

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
<i>Abstrak</i>	xiv
<i>Abstract</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Permasalahan	9
C. Tujuan dan Manfaat	9
D. Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya	10
BAB II	13
KAJIAN PUSTAKA	13
A. Kecenderungan Adiksi Media Sosial	13
1. Definisi Media Sosial	13
2. Definisi Kecenderungan Adiksi Media Sosial	14
3. Komponen Kecenderungan Adiksi Media Sosial	16
4. Karakteristik Remaja Awal	17
5. Karakteristik Remaja yang Mengalami Kecenderungan Adiksi Media Sosial	20
6. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kecenderungan Adiksi Media Sosial	22
B. <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	25
1. Definisi FoMO	25
2. Komponen FoMO	27
3. Hubungan FoMO dengan Kecenderungan Adiksi Media Sosial	28
C. <i>Peer Influence</i>	29
1. Definisi <i>Peer Influence</i>	29
2. Aspek-Aspek <i>Peer Influence</i>	31
3. Hubungan <i>Peer Influence</i> dengan Kecenderungan Adiksi Media Sosial	32

D. Dinamika Psikologi <i>Peer Influence</i> , FoMO, dan Kecenderungan Adiksi Media Sosial	34
E. Kerangka Pemikiran	39
F. Hipotesis Penelitian	40
BAB III	42
METODE PENELITIAN	42
A. Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel	42
1. Identifikasi Variabel	42
2. Operasionalisasi Variabel	42
B. Partisipan Penelitian	44
C. Metode Pengumpulan Data	45
1. Skala Kecenderungan Adiksi Media Sosial	45
2. Skala FoMO	48
3. Skala <i>Peer Influence</i>	49
4. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur Sebelum Uji Coba	50
D. Desain Penelitian	53
1. Persiapan Penelitian	54
2. Pelaksanaan Penelitian	55
3. Analisis Data Penelitian	55
E. Metode Analisis Data	56
BAB IV	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
A. Deskripsi Subjek Penelitian	58
B. Deskripsi Data Penelitian	61
1. Kategorisasi Skor Kecenderungan Adiksi Media Sosial	64
2. Kategorisasi Skor FoMO	64
3. Kategorisasi <i>Peer Influence</i>	65
C. Deskripsi Reliabilitas dan Validitas Data Penelitian	66
D. Hasil Uji Analisis Regresi	67
E. Analisis Tambahan	73
1. Kecenderungan Adiksi Media Sosial Berdasarkan Jenis Kelamin	73
2. Kecenderungan Adiksi Media Sosial Berdasarkan Usia	73
3. Kecenderungan Adiksi Media Sosial Berdasarkan Pentingnya Teman Sebaya Aktif dalam Menggunakan Media Sosial.	74
4. Kecenderungan Adiksi Media Sosial Berdasarkan Durasi Penggunaan Media Sosial.	74

F. Pembahasan	75
G. Keterbatasan Penelitian	81
BAB V	85
PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	85
Daftar Pustaka	87
Lampiran	95