

Pengaruh *Self-esteem* terhadap *Fear of Missing Out* pada *Emerging Adulthood* Pengguna Instagram

Amanda Amalia*, Indri Utami Sumaryanti

Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*amandaamalia29@gmail.com, indri.usumaryanti@gmail.com

Abstract. A lot of people consider internet as needs because it allow us to access any information in every situation and one of them via social media. Instagram is a social media platform that have a lot of users, with Instagram we can connect with other people without even facing each other real time. Although, it could cause a lot of problem and one of them is FoMO phenomenon. The most people who experience fomo is emerging adulthood, people with FoMO feel anxious and afraid of missing out on precious moments that others experience in their absence, which leads individuals to check their devices more frequently to stay up-to-date on other people's activities. One that indicates fomo is self-esteem, the purpose of this study was to find out the effect of self-esteem on FoMO on emerging adulthood instagram users in Bandung. The method used is a quantitative study using a simple linear regression analysis technique with 196 sampling of emerging adulthood. The instruments used to collect data are the Fear of Missing Out Scale (Przybylski et al., 2013) which has been adapted by Azmi (2019) and the Rosenberg Self-esteem scale (Rosenberg, 1965) which has been adapted by Maroqi (2018). The results of the study found that self-esteem has a significant effect on FoMO with a negative direction of influence and the contribution of self-esteem to the FoMO variable is 6.8%.

Keywords: *Fear of Missing Out, Self-esteem, Emerging Adulthood.*

Abstrak. Banyak orang menganggap internet sebagai kebutuhan karena memungkinkan kita untuk mengakses informasi kapanpun dan dimanapun, dengan internet kita dapat mengakses informasi kapanpun dan di manapun salah satunya melalui sosial media. Instagram merupakan media sosial yang memiliki pengguna paling banyak, dengan instagram kita dapat terhubung dengan orang lain tanpa bertatap muka, namun hal itu dapat menimbulkan masalah salah satunya terjadinya fenomena FoMO. *Emerging adulthood* merupakan usia yang paling tinggi mengalami FoMO, individu yang mengalami FoMO merasa cemas dan takut tertinggal momen berharga yang dialami orang lain ketika dirinya tidak ada, yang membuat individu menjadi lebih sering mengecek gawai untuk tetap *up to date* terhadap kegiatan orang lain. salah satu faktor yang dapat mendorong munculnya FoMO adalah *self-esteem*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *self-esteem* terhadap FoMO pada *emerging adulthood* pengguna instagram di kota Bandung. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana dengan sampling 196 *emerging adulthood*. Instrumen yang digunakan untuk pengambilan data adalah *Fear of missing out Scale* (Przybylski et al., 2013) yang telah diadaptasi oleh Azmi (2019) dan *Rosenberg Self-esteem scale* (Rosenberg, 1965) yang telah diadaptasi oleh Maroqi (2018). Hasil penelitian menemukan bahwa *self-esteem* secara signifikan memiliki pengaruh terhadap FoMO dengan arah pengaruh negative. Kontribusi variabel *self-esteem* terhadap variabel FoMO sebesar 6.8%.

Kata Kunci: *Fear of Missing Out, Self-esteem, Emerging Adulthood.*

A. Pendahuluan

Banyak orang menganggap internet sebagai kebutuhan karena memungkinkan kita untuk mengakses informasi kapanpun dan dimanapun, dengan internet kita dapat mengakses informasi kapanpun dan di manapun salah satunya melalui sosial media, berdasarkan informasi dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII,2020) 196.71 juta dari 266.9 juta jiwa penduduk indonesia merupakan pengguna internet. Jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat saat pandemi COVID-19, jika dibandingkan dengan tahun 2018 jumlah pengguna internet di Indonesia naik sebanyak 23.5 juta jiwa. Sebanyak 89% pengguna internet di Indonesia mengakses media sosial (APJII,2017).

Motif utama individu dewasa awal menggunakan internet adalah untuk pendidikan dan pekerjaan kemudian motif kedua tertinggi adalah untuk mengakses media sosial yaitu sebanyak 31.7% (Siste et al., 2020). Berdasarkan databoks pengguna instagram mencapai 1.07 miliar orang pada kuartal I-2021, pengguna pengguna paling banyak merupakan usia 18-25 tahun (Rizaty, 2021). Dikutip dari tulisan Monavia Ayu Rizaty pada laman databoks, Indonesia menduduki posisi keempat pengguna Instagram terbanyak di dunia dengan jumlah pengguna hingga juli 2021 sebanyak 93juta pengguna. Instagram adalah salah satu jejaring sosial yang tumbuh paling cepat didunia dan paling populer dikalangan dewasa muda, 59% pengguna instagram berusia 19-29 tahun (Alhabash & Ma, 2017; Omnicore, 2019; Sheldon & Bryant, 2016) dalam (Ponnusamy et al., 2020). Fitur yang ada pada instagram diantaranya adalah mengunggah foto dan video, menerima komentar dan “like” dalam unggahan tersebut, mengukuti dan diikuti profil orang lain serta dapat mengedit video dan foto sebelum diunggah (Kircaburun & Griffiths, 2018) dan an fitur baru berupa *streaming* secara langsung, fitur-fitur ini dapat membuat penggunaan yang berlebihan karena adanya dorongan untuk terus mengunggah foto dan video dan secara impulsif memeriksa jumlah notifikasi yang didapatkannya setelah mengunggah foto atau video (Balakrishnan & Griffiths, 2017b), dan/ atau (b) menguntit profil orang lain secara berlebihan serta membagikan foto dan video (Mateo,2014). Survey yang dilakukan Sheldon dan Bryant (2016) menemukan empat motif utama menggunakan Instagram yaitu yang paling banyak adalah untuk mengikuti secara online apa yang orang lain lakukan dan kemudian untuk dokumentasi, kreativitas dan hiburan. Namun adanya instagram juga dapat menimbulkan dampak buruk, Instagram adalah salah satu platform media sosial terburuk untuk kesehatan dan kesejahteraan mental berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh *Royal Society of Public Health* di Inggris pada tahun 2017 instagram dapat menimbulkan rasa cemas, turunnya kepercayaan diri, bullying, *fear of missing out*, dan kehilangan kendali diri.

Fear of missing out (FoMO) didefinisikan sebagai perasaan khawatir kehilangan momen penting dan berharga yang dialami orang lain ketika dirinya tidak dapat menghadapi momen itu, yang menyebabkan individu merasa takut dan cemas diabaikan karena tidak terlibat dengan pengalaman tersebut (Przybylski et al., 2013b). *Fear of missing out* (FoMO) dapat ditandai dengan dorongan impulsif untuk bergaul dan terhubung dengan individu lain serta apa yang dilakukan individu tersebut (Przybylski et al., 2013a). Individu yang mengalami FoMO menurut Al-Menayes (2016) beresiko mengalami adiksi internet atau media sosial, hal itu dilakukan untuk memuaskan kebutuhan psikologis agar dapat terus terhubung dengan aktivitas apapun yang dialami teman atau individu lain (Przybylski et al., 2013a). Peningkatan penggunaan sosial media merupakan indikasi peningkatan FoMO (Buglass e al (2017). Jika dibiarkan FoMO dapat memicu kelelahan, stress, depresi sampai masalah tidur (Narhi, 2022). Selain itu juga dapat memicu masalah finansial yaitu individu rela mengeluarkan uang untuk terus tetap up to date. (Narhi, 2022).

Melansir laman idntimes, usia berapapun dapat mengalami FoMO tetapi yang paling tinggi terjadi pada remaja dan dewasa muda, menurut studi dari Amerika fenomena FoMO dipengaruhi oleh tingginya penggunaan media sosial pada usia remaja dan dewasa awal (Kusumo.R, 2021). Berdasarkan survei yang dilakukan oleh JWT Intelligence melaporkan bahwa di Amerika Serikat dan Inggris, orang dewasa awal berusia 18-34 tahun masih menempati peringkat tertinggi yang terkena FoMO. Selain itu riset yang dilakukan oleh Australia psychological Society, melaporkan bahwa individu yang berusia 18-35 tahun

mengalami fenomena FoMO tertinggi (Ruyandy & Kartasasmita, 2021). Menurut (Przybylski et al., 2013a) FoMO paling tinggi terjadi pada usia remaja dan dewasa awal Faktor yang mempengaruhi terjadinya FoMO adalah pola pengasuhan yang overprotective, penolakan serta pengabaian yang dirasakan (Richter, 2018) tidak terpenuhinya kebutuhan akan self dan relatedness (Przybylski et al., 2013b), kecemasan dan *self-esteem* (Abel dkk, 2016). Rendahnya *self-esteem* dapat mendorong terjadinya FoMO (Buglass et al., 2017).

Rosenberg (Mruk, 2006) mendefinisikan *self-esteem* sebagai sikap seseorang tergantung bagaimana ia melihat dirinya yang ditunjukkan melalui sikap kepada dirinya. *Self-esteem* adalah komponen utama dari diri yang mengacu pada bagaimana perasaan orang tentang diri mereka sendiri, perasaan ini mempengaruhi bagaimana seorang individu menghadapi lingkungan sekitarnya (Kernis, 2003). Tinggi rendahnya tingkat *self-esteem* seseorang dapat mempengaruhi perilaku dalam menggunakan media sosial. Barker (2009) menemukan bahwa *self-esteem* berkorelasi negatif dengan penggunaan media sosial, pengguna media sosial dengan *self-esteem* rendah cenderung lebih banyak menghabiskan waktu mengakses media sosial, penelitian longitudinal Steinfield et al (2007) juga menunjukkan bahwa jika dibandingkan individu dengan *self-esteem* rendah lebih banyak menggunakan media sosial daripada individu dengan *self-esteem* tinggi, hal itu dilakukan untuk membangun jaringan pertemanan. Dalam penelitian Zywica dan Dawonski (2008) menyatakan individu dengan tingkat *self-esteem* rendah terbukti lebih tinggi penggunaan media sosialnya, hal ini merupakan kompensasi sosial sebagai upaya untuk meningkatkan *self-esteem*nya, kemudian untuk individu dengan *self-esteem* tinggi meningkatkan penggunaan sosial medianya agar dapat menjaga dan melindungi *self-esteem*nya. Individu yang sering menggunakan instagram akan merasakan kesenangan yang dapat membuatnya terus menggunakan instagram dalam berbagai kegiatan, likes dan komentar yang didapatkan dari unggahan foto diinstagram merupakan aspek yang dapat mendorong efek *self-esteem* pada individu (Dilla et al,2021).

Rendahnya *self-esteem* menyebabkan orang merasa kesepian dan terisolasi dari lingkungan sosialnya, sehingga terjadi FoMO. Individu kemudian akan lebih memilih untuk berkomunikasi melalui media sosial daripada tatap muka secara langsung (Andreassen et al., 2017). Remaja yang merasa sendiri dan terisolasi lebih memilih untuk berkomunikasi secara pasif dengan lingkungannya, merefresh media sosial mereka untuk memeriksa informasi terbaru (Smith & Smith, 2018), dan menganggap komunikasi secara online sebagai cara yang efisien agar dapat terhubung dengan individu lain (Abel et al., 2016). Hal itu serupa dengan hasil penelitian Mei et al., (2015) bahwa remaja dengan *self-esteem* rendah cenderung melampiaskan emosinya dan melepaskan tekanan secara online untuk mendapatkan kepuasan psikologis dengan cara instan. Hal itu disebabkan karena media sosial dianggap sebagai media yang relatif layak dan diyakini aman bagi remaja untuk meregulasi kecemasan mereka dan memenuhi kebutuhannya (Przyblyski et al, 2013; Forest & Wood, 2012). Penurunan *self-esteem* dapat menjadi pendorong penggunaan sosmed dan fear of missing out (Buglass et al, 2017). Menurut Richter (2018), penurunan *self-esteem* menyebabkan individu meragukan diri sendiri dan percaya bahwa mereka tidak disukai oleh lingkungannya yang menimbulkan perasaan terisolasi dan kemudian mencari kompensasi dalam interaksi di dunia maya.

Beberapa riset menemukan bahwa *self-esteem* dapat memprediksi terjadinya FoMO pada individu. riset yang dilakukan oleh Siddik et al., (2020) menunjukan bahwa *self-esteem* secara signifikan memiliki pengaruh kepada *fear of missing out* (FoMO). Kemudian hasil riset Triani dan Ramdhani (2017) menemukan bahwa kecenderungan FoMO pada remaja dapat diprediksi oleh *self-esteem* dan penelitian yang dilakukan Retnaningrung (2019) membuktikan adanya hubungan negatif antara *self-esteem* dengan FoMO pada Mahasiswa. Menurut Richter (2018) FoMO ditemukan paling tinggi pada mahasiswa dibandingkan pada remaja,

Namun dalam riset lain yang dilakukan terhadap siswa SMAN 7 Malang menyatakan tidak adanya hubungan antara FoMO terhadap *self-esteem*. (Sintiawan et al., 2021), Hal yang sama terjadi pada riset yang dilakukan oleh Wicaksono et al (2019) terhadap mahasiswa tahun pertama Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro yang menyatakan *self-esteem* dan FoMO tidak memiliki hubungan.

Penelitian yang dilakukan (Aryati & Halimah, 2021) menunjukkan bahwa Wanita

emerging adulthood di Bandung mengalami FoMO, sebanyak 98 orang (34,5%) dari 284 orang ada pada tingkatan tinggi. Bandung sendiri menjadi kota dengan penetrasi melebihi rata-rata nasional yaitu 82.5% dalam penggunaan internet di Indonesia (APJII,2020). Kemudian tingkat *self-esteem* mahasiswa di kota Bandung didominasi dengan tingkat *self-esteem* rendah (Sholihat & Suvianti,2019) sedangkan menurut teori Santrock seharusnya individu yang sudah memasuki masa emerging adulthood memiliki *self-esteem* yang tinggi. Penelitian yang dilakukan Sholihat dan Suvianti (2019) juga menemukan bahwa sebagian besar mahasiswa di Kota Bandung mengalami FoMO dengan tingkatan tinggi.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana pengaruh *self-esteem* terhadap *fear of missing out* pada *emerging adulthood* pengguna instagram?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui pengaruh *self-esteem* terhadap *fear of missing out* pada *emerging adulthood* pengguna Instagram di kota Bandung.
2. Untuk mengetahui bagaimana gambaran *self-esteem* pada *emerging adulthood* pengguna Instagram di kota Bandung.
3. Untuk mengetahui gambaran *fear of missing out* pada *emerging adulthood* pengguna Instagram di kota Bandung.

B. Metodologi Penelitian

Self-esteem merupakan sikap seseorang tergantung bagaimana ia melihat dirinya secara keseluruhan (Rosenberg,1965). Selanjutnya Mruk (2006) mendefinisikan *self-esteem* sebagai seperangkat sikap individu tentang bagaimana mereka percaya tentang diri mereka sendiri berdasarkan perasaan yang dirasakan, seperti rasa *self-esteem* dan kepuasan.

Fear of Missing Out merupakan rasa takut kehilangan peristiwa penting yang orang lain alami ketika individu tersebut tidak ada, yang ditunjukkan oleh kebutuhan untuk tetap terhubung dengan apa yang dilakukan individu lain melalui internet atau media sosial, *fear of missing out* terbentuk karena rendahnya kepuasan dalam kebutuhan dasar psikologis dari *competence*, *autonomy* dan *relatedness* (Przybylski et al., 2013).

Peneliti menggunakan metode teknik analisis kausalitas dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk memperoleh data empiris mengenai pengaruh *self-esteem* terhadap *fear of missing out*. Populasi dalam penelitian ini yaitu *emerging adulthood* pengguna Instagram di Kota Bandung yang aktif menggunakan Instagram minimal satu jam perhari. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling*, pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner berupa *google form* melalui media sosial dan diperoleh sebanyak 196 responden penelitian. Adapun teknik analisis data yang digunakan berupa uji regresi linear sederhana.

Pengukuran *self-esteem* pada penelitian ini menggunakan Rosenberg *Self-esteem Scale* (RSES) yang disusun oleh Rosenberg pada tahun 1965 dan diterjemahkan serta dimodifikasi oleh Maroqi Nolen (2019). Alat ukur ini telah diuji validitasnya dengan menggunakan metode *confirmatory factor analysis* (CFA) berjumlah 7 aitem valid menggunakan skala likert dengan empat kategori jawaban yaitu “Sangat Setuju” (SS), “Setuju” (S), “Tidak Setuju” (TS), dan “Sangat Tidak Setuju” (STS).

Pengukuran FoMO pada penelitian ini menggunakan FOMO Scale dari Przybylski et al., (2013) yang telah diadaptasi dalam Bahasa Indonesia oleh Azmi (2019). Alat ukur ini terdiri dari 8 aitem dengan menggunakan skala likert yang memiliki empat opsi jawaban yaitu “Sangat Setuju” (SS), “Setuju” (S), “Tidak Setuju” (TS), dan “Sangat Tidak Setuju” (STS).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berikut adalah penelitian mengenai pengaruh *self-esteem* terhadap *fear of missing out*, yang diuji menggunakan Teknik analisis regresi linear sederhana. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Data Demografi Responden Berdasarkan Jneis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Perempuan	146	74.5%
Laki-Laki	50	25.5%
Total	196	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa terdapat 146 orang perempuan (74.5%) dan 50 orang laki-laki (25.5%) yang menjadi subjek penelitian. Presrentase tersebut menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.023	1.287		3.126	.002
	<i>self-esteem</i>	.002	.059	.002	.032	.974

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai konstanta yaitu 25.852 yang menunjukkan bahwa konsisten variabel *Fear of missing out* sebesar 25.852. Koefesian regresi *self-esteem* yaitu sebesar -378 yang berarti bahwa setiap penambahan 1% nilai *self-esteem*, maka nilai *Fear of missing out* berkurang sebesar 378. Koefesin regresi tersebut bernilai negatif yang artinya arah pengaruh *self-esteem* terhadap *Fear of missing out* adalah negatif. jika di uji dengan membandingkan nilai T hitung dan T tabel variabel independent dapat dikatakan berpengaruh secara signifikan pada variabel dependent jika nilai T hitung < T tabel. Dari hasil analisis data didapatkan T hitung sebesar 3.756 dan nilai T tabel sebesar 1.972 yang berarti $3.756 > 1.972$, maka *self-esteem* berpengaruh secara signifikan terhadap *Fear of missing out* pada *Emerging Adulthood* pengguna instagram di kota Bandung.

Tabel 3. Hasil Koefisien Korelasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.260 ^a	.068	.063	5.056

a. Predictors: (Constant), *self-esteem*

b. Dependent Variable: FoMO

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai korelasi (R) sebesar 0 dan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.068 yang bermakna pengaruh variabel *self-esteem* terhadap variabel *Fear of missing out* yaitu sebesar 6.8%.. Sedangkan sisanya yaitu sebanyak 93.2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4. Tabulasi Silang *Self-esteem* dan *Fear of Missing Out*

		FoMO		Total
		Rendah	Tinggi	
<i>Self-esteem</i>	Rendah	18	13	31
	Tinggi	124	41	65
	Total	142	54	196

Berdasarkan tabulasi silang antara variabel *self-esteem* dengan variabel *fear of missing out* pada tabel diatas dapat diketahui bahwa responden dengan *self-esteem* rendah yang mengalami FoMO rendah sebanyak 18 orang, responden dengan *self-esteem* rendah yang mengalami FoMO tinggi sebanyak 13, responden dengan *self-esteem* tinggi yang mengalami FoMO rendah sebanyak 124 orang dan responden dengan *self-esteem* tinggi yang mengalami FoMO tinggi sebanyak 41 orang.

Hasil dari analisis menunjukkan bahwa hipotesis penelitian ini diterima, diketahui bahwa *self-esteem* secara signifikan ($p > 0.05$) memiliki pengaruh terhadap FoMO, arah pengaruh ini bersifat negatif artinya semakin tinggi *self-esteem* semakin rendah FoMO yang dialami. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu, Buglass et al (2017) menemukan bahwa rendahnya *self-esteem* dapat membuat individu pengguna media sosial mengalami FoMO, kemudian penelitian yang dilakukan oleh Siddik (2017) menemukan bahwa *self-esteem* memiliki peran yang signifikan terhadap terjadinya FoMO. Richter (2018) juga menemukan *Self-esteem* secara signifikan berkorelasi negatif dengan FoMO. Pengaruh ini juga tergambar dari hasil tabulasi silang antara *self-esteem* dan FoMO pada tabel 4.12 yang menunjukkan bahwa terdapat 13 orang (6.63%) dengan *self-esteem* rendah yang memiliki tingkatan FoMO tinggi, dan 124 orang (63,26%) dengan *self-esteem* tinggi yang memiliki FoMO rendah.

Dari hasil penelitian didapatkan bahwa alasan individu mengakses media sosial yang paling banyak adalah untuk melihat postingan orang lain dan kemudian untuk berkomunikasi, hal ini menunjukkan bahwa *emerging adulthood* yang menjadi subjek penelitian memiliki ciri-ciri mengalami FoMO yaitu mengakses media sosial untuk mengetahui apa yang terjadi pada orang lain dan ingin terus berhubungan dengan orang lain dengan berkomunikasi melalui media sosial (Pryzbylski et al, 2013).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 165 orang dari 196 responden berusia 18-25 tahun memiliki *self-esteem* tinggi dan 31 orang memiliki *self-esteem* rendah. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat *self-esteem* pada *emerging adulthood* berada pada tingkatan tinggi, yang menandakan bahwa sebagian besar subjek memiliki penilaian yang positif terhadap dirinya dan merasa dirinya adalah orang yang mampu, kompeten dan berani dalam melakukan segala kegiatan yang ingin dicapainya. Hasil penelitian sejalan dengan teori Santrock yang menyatakan bahwa usia remaja akhir menuju dewasa awal *self-esteem* akan semakin stabil dan cenderung menaik (Santrock, 2017) semakin bertambahnya usia maka *self-esteem* akan semakin stabil (Sánchez-Queija et al., 2017).

Self-esteem merupakan komponen utama dari diri yang mengacu pada bagaimana perasaan orang tentang diri mereka sendiri, perasaan ini mempengaruhi bagaimana seorang individu menghadapi lingkungan sekitarnya (Kernis, 2003). Individu dengan *self-esteem* tinggi merasa dirinya mampu, berharga dan kompeten. Sedangkan individu dengan *self-esteem* rendah merasa dirinya tidak kompeten, tidak mampu dan tidak berharga, kemudian mereka mencari kompensasi untuk meningkatkan *self-esteem* nya dengan menggunakan sosial media dan menghabiskan banyak waktu yang banyak untuk mengakses sosial media (Richter, 2018; Zywicki dan Danowski, 2008) yang mendorong terjadinya FoMO (Buglass et al, 2017)

Menurut Przybylski et al. (2013) usia yang paling tinggi mengalami FoMO adalah usia remaja dan dewasa awal yaitu 12-25 tahun hal itu bertolak belakang dengan hasil dari penelitian yang menemukan bahwa sebanyak 142 orang mengalami FoMO dengan tingkatan rendah dan 52 orang mengalami FoMO dengan tingkatan tinggi, hal ini menunjukkan bahwa responden penelitian yang berusia remaja dan dewasa awal lebih banyak mengalami FoMO dengan tingkatan rendah hal itu sejalan dengan pendapat Abel et al (2016) bahwa FoMO akan semakin rendah seiring dengan bertambahnya usia. Sedangkan individu dengan *self-esteem* tinggi merasa dirinya mampu, kompeten dan berharga, Menurut Tafarodi dan Swann (2001) individu dengan rasa kompetensi yang baik akan dapat beradaptasi, mengatasi tekanan, dapat mengontrol dirinya sendiri serta bertindak secara efektif.

Menurut Przybylski et al (2013) FoMO dapat berfungsi sebagai mediator yang menghubungkan defisit dalam kebutuhan psikologis dengan keterlibatan sosial. FoMO didefinisikan sebagai perasaan ketakutan bahwa orang lain mungkin memiliki pengalaman yang berharga saat dirinya tidak dapat hadir, FoMO ditandai oleh keinginan untuk tetap terhubung

secara terus-menerus dengan apa yang dilakukan orang lain. Individu yang memiliki kecenderungan FoMO akan terus mengakses media sosial sebagai bentuk kompensasi untuk meningkatkan interaksi sosial individu (Tao dalam Young, Yue, & Ying, 2011). Individu yang kebutuhan akan *competency*, *autonomy* dan *relatedness* nya terpenuhi akan lebih rendah dalam FoMO (Przybylski et al., 2013a), artinya secara keseluruhan kebutuhan akan *autonomy*, *competency* dan *relatedness* subjek penelitian yang merupakan *emerging adulthood* sudah terpenuhi. Miller (2011) menyebutkan bahwa tugas perkembangan *emerging adulthood* diantaranya adalah adanya peningkatan karir dan akademis, membangun hubungan intimasi mendalam, membuat keputusan mandiri dan memiliki kematangan emosional yang jika tercapai itu berhubungan dengan tercapainya kebutuhan psikologis akan *relatedness*, *autonomy* dan *competency*.

Selanjutnya, kontribusi variabel *self-esteem* terhadap terjadinya FoMO adalah 6.8% yang tergolong rendah. Oleh karena itu diyakini bahwa kontribusi dari faktor-faktor atau variabel lain yang dapat mempengaruhi terjadinya FoMO lebih besar daripada *self-esteem*. Terjadinya FoMO dikaitkan pada *self determinant theory* faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya FoMO adalah tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *relatedness* dan *self (competency & autonomy)*. (Abel et al., 2016; Beyens et al., 2016; Przybylski et al., 2013b).

Relatedness merupakan kebutuhan individu untuk berhubungan sosial serta mencapai kualitas hubungan yang baik jika kebutuhan akan *relatedness* tidak terpenuhi maka individu dapat merasa cemas dan mencoba mencari tahu peristiwa dan pengalaman apa yang dilakukan individu lain melalui media sosial. kemudian *competency* didefinisikan sebagai keinginan yang melekat pada individu untuk merasa efektif dalam berinteraksi dengan lingkungannya yang berkaitan juga dengan keyakinan dan kepercayaan diri dalam menjalin hubungan sosial. sedangkan *autonomy* bermakna bahwa individu bebas menginterasikan Tindakan yang dijalankan dengan diri sendiri tanpa terikan atau mendapat kontrol dari orang lain.

Selain itu juga menurut Richter (2018) faktor yang mempengaruhi terjadinya FoMO yaitu pola asuh orang tua yang terlalu protektif, penolakan dan pengabaian yang dirasakan. Penelitian yang dilakukan Richter (2018) menemukan bahwa individu yang mengalami pola asuh *neglectful* memiliki rata-rata FoMO tertinggi, individu yang tidak menerima kepedulian dan perhatian yang mereka butuhkan ketika masih muda karena pola asuh yang *neglect* akan mengembangkan keyakinan bahwa mereka sering melewatkan sesuatu. Perasaan tidak dicintai dapat membuat mereka terus menerus takut kehilangan (Richter, 2018). Kemudian menurut Abel et al (2016) kecemasan juga dapat menjadi faktor terjadinya FoMO.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. *Self-esteem* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Fear of missing out* pada *emerging adulthood* di kota Bandung dengan arah pengaruh negatif yang artinya semakin tinggi *self-esteem* semakin rendah FoMO yang dialami. Besar koefisien korelasi sebesar 6.8% yang terkategori lemah.
2. Mayoritas *emerging adulthood* di kota Bandung yang menjadi subjek penelitian memiliki *self-esteem* yang tinggi.
3. Mayoritas *emerging adulthood* di kota Bandung yang menjadi subjek penelitian mengalami FoMO dengan tingkatan rendah.

Acknowledge

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat dalam penelitian ini sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan dan diselesaikan tepat waktu.

Daftar Pustaka

- [1] Al-Menayes, 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>

- [2] 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 (JBBER)*, 14(1), 33–44. <https://doi.org/10.19030/jber.v14i1.9554>
- [3] Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). “I don’t want to miss a thing”: Adolescents’ *fear of missing out* and its relationship to adolescents’ social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083>
- [4] Buglass, S. L., Binder, J. F., Betts, L. R., & Underwood, J. D. M. (2017). Motivators of online vulnerability: The impact of social network site use and FOMO. *Computers in Human Behavior*, 66, 248–255. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.055>
- [5] Maroqi, N. (2019). Uji Validitas Konstruk Pada Instrumen Rosenberg *Self-esteem* Scale Dengan Metode Confirmatory Factor Analysis (CFA). *Jurnal Pengukuran Psikologi Dan Pendidikan Indonesia (JP3I)*, 7(2), 92–96. <https://doi.org/10.15408/jp3i.v7i2.12101>
- [6] Mruk, C. J. (2006). *Self-esteem* Research, Theory, and Practice: Toward a Positive Psychology of *Self-esteem*. In *Self-esteem* research, theory, and practice: Toward a positive psychology of *self-esteem*.
- [7] Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013a). Computers in Human Behavior Motivational, emotional, and behavioral correlates of Fear of missing out. 29, 1841–1848.
- [8] Przybylski, A. A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013b). 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.2013.02.0144>
- [9] Retnaningrum, Y. D. (2019). Hubungan Antara *Self-esteem* Dengan FOMO Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta [Unpublish Doctoral dissertation] Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia. <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/7068/>
- [10] Richter, K. (2018). Digital Commons @ ACU Electronic Theses and Dissertations Electronic Theses and Dissertations *Fear of missing out*, Social Media Abuse, and Parenting Styles. *Developmental Psychology Commons*. <https://digitalcommons.acu.edu/etd>
- [11] Santrock, John W. (2017). Life-span Development. New York, Ny : McGraw-Hill Education.
- [12] Sánchez-Queija, I., Oliva, A., & Parra, A. (2017). Stability, change, and determinants of *self-esteem* during adolescence and emerging adulthood. *Journal of Social and Personal Relationships*, 34(8), 1277-1294.
- [13] Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89-97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>
- [14] 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), 127-13
- [15] Sintiwani, N., Setiyowati, A. J., & Zen, E. F. (2021). Hubungan antara *Self-esteem* dan Self Regulation dengan Fear of Missing Out (FOMO) Siswa SMA. *Jurnal Pembelajaran, Bimbingan, dan Pengelolaan Pendidikan*, 1(9), 738-745.
- [16] Tafarodi, R. W., & Swann, W. B. (2001). Two-dimensional *Self-esteem*: theory and measurement. *Personality and Individual Differences*. 31(5). 653-673. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(00\)00169-0](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(00)00169-0)
- [17] Triani, C. I., & Ramdhani, N. (2017). Hubungan antara kebutuhan berelasi dan *fear of missing out* pada pengguna media sosial dengan *self-esteem* sebagai moderator [Unpublished doctoral thesis]. Universitas Gadjah Mada, Indonesia. http://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail_pencarian/128543

- [18] Wicaksono, K. S., & Hadiyati, F. N. R. (2019). Hubungan Antara *Self-esteem* Dengan *Fear of missing out* Pada Mahasiswa Tahun Pertama Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 8(2), 368-372.
- [19] Zywica, J., & Danowski, J. (2008). The faces of Facebookers: Investigating social enhancement and social compensation hypotheses; predicting Facebook™ and offline popularity from sociability and *self-esteem*, and mapping the meanings of popularity with semantic networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(1), 1-34.
- [20] Adristiyani, Naflah Adela, Halimah, Lilim. (2021). Pengaruh *Uses And Gratification* terhadap Adiksi Instagram pada *Emerging Adulthood* di Kota Bandung. *Jurnal Riset Psikologi*, 1(1), 32-41.