

**HUBUNGAN ANTARA *THE BIG FIVE PERSONALITY TRAITS* DENGAN *FEAR OF MISSING OUT ABOUT SOCIAL MEDIA* PADA MAHASISWA**Febrina Rani Tresnawati¹✉¹ Semarang International School**Info Artikel***Sejarah Artikel:*

Diterima 12 September 2016
Disetujui 28 Oktober 2016
Dipublikasikan 1 November 2016

Keywords:

The Big Five Personality Traits,
Fear of Missing Out About Social
Media, University Students.

Abstrak

Keinginan untuk selalu mengetahui update pada media sosial dapat menyebabkan individu memiliki ketakutan untuk selalu ingin melihat update di media sosial. Ketakutan ini dapat terjadi pada siapa saja termasuk pada mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial. Ketakutan yang dirasakan setiap individu dapat berbeda. Perbedaan individu salah satunya dapat dilihat dari trait kepribadian. Salah satu teori trait kepribadian adalah the big five personality traits, yakni openness, conscientiousness, extraversion, agreeableness, neuroticism. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara the big five personality traits dengan fear of missing out about social media. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional. Sampel penelitian berjumlah 643 mahasiswa dengan menggunakan multistage cluster sampling. Data penelitian the big five personality traits diambil menggunakan skala Big Five Inventory. Variabel kedua diukur dengan skala fear of missing out about social media. Hasil analisis ini menghasilkan koefisien korelasi secara simultan dengan $r = 0,248$ dan signifikansi atau $p = 0,000$, sehingga hipotesis yang menyatakan ada hubungan antara the big five personality traits dengan fear of missing out about social media diterima. Hasil penelitian menunjukkan trait kepribadian yang memiliki korelasi positif dengan fear of missing out about social media yaitu extraversion dan agreeableness. Sedangkan neuroticism berkorelasi negatif, conscientiousness tidak berkorelasi dan openness dinyatakan tidak linear sehingga tidak dilakukan uji hipotesis.

Abstract

The longing to always knowing the update in social media causes each individual has fear for always knowing their friend's update in social media. This fear could raise to anyone including students as the active users of social media. The fear that raises each of individual may differ from one another. One of them is individual differencess that can be seen from personality trait. One of the personality trait theory is the big five personality traits, which are openness, conscientiousness, extraversion, agreeableness, neuroticism. The purpose of this research is to know the relationship between the big five personality traits and fear of missing out about social media. This research is quantitative correlation research. The samples of this research are 643 students by using multistage cluster sampling. The data of the big five personality traits is taken using adapted Big Five Inventory scale totaling 44 items. The second variable measure by The fear of missing out about social media scale is modification from previous research which has 19 items. The analysis is resulting $r = 0,248$ with significance or $p = 0,000$, so that hypothesis which claims the relationship between the big five personality traits and fear of missing out about social media is accepted. The result shows personality trait that has positif correlation with fear of missing out about social media is extraversion and agreeableness. Meanwhile, neuroticism is negatively correlated, conscientiousness is not correlated and openness personality trait is claimed not linear so no hypothesis test needed. The recommendation which could be given is that we should use social media wisely because the more time spent on surfing, especially in social media could make the user feels the fear of missing the updates in social media and it could grows into internet addiction.

© 2016 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:
Semarang International School, Indonesia
Email: ferbrinarani@gmail.com

p-ISSN 2086-0803
e-ISSN 2541-2965

PENDAHULUAN

Fear of missing out about social media merupakan bentuk ketakutan yang dirasakan individu ketika tertinggal *update* berita di media sosial. ketakutan adalah sesuatu yang memang nyata itu memang ketakutan (Calhoun & Acocella, 1990). Menurut Przybylski (2013) *fear of missing out about social media* adalah ketakutan ketika individu tidak mengetahui pengalaman atau kegiatan orang lain yang menarik. Menurut perspektif *Self Determination Theory* (SDT) *fear of missing out about social media* adalah keadaan situasional saat tidak terpenuhinya pemenuhan kebutuhan psikologis pada *self* dan *relatedness*.

Relatedness menurut Fromm adalah kebutuhan dasar manusia untuk menyatu dengan pribadi lainnya selain dirinya (Feist & Feist, 2010), memiliki dua sub dimensi yaitu merasa cemas akan pengalaman atau kegiatan orang lain ketika tidak dengan individu merasa cemas jika orang lain memiliki pengalaman yang lebih baik atau mengesankan dari pada individu sendiri. Kedua, Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *self* merujuk kepada kesadaran individu akan keberadaan dan fungsi dirinya, yang diperoleh melalui pengalaman diri dimana individu tersebut terlibat di dalamnya baik sebagai subjek maupun objek (Roger dalam Alwisol, 2009) yang memiliki dua sub dimensi yaitu menghabiskan waktu untuk mencari tahu kegiatan orang lain di media sosial dan tetap *update* tentang apa yang sedang dilakukan pada media sosial.

Menurut survei yang dilakukan Global Web Index pada tahun 2014, dari total populasi pengguna internet sebanyak 27,4 juta dengan rentang usia 16 sampai dengan 64 tahun, dan dari jumlah tersebut kelompok pendidikan di universitas merupakan pengguna tertinggi yakni sebesar 69% dengan domisili di Jawa sebesar 62%. Penelitian Dr. Przybylski (2013) yang menemukan bahwa

orang dengan usia di bawah 30 tahun kemungkinan mengalami *fear of missing out about social media*.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi rasa takut, yaitu gender, *trait* kepribadian, tidak adanya komunikasi *face to face*, dan adanya faktor *need* (Rosdaniar, 2008). Menurut Marshal (2015) Salah satu faktor yang mempengaruhi ketakutan yang dialami oleh individu saat ketinggalan *update* di media sosial adalah *the big five personality traits*.

Trait merupakan sifat yang mewakili kecenderungan respon secara luas dan mengungkapkan hal yang relatif permanen dari perilaku (Pervin, 1975). *Trait* pada diri individu memiliki kadar yang berbeda sehingga seseorang dapat memiliki banyak atau sedikit pada beberapa *trait*. Jadi, pada pendekatan ini setiap kepribadian dapat digambarkan sebagaimana kuat variasi suatu *trait* tertentu (Prasanti, 2013).

The big five personality traits memiliki lima faktor yang memiliki ciri-ciri sendiri. Pemilihan nama *bigfive* ini bukan berarti kepribadian hanya ada lima melainkan karena pengelompokkan dari ribuan ciri kedalam lima himpunan besar kepribadian yang disebut dengan dimensi kepribadian (Ramdhani, 2012: 190). Kelima dimensi tersebut adalah *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, *neuroticism*, dan *openness*.

Menurut McCrae dan Costa (Feist & Fesit, 2010) Individu dengan *extraversion* tinggi cenderung penuh kasih sayang, mudah bergaul, banyak bicara, menyukai kesenangan dan bersemangat sedangkan jika rendah individu cenderung tidak peduli, penyendiri, pendiam, serius, dan tidak berperasaan. *Trait* kepribadian kedua yakni *neuroticism*, jika individu memiliki *trait* kepribadian ini cenderung tinggi maka individu tersebut cenderung pencemas, temperamental, sentimental emosional, dan rentan tapi jika cenderung rendah maka sikap yang dimunculkan adalah tenang, bangga dengan

dirinya sendiri, tidak emosional dan kuat. *Trait openness* pada individu yang cenderung tinggi pada memiliki ciri imajinatif, kreatif, inovatif, penasaran, dan bebas; namun jika rendah memiliki ciri kuat, realistis, tidak kreatif, konvensional, tidak penasaran, dan konservatif. Individu dengan *agreeableness* yang cenderung tinggi maka akan memiliki ciri berhati lembut, mudah percaya, dermawan, ramah, toleran, dan bersahabat. Namun, jika *trait* kepribadian ini cenderung rendah maka sikap yang akan muncul adalah keras hati, penuh kecurigaan, kritis, cenderung lekas marah. *Trait* kepribadian kelima yakni *conscientiousness* memiliki ciri teliti, bekerja keras, teratur, tepat waktu, ambisius dan gigih jika cenderung tinggi pada diri individu serta memiliki ciri ceroboh, malas, tidak teratur, terlambat, tidak memiliki tujuan, dan mudah menyerah adalah individu dengan *trait* kepribadian *conscientiousness* yang cenderung rendah. (Feist & Feist, 2009: 136). Tertinggal berita terbaru khususnya di media sosial dapat berkembang menjadi gangguan-gangguan psikologi yang juga dapat mengganggu kehidupan pengguna. Ketinggalan *update* ini memunculkan ketakutan akan ketinggalan berita di akun media sosial, ketakutan yang dialami individu berbeda dari satu individu dengan lainnya berdasarkan kepribadian yang dimiliki, maka penelitian ini ingin melihat apakah *the big five personality traits* memiliki hubungan dengan *fear of missing out about social media* individu dan bagaimana arah hubungan tersebut.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis korelasional. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa/i Universitas Negeri Semarang yang terbagi dalam beberapa fakultas yang sedang menjalani perkuliahan, Memiliki akun media sosial dan termasuk dalam kategori sering menggunakannya yakni ± 3 jam atau lebih.

Pengambilan sampel dilakukan dengan *multistage cluster sampling* yakni dengan menyeleksi individu yang berada dalam kluster yaitu melakukan randomisasi terhadap kelompok, bukan terhadap subjek secara individual (Gall, Gall, dan Borg, 2007).

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala psikologi yaitu skala *fear of missing out about social media* yang dimodifikasi dari Skala penelitian Hato (2013) dan Pzybylski (2013) dan skala *the big five personality traits* yang merupakan adaptasi dari *Big Five Inventory*. Analisis validitas dan reliabilitas koefisien validitas skala *fear of missing out about social media* antara 0,421 sampai 0,724 dengan reliabilitas sebesar 0,879. Sedangkan skala *the big five personality traits* dengan koefisien validitas aitem *openness* berkisar antara 0,079 sampai 0,658; *conscientiousness* berkisar antara 0,437 sampai 0,649; *extraversion* antara 0,413 sampai 0,670; *agreeableness* memiliki koefisien validitas sebesar 0,368 sampai 0,611 dan *neuroticism* memiliki koefisien sebesar 0,397 sampai 0,680 dan diperoleh koefisien reliabilitas sebesar 0,550 untuk *openness, conscientiousness* diperoleh koefisien reliabilitas sebesar 0,693, *extraversion* memiliki koefisien reliabilitas sebesar 0,723, *agreeableness* memiliki koefisien sebesar 0,630, dan *neuroticism* memiliki koefisien sebesar 0,714.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum *The Big Five Personality Traits* Subjek dapat dilihat secara umum sebagai berikut:

Tabel 1. Kategorisasi *The Big Five Personality Traits* Subjek

No	<i>The Big Five Personality Trait</i>	Σ Subjek	(%)
1	<i>Openness</i>	60	9,33
2	<i>Conscientiousness</i>	97	15,08
3	<i>Extraversion</i>	23	3,57
4	<i>Agreeableness</i>	442	68,74
5	<i>Neuroticism</i>	14	3,26
Total		643	100

Tabel tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar *trait* kepribadian yang dimiliki oleh subjek adalah *agreeableness* yaitu sebesar 68,74% dengan jumlah subjek yang sebanyak 442 orang. Gambaran *Fear of Missing Out About Social Media* pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang:

Tabel 2. Ringkasan Deskriptif *Fear of Missing Out About Social Media* Subjek

No	Aspek	Mean	(%) Empiris
1	Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan <i>relatedness</i>	19,08	50,22
2	Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan <i>self</i>	18,91	49,78

Berdasarkan tabel 1.2, dapat diketahui bahwa mahasiswa mengalami *fear of missing out* memiliki nilai lebih pada aspek tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *relatedness* dengan persentase 50,22%.

Selanjutnya pada uji normalitas terhadap skala *fear of missing out about social media* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,160 ($p > 0,01$ signifikan). Hasil tersebut menunjukkan sebaran data berdistribusi normal. Sedangkan uji normalitas terhadap skala *the big five personality traits* diperoleh nilai signifikansi *openness* sebesar 0,013 ($p > 0,01$), *conscientiousness* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,013 ($p > 0,01$), *extraversion* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,014 ($p > 0,01$), *agreeableness* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,01$), *neuroticism* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,01$). Sehingga memperoleh hasil sebaran pada *trait* kepribadian *openness*, *conscientiousness*, *extraversion* berdistribusi normal, sedangkan untuk *trait* kepribadian *agreeableness* dan *neuroticism* memiliki distribusi tidak normal. Meskipun kedua *trait* tersebut tidak berdistribusi normal masih dilakukan uji hipotesis pada kedua *trait* tersebut.

Hasil uji linearitas antara variabel *fear of missing out about social media* dengan

extraversion diperoleh F sebesar 0,755 dengan $p = 0,794$, variabel *fear of missing out about social media* dengan *openness* diperoleh F sebesar 1,678 dengan $p = 0,032$, variabel *fear of missing out about social media* dengan *conscientiousness* diperoleh F sebesar 1,182 dengan $p = 0,245$, variabel *fear of missing out about social media* dengan *agreeableness* diperoleh F sebesar 1,273 dengan $p = 0,181$, variabel *fear of missing out about social media* dengan *neuroticism* diperoleh F sebesar 1,437 dengan $p = 0,075$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pola hubungan antara variabel *fear of missing out about social media* dengan *neuroticism*, *extraversion*, *agreeableness*, dan *conscientiousness* adalah linier sedangkan antara *openness* dengan *fear of missing out about social media* tidak linier.

Selain itu, uji multikolinieritas yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya kolinieritas antar variabel X adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai *Tolerance* berkisar antara 0-1, dengan 0 menunjukkan kolinieritas yang tinggi dan 1 menunjukkan kolinieritas yang rendah. Nilai VIF antara 1-10, dengan 1 menunjukkan kolinieritas yang rendah dan 10 menunjukkan kolinieritas yang tinggi (Ghozali, 2011:106). Hasil perhitungan diperoleh nilai *Tolerance* untuk *openness* sebesar 0,814, *conscientiousness* sebesar 0,712, *extraversion* sebesar 0,672, *agreeableness* sebesar 0,817, dan *neuroticism* sebesar 0,806. Oleh karena nilai *Tolerance* $> 0,1$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel X. Nilai VIF *openness* sebesar 1,228, *conscientiousness* sebesar 1,404, *extraversion* sebesar 1,488, *agreeableness* sebesar 1,224, dan *neuroticism* sebesar 1,241. Oleh karena nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel X. Dengan demikian dapat dilakukan uji hipotesis menggunakan Analisis Regresi Berganda.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai $F= 10,390$ dengan signifikansi sebesar $p= 0,000 (<0,05)$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *conscientiousness*, *extraversion*, *agreeableness*, dan *neuroticism* secara simultan berpengaruh terhadap *fear of missing out about social media*. *R-Square* adalah 0,061 yang menunjukkan bahwa variabel dependen *fear of missing out about social media* dapat dijelaskan oleh variabel independen yakni, *conscientiousness*, *extraversion*, *agreeableness*, dan *neuroticism* sebesar 6,1%.

Koefisien regresi variabel *conscientiousness* sebesar 2,156 dengan signifikansi 0,083 ($>0,05$). Koefisien regresi variabel *extraversion* sebesar 0,445 dengan signifikansi 0,000 ($<0,05$). Koefisien regresi variabel *agreeableness* sebesar 5,477 dengan signifikansi 0,023 ($<0,05$). Koefisien regresi variabel *neuroticism* sebesar -16,201 dengan signifikansi 0,000 ($<0,05$). Sehingga *trait* kepribadian *extraversion* dan *agreeableness* berkorelasi positif, *conscientiousness* tidak berkorelasi dan *neuroticism* berkorelasi negatif.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil sebanyak 442 mahasiswa tergolong dalam *trait* kepribadian *agreeableness*. *Trait* kepribadian *agreeableness* dinyatakan memiliki hubungan positif yang signifikan dengan taraf signifikansi sebesar 0,023 ($<0,05$) sehingga makin tinggi *agreeableness* maka semakin tinggi pula *fear of missing out about social media* yang dirasakan oleh individu dengan *trait* ini. Menurut Seidman (2013) meskipun *trait* ini dapat berkorelasi negatif terkait dengan *posting* dalam hal mencari perhatian, secara positif mereka terkait dengan *update* media sosial seperti *facebook* untuk berkomunikasi dan berhubungan dengan orang lain. Hubungan yang cenderung dijalin oleh individu dengan *trait* kepribadian ini adalah berkaitan dengan kegiatan sosial agar dapat menginspirasi orang lain (Marshall &

Lefringhausen, 2015: 35). Hal itu lah yang membuat individu dengan *agreeableness* yang tinggi akan mengalami ketakutan jika tertinggal berita *update* tentang kegiatan sosial yang ada di media sosial karena kecepatan media sosial dalam memberikan berita dan kejadian sosial yang ada di tengah masyarakat ataupun hal-hal sosial yang terjadi pada *peer group* yang dimilikinya.

Mahasiswa yang termasuk dalam *trait* kepribadian *conscientiousness* adalah sebanyak 97 mahasiswa dengan persentase 15,08% dari total sampel penelitian yakni 643 mahasiswa. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *trait* ini tidak berkorelasi dengan *fear of missing out about social media* karena memiliki signifikansi koefisien regresi sebesar 0,083 ($>0,05$).

Menurut Landers & Lounsbury (2006) *conscientiousness* memiliki korelasi positif dengan penggunaan internet. Sehingga individu yang memiliki *trait* kepribadian ini akan cenderung selalu mengakses internet dan dengan selalu mengakses internet akan menyebabkan individu selalu terhubung dan cenderung untuk selalu mengetahui *update* berita. Sedangkan menurut Ryan and Xenos (2011) *conscientiousness* memiliki korelasi negatif dengan waktu yang dihabiskan untuk akses *facebook*. Keadaan tersebut memungkinkan karena individu dengan *trait* ini memiliki ciri untuk memiliki prestasi yang tinggi sehingga membuat individu tidak menghabiskan waktunya untuk mengakses media sosial.

Trait kepribadian sebanyak 23 mahasiswa dalam penelitian ini adalah *trait* kepribadian *extraversion* dengan persentase 3,57%. *Trait* kepribadian ini memiliki pengaruh positif yang signifikan yakni 0,006 ($<0,05$). Sejalan dengan penelitian Marshall & Lefringhausen (2015) yang menyatakan bahwa *trait* kepribadian *extraversion* secara signifikan berkorelasi positif dengan selalu *update* tentang kegiatan sosial dan kehidupannya. Selain itu, menurut Besser &

Shackelford (2007) individu dengan *trait* kepribadian *extraversion* memiliki kecenderungan untuk menjadi *sociable*. Oleh karena kegiatan untuk selalu *update*, domain ini akan cenderung cepat memiliki ketakutan ketika tidak dapat berhubungan dengan orang lain, mengetahui kegiatan orang lain maupun memperlihatkan kegiatan sehari-harinya pada orang lain.

Sedangkan sebanyak 14 mahasiswa dalam penelitian ini tergolong dalam *trait* kepribadian *neuroticism* yakni dengan persentase sebesar 3,26%. *Trait* kepribadian *neuroticism* memiliki pengaruh signifikansi 0,000 (<0,05) dengan korelasi regresi sebesar -5,077 sehingga memiliki korelasi negatif yang berarti bahwa *neuroticism* pada *trait* kepribadian *thebigfive* secara negatif mempengaruhi secara signifikan terhadap *fear of missing out about social media*. Oleh karena itu, semakin tinggi variabel *neuroticism* maka semakin rendah *fear of missing out about social media*. Menurut Swickert (2002) ketidakpercayaan yang melekat pada individu dengan *trait* ini cenderung membatasi jumlah waktu yang digunakan untuk bertukar informasi secara *online* dan bermain *onlinegame*. Penelitian lain menjelaskan bahwa tidak ada hubungan dengan waktu untuk menggunakan internet karena ketakutan yang dialami dengan *trait* kepribadian *neuroticism* (Phillips & Stevenson, 2002). Rasa malu yang dimiliki individu dengan *trait* kepribadian ini mendorong untuk tidak ada hubungan dengan perilaku menggunakan internet (Scealy, 2002). Namun, Armstrong (2000) menjelaskan bahwa orang dengan *selfesteem* yang rendah yakni terkait dengan *neuroticism* menghabiskan lebih banyak waktu untuk berinternet.

Hasil penelitian ini dapat menjadi sebuah antisipasi oleh individu agar lebih bijak dalam penggunaan internet khususnya dalam kegiatan di media sosial. Pengguna dapat membatasi waktu penggunaan karena

waktu yang lebih banyak dihabiskan untuk berinternet dapat berakibat pada beberapa gangguan psikologis dan fisiologis.

SIMPULAN

Terdapat hubungan yang linier antara *the big five personality traits* dalam penelitian ini yang terdiri dari *conscientiousness, extraversion, agreeableness* dan *neuroticism* dengan *fear of missing out about social media* dengan $r = 0,248$ dan *R-Square* sebesar 6,1% yang berarti bahwa *the big five personality traits* secara simultan mempengaruhi *fear of missing out about social media*, sedangkan 93,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Terdapat hubungan positif yang signifikan *extraversion*, dan *agreeableness* dengan *fear of missing out about social media*. Semakin tinggi *extraversion*, dan *agreeableness*, maka semakin tinggi pula perasaan *fear of missing out about social media* dan begitu pula sebaliknya. Terdapat hubungan negatif antara *trait* kepribadian *neuroticism* dengan *fear of missing out about social media* dan tidak ada hubungan antara *trait* kepribadian *conscientiousness* dengan *fear of missing out about social media*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwisol. 2009. *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM Press.
- Amstrong, L., Phillips, J., dan Salling, L. 2000. Potential Determinants Of Heavier Internet Usage. *International Journal Of Human-Computer Studies* (53) 537-550.
- Besser, A. dan Shackelford, T.K. 2007. Mediation Of The Effects Of The Big Five Personality Dimensions On Negative Mood And Confirmed Affective Expectations By Perceived Situational Stress: A Quasi-Field Study Of Vacationers. *Personality and Individual Differences* (42) 1333-1346.

- Calhoun, J. F., dan Acocella, J. R. 1990. *Psychology Of Adjustment Human Relationship*. New York: McGraw-Hill.
- Feist, J. dan Feist, J.G. 2010. *Teori Kepribadian Edisi 7*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Gall, Meredith.D., Gall, Joyce.P. dan Borg, Walter.R. 2003. *Educational Research An Introduction Seventh Edition*. USA: Pearson Education, Inc.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Landers, R.N., dan Lounsbury, J.W. 2006. An Investigation Of Big Five And Narrow Personality Traits In Relation To Internet Usage. *Computers in Human Behavior* (22) 283-293).
- Marshall, T.C., Lefringhausen, K., dan Ferenczi, N. 2015. The Big Five, Self Esteem, And Narcissism As Predictors of The Topics People Write About in Facebook Staus Updates. *Personality and Individual Differences* (85) 35-40.
- Pervin, Lawrence. 1975. *Personality: Theory, Assessment, and Research*. Canada: John Wiley dan Sons, Inc.
- Prasanti, C.R. 2013. Perbedaan Kepribadian Ditinjau Dari Jenis Hewan Peliharaan. Tesis. Fakultas Psikologi Unika Soegijapranata Semarang
- Przybylski, A.K, Murayama, K., DeHaan, C.R.dan Gladwell, V. 2013. Motivational, Emotional, And Behavioral Correlates Of Fear Of Missing Out. *Computers in Human Behavior* (4) 1841-1848
- Ramdani, Neila. 2012. Adaptasi Bahasa dan Budaya Inventori Big Five. *Jurnal Psikologi* (39) 189-207. Yogyakarta: Universitas Gadjahmada.
- Rosdaniar. 2008. Hubungan Antara Kesepian Dngan Kecanduan Internet (Internet Addiction Disorder) Pada Mahasiswa. *Artikel Ilmiah*. Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Ryan, T., dan Xenos, S. 2011. Who Uses Facebook? An Investigation Into The Relationship Of The Big Five, Shyness, Narcissism, Loneliness, And Facebook Usage. *Computers in Human Behavior* (27) 1658–1664.
- Scealy, M., Phillips, J.G., dan Stevenson, R. 2002. Shyness and Anxiety as Predictor of Pattern of Internet Usage. *CyberPsychology dan Behavior* (6) 507-515.
- Seidman, G. 2013. Self-Presentation And Belonging On Facebook: How Personality Influences Social Media Use And Motivations. *Personality And Individual Differences* (54) 402-407.
- Swickert, R.J., Hittner, J.B., Harris, J.L., Herring, J.A. 2002. Relationships among Internet use, personality, and social support. *Computers in Human Behavior* (18) 437–451.

