

NEED TO BELONG DAN OF MISSING OUT MAHASISWA PENGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Fajar Shodiq, Engkos Kosasih, Sri Maslihah

Departemen Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia
*E-mail penulis: fajarfass@gmail.com, engkoskosasih@gmail.com,
maslihah_psi@upi.edu*

Abstract

This research is to find the correlation between need to belong and fear of missing out in college instagram user in Bandung city. Quantitative research method used in this research with participant of 324 college student in Bandung city. The instrument in this research was using need to belong and fear of missing out scale made by Wibowo and Santika that adapted from the aspects of need to belong and fear of missing out by Baumeister and Leary for the need to belong scale, and Pryzblzski, Murayama, DeHaan, and Gladwell for measuring fear of missing out. This research made data analysis simple correlation. Result showed that there is positive correlation between need to belong and fear of missing out with adjustment of 0.327.

Key words: *need to belong, fear of missing out, instagram*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan need to belong dengan fear of missing out diri pada mahasiswa pengguna instagram di kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan partisipan berjumlah 324 orang mahasiswa di kota Bandung. Instrumen pada penelitian ini menggunakan instrumen yang dibuat oleh Wibowo dan Santika yang diturunkan dari aspek-aspek *need to belong* dan *fear of missing out* oleh Baumeister dan Leary untuk need to belong, Pryzblzski, Murayama, DeHaan, dan Gladwell untuk mengukur *fear of missing out*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi sederhana. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif *need to belong* dengan *fear of missing out* sebesar 0,327.

Kata kunci: *need to belong, fear of missing out, instagram*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi yang pesat membuat pengguna *smartphone* di Indonesia meningkat sejak tahun 2016, dari 65 juta orang pengguna, meningkat menjadi 92 juta orang pengguna di tahun 2018 (Databoks.co.id). *Smartphone* membuat layanan internet yang dulunya hanya bisa dinikmati oleh pengguna komputer sekarang dapat dinikmati oleh khalayak banyak, dari yang muda sampai yang tua, karena *smartphone* memiliki berbagai macam jenis dan terjangkau untuk segala kalangan, sehingga semua orang dapat menikmati manfaat dan kemudahannya.

Temuan lain yang didapat dari data survey Databoks.co.id (2017), pengguna internet di Indonesia didominasi oleh usia produktif, yaitu usia 19-34 tahun sebesar 49,52%,

sedangkan 29.55% usia 35-54 tahun, 16.68% usia 13-18 tahun, dan 4.24% usia 54 tahun keatas. Selain itu menurut survey APJII (2017) menemukan bahwa 95% masyarakat Indonesia mengakses internet menggunakan *smartphone* atau tablet. Internet dan *smartphone* sendiri sudah menjadi kebutuhan pada masa yang serba cepat ini, karena segala kemudahan dan fitur-fitur menarik yang dapat digunakan.

Media sosial menjadi suatu platform yang banyak diminati oleh pengguna internet, faktanya survey yang dilakukan APJII kepada 2500 responden pengguna internet menemukan bahwa 87,13% masyarakat Indonesia pengguna internet memiliki media sosial. Individu menggunakan media sosial untuk berinteraksi, bertukar ide dan pemikiran, atau hanya sekedar berbagi pengalaman (Bailey, dkk, 2013) sehingga media sosial menjadi bagian penting untuk berkomunikasi dan berinteraksi, khususnya pada individu berusia 19-34 tahun.

Pada usia 19-34 tahun, diawali dengan masa transisi dari remaja menuju dewasa yang disebut *emerging adulthood* yang mencakup usia 18-25 tahun. Masa transisi ini adalah masa dimana individu mulai mengeksplor identitas dirinya, memikirkan pekerjaan dan juga cinta, tetapi belum mencapai taraf stabil, (Arnett dalam Santrock, 2012). Usia 18-25 tahun pada umumnya merupakan usia mahasiswa S1, maka usia tersebut menjadi batasan subjek pada penelitian ini.

Pada survey yang dilakukan oleh APJII (2017) menunjukkan pengguna internet terbanyak kedua yaitu mahasiswa S1 sebesar 79.23%. Survey Databoks.co.id (2016) membuktikan bahwa aplikasi media sosial Instagram adalah yang paling banyak digunakan oleh pengguna internet yaitu sebanyak 82.6 % dari total responden 1020 orang. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa menggunakan media sosial instagram. Pada survey yang dilakukan oleh Zein Permana pada pengguna Instagram yang dilakukan pada bulan Agustus tahun 2018, mendapatkan 475 akun instagram yang mayoritas adalah mahasiswa, mereka juga mengakui bahwa pertama kali menggunakan instagram adalah karena mengikuti teman-temannya. Aplikasi instagram sangat menarik untuk digunakan karena terdapat fitur-fitur yang dapat memenuhi kebutuhan sosial individu, seperti komunikasi melalui *fitur chatting, video call, voice call, instastory*, dan fitur utama instagram yaitu mengunggah foto disertai deskripsi foto tersebut.

Dengan segala fitur tersebut instagram dapat memenuhi kebutuhan individu untuk menjelaskan diri, tampil baik, kebutuhan untuk mendapat dukungan, kebutuhan untuk memperhatikan dan diperhatikan orang lain (Puspitasari, 2015). Individu akan melakukan berbagai macam hal agar dapat terikat dengan lingkungan sosialnya, karena adanya *need to belong* dengan teman sepermainan skala besar di instagram (Sarita & Suleeman, 2017).

Individu memiliki kebutuhan untuk diterima dalam sebuah kelompok dan berhubungan dengan orang lain atau yang disebut dengan *need to belong*, yang merupakan bagian dari perkembangan sosial pada individu (Agbaria, Ronen, & Hamama, 2012; Leary, dkk. 2013). Individu memiliki *need to belong* yang kuat pada

lingkungan pertemanannya, karena ikatan pertemanan memiliki peranan penting bagi individu sebagai sumber dan dukungan untuk menghadapi berbagai masalah emosional dan sosial (Louw, 1998; Ashford dan Lecroy, 2009).

Pengucilan dan penolakan dalam lingkungan sosial individu, akan berdampak negatif pada kesejahteraan emosional, efikasi diri, kehilangan makna dan tujuan hidup pada individu. (Mellor, dkk., 2008; Koseoglu, 2015; Baumeister & Leary, 1995; Nadkarni & Hofmann, 2012). Maka individu membutuhkan suatu media yang memiliki fungsi untuk menghindari pengucilan dan penolakan tersebut, seperti media sosial instagram.

Melalui instagram, individu dapat memenuhi kebutuhan sosial, maka *need to belong* dapat terpenuhi melalui instagram. Disamping media sosial instagram memiliki manfaat untuk memenuhi *need to belong* individu, tidak menutup kemungkinan media sosial tersebut melahirkan suatu hal negatif bagi penggunanya. Upreti & Musalay (2018) mengatakan bahwa bentuk komunikasi yang baru yaitu media sosial dapat memicu timbulnya *fear of missing out*.

Fear of missing out adalah rasa takut pada individu yang muncul karena tertinggal informasi, gosip, atau tren yang berkembang di lingkungan sosial individu tersebut, lalu timbul rasa takut akan penolakan dari lingkungan sosialnya, selain itu media sosial yang menyediakan kemudahan dalam berkomunikasi jarak jauh telah melahirkan suatu permasalahan baru yang membuat individu takut bila dirinya tidak mendapat pengalaman menyenangkan yang sama dengan oranglain (Przybylski, dkk., 2013). Individu memerlukan teman sebaya untuk memperoleh kasih sayang dan penerimaan dari lingkungan sekitarnya agar timbul penghargaan pada dirinya sendiri (Puspitasari, 2015).

Menurut Przybylski, dkk, (2013) FoMO membuat individu selalu ingin mengikuti apa yang oranglain lakukan, sehingga bagi individu yang mengalami FoMO melihat media sosial sebagai sesuatu yang sangat menarik, ditandai dengan munculnya keinginan untuk terus mengikuti atau mengetahui apa yang individu lain lakukan di dunia maya. Masih dalam penelitian Przybylski, dkk, (2013) FoMO membuat individu merasa jauh jika tidak mengikuti atau mengetahui perkembangan informasi yang terjadi pada individu lain, dalam pembahasan ini informasi tersebut merupakan semua yang terjadi pada lingkungan sosial individu tersebut.

Dapat disimpulkan dari pemaparan di atas, maraknya penggunaan *smartphone* dan media sosial instagram oleh sebagian besar individu dari rentang umur 18-25 tahun dapat memberi suatu masalah baru dalam kehidupan sosialnya (Przybylski, dkk., 2013). Masalah itu tumbuh dari kebutuhan individu untuk untuk diterima oleh lingkungan sosialnya, yang mendorong perilaku tertentu untuk selalu mendapat penerimaan dari lingkungan tersebut. Dampak negatif yang dapat timbul akibat penolakan oleh lingkungan sosial memungkinkan munculnya rasa takut bila tertinggal informasi atau tren yang terjadi pada lingkungan sosial tersebut atau munculnya *fear of missing out*

pada individu. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti hubungan *fear of missing out* dengan *need to belong* pada mahasiswa pengguna instagram di Kota Bandung.

METODE

Peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu untuk mencari hubungan *need to belong* (X) dengan *fear of missing out* (Y) dengan menggambarkan dan menjelaskan melalui pengumpulan data numerik dari sejumlah sampel yang berisi pernyataan dan tanggapan. Metode yang digunakan adalah metode korelasional karena untuk mengetahui dan menguji hubungan antar kedua variabel.

Partisipan

Partisipan dalam penelitian adalah mahasiswa perguruan tinggi di kota bandung, menggunakan media sosial instagram dan berusia 18-25 tahun. Peneliti menentukan jumlah sampel menggunakan rumus slovin dengan toleransi eror 5%. Sehingga jumlah sampel yang diperoleh dari 156.339 mahasiswa di Kota Bandung adalah sebanyak 399 mahasiswa. Karakteristik khusus yang dimaksud adalah mahasiswa (18-25 tahun) pengguna instagram di Kota Bandung.

Alat Ukur

Alat ukur yang digunakan pada variabel *need to belong* adalah *Need to belong Scale* (NTBs) yang disusun oleh Baumeister dan Leary (1995). Lalu diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia oleh Nisrina Farahana Salsabila Wibowo (2018) dan telah di uji coba dengan reliabilitas sebesar 0,816. Alat ukur ini terdiri dari 10 item. Skala pengisian *Need to belong Scale* (NTBs) ialah 1-5 yaitu, Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral N), Setuju (S), Sangat Setuju (S). Responden diminta untuk memilih alternatif pilihan tersebut di setiap itemnya.

Alat ukur yang digunakan pada variabel *fear of missing out* adalah *Fear of missing out Scale* (FoMOs) disusun oleh Przyblyski, dkk (2013). Lalu diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia oleh Mohammad Gilang Santika (2015) dan telah di uji coba dengan reliabilitas sebesar 0,82. Alat ukur ini terdiri dari 10 item. Skala pengisian *Fear of missing out Scale* (FoMOs) ialah 1-5 yaitu, Tidak Seluruhnya Diri Saya, Sebagian Kecil Diri Saya, Setengahnya Diri Saya, Sebagian Besar Diri Saya, Keseluruhan Diri Saya. Responden diminta untuk memilih alternatif pilihan tersebut di setiap itemnya.

HASIL

Peneliti mendapat data demografis seputar penggunaan instagram yang menggambarkan seberapa sering partisipan membuka aplikasi instagram dalam satu hari, data ini diperlukan untuk mencari intensitas subjek dalam penggunaan instagram untuk mendukung penemuan korelasi dalam penelitian ini.

Peneliti membagi frekuensi penggunaan media sosial instagram menjadi enam bagian, penggunaan 1-3, 4-6, 7-10 kali dalam sehari termasuk pada intensitas penggunaan yang rendah, sedangkan 11-15, 16-20, dan diatas 20 kali dalam sehari termasuk ke intensitas penggunaan tinggi. Data demografis yang didapat mengenai penggunaan instagram dari keseluruhan partisipan laki-laki dan perempuan menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan instagram dalam satu hari sebanyak 4-6 kali. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan instagram oleh mahasiswa di kota Bandung termasuk rendah.

Tabel 1
Korelasi *Need to Belong* dengan FoMO

		NTB	FoMO
NTB	Pearson Correlation	1	,377**
	Sig.(2-tailed)		,000
	N	324	324
FoMO	Pearson Correlation	,377**	1
	Sig.(2-tailed)	,000	
	N	324	324

Nilai korelasi *Need to belong* dengan *Fear of missing out* sebesar 0.327 dengan tingkat signifikan sebesar 0.000 ($\alpha < 0,05$). Hasil tersebut memiliki makna bahwa terdapat hubungan antar variabel yang rendah dan positif. Hasil olah data menunjukkan tingkat *need to belong* dan *Fear of missing out* pada mahasiswa pengguna instagram berada pada tingkat yang rendah namun berkorelasi positif.

Aspek lain yang didapat dari penelitian ini adalah hasil pengolahan data berdasarkan jenis kelamin perempuan dan laki-laki. Partisipan perempuan dalam penelitian ini berjumlah 236 orang, dan laki-laki berjumlah 88 orang. Peneliti melakukan uji *independent sample t test* yang juga disebut uji beda pada kedua subjek tiap variabel *need to belong* dan *fear of missing out*. Peneliti menentukan hipotesis untuk menentukan apakah terdapat perbedaan antar jenis kelamin atau tidak. Hipotesis nol nya adalah terdapat perbedaan tingkat variabel antara perempuan dan laki-laki, hipotesis alternatifnya adalah, tidak terdapat perbedaan tingkat variabel antar jenis kelamin.

Selanjutnya peneliti melakukan uji beda pada variabel *fear of missing out*. Ditemukan hasil uji yang berbeda antara *need to belong* dengan *fear of missing out*. Pada variabel *fear of missing out* ditemukan tingkat yang berbeda antar jenis kelamin. Nilai Sig. (2-tailed) menunjukkan nilai 0,103 yang berarti ada perbedaan tingkat *fear of missing out* antara perempuan dan laki-laki.

Hasil tersebut dapat dilihat dari hasil persebaran tingkat *fear of missing out* per jenis kelamin. Persebaran tingkat *fear of missing out* pada subjek perempuan mayoritas berada pada tingkat rendah dengan persentase 35,6%. Sedangkan pada persebaran tingkat *fear of missing out* pada subjek laki-laki menunjukkan mayoritas subjek laki-laki berada pada tingkat *fear of missing out* yang tinggi dengan persentase 33%. Maka persebaran frekuensi ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tingkat *fear of missing out* pada subjek laki-laki dan perempuan.

PEMBAHASAN

Media sosial instagram termasuk dalam penggunaan internet, sebuah penelitian oleh Santika (2015) menunjukkan bahwa ada hubungan antara kecanduan internet dengan *fear of missing out*, apabila tingkat kecanduan internet semakin tinggi maka akan meningkatkan *fear of missing out* yang dirasakan oleh individu, begitu juga sebaliknya. Penelitian lain oleh Wibowo (2018) mengenai *need to belong* menunjukkan bahwa dengan meningkatnya *need to belong* yang merupakan motivasi dasar manusia (Baumeister & Leary, 1995) dapat meningkatkan intensitas penggunaan instagram, karena instagram menjadi salah satu sarana dalam pemenuhan kebutuhan *need to belong* dalam aspek *affiliate with others*. Penelitian-penelitian di atas mendukung penelitian sekarang bahwa tingkat *need to belong* dan *fear of missing out* memiliki hubungan.

Hasil penelitian menunjukkan intensitas penggunaan instagram oleh mahasiswa di kota Bandung termasuk rendah. Data ini menambah informasi seputar hasil penelitian hubungan *need to belong* dengan *fear of missing out* dalam penelitian sekarang, karena hasil korelasi yang rendah sejalan dengan penggunaan instagram yang juga dalam tingkat rendah dan sewajarnya. Data ini menunjukkan bahwa mahasiswa di kota Bandung memiliki tingkat *need to belong* dan *fear of missing out* yang rendah, juga tidak berlebihan dalam menggunakan aplikasi media sosial instagram ini.

Need to belong yang rendah menandakan bahwa individu kurang memiliki rasa menghargai hubungan atau relasi dengan orang lain, kurang menghargai dan sedikit tertutup akan masukan-masukan dari lingkungan sekitarnya, sedikit sulit untuk memiliki relasi dan, tidak optimal dalam menjalani hubungan sosial, pekerjaan dan hubungan percintaan, tidak cenderung melakukan prokrastinasi dan tidak mudah terluka dengan sikap orang di sekitarnya. (Baumeister & Leary, 1995; Leary, Mark., & Hoyle, 2009). Mahasiswa juga tidak cenderung berlebihan dalam menggunakan instagram, karena

kebutuhan berelasi dengan orang lain rendah, dan tidak terlalu mengkhawatirkan penerimaan dari orang lain.

Fear of missing out yang rendah menunjukkan bahwa mahasiswa pengguna instagram di kota Bandung sudah cukup terpenuhi aspek kebutuhan akan *relatedness* dan *self* yang merupakan aspek dari *fear of missing out* (Ryan & Deci, 2000; 2014). Artinya mahasiswa tidak khawatir akan tertinggalnya informasi yang bersumber dari lingkungan pertemanannya, tidak terlalu menghiraukan apa yang dilakukan oleh orang lain dan cenderung memiliki hubungan dan perhatian yang baik dari lingkungan sekitarnya (Ryan & Deci, 2000; 2014). Faktor lain yang menyebabkan *fear of missing out* seperti ketakutan, kecemasan, dan kekhawatiran (JWT, 2011; Morford, 2010; Wortham, 2011) berada pada tingkat yang juga rendah, berarti mahasiswa tidak terlalu merasa takut, cemas, dan khawatir, terhadap hubungan mereka dengan lingkungan sosialnya, ditandai dengan penggunaan instagram yang tidak berlebihan.

Perbedaan berdasarkan jenis kelamin pada kedua variabel menunjukkan hasil yang berbeda. Pada tingkat *need to belong* tidak didapat perbedaan yang signifikan antara subjek perempuan dan laki-laki. Artinya tingkat *need to belong* pada subjek perempuan memiliki tingkat yang sama dengan *need to belong* pada subjek laki-laki.

Pengujian tersebut dapat dilihat dari hasil persebaran kategori *need to belong* per jenis kelamin. Persebaran *need to belong* pada subjek perempuan, menunjukkan bahwa subjek perempuan memiliki tingkat *need to belong* yang rendah dengan persentase terbesar yaitu 36% pada subjek laki-laki, persentase terbesar yaitu 42% pada tingkat *need to belong* yang rendah.

Tingkat yang rendah pada laki-laki dan perempuan menunjukkan bahwa jenis kelamin tidak mempengaruhi tingkat *need to belong*, penemuan ini bertentangan dengan penelitian oleh Leary, dkk (2013) yang menemukan bahwa laki-laki memiliki *need to belong* lebih tinggi dibandingkan perempuan, juga bertentangan dengan penelitian Leibovich N, Schmid V, Calero A (2018) yang menemukan bahwa perempuan memiliki tingkat *need to belong* yang lebih tinggi dari laki-laki. Penemuan ini menunjukkan bahwa jenis kelamin tidak memengaruhi tingkat *need to belong* pada mahasiswa pengguna instagram di kota Bandung.

Penemuan ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Przyblyzski dkk, (2013) yang menemukan bahwa tingkat *fear of missing out* pada laki-laki lebih tinggi daripada perempuan. Artinya jenis kelamin dapat memengaruhi tingkat *fear of missing out* pada mahasiswa.

Need to belong dan *fear of missing out* memiliki hubungan positif yang rendah, dalam kedua variabel sama-sama terdapat kebutuhan akan relasi dan pertemanan. Hal ini sejalan dengan penelitian Przyblyzski (2013) dimana kebutuhan dasar psikologis manusia yang terpuaskan dapat mengurangi tingkat *fear of missing out*, artinya *need to belong* yang rendah dapat mengurangi tingkat *fear of missing out* yang dialami individu, dan *need to belong* yang tinggi akan meningkatkan *fear of missing out*.

Fear of missing out mengindikasikan bahwa seseorang memiliki ketakutan, kecemasan, dan kekhawatiran apabila tidak terkoneksi dengan lingkungan. Individu akan mencari sebuah cara untuk mengurangi *fear of missing out* dan selalu terkoneksi dengan dunia sosial nya, dengan cara menggunakan sosial media sosialnya (Przyblyski, 2013). Disisi lain *need to belong* merupakan turunan dari teori need yang meliputi kebutuhan untuk memiliki rasa disayangi, dicintai dan dimiliki atau memiliki (Maslow, 1934). *Need to belong* menggambarkan bagaimana cara seseorang memenuhi kebutuhan sosial seperti pertemanan, dan percintaan. (Baumeister, & Leary, 1995).

Penelitian sekarang meneliti hubungan *need to belong* dengan *fear of missing out* terhadap pengguna instagram, dimana instagram adalah salah satu media sosial. *Need to belong* dapat meningkatkan *fear of missing out* menjadi lebih tinggi atau lebih rendah. Hubungan ini dapat terjadi karena kedua variabel memiliki aspek yang mirip, yang mana keduanya menuntun individu untuk menggunakan sosial media yang merupakan bagian dari internet, seperti pada penelitian Santika (2014) bahwa penggunaan internet yang berlebihan akan meningkatkan *fear of missing out*. Maka dengan tingkat *need to belong* dan *fear of missing out* yang relatif rendah mengindikasikan bahwa mahasiswa di kota Bandung tidak terlalu berlebihan dalam menggunakan sosial media khususnya instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Agbaria, Q., Ronen, T., & Hamama, L. (2012). The link between developmental components (age and gender), *need to belong* and resources of self-control and feelings of happiness, and frequency of symptoms among Arab adolescents in Israel. *Children and Youth Services Review, 34*(10). 2018–2027.
- Ashford, J. B., & LeCroy, C. (2009). *Human behavior in the social environment: A multidimensional perspective (4th ed)*. Nelson Education. Retrieved from books.google.com
- Arnett, J. J. (2000). Emerging Adulthood: A Theory of Development From the Late Teens Through the Twenties. *American Psychologist, 55*(5). 469-480. DOI: 10.1037//0003-066X.55.5.469
- Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (2017). *Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Teknopreneur
- Bailey, J., Steeves, V., Burkell, J., & Regan, P. (2013). Negotiating with gender stereotypes on social networking sites: From “bicycle face” to Facebook. *Journal of Communication Inquiry, 37*. 91–112
- Bandungkota.bps.go.id. (2014). diakses pada tanggal 19 Januari 2019.

- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The Need to belong: Desire for Interpersonal Attachments as a Fundamental Human Motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497-529.
- Creswell, J., W., 2012, *Research design Pendekatan kualitatif, Kuantitatif dan Mixed; Cetakan ke-2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Databoks.co.id (2016). Kalahkan Facebook, Instagram Aplikasi Terpopuler Indonesia.
- Databoks.co.id (2017). Usia Produktif Mendominasi Pengguna Internet
- Databoks.co.id . Pengguna Smartphone di Indonesia 2016-2019
- JWT (2011). *Fear of missing out (FOMO)*. <http://www.jwtintelligence.com/production/FOMO_JWT_TrendReport_May2011.pdf>.
- JWTIntelligence. (2013). *Fear of missing out (FOMO)* : March 2012 Update. New York: JWTIntelligence.
- Koseoglu, Y. (2015). Facebook, personality and needs - a case from Turkey. *Journal of Emerging Trends in Educational Research and Policy Studies*, 6(1).
- Leary., Mark R. & Hoyle., R. H. (2009). *Handbook Of Individual Differences in Social Behavior (9th ed.)*. United States of America: The Guilford Press.
- Leary, M. R., Kelly, K. M., Cottrell, C. A., & Schreindorfer, L. S. (2013). Construct Validity of the *Need to belong* Scale : Mapping the Nomological Network Construct Validity of the *Need to belong* Scale : Mapping the Nomological Network. *Journal of Personality Assessment*, 95(6), 37-41.
- Leibovich N, Schmid V, Calero A (2018). The *Need to belong* (NB) in Adolescence: Adaptation of a Scale for its Assessment. *Psychology Behavioral Science Internasional Journal*, 8(5)
- Louw, D. A. (1998). *Human development. Pearson South Africa*. Retrieved from books.google.com.
- Mellor, D., Stokes, M., Firth, L., Hayashi, Y., & Cummins, R. (2008). Need for belonging, relationship satisfaction, loneliness, and life satisfaction. *Personality and Individual Differences*, 45(3), 213-218.
- Nadkarni, A., & Hofmann, S. G. (2012). Why do people use facebook?. *Personality and Individual Differences*, 52(3), 243-249.
- Przybylski, Andrew K., Murayama, K., DeHaan, C. R., Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of *fear of missing out*. *Computers in Human Behavior*, 29, 1841-1848.

NEED TO BELONG DAN FEAR OF MISSING OUT MAHASISWA PENGGUNA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM

- Puspitasari, Florencia Inne. (2016). Kebutuhan yang Mendorong Remaja Mem-posting Foto atau Video Pribadi dalam Instagram. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 5 (1). 1-15.
- Ryan, R. M., & Deci, E. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions in Contemporary Educational Psychology 25, 54–67. Dipetik Desember 20, 2018, dari http://www.selfdeterminationtheory.org/SDT/documents/2000_RyanDeci_IntExtDefs.pdf
- Ryan, R. M., & Deci, E. (2014). Self Determination Theory Retrieved on December 20, 2014. Dipetik 20 Desember, 2018, dari <http://www.selfdeterminationtheory.org>
- Santika, M. G. (2014). *Hubungan Antara Fomo (Fear of missing out) Dengan Kecanduan Internet (Internet Addiction) Pada Remaja Di Sman 4 Bandung*. Skripsi. Psikologi UPI. Bandung.
- Santrock, J. W. (2012). *Life-Span Development. Fourteenth Edition*. McGrawHill. New York.
- Sarita, S., & Suleeman, J. (2017). The Relationship between the *Need to belong* and Instagram Selfon among Adolescents. *Proceedings on Social Science dan Humaniora, Volume 1*
- Sugiyono. 2015. *Metoddikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo, N. F. S., (2018). *Pengaruh Need to belong Dan Harga Diri Terhadap Presentasi Diri Pada Remaja Pengguna Instagram Di Sma Kota Bandung*. Skripsi. Psikologi UPI. Bandung
- Wortham, J., (2011). *Feel like awallflower? Maybe it's your facebook wall*. The New York Times