

Nomor Daftar FPIPS : 5387/UN40.A2.13/PT/2024

**PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM TERHADAP
SIKAP *FEAR of MISSING OUT (FoMO)* PADA GENERASI Z
(Studi Korelasi pada *Followers* Akun Instagram @rachelvennya)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Oleh:
Ade Indriani br Sitepu
2009056**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2024**

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM TERHADAP
SIKAP *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* PADA GENERASI Z
(Studi Korelasi pada *followers* Akun Instagram @rachelvennya)

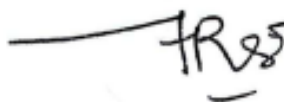
Oleh:

Ade Indriani br Sitepu

NIM 2009056

Skripsi ini disetujui oleh:

Pembimbing I



Prof. Dr. Atie Rachmatie, M.Si.
195903301986012002

Pembimbing II



Dra. Yani Kusmarni, M.Pd.
NIP. 196601131990012002

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UPI



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si
NIP. 198507172014041001

**PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM TERHADAP
SIKAP *FEAR of MISSING OUT (FoMO)* PADA GENERASI Z
(Studi Korelasi pada *Followers* Akun Instagram @rachelvennya**

Oleh:

Ade Indriani br Sitepu

NIM 2009056

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Ade Indriani br Sitepu

Universitas Pendidikan Indonesia

2024

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, *fotocopy*, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

Ade Indriani br Sitepu, 2024

*Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Sikap Fear of Missing Out (FoMO) Pada
Generasi Z (Studi Korelasi Pada Followers akun instagram @rachelvennya)*

Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram terhadap Sikap *FoMO* pada generasi Z (Studi Korelasi pada *followers* akun instagram @rachelvennya)” beserta seluruh isinya adalah benar-benar merupakan karya saya sendiri. Saya tidak melakukan tindakan plagiarisme ataupun penjiplakan yang melanggar hak cipta melalui cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku. Melalui pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apanila dikemudian hari, ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau adanya klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2024
Yang Membuat Pernyataan



Ade Indriani br Sitepu
NIM 2009056

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat serta karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Sikap *FoMO* pada Generasi Z (Studi Korelasi pada *Followers* Akun Instagram @rachelvennya)”**. Tentunya dalam tidak sedikit hambatan yang dihadapi penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Namun, atas bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat dirampungkan.

Tak lepas pula dari tujuan utama penyusunannya, skripsi ini diselesaikan penulis guna merampungkan kewajiban akademik sebagai mahasiswa dan dalam tujuan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom). Dalam pelaksanaannya, penulis menyadari masih banyaknya kekurangan skripsi ini dalam berbagai aspek. Oleh karena itu penulis berharap adanya kritik dan saran dari pembaca ataupun dari berbagai kalangan lainnya dalam mengisi dan memperbaiki kekurangan tersebut.

Penulis berharap dengan hasilnya penelitian ini dapat memperkaya ilmu pengetahuan pada rumpun ilmu komunikasi, tepatnya dalam ranah komunikasi persuasive. Sehingga dapat memberikan manfaat praktis maupun teoritis bagi semua kalangan dan menjadi manfaat bagi masyarakat luas di masa yang akan datang.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyadari bahwa dalam proses pembuatan skripsi yang berjudul “Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram terhadap Sikap *FoMO* pada generasi Z (Studi Korelasi pada *followers* akun instagram @rachelvennya)” ini, masih terdapat banyak kekurangan terkait pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran bagi penullis diharapkan dapat menjadi masukan dalam perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan pengetahuan yang bermanfaat bagi para pembacanya.

Selesaiannya skripsi ini tentu tidak lepas dari dukungan, bantuan dan bimbingan dari banyak pihak. Untuk itu, penulis hendak mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan maksimal.
2. Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.Pd., M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia beserta jajarannya
3. Prof. Dr. Agus Mulyana, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
4. Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi beserta jajarannya
5. Prof. Dr. Atie Rachmiate, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa memberikan arahan, motivasi, dan masukan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Dra. Yani Kusmarni, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
7. Vidi Sukmayadi, M.Si., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis selama menjalani pendidikan di Program Studi Ilmu Komunikasi.
8. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Ilmu Komunikasi UPI yang telah membantu kelancaran skripsi ini.

9. Bapak Resna Sitepu dan Ibu Ernawati selaku orangtua yang luar biasa, yang tak kenal lelah untuk selalu mendukung, memotivasi, memberikan doa, dan semangat tanpa henti kepada penulis untuk menyelesaikan pendidikan dan skripsi ini.
10. Saudara kandung penulis, yang selalu ikut andil dan turut mendoakan, mendukung, mendorong penulis untuk menyelesaikan pendidikan dan skripsi ini.
11. Nadira, Liza dan semua teman-teman dekat penulis yang juga ikut berjuang bersama penulis dan senantiasa memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman sebangkuan yang juga sama-sama berjuang, berusaha serta memberikan dukungan dan hiburan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
13. Seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2020 serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan pengalaman berharga bagi penulis selama menjadi bagian dari Ilmu Komunikasi UPI

ABSTRAK

Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Sikap *FoMO* pada generasi Z (Studi Korelasi pada followers akun @rachelvennya) Ade Indriani br Sitepu,
Prof. Dr. Atie Rachmiate, M.Si., Dra Yani Kusmarni, M.Pd.

Pesatnya perkembangan media sosial yang didukung oleh ketersediaan jaringan internet yang cepat menjadikan segala jenis informasi mudah diakses oleh siapapun. Instagram menjadi media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak setelah WhatsApp di Indonesia. Intensitas penggunaan instagram yang tinggi dapat memicu munculnya persepsi dan perilaku negatif di kalangan penggunanya. Generasi Z dengan intensitas penggunaan yang tinggi secara langsung menyaksikan dan memperoleh segala bentuk konten dan informasi terkait apapun yang ada di instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasi yang bertujuan untuk mengkaji pengaruh intensitas penggunaan instagram terhadap sikap Fear of Missing Out (FoMO) pada generasi Z dengan fokus pada followers akun instagram @rachelvennya. Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh antara frekuensi, durasi, apresiasi, atensi penggunaan instagram terhadap sikap *FoMO* pada generasi Z. Mengingat pesatnya perkembangan media sosial, terutama instagram, penelitian ini penting untuk memahami dampak intensitas penggunaan instagram terhadap perubahan sikap pada gen Z. Temuan penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara intensitas penggunaan instagram terhadap sikap FoMO pada generasi Z. penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengembang kebijakan dan pengguna media sosial untuk memahami serta mengatasi dampak psikologis dari penggunaan media sosial. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang dampak penggunaan media sosial, khususnya instagram, terhadap psikologi generasi Z. Dengan mengidentifikasi hubungan antara intensitas penggunaan instagram dan *FoMO*, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para peneliti dan praktisi dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mengatasi dampak negatif dari penggunaan media sosial. Peneliti selanjutnya diharapkan mengeksplorasi berbagai faktor lain yang memicu sikap pengaruh *FoMO* pada generasi Z di luar penelitian ini

Kata Kunci: Instagram, Intensitas, Fear of Missing Out, Generasi Z

ABSTRACT

*The Influence of Instagram Usage Intensity on FoMO Attitudes in Generation Z
(Correlation Study on Followers of the @rachelvennya) Ade Indriani br Sitepu,
Prof. Dr. Atie Rachmiatie, M.Si., Dra Yani Kusmarni, M.Pd.*

The rapid development of social media supported by the availability of fast internet networks makes all types of information easily accessible to anyone. Instagram is the social media with the highest number of users after WhatsApp in Indonesia. The high intensity of Instagram usage can trigger the emergence of negative perceptions and behaviours among its users. Generation Z with high intensity of use directly witnesses and obtains all forms of content and information related to anything on Instagram. This study uses a quantitative approach with a correlation method that aims to examine the effect of the intensity of using Instagram on the attitude of Fear of Missing Out (FoMO) in generation Z with a focus on followers of the @rachelvennya Instagram account. The formulation of this research problem is whether there is an influence between frequency, duration, appreciation, attention to the use of Instagram on FoMO attitudes in generation Z. Given the rapid development of social media, especially Instagram, this research is important to understand the impact of the intensity of Instagram use on changes in attitudes in generation Z. The research findings show a positive influence between the intensity of Instagram use on FoMO attitudes in generation Z. This research is expected to provide insights for policy developers and social media users to understand and overcome the psychological impact of social media use. This research contributes to the understanding of the impact of social media use, especially Instagram, on the psychology of Generation Z. By identifying the relationship between Instagram usage intensity and FoMO, this study can serve as a reference for researchers and practitioners in developing more effective strategies to address the negative impact of social media usage. Future researchers are expected to explore various other factors that trigger the attitude of FoMO influence in generation Z beyond this study.

Keywords: Instagram, Intensity, Fear of Missing Out, Generation Z

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I.....	16
PENDAHULUAN	16
1.1 Latar Belakang	16
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	25
1.3 Tujuan Penelitian	25
1.4 Manfaat Penelitian	25
1.4.1 Manfaat Segi Teoritis.....	25
1.4.2 Manfaat Segi Praktis	26
1.4.3 Manfaat Segi Kebijakan.....	26
1.4.4 Manfaat Segi Isu Serta Aksi Sosial.....	26
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	26
BAB II.....	28
KAJIAN PUSTAKA.....	28
2.1. Teori Komunikasi S O R.....	28
2.2. <i>Social Influence Theory</i>	30
2.3. Instagram.....	31
2.4. Intensitas Penggunaan Instagram	33
2.5. <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	37
2.6. Gen Z	39
2.7. Penelitian Terdahulu	41
2.8. Kerangka Berpikir.....	49
2.9. Paradigma Penelitian	49

Ade Indriani br Sitepu, 2024

Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Sikap Fear of Missing Out (FoMO) Pada Generasi Z (Studi Korelasi Pada Followers akun instagram @rachelvennya)

Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

2.10.	Hipotesis Penelitian.....	50
BAB III		52
METODE PENELITIAN.....		52
3.1.	Desain Penelitian	52
3.2.	Partisipan.....	53
3.3.	Populasi dan Teknik <i>Sampling</i>	53
3.3.1	Populasi.....	53
3.3.2	Teknik Sampling.....	54
3.4.	Instrumen Penelitian	54
3.4.1	Kuesioner Penelitian	54
3.4.2	Studi Kepustakaan.....	55
3.4.3	Skala Pengukuran.....	55
3.4.4	Definisi Variabel	55
3.4.5	Operasional Variabel.....	57
3.5.	Pengujian Instrumen Penelitian	62
3.5.1	Uji Validitas	62
3.5.2	Uji reliabilitas.....	65
3.6.	Prosedur Penelitian	66
3.7.	Teknik Analisis Data.....	67
3.7.1	Analisis Data Deskriptif.....	67
3.8.	Uji Asumsi Klasik.....	67
3.8.1	Uji Normallitas.....	67
3.9.	Uji Hipotesis	68
3.9.1	Uji Korelasi	68
3.9.2	Uji Regresi Linier Berganda	69
3.9.3	Uji Parsial (Uji - T)	69
3.9.4	Uji Simultan (Uji - F).....	70
3.9.5	Uji Koefisien Determinasi (R) dan Adjusted (R ²)	71
3.10.	Etika Penelitian	71
BAB IV		70
TEMUAN DAN PEMBAHASAN		70
4.1	Profil Responden.....	70
4.2	Karakteristik Responden	70
4.2.1	Karakteristi Responden Jenis Kelamin	72

4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	72
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	73
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Motif Menggunakan Instagram ...	74
4.3	Analisa Deskripsi Tanggapan Responden.....	74
4.3.1	Deskripsi Umum Intensitas Penggunaan Instagram.....	76
4.3.2	Deskripsi Umum Frekuensi	77
4.3.3	Deskripsi Umum Durasi.....	79
4.3.4	Deskripsi Umum Apresiasi	80
4.3.5	Deskripsi Umum Atensi.....	82
4.3.6	Deskripsi Umum <i>FoMO</i>	83
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	85
4.4.1	Uji Normalitas.....	85
4.5	Uji Hipotesis	86
4.5.1	Uji Korelasi.....	86
4.5.2	Uji Regresi Linear berganda	90
4.5.3	Uji Parsial (Uji T)	92
4.5.4	Uji Simultan (Uji F)	94
4.5.5	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	96
4.6	Pembahasan.....	96
4.6.1	Pembahasan Frekuensi terhadap <i>FoMO</i>	97
4.6.2	Pembahasan Durasi terhadap <i>FoMO</i>	100
4.6.3	Pembahasan Apresiasi terhadap <i>FoMO</i>	103
4.6.4	Pembahasan Atensi terhadap <i>FoMO</i>	106
4.6.5	Pembahasan Intensitas Penggunaan Instagram terhadap sikap <i>FoMO</i> ...	110
BAB V		114
SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI		114
5.1	Simpulan	114
5.2	Implikasi	115
5.2.1	Implikasi Teoritis	115
5.2.2	Implikasi Praktis	116
5.3	Rekomendasi.....	116
DAFTAR PUSTAKA		118
LAMPIRAN.....		125
Lampiran 1 Instrumen Penelitian		125

Lampiran 2 Data Responden	130
Lampiran 3 Tanggapan Responden.....	138
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	164
Lampiran 5 Analisis Data Deskriptif	168
Lampiran 6 Olah Data Penelitian	170
Lampiran 7 Hasil Turnitin.....	174

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran.....	55
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	57
Tabel 3. 3 Uji Validitas	63
Tabel 3. 4 Kriteria Kategori	65
Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas	66
Tabel 3. 6 Kategorisasi Tingkat Korelasi.....	68
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	73
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	73
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden berdasarkan Motif	74
Tabel 4. 5 Rumus Kategorisasi	75
Tabel 4. 6 Kategorisasi.....	75
Tabel 4. 7 Deskripsi Umum Intensitas	76
Tabel 4. 8 Distribusi Intensitas Penggunaan Instagram	77
Tabel 4. 9 Nilai rata-rata, Simpangan Baku, dan Interval Estimasi Frekuensi	77
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Sub Variabel Frekuensi	78
Tabel 4. 11 Nilai rata-rata, Simpangan Baku, dan Interval Estimasi Durasi	79
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi sub Variabel Durasi	79
Tabel 4. 13 Nilai rata-rata, Simpangan Baku, dan Interval Estimasi Apresiasi.....	80
Tabel 4. 14 Distribusi Frekuensi sub Variabel Apresiasi.....	81
Tabel 4. 15 Nilai rata-rata, Simpangan Baku, dan Interval Estimasi Apresiasi.....	82
Tabel 4. 16 Distribusi Frekuensi sub Variabel Atensi	83
Tabel 4. 17 Nilai rata-rata, Simpangan Baku, dan Interval Estimasi sikap <i>FoMO</i>	83
Tabel 4. 18 Distribusi Frekuensi Variabel Sikap <i>FoMO</i>	84
Tabel 4. 19 Ringkasan hasil Uji Asumsi Klasik	85
Tabel 4. 20 Uji Normalitas.....	85
Tabel 4. 21 Kategori Nilai Korelasi	87
Tabel 4. 22 Uji Korelasi	87
Tabel 4. 23 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	90
Tabel 4. 24 Hasil Uji Parsial (Uji T)	93
Tabel 4. 25 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	94
Tabel 4. 26 Hasil Uji Koefisien Determinasi dan Adjusted R^2	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Diagram Pengguna Media Sosial	17
Gambar 1. 2 Instagram @rachelvennya	23
Gambar 2. 1 Skema teori S-O-R	29

DAFTAR PUSTAKA

- (2001). *The Common Sense Census: Media Use by Tweens and Teens*. Retrieved from <https://www.common sense media.org/research/the-common-sense-census-media-use-by-tweens-and-teens-2021>
- Agra , B., & Prakoso, S. T. (2022). Bagaimana Influencer Sosial Media Mempengaruhi Pengikutnya? Dalam Perspektif Congruity Theory. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 29-35.
- Alhabash, S., & Ma, M. (2017). A Tale of Platforms: Motivations and uses of facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students. *Social Media+Society*, 1-13. doi:<https://doi.org/10.1177/2056305117691544>
- Alit, D. M., & Tejawati, N. P. (2023). "Smart Classroom: Digital Learning Generasi Z dan Alpha". *Seminar Nasional Transformasi Pendidikan melalui Digital Learning Guna Mewujudkan Merdeka Belajar*, (hal. 276-286). Bali.
- Alter, A. (2017). *Irresistible: The Rise of Addictive Technology and the Business of Keeping Us Hooked* (243 ed.). New York: Penguin Press.
- Anjani , S., & Irwansyah. (2020). Peranan influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan di Media Sosial Instagram (The Role of Social Media Influencers In Communicating Messages Using Instagram). *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, 16(2). Diambil kembali dari <https://doi.org/10.19166/pji.v16i2.1929>
- Augusta, A. D., & Putri, F. A. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Fear of Missing Out (FoMO). *Applied Business and Administration Journal*, 2(2), 30-39. doi:<https://doi.org/10.62201/abaj.v2i2.51>
- Bella , S., Raudhoh, S., & Annisa, V. (2023). The Correlation Between Instagram Usage Intensity and Fear of Missing Out (FoMO) in Emerging Adulthood in Jambi City During the Covid 19 Pandemic. *Atlantis Press: Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 179-187. doi:https://doi.org/10.2991/978-2-38476-110-4_19
- Buglass, S. L., Binder, J. L., Betts, L. R., & Underwood, J. D. (2017). Motivators of online vulnerability: The impact of social network site use and FOMO. *Computers in Human Behavior*, 284-255. doi:<https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.055>

Ade Indriani br Sitepu, 2024

Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Sikap Fear of Missing Out (FoMO) Pada Generasi Z (Studi Korelasi Pada Followers akun instagram @rachelvennya)

Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

- Darmawan, D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (III ed.). Bandung: PT. Rosdakarya.
- Davlembayeva, D., & Papagiannidis, S. (2024). Social Influence Theory: A Review. Dalam S. Papagiannidis, *THEORYHUB BOOK A Theory Resource For Student and Researchers Alike* (hal. 1-219). Diambil kembali dari <https://open.ncl.ac.uk/theory-library/TheoryHubBook.pdf>
- Dila A, A., & Putri, F. N. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Fear of Missing Out (FoMO). *Applied Business and Administration Journal*, 2(2), 30-39.
- Dinh, T. C., Wang , M., & Lee, Y. (2023). How Does the Fear of Missing Out Moderate the Effect of Social Media Influencers on Their Followers' Purchase Intention? 13(3). Diambil kembali dari <https://doi.org/10.1177/21582440231197259>
- Elhai, J. D., Levine, J. C., Dvorak, R. D., & Hall, B. J. (2016). Fear of missing out, need for touch, anxiety and depression are related. *Computers in Human Behavior*, 509-516. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.079>
- Elhai, J. D., Yang, H., & Montag, C. (2020). Fear of Missing Out (FoMMO): Overview, Theoretical Underpinnings, and Literature review on Relations with Severity of Negative Affectivity and Problematic Technology Use. *Brazilian Journal of Psychiatry*, 1-7.
- Evelin, & Adishesha, M. S. (2020). Hubungan Intensitas Penggunaan Instagram dan Self Esteem pada Remaja. *Jurnal Universitas Pancasila*, 11(1), 26-36.
- Fitri, H., Hariyono , S. D., & Arpandy , G. A. (2024). Pengaruh Self Esteem Terhadap Fear of Missing Out (FoMO) pada generasi Z Pengguna Media Sosial. *Jurnal Psikologi*, 1-21. doi:<https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2823>
- Groenestein, E., Willemsen, L., Koningsbruggen, G., & Kerkhof, P. (2023, Desember 22). Exploring the Dimensionality of Fear of Missing Out: Associations With Related Constructs. *Journal Of Psychosocial Research On Cyberspace*.
- Hogan, M., & Starburger, V. C. (2018). Social Media and New Technology: A Primer. *linical Pediatrics*, 1-12.
- Hwang , H. S. (2019). Why Social Comparison on Instagram Matters: Its Impact on Depression. *KSII Transactions on Internet and Information Systems*, 1626-1637.

- Hwang , Y. (2016). Understanding Social Influence Theory and Personal Goals in E-Learning. *Information Development*, 32(3). doi:<https://doi.org/10.1177/0266666914556688>
- Iklimah , M., Noviekayati, I., & Ananta, A. (t.thn.). Fear of Missing Out dengan Konformitas Pada Generasi Z.
- Indonesia, C. (2024). *Instagram Juara Download Global Kalahkan Tiktok hingga Capcut*. Jakarta. Diambil kembali dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20240305200051-206-1070861/instagram-juara-download-global-kalahkan-tiktok-hingga-capcut#:~:text=Dalam%20laporan%20tersebut%2C%20Instagram%20mencatatkan,dengan%20unduh%20sebanyak%2046%20juta>
- Indriani, A. (2020). Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram terhadap Sikap FoMO pada Generasi Z .
- (t.thn.). *Instagram Users in Indonesia*. NapoleonCat. Diambil kembali dari <https://napoleontcat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/06/>
- Jabeen, F., Tandon, A., Sithipolvanichgul, J., Srivastava, S., & Dhir, A. (2023). Social media-induced fear of missing out (FoMO) and social media fatigue: The role of narcissism, comparison and disclosure. *Journal of Business Research*.
- Jiang, S., & Ngien, A. (2020). The Effects of Instagram Use, Social Comparison, and self Esteem on Social Anxiety: A Survey Study in Singapore. *Social Media + Society*, 1-10.
- Junaidi. (2018). *Modul Belajar Processing Data Penelitian Kuantitatif Menggunakan E Views*. Bidang Kajian Kebijakan Dan Inovasi Administrasi Negara.
- Khrishananto, R., & Adriansyah, M. A. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(2), 323-336. doi:DOI: 10.30872/psikoborneo
- Kim, M. J., Lee, C. K., & Jung , T. (2018). Exploring Consumer Behavior in Virtual Reality Tourism Using an Extended Stimulus-Organism-Response. *Journal of Travel Research*, 59(1), 69-89. doi:<http://dx.doi.org/10.1177/0047287518818915>

- Kompas.com. (2022). *Siapa Influencer yang Paling Berpengaruh Bagi Gen Z?* Jakarta. Diambil kembali dari <https://jeo.kompas.com/siapa-influencer-yang-paling-berpengaruh-bagi-gen-z>
- Koulopoulos, T., & Keldsen, D. (2014). *The Gen Z Effect: The Six Forces Shaping the Future of Business*. Cambridge: Bibliomotion.
- Kumparan.com. (2023). *Rentang Perhatian Pendek, Pandemi Pelik di Kalangan Gen Z*. Jakarta. Retrieved from <https://kumparan.com/alvie-putri-1690895039185266301/rentang-perhatian-pendek-epidemi-pelik-di-kalangan-gen-z-20ulx7jW9Xm/1>
- Kusnendi. (2017). *Handout Statistika Penelitian dan Analisis Data dalam Penelitian Non Eksperimen Model Regresi Persamaan Tunggal*. Program Studi Pendidikan Ekonomi Sekolah Pasca Sarjana Universitas Kuningan.
- Lee, J. A., Bright, L., & Eastin, M. S. (2021). Fear of Missing Out Consumer Happiness on Instagram: A Serial Mediation of Social Media Influencer Related Activities. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 24(11), 762-766. doi:<https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0431>
- Mardhatilla, J. (2019). Pengaruh Konten Instagram @senemu.coffee Terhadap Minat Beli Followers-nya Di Kafe Senemu 2.1. *Ilmu Komunikasi*, 1-11.
- Napoleoncat.com. (2024). *Instagram Users in Indonesia*. Diambil kembali dari <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/06/>
- Naskiyah, S., & Rosyadi, A. R. (2022). Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Kesehatan Mental Mahasiswa dalam Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Pendidikan Islam*, 713-730.
- Nataprawira, M. M., & Junita, I. (2022). Hubungan Antara Konten Instagram dengan Sikap Disiplin Followers. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 284-289. doi:<https://doi.org/10.29313/bcscm.v2il.1628>
- Nurhasanah, N., & Kanda, A. S. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Perilaku Masyarakat. *Intelletika: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 33-39.
- Nuryadi, T. D., Astuti, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Dasar-dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Gramasurya.
- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamarro, A. (2017). Negative Consequences from Heavy Social Networking in Adolescents:

- The Mediating Role Of Fear of Missing Out. *Journal of Adolescence*, 51-60. doi:<https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.008>
- Pandita, S., Mishra, H. G., & Chib, S. (2021). Psygological Impact of Covid 19 Crises on Student Through the Lens Of Stimulus-Organism-Response (SOR) Model. *Children and Youth Services Review*, 1-9.
- Panjaitan, M. E., & Rahmasari, D. (2021). Hubungan Antara Social Comparison Dengan Subjective Well-Being Pada Mahasiswa Psikologi Unesa Pengguna Instagram. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(5), 1-14. Diambil kembali dari <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/41318>
- Pranata, W. Y., Sa'adah, T. I., & Maulana, M. S. (2023). Media Sosial Sebagai Platform Digital Pemicu Ketidakstabilan Kecemasan Generasi Z. *Seminar Nasional 2023*, hal. 681-686.
- Pratama, B. A., & Sari, D. S. (2020). Dampak Sosial Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Kesehatan Menal Berupa Sikap Apatitis di SMP Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Aiska University*, 65-75.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., & DeHaan, C. R. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848. doi:<https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group.
- Roberts, J. A., & David, M. E. (2020). The Social Media Party: Fear of Missing Out. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 1-8. Diambil kembali dari <https://doi.org/10.1080/10447318.2019.1646517>
- Sari, T. P., & Rinaldi. (t.thn.). Hubungan Kecanduan Mengakses Instagram Dengan Keterampilan Sosial Pada Mahasiswa Psikologi UNP. 1-12.
- Sartika, N. Y., & Sugiharsono. (2020). Self-Efficacy and Intensity of the Use of Social Media on. *Jurnal Economia*, 16(1), 71-85.
- Satriawan, A., Rusli, R., & Hidayat, R. (2023, September). Stoicism and Fear of Missing Out (FoMO) in the Z Generations's Trend. *International Journal of Social Service and Research*, 03(09), 2348-2360. doi:<https://doi.org/10.46799/ijssr.v3i10.552>

- Schmuck, D. (2021). Following Social Media Influencers in early Adolescence: Fear of Missing Out, Social Well-Being and Supportive Communication with Parents. *Journal of Computer Mediated Communication*, 245-264.
- SCISPACE. (2023). *How Much Times Does Gen Z Spend On Social Media?* Diambil kembali dari <https://typeset.io/questions/how-much-time-does-gen-z-spend-on-social-media-1yb9kqfx8k>
- Seemilar, C., & Grace, M. (2017). Generation Z: Educating and Engaging the Next Generation of Students. *Journal Indexing and Metrics*, 21-26. doi:<https://doi.org/10.1002/abc.21293>
- Simamora, D. L., & Lubis, E. E. (2019). Pengaruh Pesan Kampanye #GenZHeTikYuk! Terhadap Sikap Ramah Lingkungan Pengikut Akun Instagram @dutalingkunganpku. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik*, 6(2), 1-15.
- Soviana, A., Fajrilianti, H. A., Pustiparini, N., Syaferi, N. F., Oka, I., & Mardiyani, N. I. (2022). Hubungan Intensitas Penggunaan Instagram @bemsbundip_ Terhadap Tingkat. *Jurnal Impresi*, 141.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2017). *Gen Z @ Work: How The Next Generation is Transforming the Workplace* (1 ed.). New York: Harper Business, an imprint of Harper Collins Publisher.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mix Method)*. Bandung: ALFABETA.
- Tandon, A., Dhir, A., Talwar, S., Kaur, P., & Mantymaki, M. (2021). Dark consequences of social media-induced fear of missing out (FoMO):. *Technological Forecasting & Social Change*. doi:<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120931>
- Trenz, dkk. (2018, December). Uncertainty in cloud service relationships: Uncovering the differential effect of three social influence processes on potential and current users. *Information & Management*, 55(8), 971-983. doi:<https://doi.org/10.1016/j.im.2018.05.002>
- Turney, S. (2023, June 22). Coefficient of determination | Calculation and Interpretation.
- Ulum, M. (2018). *Buku Statistik*. Malang: Stikes Malang Widya Cipta Husada.
- Weninggalih, P., & Fikriyah, S. N. (2023). Strategi Komunikasi Persuasif pada Generasi Z Menjelang Pemilihan Presiden 2024. *Journal Ilmu Politik dan Komunikasi*, XIII(2), 69-81.
- Ade Indriani br Sitepu, 2024
Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Sikap Fear of Missing Out (FoMO) Pada Generasi Z (Studi Korelasi Pada Followers akun instagram @rachelvennya)
 Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

Widyaputri, N., Suwu, E. A., & Tumiwa, J. (2022). Analisis Pemanfaatan Aplikasi Instagram Dalam Pemasaran Bisnis Online Shop Di Kota Manado. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(2), 1-9.