

BAB V

PENUTUP

5.1 Pembahasan

Pada pada hasil penelitian yang dilakukan, terlihat bahwa adanya keterlibatan mahasiswa pada media sosial di masa pandemi Covid-19. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas subjek memiliki keterlibatan media sosial pada kategori sedang (40,8%). Hal ini terlihat berdasarkan hasil data penelitian, dikarenakan mahasiswa adalah pengguna aktif media sosial serta menggunakan media sosial sebagai sarana untuk berkomunikasi selama masa pandemi Covid-19. Selain itu, media sosial juga digunakan oleh mahasiswa untuk meng-*update* berita terbaru saat ini serta digunakan untuk berbelanja *online* selama pandemi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan, penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Di Gangi dan Wasko (2016) yang mengemukakan jika tingkat keterlibatan seseorang ketika menggunakan media sosial adalah tinggi maka frekuensi dalam menggunakan *platform* media sosial juga semakin meningkat. Hasil penelitian juga menunjukkan jika sebagian besar subjek memiliki keterlibatan pada media sosial yang cukup tinggi (tabel 4.7). Dengan keterlibatan pada media sosial yang cukup tinggi maka, intensitas penggunaan media sosial akan semakin meningkat dan subjek cenderung menghabiskan waktunya untuk menggunakan media sosial selama 3-4 jam hingga 5-6 jam dalam sehari (tabel 4.15). Berdasarkan pada data penggunaan media sosial (tabel 4.15) waktu yang digunakan mahasiswa untuk mengakses media sosial cukup lama dan hal ini tidak sesuai dengan batasan waktu yang diungkapkan pada penelitian sebelumnya dimana batasan waktu untuk menggunakan media sosial dalam sehari adalah 30 menit dan dengan batasan waktu tersebut diyakini akan mengurangi efek negatif bagi mahasiswa (Hunt et al., 2018).

Tingginya intensitas tersebut dapat disebabkan adanya keinginan dari mahasiswa untuk berkomunikasi dengan temannya, sebagai media belajar, serta berkomunikasi dengan keluarga/kerabat semua kegiatan tersebut termasuk dalam aspek *social engagement* yang saat ini menjadi salah satu kebutuhan utama mahasiswa sehari-

hari (tabel 4.13). Mahasiswa termasuk dalam usia dewasa awal dimana berdasarkan pada tahapan perkembangan salah satu tugas pada dewasa awal adalah membangun serta meningkatkan hubungan dengan orang lain (Sullivan dalam Fauziah, 2014), hal yang sama juga dikemukakan oleh Arnett (dalam Rasmussen et al., 2020) yang mengatakan jika dewasa awal merupakan masa dimana mahasiswa melakukan eksplorasi pada hidupnya diantara lain dalam hubungan dan juga pendidikan. Maka dari itu, penggunaan media sosial yang tinggi disebabkan aspek *social engagement* karena adanya kebutuhan mahasiswa dalam menjalin relasi dengan orang lain terutama dalam situasi pandemi Covid-19 yang membatasi mobilitas masyarakat dan juga kebutuhan mahasiswa dalam mengakses pendidikan selama pandemi. Selain itu, usia dewasa awal memiliki konektivitas dan intensitas yang tinggi pada penggunaan media sosial jika dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya (Arnett, 2015).

Keterlibatan mahasiswa pada media sosial disebabkan karena aktivitas sehari-hari secara tidak langsung selalu terhubung dengan media sosial, melalui penelitian yang dilakukan oleh APJII (Saputra, 2019) pada tahun 2018 pengguna internet terbanyak adalah mahasiswa (87,9%) dan sebanyak 97% pengguna internet menggunakan media sosial. Selain itu, hasil penelitian Saputra (2019) sebanyak 98% merupakan pengguna internet aktif dan sebanyak 97% mengatakan bahwa mereka aktif dalam menggunakan media sosial. Hal tersebut juga disampaikan Kendal (dalam Azka et al., 2018) yang mengatakan bahwa mahasiswa merupakan pengguna dominan media sosial yang mana dapat terlihat dari jumlah kenaikan pengguna media sosial pada Januari 2021 sebanyak 61,8% yang diakses melalui *handphone* oleh 99,1% orang (News detik.com, 2021). Maka, melalui penjelasan tersebut terlihat bahwa mahasiswa merupakan pengguna media sosial terbesar baik sebelum dan sesudah terjadinya pandemi tetapi, jumlah pengguna media sosial pada saat pandemi mengalami peningkatan jika dibandingkan dengan sebelum pandemi.

Mahasiswa lebih memilih menggunakan media sosial karena bersifat lebih praktis serta cepat dalam memahami penggunaan teknologi yang akan digunakan oleh mahasiswa. Oleh karena itu, mahasiswa dapat dikatakan sebagai *digital natives*, menurut Prensky

(dalam Bilgiç et al., 2016) *digital natives* adalah seseorang yang lahir di era media digital atau teknologi seperti internet, komputer, serta telepon seluler yang mereka pelajari dan memproses informasi yang berbeda generasi sebelumnya (guru) yang lahir di era media cetak. Salah satu contoh *digital native* yang terlihat selama pandemi adalah ketika sistem pembelajaran diubah menjadi *online* mahasiswa lebih banyak menggunakan media sosial sebagai media pembelajaran dan lebih cepat memahami serta beradaptasi ketika menggunakan aplikasi belajar secara *online*, jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya yang membutuhkan waktu untuk memahami penggunaan aplikasi tersebut. Penggunaan media sosial oleh mahasiswa bukan hanya bertujuan sebagai media belajar atau komunikasi, tetapi dapat juga digunakan sebagai mencari informasi, melakukan bisnis *online*, mengupdate status/*feedback*, sebagai media hiburan (*entertainment*), serta mengisi waktu luang (Whiting & Williams dalam Saputra, 2019).

Keterlibatan mahasiswa pada media sosial di masa pandemi yang cukup tinggi dapat dipengaruhi keinginan mahasiswa untuk selalu *up-to-date* dengan berita atau informasi terbaru, mengetahui trend yang sedang berkembang saat ini. Pada (tabel 4.7) terlihat jika mahasiswa memiliki keterlibatan pada media sosial berada pada tingkatan sedang ke tinggi pada hasil skala *social media engagement*, hasil data tersebut menggambarkan jika mahasiswa memiliki akun media sosial dan aktif menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan sesama teman atau keluarga, meng-*update* informasi atau berita sebab mahasiswa tidak ingin ketinggalan berita atau mengikuti trend-trend terbaru di situs belanja *online*. Tingginya *social media engagement* yang dialami oleh para mahasiswa tidak terlepas dari salah satu kebutuhan individu pada tahap perkembangan, yaitu membangun dan meningkatkan interaksi dengan orang lain (Sullivan dalam Fauziah, 2014) dimana pada saat ini kebutuhan untuk berinteraksi dengan orang lain tidak dapat dilakukan dengan bebas karena adanya situasi pandemi dan aturan dari pemerintah yang membatasi mobilitas mahasiswa dan masyarakat. Menurut Edge (dalam Badrol et al, 2020) menyatakan bahwa dewasa ini penggunaan media sosial memiliki peran penting bagi setiap orang untuk melakukan komunikasi dan sudah menjadi

suatu kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari untuk berinteraksi, hal tersebut dapat menjadi salah satu penyebab tingginya kebutuhan mahasiswa pada aspek *social media engagement*.

Kemudian hasil data tersebut dapat dikaitkan dengan *fear of missing out* (FoMO) dimana mahasiswa ingin untuk terus terhubung dengan orang lain melalui sosial media karena adanya kekhawatiran yang dirasakan oleh mahasiswa ketika orang lain memiliki pengalaman tertentu tanpa dirinya (Przybylski et al., 2013). Hal tersebut dapat dilihat dari tingkat keterlibatan mahasiswa pada media sosial yang cukup tinggi pada aktivitas komunikasi dengan orang lain, sebab melalui komunikasi individu dapat mengetahui aktivitas terbaru yang dilakukan oleh individu lain tanpa dirinya (tabel 4.13). Oleh karena itu, media sosial sangat dibutuhkan saat ini berdasarkan pada *social engagement*, *information engagement*, *commercial information engagement* maka media sosial memiliki pengaruh yang sangat besar dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa di tengah situasi pandemi Covid-19 (tabel 4.18) dan (tabel 4.21).

Berkaitan dengan hasil data penelitian pada setiap aspek-aspek *social media engagement* maka terlihat jika kategori sangat rendah dan rendah pada aspek *social engagement* dengan jumlah prosentase (29,6%) (tabel 4.8) dan *news information engagement* dengan jumlah prosentase (6,4%) (tabel 4.9). Rendahnya jumlah prosentase yang didapatkan pada kedua aspek menunjukkan bahwa ada sebagian mahasiswa yang belum cukup aktif dalam berkomunikasi, mengikuti perkembangan serta pembaharuan berita terbaru dan membagikan berita tersebut di media sosial. Berdasarkan data penelitian yang didapatkan peneliti dimana seharusnya aktivitas mahasiswa pada media sosial selama masa pandemi paling banyak adalah untuk berkomunikasi dengan teman, mengikuti perkembangan berita terbaru, sebagai media belajar, dan berkomunikasi dengan keluarga.

Penggunaan media sosial yang cukup aktif pada mahasiswa dalam berinteraksi sehari-hari selama pandemi dapat disebabkan adanya *fear of missing out* (FoMO) hal tersebut dapat terjadi karena selama pandemi ini aktivitas yang dilakukan bersama dengan individu lain semakin berkurang sehingga dapat memicu munculnya rasa khawatir jika individu lain memiliki pengalaman tanpa dirinya (Van Rooij et al., 2018). Salah satu cara untuk mengurangi rasa

khawatir tersebut adalah dengan menggunakan media sosial untuk mendapatkan sebuah informasi yang diinginkan mengenai orang lain (Van Rooij et al., 2018). Pada penelitian yang dilakukan oleh Gezgin et al. (2018) mengatakan bahwa *fear of missing out* (FoMO) memiliki keterkaitan yang signifikan dengan *nomophobia*, yang menyebabkan seseorang memiliki rasa takut dan kehilangan ketika tidak dapat mengakses media sosial atau berkomunikasi menggunakan *handphone* yang dimiliki.

Berkaitan dengan aspek-aspek keterlibatan pada media (*social media engagement*) yang memiliki jumlah prosentase sedang dan tinggi ada pada aspek *social engagement* (72,8%) (tabel 4.8). Keterlibatan yang cukup tinggi dalam aspek ini untuk melakukan komunikasi dengan teman atau individu lain dapat dipicu karena adanya perasaan kesepian yang dirasakan oleh mahasiswa selama pandemi (76,8%) (tabel 4.11). Perasaan kesepian yang dirasakan mahasiswa merupakan salah satu dampak dari menurunnya relasi sosial dengan orang lain yang dikarenakan adanya aturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang membatasi mobilitas mahasiswa selama pandemi. Maka dari itu, salah satu cara yang dapat digunakan mahasiswa untuk mengurangi perasaan kesepian karena berkurangnya relasi dengan orang lain secara langsung adalah dengan menggunakan media sosial untuk berkomunikasi (Pittman & Reich, 2016).

Selain itu, komunikasi yang dilakukan dengan teman-teman yang jauh dengan menggunakan media sosial dapat membantu mengurangi rasa kesepian (75,2%) (tabel 4.12). Munculnya perasaan kesepian yang dirasakan mahasiswa selama pandemi membuat mereka lebih sering menggunakan media sosial baik untuk berkomunikasi atau sebagai hiburan sehingga hal tersebut berpengaruh pada intensitas penggunaan media sosial itu sendiri dimana mahasiswa rata-rata bisa menghabiskan waktu >3 jam dalam sehari untuk mengakses media sosial (tabel 4.15). *Social media engagement* menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa mampu menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi dengan baik selain itu, keterlibatan yang tinggi pada aspek ini dapat dipengaruhi oleh *fear of missing out* (FoMO), karena adanya kebutuhan mahasiswa dalam berkomunikasi selama pandemi dan keinginan

untuk selalu mengikuti perkembangan terbaru dari orang lain yang dekat dengan mahasiswa melalui media sosial (Fathadhika & Afriani, 2018).

Pada aspek *news information engagement* memiliki prosentase rendah dan sedang (65,6%) (tabel 4.9). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa belum cukup mampu menggunakan media sosial untuk meng-*update* berita atau informasi serta pengetahuan terbaru. Dimana berdasarkan pada pertanyaan yang ditanyakan oleh peneliti dalam pengambilan data terlihat banyak sebagian besar mahasiswa meng-*update* berita terbaru melalui media sosial tetapi para mahasiswa cenderung kurang terlibat dalam memberikan respon terhadap *update* berita yang didapat melalui media sosial (berkomentar) serta tidak begitu terlibat untuk membagikan informasi berita terbaru yang didapatkan melalui media sosial. Hal tersebut menyebabkan hasil dari data pertanyaan tersebut dapat mempengaruhi rendahnya nilai pada aspek *news informational engagement*. Bhandarkar et al. (2021) mengatakan jika mahasiswa menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan pendidikan, pembelajaran, informasi terbaru, serta *research* yang dapat dilakukan melalui *platform* media sosial yang dimiliki.

Menurut Mantymaki dan Riemer (dalam Rasheed et al., 2020) penggunaan media sosial pada mahasiswa memiliki potensi untuk meningkatkan pengetahuan mahasiswa melalui lingkungan sekitarnya yang difasilitasi untuk berbagi pengetahuan. Hasil pada aspek *news information engagement* yang didapatkan sesuai dengan tujuan penggunaan media sosial oleh mahasiswa, yaitu untuk mencari informasi, berkolaborasi, dan melakukan interaksi dengan orang lain menggunakan media sosial yang dimiliki (Rasheed et al., 2020). Berdasarkan penelitian yang dikemukakan oleh (Alt, 2015) yang mengatakan bahwa *news information engagement* merupakan kegiatan individu untuk membaca berita terbaru, mendapatkan *update* berita, berkaitan dengan melihat notifikasi di media sosial, serta memberikan komentar di media sosial. Berdasarkan penelitian yang dikemukakan oleh (Alt, 2015) terlihat jika penggunaan *news information engagement* oleh mahasiswa sudah sesuai dengan tujuannya, yaitu mendapatkan *update* berita dan juga membaca

berita terbaru tetapi keterlibatan mahasiswa dalam memberikan komentar di media sosial terkait *update* berita belum begitu terlibat sehingga hal ini mempengaruhi nilai dari aspek *news information engagement* menjadi cukup rendah.

Kemudian, pada aspek *commercial information engagement* jumlah prosentase sedang dan tinggi (57,6%) (tabel 4.10), hal ini menggambarkan bahwa sebagian besar mahasiswa menggunakan media sosial untuk melakukan aktivitas belanja *online* untuk mengikuti trend-trend yang sedang berkembang saat ini selain itu, penggunaan media sosial dalam aspek *commercial information engagement* dipengaruhi adanya kondisi pandemi saat ini yang mengharuskan masyarakat untuk tetap tinggal dirumah serta mobilitas masyarakat yang dibatasi sehingga menggunakan media sosial untuk berbelanja merupakan pilihan efektif yang dapat dilakukan.

Selain itu, prosentase yang tinggi pada aspek ini dapat dipengaruhi adanya perilaku konsumtif dari mahasiswa dimana sebagian besar mahasiswa menggunakan media sosial untuk belanja *online* (tabel 4.19), tingginya *commercial information engagement* dapat terjadi karena media sosial berperan besar dalam memberikan pengaruh kepada seseorang melalui trend-trend terbaru yang ditampilkan di media sosial (Fransisca & Erdiansyah, 2020). Peran penting media sosial dalam melakukan belanja *online* terlihat dari jawaban mahasiswa yang mengatakan jika media sosial lebih mudah dan efisien untuk digunakan berbelanja selain itu, harga yang ditawarkan lebih murah, dan banyaknya *cashback*/diskon (tabel 4.20) yang ditampilkan untuk menarik minat mahasiswa dalam membeli produk-produk terbaru yang sesuai dengan trend saat ini, dalam hal ini terlihat jika media sosial mempermudah mahasiswa dalam berbelanja secara *online*.

Berdasarkan pada penelitian ini maka dapat dikatakan bahwa ada keterlibatan mahasiswa pada media sosial di masa pandemi Covid-19. Budury et al. (2020) mengatakan bahwa mahasiswa menggunakan media sosial dalam kesehariannya selama pandemi. Keterlibatan pada media sosial membantu mahasiswa agar lebih mudah dalam mengakses segala hal selama kegiatan dilakukan secara *online* dibandingkan pada saat *offline*, hal tersebut membuat

penggunaan internet dan media sosial semakin meningkat selama mahasiswa melakukan pembelajaran daring (Sintiawati, 2020).

Peningkatan penggunaan media sosial selama pandemi selaras dengan tujuan penggunaannya, yaitu untuk berkomunikasi, mencari informasi dan pengetahuan baru, serta sebagai hiburan atau media untuk belanja online Whinting dan Williams (dalam Saputra, 2019).

Dapat disimpulkan bahwa peningkatan ini terjadi karena situasi pandemi belum reda sehingga mengharuskan baik mahasiswa maupun masyarakat lainnya untuk tetap dirumah dan menggunakan media sosial untuk keseharian mereka seperti melakukan komunikasi, meng-*update* berita terbaru, serta melakukan kegiatan belanja secara *online*.

Pada penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang dialami oleh peneliti dalam melakukan penelitian antara lain:

- a. Subjek penelitian (mahasiswa) yang mengisi kuesioner lebih banyak di jawab oleh mahasiswa yang berasal dari Universitas dan Fakultas yang sama dengan peneliti sehingga subjek (mahasiswa) masih kurang bervariasi walaupun terdapat mahasiswa dari Universitas lain.
- b. Pengambilan data dalam penelitian ini membutuhkan waktu yang lebih lama dari target peneliti, hal tersebut dikarenakan susah nya mencari subjek yang mau untuk mengisi kuesioner peneliti.
- c. Dalam penelitian ini mayoritas subjek yang menjawab kuesioner adalah perempuan sehingga jumlah antara subjek baik perempuan dan laki-laki menjadi tidak seimbang sehingga seharusnya peneliti dapat mencari subjek dengan jenis kelamin laki-laki setengah dari jumlah subjek perempuan pada penelitian *social media engagement*.

5.2 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti subjek memiliki keterlibatan pada media sosial yang cukup tinggi selama pandemi. Selain itu, subjek memiliki keterlibatan pada media sosial yang cukup tinggi, yaitu pada kategori tinggi dan sangat tinggi dengan jumlah prosentase (40%) lalu, subjek yang memiliki kategori sedang sebanyak (40,8%), dan subjek yang memiliki kategori sangat

rendah dan rendah sebanyak (19,2%). Data hasil penelitian tersebut menggamarkan bahwa mahasiswa memiliki keterlibatan pada media sosial yang cukup tinggi selama pandemi.

Pada setiap aspek keterlibatan pada media sosial dapat dilihat jika jumlah prosentase tertinggi ada pada kategori Sedang dan Tinggi pada aspek *social engagement* dan aspek *commercial information engagement*. Maka dari itu, mayoritas subjek menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dan melakukan belanja *online* melalui media sosial. Sedangkan, jumlah prosentase rendah dan sedang ada pada aspek *news information engagement*. Hal ini menggambarkan jika mahasiswa menggunakan media sosial untuk meng-*update* informasi terbaru tetapi, tidak merespon informasi tersebut seperti memberikan komentar atau memberikan *like* pada informasi yang didapatkan.

5.3 Saran

a. Bagi Subjek

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan informasi serta pengetahuan baru bagi seluruh subjek yang aktif menggunakan media sosial dengan intensitas yang tinggi sehingga mengalami keterlibatan pada media sosial. Oleh karena itu, subjek yang memiliki keterlibatan pada media sosial pada aspek *social engagement* dan *commercial information engagement* yang berada pada kategori sedang dan tinggi, dapat mengontrol penggunaan media sosial diluar dari kebutuhan subjek seperti belajar atau bekerja agar tidak berlebihan sehingga tidak memberikan dampak negatif. Kemudian bagi subjek yang memiliki keterlibatan yang cukup rendah pada aspek *news information engagement* dapat meningkatkan keterlibatan untuk meng-*update* informasi/berita terbaru sebagai salah satu kebutuhan saat ini terkait dengan perkuliahan dalam mencari materi pembelajaran.

b. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan mendapatkan informasi terkait dengan aspek-aspek yang terlibat pada individu yang mengalami

keterlibatan pada media sosial sehingga mahasiswa bisa memahami sejauh mana keterlibatan mereka pada media sosial terutama pada saat pandemi serta seberapa tinggi intensitas mahasiswa dalam menggunakan media sosial. Perlunya *time management* penggunaan media sosial terkait kebutuhan mahasiswa untuk berkomunikasi, membaca dan mendapatkan *update* berita, serta sebagai media *commercial* bagi mahasiswa.

a. Bagi Institusi

Bagi institusi diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran terkait penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa selama pandemi. Selain itu, diharapkan institusi diharapkan dapat memberikan arahan kepada mahasiswa agar bisa melakukan *time management* pada waktu luang dan menggunakan media sosial secara bijak.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan penelitian dengan tema yang sama untuk menggali lebih dalam mengenai keterlibatan mahasiswa pada media sosial tetapi, peneliti selanjutnya juga dapat melanjutkan penelitian yang sama dengan peneliti tetapi pada kondisi *offline* sehingga informasi data terkait dengan keterlibatan mahasiswa pada media sosial bisa lebih bervariasi dan berkembang. Melalui hasil penelitian ini diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian variabel ini pada variabel lainnya seperti *fear of missing out* (FoMO), *nomophobia*, *self-control*, kecanduan media sosial, *need fulfillment*, dan dampak media sosial pada *mental health*.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: AB Publisher.
- Akram, W., & Kumar, R. (2017). A Study on Positive and Negative Effects of Social Media on Society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5(10), 351–354.
<https://doi.org/10.26438/ijcse/v5i10.351354>
- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111–119.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.057>
- Al-Menayes, J. (2015). Psychometric Properties and Validation of the Arabic Social Media Addiction Scale. *Journal of Addiction*, 2015, 1–6. <https://doi.org/10.1155/2015/291743>
- Andromeda, N., & Kristanti, P. (2017). *Hubungan Antara Loneliness Dan Perceived Social Support Dan Intensitas Penggunaan Social Media Pada Mahasiswa*. 1–15.
<http://psikovidya.wisnuwardhana.ac.id/index.php/psikovidya/article/download/84/63>
- Ansari, J. A. N., & Khan, N. A. (2020). Exploring the role of social media in collaborative learning the new domain of learning. *Smart Learning Environments*, 7(1).
<https://doi.org/10.1186/s40561-020-00118-7>
- APJII. (2020). Survey Pengguna Internet APJII 2019-Q2 2020: Ada Kenaikan 25,5 Juta Pengguna Internet Baru di RI. Jakarta. Diakses pada 25 Mei 2021, Diakses dari
<https://apjii.or.id/downfile/file/BULETINAPJIIEDISI74November2020.pdf>

- Arnett, J. J. (2015). *Emerging Adulthood Second Edition: The Winding Road From the Late Teens Through the Twenties*. (2th ed.). Oxford University Press, Inc.
- Asiati, D. I., & Septadiyanto, S. (2018). Karakteristik Pengguna Media Sosial. *Mbia*, 17(3), 25–36.
<https://doi.org/10.33557/10.33557/mbia.v17i3.158>
- Aviarni., Arsyad, M., & Supiyah, R. (2020). Dampak Penggunaan Media Sosial Dalam Interaksi Sosial Mahasiswa. *Gemeinschaft :Jurnal Masyarakat Pesisir dan Pedesaan*, 2(2), 130–137.
- Azka, F., Firdaus, D. F., & Kurniadewi, E. (2018). Kecemasan Sosial dan Ketergantungan Media Sosial pada Mahasiswa. *Psymphatic : Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(2), 201–210.
<https://doi.org/10.15575/psy.v5i2.3315>
- Aziz, A. A. Al. (2020). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan tingkat depresi pada mahasiswa. *Acta Psychologia*, 2(2), 92–107.
<https://journal.uny.ac.id/index.php/acta-psychologia/article/view/35100>
- Badrol, S. H. M., & Wok, S. (2020). The Influence Of Social Media Usage on Quality Time Spent With Family Among Iium Students. *International Journal of Modern Trends in Social Sciences*, 3(14), 01–20. <https://doi.org/10.35631/ijmtss.314001>
- Barger, V., Peltier, J. W., & Schultz, D. E. (2016). Social media and consumer engagement: a review and research agenda. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 10(4), 268–287.
<https://doi.org/10.1108/JRIM-06-2016-0065>
- Bentler, P. M. (2006). EQS 6 Structudal Equation Program Manual. Encimo, CA: Multivariate Softwer Inc

- Benis, A., Khodos, A., Ran, S., Levner, E., & Ashkenazi, S. (2021). Social Media Engagement and Influenza Vaccination: a Survey During the COVID-19 Pandemic. *Journal of Medical Internet Research*. <https://doi.org/10.2196/25977>
- Bhandarkar, A. M., Pandey, A. K., Nayak, R., Pujary, K., & Kumar, A. (2021). Impact of social media on the academic performance of undergraduate medical students. *Medical Journal Armed Forces India*, 77, S37–S41.
<https://doi.org/10.1016/j.mjafi.2020.10.021>
- Bilgiç, H. G., Doğan, D., & Seferoğlu, S. S. (2016). *Digital Natives in Online Learning Environments*. United State: IGI Global
<https://doi.org/10.4018/978-1-5225-0039-1.ch009>
- Brand, M., Laier, C., & Young, K. S. (2014). Internet addiction: Coping styles, expectancies, and treatment implications. *Frontiers in Psychology*, 5(NOV), 1–14.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2014.01256>
- Budiarti, L. Y., Akbar, S. N., & Rachmah, D. N. (2015). Analisis Keyakinan Diri Dan Kesejahteraan Psikologis Pedagang Di Pasar Tradisional Darat Dan Pasar Terapung Lok Baintan Sungai Tabuk Martapura. *Sosio Konsepsia*, 4(2), 108–122.
<https://doi.org/10.33007/ska.v4i2.117>
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). Validitas dan Reabilitas Penelitian. In *Binus*. www.mitrawacanamedia.com
- Budury, S., Fitriasari, A., & Sari, D. J. E. (2020). Media Sosial dan kesehatan Jiwa Mahasiswa Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Keperawatan Jiwa*, 8(4), 551–556.

- Cinelli, M., Quattrocioni, W., Galeazzi, A., Valensise, C. M., Brugnoli, E., Schmidt, A. L., Zola, P., Zollo, F., & Scala, A. (2020). The COVID-19 social media infodemic. *Scientific Reports*, *10*(1), 1–18.
<https://doi.org/10.1038/s41598-020-73510-5>
- Covid19.go.id. (2021). Peta Sebaran. Diakses pada 10 December 2021, diakses melalui <https://covid19.go.id/peta-sebaran>
- Databoks.katadata.co.id. (2020). Berapa Usia Mayoritas Pengguna Media Sosial di Indonesia. diakses pada 10 December 2021, diakses melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/berapau-sia-mayoritas-pengguna-media-sosial-di-indonesia>
- Datareportal.com. (2021). Digital 2021: Indonesia. Diakses pada 17 Juni 2021, diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Dewan Teknologi Informasi dan Komunikasi Nasional (WAKANTIKNAS). (2020). Akses Digital Meningkat Selama Pandemi. Diakses pada 15 Juni 2021, diakses dari <https://www.wantiknas.go.id/id/berita/akses-digital-meningkat-selama-pademi>
- Di Gangi, P. M., & Wasko, M. (2016). Social media engagement theory: Exploring the influence of user engagement on social media usage. *Journal of Organizational and End User Computing*, *28*(2), 53–73.
<https://doi.org/10.4018/JOEUC.2016040104>
- Ermida. (2020). Model Cyberslaking Akademik. Universitas Airlangga.

- Fathadhika, S., & Afriani. (2018). Social Media Engagement Sebagai Mediator Antara Fear of Missing Out Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Remaja. *Journal of Psychological Science and Profession*, 2(3), 208.
<https://doi.org/10.24198/jpsp.v2i3.18741>
- Fauziah, N. (2014). Empati, Persahabatan, Dan Kecerdasan Adversitas Pada Mahasiswa Yang Sedang Skripsi. *Jurnal Psikologi Undip*, 13(1), 78–92.
<https://doi.org/10.14710/jpu.13.1.78-92>
- Fauziawati, W. (2015). Upaya Mereduksi Kebiasaan Bermain Game Online Melalui Teknik Diskusi Kelompok. *PSIKOPEDAGOGIA Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 4(2), 115. <https://doi.org/10.12928/psikopedagogia.v4i2.4483>
- Fitri, M. E. Y. (2017). Social Media Use by College Students Relationship to GPA. *Conference Proceeding of ACEBASS on Economic, Business, Accounting and Social Sciences, October 2017*, 114–122. <https://doi.org/10.25077/car.46.43>
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435.
<https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6997>
- Gezgin, D. M., Hamutoglu, N. B., Sezen-Gultekin, G., & Gemikonakli, O. (2018). Relationship between nomophobia and fear of missing out among Turkish university students. *Cypriot Journal of Educational Sciences*, 13(4), 549–561.
<https://doi.org/10.18844/cjes.v13i4.3464>
- Ghaisani, A. P., Handayani, P. W., & Munajat, Q. (2017). Users' Motivation in Sharing Information on Social Media. *Procedia Computer Science*, 124, 530–535.
<https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.186>

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis. (7th ed)*. England: In Pearson Education Limited.
- Handayani, Diah, dkk. (2020). Penyakit Virus Corona 2019. *Jurnal Respirologi Indonesia, 40 (02)*, 119-129.
- Hasanuddin. (2014). Internet Adalah Candu: Fenomena Pengguna Internet Indonesia. Diakses pada 19 Juni 2021, diakses dari <https://alvara-strategic.com/internet-adalah-candu-fenomena-pengguna-internet-indonesia/>
- Heinonen, K. (2014). Social media activities: Understanding what consumers do in social media. *Digital Arts and Entertainment: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications, 1*(January 2013), 88–103.
<https://doi.org/10.4018/978-1-4666-6114-1.ch004>
- Hukumonline.com. (2020). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 Tahun Tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Virus Disease 2019 (COVID-19). Diakses pada 12 April 2021, Diakses dari https://covid19.hukumonline.com/wp-content/uploads/2020/04/peraturan_pemerintah_nomor_21_tahun_2020-2.pdf
- Hunt, M. G., Marx, R., Lipson, C., & Young, J. (2018). No more FOMO: Limiting social media decreases loneliness and depression. *Journal of Social and Clinical Psychology, 37*(10), 751–768. <https://doi.org/10.1521/jscp.2018.37.10.751>
- KBBI. (2021). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). (online)*. Diakses pada 12 April 2021, Diakses dari <https://kbbi.web.id/pandemi>

- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2020). *Tanya Jawab*. Diakses pada 12 April 2021, Diakses dari <https://covid19.go.id/tanyajawab?search=Apa%20yang%20dimaksud%20dengan%20pandemi>
- Kennedy, K. (2019). Positive and Negative Effects of Social Media on Adolescent Well-Being. *Pro Quest Dissertations and Theses*, 149. http://search.proquest.com.ezp-prod1.hul.harvard.edu/docview/2242544742?accountid=11311%0Ahttps://hollis.harvard.edu/openurl/01HVD/HVD_URL??url_ver=Z39.88-2004&rft_val_fmt=info:ofi/fmt:kev:mtx:dissertation&genre=dissertations+%26+theses&sid=ProQ:ProQuest+
- Khan, M. L. (2017). Computers in Human Behavior Social media engagement: What motivates user participation and consumption on YouTube? *Computers in Human Behavior*, 66, 236–247. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.024>
- Kominfo.bengkulu.go.id. (2021). Dampak Negatif Penggunaan Media Sosial Dalam Kehidupan Sehari-Hari. Diakses pada 9 December 2021, diakses melalui <https://kominfo.bengkulukota.go.id/dampak-negatif-penggunaan-media-sosial-dalam-kehidupan-sehari-hari/>
- Laili, F. M., & Nuryono, W. (2015). Penerapan Konseling Keluarga Untuk Mengurangi Kecanduan Game Online Pada Siswa Kelas Viii Smp Negeri 21 Surabaya. *Jurnal BK*, 5(1), 65–72.
- Lee, J. (2020). Mental health effects of school closures during COVID-19. *The Lancet Child and Adolescent Health*, 4(6), 421. [https://doi.org/10.1016/S2352-4642\(20\)30109-7](https://doi.org/10.1016/S2352-4642(20)30109-7)

- Leung, C. C., Lam, T. H., & Cheng, K. K. (2020). Mass masking in the COVID-19 epidemic: people need guidance. *The Lancet*, 395(10228), 945.
[https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30520-1](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30520-1)
- Marzouki, Y., Aldossari, F. S., & Veltri, G. A. (2021). Understanding the buffering effect of social media use on anxiety during the COVID-19 pandemic lockdown. *Humanities and Social Sciences Communications*, 8(1), 1–10.
<https://doi.org/10.1057/s41599-021-00724-x>
- Mastrodicasa, J., & Metellus, P. (2013). The Impact of Social Media on College Students. *Journal of College and Character*, 14(1), 21–30.
<https://doi.org/10.1515/jcc-2013-0004>
- McCay-Peet, L., & Quan-Haase, A. (2016). A model of social media engagement: User profiles, gratifications, and experiences. In H. O'Brien & M. Lalmas (Eds.), *Why engagement matters: Cross-disciplinary perspectives and innovations on user engagement with digital media*. Heidelberg: Springer Verlag.
- Mills, A., Chen, R., Lee, J., & Rao, H. R. (2009). *Web 2.0 Emergency Applications: How Useful Can Twitter be for Emergency Response?* *Journal of Information Privacy and Security*, 5(3), 3–26.
<https://doi.org/10.1080/15536548.2009.10855867>
- Moriansyah, L. (2016). Motivasi, Sikap, Dan Intensi Pengguna Media Sosial Pada Kampanye Stop Illegal Fishing. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 13(3), 192–205.
<https://doi.org/10.17358/jma.13.3.192>
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44.
<https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>

- Nazmi, I. P. (2017). Loneliness dan dukungan sosial pada remaja perempuan korban kekerasan seksual. *Psikoborneo*, 5(3), 449–456.
- News Detik.com. (2021). Media Sosial Dan Gerakan (Baru) Mahasiswa. Diakses pada 11 November 2021, diakses dari <https://news.detik.com/kolom/d-5650876/media-sosial-dan-gerakan-baru-mahasiswa>
- Nuzulita, N., & Subriadi, A. P. (2020). The role of risk-benefit and privacy to understand different uses of social media by Generations X, Y, and Z in Indonesia. *Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 86(3), 1–17. <https://doi.org/10.1002/isd2.12122>
- Pittman, M., & Reich, B. (2016). Computers in Human Behavior Social media and loneliness : Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in Human Behavior*, 62, 155–167. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.084>
- Pohan, F. A., & Dalimunthe, H. A. (2017). Hubungan Intimate Friendship dengan Self-Disclosure pada Mahasiswa Psikologi Pengguna Media Sosial Facebook. *Jurnal Diversita*, 3(2), 15. <https://doi.org/10.31289/diversita.v3i2.1256>
- Prasetio, C. E., & Rahman, T. A. (2019). Gangguan Mental Emosional dan Kesepian pada Mahasiswa Baru. *Mediapsi*, 5(2), 97–107. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2019.005.02.4>
- Pratama, B. A., & Sari, D. S. (2020). Dampak Sosial Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental Berupa Sikap Apatis di SMP Kabupaten Sukoharjo. *Gaster*, 18(1), 65. <https://doi.org/10.30787/gaster.v18i1.487>

- 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.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Putri, R. N. (2020). Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 20(2), 705.
<https://doi.org/10.33087/jiubj.v20i2.1010>
- Rahman, T. G., & Ilyas, A. (2019). Perilaku Narsistik Pengguna Media Sosial di Kalangan Mahasiswa dan Implikasi dalam Layanan Bimbingan Dan Konseling. *Jurnal Inovasi Pembelajaran SD*, 7(4), 1–8.
- Rasmussen, E. E., Punyanunt-Carter, N., LaFreniere, J. R., Norman, M. S., & Kimball, T. G. (2020). The serially mediated relationship between emerging adults' social media use and mental well-being. *Computers in Human Behavior*, 102(August 2019), 206–213. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.08.019>
- Rasheed, M. I., Malik, J., Pitafi, A. H., Iqbal, J., Anser, M. K., & Abbas, M. (2020). Usage of social media, student engagement, and creativity: The role of knowledge sharing behavior and cyberbullying. *Computers and Education*, 159(February), 104002. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.104002>
- Rinaldi, S. F., & Mujianto, B. (2017). Metodologi Penelitian Dan Statistik. In *Kementerian Kesehatan Republik Indonesia* (1st edt). Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Diakses pada 6 November 2021, diakses dari <http://bppsdmk.kemkes.go.id/pusdiksdmk/wp-content/uploads/2017/11/Metodologi-Penelitian-dan-Statistik-SC.pdf>

- Ristiana, U. N. (2018). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Komunikasi Interpersonal Siswa SMAN 1 Depok Sleman D.I Yogyakarta. *Jurnal Transformatif*, 2(2), 170–186.
- Ruckel, L. (2017). *Motivations to use social media : A social psychology perspective A SOCIAL PSYCHOLOGY PERSPECTIVE*, 13(03), 192-205.Sanmamed, M. G., Carril, P. C. M., & De Sotomayor, I. D. Á. (2017). Factores que motivan el uso de las redes sociales por los estudiantes. *Psicothema*, 29(2), 204–210.
<https://doi.org/10.7334/psicothema2016.127>
- Rustiana, Y. (2018). Persepsi *Digital Dependent* terhadap Pemanfaatan Media Sosial dan Dampak Sosial Ekonominya. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 15(1), 17–32.
<https://doi.org/10.24002/jik.v15i1.1325>
- Sagita, D. D., & Hermawan, D. (2020). Kesepian Remaja Pada Masa Pandemi COVID-19. *ENLIGHTEN (Jurnal Bimbingan Dan Konseling Islam)*, 3(2), 122–130.
<https://doi.org/10.32505/enlighten.v3i2.1892>
- Saputra, A. (2019). *SURVEI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DI KALANGAN USES ANGRATIFICATIONS*. 9008(21).
<https://doi.org/10.14203/j.baca.v40i2.476>
- Sintiawati, N. (2020). Perilaku Masyarakat Dalam Menggunakan Media Digital Di Masa Pandemi. *Jurnal Akrab*, 11(2), 10–19.
<https://doi.org/10.51495/jurnalakrab.v11i02.341>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015) Dasar Metodologi Penelitian. Sleman: Literasi Media Publishing.

- Sobaih, A. E. E., Hasanein, A. M., & Elnasr, A. E. A. (2020). Responses to COVID-19 in higher education: Social media usage for sustaining formal academic communication in developing countries. *Sustainability (Switzerland)*, 12(16), 1–18.
<https://doi.org/10.3390/su12166520>
- Statista.com. (2021). Breakdown of Social Media Users By Age And Gender Indonesia 2021. Diakses pada 10 December 2021, diakses melalui
<https://www.statista.com/statistics/997297/indonesia-breakdown-social-media-users-age-gender/>
- Sukur, M. H., Kurniadi, B., Haris., & N, R. F. (2020). Penanganan Pelayanan Kesehatan Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Hukum Kesehatan. *Journal Inicio Legis Volume 1 Nomor 1 Oktober 2020*, 1, 1–17.
- Surokim, As. (Eds). (2017). Internet, Media Sosial & Perubahan Sosial Di Madura. *Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB) Universitas Trunojoyo Madura, Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM) Korwil Jawa Timur*.
<http://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wp-content/uploads/2016/01/BUKU-4-IKOM-Internet-Media-Sosial-dan-Perubahan-Sosial-di-Madura.pdf>
- Susilo, A., Rumende, C. M., Pitoyo, C. W., Santoso, W. D., Yulianti, M., Herikurniawan., Sinto, R., Singh, G., Nainggolan, L., Nelwan, E. J., Chen, L. K.,... Yuniastuti, E. (2020). Coronavirus Disease 2019: Tinjauan Literatur Terkini. *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia*, 7(1), 45.
<https://doi.org/10.7454/jpdi.v7i1.415>

- Thayer, S. E., & Ray, S. (2006). Online communication preferences across age, gender, and duration of Internet use. *Cyberpsychology and Behavior*, 9(4), 432–440. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9.432>
- Tribunnews.com. (2020, 14 November). Pakar Psikologi: PSBB Mempengaruhi Kesehatan Mental Keluarga. Diakses pada 28 Mei 2021, diakses dari <https://www.tribunnews.com/nasional/2020/11/14/pakar-psikologi-psbb-mempengaruhi-kesehatan-mental-keluarga?page=all>
- Trisnani. (2018). Analisis Akses Dan Penggunaan Media Sosial Oleh Rumah Tangga Dan Individu Di Kota Batu Jawa Timur. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 7(2), 72–86. <https://doi.org/10.31504/komunika.v7i2.1627>
- Tsao, S. F., Chen, H., Tisseverasinghe, T., Yang, Y., Li, L., & Butt, Z. A. (2021). What social media told us in the time of COVID-19: a scoping review. *The Lancet Digital Health*, 3(3), e175–e194. [https://doi.org/10.1016/S2589-7500\(20\)30315-0](https://doi.org/10.1016/S2589-7500(20)30315-0)
- Turel, O., & Serenko, A. (2012). The benefits and dangers of enjoyment with social networking websites. *European Journal of Information Systems*, 21(5), 512–528. <https://doi.org/10.1057/ejis.2012.1>
- Ulfah, A. (2020). Pemanfaatan media sosial sebagai media pembelajaran bahasa Indonesia di masa pandemi. *Prosiding Seminar Nasional Bahasa Dan Sastra (SENABASA)*, 4, 410–423.

- Unair News. (2019, 28 Juli). Mudah Akses Sosial Media Di Kalangan Mahasiswa. Diakses pada 19 November 2021, diakses dari <http://news.unair.ac.id/2019/07/28/mudahnya-akses-sosial-media-di-kalangan-mahasiswa/>
- Van Rooij, A. J., Lo Coco, G., De Marez, L., Franchina, V., & Abeele, M. Vanden. (2018). Fear of missing out as a predictor of problematic social media use and phubbing behavior among flemish adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(10). <https://doi.org/10.3390/ijerph15102319>
- Voi.id. (2020). APPJII: Pandemi COVID-19 Buat Pengguna Internet di Indonesia Meningkatkan Hampir 200 Juta. Diakses pada 14 Mei 2021, diakses dari <https://voi.id/teknologi/19331/apjii-pandemi-covid-19-buat-pengguna-internet-di-indonesia-meningkat-hampir-200-juta>
- Voorveld, H. A. M., van Noort, G., Muntinga, D. G., & Bronner, F. (2018). Engagement with Social Media and Social Media Advertising: The Differentiating Role of Platform Type. *Journal of Advertising*, 47(1), 38–54. <https://doi.org/10.1080/00913367.2017.1405754>
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362–369. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>
- Wibowo, Y., & Silaen, S. M. J. (2018). Hubungan Self-Esteem Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Perilaku Narsisme Di kalangan Siswa Kelas VIII SMPK Penabur Bintaro Jaya. *IKRAITH-Humaniora*, 2(2), 109–115

- World Health organization (WHO). (2011). The Classical Definition Of A Pandemic Is Nor Elusive. *Buletin of Thw World Health Organization*, 89(7), 469-544. Diakses pada 28 Mei 2021, diakses dari <https://www.who.int/bulletin/volumes/89/7/11-088815/en/>
- World Health organization (WHO). (2020). WHO Director-General's Openeing Remarks At The Media Briefing On COVID-19-11 March 2020. Diakses pada 28 Mei 2021, diakses dari <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>
- Worldometers.info. (2021). COVID-19 CORONAVIRUS PANDEMIC. Worldometers. Diakses pada 28 Mei 2021, diakses dari <https://www.worldometers.info/coronavirus/country/indonesia/>
- Yuliana, Y. (2020). Corona virus diseases (Covid-19): Sebuah tinjauan literatur. *Wellness And Healthy Magazine*, 2(1), 187–192. <https://doi.org/10.30604/well.95212020>