

**HUBUNGAN ANTARA *SELF-ESTEEM* DENGAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) PADA SISWA SMA SWASTA SANTO THOMAS 4
BINJAI PENGGUNA AKTIF INSTAGRAM**

SKRIPSI

Oleh :

**INDAH NATALIA DAKHI
218600326**



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN**

2025

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/7/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)30/7/26

**HUBUNGAN ANTARA *SELF-ESTEEM* DENGAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) PADA SISWA SMA SWASTA SANTO THOMAS 4
BINJAI PENGGUNA AKTIF INSTAGRAM**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Cara Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Di Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area

OLEH :

**INDAH NATALIA DAKHI
218600326**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan Antara Self-Esteem Dengan Fear Of Missing Out (Fomo) Pada Siswa Sma Swasta Santo Thomas 4 Binjai Pengguna Aktif Instagram

Nama : Indah Natalia Dakhi

NPM : 218600326

Fakultas : Psikologi

Disetujui oleh:

Komisi Pembimbing

Yudistira Fauzy Indrawan, S.Psi., MA., Ph.D., Psikolog.

Pembimbing



Dr. Siti Aisyah, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Dekan

Faadhil, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Ka. Prodi

Tanggal Lulus : 06 November 2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 06 November 2025



Indah Natalia Dakhi

218600326

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indah Natalia Dakhi

NPM 218600326

Program Studi : Psikologi

Fakultas : Psikologi

Jenis Karya : Skripsi

Demi mengembangkan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Non-eklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: Hubungan Antara Self-Esteem Dengan Fear Of Missing Out (Fomo) Pada Siswa Sma Swasta Santo Thomas 4 Binjai Pengguna Aktif Instagram. Dengan Hak Bebas Royalti Non-eklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media /memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi milik saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 06 November 2025

Yang menyatakan



Indah Natalia Dakhi

ABSTRAK

HUBUNGAN ANTARA SELF-ESTEEM DENGAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO) PADA SISWA SMA SWASTA SANTO THOMAS 4 BINJAI PENGGUNA AKTIF INSTAGRAM

OLEH:

Indah Natalia Dakhi

218600326

Email: indahnataliadakhi@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan antara self-esteem dengan fear of missing out (FoMO) pada siswa SMA Swasta Santo Thomas 4 Binjai pengguna aktif Instagram. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode korelasi *Pearson Product Moment*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 53 siswa yang dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Alat ukur yang digunakan berupa dua skala, yaitu Skala *Self-Esteem* dan Skala *Fear of Missing Out*, yang telah melalui uji validitas dan reliabilitas dengan nilai Cronbach's Alpha masing-masing sebesar 0,833 dan 0,937. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan teknik korelasi Pearson, diperoleh nilai koefisien korelasi $r = -0,783$ dengan nilai signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hasil ini menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara self-esteem dan FoMO. Artinya, semakin tinggi *self-esteem* yang dimiliki siswa, maka semakin rendah kecenderungan mereka untuk mengalami FoMO. Sebaliknya, semakin rendah *self-esteem*, maka semakin tinggi tingkat FoMO yang dialami.

Kata kunci : *Self-esteem, Fear of Missing Out (FoMO), Remaja*

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-ESTEEM AND FEAR OF MISSING OUT (FOMO) AMONG ACTIVE INSTAGRAM USERS AT SANTO THOMAS 4 BINJAI PRIVATE HIGH SCHOOL STUDENTS

BY:

Indah Natalia Dakhi

218600326

Email: indahnataliadakhi@gmail.com

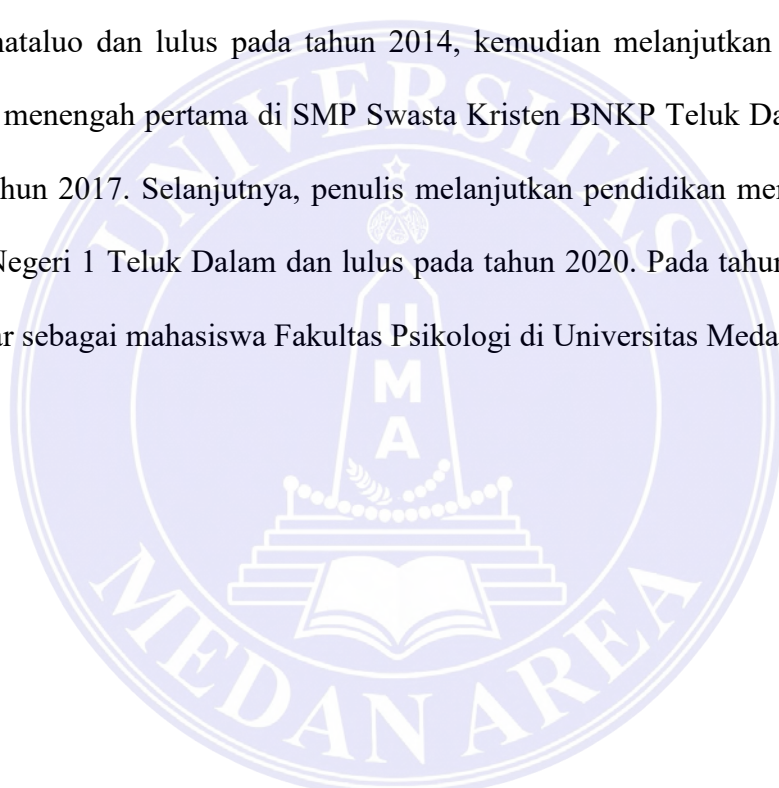
This study aims to determine the relationship between self-esteem and fear of missing out (FoMO) among active Instagram users who are students of Santo Thomas 4 Private Senior High School Binjai. This research employed a quantitative approach using the Pearson Product Moment correlation method. The sample consisted of 53 students selected based on the criteria of active Instagram users. The instruments used were the Self-Esteem Scale and the Fear of Missing Out Scale, both of which had been tested for validity and reliability, with Cronbach's Alpha values of 0.833 and 0.937, respectively. The results of data analysis using the Pearson correlation technique showed a correlation coefficient of $r = -0,783$ with a significance value of $p = 0.000$ ($p < 0.05$). These findings indicate a significant negative relationship between self-esteem and FoMO. This means that the higher the students' self-esteem, the lower their tendency to experience FoMO, and conversely, lower self-esteem is associated with higher levels of FoMO.

Keywords: *Self-Esteem, Fear of Missing Out, FoMO, adolescents*

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Nias Selatan, Hilisimaetano pada tanggal 22 Desember 2003 dari ayah yang bernama Yasobadodo Dachi dan Ibu Soderni Buulolo. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara.

Penulis menempuh pendidikan pertamanya di TK Mandiri Bawomataluo. Setelah itu, penulis lalu melanjutkan pendidikan sekolah dasar di SDN 074079 Bawomataluo dan lulus pada tahun 2014, kemudian melanjutkan pendidikan di tingkat menengah pertama di SMP Swasta Kristen BNKP Teluk Dalam dan lulus pada tahun 2017. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan menengah atas di SMA Negeri 1 Teluk Dalam dan lulus pada tahun 2020. Pada tahun 2021 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Psikologi di Universitas Medan Area.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi penelitian yang berjudul "Hubungan Antara Self Esteem dengan Fear of Missing Out (FoMO) Pada Siswa Swasta SantoThomas 4 Binjai Pengguna Aktif Instagram", sebagai salah satu syarat dalam meraih gelar sarjana strata 1 (S1) Program Ilmu Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Saya menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan arahan dari berbagai pihak diantaranya; saya ucapkan terima kasih kepada Bapak Yudistira Fauzy Indrawan, S.Psi, M.A, Ph.D, selaku dosen pembimbing saya dalam penyusunan proposal penelitian ini yang telah banyak membantu dalam memberikan bimbingan, arahan serta saran; Bapak M. Fadli Nugraha, S.Psi, M.Psi, Dr. selaku ketua penguji; Ibu Eva Yulina, S.Psi, M.Psi selaku sekretaris penguji; Ibu Merri Hafni, S.Psi, M.Psi selaku dosen penguji, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Kepada orang tua tercinta, Bapak Yasobadodo Dachi dan Ibu Soderni Bu'ulolo. Terimakasih atas segala doa, nasihat, dukungan serta pengorbanan yang telah kalian berikan sehingga saya bisa berada ditahap ini.

Kepada saudara-saudara yang kucintai Carolina Dachi, Ronaldo Iradat Dachi, Silvi Ariati Dachi, terimakasih sudah memberikan doa dan dukungannya; dan untuk seluruh keluarga besar, Terimakasih atas doa, dukungan dan semangat yang telah diberikan selama penulis menempuh pendidikan hingga tahap penyusunan skripsi ini.

Kepada sahabat saya Hettigh Marthalenta Zagoto, S. P, Fonnika Simanjuntak, Mia Sinuraya, Rosema Sihombing, Irna Julia Ginting, Veronika

Manullang, Dhea Nita dan Annisa Nabilah. Terimakasih karena selalu memberikan bantuan, motivasi, semangat serta memberikan tawa kenagiaan selama masa kuliah dan juga membuat penyusunan skripsi ini menjadi lebih menyenangkan karna kita mengerjakannya bersama-sama terimakasih telah bertahan hingga saat ini dan juga atas kerja keras dan kesabaran yang telah diberikan selama proses penyelesaian skripsi ini.

Medan, 06 November 2025

Indah Natalia Dakhi



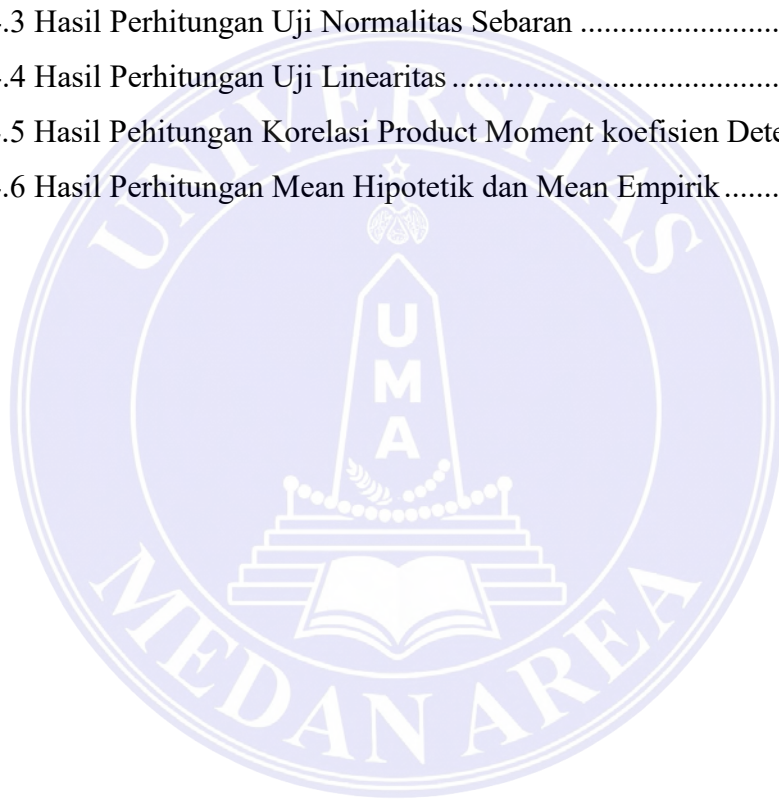
DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
RIWAYAT HIDUP	vi
MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Hipotesis Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 10
2.1 <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	10
2.1.1. Defenisi <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	10
2.2.2 Aspek-aspek <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	12
2.2.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi <i>Fear of Missing Out</i> (<i>FoMO</i>)	16
2.2.4 Ciri-ciri <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	20
2.2 <i>Self Esteem</i>	22
2.2.1 Definisi <i>Self-Esteem</i>	22
2.2.2 Aspek-aspek <i>Self Esteem</i>	24
2.2.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi <i>Self-esteem</i>	26

2.3	Hubungan antara <i>Self Esteem</i> dengan <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	28
2.4	Kerangka Konseptual.....	31
BAB III METODE PENELITIAN		32
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian.....	32
3.2	Bahan dan Alat.....	33
3.3	Metodologi Penelitian.....	34
3.4	Identifikasi Variabel Penelitian.....	34
3.5	Defenisi Operasional.....	35
3.6	Subjek Penelitian	35
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.8	Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	41
3.9	Persiapan Pelaksanaan Penelitian	42
3.10	Prosedur Penelitian	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN... ..		44
4.1	Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	44
4.1.1	Hasil Uji Validitas	44
4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	46
4.2	Uji Asumsi.....	46
4.3	Hasil Uji Analisis Data	48
4.4	Hasil Perhitungan Mean Hipotetik	49
4.5	Hasil Perhitungan Mean Empirik	49
4.6	Pembahasan... ..	51
BAB V KESIMPULAN & SARAN.....		55
5.1	Kesimpulan... ..	55
5.2	Saran... ..	55
DAFTAR PUSTAKA		57
LAMPIRAN.....		61

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Waktu Penelitian	33
Tabel 3.2 Populasi Penelitian	37
Tabel 3.3 Spesifikasi Blue Print Skala <i>Self-Esteem</i>	39
Tabel 3.4 Spesifikasi Blue Print Fear of Missing Out.....	40
Tabel 3.5 Skor Aitem Self-Esteem dan Fear of Missing Out.....	40
Tabel 4.1 Blue Print Skala Self-Esteem setelah dilakukan uji coba.....	44
Tabel 4.2 Blue Print Skala Self-Esteem setelah dilakukan uji coba.....	45
Tabel 4.3 Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran	47
Tabel 4.4 Hasil Perhitungan Uji Linearitas	48
Tabel 4.5 Hasil Pehitungan Korelasi Product Moment koefisien Determinan.....	49
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik	50



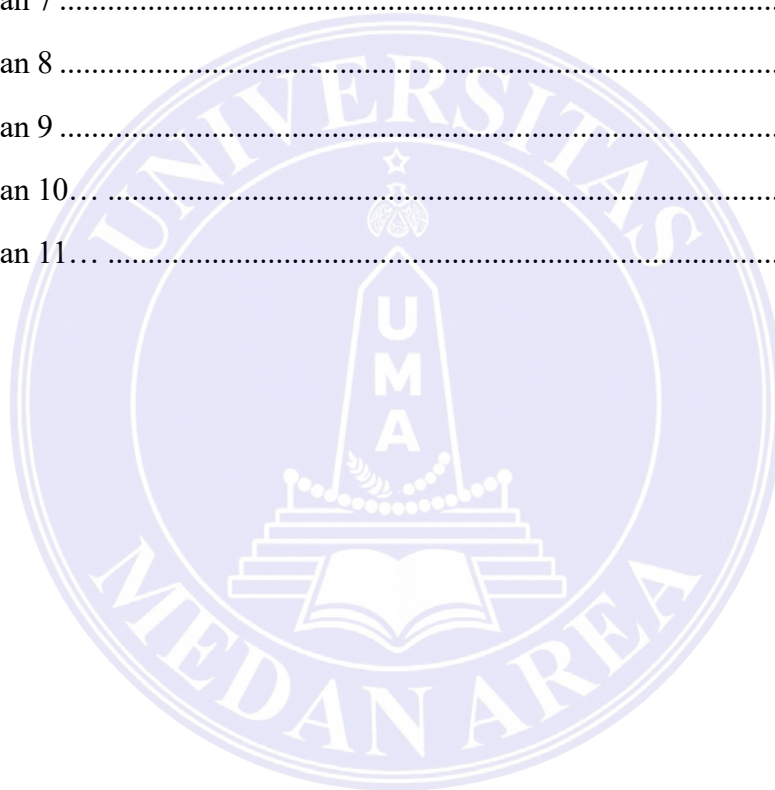
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	32
Gambar 3.1 Kurva Normal Variabel Fear of Missing Out	52
Gambar 3.2 Kurva Normal Variabel Self-Esteem.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	62
Lampiran 2	63
Lampiran 3	65
Lampiran 4	67
Lampiran 5	70
Lampiran 6	75
Lampiran 7	79
Lampiran 8	81
Lampiran 9	82
Lampiran 10	84
Lampiran 11	85



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital yang semakin maju saat ini, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia sehari-hari. Selain sebagai sarana komunikasi, media sosial juga digunakan untuk membangun citra diri (personal branding), memperoleh informasi, dan mendapatkan pengakuan sosial. Kemajuan dan perkembangan internet yang sangat pesat telah menghadirkan beberapa platform yang begitu populer di kalangan masyarakat, terutama generasi Z, diantaranya adalah Facebook, YouTube, Whatsapp, dan Instagram. Indonesia menjadi negara keempat pengguna Instagram terbanyak dengan jumlah 93 juta pengguna (Dean, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki daya tarik yang besar dan telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari.

Menurut data yang dikeluarkan oleh Statista Research Department (share of Instagram by age Indonesia, 2022) pada 17 November 2022, menunjukkan bahwa pengguna Instagram tertinggi di Indonesia hingga Agustus 2022 yaitu 38,8%. Hingga saat ini ada sekitar 103,95 juta pengguna Instagram dimana 51,7 juta persen adalah perempuan dan 48,3 persen laki-laki. Fitur yang ada pada Instagram diantaranya adalah mengunggah foto dan video, menerima komentar dan “like” dalam unggahan tersebut, mengikuti dan diikuti profil orang lain serta dapat mengedit video dan foto sebelum diunggah (Kircaburun & Griffiths, 2018).

Popularitas Instagram terus meningkat dari tahun ke tahun, dengan jutaan pengguna aktif dari berbagai negara. Data dari We Are Social menunjukkan

bahwa pada Januari 2023, Indonesia memiliki lebih dari 89 juta pengguna Instagram, menjadikannya salah satu negara dengan pengguna Instagram terbanyak di dunia. Instagram sendiri adalah sebuah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto, video pendek, dan cerita (story) dengan berbagai fitur filter dan editing yang tersedia. Salah satu fitur utama Instagram adalah algoritma feed dan explore yang menampilkan konten sesuai dengan minat dan aktivitas pengguna.

Pengguna Instagram saat ini semakin aktif membagikan berbagai aspek kehidupan mereka, seperti tren "*A Day in My Life*" yang berisi kegiatan harian, berbagi foto estetik, video lucu, maupun konten kreatif lainnya. Konten yang dibagikan merupakan bentuk ekspresi diri dari para pengguna. Mereka tidak hanya membuat konten yang disukai, tetapi juga menikmati konten dari pengguna lain yang memiliki minat serupa. Hal ini membuat pengguna semakin betah berada di media sosial karena konten yang menarik dan menghibur, bahkan bisa menjadi sumber penghasilan. Perkembangan teknologi pun memberikan pengaruh besar dalam cara individu bersosialisasi dan menjadi sarana utama dalam berinteraksi di media sosial, termasuk Instagram. Hal tersebut yang menjadikan Instagram sebagai platform yang sangat menonjolkan penampilan, pencapaian, dan eksistensi sosial. Hal ini mendorong pengguna untuk terus mengikuti kehidupan orang lain, membandingkan diri sendiri dengan orang lain (*social comparison*), dan merasa tertinggal atau tidak cukup jika tidak ikut serta.

Remaja sering kali menganggap bahwa mengakses Instagram dapat menjadi cara untuk mengatasi rasa bosan maupun sebagai bentuk pelarian dari stres yang mereka alami. Tidak sedikit pula yang merasa gelisah atau tidak tenang jika tidak

membuka Instagram dalam waktu tertentu. Hal ini disebabkan oleh kebiasaan remaja yang terus terhubung dengan ponsel pintar mereka, baik untuk membagikan status, cerita (*story*), maupun memberikan komentar di berbagai unggahan, meskipun mereka sedang berada dalam situasi yang kurang tepat untuk menggunakan media sosial. Sebagai contoh, ada siswa yang sengaja meluangkan waktu untuk membuka Instagram di tengah pelajaran hanya untuk melihat unggahan atau story dari teman-teman mereka. Perilaku ini menunjukkan bahwa Instagram kini telah menjadi bagian penting dalam kehidupan remaja, bahkan cenderung dianggap sebagai kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas sehari-hari.

Menurut Santrock (2016), masa remaja merupakan tahap perkembangan yang menandai peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa, yang ditandai dengan berbagai perubahan biologis, kognitif, serta sosial-emosional. Sementara itu, Hurlock (1980) menjelaskan bahwa istilah "*adolescence*" berasal dari bahasa Latin *adolescere* yang berarti "tumbuh" atau "menjadi dewasa", dengan kata benda *adolescencia* merujuk pada remaja.

Remaja SMA, yang berada dalam rentang usia 15–18 tahun, termasuk dalam tahap remaja akhir. Menurut Papalia dan Feldman (2012), pada tahap ini remaja mulai memiliki kesadaran diri yang lebih kompleks dan sedang berada dalam proses pencarian identitas. Salah satu aspek penting pada usia ini adalah kebutuhan untuk diterima dan diakui dalam lingkungan sosial, terutama oleh teman sebaya. Instagram, sebagai salah satu media sosial yang populer, menjadi sarana bagi remaja untuk mengekspresikan diri, membentuk citra diri, dan memperoleh validasi sosial melalui jumlah like, komentar, dan jumlah pengikut.

Hal ini membuat Instagram tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai ruang sosial yang memengaruhi bagaimana remaja melihat dan menilai diri mereka sendiri.

Salah satu fenomena psikologis yang muncul akibat penggunaan media sosial adalah Fear of Missing Out (FoMO), yaitu perasaan cemas dan takut tertinggal dari pengalaman sosial yang dialami oleh orang lain (McGinnis, 2000; Przyblyski et al., 2013). FoMO ditandai dengan dorongan untuk terus memantau aktivitas orang lain di media sosial, merasa khawatir jika tidak ikut serta dalam aktivitas sosial tertentu, serta ketergantungan tinggi pada smartphone. Individu dengan tingkat FoMO tinggi sering kali menunjukkan perilaku kompulsif seperti mengecek media sosial saat bangun tidur, sebelum tidur, saat makan, bahkan saat berkendara melalui gadget seperti smartphone, laptop, netbook dan lain sebagainya karena rasa takut ketinggalan aktivitas berharga, peristiwa berharga, dan kehilangan percakapan dalam lingkaran sosial (Abel et al., 2016). Mereka cenderung memiliki tingkat self-esteem yang rendah, merasa tidak cukup, dan membutuhkan validasi terus-menerus dari lingkungan sosial. Sedangkan menurut Al-Menayes, 2016, bahwa karakteristik FOMO yakni ketertarikan yang sangat besar terhadap penggunaan media sosial.

Keterlibatan yang tinggi pada Instagram juga dapat memunculkan fenomena Fear of Missing Out (FoMO), yaitu perasaan cemas dan takut tertinggal dari informasi, aktivitas, atau tren yang sedang ramai diperbincangkan. Menurut Przyblyski et al. (2013), FoMO berkaitan erat dengan kebutuhan dasar manusia untuk menjadi bagian dari kelompok sosial. Jika kebutuhan ini tidak terpenuhi,

remaja dapat mengalami ketidaknyamanan yang berdampak pada harga diri (self-esteem) mereka.

Instagram, sebagai platform yang sangat menonjolkan gaya hidup dan pencapaian, fenomena FoMO atau Fear of Missing Out semakin banyak dialami siswa SMA pengguna media sosial Instagram, yang memicu rasa cemas saat merasa tertinggal dari aktivitas atau informasi tertentu. Istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh Patrick McGinnis (2000). Meningkatnya penggunaan media sosial terutama Instagram sering kali berpotensi menimbulkan dampak psikologis, salah satunya adalah Fear of Missing Out (FoMO), yaitu perasaan cemas dan ketakutan akan tertinggal dari pengalaman sosial yang dialami orang lain.

Fear of Missing Out (FoMO) telah banyak dikaitkan dengan berbagai dampak negatif terhadap kesejahteraan psikologis individu, termasuk peningkatan tingkat kecemasan, stres yang lebih tinggi, serta perasaan tidak puas terhadap kehidupan secara keseluruhan (Elhai et al., 2018). FOMO menjadi semakin relevan dalam era digital saat ini, terutama dengan meningkatnya penggunaan media sosial yang memungkinkan individu untuk terus-menerus membandingkan dirinya dengan orang lain. Salah satu faktor psikologis yang diyakini memiliki peran penting dalam tingkat FOMO yang dialami seseorang adalah *Self-Esteem* atau Harga Diri, yang mengacu pada bagaimana individu menilai dan menghargai dirinya sendiri, baik dalam aspek positif maupun negatif (Rosenberg, 1965). Individu yang memiliki *self-esteem* rendah umumnya lebih rentan mengalami ketidakpercayaan diri dalam interaksi sosial mereka, sehingga mereka lebih sering merasa kurang cukup dibandingkan dengan orang lain yang ditampilkan di media sosial. Akibatnya, mereka cenderung lebih bergantung pada platform digital

sebagai sarana untuk mendapatkan validasi dan pengakuan dari lingkungan sosialnya. Ketergantungan ini pada akhirnya dapat memperparah perasaan FoMO, karena individu dengan *self-esteem* rendah lebih mudah merasa tertinggal dan kurang mampu menikmati kehidupannya sendiri tanpa adanya pembandingan sosial yang berlebihan (Barry et al., 2017).

Self-esteem atau harga diri merupakan aspek penting dalam kesejahteraan psikologis individu yang mencerminkan bagaimana seseorang menilai, menerima, dan menghargai dirinya sendiri. *Self-esteem* adalah perbandingan antara diri ideal dengan diri aktual seseorang. Menurut penelitian sebelumnya, *self-esteem* merupakan salah satu faktor yang terbukti berhubungan dan dapat memprediksi FOMO (Triani & Ramdhani, 2017). Dalam konteks penggunaan media sosial, Orth & Robins (2014) menemukan bahwa *self-esteem* dapat dipengaruhi oleh interaksi sosial yang terjadi secara daring. Media sosial, terutama platform berbasis visual seperti Instagram, sering kali menjadi tempat bagi individu untuk membandingkan dirinya dengan orang lain, yang pada akhirnya dapat memengaruhi tingkat *self-esteem* mereka. Individu dengan *self-esteem* rendah lebih cenderung merasa tidak puas dengan diri mereka sendiri karena melihat unggahan orang lain yang tampak lebih menarik atau lebih sukses. Hal ini berpotensi meningkatkan perasaan FOMO, yaitu ketakutan akan tertinggal dari pengalaman sosial yang dinikmati oleh orang lain (Barry et al., 2017). Beberapa hasil penelitian sebelumnya menyatakan bahwa adanya hubungan negatif antara *self-esteem* dan FOMO. Aisyah (2020) menemukan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *self-esteem* dan FOMO pada pengguna Instagram.

Hasil analisis menunjukkan bahwa semakin tinggi *self-esteem* seseorang, semakin rendah tingkat FoMO yang dialaminya, dengan nilai korelasi $r = -0,307$.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara self-esteem dan Fear of Missing Out (FoMO) pada remaja memiliki kecenderungan negatif, di mana tingkat harga diri yang rendah berasosiasi dengan kecenderungan FoMO yang tinggi. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh Khoerunisa Mubarrokah Kusumawardhani (2021) terhadap siswa kelas X di SMA Negeri 1 Garut menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara self-esteem dengan FoMO. Hasil penelitian menunjukkan nilai korelasi sebesar $r = -0,136$ dengan tingkat signifikansi $p = 0,004$, yang berarti semakin rendah harga diri seseorang, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka mengalami FoMO. Penelitian lainnya dilakukan oleh Alya Auni Mahfuzah (2025) terhadap siswa SMA Negeri 1 Muntilan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang lemah namun signifikan antara self-esteem dan FoMO, dengan $r = -0,189$ dan $p < 0,001$. Temuan ini memperkuat bahwa self-esteem memiliki peran dalam kecenderungan FoMO di kalangan remaja pengguna media sosial, khususnya Instagram.

Penelitian lain juga mengkaji hubungan *self-esteem* dengan FOMO pada pengguna media sosial aktif. Tombeng & Yuwono (2023). menemukan bahwa individu dengan *self-esteem* rendah lebih sering mengalami FOMO karena lebih banyak melakukan perbandingan sosial di media sosial terlebih pada media sosial Instagram. Hasil serupa juga diperoleh dalam penelitian yang dilakukan oleh Barry et al. (2017), yang menunjukkan bahwa *self-esteem* yang rendah berkaitan dengan kecenderungan mengalami FOMO. Individu dengan *self-esteem* rendah

lebih sering menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mencari validasi dan cenderung merasa tertinggal ketika melihat unggahan orang lain yang tampak lebih menarik atau lebih sukses. Penelitian mengenai *self-esteem* dan *Fear of Missing Out (FoMO)* pada pengguna instagram menjadi sangat penting mengingat semakin meningkatnya penggunaan media sosial dikalangan masyarakat, khususnya pada mahasiswa. Instagram, sebagai platform berbasis visual, sering kali menjadi tempat bagi individu untuk membandingkan diri dengan orang lain.

Berdasarkan fenomena diatas, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Hubungan Antara Self-Esteem dengan Fear Of Missing Out (Fomo) pada Siswa Sma Santo Thomas 4 Pengguna Aktif Instagram.

1.2 Rumusan Masalah

Apakah terdapat Hubungan *Self-Esteem* dengan *Fear Of Missing Out* pada Siswa Sma Santo Thomas 4 Binjai Pengguna Aktif Instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji empiris Hubungan antara *Self Esteem* dengan *Fear Of Missing Out (FOMO)* Pada siswa Sma Santo Thomas 4 Binjai Pengguna Aktif Instagram.

1.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis pada penelitian ini adalah terdapat hubungan negatif antara *Self-Esteem* dengan *Fear of Missing Out*, yang artinya semakin tinggi *Self-Esteem* maka semakin rendah *Fear of Missing Out*. Sebaliknya, semakin rendah *Self-Esteem* maka semakin tinggi *Fear of Missing Out*.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi terbaru bagi penelitian selanjutnya serta menambah wawasan, khususnya dalam bidang psikologi klinis, yang berkaitan dengan *Self-Esteem* dan *Fear of Missing Out* (FoMO).

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada siswa SMA mengenai pentingnya harga diri (*self-esteem*) dalam menghadapi tekanan sosial di media sosial, sehingga siswa dapat mengelola penggunaan Instagram secara lebih sehat dan tidak mudah mengalami Fear of Missing Out (FoMO).
- b. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi kepada guru BK, orang tua, dan pihak sekolah mengenai dampak FoMO terhadap kesejahteraan psikologis siswa, serta pentingnya peran dukungan lingkungan dalam membangun *self-esteem* yang positif.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *self-esteem*, FoMO, dan penggunaan media sosial pada remaja, khususnya di kalangan pelajar SMA.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Fear of Missing Out (FoMO)*

2.1.1. Definisi *Fear of Missing Out (FoMO)*

Fear of Missing Out (FOMO) merupakan istilah yang merujuk pada perasaan cemas, tidak nyaman, atau takut bahwa orang lain sedang menikmati pengalaman yang menyenangkan atau bermanfaat tanpa keikutsertaan diri sendiri. Istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh Patrick J. McGinnis pada tahun 2003, saat ia masih menjadi mahasiswa di Harvard Business School. Menurut McGinnis (2020), FoMO adalah kecemasan yang tidak diinginkan yang dipicu oleh persepsi, sering kali diperparah oleh media sosial bahwa orang lain memiliki pengalaman yang lebih memuaskan daripada diri sendiri, serta tekanan sosial karena merasa dikecualikan dari pengalaman kolektif yang positif.

FoMO umumnya terjadi ketika seseorang melihat aktivitas sosial orang lain, baik secara langsung maupun melalui media sosial, dan merasa bahwa dirinya tertinggal atau kehilangan kesempatan yang berharga. Dalam konteks digital saat ini, fenomena ini sering dikaitkan dengan penggunaan intensif media sosial seperti Instagram, TikTok, dan platform lainnya, yang menyajikan gambaran kehidupan orang lain yang sering kali terlihat lebih menarik, menyenangkan, dan sukses.

Przybylski dkk. (2013) mendefinisikan *Fear of Missing Out* sebagai kecemasan yang muncul ketika seseorang tidak mengetahui aktivitas atau pengalaman orang lain yang dianggap menarik. Ketidakpastian ini memicu

perasaan takut tertinggal atau kehilangan kesempatan untuk berpartisipasi dalam pengalaman yang berharga. Singkatnya, FOMO diartikan sebagai munculnya perasaan takut ketika tertinggal akan hal yang menarik sehingga dianggap tidak *up to date*.

Menurut JWT Intelligence (2012) *Fear of Missing Out* merupakan kecemasan perasaan cemas atau khawatir bahwa orang lain sedang mengalami pengalaman yang lebih menyenangkan atau bermakna, sementara individu tersebut merasa tertinggal atau tidak terlibat. FOMO juga diartikan sebagai kecemasan yang berlebihan dalam merasa kehilangan sesuatu yang dianggap penting. Individu yang merasakan FOMO mungkin tidak tahu mengenai hal spesifik apa yang dilewatkan namun tetap memiliki ketakutan bahwa orang lain memiliki waktu yang lebih baik dibandingkan dirinya. Dalam kamus Oxford *Fear of Missing Out* (FoMO) didefinisikan sebagai perasaan cemas akan adanya peristiwa menarik yang terjadi di tempat lain, kecemasan ini terstimulasi oleh hal yang ditulis di dalam media sosial seseorang.

Muftisany (2020) menjelaskan bahwa FOMO merupakan ketakutan bahwa individu lain sedang mengalami momen menyenangkan, sedangkan dirinya merasa tidak terlibat. Akibatnya, individu sering mencari kepuasan melalui internet atau media sosial dengan harapan menemukan kebahagiaan. Namun, dalam banyak kasus, penggunaan media sosial yang berlebihan justru memperburuk perasaan cemas dan ketidakpuasan pribadi.

Astono (2021) menyebutkan bahwa FOMO merupakan perasaan gugup atau gelisah yang didapatkan seseorang ketika ia menyadari bahwa ia tertinggal atau merasa dari keyakinan bahwa orang lain mungkin bersenang-senang

sementara dia tidak hadir. Selain itu, McGinnis (2020) mendefinisikan FOMO sebagai rasa cemas yang tidak diinginkan yang timbul karena persepsi terhadap pengalaman orang lain yang biasanya lewat terpapar media sosial yang datang dari perasaan akan tertinggal atau berasal dari pengalaman kolektif yang positif atau berkesan.

Berdasarkan berbagai definisi, dapat disimpulkan bahwa Fear of Missing Out (FoMO) adalah bentuk kecemasan yang muncul ketika seseorang merasa tertinggal atau tidak ikut serta dalam pengalaman sosial yang dianggap menyenangkan atau bermakna, terutama yang dilihat melalui media sosial. Perasaan ini biasanya dipicu oleh persepsi bahwa orang lain memiliki kehidupan yang lebih baik atau lebih menarik. FoMO bukan hanya berkaitan dengan rasa ingin tahu, tetapi juga melibatkan tekanan emosional dan sosial yang membuat individu merasa harus selalu terhubung agar tidak ketinggalan. Meskipun tujuannya adalah mencari kepuasan atau kebahagiaan, FoMO justru sering memperparah perasaan cemas dan ketidakpuasan terhadap diri sendiri.

2.2.2 Aspek-aspek *Fear of Missing Out* (FoMO)

Aspek-aspek *Fear of Missing out* (FoMO) menurut Przybylski, Murayama, DeHaan dan Gladwell (2013), yaitu;

1. *Relatedness*

Relatedness merupakan kebutuhan psikologis individu untuk merasakan keterhubungan, kebersamaan, serta ikatan yang kuat dengan orang lain. Ketika individu merasa memiliki hubungan yang hangat dan penuh kepedulian, kebutuhan ini dapat terpenuhi, sehingga mendorong mereka untuk terus mengembangkan kompetensi sosialnya melalui interaksi dengan orang-orang

yang dianggap penting. Namun, jika kebutuhan *relatedness* tidak terpenuhi, individu cenderung mengalami kecemasan dan ketidaknyamanan. Sebagai respons terhadap kecemasan tersebut, mereka sering kali berusaha mencari tahu pengalaman atau aktivitas orang lain, khususnya melalui media sosial, sebagai upaya untuk meredakan perasaan tidak nyaman yang dirasakan.

2. *Self*

Kebutuhan psikologis mengenai *self* berkaitan dengan *competence* dan *autonomy*. *Competence* merujuk pada keinginan individu untuk beradaptasi serta berinteraksi dengan lingkungannya guna mencapai suatu tujuan, mencerminkan kebutuhan untuk melatih kemampuan dan menghadapi tantangan yang optimal (Reeve & Sickenius dalam Tekeng, 2015). Kepuasan terhadap *competence* berperan dalam membangun keyakinan individu untuk bertindak secara efisien dan efektif, sedangkan rendahnya kepuasan dalam aspek ini dapat memicu perasaan frustrasi dan putus asa. Sementara itu, *autonomy* mengacu pada pengalaman individu dalam merasakan adanya kebebasan, dukungan, serta kemauan untuk memulai, mempertahankan, dan mengakhiri suatu perilaku sesuai dengan keinginannya sendiri (Niemic, Lynch, Vansteenkiste, Bernstein, Deci & Ryan dalam Tekeng, 2015). Dengan kata lain, *autonomy* memungkinkan individu mengintegrasikan keinginannya tanpa adanya tekanan eksternal. Ketika kebutuhan psikologis terkait *competence* dan *autonomy* tidak terpenuhi, individu cenderung mencari kompensasi melalui media sosial sebagai bentuk pelampiasan atas ketidakseimbangan psikologis yang dirasakan.

Menurut JWT Intellegence (2012), *Fear of Missing Out* (FoMO) memiliki tiga aspek, diantaranya yaitu:

1. Perasaan takut kehilangan terhadap informasi yang ada di internet

Perasaan ini muncul ketika individu tidak mendapatkan informasi satupun dari media sosial. Biasanya individu akan terus berusaha untuk mendapatkan informasi dari internet maupun media sosial agar diri mereka merasa puas.

2. Perasaan gelisah atau gugup ketika tidak menggunakan internet sedangkan orang lain menggunakannya

Saat individu mengalami sindrom FOMO, mereka akan memiliki kecemasan atau ketakutan saat ketinggalan berita di internet maupun di media sosial. Hal inilah yang membuat individu sering merasakan gelisah dan cemburu saat orang lain menemukan berita atau tren baru, sedangkan mereka tidak.

3. Perasaan tidak aman karena tertinggal informasi yang tersebar di internet

Individu yang mengalami sindrom FoMO akan sangat bergantung dengan internet maupun media sosial. Mereka akan merasa aman saat melakukan atau menunjukkan aktivitasnya di media sosial. Mereka akan merasa tidak aman saat tidak menggunakan aktivitas yang telah dilakukan oleh orang lain. Mereka akan memaksa diri mereka untuk mengikuti tren yang ada.

Kaloeti dkk. (2021) mengembangkan kerangka dari Przybylski dkk. menjadi lebih terstruktur dengan membaginya ke dalam tiga aspek utama yang lebih operasional. Adapun ketiga aspek tersebut adalah:

1. Perbandingan dengan teman (*Comparison with friends*)

Aspek ini mengacu pada munculnya perasaan negatif yang timbul akibat kebiasaan membandingkan diri sendiri dengan teman atau orang lain. Proses

perbandingan sosial ini membuat individu merasa kurang puas dengan kehidupannya sendiri ketika melihat pencapaian, pengalaman, atau aktivitas orang lain yang dianggap lebih menarik atau lebih baik. Perasaan iri, rendah diri, atau tidak berharga dapat muncul akibat proses perbandingan ini, yang pada gilirannya memicu kecemasan sosial dan ketidakpuasan diri.

2. Kehilangan Pengalaman (*Missed Experiences*)

Aspek kedua berkaitan dengan perasaan negatif yang muncul karena individu tidak dapat berpartisipasi atau terlibat dalam suatu aktivitas tertentu. Seseorang dengan tingkat FoMO yang tinggi sering merasa sedih, kecewa, atau cemas ketika melihat orang lain mengikuti acara, kegiatan, atau pertemuan yang dianggap penting atau menyenangkan tanpa kehadiran dirinya. Perasaan kehilangan pengalaman ini memunculkan dorongan untuk selalu mengetahui aktivitas orang lain agar tidak merasa tertinggal atau terkucil secara sosial.

3. Keharusan (*Compulsion*)

Aspek terakhir merujuk pada perilaku kompulsif, yakni kebiasaan untuk memeriksa secara berulang aktivitas orang lain, khususnya melalui media sosial atau sarana komunikasi daring, dengan tujuan menghindari perasaan tertinggal informasi atau kabar terbaru. Perilaku ini sering bersifat tidak terkendali dan menjadi kebiasaan yang sulit dihentikan. Individu dengan aspek keharusan yang tinggi cenderung merasa tertekan untuk selalu terhubung dan mengikuti perkembangan terkini dalam lingkaran sosialnya demi mencegah munculnya kecemasan atau ketakutan akan keterasingan.

Berdasarkan beberapa pendapat yang telah dikemukakan para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek dari Fear of Missing Out adalah relatedness, self, perasaan takut kehilangan terhadap informasi yang ada di internet, perasaan gelisah atau gugup ketika tidak menggunakan internet sedangkan orang lain menggunakannya, perasaan tidak aman karena tertinggal informasi yang tersebar di internet, perbandingan dengan teman (*Comparison with friends*), kehilangan Pengalaman (*Missed Experiences*), Keharusan (*Compulsion*).

2.2.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Fear of Missing Out (FoMO)

Menurut JWT Intellegence (2011) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi terjadi Fear of Missing Out, yaitu:

1. Keterbukaan informasi di media sosial

Media sosial, gadget dan fitur pemberitahuan lokasi sesungguhnya menjadikan kehidupan saat ini semakin terbuka dengan cara memamerkan apa yang sedang terjadi disaat ini. laman media sosial terus dibanjiri dengan pembaharuan informasi *real time*, obrolan terhangat dan gambar atau video terbaru. Keterbukaan informasi saat ini mengubah kultur budaya masyarakat yang bersifat privasi menjadi budaya yang lebih terbuka.

2. *Social one-upmanship*

Social one-upmanship merupakan perilaku dimana seseorang berusaha untuk melakukan sesuatu seperti perbuatan, perkataan atau mencari hal lain untuk membuktikan bahwa dirinya lebih baik di bandingkan orang lain. FOMO disebabkan karena dipengaruhi adanya keinginan untuk menjadi paling hebat atau superior dibandingkan. Aktivitas memamerkan secara daring di media sosial menjadikan pemicu munculnya FoMO pada orang lain.

3. Peristiwa yang disebarkan melalui fitur hastag

Media sosial memilih fitur hastag (#) yang memungkinkan pengguna untuk memberitahu peristiwa yang sedang terjadi saat ini salah satu contoh fitur hastag (#) yang populer adalah pada Reuni 212 yang dilakukan di tugu Monas. Pada acara tersebut banyak pengguna media sosial memamerkan aktivitasnya dengan menuliskan #Reuni 212. Orang yang ramai menggunakan hastag tersebut akan masuk ke daftar topik pembicaraan yang sedang marak dibicarakan, sehingga pengguna media sosial lainnya dapat mengetahui, hal demikian akan mengakibatkan perasaan tertinggal bagi individu yang tidak ikut serta dalam melakukan aktivitas tersebut.

4. Kondisi *deprivasi relative*

Kondisi deprivasi relative adalah kondisi yang menggambarkan perasaan ketidakpuasan seseorang saat membandingkan kondisinya dengan orang lain. Individu biasanya melakukan penelitian atas dirinya dengan cara membandingkan dengan orang lain. Perasaan *missing out* dan tidak puas dengan apa yang dimiliki, muncul karena penggunaanya saling membandingkan kondisi dengan orang lain di media sosial.

5. Banyak stimulus untuk mengetahui suatu informasi

Di zaman yang serba digital saat ini, sangat memungkinkan seseorang untuk terus di banjir dengan topik-topik menarik tanpa perlu adanya usaha keras untuk mendapatkannya. Di sisi lainnya muncul stimulus-stimulus yang mengakibatkan keingintahuan untuk terus mengikuti perkembangan terkini. Keinginan untuk terus mengikuti perkembangan saat inilah yang memunculkan *Fear of Missing Out*.

Terdapat berbagai penelitian menunjukkan bahwa terdapat sejumlah faktor yang dapat memengaruhi munculnya Fear of Missing Out (FoMO). Faktor-faktor tersebut antara lain: (1) usia (Tomczyk & Selmanagic-Lizde, 2018), (2) kualitas komunikasi antara orang tua dan anak (Alt & Boniel-Nissim, 2018), (3) harga diri (self-esteem), interaksi sosial, serta kecemasan sosial (Abel et al., 2016). Faktor yang diduga berperan dalam meningkatkan FOMO adalah sebagai berikut:

1. *Self-Esteem*

Rosenberg (1965) mendefinisikan *self-esteem* sebagai sikap individu, baik positif maupun negatif terhadap dirinya sendiri. Penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa *self-esteem* memiliki peran signifikan dalam memprediksi kemunculan FoMO. Individu dengan tingkat *self-esteem* yang tinggi cenderung lebih termotivasi untuk menunjukkan performa yang lebih unggul dibanding orang lain, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kecenderungan mereka mengalami FoMO (Triani & Ramdhani, 2017). Selain itu, individu dengan *self-esteem* tinggi juga cenderung lebih aktif dalam menggunakan media sosial sebagai upaya untuk mempertahankan dan melindungi harga diri mereka, terutama terkait dengan citra diri dan popularitas di hadapan orang lain.

A. Kepuasan Hidup

Faktor kedua yang diduga turut berkontribusi terhadap munculnya Fear of Missing Out (FoMO) adalah kepuasan hidup. Kepuasan hidup dapat diartikan sebagai penilaian subjektif individu secara kognitif terhadap kualitas hidupnya secara keseluruhan (Diener, 2000). Konsep ini menekankan pentingnya persepsi individu terhadap makna dan kualitas hidup, sehingga banyak orang

bersedia mencurahkan waktu dan energi untuk mencapai kehidupan yang memuaskan. Penelitian terdahulu mendukung asumsi ini, di mana individu yang merasa tidak terpenuhi dalam kebutuhan psikologis dasarnya seperti kebutuhan akan keterhubungan sosial (*relatedness*), kompetensi, dan otonomi cenderung memiliki tingkat FoMO yang lebih tinggi (Przybylski et al., 2013). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa rendahnya kepuasan hidup dan kesejahteraan psikologis berkontribusi terhadap meningkatnya kecenderungan mengalami FoMO (Jood, 2017). Selain itu, kurangnya hubungan persahabatan atau keterikatan sosial dapat menurunkan kepuasan hidup, yang pada akhirnya dapat memicu timbulnya FoMO (Xie et al., 2018). Dengan demikian, terdapat hubungan negatif antara kepuasan hidup dan tingkat FoMO pada individu.

Dari berbagai faktor yang mempengaruhi Fear of Missing Out (FoMO) dapat disimpulkan bahwa FoMO muncul akibat keterbukaan informasi yang semakin luas di media sosial, ketidakmampuan individu dalam memenuhi kebutuhan psikologisnya (seperti *relatedness* dan *self*) serta adanya dorongan sosial untuk menunjukkan keunggulan dibandingkan orang lain (*social one-upmanship*). Selain itu, fenomena yang disebarkan melalui fitur hastag, kondisi *deprivasi relative*, serta banyaknya stimulus informasi juga berkontribusi dalam meningkatkan perasaan takut tertinggal. Semua faktor ini menunjukkan bahwa FOMO erat kaitannya dengan perkembangan teknologi digital dan interaksi sosial, yang membuat individu semakin sulit melepaskan diri dari kebutuhan untuk selalu terhubung dan mengetahui apa yang sedang terjadi di sekitar mereka.

Fear of Missing out juga dipengaruhi oleh beberapa faktor termasuk *self esteem* dan kepuasan hidup. Individu dengan self-esteem tinggi cenderung

menggunakan media sosial secara aktif sebagai bentuk pertahanan terhadap harga dirinya, namun justru hal ini dapat meningkatkan kecenderungan mengalami FOMO. Sementara itu, individu dengan kepuasan hidup yang rendah berpotensi mengalami FOMO karena kebutuhan psikologis dasarnya tidak terpenuhi, seperti kebutuhan akan keterhubungan sosial, otonomi, dan kompetensi. Dengan demikian, *self-esteem* dan kepuasan hidup dapat dianggap sebagai dua prediktor penting dalam memahami munculnya FOMO pada individu.

2.2.4 Ciri-ciri Fear of Missing Out

Menurut Przybylski, Murayama, DeHaan dan Gladwell (2013), terdapat beberapa ciri Fear of Missing Out, yaitu:

1. Dorongan kuat untuk tetap terhubung secara konstan

Individu yang mengalami FOMO memiliki kebutuhan psikologis untuk selalu terhubung dengan teman-temannya, terutama melalui media sosial. Mereka cenderung memeriksa pesan, notifikasi, atau unggahan terbaru berulang kali sepanjang hari. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa mereka tidak ketinggalan informasi atau momen penting yang terjadi di lingkungan sosialnya.

2. Kecenderungan untuk memantau aktivitas orang lain

FoMO ditandai dengan perilaku aktif memeriksa apa yang dilakukan orang lain, baik melalui unggahan foto, status, atau cerita di media sosial. Individu dengan FoMO merasa penting untuk mengetahui aktivitas sosial orang lain agar dapat merasa diikutsertakan dalam lingkaran sosial tersebut.

3. Perasaan khawatir tertinggal pengalaman

Orang dengan FoMO sering kali mengalami kecemasan atau ketidaknyamanan jika menyadari bahwa orang lain sedang bersenang-senang tanpa dirinya. Hal

ini memicu pikiran-pikiran negatif, seperti merasa kurang dihargai, takut dikucilkan, atau tidak dianggap penting oleh teman-temannya.

4. Kebutuhan untuk memperoleh pengakuan dan validasi sosial

FoMO juga berkaitan dengan motivasi untuk menunjukkan keterlibatan dalam aktivitas sosial melalui unggahan di media sosial. Individu dengan FoMO berusaha menampilkan dirinya selalu aktif, sibuk, dan terhubung, untuk memperoleh pengakuan dan validasi dari orang lain. Hal ini dapat berupa keinginan mendapatkan “like,” komentar, atau bentuk apresiasi lain.

5. Pengaruh terhadap kesejahteraan psikologis

FoMO bukan hanya berdampak pada perilaku online, tetapi juga pada kondisi psikologis. Penelitian Przybylski et al. (2013) menunjukkan bahwa FoMO berkorelasi dengan penurunan kepuasan hidup, peningkatan emosi negatif, dan kecenderungan mengalami stres. Individu yang memiliki tingkat FoMO tinggi sering kali merasa kurang puas dengan hidupnya karena terus membandingkan diri dengan orang lain.

Abel, Buff, dan Burr (2016) mengidentifikasi beberapa ciri-ciri Fear of Missing Out (FoMO) dalam konteks penggunaan media sosial, yaitu:

1. Sering membandingkan diri dengan orang lain melalui unggahan di media sosial, sehingga memicu perasaan tidak puas atau rendah diri.
2. Mengalami kecemasan terhadap kemungkinan melewatkan undangan atau aktivitas penting dalam lingkungan sosial.
3. Memiliki dorongan yang kuat untuk senantiasa online guna menjaga keterhubungan sosial.

4. Mengutamakan aktivitas daring dibandingkan interaksi langsung dalam kehidupan sehari-hari.
5. Menunjukkan ketergantungan pada media sosial untuk memperoleh informasi terbaru mengenai aktivitas orang lain.

2.2 *Self-Esteem*

2.2.1 Definisi *Self-Esteem*

Coopersmith (dalam Hidayat & Bashori, 2016) mendefinisikan *self-esteem* sebagai bentuk evaluasi yang dilakukan individu terhadap dirinya sendiri, yang kemudian tercermin dalam sikapnya terhadap kehidupan. Evaluasi ini mencakup penerimaan atau penolakan terhadap diri sendiri serta sejauh mana individu meyakini bahwa dirinya memiliki kemampuan, makna, keberhasilan, dan nilai berdasarkan standar serta penilaian pribadinya. Selanjutnya Branden (dalam Lubis, 2009) menyatakan bahwa *self-esteem* merupakan salah satu aspek kepribadian yang berperan dalam membentuk perilaku individu. Aspek ini berpengaruh terhadap proses berpikir, regulasi emosi, pengambilan keputusan, serta nilai dan tujuan hidup seseorang. Sementara itu, Hjelle dan Ziegler (dalam Susanto, 2018) mengemukakan bahwa *self-esteem* merupakan citra diri yang positif dari individu yang terbentuk sebagai hasil dari evaluasi pribadi terhadap dirinya sendiri.

Rosenberg (1995) mendefinisikan *self-esteem* sebagai sebuah sikap positif atau negatif berdasarkan objek tertentu, yaitu diri. Sikap positif disini adalah ungkapan perasaan bahwa seseorang cukup baik. Individu hanya merasa bahwa dia adalah orang yang berharga, dia menghormati dirinya sendiri apa adanya.

Sedangkan sikap negatif disini adalah kecenderungan untuk menolak diri (*self-rejection*), ketidakpuasan terhadap diri (*self-dissatisfaction*), dan penghinaan diri (*self-contempt*).

Stuart dan Sundeen (dalam Muhith, 2015) menjelaskan bahwa *self-esteem* berkaitan dengan penilaian individu terhadap pencapaian yang telah diraih, dengan mempertimbangan sejauh mana perilaku yang ditampilkan sesuai dengan ideal dirinya. Gangguan pada *self-esteem* dapat ditandai dengan perasaan negative terhadap diri sendiri, termasuk hilangnya kepercayaan dan harga diri. Dalam hal ini, Cohen (dalam Putra, 2015) menambahkan bahwa individu dengan *self-esteem* tinggi cenderung lebih percaya diri dalam kehidupan sosial dibandingkan dengan mereka yang memiliki *self-esteem* rendah. Sikap percaya diri menjadi aspek fundamental yang perlu dimiliki seseorang dalam kehidupan sehari-hari, karena dengan kepercayaan diri yang kuat, individu lebih mampu mencapai berbagai tujuan hidupnya.

Agustin dan Mukhlis (2022) menyimpulkan bahwa *self-esteem* merupakan bentuk evaluasi yang dilakukan individu terhadap dirinya sendiri serta kebiasaannya dalam memandang diri, terutama terkait dengan sikap menerima atau menolak dirinya sendiri, keyakinan terhadap kemampuan, makna diri, keberhasilan, dan nilai personal.

Berdasarkan berbagai definisi yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa *self-esteem* merupakan evaluasi individu terhadap kehidupan. Evaluasi ini mencakup penerimaan atau penolakan terhadap diri sendiri, serta keyakinan individu terhadap nilai, kemampuan, dan pencapaiannya. *Self-esteem* juga berperan dalam membentuk kepribadian seseorang, memengaruhi proses berpikir,

regulasi emosi, pengambilan keputusan, serta tujuan hidup. Individu dengan *self-esteem* yang tinggi cenderung memiliki rasa percaya diri yang lebih besar dalam kehidupan sosial, lebih mampu menghadapi tantangan, dan mencapai tujuan hidupnya. Sebaliknya *self-esteem* yang rendah dapat mengarah pada perasaan negatif terhadap dirinya sendiri, seperti ketidakpuasan dan kurangnya rasa percaya diri. Oleh karena itu, *self-esteem* menjadi aspek penting dalam perkembangan psikologis individu, yang dapat berdampak pada kesejahteraan mental dan interaksi sosialnya.

2.2.2 Aspek-aspek Self Esteem

Coopersmith (dalam Hidayat & Bashori, 2016) mengemukakan empat aspek *self-esteem* individu. Aspek-aspek tersebut adalah *power* (kekuatan), *significance* (keberartian), *virtue* (kebajikan), dan *competence* (kemampuan).

1. Power (Kekuatan)

Power atau kekuatan menunjukkan pada kemampuan dimana individu dapat mengatur dan mengendalikan tingkah laku sendiri dan orang lain.

2. Significance (Keberartian)

Significance atau keberartian berkaitan dengan perhatian, kepedulian, dan afeksi yang diterima individu dari orang lain. Hal ini mencerminkan penghargaan serta minat orang lain terhadap individu, yang juga menjadi tanda penerimaan sosial dan popularitasnya.

3. Virtue (Kebajikan)

Virtue atau kebajikan merujuk pada kepatuhan terhadap norma moral, etika, dan agama, yang tercermin dalam menjauhi perilaku yang dilarang serta menjalankan tindakan yang dianggap benar.

4. *Competence* (Kemampuan)

Competence atau kemampuan menggambarkan kapasitas individu dalam mencapai keberhasilan, ditunjukkan melalui kemampuannya menyelesaikan berbagai tugas atau pekerjaan dengan baik.

Adapula aspek-aspek lain yang di kemukakan oleh Heinz (dalam Engel, 2021), yaitu:

1. Pilihan untuk belajar, Kemampuan individu dalam mengontrol diri serta memiliki keyakinan terhadap kemampuannya dalam mengatur waktu dan merencanakan masa depan.
2. Evaluasi, Mengacu pada kapasitas individu dalam mengenali kelebihan dan kekurangan yang dimilikinya.
3. Ketegasan, Kemampuan seseorang untuk memiliki kepribadian yang kuat dan teguh dalam menghadapi berbagai situasi.
4. Memaafkan, Kemampuan individu dalam memahami orang lain serta memiliki sikap optimis terhadap masa depan yang lebih baik.
5. Mengendalikan diri, Kemampuan seseorang dalam memperlakukan diri sendiri dan orang lain dengan baik dan sesuai dengan norma yang berlaku.
6. Bersyukur, Perasaan menerima segala anugerah, bakat, dan kesempatan hidup, baik dalam kebahagiaan maupun kesulitan, dengan penuh cinta dan kedamaian.
7. Penerimaan Diri, Kemampuan individu untuk berbuat kebaikan, memiliki tekad yang kuat, mencapai kesuksesan, serta menjalani kehidupan yang sehat.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan diatas, aspek-aspek *self-esteem* mencerminkan dimensi-dimensi psikologis yang membentuk penilaian

individu terhadap dirinya sendiri. Coopersmith (dalam Hidayat & Bashori, 2016) mengemukakan bahwa *self-esteem* terdiri dari empat aspek utama, yaitu *power* (kemampuan mengendalikan diri dan orang lain), *significance* (rasa dihargai dan diterima dalam lingkungan sosial), *virtue* (kepatuhan terhadap norma moral, etika, dan agama), serta *competence* (kemampuan mencapai keberhasilan melalui penyelesaian tugas). Sementara itu, Heinz (dalam Engel, 2021) menambahkan aspek-aspek lain seperti kemampuan mengatur diri (pilihan untuk belajar), evaluasi terhadap diri, ketegasan, kemampuan memaafkan, pengendalian diri, rasa syukur, dan penerimaan diri. Keseluruhan aspek ini saling melengkapi dalam membentuk *self-esteem* yang utuh dan berfungsi adaptif dalam kehidupan individu.

2.2.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Self-Esteem

Menurut Coopersmith (dalam Ghufon & Risnawati, 2010) terdapat tiga faktor yang mempengaruhi *self-esteem*, yaitu:

1. Jenis Kelamin

Menurut Ancok, dkk. (1988), perempuan cenderung memiliki tingkat *self-esteem* yang lebih rendah dibandingkan laki-laki. Hal ini ditandai dengan perasaan kurang kompeten, rendahnya kepercayaan diri, serta kecenderungan untuk merasa membutuhkan perlindungan. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh peran orang tua serta ekspektasi sosial yang tidak sama antara laki-laki dan perempuan. Perbedaan tersebut sejalan dengan temuan Coopersmith, yang menunjukkan bahwa *self-esteem* perempuan cenderung lebih rendah dibandingkan laki-laki.

2. Inteligensi

Inteligensi, yang mencerminkan kapasitas fungsional individu secara menyeluruh, memiliki keterkaitan erat dengan pencapaian akademik karena pengukurannya sering kali berbasis pada kemampuan intelektual. Coopersmith mengungkapkan bahwa individu dengan *self-esteem* tinggi cenderung meraih akademik yang lebih baik dibandingkan mereka yang memiliki *self-esteem* rendah. Selain itu, individu dengan *self-esteem* tinggi juga menunjukkan skor intelegensi yang lebih baik, memiliki tingkat aspirasi yang lebih tinggi, serta menunjukkan usaha yang lebih besar dalam mencapai tujuannya.

3. Kondisi fisik

Penelitian yang dilakukan oleh Coopersmith mengidentifikasi adanya hubungan yang konsisten antara daya tarik fisiki, tinggi badan, dan harga diri. Individu dengan penampilan menarik cenderung memiliki *self-esteem* yang lebih tinggi dibandingkan mereka yang dianggap kurang menarik secara fisik

Berdasarkan penjelasan di atas, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi tingkat *self-esteem* seseorang, tiga faktor utama, yaitu jenis kelamin, inteligensi, dan penerimaan dari lingkungan sosial. Jenis kelamin memengaruhi *self-esteem*, di mana perempuan cenderung memiliki *self-esteem* yang lebih rendah dibandingkan laki-laki, yang dapat dipengaruhi oleh pola asuh dan ekspektasi sosial yang berbeda. Selain itu, inteligensi juga menjadi faktor penting, karena individu dengan *self-esteem* tinggi cenderung memiliki prestasi akademik lebih baik, skor intelegensi yang lebih tinggi, serta aspirasi dan motivasi yang lebih besar dalam mencapai tujuan..

2.3 Hubungan antara Self Esteem dengan Fear of Missing Out (FoMO)

Fear of Missing Out (FoMO) merupakan bentuk kecemasan yang muncul ketika seseorang merasa takut tertinggal dari pengalaman menyenangkan yang dialami orang lain, terutama yang terlihat melalui media sosial. Individu yang mengalami FoMO cenderung merasa tidak nyaman dan terdorong untuk terus memantau aktivitas sosial orang lain secara online agar tidak merasa ketinggalan. Pada remaja, kondisi ini sering terjadi karena pada masa perkembangan tersebut, remaja sangat dipengaruhi oleh kebutuhan akan penerimaan sosial dan rasa memiliki terhadap kelompoknya. Ketika remaja melihat orang lain menikmati momen tertentu tanpa kehadiran mereka, muncul rasa tertinggal yang dapat memicu stres dan perasaan negatif terhadap diri sendiri.

FoMO yang terus-menerus dapat berdampak pada harga diri atau self-esteem. Self-esteem adalah penilaian individu terhadap dirinya sendiri, sejauh mana ia merasa berharga, mampu, dan layak untuk dihargai dan dicintai. Individu yang mengalami FoMO tinggi sering kali merasa hidupnya tidak cukup memuaskan dibandingkan orang lain, sehingga ia menjadi lebih mudah merasa rendah diri dan kehilangan kepercayaan terhadap dirinya sendiri. Ketergantungan terhadap validasi dari lingkungan sosial digital membuat individu kurang mampu mengembangkan rasa percaya diri yang sehat dari dalam dirinya sendiri. Maka dari itu, semakin tinggi tingkat FoMO yang dirasakan, semakin rentan seseorang mengalami penurunan self-esteem.

Hubungan antara FoMO dan self-esteem ini dapat dijelaskan melalui *Self-Determination Theory* oleh Deci & Ryan (2000), yang menyatakan bahwa manusia memiliki tiga kebutuhan dasar: keterhubungan (*relatedness*), kompetensi

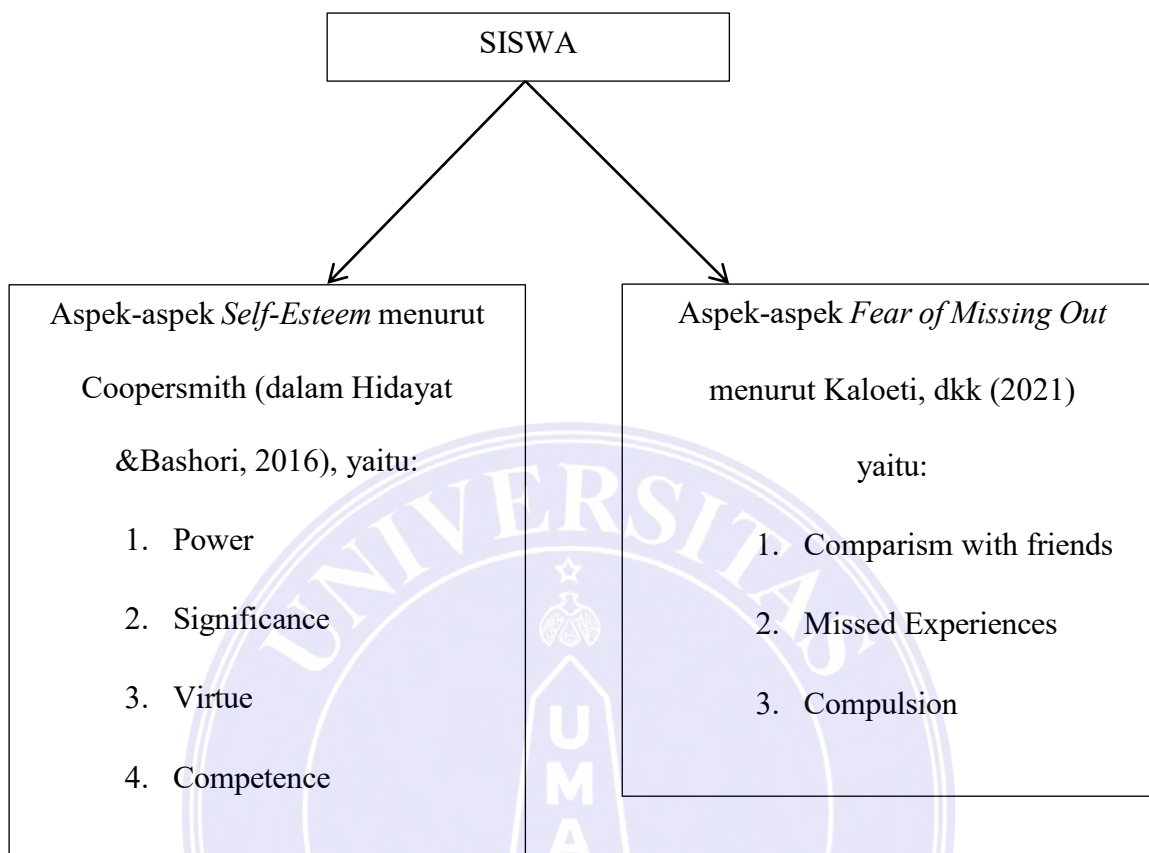
(*competence*), dan otonomi (*autonomy*). Ketika kebutuhan akan keterhubungan tidak terpenuhi akibat FoMO, seperti saat merasa tertinggal atau tidak dilibatkan dalam interaksi sosial maka hal tersebut dapat memicu perasaan tidak berdaya dan kurang bernilai, yang pada akhirnya menurunkan self-esteem. Individu yang merasa tidak cukup “terhubung” dengan lingkungannya, baik secara langsung maupun melalui media sosial, lebih mudah mengalami keraguan terhadap nilai dirinya. Penelitian yang dilakukan oleh Abel, Buff, dan Burr (2016) dalam jurnal berjudul *Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment* menunjukkan bahwa individu dengan tingkat FoMO yang tinggi memiliki tingkat self-esteem yang lebih rendah. Penelitian ini menegaskan bahwa FoMO dapat menjadi prediktor negatif terhadap self-esteem, karena individu yang sering merasa tertinggal lebih sering membandingkan dirinya dengan kehidupan orang lain yang tampak lebih menarik di media sosial. Semakin sering mereka membandingkan, semakin rendah penilaian terhadap diri sendiri yang mereka miliki. Penelitian oleh Pratama & Novianti (2021) berjudul Hubungan Fear of Missing Out (FoMO) dengan Self-Esteem pada Mahasiswa Pengguna Instagram di Universitas X juga menemukan hasil serupa. Dari penelitian yang melibatkan 200 mahasiswa aktif pengguna Instagram, ditemukan bahwa terdapat hubungan negatif antara FoMO dan self-esteem. Mahasiswa yang mengalami FoMO tinggi cenderung memiliki penilaian diri yang rendah, karena mereka merasa kehidupannya tidak semenarik orang lain di media sosial.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Khoerunisa Mubarrokah Kusumawardhani (2021) terhadap siswa kelas X di SMA Negeri 1 Garut juga mendukung temuan sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat

hubungan negatif yang signifikan antara self-esteem dan FoMO, dengan nilai korelasi sebesar $r = -0,136$ dan tingkat signifikansi $p = 0,004$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin rendah harga diri seseorang, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka mengalami FoMO. Remaja dengan self-esteem rendah lebih rentan mengalami rasa tidak aman secara sosial dan terdorong untuk mencari validasi melalui keterlibatan di media sosial, yang kemudian memicu FoMO. Penelitian lain oleh Amelia & Sari (2022) terhadap remaja pengguna media sosial di Jakarta juga menunjukkan korelasi negatif yang signifikan antara FoMO dan self-esteem ($r = -0,287$, $p < 0,01$). Semakin tinggi tingkat FoMO yang dirasakan remaja, semakin rendah self-esteem yang mereka miliki. Hal ini menunjukkan bahwa paparan media sosial yang berlebihan dan kebutuhan untuk terus terlibat dalam interaksi sosial digital dapat memberikan tekanan psikologis yang mengganggu penilaian positif individu terhadap dirinya sendiri.

Dengan demikian, berdasarkan teori dan temuan empiris, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif antara FoMO dan self-esteem. Individu, khususnya remaja, yang memiliki tingkat FoMO tinggi cenderung memiliki self-esteem rendah karena perasaan tertinggal, kurang keterlibatan sosial, dan perbandingan sosial yang terus-menerus membuat mereka merasa kurang berharga dan tidak cukup baik dibandingkan orang lain.

2.4 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di SMA Swasta SANTO THOMAS 4 Binjai yang terletak di Jl. Ikan Tenggiri No.21, Dataran Tinggi, Kec. Binjai Tim., Kota Binjai, Sumatera Utara 20351.

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Jan	Feb-Mar	Apr	Mei	Jun	Jul-agust	Sept	Nov
1	Riset Awal/Pengajuan Judul								
2	Penyusunan Proposal Penelitian								
3	Pengajuan Seminar Proposal Penelian								
4	Seminar Proposal								
5	Perbaikan/ ACC Proposal								
6	Penelitian								
7	Pengolahan Data								
8	Penyusunan bab 4 & 5								
9	Seminar Hasil								
10	Revisi & penyusunan skripsi								
11	Sidang								

3.2 Bahan dan Alat

3.2.1 Bahan

Bahan yang digunakan digunakan dalam penelitian ini yakni kuesioner *Fear of Missing Out* dan kuesioner *Self-Esteem* yang disebarakan kepada subjek penelitian yakni siswa SMA Swasta Santo Thomas 4 Binjai.

3.2.2 Alat

Menurut Sugiyono (2013) alat penelitian adalah instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam sebuah penelitian yang berbentuk seperti kuesioner, wawancara, tes atau observasi. Dalam penelitian ini alat yang digunakan adalah skala likert, yang dimana digolongkan untuk mengukur sikap seseorang. Adapun alat yang digunakan pada masa pelaksanaan penelitian yakni, surat penelitan, lembar *screening* berupa kuesioner, skala penelitian, laptop, pulpen, lembaran kuesioner *Fear of Missing Out* dan kuesioner *Self-Esteem*, microsoft word, SPSS Windows 23.00, serta Microsoft excell.

1. Kuesioner *Screening*

Adapun ciri-ciri yang menjadi acuan *screening* dalam penelitian ini adalah ciri-ciri berdasarkan *Fear of Missing Out* menurut Przybylski dkk. (2013) yaitu:

- 1) Dorongan kuat untuk tetap terhubung secara konstan
- 2) Kecenderungan untuk memantau aktivitas orang lain
- 3) Perasaan khawatir tertinggal pengalaman
- 4) Kebutuhan untuk memperoleh pengakuan dan validasi sosial
- 5) Pengaruh terhadap kesejahteraan psikologis

Jawaban kuisisioner *screening* kecemasan sosial:

1. YA
2. TIDAK

Interpretasi Skor:

1. 7-10 : Tinggi
2. 3-6 : Sedang
3. 0-2 : Rendah

3.3 Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada korelasional, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun teknik dalam pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode skala likert. Metode korelasional selanjutnya yaitu suatu metode yang digunakan untuk melihat hubungan antara kedua variable yang diteliti (Rukajat, 2018). Data penelitian ini berupa angka-angka dengan menggunakan analisis statistik.

3.4 Identifikasi Variabel Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dibahas, maka terdapat dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variabel Bebas (X) : *Self-Estem*
2. Variabel Terikat (Y) : *Fear of Missing Out (FOMO)*

3.5 Defenisi Operasional

A. *Self-Esteem*

Self-Esteem merupakan bentuk evaluasi yang dilakukan individu terhadap dirinya sendiri, yang kemudian tercermin dalam sikapnya terhadap kehidupan. Evaluasi ini mencakup penerimaan atau penolakan terhadap diri sendiri serta sejauh mana individu menyakini bahwa dirinya memiliki kemampuan, makna, keberhasilan, dan nilai berdasarkan standar serta penilaian pribadinya. *Self-esteem* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala *self-esteem* yang dibuat berdasarkan 4 aspek yang dikemukakan oleh yaitu Kekuasaan (*power*), Keberartian (*significance*), Kebajikan (*virtue*), dan Kemampuan (*competence*).

B. *Fear of Missing Out* (FoMO)

Fear of Missing Out (FoMO) merupakan kecemasan yang muncul ketika seseorang tidak mengetahui aktivitas atau pengalaman orang lain yang dianggap menarik. FOMO dalam penelitian ini diukur menggunakan skala FOMO yang dibuat berdasarkan 2 aspek yang dikemukakan Przybylski, dkk (2013), yaitu *relatedness*, *self*.

3.6 Subjek Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subjek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti (Sugiyono, 2018). Dalam hal ini populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subjek yang mempunyai kuantitas

dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh siswa SMA Santo Thomas 4 Binjai kelas X dan kelas XI, yang masing memiliki 2 (dua) kelas tiap angkatan dengan jumlah keseluruhan 137 siswa.

Tabel 3.2 Populasi Penelitian

Kelas	Jumlah
XI A	26
XI B	27
XII A	42
XII B	42

2. Sampel dan Teknik Sampling

Dalam penelitian kuantitatif, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nonprobability Sampling yaitu *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Teknik ini dipilih karena penelitian ini memiliki kriteria yaitu: berusia 15–18 tahun serta merupakan pengguna aktif Instagram. Penetapan kriteria tersebut dilakukan karena penelitian ini berfokus pada perilaku penggunaan Instagram, yang salah satunya dilihat dari durasi dan frekuensi penggunaan. Durasi menggambarkan berapa lama suatu aktivitas dilakukan, sedangkan frekuensi menunjukkan seberapa sering perilaku membuka Instagram terjadi, baik secara disengaja maupun tidak disengaja. Berdasarkan data,

pengguna media sosial di Indonesia rata-rata menghabiskan waktu selama 3 jam 17 menit per hari untuk mengakses media sosial termasuk instagram, yaitu lebih lama 1 jam 10 menit (Kemp, 2022).

Sampel dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel secara subjektif berdasarkan pertimbangan tertentu yang dianggap paling relevan dengan tujuan penelitian. Dalam hal ini, sampel dipilih karena dianggap memenuhi karakteristik yang sesuai dengan fokus penelitian, yaitu siswa SMA yang aktif menggunakan Instagram. Dengan teknik ini, peneliti melakukan proses *screening* terlebih dahulu untuk memastikan bahwa partisipan yang terpilih benar-benar sesuai dengan kriteria penelitian, seerti status sebagai siswa aktif di SMA, memiliki akun Instagram, dan aktif menggunakannya. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 53 orang, yang diperoleh dari hasil *screening* terhadap populasi yang ada di SMA Swasta Santo Thomas 4 Binjai.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data dalam penelitian ini adalah skala. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala psikologi yang berbentuk likert. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2018). Terdapat dua skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala *self-esteem* dengan *fear of missing out*.

A. Skala *Self-Esteem*

Self esteem dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala self esteem yang disusun melalui skala milik Putri Syawalli yaitu: (1) Kekuasaan, (2) Keberartian, (3) Kebajikan, dan (4) Kemampuan. dan sudah di modifikasi sesuai dengan kebutuhan penelitian, yang dimana skala tersebut disusun berlandaskan teori Coopersmith (dalam Hidayat & Bashori, 2016), Berikut merupakan spesifikasi *blue print* skala *self esteem*.

Tabel 3.3 *Spesifikasi Blue Print Skala Self-Esteem*

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
Kekuasaan	a. Mampu mengatur dan mengendalikan tingkah laku diri	1,10	3,12	4
	b. Mampu mengatur dan mengendalikan tingkah laku orang lain	5,6	24,36	4
Keberartian	c. Kepedulian dari orang lain	2,9	4,11	8
	d. Perhatian dari orang lain	13,14	15,28	4
	e. Afeksi (kasih sayang) dari orang lain	17,18	19,20	4
Kebajikan	f. Ketaatan mengikuti kode moral	21,22	7,23	4
	g. Memiliki etika hidup	25,26	16,27	4
	h. Memiliki prinsip-prinsip keagamaan	29,33	31,32	4
Kemampuan	i. Mampu memenuhi tuntutan prestasi	30,34	8,35	4
Total		18	18	36

B. Skala Fear of Missing Out

Fear of Missing Out dalam penelitian ini diukur menggunakan Fear of Missing Out Scale versi Indonesia yang divalidasi oleh Kaloeti, Kurnia, dan Tahamata (2021) dalam artikel *Validation and Psychometric Properties of the Indonesian Version of the Fear of Missing Out Scale in Adolescents*. Skala ini telah terbukti memiliki validitas dan reliabilitas yang baik pada responden remaja di Indonesia serta terdiri dari 10 item.

Tabel 3.4 Spesifikasi Blue Print Skala Fear of Missing Out

Aspek	Indikator	No.Item	Jumlah
Kebutuhan Psikologi Relatedness	a. Kecemasan ketika tidak mengetahui aktivitas teman	1,2,3,5	4
	b. Merasa ditinggalkan ketika melihat postingan teman	4	1
	c. Terus mengikuti update aktivitas teman di media sosial	6,8,10	3
Kebutuhan Psikologis Self	d. Merasa takut bahwa orang lain memiliki pengalaman hidup yang lebih menyenangkan	11,12	2
	e. Kebutuhan untuk membagikan aktivitas pribadi agar tidak	7,9	2

	dianggap tertinggal		
Total		12	12

Tabel 3.5. *Skor Aitem Skala Self-Esteem dan Fear of Missing Out*

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Metode uji yang dipakai di dalam penelitian ini yakni menggunakan uji normalitas. Hubungan antara *self-esteem* dan FOMO akan dianalisis menggunakan uji korelasi Pearson jika data berdistribusi normal yang menggunakan bantuan IBM SPSS. Jika tidak berdistribusi normal, maka digunakan uji korelasi Spearman. Kriteria yang digunakan yaitu apabila $P \text{ (sig)} > 0,05$ maka dinyatakan sebaran normal, sebaliknya sebaran tidak dinyatakan normal apabila $P \text{ (sig)} < 0,05$. Kriteria yang dipakai yaitu bila Kriteria : $P \text{ beda} > 0,05$ maka dinyatakan linear, begitupun sebaliknya apabila kriteria $P \text{ beda} < 0,05$ maka dinyatakan tidak linear.

3.8 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

1. Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti (Cooper

dan Schindler, 2006). Validitas mengacu pada kelayakan, kepentingan, dan kegunaan kesimpulan tertentu berdasarkan nilai tes yang relevan (Azwar, 2012). Dalam penelitian ini, uji validitas menggunakan teknik korelasi Product Moment Pearson antara skor setiap item dengan skor total.

Suatu tes dikatakan valid jika melakukan fungsi pengukuran atau memberikan hasil pengukuran yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud tujuan tes. Hasil validitas alat ukur didapatkan dengan menggunakan metode *ekspert judgement*, dimana validitas instrument penelitian diestimasi lewat pengujian untuk menimbang kelayakan atau relevansi isi tes melalui analisis rasional oleh panel yang berkompeten atau penilaian para ahli (Suryani & Hendryadi, 2015)

2. Reliabilitas

Reliabilitas dapat menghasilkan data yang reliable dan proses pengukurannya dapat di percaya (Azwar, 2012). Uji reliabilitas adalah uji ketetapan atau keajegan suatu alat dalam mengukur apa yang diukurnya. Artinya, kapan pun alat ukur tersebut digunakan akan memberikan hasil alat ukur yang sama (Riyanto & Hatmawan, 2020). Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik konsistensi internal (internal consistency) melalui koefisien Cronbach's Alpha.

3.9 Persiapan Pelaksanaan Penelitian

1. Persiapan Administrasi Penelitian

Tahap yang dilakukan terlebih dahulu sebelum pelaksanaan penelitian ini adalah mengurus perizinan kepada pihak sekolah. Peneliti terlebih dahulu akan mengajukan surat izin pra survey/penelitian dan surat izin penelitian di Fakultas

Psikologi, kemudian mendapatkan surat pengantar riset untuk diberikan kepada responden yang menjadi partisipan dalam penelitian ini.

Setelah mendapat izin, peneliti akan menghubungi siswa yang aktif menggunakan instagram sebagai subjek penelitian. Peneliti akan menjelaskan tujuan penelitian lalu memastikan bahwa partisipan bersedia untuk berpartisipasi secara sukarela. Setelah seluruh administrasi dan persetujuan didapatkan, penelitian dapat dilaksanakan sesuai dengan prosedur yang telah dirancang.

2. Persiapan Alat Ukur Penelitian

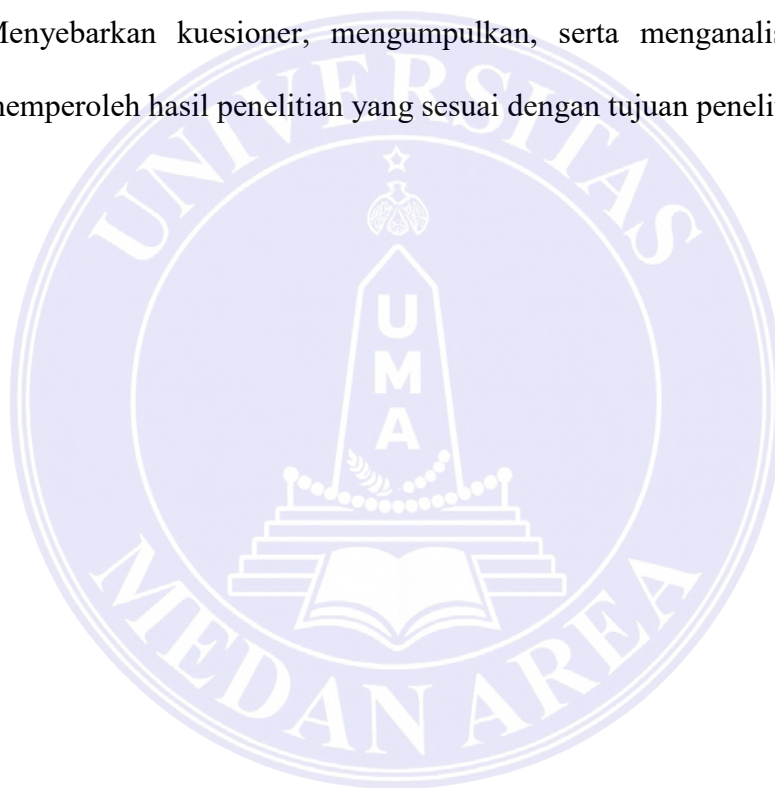
Setelah melaksanakan persiapan administrasi, peneliti juga melakukan persiapan alat ukur penelitian agar dapat mempermudah proses pengumpulan data data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun skala yang digunakan adalah skala *Self-Esteem* dan Skala *Fear of Missing Out*. Sebelum penelitian dimulai, penulis menghubungi pemilik skala untuk memperoleh izin penggunaan skala.

3. 10 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian yang dilakukan dengan beberapa tahap sebagai berikut:

1. Menentukan topik dan variabel penelitian, yaitu hubungan antara *self-esteem* dan FOMO pada mahasiswa aktif di Instagram.
2. Merumuskan masalah dan hipotesis untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kedua variabel tersebut.
3. Melakukan studi literature guna mencari teori dan penelitian terdahulu yang mendukung penelitian serta memperkuat landasan teori.
4. Menentukan metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif korelasional serta teknik analisis yang sesuai.

5. Menentukan populasi dan sampel, kemudian memilih teknik pengambilan sampel yang tepat.
6. Melakukan *screening* responden untuk memastikan bahwa partisipan memenuhi kriteria penelitian, yaitu mahasiswa aktif di Instagram.
7. Menyusun dan menguji instrument penelitian untuk memastikan validitas dan reliabilitas dan reliabilitasnya sebelum digunakan dalam pengambilan data.
8. Menyebarkan kuesioner, mengumpulkan, serta menganalisis data guna memperoleh hasil penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara self-esteem dengan Fear of Missing Out (FOMO) pada siswa SMA Swasta Santo Thomas 4 Binjai pengguna aktif Instagram. Artinya, semakin tinggi self-esteem yang dimiliki siswa, maka semakin rendah kecenderungan mereka mengalami FoMO, dan sebaliknya. Hasil analisis menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar $r = -0,783$ dengan signifikansi $p = 0,000$ yang berarti hubungan antara kedua variabel kuat dan signifikan. *Self-esteem* juga memberikan kontribusi sebesar 61,3% terhadap FOMO.

5.2 SARAN

1. Untuk Siswa

Diharapkan para siswa mampu menggunakan media sosial secara lebih bijak dan bertanggung jawab. Penggunaan Instagram sebaiknya tidak semata-mata dijadikan sebagai sarana untuk memperoleh pengakuan sosial, tetapi juga sebagai media untuk mengembangkan potensi diri dan memperluas wawasan positif. Siswa perlu menyadari bahwa tidak semua hal yang ditampilkan di media sosial mencerminkan realitas yang sebenarnya, sehingga membandingkan diri secara berlebihan hanya akan menimbulkan perasaan cemas dan ketidakpuasan diri. Selain itu, siswa disarankan untuk menyeimbangkan waktu antara aktivitas daring dan interaksi sosial secara langsung agar kesejahteraan psikologis tetap terjaga.

2. Bagi Guru dan Pihak Sekolah

Sekolah diharapkan dapat memberikan edukasi mengenai literasi digital dan kesehatan mental, khususnya terkait dampak penggunaan media sosial terhadap kesejahteraan psikologis remaja. Guru bimbingan dan konseling (BK) dapat berperan aktif dalam memberikan pendampingan psikologis serta mengadakan kegiatan seperti seminar atau pelatihan mengenai pengelolaan diri di era digital. Melalui pendekatan tersebut, diharapkan siswa mampu memahami batas sehat dalam menggunakan media sosial serta membangun *self-esteem* yang positif tanpa ketergantungan pada validasi dari dunia maya.

3. Bagi Orang Tua

Orang tua diharapkan dapat menjadi figur pendamping yang aktif dalam kehidupan anak, terutama dalam hal penggunaan teknologi dan media sosial. Orang tua perlu membangun komunikasi terbuka dan hangat agar anak merasa diterima tanpa harus mencari pengakuan dari lingkungan digital. Dukungan emosional dari keluarga dapat memperkuat *self-esteem* anak dan membantu mereka mengelola kecemasan sosial akibat tekanan media sosial.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk meneliti lebih dalam faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi FOMO, seperti durasi penggunaan media sosial, hubungan teman sebaya, atau keterampilan regulasi emosi. Peneliti juga dapat menggunakan metode campuran (kuantitatif dan kualitatif) agar hasil penelitian lebih komprehensif dan dapat diaplikasikan langsung dalam program intervensi di sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). *Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment*. Journal of Business & Economics Research (JBER), 14(1), 33-44. <https://doi.org/10.19030/jber.v14i1.9554>
- Al-Menayes, J. J. (2016). *The Fear of Missing out Scale: Validation of the Arabic Version and Correlation with Social Media Addiction*. International Journal of Applied Psychology, 6(2), 41-46. <https://doi.org/10.5923/j.ijap.20160602.04>
- Alwisol, 2009. *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM Press.
- Alt, D. (2018). *Students' Wellbeing, Fear of Missing out, and Social Media Engagement for Leisure in Higher Education Learning Environments*. Current Psychology, 37(1), 128-138. <https://link.springer.com/article/10.1007/s12144-016-9496-1>
- Amania, N., Rini, A. P., & Pratitis, N. (2023). Correlation of Instagram usage intensity, fear of missing out, and subjective well-being among university students. Psikologia: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi, 18(2), 105-112.
- Aylusi, D. S. (2016). *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Azka, Fatih, dkk. (2018). *Kecemasan Sosial dan Ketergantungan Media Sosial pada Mahasiswa*. PSYMPATHIC: Jurnal Ilmiah Psikologi Volume 5, Nomor 2, 2018: 201-210. <https://doi.org/10.15575/psy.v5i2.3315>
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustakan Belajar
- Astono, R. (2021). *Seni Menulis untuk Menjual*. Jakarta: Gaptex Indo Media.
- Barry, C. T., Sidoti, C. L., Briggs, S. M., Reiter, S. R., & Lindsey, R. A. (2017). Adolescent social media use and mental health from adolescent and parent perspectives. Journal of Adolescence, 61, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2017.08.005>

- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69–72. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Francisco & London: W. H. Freeman and Company.
- Engel, D. J. (2021). *Model Logo Konseling untuk Memperbaiki Low Spiritual Self-Esteem*. Yogyakarta: Kanisius.
- Farida, H., Warni, W. E., & Arya, L. (2021). *Self-esteem dan kepuasan hidup dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada remaja*. Jurnal Psikologi Poseidon, 4(1), 60-68. <https://journal-psikologi.hangtuah.ac.id/>
- Franchina, V., Vanden Abeele, M., van Rooij, A. J., Lo Coco, G., & De Marez, L. (2018). Fear of missing out as a predictor of problematic social media use and phubbing behavior among Flemish adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(10), 2319. <https://doi.org/10.3390/ijerph15102319>
- Ghufron, N. M. & Risnawita, R. (2016). *Teori-teori psikologi*. Jogjakarta: ArRuzz Media.
- Hidayat, K. & Bashor, K. (2016). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- J.W.T. Intelligence. (2012). *Fear of Missing Out (FOMO)*. Diunduh dari www.jwtintelligence.com/wp-content/uploads/2012/03/F_JWT_FOMOUupdate_3.21.12.pdf.
- Kaloetti, dkk. (2021). *Validation and psychometric properties of the Indonesian version of the Fear of Missing Out Scale in adolescents*. Journal Psicologia: Reflexão e Crítica, vol 34(15), 1-11
- Kemp, S. (2022a, Februari). Digital 2022: *Global Overview Report—DataReportal* — Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>
- Khoerunisa, M. K. (2021). *Hubungan antara Self-Esteem dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Remaja*. Universitas Negeri Garut.
- Li, X., Liang, M., Chen, Q., & Xie, J. (2022). *Peer support and fear of missing out among adolescents: The mediating role of social anxiety*. *Current Psychology*, 41(9), 6431–6440. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-01138-7>

- Lubis, L. N. (2009). *Depresi: Tinjauan Psikologi*. Jakarta: Kencana.
- Muhith, A. (2015). *Pendidikan Keperawatan Jiwa*. Yogyakarta: Andi.
- Nesi, J., Tezler, H. E &Prinstein, J. M. (2022). *Adolescent Digital Media Use Mental Health*. The United kingdom: Cambride University Press.
- 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).
- Putra, Y. A. F. (2015). *Hubungan antara Self esteem dengan Kepercayaan Diri pada Pengendara Motor Ninja dan Motor Vespa*. Publikasi Ilmiah.
- 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>
- Puteri, A. A., Zein, A. E., Nugraha, E. A., & Faradilla, I. (2023). *FOMO (Fear Of Missing Out) pengguna Instagram berdasarkan jenis kelamin dan alasan membuka Instagram*. Dalam *Psychological Security Dalam Dinamika Kehidupan Mahasiswa* (hlm. 353). Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- McGinnis, P. J. (2020). *FOMO handbook*.
- Muzhar, Wildah, M. (2024). *Studi Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Fear Of Missing Out (Fomo) pada Pemain Tiktok di SMK Swasta Sahata Pematangsiantar*. Universitas Medan Area
- Mahfuzah, A. A. (2025). *Hubungan Self-Esteem dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Siswa SMA Negeri 1 Muntilan*. Universitas Sebelas Maret.
- Milyavskaya, M., Saffran, M., Hope, N., & Koestner, R. (2018). *Fear of missing out: Prevalence, dynamics, and consequences of experiencing FOMO. Motivation and Emotion*, 42, 725–737. <https://doi.org/10.1007/s11031-018-9683-5>
- Rukajat, A (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- 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.

Sladek, S., & Grabinger, A. (2014). Gen Z. Introducing the first Generation of the 21st Century Available at.

Susanto, A. (2018). *Bimbingan dan Konseling di Sekolah: Konsep, Teori, dan Aplikasinya*. Jakarta: Kencana.

Sugiyono, (2018), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Triani, C. I., & Ramdhani, N. (2017). *Hubungan Kebutuhan Berelasi dan Fear of Missing Out dengan Harga Diri sebagai Variabel Moderator*. Universitas Gadjah Mada.

Tombeng, E. M., & Yuwono, E. S. (2023). *Keterkaitan self-esteem dengan fear of missing out (FoMO) pada JMS youth yang menggunakan media sosial*. Jurnal Pendidikan dan Konseling, 5(2), <https://journal.universitaspahlawan.ac.id>.

Widiyanti, Gushveinalti, & Perdana, D. D. (n.d.). *Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) pada Generasi Z Pengguna Media Sosial Instagram*. Jurnal Ilmu Komunikasi.

Wibaningrum, G., & Aurellia, C. D. (2020). *Fear of Missing Out Scale Indonesian Version: An Internal Structure Analysis*. Jurnal Pengukuran Psikologi dan Pendidikan Indonesia, 9(2), 75–82.

Yaputri, M. S., Dimyati, D., & Herdiansyah, H. (2022). *The correlation between Fear of Missing Out (FoMO) phenomenon and consumptive behaviour in millennials*. Eligible, 1(2), 116–125.

Yong & Wijaya. (2023). *Hubungan self-esteem dan fear of missing out out (FoMO) pada pengguna Instagram*. Jurnal Psikologi Vol.3, No.1. Jakarta. <https://doi.org/10.26499/multilingual.v3i1.118>



Lampiran 1 Lembar Informasi dan Persetujuan

Perkenalkan nama saya Indah Natalia Dakhi mahasiswi dari Universitas Medan Area Fakultas Psikologi yang sedang melakukan penelitian mengenai “FOMO pada pengguna media sosial”. Penelitian ini dilakukan sebagai bagian dari penyusunan skripsi untuk memenuhi syarat dalam penyelesaian studi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Saya berharap saudara/saudari bersedia untuk menjadi responden dalam penelitian ini dengan melakukan pengisian kuesioner yang telah disediakan secara jujur dan sesuai dengan kondisi diri. Peneliti akan sepenuhnya menjaga kerahasiaan identitas saudara/saudari dan hanya akan digunakan untuk kepentingan akademik. Keikutsertaan saudara/saudari dalam penelitian ini bersifat sukarela dan tanpa paksaan dan jika tidak berkenan dapat menolak atau mengundurkan diri kapan saja tanpa konsekuensi apapun.

Dengan menandatangani formulir ini, saya menyatakan bahwa:

1. Saya telah membaca dan memahami penjelasan tentang penelitian ini.
2. Saya bersedia berpartisipasi dalam secara sukarela dalam penelitian ini.
3. Saya mengetahui bahwa saya dapat berhenti kapan saja tanpa ada konsekuensi apapun
4. Saya menyetujui bahwa data yang akan saya berikan boleh untuk tujuan akademik.

Nama :

Tanda tangan:

Lampiran 2 Screening *Fear of Missing Out*

Biodata

Nama :

Usia :

Kelas :

Pendidikan terakhir :

Lama menggunakan Instagram:

Frekuensi bermain Instagram :

Petunjuk Pengisian:

1. Bacalah terlebih dahulu pernyataan dibawah ini sebelum anda memberi jawaban.
2. Mohon dengan hormat bantuan dan kesediaan anda untuk menjawab seluruh pertanyaan yang disediakan.
3. Anda diminta menjawab pernyataan sesuai dengan kondisi yang kamu alami.
4. Berikan tanda checklist (✓) pada setiap jawaban yang menurut anda paling sesuai pada kolom yang disediakan.

No	Pernyataan	YA	TIDAK
1	Saya cenderung memeriksa pesan, notifikasi, unggahan terbaru berulang kali setiap hari.		
2	Saya tidak ingin ketinggalan informasi/momen penting yang terjadi di lingkungan sosial.		
3	Saya tidak ingin ketinggalan untuk mengetahui aktivitas sosial orang lain.		
4	Saya tidak ingin ketinggalan untuk mengetahui aktivitas sosial orang lain.		
5	Saya sering merasakan kecemasan/ketidakenyamanan jika orang lain bersenang-senang tanpa diri saya.		
6	Saya akan kurang dihargai, takut dikucilkan, merasa tidak dianggap penting oleh teman-teman jika tidak diajak oleh teman-teman.		
7	Saya akan terus berjuang untuk menunjukkan		

	keterlibatan dalam aktivitas sosial melalui unggahan media sosial.		
8	Saya akan menampilkan diri untuk bisa memperoleh pengakuan dan validasi dari orang lain sehingga saya selalu berharap komentar atau bentuk apresiasi lain.		
9	Saya akan sangat marah dan berpikir negatif apabila teman-teman menghindar dari saya.		
10	Jika saya tidak lebih hebat dari orang lain, saya merasa tidak puas dalam hidup ini.		



Lampiran 3 Skala Fear Of Missing Out (FOMO)

Nama :

Sekolah di :

Kelas :

Jenis Kelamin :

Hari/Tanggal :

Petunjuk Pengisian :

1. Silakan baca setiap pernyataan dengan saksama, lalu pilih jawaban yang paling sesuai dengan pengalaman atau kebiasaan Anda dalam menggunakan media sosia Instagram.

2. Gunakan skala berikut untuk menjawab:

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

N = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

3. Berilah tanda (✓) pada kolom yang sesuai dengan pendapat Anda untuk setiap pernyataan.

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa terganggu ketika melewati kesempatan untuk berkumpul dengan teman.					
2	Saya merasa khawatir ketika mengetahui teman-teman saya bersenang-senang tanpa saya.					
3	Saya merasa cemas ketika saya tidak tahu apa yang sedang dilakukan teman-teman saya.					
4	Saya merasa kesal ketika melihat teman saya berlibur dan mengunggah foto di media sosial Instagram, sedangkan saya tidak diajak/diundang.					

5	Ketika saya melewatkan acara yang direncanakan, saya merasa terganggu.					
6	Saat saya sedang liburan, saya tetap memantau apa yang dilakukan teman-teman saya					
7	Saat saya membeli barang-barang yang sedang viral, saya akan mengunggah foto tersebut					
8	Saya selalu mengecek media sosial teman-teman saya ketika mereka sedang berlibur					
9	Saat saya bersenang-senang, penting bagi saya untuk membagikan detailnya secara online (memperbaharui status)					
10	Terkadang saya bertanya-tanya apakah saya menghabiskan terlalu banyak waktu untuk mengikuti apa yang sedang terjadi					
11	Saya takut orang lain memiliki pengalaman yang lebih menyenangkan daripada saya					
12	Saya merasa tidak senang ketika teman saya bercerita tentang pengalaman hidup mereka yang berharga.					

Lampiran 4 Skala Self-Esteem

Nama :

Kelas :

Jenis Kelamin :

Hari/Tanggal :

Dibawah ini ada sejumlah hal yang kemungkinan berhubungan dengan kondisi saudara. Berilah tanda centang (✓) pada kolom yang menunjukkan kesesuaian diri saudara dengan masing-masing pernyataan dibawah ini.

SS : Sangat sesuai

S : Sesuai

TS : Tidak sesuai

STS : Sangat tidak setuju

Tidak ada jawaban benar atau salah, jawaban yang terdapat adalah sangat sesuai, sesuai, kurang sesuai, tidak sesuai dan sangat tidak sesuai dengan kondisi diri anda. Jawablah dengan sejujurjujurnya sesuai dengan kondisi anda, bukan jawaban yang menurut anda baik tetapi sesuai dengan kondisi anda. Jawaban anda bersifat pribadi dan tidak mempengaruhi nilai akhir saudara.

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya mampu mengatur hal-hal apa saja yang akan saya unggah di Instagram				
2	Teman-teman saya tetap mau bergaul dengan saya meski saya kurang aktif di Instagram				
3	Saya tidak mampu menahan diri untuk membagikan kegiatan saya agar semua teman di Instagram mengetahuinya				
4	Saat saya jarang memperbarui unggahan (<i>update</i>) di Instagram, saya khawatir teman-teman akan menjahui saya.				
5	Saya tidak mau mengunggah konten negatif di Instagram agar orang lain tidak memberikan komentar negatif tentang saya di Instagram				

6	Saya akan menegur secara langsung apabila ada yang berkomentar negatif tentang saya di Instagram				
7	Saya rela mengikuti akun teman-teman meski merasa tidak nyaman hanya agar diterima oleh mereka.				
8	Saya hanya mengunggah hal-hal yang saya anggap perlu di Instagram.				
9	Menurut saya teman-teman hanya akan memperhatikan saya apabila saya populer di Instagram.				
10	Instagram merupakan tempat untuk menunjukkan popularitas dan eksistensi diri.				
11	Teman-teman lama yang jarang bertemu sering kali menanyakan kabar saya melalui Instagram.				
12	Konten atau foto yang saya unggah di Instagram selalu saya harap mendapat tanggapan baik dari orang lain.				
13	Saya selalu berusaha menyaingi teman-teman saya di Instagram agar menjadi pusat perhatian.				
14	Saya suka membalas komentar buruk orang lain dengan kasar di Instagram apabila saya merasa terganggu.				
15	Saya sering tidak diajak berkumpul bersama teman-teman karena saya tidak bergaya seperti mereka di Instagram.				
16	Saya tidak mampu menahan diri untuk tidak membuka Instagram seharian.				
17	Menurut saya banyak teman yang mendukung saya untuk membagikan hal positif di Instagram.				
18	Saya merasa disisihkan oleh teman-teman karena aktivitas saya di Instagram.				
19	Saya tidak suka mengikuti tren di Instagram yang bertentangan dengan nilai moral atau agama saya.				
20	Saya tidak suka melakukan hal-hal yang dapat merugikan saya hanya demi popularitas di Instagram.				
21	Saya mengikuti tren unggahan di Instagram demi mendapatkan popularitas.				
22	Saya tidak segan membenci orang-orang yang mengatakan saya jarang				

	update di Instagram.				
23	Teman-teman tidak pernah melupakan saya sehingga saya merasa disayangi melalui interaksi di Instagram.				
24	Teman-teman selalu mengajak saya ke berbagai kegiatan setelah melihat aktivitas saya di Instagram.				
25	Saya tidak mau mengikuti kegiatan yang tidak sesuai dengan kepribadian saya hanya demi konten Instagram.				
26	Saya tidak mau melakukan hal yang membuat saya tidak nyaman hanya untuk diunggah di Instagram.				
27	Saya populer di Instagram meski saya tidak nyaman dengan hal itu.				
28	Untuk mendapat perhatian orang lain di Instagram, saya rela tidak menjadi diri sendiri.				
29	Saya selalu berusaha mengunggah konten positif di Instagram yang tidak menyinggung agama mana pun.				
30	Saya sering membuka Instagram karena di sana saya menemukan informasi tentang lomba atau hal-hal yang saya minati.				
31	Saya suka mengenakan pakaian atau mengikuti tren gaya di Instagram meski tidak sesuai dengan ajaran agama saya.				
32	Saya mau mengikuti tren di Instagram meski hal itu menyudutkan agama saya.				
33	Saya bergaul dengan orang yang mampu membawa saya ke jalan positif sesuai anjuran agama meski interaksi itu dilakukan lewat Instagram.				
34	Banyak kegiatan positif di Instagram yang saya ikuti sehingga membuat saya semakin produktif.				
35	Saya menjadikan Instagram sebagai sarana hiburan.				
36	Saya khawatir orang-orang akan menganggap saya ketinggalan zaman jika jarang menggunakan Instagram.				

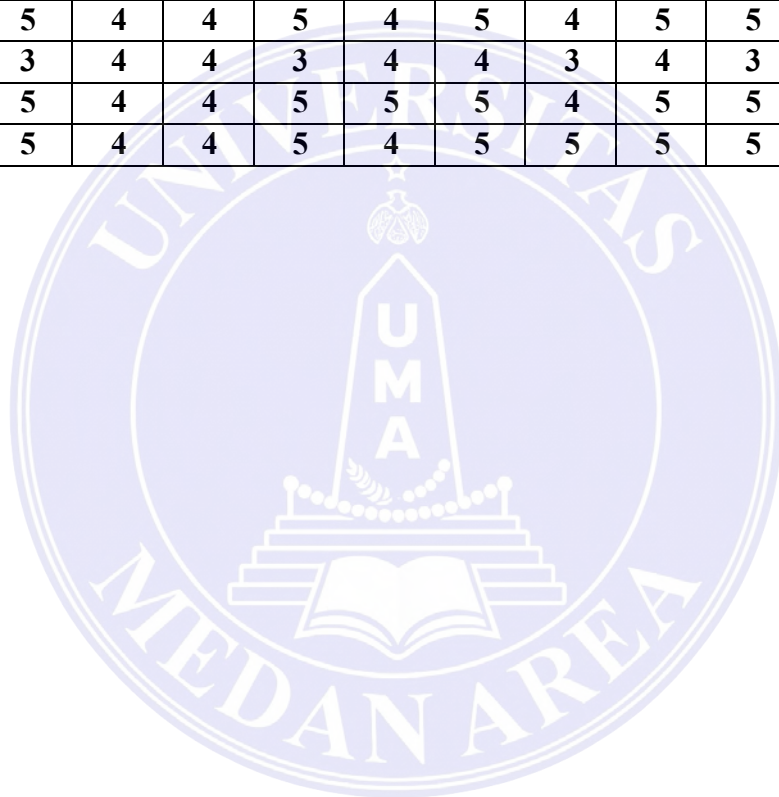
Lampiran 5

TABULASI DATA

Fear of Missing Out

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3
4	4	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4
3	2	2	3	3	3	4	4	5	4	3	2
5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
3	4	3	3	4	2	3	4	4	5	3	2
4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5
3	4	3	3	4	2	3	4	4	5	3	2
5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	3
5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3
4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4
3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	2
4	5	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4
4	5	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4
5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3
3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	3	2
5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4
3	4	3	3	4	2	3	4	4	5	3	2
5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	2
5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	2
3	4	3	3	4	2	3	4	4	5	3	2
3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	2
3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3
5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4
5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4
5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4
3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3
3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3
3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3
5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4
3	4	3	3	4	2	3	4	4	5	3	2
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5
5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	3
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3
5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4

3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3
3	4	3	4	2	3	4	4	5	3	2	2
5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4
3	4	3	4	2	3	4	4	5	3	3	2
5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3
5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3
5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4
5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4
5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4
3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3
5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4
5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3



Self-Esteem

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	
4	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	1	1	4	2	3	4	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	2	3	
4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	2	1	4	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	1	3	1	3	2	
3	3	2	2	1	3	4	2	1	1	2	2	1	1	4	4	3	1	3	2	1	1	2	2	1	1	4	4	3	3	4	4	1	3	3	4	
4	3	2	4	4	3	3	2	2	2	2	2	1	1	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	
3	3	4	3	3	3	3	2	1	3	2	1	2	2	1	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	
4	4	3	2	4	2	3	3	3	4	4	4	2	2	2	4	2	4	3	3	2	2	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	2	4	4	
3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	
4	4	3	2	4	2	3	3	3	4	4	4	2	1	2	4	2	4	3	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	3	2	4	2	
4	3	3	4	3	2	4	2	1	2	2	2	1	1	4	3	3	1	2	1	1	2	2	4	4	4	4	4	3	2	4	4	3	3	1	4	
4	4	3	2	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	2	2	2	4	2	4	2	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	
4	3	3	4	4	4	3	1	2	2	1	3	1	1	4	2	4	1	1	4	2	4	1	3	4	4	3	4	4	4	4	1	4	4	1	4	
4	3	3	3	4	2	3	1	1	3	1	2	1	4	4	2	3	1	2	1	2	1	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	1	4	
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	1	3	2	2	2	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	
4	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	1	1	4	2	3	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4
3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	
4	3	3	3	3	3	2	1	2	3	2	2	2	1	3	3	3	2	2	1	2	1	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
4	4	4	4	5	3	4	1	1	3	2	2	1	1	3	2	3	1	1	1	1	1	2	2	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	2	4	
4	4	4	3	4	4	2	1	1	2	2	1	3	4	4	1	2	1	1	1	3	4	2	1	4	4	1	1	4	4	4	4	1	3	4	4	
4	4	3	2	4	2	3	3	3	4	4	4	4	2	1	2	4	2	4	3	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2	3	2	4	4	
3	4	4	4	4	4	4	1	1	4	1	1	1	3	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	1	2	4	4	4	1	2	

3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3			
3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3		
3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2		
3	3	3	3	3	3	2	3	1	3	2	2	2	1	3	2	3	2	2	1	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	
3	4	4	4	1	4	4	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	4	1	1	4	4	1	1	4	4	1	1	4	4	1	1	
4	4	4	4	1	4	2	1	3	3	2	1	1	1	2	1	1	4	4	1	1	2	3	3	4	4	2	2	4	3	1	4	4	4	2	4	
4	4	4	4	4	4	1	1	3	2	1	4	4	1	4	1	1	1	2	4	1	1	4	3	4	4	1	4	1	4	1	1	4	2	1	3	
3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	1	2	1	4	1	3	2	2	2	2	3	2	2	3	1	4	4	3	3	4	4	3	3	2	2	
3	3	2	4	3	3	4	1	2	2	1	1	2	1	4	2	3	1	1	2	2	3	2	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	4	
3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	1	2	
4	3	1	4	3	3	3	1	2	4	1	1	1	1	4	1	4	1	1	1	2	1	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	
3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	
3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	
3	3	3	2	2	3	2	1	3	2	1	3	4	2	1	1	4	4	1	1	4	4	2	3	1	1	3	2	3	3	1	3	3	4	2	4	
4	4	2	3	4	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	1	4	2	1	1	2	4	2	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	1	3	
3	3	3	3	2	3	4	2	2	2	2	2	2	1	4	3	2	4	2	1	3	4	2	2	4	4	3	4	2	1	4	4	4	4	2	2	
3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	
3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	1	4	
3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	3	2	4	4	2	3	3	4	3	3	2	3	1	2	
3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	1	2	2	2	1	4	4	2	3	1	2	2	2	2	4	4	3	4	4	1	4	4	4	4	2	3	
3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	4	1	1	
3	3	3	2	2	3	1	2	3	3	3	4	3	3	1	2	2	1	1	1	3	2	1	3	1	4	2	3	1	4	2	3	4	3	1	1	
4	3	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	3	2	3	1	3	2	1	2	2	4	2	2	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3	1	3	
4	4	3	2	3	4	2	3	3	3	4	4	4	2	2	4	2	4	3	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2	3	2	4	4	4	
3	3	2	3	4	3	3	1	3	3	2	2	2	1	3	1	3	2	1	1	1	1	1	2	2	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	1	3

4	4	2	1	2	3	1	2	2	3	1	1	3	3	3	1	3	4	2	1	3	3	4	2	2	4	1	2	4	2	3	1	3	4	3	1
3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2
2	4	3	3	1	4	2	2	1	2	2	1	3	2	4	4	3	2	2	2	2	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4
3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	1	2	1	3	2	4	2	3	4	2	2	2	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	3	2	3
3	3	3	4	3	2	3	2	1	1	2	3	1	1	4	3	2	1	1	1	1	2	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	1	4
4	3	3	4	4	3	4	1	2	3	3	2	1	2	3	2	3	1	1	1	1	2	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	1	4
4	4	3	3	4	4	3	1	2	2	1	3	2	2	3	3	4	2	1	1	2	2	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	1	3



Lampiran 6

Reliability

Scale: self esteem

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	53	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	53	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	36

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
SE1	3.42	.535	53
SE2	3.32	.510	53
SE3	2.94	.633	53
SE4	2.96	.759	53
SE5	3.08	.917	53
SE6	2.94	.663	53
SE7	2.89	.751	53
SE8	1.85	.690	53
SE9	2.15	.770	53
SE10	2.79	.743	53
SE11	2.13	.856	53
SE12	2.19	.900	53
SE13	2.06	.908	53
SE14	1.87	.878	53
SE15	2.94	.949	53
SE16	2.32	.976	53

SE17	2.85	.794	53
SE18	2.15	1.008	53
SE19	2.53	3.129	53
SE20	1.75	.830	53
SE21	2.11	.776	53
SE22	2.34	.939	53
SE23	2.42	.819	53
SE24	2.45	.695	53
SE25	3.11	.934	53
SE26	3.25	.897	53
SE27	2.91	.791	53
SE28	3.26	.788	53
SE29	3.28	.744	53
SE30	3.13	.833	53
SE31	3.08	.958	53
SE32	3.23	.954	53
SE33	3.15	.770	53
SE34	3.26	.711	53
SE35	2.02	.990	53
SE36	2.96	.960	53

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SE1	93.68	83.453	.402	.817
SE2	93.77	83.871	.378	.819
SE3	94.15	87.438	-.015	.837
SE4	94.13	90.463	-.234	.852
SE5	94.02	81.134	.345	.812
SE6	94.15	88.938	-.137	.844
SE7	94.21	87.937	-.059	.841
SE8	95.25	82.996	.333	.817
SE9	94.94	83.362	.364	.820
SE10	94.30	83.292	.382	.819
SE11	94.96	79.037	.519	.800
SE12	94.91	80.779	.376	.810
SE13	95.04	82.114	.387	.817
SE14	95.23	86.563	.320	.837
SE15	94.15	91.208	-.245	.859

SE16	94.77	83.332	.390	.824
SE17	94.25	86.266	.352	.834
SE18	94.94	84.401	.321	.830
SE19	94.57	61.097	.343	.826
SE20	95.34	82.613	.389	.818
SE21	94.98	85.288	.324	.829
SE22	94.75	86.343	.325	.838
SE23	94.68	80.222	.362	.805
SE24	94.64	83.619	.380	.820
SE25	93.98	84.173	.353	.827
SE26	93.85	84.515	.342	.828
SE27	94.19	83.656	.334	.822
SE28	93.83	82.528	.315	.816
SE29	93.81	82.694	.327	.816
SE30	93.96	84.229	.379	.826
SE31	94.02	82.365	.352	.819
SE32	93.87	86.194	.332	.837
SE33	93.94	88.016	.065	.842
SE34	93.83	89.798	.396	.848
SE35	95.08	77.879	.504	.896
SE36	94.13	82.501	.343	.820

$$36 - 6 = 30 \times 4 + 30 \times 1 / 2 = 75$$

Reliability

Scale: fomo

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	53	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	53	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.937	12

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
FM1	4.26	.923	53
FM2	4.38	.740	53
FM3	4.02	.796	53
FM4	4.17	.672	53
FM5	4.47	.823	53
FM6	3.60	.793	53
FM7	4.43	.747	53
FM8	4.19	.709	53
FM9	4.53	.575	53
FM10	4.58	.633	53
FM11	3.98	.820	53
FM12	3.32	.956	53

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
FM1	45.68	39.261	.939	.923
FM2	45.57	43.789	.678	.934
FM3	45.92	42.687	.736	.932
FM4	45.77	44.294	.697	.933
FM5	45.47	41.485	.832	.928
FM6	46.34	42.036	.809	.929
FM7	45.51	42.524	.810	.929
FM8	45.75	45.189	.555	.938
FM9	45.42	47.094	.450	.940
FM10	45.36	45.811	.556	.937
FM11	45.96	41.460	.837	.928
FM12	46.62	41.316	.712	.933

$$12 \times 5 + 12 \times 1 / 2 = 36$$

Lampiran 7

UJI NORMALITAS DAN UJI LINEARITAS

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		fomo	self esteem
N		53	53
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	40.94	70.26
	Std. Deviation	3.140	3.929
Most Extreme Differences	Absolute	.288	.241
	Positive	.216	.241
	Negative	-.288	-.157
Test Statistic		.288	.241
Asymp. Sig. (2-tailed)		.412	.221

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Means

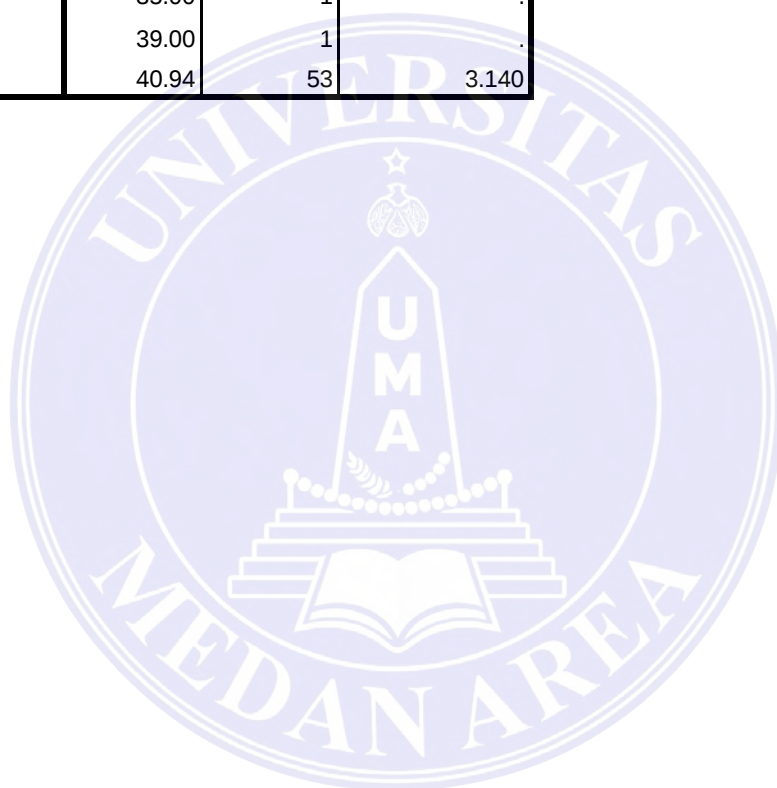
Case Processing Summary						
	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
fomo * self esteem	53	100.0%	0	0.0%	53	100.0%

Report

fomo

self esteem	Mean	N	Std. Deviation
56	46.00	1	.
70	45.00	2	2.828
71	44.00	1	.
72	30.50	2	.707
73	48.50	2	2.607
74	48.00	6	2.694
75	43.00	6	3.693
76	41.00	4	3.789
77	31.75	4	2.274

78	44.67	3	3.963
79	31.67	6	3.257
80	49.00	1	.
81	48.33	3	2.963
82	30.25	4	3.136
83	45.00	1	.
84	44.00	1	.
87	46.00	1	.
99	30.00	1	.
100	30.00	1	.
101	34.00	1	.
103	35.00	1	.
122	39.00	1	.
Total	40.94	53	3.140



Lampiran 8

UJI ANALISIS KORELASI R PRODUCT MOMENT

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
fomo * self esteem	Between Groups	(Combined)	931.664	21	44.365	.800	.000
		Linearity	18.171	1	18.171	.328	.000
		Deviation from Linearity	913.492	20	45.675	.824	.154
	Within Groups		1719.167	31	55.457		
Total			2650.830	52			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
fomo * self esteem	-.783	.613	.593	.351

Correlations

		body image	gangguan makan
fomo	Pearson Correlation	1	-.783**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	53	53
Self esteem	Pearson Correlation	-.783**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	53	53

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 9

HASIL SCREENING

	TINGGI
	SEDANG
	RENDAH

Inisial	Nilai
Mp	10
Mn	10
Ac	9
As	9
Gg	9
Ow	7
Kg	10
C	7
Be	10
Re	9
Ss	9
Rs	7
Tt	5
Sg	7
M	8
MI	8
Js	8
Ym	8
Y	8
Ms	10
Os	8
S	9
Ag	9
R	7
Ao	9
Dn	8
M	17
Cy	17
L	17
Af	17
Mg	10

F	6
Ez	6
K	4
E	4
Jm	6
Bs	5
En	5
Hh	5
Cg	4
Cs	5
V	4
As	6
Es	17
IP	10
Ch	6
Ls	6
Gs	6
At	6
I	6
N	6
Fb	6
C	5
R	5
A	5
Rp	4
K	6
Se	10
Cn	10
K	9
Ag	6
Ms	6

R	6
N	4

G	10
St	8
Ah	8
D	7
F	9
K	10
Ms	10
Ys	10
Mt	5
Ns	4
Gi	6
Ca	6
Nn	6
Se	6
V	1
R	1
Re	6
Kl	6
Kg	4
Ez	6
F	6
A	6
Da	6
D	6
Lp	3
H	9
Gs	9
Si	10
At	9
Ms	9
La	7
Et	10
Pn	10
As	6
Si	6
A	5
As	4
C	4
Na	4
Ri	6
K	6
N	6
Al	4
Ad	5

Ad	6
Bb	6
Ni	4
Dd	7
Av	8
S	8
R	3
Bp	6
Vi	3
In	3
Sn	1
D	6
Jh	6
Af	6
Ht	4
A	5
D	6
Cl	6
Mv	8
Kn	6
Zw	6
Sz	6
Rl	4
Dp	6
Sl	4
Jb	6
Cn	10
Nd	10
Ig	7



