

The Relationship Between Fear of Missing Out and Social Media Addiction in Generation Z.

Hubungan Antara *Fear of Missing Out* dan Social Media Addiction Generasi Z.

¹Dhyo Jeremy Mangerongkoda, ²Listiyani Dewi hartika, ³Yashinta Levi

^{1,2,3}Psikologi, Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

Listiyaniidewihartika@undhirabali.ac.id

Article info

<p>Keywords: <i>fear of missing out, social media addiction, generation z.</i></p>	<p style="text-align: center;">Abstract</p> <p>Overview. <i>This study aims to find the relationship or relationship between fear of missing out and social media addiction in generation Z social media users. The data in this study were taken in the time span of June 1, 2023 - July 30, 2023. Social media addiction is measured by the Social Media Addiction Scale (SMAS) developed by Manayes (2015) in Neli (2019). Meanwhile, Fear of Missing Out uses a scale from Przyblyski (2013) which was later modified and tried out by Salwa Nafisa (2021). Respondents in this study amounted to 100 people from Generation Z in Manado. The correlation test results show a significance value (p) <0.001 and for the correlation coefficient value of 0.477. So it can be concluded that there is a sufficient and significant relationship between social media addiction and fear of missing out. As for the direction of the relationship between the two variables is positive where the higher the social media addiction, the higher the fear of missing out and vice versa.</i></p>
<p>Kata kunci: <i>social media addiction, fear of missing out, generasi z.</i></p>	<p style="text-align: center;">Abstrak</p> <p><i>Penelitian ini bertujuan untuk menemukan hubungan social media addiction dan fear of missing out pada generasi Z pengguna media sosial. Data dalam penelitian ini diambil dalam rentang waktu 1 Juni 2023 – 30 Juli 2023. Social media addiction diukur dengan Soial Media Addiction Scale (SMAS) yang di kembangkan oleh Manayes (2015) dalam Neli (2019). Sedangkan Fear of Missing Out menggunakan skala dari Przyblyski (2013) yang kemudian dimodifikasi dan telah di try out oleh Salwa Nafisa (2021). Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dari Generasi Z yang berada di Manado. Hasil uji korelasi menunjukkan nilai signifikansi (p) < 0.001 dan untuk nilai koefisien korelasinya sebesar .477. Maka dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan yang cukup dan signifikan antara social media addiction dan fear of missing out. Sedangkan untuk arah hubungan</i></p>

antara kedua variabel bersifat positif dimana semakin tinggi social media addiction, maka semakin tinggi juga fear of missing out dan begitu juga sebaliknya.

PENDAHULUAN

Kehadiran media sosial telah memberikan manfaat yang besar bagi kehidupan setiap individu di era ini. Menurut Nasrullah (2015) media sosial adalah sebuah media di internet yang memungkinkan seseorang untuk menyapa diri mereka sendiri dan terhubung, bekerja sama, berbagi, berbicara dengan orang lain untuk membentuk ikatan sosial. Meike dan Young (dalam Nasrullah, 2015) mengkarakterisasi kata media sosial sebagai gabungan korespondensi pribadi dalam perasaan berbagi antar manusia (untuk dibagikan secara merata) dan media publik untuk menyampaikan kepada siapa pun tanpa satu pun spesialisasi. Media sosial dapat membantu dalam menghapus jarak dan waktu antar setiap individu sehingga, memberikan efektifitas dalam berkomunikasi. Berdasarkan laporan data dari WeAreSocial di DataIndonesia.id menyatakan bahwa, jumlah pengguna media sosial yang aktif mencapai 191 juta pengguna pada Januari 2022 dengan presentase tertinggi yaitu 84,8% dan, jumlah tersebut meningkat 12,35% dari tahun sebelumnya yang hanya mencapai 170 juta pengguna. Pada saat ini populasi Indonesia didominasi oleh generasi Z. Generasi Z atau sering dikenal dengan Gen Z merupakan generasi yang lahir dari tahun 1996-2012 yang pada saat ini berumur sekitar 12-24 tahun. Berdasarkan data yang di paparkan Suhariyanto selaku kepala Badan Pusat Statistik (BPS) yang di kutip dalam Tempo.co (2021) didapati generasi Z mencapai 75,49 juta jiwa atau setara dengan 27,94 persen dari total populasi yang berjumlah 270,2 juta jiwa. Disusul dengan generasi milenial dengan presentase 25,87 persen atau sebanyak 69,38 juta jiwa serta, generasi X dengan presentase sebanyak 21,88 persen dan yang terakhir yaitu generasi *Baby Boomers* dengan presentase 11,52 persen. Generasi Z lahir dan tumbuh bersamaan dengan berkembangnya teknologi di dunia.

Dari hasil survey WeAreSocial menunjukkan bahwa, *platform* Instagram menjadi *platform* yang disukai dari kaum Generasi Z pada April 2022. Secara rinci, dalam survey tersebut menyebutkan ada 61,2% pengguna Instagram dari rentan umur 16-24 tahun yang menjadikan *platform* tersebut sebagai *platform* favorit mereka. Presentase tersebut bahkan melampaui pesaingnya yaitu TikTok yang memiliki presentase sebanyak 11,1%, Whatsapp dengan presentase sebanyak 40%, Facebook dengan presentase 27,5% dan yang terakhir twitter dengan presentase sebanyak 13,2%. Dalam survey GWI atau GlobalWebIndex menyatakan kembali kalau, *platform* media sosial Instagram yang paling di favoritkan oleh Generasi Z dibanding dengan generasi lainnya yaitu Generasi Y, Generasi X, dan *Babyboomers*. Berdasarkan laporan survei Alvara Research Center, pengguna media sosial yang kecanduan terutama berasal dari generasi Z. Dalam survei ini, pengguna yang dianggap kecanduan media sosial adalah mereka yang menghabiskan waktu lebih dari 7 jam per hari untuk menggunakan internet. Sebanyak 20,9% dari responden generasi Z mengakses internet selama 7-10 jam per hari, Sedangkan untuk generasi milenial persentasenya sebesar 13,7% dan generasi X hanya 7,1%. Ada juga 5,1% dari responden generasi Z yang menggunakan internet selama 11-13 jam per hari, sementara untuk generasi milenial persentasenya sebesar 3% dan generasi X hanya 2,4%. Lebih lanjut, sekitar 8% dari responden generasi Z menghabiskan waktu lebih dari 13 jam per hari untuk mengakses internet. Menurut NapoleonCat (2020), mayoritas pengguna Instagram di

Indonesia adalah orang-orang yang berusia antara 18-24 tahun, dengan persentase sebesar 37,5%. Usia ini merupakan masa transisi menuju dewasa atau emerging adulthood, yang berkisar antara 18 hingga 24 tahun (Arnett dalam Santrock, 2013).

Menurut Firamadhina dan Krisnani (2020) menyatakan bahwa, Generasi Z merupakan generasi pertama yang sejak dini sudah terpapar oleh teknologi sehingga membuat mereka terbiasa menggunakan teknologi dalam kesehariannya. Bagi mereka teknologi sama pentingnya dengan bernafas sehingga, tidak ada hari tanpa kehadiran teknologi. Durasi dalam menggunakan media sosial yang lebih lama dapat mengabaikan hal negatif bagi penggunaannya. Syamsoedin dkk, (2015) menyatakan bahwa individu yang menggunakan media sosial dengan durasi yang lama bisa memiliki gangguan seperti insomnia, hal tersebut mulai dari insomnia ringan hingga berat. Dalam pengguna media sosial walaupun diberi kemudahan dalam segala sisi namun hal tersebut diberlangsungkan dalam durasi waktu yang lama akan menimbulkan *Social Media Addiction* apabila dalam menggunakannya secara intensif. Menurut Cooper (2000) menjelaskan bahwa, kecanduan merupakan perilaku ketergantungan pada suatu hal yang disenangi. Pendapat lain dari Hovart (1989) mengatakan, kecanduannya tidak hanya terbatas pada substansi tertentu, tetapi juga dapat terjadi terhadap kegiatan yang dilakukan berulang-ulang dan menghasilkan konsekuensi negatif. Umumnya, Generasi Z yang mengalami *Social Media Addiction* akan sulit peka dalam lingkungan sekitarnya dan kewajiban lainnya. Hal ini disebabkan karena banyaknya waktu yang digunakan dalam bermedia sosial sehingga, mereka menjadi kecanduan.

Menurut Chaudhry (2015), jika penggunaan gadget berlebihan dilakukan tanpa adanya pengendalian diri dan saat sedang berinteraksi dalam kehidupan nyata, akan berdampak negatif dengan mengakibatkan terganggunya hubungan sosial. Dalam konteks penggunaan media sosial, kecanduan dapat diamati dari waktu yang dihabiskan seseorang secara terpaksa di depan perangkat elektronik yang terhubung dengan internet. Dampak dari penggunaan waktu yang berlebihan dalam kegiatan online ini adalah kurangnya perhatian terhadap kehidupan nyata yang mungkin berisiko (Santoso, 2013). Adiksi media sosial melibatkan penggunaan yang berlebihan dalam interaksi sosial dan kekurangan kemampuan untuk mengendalikan penggunaannya. Mereka juga mencatat bahwa tidak ada diagnosis yang pasti terkait dengan pernyataan tersebut. Maka dari itu, akan menjadi hal yang sulit ketika mendiagnosis *Social Media Addiction* pada diri individu. *Fear of Missing Out* tidak dipicu oleh apa yang seseorang dapatkan, tetapi oleh perasaan kehilangan apa yang telah dialami oleh orang lain di sekitarnya. *Fear of Missing Out* adalah fenomena yang sedang berkembang dan berperan penting dalam menjelaskan sindrom *Fear of Missing Out*. Fenomena ini terlihat dalam bagaimana seseorang mengembangkan perasaan negatif dan emosional karena iri terhadap postingan dan kehidupan orang lain di media sosial. Hal ini juga mendorong seseorang untuk melebihi batas yang wajar dalam penggunaan media sosial. Selain takut melewatkan momen penting di media sosial, *Fear of Missing Out* juga melibatkan keinginan untuk secara sengaja memposting gambar, tulisan, dan cerita tentang diri sendiri yang mungkin tidak selalu jujur hanya untuk menciptakan sensasi di media sosial (Department of Psychology, School of Social Sciences, seperti yang dikutip dalam Anggraini, 2019). Menurut Nafisa (2021), saat ini banyak orang merasa perlu untuk selalu terupdate tentang tren terkini, sehingga mereka rela mengabaikan aktivitas pribadi mereka

Menurut Timbung (2017), terdapat hubungan positif yang signifikan antara pengguna media sosial Instagram pada mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana. Penelitian dari Hariadi (2018) juga menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara tingkat *Fear of Missing Out* yang tinggi dan kecanduan media sosial pada remaja siswa MAN Surabaya, dengan korelasi sebesar 0,345. Temuan ini sejalan dengan penelitian

Halimah (2019) yang menemukan hubungan antara *Fear of Missing Out* dan adiksi media sosial pada mahasiswa pengguna Instagram di Universitas Islam Bandung, dengan korelasi spearman sebesar 0,425. Selain itu, Azmi (2019) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara *Fear of Missing Out* dan kecanduan media sosial pada mahasiswa, dengan korelasi sebesar 0,314, dan sumbangsih *Fear of Missing Out* terhadap *Social Media Addiction* sebesar 9,84%, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian Adetya dan Siregar (2020) yang berjudul "Analisis *Fear of Missing Out* dengan *Social Media Addiction* pada Generasi Z", mereka meneliti generasi Z dengan rentang usia 11 hingga 25 tahun yang merupakan pengguna aktif media sosial. Mereka menemukan bahwa generasi Z ini seringkali menghabiskan berjam-jam (3 jam nonstop) untuk menelusuri akun orang di media sosial dan menganggap media sosial sebagai sumber kesenangan. Namun, dari penelitian tersebut, tidak ditemukan adanya hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan kecanduan media sosial pada generasi Z.

Dengan mempertimbangkan penelitian sebelumnya dan fakta-fakta yang telah disajikan, meskipun terdapat kesamaan dengan penelitian sebelumnya dalam hal penggunaan variabel *Fear of Missing Out* dan kecanduan media sosial, peneliti tertarik untuk melanjutkan penelitian dengan fokus pada hubungan antara *Fear of Missing Out* dan kecanduan media sosial pada Generasi Z yang menggunakan media sosial Instagram. Meskipun ada persamaan dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini akan mengeksplorasi konteks Generasi Z yang memiliki karakteristik dan perilaku penggunaan media sosial yang khas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana *Fear of Missing Out* berhubungan dengan kecanduan media sosial pada generasi yang tumbuh dengan teknologi digital dan memiliki preferensi penggunaan media sosial yang khusus. Adapun kriteria sampel yang peneliti tetapkan yaitu merupakan Generasi Z dari kelahiran 1997-2012 yang berdomisli di Manado dan memiliki sosial media. Peneliti memilih Manado sebagai subjek penelitiannya. Selain karena, peneliti berasal dari Manado, ada faktor-faktor lain sebagai penunjang peneliti memilih tempat tersebut. Di antaranya adalah kondisi sosial ekonomi yang memungkinkan dapat mempengaruhi perilaku dan pola konsumsi generasi Z yang pada akhirnya dapat mempengaruhi penggunaan media sosial dan respon terhadap *Fear of Missing Out*, ketersediaan akses internet yang berbeda dari kota-kota lainnya di Indonesia yang dapat mempengaruhi tingkat penggunaan media sosial di antara generasi Z di Manado dan dampaknya terhadap *Fear of Missing Out*, budaya setempat yang diyakini dapat mempengaruhi nilai dan sikap generasi Z di Manado, serta pendidikan dan kebijakan yang ada di Manado yang dapat mempengaruhi persepsi dan sikap generasi Z mengenai media sosial dan *Fear of Missing Out*. Fenomena ini menjadi topik yang hangat untuk diperbincangkan karena seiring berkembangnya zaman, para Generasi Z diharuskan untuk selalu mengikuti setiap *trend* yang ada di *social media* yang mana, hal ini membuat mereka tidak terlepas dari *social media*. Generasi Z juga merupakan generasi penerus bangsa yang dimana jika terlalu banyak waktu yang di habiskan di media sosial maka akan berdampak buruk bagi mereka. Faktor-faktor inilah yang mendukung peneliti memilih Generasi Z di Manado sebagai subjek penelitiannya. Di antaranya adalah kondisi sosial ekonomi yang memungkinkan dapat mempengaruhi perilaku dan pola konsumsi generasi Z yang pada akhirnya dapat mempengaruhi penggunaan media sosial dan respon terhadap *Fear of Missing Out*, ketersediaan akses internet yang berbeda dari kota-kota lainnya di Indonesia yang dapat mempengaruhi tingkat penggunaan media sosial di antara generasi Z di Manado dan dampaknya terhadap *Fear of Missing Out*, budaya setempat yang diyakini dapat mempengaruhi nilai dan sikap generasi Z di Manado, serta pendidikan dan kebijakan yang ada di Manado yang dapat mempengaruhi persepsi dan sikap generasi Z mengenai media

sosial dan *Fear of Missing Out*. Fenomena ini menjadi topik yang hangat untuk diperbincangkan karena seiring berkembangnya zaman, para Generasi Z diharuskan untuk selalu mengikuti setiap *trend* yang ada di *social media* yang mana, hal ini membuat mereka tidak terlepas dari *social media*. Generasi Z juga merupakan generasi penerus bangsa yang dimana jika terlalu banyak waktu yang di habiskan di media sosial maka akan berdampak buruk bagi mereka. Faktor-faktor inilah yang mendukung peneliti memilih Generasi Z di Manado sebagai subjek penelitiannya.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan tipe penelitian korelasi. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016). Penelitian korelasional adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui tingkat hubungan antara dua variabel, tanpa melakukan suatu perubahan apapun terhadap data yang telah diperoleh (Arikunto, 2010). Dalam hal ini, peneliti ingin mengetahui hubungan antara *social media addiction* dan *Fear of Missing Out* pada Generasi Z pengguna media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dari tabel di bawah peneliti menemukan bahwa hubungan antara *Social Media Addiction* dan *Fear of Missing Out* pada Generasi Z di Manado memiliki hubungan yang signifikan yaitu $(p) < 0.001$ dan didapati juga bahwa, hubungan antara *Social Media Addiction* dan *Fear of Missing Out* memiliki hubungan yang cukup yakni 0.477. Maka dengan demikian dalam penelitian ini peneliti menolak H_0 dan menerima H_a yaitu terdapat hubungan antara *Social Media Addiction* dan *Fear of Missing Out* pada Generasi Z di Manado

Tabel 1.1 korelasi antar variabel

Correlations				
			LN	LNY
Kendall's tau_b	<i>Social Media Addiction</i>	Correlation Coefficient	1.000	.477**
		Sig. (2-tailed)	.	<.001
		N	100	100
	<i>Fear of Missing Out</i>	Correlation Coefficient	.477**	1.000
		Sig. (2-tailed)	<.001	.
		N	100	100

Pembahasan

Hasil yang ditemukan oleh peneliti adalah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel *Fear of Missing Out* dan *Social Media Addiction* dengan $(p) < 0,001$ dengan arah hubungan positif. Artinya semakin tinggi *Fear of Missing Out* pada Generasi Z maka semakin tinggi *Social Media Addiction*. Nilai korelasinya berada di tingkat yang cukup yaitu $r=,477$. Dengan demikian hasil penelitian ini menerima H_a dan menolak H_o . Dengan kata lain, ada sekitar 47,7% pengaruh *Fear of missing out* ke *social media addiction* dan ada 52,3% yang di pengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan penggunaan teknologi.

Hal ini pun sejalan dengan penelitian dari Azmi (2019) yang menemukan bahwa terdapat hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan *Social Media Addiction* pada mahasiswa dengan korelasi 0,314. Menurut penelitian dari Hariadi (2018) menyatakan bahwa, apabila tingkat *Fear of Missing Out* yang tinggi maka tinggi pula kecanduan media sosial. Namun sebaliknya, Adetya dan Siregar (2020) dalam penelitiannya tentang analisis *Fear of Missing Out* dengan *Social Media Addiction* pada Generasi Z di temukan bahwa tidak terdapat hubungan antara kedua variabel tersebut. Penelitian ini memiliki hasil ketika seseorang memiliki *Social Media Addiction* yang tinggi maka semakin tinggi juga *Fear of Missing Out* yang dimana akan berdampak pada kesehatan mental dan juga psikis mereka. Dengan demikian, Generasi Z yang berada pada kondisi tersebut akan merasakan tekanan sosial untuk selalu terhubung dengan media sosial dan juga merasa cemas jika tidak bisa mengaksesnya. Ditambah dengan penurunan produktivitas karena menghabiskan banyak waktu di media sosial dan merasa cemas ketika tidak mengaksesnya sehingga mengganggu produktivitas.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil yang telah dibahas pada bab sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara *Social Media Addiction* dan *Fear of Missin Out* pada Generasi Z di Manado. Responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini sebanyak 100 Generasi Z dengan rentang umur 12-14 tahun yang berada di Manado. Responden yang mengambil bagian dalam penelitian ini adalah mereka yang aktif menggunakan media sosial dalam keseharian mereka.

Hasil dari penelitian yang telah diadakan, terdapat hubungan yang signifikan dan cukup terhadap *Social Media Addiction* dan *Fear of Missing Out* pada Generasi Z di Manado, sehingga dalam penelitian ini H_o ditolak dan H_a diterima. Sedangkan untuk arah hubungan antara kedua variabel bersifat positif dimana semakin tinggi *Social Media Addiction* maka semakin tinggi juga *Fear of Missing Out*, begitupun sebaliknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adetya, S., & Siregar, R. (2020). Analisis *Fear of Missing Out* dengan Kecanduan Media Sosial pada Generasi Z. *Prosiding E-Conference Konsorsium Psikologi Ilmiah Nusantara*.

- Anggraeni, S. (2019). Pengaruh pengetahuan Tentang Dampak Gadget Bagi Kesehatan Terhadap Perilaku Penggunaan Gadget Pada Siswa SDN Kebun Bunga 6 Banjarmasin. 6(2), 64–68.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arnett, J. J. (2013). *Adolescence and Emerging Adulthood: A Cultural Approach fifth Edition*. United States: Pearson Education.
- Azmi, N. (2019). Hubungan Antara *Fear of Missing Out* Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Mahasiswa. *Skripsi. Universitas Islam Negeri Suska Riau*.
- Chaudry, L. A. (2015). Can you please put your phone away? Examning How the *FEAR OF MISSING OUT* phenomenon and mobile phone addiction affect human relationships. *VCU Scholars Compass*.
- Cooper, A. (2000). Seks maya: The Dark Side of the Force: A Special Issue of The Jurnal Sexual Addiction & Compulsivity. *Philadelphia: G. H. Buchanan*.
- Firamadhina, F. I. R, & Krisnani, H. (2020). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share: Social Work Journal, 10(2)*, 199-208.
<https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Halima, L. A. I. D. P. (2019). Hubungan *Fear of Missing Out* dengan Adiksi Meia Sosial Pada Mahasiswa Pengguna Instagram Di *Universitas Islam Bandung. Jurnal. Vol.5 No.2*.
- Hariadi, A. F. (2018). Hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan Kecanduan Media Sosial Instagram. *Skripsi, Surabaya: Universitas Islam Negri Sunan Ampel Surabaya*.
- Hovart, A. T. (1989). *Coping with Addiciton*. Diakses melalui <http://www.cts.com/babsmrt/coping.htm>
- Nafisa, S. (2021). Hubungan antara Fear o Missing Out (Fear of Missing Out) dengan Kecanduan Media Sosial Pada Mahasiswa Universits Islam Riau.
- Nasrulah, R. (2015). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi. *Bandung: simbiosis Rekatma Media*.
- Napoleon Cat (2020). Instagram users in Indonesia [Infographic]. *napoleoncat.com*. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-inindonesia/2020/02>
- Timbung, A. A. PL. (2017). Hubungan Antara Fear of Missing Out dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Universitas Kristen Staya Wacana. *Skripsi. Universitas Kristen Satya Wacana*
- Santoso, T. W. (2013). Perilaku Kecanduan Permainan Internet Dan Faktor Penyebabnya Pada Siswa Kelas VIII Di SMP Negeri 1 Jatisrono

- Kabupaten Wonogiri (Studi Kasus pada Siswa Kelas VIII Di SMP 1 Jatisrono Kabupaten Wonogiri). *Semarang: Universitas Negeri Semarang*.
Syamsoedin, W. K. P., Bidjuni, H., & Wowiling, F. (2015). Hubungan Durasi Penggunaan Media Sosial Dengan Kejadian Insomnia Pada Remaja Di Sma Negeri 9 Manado. *Jurnal Keperawatan*, 3(1).
<https://doi.org/10.35790/jkp.v3i1.6691>
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.