missing out tinggi* dan yang melakukan *phubbing* sebanyak 34 orang (60,7%). Sebaliknya remaja yang memiliki *fear of missing out rendah* dan tidak melakukan *phubbing* ialah sebanyak 27 orang (61,4%).

Gambaran Phubbing Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 9

Gambaran Phubbing Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Phubbing		Total
	Melakukan	Tidak Melakukan	
Laki-laki	15 (75%)	5 (25%)	20
Perempuan	36 (45%)	44 (55%)	80
Total	51 (51%)	49 (49%)	100

Berdasarkan hasil *crosstab* pada tabel 9 dapat dilihat bahwa pada remaja dengan jenis kelamin laki-laki diketahui lebih banyak melakukan *phubbing* daripada yang tidak melakukan yakni sebanyak 15 (75%) dari 20 orang. Sedangkan pada remaja dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak tidak melakukan *phubbing* daripada yang melakukan yakni sebanyak 44 (55%) dari 80 orang.

Gambaran Phubbing Berdasarkan Durasi Pemakaian Smartphone

Tabel 10

Gambaran Phubbing Berdasarkan Durasi Pemakaian Smartphone

Durasi	Phubbing		Total
	Melakukan	Tidak Melakukan	
2-3 J/H	2 (40%)	3 (60%)	5
4-5 J/H	10 (45,5%)	12 (54,5%)	22

6-8 J/H	14 (51,9%)	13 (48,1%)	27
> 8 J/H	25 (54,3%)	21 (45,7%)	46
Total	51 (51%)	49 (49%)	100

Ket: J/H (Jam/Hari)

Berdasarkan hasil *crosstab* pada tabel 10 dapat dilihat bahwa remaja yang lebih banyak tidak melakukan *phubbing* ialah remaja yang menggunakan *smartphone* dengan durasi 2-3 jam/hari sebanyak 3 orang (60%) dan 4-5 jam/hari sebanyak 12 orang (54,5%). Sedangkan remaja yang lebih banyak melakukan *phubbing* ialah remaja yang menggunakan *smartphone* dengan durasi 6-8 jam/hari sebanyak 14 orang (51,9%) dan >8 jam/hari sebanyak 25 orang (54,3%). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin banyak durasi pemakaian *smartphone* yang dilakukan oleh remaja maka semakin melakukan *phubbing*.

Gambaran Phubbing Berdasarkan Jumlah Media Sosial yang Digunakan

Tabel 11

Gambaran Phubbing Berdasarkan Jumlah Media Sosial yang Digunakan

Jumlah Media Sosial	Phubbing		Total
	Melakukan	Tidak Melakukan	
1 M.S	1 (50%)	1 (50%)	2
2 M.S	8 (57,1%)	6 (42,9%)	14
3 M.S	10 (40%)	15 (60%)	25
4 M.S	19 (61,3%)	12 (38,7%)	31
5 M.S	7 (53,8%)	6 (46,2%)	13
>5 M.S	6 (40%)	9 (60%)	15
Total	51 (51%)	49 (49%)	100

Ket: M.S (Media Sosial)

Dari hasil *crosstab* dapat dilihat bahwa remaja yang paling banyak tidak melakukan *phubbing* ialah remaja yang menggunakan 3 media sosial sebanyak 15 orang (60%) dan >5 media sosial sebanyak 9 orang (60%). Sedangkan remaja yang paling banyak melakukan *phubbing* ialah remaja yang menggunakan 4 media sosial sebanyak 19 orang (61,3%), 2 media sosial sebanyak 8 orang (57,1%) dan 5 media sosial sebanyak 7 orang (53,8%). Dari data tersebut dapat diketahui bahwa

remaja yang menggunakan 3 media sosial dan >5 media sosial adalah yang paling banyak tidak melakukan *phubbing*.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis uji data statistik menggunakan regresi linear sederhana yang telah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan persamaan regresi linear $Y = 35,017 + 0,247 X$ dengan nilai sig p sebesar 0,018 ($< 0,05$) artinya hipotesis diterima yakni terdapat pengaruh positif *fear of missing out* terhadap perilaku *phubbing* pada remaja. Dengan demikian, semakin tinggi *fear of missing out* maka remaja tersebut melakukan *phubbing*. Sebaliknya semakin rendah *fear of missing out* maka remaja tersebut tidak melakukan *phubbing*.

Nilai koefisien pada persamaan regresi linear sebesar 0,247 menunjukkan bahwa ketika Y atau *fear of missing out* naik satu satuan, maka *phubbing* akan naik sebesar 0,247 satuan. Lebih lanjut, nilai 35,017 pada persamaan regresi linear merupakan hasil konstanta (a) yang menunjukkan bahwa jika *fear of missing out* bernilai 0 maka nilai *phubbing* sebesar 35,017.

Dalam kesehariannya, remaja dengan *fear of missing out* yang tinggi, ia memiliki perasaan cemas, gelisah dan takut diabaikan ketika ia tidak tahu apa yang dilakukan oleh teman-temannya di luar sana, ia akan merasa risau ketika mengetahui teman-temannya bersenang-senang tanpa dirinya. Hal ini membuat remaja memiliki keinginan yang kuat untuk terus menerus mengecek media sosial dan melakukan *scrolling timeline* dengan menggunakan *smartphone* supaya tidak ketinggalan informasi mengenai segala aktivitas yang teman-temannya lakukan sehingga hal inilah yang pada akhirnya membuat remaja tersebut melakukan *phubbing* dimana ia akan terus menerus mengecek *smartphone*-nya saat sedang berkomunikasi, tidak peduli pada lingkungan sekitar, berpura-pura mendengarkan tetapi perhatiannya tertuju pada *smartphone* dan mengabaikan lawan bicara.

Sebaliknya remaja dengan *fear of missing out* yang rendah diduga ia tidak merasa gelisah dan tidak cemas bila mengetahui bahwa teman-temannya sedang bersenang-senang tanpa dirinya, tidak merasa risau ketika orang lain memiliki pengalaman yang lebih berharga dari dirinya, tidak akan memikirkan apa yang dilakukan orang lain, dan dapat mengendalikan keingintahuannya mengenai

aktivitas yang teman-temannya sedang lakukan sehingga pada akhirnya ia tidak melakukan *phubbing*. Dalam hal ini, ketika berkomunikasi dengan orang disekitarnya ia akan dapat berfokus pada interaksi yang sedang berlangsung, mampu mengendalikan penggunaan *smartphone*-nya, dan tidak mengabaikan lawan bicara.

Sejalan dengan hal tersebut dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini terdapat sebanyak 56 (56%) dari 100 responden memiliki *fear of missing out* yang tinggi dan terdapat sebanyak 51 (51%) dari 100 responden yang melakukan *phubbing*. Lebih lanjut pada diperoleh hasil bahwa responden yang memiliki *fear of missing out* tinggi dan melakukan *phubbing* terdapat sebanyak 34 orang (60,7%). Sebaliknya responden yang memiliki *fear of missing out* rendah dan tidak melakukan *phubbing* adalah sebanyak 27 orang (61,4%).

Dari hasil yang diperoleh pada penelitian ini membuktikan bahwa *fear of missing out* berpengaruh dalam membuat seseorang melakukan *phubbing*. Dimana oleh karena rasa cemas akan ketinggalan informasi dan keingintahuan untuk tetap mengetahui kegiatan orang lain membuat remaja terus menggunakan *smartphone*-nya bahkan ketika sedang berkomunikasi dengan lawan bicara (Przybylski *et al.*, 2013).

Berkaitan dengan nilai dari determinasi atau R^2 dalam penelitian ini yang memiliki nilai sebesar 0,056 (5,6%). Dapat diketahui bahwa *fear of missing out* memiliki pengaruh sebesar 5,6% terhadap *phubbing* pada remaja, dan sisanya sebesar 94,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti *internet addiction*, kontrol diri, jenis kelamin, *social media addiction*, *game addiction* dan lain-lain. Hal ini menunjukkan bahwa *fear of missing out* memiliki pengaruh yang rendah terhadap perilaku *phubbing* pada remaja.

Ditinjau dari hasil *crosstab* antara jenis kelamin dengan *phubbing* (Tabel 9) menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih banyak melakukan *phubbing* yakni 15 (75%) dari 20 orang. Pada dasarnya remaja laki-laki lebih banyak menggunakan *smartphone* untuk kebutuhan instrumental (Chotpitayasonondh & Douglas, 2016) seperti untuk bermain *game*, nonton *live streaming*, *jjwb mutual* dengan teman-temannya dan sebagainya. Kegiatan yang seperti demikian menimbulkan rasa menyenangkan sehingga ketika sudah terlalu merasakan keseruan, remaja laki-laki menjadi lebih tidak dapat mengendalikan dirinya

dan tidak merasa bersalah ketika mengacuhkan lawan bicaranya karena terlalu fokus pada *smartphone*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurnia, Sitasari, dan Safitri (2020) yang mengemukakan bahwa dibandingkan dengan remaja perempuan, remaja laki-laki memiliki kontrol diri yang rendah. Rendahnya kontrol diri ini pada akhirnya membuat remaja laki-laki melakukan *phubbing* yakni menggunakan *smartphone* ketika sedang berkomunikasi dan mengabaikan lawan bicara. Sedangkan remaja perempuan pada dasarnya memiliki kontrol diri yang tinggi hal ini dapat disebabkan karena perempuan secara kognitif, sosioemosional, dan orientasi pubertas perempuan lebih matang dari laki-laki (Hurlock, 2004). Sehingga dalam berperilaku dan berelasi dengan orang lain, remaja perempuan dapat lebih mampu dalam melakukan pengaturan emosi dan mengendalikan dirinya termasuk dalam hal penggunaan *smartphone*.

Berdasarkan hasil *crosstab* antara durasi penggunaan *smartphone* dengan *phubbing* (Tabel 10) dapat diketahui bahwa semakin tinggi tingkat intensitas durasi remaja dalam menggunakan *smartphone* maka ia semakin melakukan *phubbing*. Ketika seorang remaja menggunakan *smartphone* dengan durasi yang lebih sedikit seperti 2-3 jam/hari pada dasarnya akan lebih cenderung memanfaatkan waktunya untuk melakukan kontak sosial, interaksi sosial dengan lingkungan sekitar dan memanfaatkan penggunaan *smartphone* untuk hal-hal yang penting. Dengan kata lain ia memiliki kesadaran diri untuk dapat mengendalikan penggunaan *smartphone*-nya sehingga ia akan lebih memperhatikan ketika seseorang berkomunikasi dengan dirinya. Berbeda halnya dengan remaja yang lebih banyak menghabiskan waktunya dengan *smartphone* misalnya 6-8 jam/hari atau > 8jam/hari cenderung lebih merasakan keseruan dan perasaan menyenangkan dari beragam fitur yang ada pada *smartphone* dibanding berinteraksi dengan lingkungan sosial. Perasaan menyenangkan dan keseruan tersebut membuat remaja perlahan-lahan menjadi kurang dapat mengontrol penggunaan *smartphone*-nya pada akhirnya individu tersebut menjadi lebih menarik diri dari lingkungan sosial, cenderung individual, dan melakukan *phubbing*. Hal ini sejalan dengan Chotpitayasonondh dan Douglas (2016) mengatakan bahwa intensitas penggunaan *smartphone* tersebut pada dasarnya berkaitan erat dengan kemampuan pengendalian diri yang dimiliki

oleh tiap individu. Juga hal ini didukung oleh studi yang dilakukan oleh Syifa (2020) yang mengatakan semakin tinggi intensitas penggunaan *smartphone* maka individu semakin melakukan *phubbing* secara simultan. Dengan kata lain semakin banyak waktu yang dihabiskan dengan menggunakan *smartphone* maka akan membuat aktivitas yang lebih penting menjadi menjadi terganggu, lingkungan sosial terabaikan hingga munculnya perilaku *phubbing* yakni mengabaikan lawan bicara dengan menggunakan *smartphone*.

Hasil *crosstab* antara jumlah media sosial yang aktif digunakan dengan *phubbing* (Tabel 11) menunjukkan bahwa remaja yang menggunakan >5 media sosial dan 3 media sosial diketahui lebih banyak tidak melakukan *phubbing*. Lebih lanjut remaja yang menggunakan >5 media sosial yang tidak melakukan *phubbing* terdapat sebanyak 9 orang (60%) dari 15 orang. Pada dasarnya dengan banyaknya aplikasi media sosial yang dimiliki oleh remaja yang menggunakan >5 media sosial cenderung membuat tingkat ketergantungan untuk menggunakan *smartphone* menjadi rendah. Hal ini disebabkan karena dengan memiliki banyak media sosial, remaja menjadi kebingungan dan tidak fokus untuk menentukan harus menggunakan media sosial yang mana. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh As-Sahih (2014) yang mengemukakan bahwa remaja dengan >5 media sosial memiliki kecanduan *smartphone* yang rendah. Dengan demikian pada akhirnya remaja cenderung hanya sekedar *download* media sosial tersebut namun tidak benar-benar menggunakannya secara kompulsif, dan tidak melakukan *phubbing*. Selanjutnya, remaja yang menggunakan 3 media sosial juga diketahui tidak melakukan *phubbing* yakni sebanyak 15 orang (60%) dari 25 orang. Peneliti menduga hal ini disebabkan karena remaja menggunakan media sosial tersebut dengan motif yang jelas. Misalnya untuk memperoleh informasi, sebagai sarana komunikasi dan sebagai wadah untuk dapat mengembangkan potensi diri. Hal ini sejalan dengan Jannah (2020) yang menyebutkan bahwa media sosial telah menjadi ruang dimana setiap individu membentuk dan membangun hubungan, membentuk identitas diri, mengekspresikan diri, dan belajar tentang dunia di sekitar kita. Kemudian menurut Karadağ et al. (2015) media sosial tidak hanya berkaitan dengan komunikasi namun media sosial pun mencakup hal menarik lainnya seperti pertukaran informasi, *sharing* multimedia dan

sebagainya. Dengan demikian, remaja menjadi lebih sadar akan fungsi dari media sosial itu sendiri sehingga tidak menjadikannya sebagai bumerang yang dapat merusak proses interaksi sosialnya. Dengan kata lain terdapat kecenderungan remaja menggunakannya tidak secara berulang-ulang atau hanya digunakan saat *free time*. Hal ini sesuai dengan Aulia (2020) yang menyebutkan bahwa remaja cenderung menggunakan media sosial saat ada waktu luang, merasa tidak ada kerjaan atau sekedar menunggu sesuatu.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *fear of missing out* terhadap perilaku *phubbing* pada remaja ($\text{sig } p = 0,018 < 0,05$) dengan persamaan regresi $Y = 35,017 + 0,247 X$. Hipotesis dalam penelitian ini diterima, artinya semakin tinggi *fear of missing out* maka remaja tersebut akan melakukan *phubbing*. Sebaliknya, semakin rendah *fear of missing out* maka remaja tersebut tidak melakukan *phubbing*. *Fear of missing out* memiliki pengaruh sebesar 5,6% terhadap perilaku *phubbing*. Sisanya sebesar 94,4% dipengaruhi oleh variabel atau faktor-faktor lain.

Dalam penelitian ini diketahui bahwa Responden yang memiliki *fear of missing out* tinggi dan melakukan *phubbing* terdapat sebanyak 34 orang (60,7%). Sebaliknya responden yang memiliki *fear of missing out* rendah dan tidak melakukan *phubbing* adalah sebanyak 27 orang (61,4%). Hasil *crosstab* menunjukkan remaja jenis kelamin laki-laki lebih banyak melakukan *phubbing*. Selain itu, semakin tinggi durasi pemakaian *smartphone* maka remaja semakin melakukan *phubbing*, dan remaja yang menggunakan media sosial 3 dan >5 lebih banyak tidak melakukan *phubbing*.

Daftar Pustaka

- Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 14(1), 33–44. doi:10.19030/jber.v14i1.9554.
- Al-Saggaf, Y., & O'Donnell, S. B. (2019). The role of state boredom, state of fear of missing out and state loneliness in state *phubbing*. *Australasian Conference on Information Systems*, 214–221.
- APJII. (2017). Infografis : penetrasi & perilaku pengguna internet indonesia. *Apjii.or.id*. Retrieved from website: <https://apjii.or.id/content/read/39/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2018>.
- As-Sahih, A. A. (2014). *Hubungan antara keberfungsian keluarga dengan kecanduan smartphone pada remaja* (Skripsi). Universitas Esa Unggul.
- Aulia, S. (2021). Komunikasi kesehatan mental remaja dalam penggunaan media sosial. *Pintar Opini Untar*, 2, 5-11.
- Azmi, N. (2019). *Hubungan antara fear of missing out dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa* (Skripsi). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2018, 21 Desember). Statistik pemuda Indonesia (Katalog BPS: 4103008). *Bps.go.id*. Retrieved from website: <https://www.bps.go.id/publication/2018/12/21/572f941511d090083dd742d6/statistik-pemuda-indonesia-2018.html>.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2020, 17 September). Jumlah penduduk menurut kelompok umur, 2020. *Bps.go.id*. Retrieved from website: https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_pub/YW40a21pdTU1cnJxOGt6dm43ZEdoZz09/da_03/1.
- Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2016). How “*phubbing*” becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone. *Computers in Human Behavior*, 63, 9–18. doi:10.1016/j.chb.2016.05.018.
- Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2018). The effects of “*phubbing*” on social interaction. *Journal of Applied Social Psychology*, 48(6), 304–316. doi:10.1111/jasp.12506
- Damashinta. (2019, 23 Maret). *Phubbing menjauhkan yang dekat*. *News SoloPos.com*.

- Retrieved from website:<https://news.soloos.com/read/20190327/525/980931/phubbingmenjauhkan-yang-dekat.8>.
- Fauzan, A. A. (2018). *Analisis psikometrik instrument phubbing dan faktor-faktor yang mempengaruhinya* (Skripsi). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Hurlock, E. B. (2004). *Psikologi perkembangan: suatu pendekatan sepanjang Rentang Kehidupan (5th ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Jannah, S. (2020, 03 September). Pengaruh penggunaan media sosial pada remaja terhadap kesehatan mental. *Yoursay.id*. Retrieved from website:<https://yoursay.suara.com/news/2020/09/03/121130/pengaruhpenggunaan-media-sosial-pada-remaja-terhadap-kesehatan-mental>.
- Karadağ, E., Tosuntaş, Ş. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Şahin, B. M., Çulha, I., & Babadağ, B. (2015). Determinants of phubbing, which is the sum of many virtual addictions: A structural equation model. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(2), 60–74. doi:10.1556/2006.4.2015.005
- Kurnia, S., Sitasari, N. W., & Safitri, M. (2020). Kontrol diri dan perilaku phubbing pada remaja di Jakarta. *Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi*, 18(1), 58–67.
- Prayudi, S. A. (2014). *Fenomena Penggunaan Smartphone di Kalangan Pelajar di SMP Islam Athirah I*(Skripsi). Universitas Hassanudin Makassar.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. doi: 10.1016/j.chb.2013.02.014
- Pusparisa, Y. (2020, 20 Januari). Berapa jumlah pengguna smartphone dunia.[Databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id). Retrieved from website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/01/20/berapa-jumlah-pengguna-smartphone-dunia>.
- Saputri, T. M. (2019). *Peran fear of missing out (fomo) terhadap kecanduan media sosial instagram pada remaja dikota Palembang* (Skripsi). Universitas Sriwijaya
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syifa, A. (2020). Intensitas penggunaan smartphone, prokrastinasi akademik, dan perilaku phubbing Mahasiswa. *Counsellia: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 10(1), 83. doi:10.25273/counsellia.v10i1.6309
- Thaeras, F. (2017, 14 Juli). Fenomena sosial yang merusak hubungan. *CNNIndonesia.com*. Retrieved from website:<https://www.cnnindonesia.com/gayahidup/phubbing-fenomena-sosial-yang-merusak-hubungan>.
- Untari, P. H. (2019, 21 Mei). Pengguna internet Indonesia paling banyak di usia 15-19 tahun. *Techo.okezzone.com*. Retrieved from website: <https://techno.okezzone.com/read/2019/05/21/207/2058544/2018-pengguna-internet-indonesia-paling-banyak-di-usia-15-19-tahun>
- Vaidya, N., Jaiganesh, S., & Krishnan, J. (2016). Prevalence of internet addiction and its impact on the physiological balance of mental health. *National Journal of Physiology, Pharmacy and Pharmacology*, 6(1), 97–100. doi: 10.5455/njppp.2015.5.0511201588
- Wiesner, L. (2017). A study on implications for solving the phenomenon of the Fear of Missing Out. *Fighting FOMO*, 1–58.
- Wilmer, H. H., Sherman, L. E., & Chein, J. M. (2017). Smartphones and cognition: A review of research exploring the links between mobile technology habits and cognitive functioning. *Frontiers in Psychology*, 8, 1–16. doi: 10.3389/fpsyg.2017.00605
- Winarsunu, T. (2015). *Statistik dalam penelitian*

psikologi dan pendidikan. Malang: UMM Press

Youarti, I. E., & Hidayah, N. (2018). *Perilaku*

Phubbing Sebagai Karakter Remaja Generasi Z.

Jurnal Fokus Konseling, 4(1), 143-152. doi:

10.26638/jfk.553.2099