
HUBUNGAN ANTARA *SELF-ESTEEM* DENGAN *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* PADA REMAJA PEREMPUAN PENGGUNA AKTIF MEDIA SOSIAL

Oleh

Priska Meita Anggraeni¹, Wahyuni Kristinawati²

^{1,2}Fakultas Psikologi, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Indonesia

Email: ¹priskameitaa@gmail.com, ²yunikristi.38@gmail.com

Article History:

Received: 09-01-2025

Revised: 26-01-2025

Accepted: 11-02-2025

Keywords:

Self-esteem; Fear of Missing Out; Adolescent girls; Socialmedia

Abstract: *This study examines the relationship between self-esteem and Fear of Missing Out (FoMO) in adolescent girls who are active on social media. This study applied quantitative methods with a correlational design, involving 119 female adolescent participants aged 15- 19 years who actively use social media more than 3 hours a day. The measuring instruments in this study used the self-esteem scale and the fear of missing out (FoMO) scale which had been adapted in Indonesian by Syawalli (2023). The Spearman rank correlation coefficient test results (rs) for self-esteem with FoMO amounted to - 0.732, with a p value = 0.000 (<0.05). The results of the research analysis indicate a highly significant negative relationship between self-esteem and Fear of Missing Out (FoMO) in adolescent girls who are active on social media. That is, the higher the level of self-esteem, the lower the level of FoMO in adolescent girls who actively use social media, and vice versa, the lower the self-esteem, the higher the FoMO in them.*

PENDAHULUAN

Eksistensi manusia di era *modern* lebih banyak bergantung dengan teknologi. Perkembangan teknologi yang semakin pesat dapat membantu aktivitas manusia menjadi cepat dan praktis. Salah satu contoh teknologi yang sangat penting dalam kehidupan manusia adalah internet. Hasil survei dari APJII (Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia) menunjukkan perkiraan jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 sekitar 221.563.479 jiwa (79,5%) dengan jumlah penduduk Indonesia sebanyak 278.696.200 jiwa pada tahun 2023. Informasi data tersebut menunjukkan adanya peningkatan sebanyak 1,4% dari tahun 2023 ke tahun 2024. Persentase pengguna internet di Indonesia terjadi peningkatanyang cukup signifikan setiap tahunnya. Dari hasil hasil survei oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan bahwa sekitar 89% aktivitas pengguna internet Indonesia setiap harinya adalah mengakses media sosial (Siddik dkk., 2020). Saat ini penggunaan internet sudah dilengkapi dengan media sosial, hal ini mempermudah pengguna internet untuk berinteraksi dengan satu sama lainnya. Seiring perkembangan internet yang sangat signifikan, masyarakat kerap mengakses beragam jenis *platform* media sosial seperti *Facebook, Instagram, Whatsapp,*

Twitter, Tiktok, dan lain sebagainya.

Usia remaja tergolong dalam jumlah pengguna media sosial yang cukup besar dibanding rentang usia lainnya, meskipun saat ini media sosial telah dimanfaatkan oleh berbagai kelompok usia (Pratomo, 2019). Remaja dalam usia 15-19 tahun merupakan pengguna media sosial terbanyak di Indonesia (Pratomo, 2019). Masa remaja merupakan masa menuju kedewasaan, di mana remaja kebingungan karena tidak dapat menentukan aktivitas yang bermanfaat bagi mereka dan ingin tahu tentang hal-hal baru (Aprilia dkk., 2020). Menurut Hurlock, 1980 masa remaja dibedakan menjadi tiga periode yakni masa remaja awal yang berkisar antara usia 11-13 tahun, masa remaja madya antara 14-16 tahun, serta masa remaja akhir yang dimulai dari usia 17-20 tahun. Individu dalam masa remajanya akan mulai berpikir tentang diri mereka sendiri serta idealisme, berusaha menjelajahi identitas diri melalui emosi yang sering berubah-ubah sekaligus bergantung pada teman-teman sebayanya dalam mencari berbagai pengalaman baru di masyarakat (Sarwono, 2011). Keberadaan media sosial memungkinkan remaja yang kurang percaya diri untuk dapat berinteraksi sosial, mendekatkan diri kepada teman-teman sebayanya, serta membangun persahabatan yang erat secara *online* (Christina dkk., 2019). Media sosial memudahkan kalangan remaja untuk dapat berbagi informasi pribadi ke publik dan mendapatkan respon secara langsung berupa komentar dan *likes* (Nesi dkk., 2018).

Media sosial saat ini telah dijadikan salah satu sarana utama untuk berkomunikasi bagi masyarakat, terutama di kalangan remaja yang aktif menggunakan berbagai *platform* media sosial sebagai sarana utama mereka dalam berinteraksi dengan lingkungan sosialnya (Kolinug dkk., 2021). Indonesia berada di peringkat ketiga dalam jumlah pengguna media sosial terbanyak di dunia, dengan rata-rata waktu penggunaan mencapai 3 jam 22 menit per hari (Monica & Rosari, 2019). Pengguna media sosial dapat dengan mudah berbagi momen berharga dalam bentuk foto maupun video, serta berinteraksi secara *online* dengan orang lain (Polii & Kaunang, 2024). Meskipun media sosial memiliki banyak manfaat, terutama dalam hal membuat orang merasa terhubung, media sosial juga memiliki kelemahan. Media sosial membuat perbedaan antara ruang privat dan publik semakin kabur. Sangat sulit bagi orang untuk membedakan antara konten yang harus disimpan sendiri dan yang dapat dikonsumsi secara publik (Mandas & Silfiyah, 2022). Kondisi ini menyebabkan orang cenderung lebih suka berinteraksi dengan cara berkomunikasi melalui media sosial dibandingkan berinteraksi secara langsung secara tatap muka (Putra, 2018). Akibatnya, terjadilah FoMO dimana individu akan mengalami rasa cemas dan takut ketinggalan saat tidak dapat mengetahui aktivitas orang lain yang dianggapnya menarik (Przybylski dkk., 2013).

Perasaan takut tertinggal ditandai dengan adanya dorongan dari individu untuk melakukan sesuatu tanpa mempertimbangkan akibatnya dan perilaku impulsif yang berulang (Przybylski dkk., 2013). Individu tersebut selalu bergantung dengan *smartphone*, mudah merasa gelisah, cemas, takut, dan khawatir bila tidak mengecek media sosial secara berkala, serta ingin membagikan setiap aktivitas dan pengalamannya melalui media sosial (Abel dkk., 2016). Intelligence (2012) menunjukkan bahwa individu dengan tingkat FoMO yang kuat cenderung lebih sering memeriksa media sosialnya secara teratur. Studi tersebut juga mengungkapkan bahwa sekitar 40% pengguna internet global mengalami perasaan takut ketinggalan. Mereka mengalami ketakutan tertinggal dan gelisah jika teman sebaya mereka melakukan aktivitas yang lebih menyenangkan dan menarik.

Rendahnya *self-esteem* berpengaruh dalam timbulnya perasaan FoMO pada individu (Jannah dkk., 2022). Hal ini disebabkan karena *self-esteem* merupakan faktor yang berperan penting dalam mempengaruhi berbagai aspek kesejahteraan mental individu (Jannah dkk., 2022). Menurut Coopersmith (dalam Hidayat & Bashori, 2016), *self-esteem* adalah pandangan atau persepsi individu mengenai diri sendiri, tentang bagaimana mereka menerima atau menolak diri mereka sendiri, serta seberapa jauh mereka yakin bahwa mereka memiliki nilai, berharga, dan memiliki tujuan hidup. Individu dengan tingkat *self-esteem* yang rendah menyebabkan keraguan dalam diri dan keyakinan bahwa mereka merasa tidak dicintai atau disukai oleh lingkungannya, sehingga menimbulkan perasaan terisolasi (Richter, dalam Yong & Wijaya, 2023). Kondisi ini sering mendorong mereka untuk mencari kompensasi dengan terlibat lebih dalam interaksi sosial melalui media *online* (Richter, dalam Yong & Wijaya, 2023). Menurut Coopersmith (dalam Hidayat & Bashori, 2016) terdapat empat aspek utama dalam *self-esteem* yakni Kekuasaan (*Power*), Keberartian (*Significance*), Kebajikan (*Virtue*), dan Kemampuan (*Competence*).

Menurut Robins (dalam Insani & Savira, 2023) *self-esteem* pada remaja perempuan cenderung mengalami penurunan lebih cepat dibandingkan remaja laki-laki. *Self-esteem* seorang perempuan cenderung lebih rendah karena persepsi diri yang kurang baik seperti kemampuan terbatas, rasa percaya diri yang lebih lemah, serta kebutuhan akan perlindungan (Ancok dkk., 1988). Terdapat *stereotype* yang memberikan kebebasan lebih pada laki-laki untuk berekspressi, sementara perempuan menghadapi keterbatasan, yang mengakibatkan perempuan terhambat dalam berkompetisi dan lebih bergantung pada penilaian orang lain, sehingga memengaruhi tingkat *self-esteem* perempuan (Fauzana & Pratama, 2023).

Survei mengenai FoMO yang telah dilakukan oleh *Australian Psychological Society* (APS) atau organisasi profesi psikologi Australia, menunjukkan bahwa remaja rata-rata menghabiskan sekitar 2,7 jam per hari, dengan persentase remaja yang mengalami FoMO 50% dibandingkan 25% pada kelompok dewasa (Akbar dkk., 2018). Studi yang telah dilaksanakan oleh RSPH (*Royal Society of Public Health*), salah satu lembaga kesehatan masyarakat independen yang ada di Inggris, pada Februari hingga Mei 2017 menemukan bahwa pengguna media sosial yang mengalami FoMO persentasenya sekitar 40%. Studi ini diterbitkan pada *Journal Computers in Human Behaviour* pada tahun 2013, dan menemukan bahwa sampel subjek dengan usia di bawah 30 tahun cenderung mengalami FoMO yang tinggi dibandingkan kelompok usia di atasnya. Studi tersebut juga menyatakan bahwa FoMO lebih rentan dialami oleh perempuan dibandingkan laki-laki (Akbar dkk., 2018). Penelitian oleh Beyens, Frison, dan Eggermont mendukung temuan ini, yang menunjukkan bahwa perempuan memiliki tingkat FoMO yang lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki (Siniapar & Kaloeti, 2019). Perempuan seringkali memiliki dorongan kuat untuk diterima dan diakui dalam suatu kelompok, serta lebih rentan terhadap stres ketika tidak merasa populer, terutama di media sosial (Siniapar & Kaloeti, 2019).

Kalangan pengguna aktif media sosial yang paling dominan di Indonesia adalah remaja perempuan (Dewi, 2020). Studi pada *Finances Online* menunjukkan bahwa remaja perempuan cenderung lebih tertarik untuk berinteraksi dengan lingkungan sosialnya melalui media sosial dibandingkan remaja pria (Telekomunitas, dalam Woran dkk., 2020). Salah satu media sosial yang populer digunakan dalam kalangan remaja perempuan seperti *Twitter*, *Facebook*, *Instagram* dan lain-lain (Dewi, 2020). Woran, dkk. (2020) berpendapat bahwa

remaja perempuan cenderung memiliki tingkat aktivitas yang lebih tinggi dalam berinteraksi melalui media sosial dibandingkan remaja pria karena mereka memiliki kecenderungan untuk berbagi dan bercerita dengan orang lain.

Penelitian yang telah dilakukan Polii dan Kaunang (2024) menyebutkan bahwa self-esteem dengan FoMO saling berhubungan pada siswa SMA Negeri 1 Tondano. Siswa dengan tingkat self-esteem yang rendah maka tingkat FoMO yang dirasakan akan semakin tinggi, dan sebaliknya. Penelitian lain oleh Siddik, dkk (2020) yang dilakukan terhadap remaja usia 16 hingga 22 tahun menunjukkan bahwa self-esteem berperan penting dan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat FoMO yang dialami oleh individu. Remaja dengan tingkat self-esteem yang lebih tinggi cenderung mengalami perasaan takut ketinggalan atau FoMO pada tingkat yang lebih rendah, sedangkan remaja dengan tingkat self-esteem yang lebih rendah cenderung mengalami perasaan takut ketinggalan atau FoMO pada tingkat yang lebih tinggi. Yong dan Wijaya (2023) menemukan bahwa karyawan, mahasiswa, dan pelajar memiliki hubungan negatif terhadap FoMO. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa pengguna Instagram dengan tingkat self-esteem yang semakin tinggi, maka FoMO yang dirasakannya akan semakin berkurang. Berbeda dengan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, Kolinug dan Prasetya (2021) menyatakan bahwa self-esteem dan Fear of Missing Out (FoMO) pada siswa SMA Negeri 1 Manado tidak memiliki hubungan yang signifikan. Penelitian lain yang dilakukan Wicaksono & Hidayati (2019) juga menunjukkan bahwa self-esteem dan FoMO pada mahasiswa tahun pertama Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro tidak memiliki keterkaitan.

Berdasarkan penelitian terdahulu serta pemaparan fenomena diatas, penulis tertarik untuk mengkaji hubungan antara *self-esteem* dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada remaja perempuan yang aktif menggunakan media sosial. Adapun alasan penelitian ini dilaksanakan karena terdapat perbedaan hasil dalam penelitian terdahulu, serta penulis belum menemukan penelitian yang mengkaji adanya keterkaitan *self-esteem* dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada remaja perempuan yang aktif menggunakan media sosial.

LANDASAN TEORI

Fear of Missing Out (FoMO)

Fear of Missing Out (FoMO) adalah kecemasan sosial yang muncul akibat semakin majunya teknologi informasi dan semakin meluasnya penggunaan media sosial di kalangan masyarakat biasa. (Przybylski dkk., 2013). Menurut Przybylski, dkk (2013) terdapat dua aspek utama pada FoMO yakni kebutuhan psikologis *relatedness* dan kebutuhan psikologis *self*. FoMO berdampak negatif dalam segi finansial contohnya seperti, mengeluarkan uang untuk keperluan yang kurang penting atau tidak mendesak (konsumtif), tindakan mengajukan hutang, dan sulit untuk menabung (Ningtyas & Wiyono, 2020). Selain itu, juga terdapat akibat terburuk dari adanya FoMO antara lain, kesehatan mental dapat terganggu, merasa terkendala dan takut, *overload* informasi, serta benci pada diri sendiri (Bella dkk., dalam Taswiyah, 2022). Terdapat beberapa faktor yang berpotensi memicu timbulnya perasaan takut ketinggalan pada individu, seperti tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *relatedness*, tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *self*, *self-esteem* (Abel dkk., 2016), kontrol diri (Asri Wulandari, 2020), serta usia (Intelligence, 2012).

Self-Esteem

Self-esteem adalah pandangan atau persepsi individu tentang bagaimana mereka menerima atau menolak diri mereka sendiri, serta seberapa yakin mereka bahwa mereka memiliki nilai, berharga, dan memiliki tujuan hidup (Coopersmith dalam Hidayat & Bashori, 2016). Terdapat empat aspek utama *self-esteem* yaitu: 1) Kekuasaan (*Power*) adalah kesanggupan individu dalam mengatur dan mengendalikan perilakunya terhadap orang lain dan diri mereka sendiri. 2) Keberartian (*Significance*) adalah individu menerima kepedulian, perhatian, serta afeksi dari orang lain. Hal ini menunjukkan penghargaan dan minat yang tercermin dari cara orang lain memperlakukan individu, serta menunjukkan penerimaan dan popularitas individu. 3) Kebajikan (*Virtue*) adalah kepatuhan atau ketaatan individu terhadap prinsip-prinsip moral, etika, dan agama. Hal ini berarti individu menghindari tindakan yang dilarang oleh prinsip moral, etika, dan agama. 4) Kemampuan (*Competence*) untuk memenuhi tuntutan prestasi, dimana individu menunjukkan kesuksesannya dalam menyelesaikan segala tugas atau pekerjaan dengan maksimal (Coopersmith dalam Hidayat & Bashori, 2016).

Remaja Perempuan

Remaja adalah fase transisi dari masa kanak-kanak ke dewasa yang melibatkan perkembangan kognitif, biologis, sosial-emosional, dan psikososial (Santrock, 2014). Hurlock, 1980 membagi masa remaja dalam tiga periode yakni masa remaja awal dari usia 11-13 tahun, masa remaja madya dari usia 14-16 tahun, dan masa remaja akhir dari usia 17-20 tahun. Pubertas biasanya terjadi pada remaja laki-laki sekitar usia 12-16 tahun dan pada remaja perempuan sekitar usia 11-15 tahun. Remaja perempuan akan mengalami menstruasi, sementara remaja laki-laki akan mengalami mimpi pertamayang tanpa disadari menghasilkan sperma, hal itu menandakan dimulainya pubertas. Pada perempuan perkembangan biologisnya akan terjadi lebih cepat sekitar satu tahun lebih awal dibandingkan dengan pemuda (Fatmawaty, 2017).

Penelitian ini akan berfokus pada remaja perempuan. Menurut Robins (dalam Insani & Savira, 2023), penghargaan diri remaja perempuan menurun lebih cepat daripada remaja laki-laki. Sejalan dengan penelitian dari Coopersmith (1967), yang menunjukkan tingkat *self-esteem* perempuan lebih rendah dibandingkan laki-laki. Perempuan memiliki tingkat *self-esteem* yang lebih rendah daripada laki-laki karena persepsi diri yang kurang baik seperti kemampuan terbatas, rasa percaya diri yang lebih lemah, serta kebutuhan akan perlindungan (Ancok dkk., 1988).

Media Sosial

Nasrullah (dalam Rafiq, 2020) menyebutkan bahwa media sosial adalah *platform* daring dimana pengguna dapat mengekspresikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi konten, dan berkomunikasi dengan pengguna lain untuk membangun hubungan sosial secara *online*. Pengguna media sosial dapat saling berinteraksi secara dua arah dalam berbagi, bekerja sama, dan berkenalan melalui konten tulisan, visual maupun audio visual (Sari dkk., 2018). Menurut Rafiq (2020) penggunaan media sosial memiliki dampak positif dan negatif. Dampak positif dari media sosial yaitu memudahkan interaksi antar pengguna dimana jarak dan waktu bukan halangan lagi serta mudahnya berbagi informasi dengan biaya rendah. Sedangkan dampak negatif dari media sosial yaitu seperti mengurangi interaksi secara langsung, menumbuhkan kecanduan akan internet, memungkinkan terjadinya masalah privasi, konflik, dan pengaruh buruk dari orang lain.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain studi korelasional dengan tujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara *self-esteem* dan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada remaja perempuan yang aktif di media sosial. Terdapat dua variabel yang diteliti, yaitu *Self-Esteem* sebagai variabel bebas (X) dan perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) sebagai variabel terikat (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah remaja perempuan yang berada di Indonesia. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik sampling insidental, yaitu pemilihan subjek berdasarkan siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan memenuhi kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya, sehingga mereka dapat dijadikan sumber data untuk penelitian tersebut (Sugiyono, 2015). Dengan teknik tersebut maka jumlah sampel sebanyak 119 responden dengan kriteria yaitu remaja perempuan, berusia 15-19 tahun, memiliki akun media sosial seperti *TikTok*, *Instagram*, *Whatsapp*, *Twitter*, dan lain sebagainya, aktif menggunakan media sosial lebih dari 3 jam per hari. Metode pengumpulan data dengan cara menyebarkan skala melalui *google formulir*.

Skala yang digunakan untuk mengukur FoMO yaitu skala *fear of missing out* (FoMO) yang dikembangkan oleh Przybylski, dkk (2013) yang telah diadaptasi dalam Bahasa Indonesia oleh Syawalli (2023). Sedangkan alat ukur yang digunakan untuk mengukur *self-esteem* pada individu adalah skala *self-esteem* yang dikembangkan oleh Coopersmith (dalam Hidayat & Bashori, 2016). Metode analisis data yang digunakan adalah korelasi *Spearman Rho* yang dapat dihitung dengan menggunakan bantuan komputerisasi SPSS (*Statistical of Package for Social Science*) versi 27.0 for windows untuk melihat hubungan antara hubungan antara *self-esteem* dan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada remaja perempuan yang aktif di media sosial. Sebelum uji korelasi, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi yaitu uji normalitas, uji linearitas dan selanjutnya uji korelasi (hipotesis).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Partisipan Penelitian dan Uji Deskriptif

Total sampel dalam penelitian ini berjumlah 119 partisipan, yang terdiri dari remaja perempuan berusia 15-19 tahun. Data demografis dari sampel tersebut disajikan dalam tabel dibawah ini

Tabel 1. Data Demografis Subjek Penelitian Kategori Pendidikan

Kategori	Jumlah	Presentase (%)
SMP	15	12,6%
SMA	58	48,7%
Mahasiswa	46	38,7%
Jumlah	119	100%

Berdasarkan tabel 1, terlihat bahwa mayoritas sampel berasal dari kategoripendidikan SMA, sedangkan sisanya terdiri dari mahasiswa dan siswa SMP.

Tabel 2. Data Demografis Subjek Penelitian Kategori Usia

Kategori	Jumlah	Presentase (%)
15 tahun	13	10,9%
16 tahun	18	15,1%
17 tahun	29	24,4%
18 tahun	23	19,3%
19 tahun	36	30,3%
Jumlah	119	100%

Berdasarkan tabel 2, sampel terbanyak berada pada kategori usia 19 tahun. Sedangkan sisanya berasal dari usia 18 tahun, 17 tahun, 16 tahun, dan 15 tahun.

Tabel 3. Data Demografis Subjek Penelitian Berdasarkan Kategori Akun Media Sosial

Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
<i>Tiktok</i>	99	26,6%
<i>Instagram</i>	103	27,6%
<i>WhatsApp</i>	104	27,9%
<i>Twitter</i>	63	16,9%
<i>Facebook</i>	2	0,6%
<i>Telegram</i>	1	0,3%
Jumlah	372	100%

Berdasarkan tabel 3, terlihat bahwa media sosial yang paling sering digunakan oleh sampel adalah *WhatsApp*. Sedangkan sisanya adalah *Instagram*, *Tiktok*, *Twitter*, *Facebook*, dan *Telegram*.

Tabel 4. Data Demografis Subjek Penelitian Kategori Durasi Penggunaan Media Sosial

Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
3-5 jam	24	20,2%
5-7 jam	71	59,7%
> 8 jam	24	20,2%
Jumlah	119	100%

Merujuk pada tabel 4, dapat dilihat bahwa kategori durasi penggunaan mediasosial yang paling dominan di antara sampel adalah 5-7 jam. Sedangkan sisanya adalah 3-5 jam, dan > 8 jam.

Tabel 5. Kategorisasi *Self-Esteem*

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
$X < 32$	Sangat Rendah	15	13%
$32 < X \leq 40$	Rendah	15	13%
$40 < X \leq 48$	Sedang	35	29%
$48 < X \leq 55$	Tinggi	54	45%
$X > 55$	Sangat Tinggi	0	0%
Jumlah		119	100%
	M: 44	SD: 8	

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa kategori *self-esteem* terbanyak adalah kategori tinggi dengan persentase 45% sebanyak 54 orang, sedangkan kategori paling sedikit adalah kategori sangat tinggi dengan persentase 0% sebanyak 0 orang

Tabel 6. Kategorisasi FoMO

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
$X < 24$	Sangat Rendah	0	0%
$24 < X \leq 36$	Rendah	61	51%
$36 < X \leq 48$	Sedang	26	22%
$48 < X \leq 60$	Tinggi	20	17%
$X > 60$	Sangat Tinggi	12	10%
Jumlah		119	100%
	M: 42	SD: 12	

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa kategori FoMO terbanyak adalah kategori rendah dengan persentase 51% sebanyak 61 orang, sedangkan kategori paling sedikit adalah kategori sangat rendah dengan persentase 0% sebanyak 0 orang.

Uji Analisis

Hasil uji normalitas pada variabel *self-esteem* dan FoMO dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov-Smirnov	Sig.	Ket
Self-Esteem	0,268	0,000	Tidak Normal
FoMO	0,234	0,000	Tidak Normal

Hasil uji normalitas dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki distribusi yang tidak normal. Variabel *self-esteem* memperoleh nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,268 dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$), yang menunjukkan bahwa data berdistribusi tidak normal. Begitu pula variabel FoMO, dengan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,234 dan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$), sehingga juga disimpulkan bahwa data berdistribusi tidak normal.

Tabel 8. Hasil Uji Linearitas

Variabel	Linearity		Ket
	F	Sig.	
<i>Self-Esteem - FoMO</i>	373,057	0,003	Linear

Berdasarkan hasil uji linearitas, didapati bahwa variabel *self-esteem* dan FoMO memiliki nilai signifikansi linearitas sebesar 0,003 ($p < 0,05$), yang menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut bersifat linear.

Uji Hipotesis

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Rank Spearman	P
<i>Self-Esteem - FoMO</i>	-0,732	0,000

Hasil pengujian hipotesis menemukan bahwa variabel *self-esteem* dan FoMO memiliki koefisien korelasi *Rank Spearman* sebesar -0,732, dengan nilai $p = 0,000 (< 0,05)$, yang menunjukkan bahwa hubungan tersebut negatif signifikan.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *self-esteem* dengan FoMO pada remaja perempuan pengguna aktif media sosial. Berdasarkan analisis hipotesis data, menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara *self-esteem* dan FoMO pada remaja perempuan yang aktif menggunakan media sosial. Dengan kata lain, semakin tinggi *self-esteem*, semakin rendah FoMO pada remaja perempuan yang aktif menggunakan media sosial, dan sebaliknya, semakin rendah *self-esteem*, semakin tinggi FoMO pada mereka.

Penelitian ini berfokus pada remaja perempuan usia 15-19 tahun sebagai partisipan, yang merupakan kelompok terbesar dari pengguna aktif media sosial di Indonesia. Media sosial menyediakan ruang bagi remaja perempuan untuk mencari validasi dan penerimaan karena pada masa ini remaja perempuan cenderung memiliki tingkat *self-esteem* yang lebih rendah dibandingkan remaja laki-laki. Perempuan di usia ini lebih rentan terhadap tekanan sosial untuk memenuhi standar sosial yang didorong oleh media sosial. Berdasarkan analisis deskriptif empiris pada skala *self-esteem*, ditemukan bahwa remaja perempuan pengguna aktif media sosial paling banyak memiliki *self-esteem* dalam kategori tinggi, dengan persentase 45% atau sebanyak 54 orang. Sementara itu, kategori paling sedikit adalah kategori sangat tinggi dengan persentase 0% atau 0 orang. Selain itu, analisis deskriptif empiris pada skala FoMO mengungkapkan bahwa mayoritas remaja perempuan pengguna aktif media sosial berada dalam kategori FoMO rendah, dengan persentase 51% atau sebanyak 61 orang, sedangkan kategori paling sedikit adalah kategori sangat rendah dengan persentase 0% atau 0 orang.

Remaja perempuan pada penelitian ini menghabiskan waktu yang cukup signifikan di media sosial, dengan mayoritas menggunakan media sosial antara 5-7 jam per hari. Sementara sebagian lainnya menggunakan lebih dari 8 jam per hari dan 3-5 jam per hari. Temuan ini relevan dengan data global yang menunjukkan bahwa Indonesia menempati posisi ketiga dalam penggunaan media sosial terbanyak di dunia, dengan rata-rata waktu penggunaan mencapai 3 jam 22 menit per hari (Rahmatullah, 2021). Fakta ini menunjukkan bahwa remaja perempuan, menghabiskan waktu jauh di atas rata-rata pengguna media sosial global.

Adiksi penggunaan media sosial yang tinggi pada durasi 5-7 jam hingga lebih dari 8 jam per hari menunjukkan intensitas keterlibatan yang bisa berdampak pada FoMO. Remaja perempuan yang berinteraksi di media sosial selama berjam-jam rentan terpengaruh oleh konten-konten yang mendorong mereka untuk terlibat aktif, berbagi, dan mengamati kehidupan orang lain, yang memperkuat perasaan takut tertinggal (Darmayanti dkk., 2023). Durasi penggunaan media sosial yang lebih panjang dapat meningkatkan ketergantungan pada media sosial sebagai bentuk validasi sosial dan penerimaan diri, terutama di kalangan remaja perempuan dengan self-esteem rendah, sehingga membuat mereka rentan terhadap adiksi yang menyebabkan keinginan untuk terus terhubung dan berinteraksi tanpa jeda (Gionno, 2023). Hal ini menjadi perhatian karena ketergantungan yang tinggi bisa mengganggu aktivitas sehari-hari dan memperburuk perasaan tidak aman dan ketidakpuasan diri yang memicu FoMO.

Salah satu faktor yang sangat mempengaruhi FoMO di media sosial yang umum terjadi adalah tingkat *self-esteem* (Mandas & Silfiah, 2022). Individu dengan *self-esteem* rendah akan merasa dirinya tidak berarti, tidak berharga, dan tidak berdaya akibat penilaian negatif yang berkepanjangan terhadap diri sendiri. Perasaan ini muncul karena ketidakmampuan mencapai harapan sesuai ideal diri, serta disertai rasa cemas atau takut tertinggal, yang dalam psikologi dikenal sebagai FoMO (Syawalli, 2023). Penelitian oleh Aulyah dan Isrofing (2020) menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara kedua variabel. Temuan dan pendapat dari penelitian tersebut mendukung penelitian ini, yang juga menemukan hubungan negatif yang signifikan antara kedua variabel tersebut.

Penelitian ini juga memiliki beberapa keterbatasan dalam pelaksanaannya. Sampel yang digunakan hanya mencakup remaja perempuan berusia 15-19 tahun, sehingga hasil penelitian mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke populasi yang lebih luas atau kelompok usia dan gender yang berbeda. Selain itu, penggunaan kuesioner *online* sebagai satu-satunya metode pengumpulan data dapat menyebabkan bias respon, seperti kurangnya ketelitian partisipan dalam menjawab atau ketidakseriusan dalam mengisi kuesioner.

KESIMPULAN

Hasil analisis hipotesis data menunjukkan bahwa koefisien korelasi sebesar -0,732, dengan nilai $p = 0,000 (<0,05)$ mengindikasikan adanya hubungan negatif yang signifikan antara keduanya. Artinya bahwa semakin tinggi tingkat *self-esteem* seorang remaja perempuan, semakin rendah tingkat FoMO yang dirasakan, dan sebaliknya, semakin rendah *self-esteem*, semakin tinggi perasaan takut tertinggal atau FoMO. Mayoritas subjek penelitian memiliki *self-esteem* dalam kategori tinggi (45%) dan FoMO dalam kategori rendah (51%). Rendahnya *self-esteem* membuat remaja perempuan lebih rentan mengalami kecemasan sosial dan perasaan tidak aman, yang pada akhirnya memicu perilaku FoMO di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment. *(JBER) Journal of Business & Economics Research*, 14 (1), 33-44.

- [2] Akbar, R. S., Aulya, A., Psari, A. A., & Sofia, L. (2018). Ketakutan akan kehilangan momen (FoMO) pada remaja kota samarinda. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 7(2), 38.
- [3] APJII. (2024). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Apjii.or.id. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- [4] Aprilia, R., Sriati, A., & Hendrawati, S. (2020). Tingkat kecanduan media sosial pada remaja. *Journal of Nursing Care*, 3(1).
- [5] Aulyah, I., & Isrofin, B. (2020). Hubungan self esteem dan fear of missing out dengan smartphone addiction mahasiswa universitas negeri semarang. *Indonesia Journal of Counseling and Development*, 2(2). 132-142.
- [6] Christina, R., Yuniardi, M. S., & Prabowo, A. (2019). Hubungan tingkat neurotisme dengan fear of missing out (FoMO) pada remaja pengguna aktif media sosial. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(2), 105–117.
- [7] Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. Princeton University Press.
- [8] Dewi, M. S. R. (2020). Komunikasi sosial di era industri 4.0 (Studi pada etika komunikasi remaja perempuan melalui media sosial di era industri 4.0). *Research Fair Unisri*, 4(1).
- [9] Fatmawaty, R. (2017). Memahami psikologi remaja. *Reforma: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 6(2).
- [10] Fauzana, K., & Pratama, M. (2023). Peran keterlibatan ayah terhadap self-esteem pada remajaminang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1459–1466.
- [11] Gionno, M. C. H. (2023). *Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial tiktok dengan self-esteem pada remaja perempuan* (Doctoral dissertation, Universitas Khatolik Soegijapranata).
- [12] Hidayat, K. & Bashor, K. (2016). *Psikologi sosial*. Jakarta: Erlangga.
- [13] Hurlock, Elizabeth B. 1980. *Psikologi perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Jakarta: Gramedia
- [14] Insani, S., & Savira, S. (2023). Studi kasus: Faktor penyebab perilaku self-harm pada remaja perempuan. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(2), 439-454.
- [15] Intelligence, J. W. T. (2012). Fear of missing out (FOMO). Diakses dari <https://intelligence.wundermanthompson.com/2012/03/data-point-thefomo-gender-gap>.
- [16] Jannah, K., Hastuti, D., & Riany, Y. E. (2022). Parenting style and depression among students: The mediating role of self-esteem. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 7(1), 39-50.
- [17] Kolinug, C. E., & Prasetya, B. E. (2021). Hubungan antara harga diri dengan fear of missing out pada remaja pengguna media sosial di sma negeri 1 manado. *PSIKOPEDIA*, 2(3).
- [18] Mandas, A. L., & Silfiyah, K. (2022). Social self-esteem dan fear of missing out padagenerasi z pengguna media sosial. *Jurnal Sinestesia*, 12(1), 19-27.
- [19] Nesi, J., Choukas-Bradley, S., & Prinstein, M. J. (2018). Transformation of adolescent peer relations in the social media context: Part 2—Application to peer group processes and future directions for research. *Clin Child Fam Psychol Rev*, 21(3), 295–319.
- [20] Ningtyas, R. F. A., & Wiyono, B. D. (2020). The journal of universitas negeri surabaya. *Ejournal.unesa.ac.id*, 11(4).

- [21] Polii, G. M., Solang, D., & Kaunang, S. (2024). Hubungan antara harga diri dengan fear of missing out pada remaja sma negeri 1 tondano pengguna instagram. *PSIKOPEDIA*, 5(1), 73-86.
- [22] Pratomo, Y. (2019, May 16). 49 Persen Netizen di Indonesia Pernah Mengalami “Bullying” di Medsos. *Kompas.Com*. <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/08290047/49-persen-netizen-di-indonesia-pernah-mengalami-bullying-di-medsos>.
- [23] 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.
- [24] Putra, J. S. (2018). Peran syukur sebagai moderator pengaruh perbandingan sosial terhadap self-esteem pada remaja pengguna media sosial. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(2), 197-210.
- [25] Rahmatullah, T. (2021). Teknologi persuasif: Aktor penting media sosial dalam mengubah sikap dan perilaku pengguna. *Jurnal Soshum Insentif*, 4(1), 60-78.
- [26] Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 18-29.
- [27] Santrock, J. W. (2014). *Adolescence*. 5 th new york: McGraw-Hill
- [28] Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- [29] Sarwono, S. (2011). *Psikologi perkembangan*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- [30] Siddik, S., Mafaza, M., & Sembiring, L. S. (2020). Peran harga diri terhadap fear of missing out pada remaja pengguna situs jejaring sosial. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 10(2), 127-138.
- [31] Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*, Bandung: Alfabeta.
- [32] Syawalli, P. (2023). *Hubungan self esteem dengan fear of missing out pada mahasiswa pengguna media sosial di universitas islam negeri ar-raniry banda aceh* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- [33] Taswiyah, T. (2022). Mengantisipasi gejala fear of missing out (FoMO) terhadap dampak sosial global 4.0 dan 5.0 melalui subjective well-being dan joy of missing out (JoMO). *Jurnal Pendidikan Karakter JAWARA (Jujur, Adil, Wibawa, Amanah, Religius, Akuntabel)*, 8(1).
- [34] Wicaksono, K. S., & Hadiyati, F. N. S. (2019). Hubungan antara harga diri dengan fear of missing out pada mahasiswa tahun pertama fakultas psikologi universitas diponegoro. *Jurnal Empati*, 8 (2), 33-37.
- [35] Woran, K., Kundre, R. M., & Pondaag, F. A. (2021). Analisis hubungan penggunaan media sosial dengan kualitas tidur pada remaja. *Jurnal Keperawatan*, 8(2), 1-10.
- [36] Yong, M., & Wijaya, E. (2023). Hubungan self-esteem dan fear of missing out (FoMO) pada pengguna instagram. *Multilingual: Journal of Universal Studies*, 3(1), 101-103.