Pengaruh *Self-esteem* Terhadap *Fear of Missing Out* Pada Penggemar NCT

Amalia Fathinah Azzahra*, Lilim Halimah

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

*amalia18bismillah@gmail.com, aumisyanida@gmail.com

Abstract. Social media is widely used by 18-25 year olds and the type is Instagram. One of the functions of Instagram is as a medium of activity for K-pop fans. FoMO is a fear of missing out on the latest information or trends that are developing on Instagram and the fear of not getting fun things done by their idols or friends. This phenomenon can be seen in NCT fans because they want to always connect with their idols. Self-esteem as a predictor of FoMO and the results of its evaluation of itself which is seen through self-competence and self-liking. If NCT fans have low self-esteem, then they can't build relationships with their surroundings. The purpose of this study was to obtain empirical data on how much influence self-esteem has on FoMO in NCT fans. In this study, two measuring instruments were used, namely the FoMO scale from Przybylski et al. (2013) and the Self-Liking/Self-Competence Scale-Revised (SLCS-R) from Tafarodi & Swann (2001) which have been adapted into Indonesian by previous researchers. The sample in this study was 140 people who were NCT fans aged 18-25 years and actively used Instagram. The method uses causality with a quantitative approach. The analysis technique uses a simple regression analysis test. The hypothesis of this research is that there is an effect of self-esteem on FoMO in NCT fans. The results of the analysis in this study obtained the P-value (0.538) > a (0.05), then H_0 was accepted.

Keywords: *Self-esteem, Fear of Missing Out (FoMO), NCT Fans*.

Abstrak. Media sosial banyak digunakan oleh usia 18-25 tahun dan jenis yang banyak digunakan ialah *Instagram*. *Instagram* memiliki fungsi, salah satunya sebagai sarana aktivitas penggemaran K-pop. FoMO merupakan takut tertinggal informasi terbaru ataupun *trend* yang berkembang di *Instagram* dan takut tidak mendapatkan hal menyenangkan yang dilakukan oleh idolanya atau teman-temannya. Fenomena ini dapat dilihat pada penggemar NCT karena ingin selalu terhubung dengan idolanya. *Self-esteem* sebagai prediktor adanya FoMO. *Self-esteem* adalah hasil evaluasi terhadap dirinya yang dilihat melalui *self-competence* dan *self-liking*. Jika penggemar NCT memiliki *self-esteem* yang rendah maka dirinya tidak dapat membangun relasi dengan lingkungan sekitarnya. Tujuan penelitian ini ialah untuk mendapatkan data empiris mengenai seberapa besar pengaruh *self-esteem* terhadap FoMO pada penggemar NCT. Dalam penelitian ini menggunakan dua alat ukur yaitu skala FoMO dari Przybylski et al. (2013) dan *Self-Liking/Self-Competence Scale-Revised* (SLCS-R) dari Tafarodi & Swann (2001) yang telah diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia oleh peneliti sebelumnya. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 140 orang yang merupakan penggemar NCT berusia 18-25 tahun dan aktif menggunakan *Instagram*. Metode menggunakan kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis menggunakan uji analisis regresi sederhana. Hipotesis penelitian ini yaitu adanya pengaruh *self-esteem* terhadap FoMO pada penggemar NCT. Hasil analisis pada penelitian ini diperoleh nilai P-value (0,538) > α (0,05), maka H_0 diterima.

Kata Kunci: *Self-esteem, Fear of Missing Out* (FoMO), *Penggemar NCT*.

Corresponding Author
Email: aumisyanida@gmail.com

A. Pendahuluan

Media sosial merupakan sebuah *platform* media yang dimana individu dapat berinteraksi sosial dengan orang-orang tanpa adanya batasan (Astuti, 2021). Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJI) pada tahun 2019 – 2020, sebesar 82,5% alasan masyarakat menggunakan internet adalah untuk mengakses media sosial (APJII, 2020). Menurut data yang dikeluarkan oleh Hootsuite (*We are Social*), salah satu media sosial yang paling populer dan banyak digunakan yaitu *Instagram* dengan 87,7% pengguna dari jumlah populasi di Indonesia (Riyanto, 2021). Databoks juga melaporkan bahwa *Napoleon Cat* memperoleh data yaitu terdapat 33,90 juta orang yang menggunakan *Instagram* dengan mayoritas kelompok usia 18 hingga 24 tahun (Annur, 2021).

Perkembangan media sosial *Instagram*, kini membuat individu bukan hanya dapat berkomunikasi dan membagikan aktivitasnya dengan teman-teman, melainkan juga dapat melihat aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh selebritis, tokoh publik, serta atlet yang dibagikannya melalui *instastory, feeds,* maupun *reels*. Foto atau video memiliki fungsi untuk membagikan momen penting berupa aktivitas yang sedang dilakukan, sehingga dapat dilihat oleh *followers* dan juga dapat disimpan dalam waktu 24 jam. Fitur ini merupakan salah satu *tools Instagram* yang disebut *Instastory*. Selain itu, *Instagram* juga sebagai sarana individu-individu dalam melakukan aktivitas penggemar K-pop (Rinata & Dewi, 2019). Hasil survei Jakpat memperoleh data sebanyak 67,21% responden merupakan *followers* dari akun pribadi idola favoritnya di media sosial dan sebanyak 59,90% responden pernah meng-*update* status mengenai idola K-pop di akun media sosialnya. Oleh sebab itu, *Instagram* merupakan media sosial yang sering banyak individu gunakan untuk memperbarui status mengenai idola K-pop sebesar 45,86% (Fandia, 2016) dan mencari informasi mengenai idolanya selama 1 – 5 jam dalam mengakses *Instagram* (56%). Penggemar K-pop mayoritas berusia remaja akhir dan dewasal awal (57%) (Kumparan, 2017).

Adapun dampak negatif yang ditimbulkan dari penggunaan *Instagram.* Menurut survei penelitian *Royal Society for Public Health, Instagram* dapat memberikan dampak buruk seperti terjadinya *cyberbullying, social media addiction,* dan *fear of missing out* (People, 2017).

Hasil penelitian dari Mulyani et al. (2020), menemukan bahwa pada saat membuka *Instagram,* hal yang remaja paling sering lakukan adalah mengeksplor foto atau video yang disukai dan melihat postingan *instastory* dari teman-teman atau akun pengguna *Instagram* lainnya. Penggunaan media sosial *Instagram* dengan waktu yang lama (Roberts & David, 2020) akan membuat individu mengetahui informasi apa saja yang terjadi saat ini, sehingga mendorong individu untuk selalu ingin terhubung dan mengikuti apa yang dilakukan oleh idolanya (Abeele M & Rooij A, 2016; Beyens et al., 2016; Przybylski et al., 2013). Ketika individu tidak dapat menahan diri untuk terhubung dengan *Instagram,* akan merasakan kondisi takut ketinggalan informasi atau trend yang berkembang di media sosial dan takut tidak mendapatkan hal menyenangkan yang dilakukan oleh teman-temannya atau idolanya (Przybylski et al., 2013), disebut FoMO.

FoMO berdampak pada tiga aspek yaitu fisik, psikologis, dan sosial. Secara fisik, individu dapat mengalami gangguan pada pernapasan (sesak napas dan nyeri dada), tenggorokkan kering, dan sakit kepala (Baker et al., 2016). Selain itu, waktu tidur menjadi terganggu dan mengalami kelelahan (Milyavskaya et al., 2018). Secara psikologis, individu mengalami perasaan cemas (Leary, 1990, 2003; Neto et al., 2019), stres, depresi, kurang konsentrasi (Milyavskaya et al., 2018), kecemasan sosial (Dempsey et al., 2019), suasana hati yang tidak baik (Przybylski et al., 2013). Sedangkan secara sosial, individu akan mengabaikan lingkungan sekitarnya karena konsentrasinya hanya pada media sosial yang ada di *smartphone* (Roberts & David, 2016) yang akan mengakibatkan rusaknya hubungan sosial. Ciri individu yang mengalami FoMO ditandai dengan tidak mengenal waktu dalam mengakses *Instagram,* seperti saat bangun tidur, saat sedang makan, atau saat sedang mengendarai kendaraan dan keinginan untuk selalu terhubung (Przybylski et al., 2013). Hal ini disebabkan karena adanya dua kebutuhan dasar manusia yang tidak terpenuhi yaitu *need of relatedness* yaitu kebutuhan untuk terhubung secara sosial dengan baik (Ryan & Deci, 2000) dan kebutuhan akan *self* (Przybylski et al., 2013).

Pengalaman FoMO terjadi dikarenakan adanya keinginan individu untuk merasa terikat secara interpersonal (Franchina et al., 2018). Di Indonesia, FoMO terlihat pada hasil penelitian yang dilakukan Utami (2019) bahwa dengan mengikuti semua informasi BTS dan takut tertinggal jika tidak mengakses media sosial secara teratur, merupakan kebutuhannya. Kemudian faktor-faktor yang mempengaruhi penggemar K-pop mengalami terjadinya FoMO yaitu waktu, ketika waktu senggang, tidak memiliki tugas untuk dikerjakan, tidak memiliki pekerjaan, merasa bosan, dan saat tidak ingin berkomunikasi dengan orang lain yang ada di sekitarnya (Marseal et al., 2022). Dampak negatif yang dirasakan individu yaitu pola makan tidur berantakan, merasa kecanduan karena dalam 1 hari bisa mengakses media sosial selama 10 jam atau lebih, merasa tidak produktif karena kegiatan yang terganggu dan terlambat untuk diselesaikan, data internet menjadi boros, serta waktu terbuang sia-sia (Marseal et al., 2022).

Buglass et al. (2017) dalam penelitiannya menemukan bahwa salah satu prediktor yang dapat membuat individu mengalami FoMO adalah *self-esteem* karena merupakan salah satu faktor motivasional penting bagi diri individu. Hayes (2013) dalam penyelidikannya, *post hoc*, menunjukkan bahwa FoMO yang paling tinggi ditemukan pada individu dengan *self-esteem*-nya rendah yang juga ikut serta dalam penggunaan media sosial di kegiatan setiap harinya. Dalam penelitian Barry & Wong (2020), masa remaja hingga dewasa pertengahan, FoMO dapat lebih dipahami sebagai korelasi dari aspek persepsi diri lainnya. Pada semua kelompok usia, memiliki *self-esteem* rendah, rasa sayang diri yang rendah, serta tingkat kesepian yang tinggi, masing-masing terkait dengan FoMO. Hubungan kesepian dan harga diri rendah dengan FoMO terlihat sedikit lebih kuat untuk individu yang lebih terlibat dengan media sosial dalam kegiatan sehari-harinya.

Self-esteem merupakan bentuk bagaimana individu mengevaluasi dirinya dengan menghargai diri sendiri (Baumeister et al., 2003). *Self-esteem* yang tinggi akan menilai dirinya positif yang dimana dirinya tidak akan mengalami kesulitan dalam hubungan sosialnya. Sedangkan *self-esteem* yang rendah akan menilai dirinya negatif yang dimana ia mengalami kesulitan dalam hubungan sosialnya karena merasa dirinya tidak berharga (Tafarodi & Swann, 2001) dan tidak dapat menyesuaikan diri di lingkungan sosialnya (Leary, 1990).

Terdapat penelitian yang menemukan bahwa semakin *self-esteem*-nya rendah maka semakin FoMO-nya tinggi (Richter, 2018). Hasil penelitian Siddik et al. (2020) menunjukkan bahwa *self-esteem* memiliki pengaruh sebanyak 11,3% terhadap FoMO pada remaja yang menggunakan SNS. Menurut Barry & Wong (2020), individu dengan penilaian terhadap dirinya rendah atau merasa terisolasi secara sosial, maka media sosial akan menjadi perbandingan sosial yang lebih tinggi dan merasa kehidupan orang lain lebih menarik dan menyenangkan daripada dirinya. Sehingga hal tersebut membuat individu akan memeriksa *instastory* yang ada pada media sosial *Instagram*-nya secara kompulsif supaya tetap terhubung secara terus-menerus dengan aktivitas orang lain baik dengan teman, sahabat, selebritis, maupun tokoh publik (Beyens et al., 2016; Przybylski et al., 2013). Individu yang memiliki *self-esteem* rendah, cenderung akan mengalami FoMO. Hal ini sejalan dengan beberapa riset yang menemukan bahwa *self-esteem* sebagai salah satu prediktor kondisi FoMO dan *self-esteem* rendah akan mengalami kecenderungan FoMO yang tinggi.

Wicaksono & Hadiyati (2019) telah melakukan penelitian sebelumnya yang menghasilkan bahwa mahasiswa pada tingkat pertama memiliki pengalaman FoMO yang tinggi yaitu sebesar 46% yang diasumsikan mahasiswa tersebut berada pada usia *emerging adulthood*. *Emerging adulthood* yaitu individu yang mengalami tahap transisi dari remaja menuju dewasa ditandai dengan salah satunya ketidakstabilan dalam berelasi (Arnett, 2000) sehingga dengan adanya media sosial *Instagram* membuat individu tertarik untuk membangun hubungan pertemanan karena dapat memenuhi kebutuhannya untuk terus terhubung. FoMO dapat dilihat pada individu-individu *followers* yang menggemari grup K-Pop karena mereka akan selalu terus terhubung dengan media sosialnya untuk mencari informasi terbaru dari idolanya.

Di Indonesia sendiri, budaya K-Pop sangat popular, bukan hanya anak remaja saja yang menggemari melainkan banyak juga penggemar dengan usia *emerging adulthood*, yang masih mengidolakan artis K-Pop. Salah satunya grup yang terpopuler saat ini adalah *Neo Culture*

Technology (NCT). NCT merupakan *boy group* K-Pop yang memiliki nama *fanbase* dengan sebutan NCTzen dan memiliki anggota sebanyak 23 orang yang dibagi ke dalam empat sub unit, dimana setiap subnya memiliki konsep yang berbeda-beda. NCT juga memiliki banyak konten yang diproduksi, seperti *variety show* dan musik.

Gambaran FoMO pada penggemar NCT dilihat dari keinginannya yang selalu *update* dengan mencari berbagai informasi mengenai NCT di *Instagram*. Fenomena ini tergambarkan di *Instagram* bahwa penggemar NCT merasakan adanya perasaan tidak tenang ketika tidur di bawah jam 10 karena merasa takut ada informasi terbaru dari grup idol NCT, merasa cemas ketika tidak *online Instagram*-nya, setiap saat terus melihat dan memeriksa notifikasi pada *Instagram*. Selain itu juga terlihat dari penjualan album NCT *"Glitch Mode"* yang menembus 2,1 juta *copy*, sehingga membuat NCT menjadi grup dengn penjualan tertinggi di tahun 2022 (Disyacitta, 2022). Karena NCT menjadi artis dengan penjualan album terbaik di tahun 2022 yaitu sebanyak 2.992.252 keping album terjual, NCT mendapat julukan sebagai masa depannya K-pop (Adriyana, 2022). Hal ini menandakan bahwa banyak individu yang FoMO dengan grup NCT sehingga menjadikan popularitasnya semakin tinggi di Indonesia. Akibatnya banyaknya produk lokal yang menjadikan grup NCT sebagai *brand ambassador*.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana *Self-Esteem* Pada Penggemar NCT?
2. Bagaimana *Fear of Missing Out* (FoMO) Pada Penggemar NCT?
3. Seberapa Besar Pengaruh *Self-Esteem* Terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO) Pada Penggemar NCT?

Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini adalah menguji pengaruh *self-esteem* terhadap *fear of missing out* (FoMO) pada penggemar NCT.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metode teknik analisis kausalitas dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah individu-individu *followers* yang menjadi penggemar grup *idol* NCT di Indonesia dengan tidak diketahui jumlah populasi penggemar yang ada di Indonesia.

Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *convenience sampling* diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 140 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, observasi, dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis regresi sederhana.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengaruh *Self-esteem* Terhadap *Fear of Missing Out* Pada Penggemar NCT

Berikut adalah penelitian mengenai pengaruh *self-esteem* terhadap *fear of missing out*, yang diuji menggunakan teknik analisis regresi sederhana. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1.

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22,216	1	22,216	**,380**	**,538**[b]
	Residual	8061,955	138	58,420		
	Total	8084,171	139			

Gambar 1. Uji Anova

Tabel 1. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	**,052**[a]	**,003**	-,004	7,643

Tabel 2. Hasil *Crosstabulation Self-esteem* dan *Fear of Missing Out*

Count		Fear of Missing Out		
		Rendah	Tinggi	Total
Self-esteem	Rendah	**34**	31	65
	Tinggi	39	**36**	75
Total		73	67	140

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh *self-esteem* terhadap *fear of missing out* adalah 0,003. Hasil pengujian dengan statistik didapat nilai P-value (0,538) > α (0,05). Hal tersebut mengindikasikan penolakan H_1 yang menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh *self-esteem* terhadap *fear of missing out* pada penggemar NCT. Koefisiensi determinasi yang didapat dari hasil perhitungan adalah 0,3%. Hal ini memberikan pengertian bahwa *fear of missing out* tidak dipengaruhi oleh variabel *self-esteem* sebesar 0,3%, sedangkan sisanya, 99,7%, merupakan kontribusi variabel lain.

Didasarkan pada hasil pengujian analisis yang sudah diujikan dalam penelitian ini ditunjukkan bahwa mayoritas *self-esteem* pada penggemar NCT berada pada tingkat tinggi. Menurut Tafarodi & Swann (2001), *self-esteem* dapat terlihat dari dua aspek yang dimiliki individu yaitu *self-competence* (kemampuan diri) dan *self-liking* (menyukai diri). Individu yang memiliki *self-competence* dengan karakter afektif dan penilaian tinggi terhadap dirinya akan melihat kompetensi diri sebagai hasil dari kesuksesannya dalam menghadapi lingkungan dan mencapai tujuan-tujuan kecil maupun besar. Jika individu *self-liking*-nya matang maka ia akan dapat menyesuaikan dirinya di dalam lingkungan sosial agar dapat disebut dirinya sebagai diri sendiri. Penggemar NCT dengan *self-esteem* yang tinggi dapat menghadapi lingkungan sekitar dan mencapai tujuan-tujuannya dengan baik. Menurut Tafarodi & Swann (2001), pada usia dewasa awal, individu sudah memiliki pandangan dan penilaian yang lebih positif mengenai dirinya daripada masa remaja. Artinya penggemar NCT memiliki penilaian terhadap dirinya secara positif seperti menerima segala kelebihan dan kekurangan yang dimilikinya, menghargai perasaan terhadap diri sendiri, serta hubungan dengan orang lain (Farhan & Rosyidah, 2021). Meskipun untuk meningkatkan *self-esteem* diperlukan dukungan dari kerabat dekat (Farhan & Rosyidah, 2021).

Berdasarkan data demografi, terdapat juga *self-esteem* dalam kelompok jenis kelamin menunjukkan bahwa sebagian perempuan memiliki tingkat *self-esteem* yang rendah. Menurut Febrina et al. (2018), hal ini dikarenakan perempuan memiliki keeratan dalam kepuasan untuk diterima dan dihargai oleh lingkungannya secara emosional. Menurut Ancok et al. perempuan lebih menganggap dirinya lebih rendah daripada laki-laki, hal ini meliputi perasaan tidak berdaya, tidak mampu, tidak berani, tidak percaya diri, dan merasa dirinya harus dilindungi (dalam Ghufron & Risnawati, 2012).

Menurut Teori Maslow individu ketika puas dalam kebutuhan *self-esteem*-nya, akan terlihat dari sikapnya yang percaya diri, merasa dirinya berharga, berguna, dan penting untuk hadir saat ini. Begitu pula sebaliknya, individu dengan tidak terpenuhinya kebutuhan *self-esteem* akan terlihat dari sikapnya yang pasif, tidak berani, sikap dan perasaannya yang inferior, tidak mampu dalam mengatasi tuntutan hidup, serta merasa rendah diri dalam bersosialisasi (alwisol, 2009). Individu dengan *self-esteem* yang rendah memiliki ketertarikan yang lebih terhadap aktivitas *online* yang dapat meningkatkan *self-esteem* yaitu salah satunya melihat atau memantau kegiatan orang lain yang dibagikan melalui media sosial (Mehdizadeh, 2010).

Menurut Weiten (dalam Mehdizadeh, 2010) mengatakan bahwa *self-esteem* ialah kebutuhan yang butuh dipertahankan serta ditingkatkan di dalam kehidupan tiap hari. Salah satu wujud usahanya merupakan dengan kiat aktif memantau kegiatan online, yang ialah sikap FoMO.

Berdasarkan hasil uji analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas FoMO pada penggemar NCT berada pada tingkat rendah. Hal ini berarti penggemar NCT tidak merasa takut tertinggal dari kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh idolanya. Munculnya FoMO pada penggemar NCT adalah sebagai kekuatan pendorong dalam keterlibatan mereka dalam pemeliharaan hubungan. Jadi, meskipun penggemar NCT menganggap FoMO sebagai pengalaman negatif, mereka menggambarkan alasan keberadaannya dan pengaruhnya terhadap hubungan sebagai hal yang positif dan penting.

D. Kesimpulan

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

1. Mayoritas *self-esteem* penggemar NCT berada pada tingkat tinggi, dimana penggemar NCT memiliki pandangan dan penilaian yang lebih positif mengenai dirinya yang terlihat dari dapat menghadapi lingkungan sekitar dan mencapai tujuan-tujuannya dengan baik, menerima segala kelebihan dan kekurangan yang dimilikinya, menghargai perasaan terhadap diri sendiri, serta hubungan dengan orang lain.
2. Mayoritas FoMO penggemar NCT berada pada tingkat rendah, dimana penggemar NCT tidak merasa takut tertinggal dari kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh idolanya di *Instagram*.
3. *Self-esteem* tidak mempengaruhi FoMO pada penggemar NCT karena *self-esteem* hanya memberikan kontribusi atau pengaruh sebesar 0,3%.

Acknowledge

Peneliti mengucapkan terima kasih banyak atas doa dan dukungannya kepada dosen pembimbing, seluruh subjek penelitian, orang tua peneliti, serta pihak-pihak lainnya yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

Daftar Pustaka

[1] Abeele M, V., & Rooij A, V. (2016). Fear of missing out (FOMO) as a predictor of problematic social media use among teenagers. *JOURNAL OF BEHAVIORAL ADDICTIONS*, *5*.

[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 (JBER)*, *14*(1). https://doi.org/10.19030/jber.v14i1.9554

[3] Adriyana, R. (2022). Tertinggi Sepanjang Karier, NCT DREAM Raih Penjualan Album hingga 3,61 Juta Keping. KetikNews.

[4] Almaida, R., Gumelar, S. A., & Laksmiwati, A. A. (2021). Dinamika psikologis fangirl k-pop. *Cognicia*, *9*(1), 17–24. https://doi.org/10.22219/cognicia.v9i1.15059

[5] alwisol. (2009). *Psikologi Kepribadian*. UMM Press.

[6] Annur, C. (2021). *Ada 91 Juta Pengguna Instagram Di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa?* Databoks.Katadata.Co.Id. https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa

[7] APJII. (2020). *Laporan Survei Internet APJII 2019-2020 (Q2)*. Apjii.or.Id. https://apjii.or.id/content/read/39/521/Laporan-Survei-Internet-APJII-2019-2020-Q2

[8] Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, *55(5)*, 469–480. https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0003- 066X.55.5.4

[9] Astuti, N. (2021). *Mengenal Fungsi Media Sosial, Berikut Pengertian dan Jenisnya*. Merdeka.Com. https://m.merdeka.com/jabar/mengenal-fungsi-media-sosial-berikut-pengertian-dan-jenisnya-kln.html?page=1

[10] Azwar, S. (2012). Penyusunan Skala Psikologi edisi 2. In *Yogyakarta: Pustaka Pelajar* (Vol. 53, Issue 1).

[11] Baker, Z. G., Krieger, H., & LeRoy, A. S. (2016). Fear of missing out: Relationships with depression, mindfulness, and physical symptoms. *Translational Issues in Psychological Science*, *2*(3). https://doi.org/10.1037/tps0000075

[12] Baker, Z., Krieger, H., & LeRoy, A. (2016). Takut ketinggalan: Hubungan dengan Depresi, Perhatian, dan Gejala fisik. *Masalah Penerjamahan Dalam Ilmu Psikologi*, *2*(3), 275.

[13] Barry, C. T., & Wong, M. Y. (2020a). Fear of missing out (FoMO): A generational phenomenon or an individual difference? *Journal of Social and Personal Relationships*, *37*(12), 2952–2966. https://doi.org/10.1177/0265407520945394

[14] Barry, C. T., & Wong, M. Y. (2020b). Fear of missing out (FoMO): A generational phenomenon or an individual difference? *Journal of Social and Personal Relationships*, *37*(12), 2952–2966. https://doi.org/10.1177/0265407520945394

[15] Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I., & Vohs, K. D. (2003). Does High Self-Esteem Cause Better Performance, Interpersonal Success, Happiness, or Healthier Lifestyles? *Psychological Science in the Public Interest*, *4*(1). https://doi.org/10.1111/1529-1006.01431

[16] 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*. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083

[17] Branden, N. (1992). The Power of Self-Esteem. Health Communication, Inc. Deerfield Beach.

[18] 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*. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.055

[19] Christina, R., Yuniardi, M. S., & Prabowo, A. (2019). Hubungan Tingkat Neurotisme dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Remaja Pengguna Aktif Media Sosial. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, *4*(2), 105–117. https://doi.org/10.23917/indigenous.v4i2.8024

[20] Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of Self-esteem.* San Francisco: Freeman.

[21] Dempsey, A., O'Brien, K., Tiamiyu, M., & Elhai, J. (2019). Fear of missing out (FoMO) dan perenungan memediasi hubungan antara kecemasan sosial dan penggunaan Facebook yang bermasalah. *Laporan Perilaku Adiktif*, *9*.

[22] Disyacitta, A. (2022). NCT Dream Mengalahkan Rekor Penjualannya dengan Album Baru "Glitch Mode." Kompasiana.

[23] Fandia, M. (2016). *The Fandom for Idols - Laporan Survei Penggemar K-pop di Indonesia*. https://blog.jakpat.net/the-fandom-for-idols-a-survey-report-on-kpop-fans-in-indonesia/

[24] Farhan, Y. T., & Rosyidah, R. (2021). Hubungan antara self-esteem dengan kecenderungan nomophobia pada mahasiswa perempuan di surabaya. *Jurnal Ilmu Psikologi Personifikasi*, *12(2)*, 175–176. https://doi.org/DOI. 10.21107/personifikasi.v12i2.11921

[25] Febrina, D. ., Surhasi, P. ., & Saleh, A. Y. (2018). Self-Esteem Remaja Awal: Temuan Baseline Dari Rencana Program Self-Instructional Training Kompetisi Diri. *Jurnal Psikologi Insight*, *2(1)*, 43–56.

[26] Franchina, V., Abeele, M. V, van Rooij, A., 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). https://doi.org/https://doi.org/10.3390/ijerph15102319

[27] Gezgin, D. M., Hamutoglu, N. B., Sezen-Gultekin, G., & Gemikonakli, O. (2018). Relationship between nomophobia and fear of missing out among Turkish university students. *Cypriot Journal of Educational Sciences*, *13*(4), 549–561. https://doi.org/10.18844/cjes.v13i4.3464

[28] Ghaisani, R. N. S. G. (2016). Hubungan Self Esteem dan Loneliness pada Remaja Akhir Pelaku Cybersex di Bandung. *Psikologi*, *1965*.

[29] Ghufron, M. ., & Risnawati, R. (2012). *Teori-Teori Psikologi*. Ar-Ruzz.

[30] Hasanah, U. (2013). Pembentukan Identitas Diri dan Gambran Diri Pada Remaja Putri Bertato Di Samarinda. 177–186.

[31] Hayes, A. (2013). Pengantar mediasi, moderasi, dan analisis proses bersyarat: A pendekatan berbasis regresi. *Guilford Pers*.

[32] Kumparan. (2017). Fanatisme Fans K-pop: Candu dan Bumbu Remaja. www.kumparan.com

[33] Leary, M. R. (1990). Responses to Social Exclusion: Social Anxiety, Jealousy, Loneliness, Depression, and Low Self-Esteem. *Journal of Social and Clinical Psychology*, *9*(2). https://doi.org/10.1521/jscp.1990.9.2.221

[34] Leary, M. R. (2003). Commentary on Self-Esteem as an Interpersonal Monitor: The Sociometer Hypothesis (1995). In *Psychological Inquiry* (Vol. 14, Issues 3–4). https://doi.org/10.1207/s15327965pli1403&4_15

[35] Marseal, A. P., Dzihni, A., Fatihah, A. L., Lestari, I. A. Y. U., Christina, S., Sahda, T., Gendro, Z., & Cahyono, R. (2022). *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental Fenomena Fear of Missing Out pada Penggemar K-Pop*. *2*(1), 599–606.

[36] Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *13*(4). https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0257

[37] Miller, J. . (2011). The Relationship Between Identity Development Process and Psychological Distress in Emerging Adulthood. *Dissertation for Doctor of Philosophy*.

[38] Milyavskaya, M., Saffran, M., Hope, N., & Koestner, R. (2018). Fear of missing out: prevalence, dynamics, and consequences of experiencing FOMO. *Motivation and Emotion*, *42*(5). https://doi.org/10.1007/s11031-018-9683-5

[39] Neto, R., Golz, N., & Polega, M. (2019). Social media use, loneliness, and academic achievement: A correlational study with urban high school students. *Journal of Research in Education*, *53*(9).

[40] Novalika, G., & Kartasasmita, S. (2022). The Correlation between Fear of Missing Out (FoMO) with Quality of Life (Qol) in K-pop Fans. *Proceedings of the 3rd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2021)*, *655*(Ticash 2021), 1484–1490. https://doi.org/10.2991/assehr.k.220404.238

[41] Orzech, K., Grandner, M., Roane, B., & Carskadon, M. (2016). Penggunaan Media Digital Pada 2 Jam Sebelum Tidur Dikaitkan dengan Variabel Tidur Pada Mahasiswa. *Komputer Dalam Perilaku Manusia*, *55*, 43–50. https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.08.049

[42] People, Y. (2017). *Instagram ranked worst for young people's mental health*. Royal Society for Public Health UK. https://www.rsph.org.uk/about-us/news/Instagram-ranked-%0Aworst-for-young-people-s-mental-health

[43] Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Com puters in Human Behavior 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

[44] Retnaningrum, Y. D. (2019). Hubungan antara Self-esteem dengan FoMO Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta. *Naskah Publikasi Program Studi Psikolog*.

[45] Richter, K. (2018). Fear of missing out, social media abuse, and parenting styles. In *Abilene Christian University Digital Commons @ ACU, Electronic Theses and Dissertations*.

[46] Rinata, A., & Dewi, S. (2019). Fanatisme Penggemar Kpop dalam Bersosial media di Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *8*(2), 12–23.

[47] Riyanto, A. (2021). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021*. Andi.Link. https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/

[48] Roberts, J. A., & David, M. E. (2016). My life has become a major distraction from my cell phone: Partner phubbing and relationship satisfaction among romantic partners. *Computers in Human Behavior*, *54*. https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.07.058

[49] Roberts, J. A., & David, M. E. (2020). The Social Media Party: Fear of Missing Out (FoMO), Social Media Intensity, Connection, and Well-Being. *International Journal of Human-Computer Interaction*, *36*(4), 386–392. https://doi.org/10.1080/10447318.2019.1646517

[50] Rosenberg, M., Schooler, C., Schoenbach, C., & Rosenberg, F. (1995). Global Self-Esteem and Specific Self-Esteem: Different Concepts, Different Outcomes. *American Sociological Review*, *60*(1). https://doi.org/10.2307/2096350

[51] Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, *55*(1). https://doi.org/10.1037//0003-066x.55.1.68

[52] Sianipar, N., & Kaloeti, D. (2019). Hubungan Antara Regulasi Diri Dengan Fear of Missing Out (Fomo) Pada Mahasiswa Tahun Pertama Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Empati*, *8*(1), 136–143.

[53] 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. https://doi.org/10.26740/jptt.v10n2.p127-138

[54] Silalahi, D. U. M. . (2012). *METODE PENELITIAN SOSIAL*. PT Refika Aditama.

[55] Sirodj, D. A. N., & Yanti, T. S. (2020). MODUL APLIKASI STATISTIKA MENGGUNAKAN SPSS, MS. EXCEL & STATISTCS WEB.

[56] Tafarodi, R. W., & Swann, W. B. (1995). Self-Liking and Self-Competence as Dimensions of Global Self-Esteem: Initial Validation of a Measure. *Journal of Personality Assessment*, *65*(2). https://doi.org/10.1207/s15327752jpa6502_8

[57] Tafarodi, R. W., & Swann, W. B. (2001). Two-dimensional self-esteem: Theory and measurement. *Personality and Individual Differences*, *31*(5). https://doi.org/10.1016/S0191-8869(00)00169-0

[58] Tresnawati, F. R. (2017). Hubungan Antara the Big Five Personality Traits Dengan Fear of Missing Out About Social Media Pada Mahasiswa. *Intuisi : Jurnal Psikologi Ilmiah*, *8*(3), 179–185.

[59] Utami, E. . (2019). Social Media, Celebrity and Fans : a Study of Indonesian K-Pop Fans. *[Theses, Taylor's University]*.

[60] Wicaksono, K. S., & Hadiyati, F. N. R. (2019). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Fear of Missing Out (Fomo) Pada Mahasiswa Tahun Pertama Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Empati*, *8*(1), 136–143.

[61] Gozali, Zahra Raudia (2022). Pengaruh Stres Kerja terhadap Komitmen Organisasi pada Perawat Unit Rawat Inap RSUD Sekarwangi. Jurnal Riset Psikologi 2(1). 27-32.