

## HUBUNGAN ANTARA REGULASI EMOSI DENGAN FEAR OF MISSING OUT (FoMO) PADA GEN Z PENGGUNA MEDIA SOSIAL TIKTOK DI YOGYAKARTA

Nurul Izza Muhidin<sup>1</sup>, Michael Yulian Feno<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Psikologi Fakultas Ekonomi, Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta

Email: [nrulizzamuhidin14@gmail.com](mailto:nrulizzamuhidin14@gmail.com)

### INFO ARTIKEL

**Riwayat Artikel:**

Received :07-12-2025

Revised :18-12-2025

Accepted :25-12-2025

**Keywords:** Emotional Regulation, FOMO, Gen Z, Social Media

**DOI:** <https://doi.org/10.62335>

### ABSTRACT

*This study aims to examine the relationship between emotion regulation and Fear of Missing Out among Generation Z TikTok users in Yogyakarta. Fear of Missing Out emerges as a psychological response to intensive social media use and is characterized by a strong desire to remain continuously connected to online social activities. This study employed a quantitative approach with a correlational design. The participants were Generation Z individuals who actively use TikTok and reside in Yogyakarta, with data collected through an online questionnaire measuring emotion regulation and Fear of Missing Out. Data analysis was conducted to identify the association between the two research variables. The results indicate that there is no significant relationship between emotion regulation and Fear of Missing Out among Generation Z TikTok users in Yogyakarta. These findings suggest that individuals' ability to regulate emotions is not associated with the level of Fear of Missing Out they experience. Therefore, Fear of Missing Out among Generation Z TikTok users may be influenced by other factors beyond emotion regulation, such as individual characteristics or patterns of social media use. This study implies that understanding Fear of Missing Out requires consideration*

*of additional variables relevant to the social media context of Generation Z*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara regulasi emosi dengan *Fear of Missing Out* pada Generasi Z pengguna media sosial TikTok di Yogyakarta. Fenomena *Fear of Missing Out* muncul sebagai respons psikologis terhadap penggunaan media sosial yang intens dan ditandai dengan dorongan untuk selalu terhubung dengan aktivitas sosial secara daring. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Subjek penelitian adalah Generasi Z pengguna aktif TikTok yang berdomisili di Yogyakarta, dengan pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan instrumen pengukuran regulasi emosi dan *Fear of Missing Out*. Analisis data dilakukan untuk melihat keterkaitan antara kedua variabel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara regulasi emosi dengan *Fear of Missing Out* pada Generasi Z pengguna TikTok di Yogyakarta. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan individu dalam mengatur emosi tidak berhubungan dengan tinggi atau rendahnya kecenderungan *Fear of Missing Out*. Dengan demikian, *Fear of Missing Out* pada Generasi Z pengguna TikTok kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain di luar regulasi emosi, seperti karakteristik individu atau pola penggunaan media sosial. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa upaya memahami *Fear of Missing Out* perlu mempertimbangkan variabel lain yang relevan dengan konteks media sosial pada Generasi Z.

### **PENDAHULUAN**

Dua dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan terhadap cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan mengakses informasi. Perkembangan teknologi internet dan media sosial menciptakan ekosistem baru yang mengubah cara individu berinteraksi dan mengekspresikan diri. Media sosial berperan sebagai sarana komunikasi, pembentukan identitas diri, serta akses informasi secara cepat dan berkelanjutan (Cahyono, 2016; Fitri et al 2024). Di Indonesia, penggunaan media sosial terus meningkat, laporan *Data Reportal* (2024) mencatat 185,3 juta pengguna aktif, dengan generasi Z sebagai kelompok pengguna terbesar (34,9%) yang mendominasi aktivitas digital sehari-hari.

TikTok menjadi salah satu *platform* dengan pertumbuhan tercepat di kalangan generasi muda. Pengguna aktif TikTok didominasi oleh kelompok usia 18-24 tahun, yang

termasuk dalam kategori generasi Z (*Business of Apps*, 2023). TikTok, sebagai aplikasi berbasis video pendek dengan algoritma personalisasi tinggi, mendorong keterlibatan pengguna secara intens dan berulang (Aresti et al., 2023). Karakteristik ini menjadikan TikTok tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang ekspresi diri, pembentukan citra sosial, dan sumber validasi digital. Namun, penggunaan yang berlebihan seringkali menimbulkan dampak psikologis, salah satunya adalah fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO). FoMO didefinisikan sebagai perasaan takut tertinggal dari pengalaman, informasi, atau aktivitas sosial yang dialami orang lain (Przybylski et al., 2013). Individu dengan FoMO cenderung memiliki dorongan kuat untuk terus terhubung dengan media sosial dan memantau aktivitas sosial secara daring (Alt, 2015). Dalam konteks TikTok, karakteristik konten yang cepat berubah dan berbasis *tren* memperkuat kecenderungan pengguna untuk selalu mengikuti perkembangan terbaru, sehingga meningkatkan risiko munculnya FoMO (Owen & Daniels, 2025). Kondisi ini cenderung muncul ketika individu memiliki kemampuan regulasi emosi yang rendah, sehingga sulit mengendalikan reaksi emosional terhadap tekanan sosial digital (Elhai et al., 2020).

Regulasi emosi merupakan kemampuan individu untuk mengenali, memahami, dan mengelola emosi secara adaptif (Gross, 2015). Individu dengan regulasi emosi yang baik diasumsikan mampu mengendalikan emosi negatif, seperti kecemasan sosial dan tekanan akibat perbandingan sosial yang sering muncul dalam penggunaan media sosial (Kuppens et al., dalam Nasution & Hatta (2025)). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa regulasi emosi berperan penting dalam menjaga kesejahteraan psikologis dan mendorong perilaku adaptif dalam penggunaan media sosial (Elhai et al., 2020; Mahmud et al., 2023). Hasil wawancara dan survei pendahuluan terhadap generasi Z di Yogyakarta menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan pengguna aktif TikTok dengan intensitas penggunaan tinggi dan tingkat kecemasan yang meningkat ketika tidak membuka aplikasi TikTok. Kondisi ini memperlihatkan indikasi kuat adanya hubungan antara *Fear of Missing Out* dan kemampuan regulasi emosi pada kelompok usia ini.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara regulasi emosi dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Generasi Z pengguna media sosial TikTok di Yogyakarta. Kajian ini penting dilakukan mengingat masih terbatasnya penelitian di Indonesia yang menyoroti keterkaitan antara kedua variabel tersebut dalam konteks sosial digital generasi muda. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan ilmu psikologi sosial dan komunikasi digital, sedangkan secara praktis dapat meningkatkan kesadaran diri (*self-awareness*) generasi Z agar lebih bijak dan terkontrol dalam menggunakan media sosial, sehingga dapat mengurangi risiko FoMO dan dampak psikologis akibat paparan konten digital yang berlebihan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional untuk menguji hubungan antara regulasi emosi dan *Fear of Missing Out* berdasarkan data numerik yang diperoleh dari responden. Responden penelitian adalah Generasi Z pengguna aktif media sosial TikTok yang berdomisili di Yogyakarta.

Pengumpulan data dilakukan secara daring melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden sesuai kriteria. Variabel regulasi emosi diukur menggunakan *Skala Emotion Regulation Questionnaire (ERQ)* yang dikembangkan oleh Gross & John (2003) sedangkan variabel *Fear of Missing Out* diukur menggunakan skala *Online Fear of missing Out (On-FoMO)* yang di kembangkan oleh Sette et al, (2020). Kedua instrumen yang digunakan telah disesuaikan dengan konteks penelitian ini untuk mengukur Tingkat regulasi emosi dan kecenderungan FoMO pada responden. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment* untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara kedua variabel. Analisis dilakukan setelah data memenuhi asumsi statistik seperti normalitas dan linearitas, sehingga hasil yang diperoleh dapat menggambarkan hubungan antarvariabel secara objektif dan reliabel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

Karakteristik	Frekuensi	Presentase
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	50	21,93%
Perempuan	178	78,07%
<b>Usia</b>		
16	2	0,88%
17	10	4,39%
18	24	10,53%
19	40	17,54%
20	26	11,40%
21	24	10,53%
22	21	9,21%
23	51	22,37%
24	9	3,95%
25	14	6,14%
26	7	3,07%
<b>Pendidikan</b>		
Mahasiswa/S1	147	64,47%
SMA/Sederajat	79	34,65%
Kerja	2	0,88%
<b>Alamat</b>		
Kota Yogyakarta	132	57,89%
Sleman	64	28,07%
Bantul	22	9,65%

Kulon Progo	5	2,19%
Gunung Kidul	5	2,19%
<b>Durasi Penggunaan TikTok</b>		
1-2 Jam	85	37,28%
2-4 Jam	115	50,44%
> 4 Jam	31	13,60%

Berdasarkan hasil pengumpulan data, jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 228 orang. Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 178 orang, sedangkan responden laki-laki berjumlah 50 orang. Temuan ini menunjukkan bahwa partisipan penelitian didominasi oleh perempuan, yang mencerminkan karakteristik umum pengguna media sosial TikTok pada kelompok Generasi Z.

Ditinjau dari usia, responden berada pada rentang usia remaja akhir hingga dewasa awal. Kelompok usia yang paling banyak adalah usia 23 tahun, diikuti oleh usia 19 dan 20 tahun. Secara umum, sebagian besar responden berada pada rentang usia awal dewasa, yang merupakan kelompok usia dengan tingkat penggunaan media sosial yang relatif tinggi.

Berdasarkan tingkat pendidikan, sebagian besar responden berstatus mahasiswa atau memiliki latar belakang pendidikan perguruan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi oleh individu yang sedang atau telah menempuh pendidikan tinggi. Sebagian responden lainnya berasal dari latar belakang pendidikan menengah, sementara responden yang sudah bekerja jumlahnya relatif sangat sedikit.

Ditinjau dari domisili, mayoritas responden berdomisili di Kota Yogyakarta, diikuti oleh Kabupaten Sleman dan Bantul. Sebagian kecil responden berasal dari Kulon Progo dan Gunungkidul. Distribusi ini menunjukkan bahwa responden penelitian mayoritas berasal dari wilayah perkotaan dan kawasan penyangga pendidikan di Yogyakarta.

Berdasarkan durasi penggunaan TikTok, sebagian besar responden menggunakan TikTok selama dua hingga empat jam per hari. Responden dengan durasi penggunaan satu hingga dua jam per hari juga cukup besar, sementara responden yang menggunakan TikTok lebih dari empat jam per hari jumlahnya lebih sedikit. Temuan ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden memiliki intensitas penggunaan TikTok yang tergolong sedang hingga tinggi dalam aktivitas sehari-hari.

**Tabel 2. Statistik Deskriptif Regulasi Emosi dan Fear of Missing Out**

Var	Jumlah Aitem	Skor Empirik				Skor Hipotetik			
		Min	Maks	Mean	SD	Min	Maks	Mean	SD
X	9	11	44	32,39	5,515	9	45	27	6
Y	20	29	77	52,78	10,393	20	100	60	13,33

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel regulasi emosi memiliki skor empiris yang berada dalam rentang 11 hingga 44, dengan nilai rata-rata

sebesar 32,39 dan standar deviasi sebesar 5,52. Nilai rata-rata empiris tersebut lebih tinggi dibandingkan nilai rata-rata hipotetik, yang mengindikasikan bahwa secara umum responden memiliki tingkat regulasi emosi yang relatif baik. Variasi skor regulasi emosi yang ditunjukkan oleh nilai standar deviasi menunjukkan adanya perbedaan kemampuan pengelolaan emosi antar responden.

Pada variabel *Fear of Missing Out*, skor empiris responden berada dalam rentang 29 hingga 77, dengan nilai rata-rata sebesar 52,78 dan standar deviasi sebesar 10,39. Nilai rata-rata empiris FoMO berada di bawah nilai rata-rata hipotetik, yang menunjukkan bahwa kecenderungan *Fear of Missing Out* pada responden berada pada tingkat yang relatif rendah hingga sedang. Nilai standar deviasi yang lebih besar dibandingkan regulasi emosi mengindikasikan variasi tingkat FoMO yang cukup tinggi antarresponden.

Secara keseluruhan, hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini memiliki kemampuan regulasi emosi yang relatif baik, sementara tingkat *Fear of Missing Out* bervariasi antarindividu. Variasi tersebut menunjukkan bahwa meskipun responden memiliki kemampuan pengelolaan emosi yang memadai, pengalaman *Fear of Missing Out* tidak bersifat homogen, sehingga memungkinkan adanya faktor lain di luar regulasi emosi yang memengaruhi munculnya FoMO pada Generasi Z pengguna media sosial TikTok.

**Tabel 3. Hasil Analisis Korelasi antara Regulasi Emosi dan Fear of Missing Out**

Variabel	Koefisien Korelasi (r)	Sig. (p)	Interpretasi
Regulasi Emosi dan FoMO	0.000	0.998	Tidak Signifikan

Hasil analisis korelasi menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara regulasi emosi dan *Fear of Missing Out* pada Generasi Z pengguna media sosial TikTok di Yogyakarta. Nilai koefisien korelasi yang diperoleh menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut sangat lemah, serta tidak mencapai tingkat signifikansi yang ditetapkan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan individu dalam mengelola emosi tidak berhubungan secara langsung dengan kecenderungan *Fear of Missing Out* yang dialami.

Hasil ini menunjukkan bahwa perbedaan tingkat regulasi emosi pada responden tidak diikuti oleh perbedaan tingkat *Fear of Missing Out*. Dengan demikian, regulasi emosi tidak berperan sebagai faktor yang menentukan tinggi atau rendahnya kecenderungan *Fear of Missing Out* pada responden dalam penelitian ini. Temuan ini menegaskan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan adanya hubungan antara regulasi emosi dan *Fear of Missing Out* tidak didukung oleh data empiris.

## B. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara regulasi emosi dan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Generasi Z pengguna media sosial TikTok di Yogyakarta. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan individu dalam mengelola emosi tidak secara langsung berkaitan dengan kecenderungan mengalami FoMO dalam konteks penggunaan media sosial berbasis hiburan dan tren cepat. Hasil ini menegaskan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan adanya hubungan antara regulasi emosi dan FoMO tidak didukung secara empiris.

Secara teoretis, regulasi emosi merupakan proses yang memungkinkan individu untuk memantau, mengevaluasi, dan memodifikasi respons emosional guna mencapai adaptasi sosial dan psikologis yang optimal (Gross, 2015). Individu dengan regulasi emosi yang baik cenderung mampu mengelola emosi negatif seperti kecemasan, iri hati, dan tekanan sosial yang muncul akibat paparan media sosial melalui strategi kognitif yang adaptif, seperti *cognitive reappraisal* (Balta et al., 2020). Berbagai penelitian terdahulu juga menunjukkan adanya hubungan antara regulasi emosi yang rendah dan tingkat FoMO yang tinggi (Przybylski et al., 2013; Verduyn et al., dalam Nasution & Hatta, 2025).

Namun, hasil penelitian ini menunjukkan temuan yang berbeda. Tidak ditemukannya hubungan yang signifikan antara regulasi emosi dan FoMO mengindikasikan bahwa dalam konteks TikTok, faktor internal berupa kemampuan regulasi emosi bukanlah penentu utama munculnya FoMO. Temuan ini sejalan dengan penelitian Adelhardt (2024) yang menyatakan bahwa intensitas penggunaan media sosial, kebutuhan keterhubungan sosial, serta perasaan kesepian memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap FoMO dibandingkan regulasi emosi. Selain itu, Mahmud et al. (2023) juga menemukan bahwa regulasi emosi tidak berpengaruh secara langsung terhadap FoMO, melainkan berperan tidak langsung sebagai mediator antara *self-esteem* dan FoMO.

Karakteristik TikTok sebagai *platform* berbasis konten visual, algoritma personalisasi, serta budaya tren yang bergerak cepat memungkinkan FoMO muncul sebagai respons terhadap tekanan sosial digital dan kebutuhan afiliasi sosial, bukan semata-mata akibat ketidakmampuan individu dalam mengelola emosi. Hal ini diperkuat oleh temuan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat regulasi emosi dan FoMO pada kategori sedang, yang menunjukkan adanya kemampuan adaptasi sosial digital yang relatif moderat pada Generasi Z.

Selain itu, Generasi Z sebagai kelompok yang tumbuh dan berkembang dalam lingkungan digital cenderung memiliki mekanisme adaptasi tersendiri dalam menggunakan media sosial. Kondisi ini menyebabkan FoMO lebih dipengaruhi oleh faktor situasional dan sosial, seperti perbandingan sosial, kebutuhan akan popularitas, serta tekanan sosial digital, dibandingkan oleh regulasi emosi internal (McGinnis, 2020; Sianipar & Kaloeti, dalam Syahfira, 2023).

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa pemahaman mengenai FoMO pada Generasi Z pengguna TikTok perlu melibatkan variabel lain di luar regulasi emosi. Faktor-faktor seperti intensitas penggunaan media sosial, *self-esteem*, perbandingan sosial, dan tekanan sosial digital memiliki potensi yang lebih besar dalam menjelaskan munculnya FoMO. Secara teoretis, temuan ini memperluas kajian regulasi emosi dengan menunjukkan bahwa pengaruh regulasi emosi terhadap FoMO bersifat kontekstual dan dapat berbeda antar platform media sosial.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara regulasi emosi dan FoMO. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan individu dalam mengelola emosi tidak berperan secara langsung dalam menentukan kecenderungan FoMO pada konteks penggunaan TikTok.

Hal ini menunjukkan bahwa FoMO pada Generasi Z lebih dipengaruhi oleh faktor kontekstual dan dinamika sosial digital, seperti karakteristik platform dan tekanan sosial daring, dibandingkan faktor intrapersonal berupa regulasi emosi. Secara teoretis, temuan ini menegaskan bahwa peran regulasi emosi terhadap FoMO bersifat kontekstual. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan variabel lain, seperti intensitas penggunaan media sosial, perbandingan sosial, harga diri, dan tekanan sosial digital, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai *Fear of Missing Out* pada Generasi Z.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adelhardt, Z. (2024). Exploring the Relationship between Social Networking Addiction, *Fear of Missing Out*, Loneliness and TikTok Use among Adolescents. *Journal of Addiction & Addictive Disorders*, 11(4), 1–8. <https://doi.org/10.24966/AAD-7276/100176>
- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111–119.
- Aresti, N. G., Lukmantoro, T., & Ulfa, N. S. (2023). Pengaruh tingkat fear of missing out (fomo) dan tingkat pengawasan orang tua terhadap tingkat kecanduan penggunaan tiktok pada remaja. *Interaksi Online*, 11(3), 272–284.
- Balta, S., Emirtekin, E., Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2020). Neuroticism, trait fear of missing out, and phubbing: The mediating role of state fear of missing out and problematic Instagram use. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18, 628–639.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140–157.
- Data Reportal. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Elhai, J. D., Yang, H., & Montag, C. (2020). Fear of missing out (FOMO): overview, theoretical underpinnings, and literature review on relations with severity of negative affectivity and problematic technology use. *Brazilian Journal of Psychiatry*, 43(2), 203–209.

- Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandy, G. A. (2024). Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fear Of Missing Out (Fomo) pada Generasi Z Pengguna Media Sosial. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 21. <https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2823>
- Gross, J. J. (2015). Emotion regulation: Current status and future prospects. *Psychological Inquiry*, 26(1), 1–26.
- Mahmud, A., Fitriah, E. A., & Gamayanti, W. (2023a). Emotion Regulation as the Role Moderator of Self-Esteem on Adolescents Fear of Missing Out. *Psymphatic: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(1), 51–58.
- McGinnis, P. J. (2020). *Fear of missing out: Practical decision-making in a world of overwhelming choice*. Sourcebooks, Inc
- Nasution, N. M., & Hatta, M. I. (2025). Pengaruh Regulasi Emosi terhadap Fear of Missing Out pada Mahasiswa Pengguna Instagram di Universitas Islam Bandung. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 5(1), 497–504.
- Nasution, N. M., & Hatta, M. I. (2025). Pengaruh Regulasi Emosi terhadap *Fear of Missing Out* pada Mahasiswa Pengguna Instagram di Universitas Islam Bandung. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 5(1), 497–504.
- Owen, A., & Daniels, M. (2025). *The Influence of Peer Comparison on Fear of Missing Out: Examining Self-Esteem and Anxiety Among Gen Z in Social Media Contexts*.
- 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>
- Sette, C. P., Lima, N. R. S., Queluz, F. N. F. R., Ferrari, B. L., & Hauck, N. (2020). *The online fear of missing out inventory (ON-FoMO): Development and validation of a new tool*. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 5, 20–29.
- Sianipar, N. A., & Kaloeti, D. V. S. (2019). Hubungan antara regulasi diri dengan fear of missing out (Fomo) pada mahasiswa tahun pertama Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 8(1), 136–143.
- Syahfira, J. (2023). Hubungan Antara Self-Regulation Dengan Sindrom Fomo (Fear of Missing Out) Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. *Doctoral Dissertation, Universitas Medan Area*.