

Hubungan antara Self - Esteem dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada Gen Z di Jawa Timur

¹Tri Kurniawati, ²Andhita Dyorita Khoiryasdien

Program Studi Psikologi, Fakultas Ekonomi Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta

trikurniawati56@gmail.com, dyorita.kh@unisayogya.ac.id

ABSTRACT

This research aims to find out whether there is a relationship between Self Esteem and Fear of Missing Out (FoMO) in Gen Z in East Java. Fear of Missing Out (FoMO) is an individual's feeling when they feel afraid and worried about being left behind. FoMO is a very close relationship with psychological health and well-being. The FoMO phenomenon can affect anyone, especially Gen Z where this age is the age of searching for identity and all their activities are directly connected to social media. This study uses a descriptive and inferential quantitative approach with a simple regression analysis method. The subjects of this study were Gen Z in East Java aged 18-27 years who use social media with a sample of 120 people. Data were collected through an online survey via Google Forms that measured Self Esteem and Fear of Missing Out (FoMO) and distributed through social media. Data were analyzed using classical assumption tests and hypothesis tests in the form of simple regression analysis. The results of the study showed that there was a very significant influence between Self Esteem and Fear of Missing Out in Gen Z. This is indicated by the regression coefficient value of 459,000, which indicates that the higher the Self Esteem, the lower the FoMO so that Gen Z in East Java feels valuable and confident. This study still has shortcomings such as subjects that are not balanced between genders, not focusing on one social media, and research subjects that are still limited, therefore it is hoped that further research can improve the findings.

Keywords: Self Esteem, Fear of Missing Out (FoMO), Gen Z

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu apakah ada mengetahui apakah terdapat hubungan antara *Self Esteem* terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Gen Z di Jawa Timur. *Fear of Missing Out* (FoMO) merupakan perasaan individu ketika merasa takut dan khawatir tertinggal akan suatu hal. FoMO merupakan hubungan yang sangat erat dengan kesehatan dan kesejahteraan psikologis. Fenomena FoMO dapat menyerang siapa saja, terkhusus pada Gen Z di mana usia tersebut merupakan usia yang sedang mencari jati diri dan segala aktivitasnya terhubung langsung dengan media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dan inferensial dengan metode analisis regresi sederhana. Subjek penelitian ini adalah Gen Z di Jawa Timur berusia 18-27 Tahun yang menggunakan media sosial dengan sampel sebanyak 120 orang. Data dikumpulkan melalui survey *online* melalui Google Formulir yang mengukur *Self Esteem* dan *Fear of Missing Out* (FoMO) dan disebarluaskan melalui media sosial. Data dianalisis menggunakan uji asumsi klasik dan uji hipotesis berupa analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang sangat signifikan antara *Self Esteem* terhadap *Fear of Missing Out* pada Gen Z. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 459,000, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi *Self Esteem*, semakin rendah FoMO sehingga Gen Z di Jawa Timur merasa berharga dan percaya diri. penelitian ini

masih terdapat kekurangan seperti subjek yang tidak seimbang antara jenis kelamin, tidak berfokus pada satu media sosial, dan subjek penelitian yang masih terbatas, oleh karena itu diharapkan pada penelitian selanjutnya agar bisa meningkatkan temuan.

Kata Kunci: *Self Esteem, Fear of Missing Out (FoMO), Gen Z*

PENDAHULUAN

Generasi menggambarkan kemiripan karakteristik yang khas di dalam sebuah rentang waktu tertentu yang di dalamnya terdapat definisi dan keunikan-keunikan individu sehingga hal ini menjadi ciri dari suatu generasi. Segala sesuatu terutama yang berhubungan dengan perilaku, gaya hidup, profesi, budaya selalu dikaitkan dengan ciri-ciri dari generasi-generasi yang ada. Generasi diklasifikasikan menjadi generasi traditionalist lahir sebelum 1946, generasi *baby boomer* lahir antara tahun 1946-1964, generasi X lahir antara tahun 1965-1979, generasi milenial lahir antara 1980-1994, generasi Z lahir antara 1995-2012 (Stillman & Stillman, 2017). Klasifikasi ini memang subjektif, namun setidaknya membantu dalam mengetahui sudut pandang terkait rentang usia yang dimiliki oleh generasi Z yaitu sekitar 11-27 tahun.

Terlepas dari perbedaan pendapat mengenai rentang kelahiran Generasi Z, Berkup (2014) menjelaskan bahwa Generasi Z merupakan generasi yang telah berinteraksi dengan teknologi dari lahir, sehingga teknologi sangat mempengaruhi kehidupan Generasi Z tersebut. Teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang telah menghadirkan internet sebagai salah satu bentuk inovasi yang dapat membantu manusia dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari. Manusia menggunakan internet dengan memanfaatkan perangkat lunak atau web untuk mengakses berbagai informasi, seperti pendidikan, pekerjaan, bisnis, hobi, bahkan transaksi jual beli yang saat ini bisa dilakukan melalui internet (Umam, 2021).

Media sosial saat ini sudah menjadi sebuah tren yang memiliki dampak yang sangat kuat terhadap perkembangan pola pikir manusia. Para penduduk di penjuru dunia menjadikan media sosial sebagai salah satu kebutuhan hidup. Hal ini terlihat dari temuan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2023) mengumumkan jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2024. Pengguna internet terbesar di Indonesia berada di Pulau Jawa dengan penetrasi sebesar 83,64, dengan pembagian Jawa Barat 85,52%, Pulau Jawa Timur 81,79%, Pulau Jawa Tengah 81,32%

Menjelaskan bahwa terdapat kemungkinan gen Z lebih mudah untuk menunjukkan keterbukaan diri secara *online* daripada secara langsung. Akibatnya, ketika tidak terhubung secara *online*, gen z dapat mengalami situasi ketika dunia seolah terus berjalan dengan cepat dan merasa tertinggal. Tingginya keinginan dan adanya kemudahan mengakses aktivitas atau kehidupan orang lain di media sosial berpotensi meningkatkan kecenderungan Gen Z dalam melakukan perbandingan diri di media sosial. Mengakses sosial media selama satu jam atau bahkan lebih dapat berisiko tinggi mengalami kecemasan, khawatir dan rasa tidak percaya diri. Dampak

lain yang dapat dialami mahasiswa akibat menggunakan media sosial secara aktif adalah *Fear of Missing Out* (FoMO). *Fear of Missing Out* (FoMO) dapat diartikan sebagai perasaan ketakutan akan kehilangan dan tertinggal suatu momen berharga yang melibatkan teman atau kelompok teman sebaya ketika individu absen dari interaksi atau koneksi dengan mereka (Przybylski dkk, 2013).

Oleh karena itu, jika mahasiswa mengalami FoMO yang tinggi, hal ini akan berdampak pada penurunan produktivitas, harga diri, kesejahteraan emosional, dan peningkatan penggunaan sosial media. Menurut Przybylski dalam (Aurel & Paramita, 2021) individu yang mengalami FoMO disebabkan oleh rendahnya kepuasan dan kebutuhan dalam hidup, serta memiliki suasana hati yang buruk dalam kehidupan nyata. *Fear of Missing Out* dapat terjadi karena tidak terpenuhinya tiga kebutuhan dasar psikologis yaitu *need for competence, autonomy self, and relatedness*. Apabila ketiga kebutuhan dasar psikologis tidak terpenuhi maka mengakibatkan individu menjadi tidak mampu mengatur diri sendiri secara efektif (Przybylski, 2013). Salah satu faktor motivasional yang penting bagi remaja adalah harga diri (self esteem) (Meškauskienė, 2013).

Menurut Siddik, Mafaza, dan Sembiring (2020) menunjukkan bahwa *Self Esteem* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap rasa takut ketinggalan. Ketika seseorang memiliki *Self Esteem* yang tinggi akan membawa dirinya dalam hal yang positif, Individu yang memiliki *Self Esteem* rendah akan merasa dirinya tidak sempurna, berdampak pada emosi yang tidak stabil dan mudah merasa cemas dan khawatir serta memiliki tingkah laku yang bermasalah. *Self Esteem* merupakan hasil evaluasi diri yang diungkapkan dalam sikap menerima atau menolak diri sendiri. Tinggi rendahnya tingkat harga diri seseorang menentukan perilakunya dalam menggunakan jejaring sosial. *Self-esteem* sendiri dapat dibedakan dalam dua tipe yakni global dan domain. *Global Self Esteem* adalah evaluasi secara keseluruhan pada nilai individu sebagai manusia sedangkan *Domain self-esteem* yaitu suatu penilaian yang dilakukan individu pada lingkup yang lebih spesifik seperti pendidikan, penampilan diri, dan kemampuan yang dimiliki individu. (Umam, 2021).

TINJAUAN LITERATUR

A. *Fear of Missing Out*

1. Definisi *Fear of Missing Out*

Fear of Missing Out (FoMO) yakni sindrom kecemasan sosial yang ditandai dengan keinginan untuk selalu terhubung dengan kegiatan yang sedang dilakukan dan dikerjakan oleh orang lain. *Fear of Missing Out* (FoMO) diartikan sebagai perasaan ketakutan akan kehilangan suatu momen berharga yang melibatkan teman atau kelompok teman sebaya ketika individu absen dari interaksi atau koneksi dengan mereka (Przybylski dkk, 2013).

Menurut Utami dan Aviani, (2021) *Fear of Missing Out* (FoMO) adalah suatu ketakutan yang dirasakan oleh individu atau kelompok lain yang sedang melakukan kegiatan menyenangkan dan diinginkan namun individu tersebut

tidak merasakannya. *Fear of Missing Out* (FoMO) dapat digambarkan sebagai rasa ketakutan ketika orang lain memiliki pengalaman yang berharga dan dapat dicirikan dengan individu yang ingin selalu terhubung dengan apa yang dilakukan oleh orang lain serta perkembangan teknologi yang semakin canggih sehingga muncul fenomena yang baru yaitu takut ketinggalan suatu hal yang sedang viral (Przybylski et al., 2013).

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa FoMO merupakan sebuah fenomena yang dapat menyerang siapa aja, terkhusus pada Gen Z dengan rentang usia 11-27 tahun dimana usia tersebut merupakan usia yang sedang mencari jati diri dan segala aktivitasnya terhubung langsung dengan media sosial. FoMO sangat erat kaitannya dengan media sosial. FoMO dapat di definisikan sebagai perasaan individu ketika merasa tertinggal informasi yang sedang update, trend at aupun viral di media sosial sehingga memiliki dampak yang mengganggu kehidupan individu yang mengalaminya.

2. Aspek-aspek *Fear of Missing Out* (FoMO)

Adapun aspek-aspek *Fear of Missing Out* (FoMO) yang berdasarkan pada self Determination Theory yang didasari tidak terpenuhinya kebutuhan dasar psikologis dasar (Przybylski dkk., 2013) diantaranya yaitu:

a. Self

Kebutuhan psikologis akan *self* sangat penting dan sangat berhubungan dengan *autonomy* dan *competence*. *Autonomy* merupakan kemampuan individu untuk dapat mengendalikan dirinya atau suatu keadaan di mana individu bebas untuk mengekspresikan dirinya dengan tidak diatur oleh individu lain. Dapat dikatakan bahwa *autonomy* merupakan keinginan individu untuk menentukan keputusan hidupnya.

b. Competence

Kebutuhan individu untuk secara efektif berinteraksi dengan lingkungan di sekitarnya. Dapat juga digambarkan dengan kemampuan individu untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Maka ketika kebutuhan *self* tidak dapat terpenuhi dengan baik akan membuat individu mengalihkan menggunakan media sosialnya dengan melihat kegiatan yang dilakukan oleh orang lain.

c. Relatedness

Kebutuhan individu untuk selalu terhubung dengan lingkungan sosialnya. Individu memiliki keinginan untuk selalu terkait dengan individu lain untuk menjalin hubungan . Namun jika kebutuhan psikologis terhadap *relatedness* tidak dapat terpenuhi maka akan menimbulkan perilaku negatif pada individu tersebut, seperti perasaan cemas yang berlebihan. Dalam hal ini akan membuat individu mencari kegiatan yang sedang tren di lingkungan sosialnya ataupun menggunakan media sosial yang dimilikinya

Berdasarkan penjelasan aspek-aspek di atas menurut (Przybylski dkk., 2013), maka dapat di ambil kesimpulan bahwa individu dapat mengalami *Fear of Missing Out* (FoMO) apabila kebutuhan self, competence dan relatedness tidak dapat terpenuhi.

3. Faktor-Faktor yang mempengaruhi *Fear of Missing Out*

Faktor-faktor yang mempengaruhi FoMO berdasarkan dari berbagai penelitian dikutip dalam (Farida 2021), antara lain :

a. Faktor Usia

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pada tahap awal masa remaja merupakan rentang usia yang memiliki level FoMO tertinggi (Tomczyk & Selmanagic-Lizde, 2018)

b. Faktor komunikasi antara orang tua dengan anak

berdasarkan survey yang telah dilakukan faktor komunikasi ibu-anak lebih tinggi dibandingkan faktor komunikasi ayah-anak. Komunikasi positif antara orang tua dan anak akan berhubungan negatif terhadap dampak FOMO. (Alt & Boniel-Nissim, 2018)

c. Faktor harga diri (*self-esteem*), interaksi sosial, dan kecemasan sosial

Harga diri yang menimbulkan kecemasan serta berpengaruh ke dalam interaksi sosial dapat memainkan peran penting dalam rasa takut ketinggalan karena berdampak pada faktor-faktor yang diduga mendasari FOMO. Oleh karena itu, skala FOMO yang terdiri dari elemen psikologis, terutama menilai bagaimana individu memandang diri mereka sendiri dan pencapaian mereka, bagaimana mereka berinteraksi dengan orang lain, dan tingkat kecemasan mereka khususnya terkait dengan penggunaan media sosial (Abel dkk, 2016)

d. Jenis kelamin

FoMO dapat dilihat berdasarkan faktor jenis kelamin. Setiap individu baik perempuan maupun laki-laki mempunyai perilaku yang berbeda dalam mengekspresikan diri dalam menggunakan *smartphone*. Sehingga tinggi dan rendahnya perilaku FoMO pada mereka dapat berbeda-beda. Przybylski dkk. (2013) mendapatkan hasil yang berbeda dalam penelitiannya, didapatkan bahwa laki-laki di usia dewasa awal (22 tahun keatas) memiliki tingkat FoMO yang lebih tinggi dibandingkan hasil perempuan.

Faktor di atas sesuai dengan aspek kebutuhan psikologis akan *relatedness* yang tidak terpenuhi, dan kebutuhan psikologis akan *self* yang tidak terpenuhi, berkaitan dengan penurunan tingkat suasana hati dan kepuasan hidup secara signifikan (Przybylski et al., 2013).

B. Self-Esteem

1. Definisi Self-Esteem

Self-esteem erat kaitannya dengan identitas diri dan *self-esteem* merupakan kebutuhan dasar individu. *Self-esteem* atau harga diri menurut Coopersmith (dalam, Aulyah dan Isrofin, 2021) merupakan suatu penilaian yang dilakukan oleh individu terhadap dirinya sendiri. Individu yang mempunyai harga dirinya tinggi akan menghormati dirinya sendiri sedangkan individu yang memiliki tingkat harga diri yang rendah tentu akan menganggap bahwa dirinya lebih rendah dari orang lain dan tidak percaya diri.

Self-esteem merupakan suatu sikap yang relatif stabil namun bukan berarti tidak dapat diubah. *Self-esteem* adalah suatu evaluasi positif maupun negatif terhadap diri sendiri (*self*) bagaimana individu memandang dirinya sendiri. *Self-esteem* merupakan salah satu kebutuhan psikologis yang meliputi kepercayaan, kebutuhan ekonomi, kebutuhan akan keberhasilan, kebutuhan akan memperoleh pengetahuan dan perasaan mampu. Harga diri (*self-esteem*) yang tinggi membantu meningkatkan, resiliensi, inisiatif dan perasaan puas pada diri seseorang (Srisayekti & Setiady, 2015).

Menurut Maslow (1975) harga diri (*self-esteem*) termasuk kebutuhan yang harus dipenuhi oleh individu. Maslow membagi kebutuhan akan rasa harga diri menjadi dua bagian yaitu penghormatan dari diri sendiri yang mencakup hasrat untuk memperoleh kompetensi, rasa percaya diri, kekuatan pribadi, kemandirian serta kebebasan sedangkan yang kedua mengenai penghargaan dari orang lain dari apa yang dilakukan oleh individu tersebut.

2. Aspek-Aspek self-esteem

Coopersmith (1967) mengemukakan 4 aspek harga diri meliputi :

- a. Power (kekuatan), yaitu kemampuan individu dalam memberi pengaruh dan mengontrol orang lain maupun dirinya sendiri. Hal ini dapat ditunjukkan dengan sikap penghormatan dan penghargaan dari orang lain.
- b. *Vitue* (Kebajikan), yaitu ketaatan sikap pada nilai, sopan santun, dan adab yang ada dalam masyarakat. Hal ini berhubungan dengan cara seseorang dalam memberikan respon kepada orang lain berupa adab, nilai, dan sopan santun yang berlaku di masyarakat.
- c. *Significance* (signifikasi), yaitu perasaan dihargai oleh orang lain dan lingkungan. Hal tersebut berkaitan dengan perhatian dan penerimaan dari orang lain ataupun lingkungan sekitar.
- d. *Competence* (kompetensi), yaitu kinerja yang berhasil didapat dalam mencapai hal-hal yang diharapkan. Hal ini berhubungan dengan kemampuan seseorang, apabila orang tersebut merasa memiliki kemampuan yang cukup orang tersebut akan memiliki keyakinan untuk dapat mencapai hal-hal yang diharapkan dan mampu menyelesaikan masalah dengan baik.

Berdasarkan pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa Aspek *self-esteem* tersebut memiliki hubungan yang erat dan akan menjadikan individu mampu menghormati, menghargai dan menerima dirinya serta dapat menjalani aktivitas sehari-hari secara optimal maka individu memiliki *self-esteem* yang positif jika komponen tersebut terpenuhi.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi *self-esteem*

self-esteem adalah suatu persepsi diri individu terhadap konsep diri. peningkatan *self-esteem* dapat berasal dari faktor internal dan eksternal. faktor internal berasal dari dalam diri individu itu sendiri sedangkan faktor eksternal berasal dari luar individu yaitu individu yang berada di lingkungannya. Menurut Coopersmith (1967) menjelaskan beberapa faktor yang dapat meningkatkan dan menurunkan penghargaan seseorang terhadap dirinya sendiri, antara lain:

a. Penerimaan atau penghargaan terhadap diri (*self-derogtrion*)

Individu dapat menerima dan menghargai dirinya secara utuh, baik kelebihan maupun kekurangannya atau pandangan individu terhadap dirinya.

b. Kepemimpinan atau popularitas (*leadership popularity*).

Kemampuan individu dalam memimpin dan mendapat pengakuan dari lingkungan sosial atas keberadaannya.

c. Keluarga – Orangtua (*Family – Parents*)

Keluarga dan orang tua yang menumbuhkan perasaan menghargai diri juga satu sama lain dan saling mendukung.

d. Asertivitas – Kecemasan (*Assertiviness – Anxiety*)

Kemampuan individu dalam mengembalikan keasertifan dirinya terhadap pendapat dan kemauannya, serta kemampuan dalam mengendalikan kecemasan.

Self-esteem yang positif dapat ditumbuh kembangkan yang tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor yang mempengaruhi pertumbuhan *self-esteem* yaitu:

a. Orang tua

Orang tua merupakan sumber utama pembentukan *self-esteem* dikarenakan orang tua menjadi faktor penting dalam meletakkan landasan *self-esteem* yang kokoh seperti mengembangkan kepercayaan diri dan hormat diri.

b. Teman sebaya

Teman sebaya memiliki peran penting dalam pengaruh pembentukan *self-esteem*. Ketika anak berada dilingkungan sekolah, jika anak berteman dengan individu yang saling mendukung dan menghargai tentu akan menghasilkan *self-esteem* yang positif namun jika berteman dengan individu yang memiliki sikap yang negatif hal tersebut akan membuat pertumbuhan *self-esteem* yang kurang sehat.

c. Pencapaian prestasi

Individu ketika mencapai suatu prestasi akan menimbulkan perasaan senang, tenang dan percaya diri akan kemampuan yang dimiliki hal ini merupakan salah satu faktor bagi perkembangan *self-esteem*, sebaliknya apabila individu dihampiri suatu kegagalan maka akan menimbulkan rasa tidak percaya diri terhadap individu tersebut.

d. Diri sendiri

Sumber utama bagi pengembangan *self-esteem* adalah diri sendiri. Diri berperan dapat mempertinggi atau memperendah *self-esteem* sesuai dengan perasaan individu tersebut.

e. Guru / Tenaga pendidik

Guru atau tenaga pendidik sangat berpotensi membangun *self-esteem* dengan cara menempatkan peserta didik dalam kedudukan yang berharga, merasa diakui dan mampu memberikan apresiasi terhadap tugas yang dilaksanakan oleh peserta didik dan jika guru atau tenaga pendidik lebih suka mengkritik peserta didik secara berlebihan tentu akan menciptakan *self-esteem* yang negatif (Santi, 2017).

4. Ciri umum individu dengan level *self-esteem* yang dimiliki

Adapun ciri umum individu dengan *self-esteem* tinggi menurut Coopersmith (dalam, Aulyah dan Isrofin, 2021) menjelaskan terdapat karakteristik individu dilihat dari tinggi dan rendahnya *self-esteem* yang dimiliki yaitu:

a. Ciri umum individu dengan level *self-esteem* tinggi

Individu yang memiliki *self-esteem* tinggi, memiliki ciri-ciri seperti: memiliki tingkat percaya yang tinggi, menghormati diri, berani mengambil risiko serta memiliki sikap tanggung jawab dan pantang menyerah. Remaja dengan level *self-esteem* yang tinggi lebih memiliki konsep yang baik dalam ketertarikan dalam berkarir dan mampu mengambil keputusan karier serta memiliki hubungan interpersonal yang baik. (Fauziah dkk., 2019)

b. Ciri umum individu dengan level *self-esteem* rendah

Individu yang memiliki *self-esteem* rendah, memiliki ciri-ciri seperti: akan merasa dirinya tidak sempurna, memiliki emosi yang tidak stabil serta rendahnya motivasi. *Self-esteem* yang rendah dapat menimbulkan berbagai masalah bagi individu.

Menurut Fox 2000 (dalam (Fauziah dkk., 2019) mengatakan bahwa *self-esteem* yang rendah erat kaitannya dengan penyakit mental dan rendahnya kesejahteraan jiwa. *Self-esteem* rendah akan mudah merasa cemas, khawatir, depresi, neurosis bahkan menimbulkan keinginan bunuh diri, putus asa terhadap kehidupan yang dimilikinya hal ini terjadi dikarenakan kendali pribadi rendah.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penulisan yang dilakukan dalam penulisan ini menggunakan pendekatan kuantitatif, Azwar (2017) menjelaskan penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang fokus pada analisis data angka (*numerical*) dan diolah dengan menggunakan metode statistik sehingga memperoleh hasil signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif korelasional. Penelitian korelasi bertujuan untuk mengukur sejauh mana suatu variabel memiliki hubungan dengan variabel lainnya. Hal ini sejalan dengan Azwar (2015) yang menyatakan penelitian korelasional bertujuan untuk menyelidiki sejauh mana variasi pada suatu variabel berhubungan atau berkaitan dengan variasi pada satu atau lebih variabel lainnya.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah Gen Z yang lahir pada tahun 1997-2012 dengan usia 18-27 tahun di Jawa Timur yang menggunakan aplikasi sosial media dalam kehidupan sehari-hari. Peneliti memilih Gen-Z karena sesuai dengan konteks pengguna media sosial yang didominasi oleh generasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini dipilih melalui teknik pengambilan sampel menggunakan metode *insidental sampling*. *Insidental sampling* merujuk pada teknik pengambilan sampel dari anggota populasi secara kebetulan, artinya ketika peneliti bertemu dengan orang yang memenuhi syarat sebagai sumber data maka orang tersebut dapat menjadi sampel. Untuk memperoleh besarnya sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lameshow, karena populasi Gen-Z yang ada di Jawa Timur tidak diketahui pasti jumlahnya. Maka rumus yang digunakan untuk mengetahui jumlah sampel adalah menggunakan rumus (Lameshow dalam Rahmadina, 2015) yaitu:

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{L^2}$$

n= Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z α = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1.96$

P= Prevalensi outcome, karena data belum di dapat maka dipakai 50%

Q= 1-P

L= Tingkat ketelitian 10%

Berdasarkan rumus, maka $n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.1)^2} = 96.04$

Sehingga mendapatkan hasil jumlah sampel 96 responden kemudian dibulatkan menjadi 120 responden.

Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah survey *online* melalui Google Formulir. Instrumen Penelitian ini berupa kuesioner yang terdiri dari tiga bagian, yaitu bagian pertama berisi pengenalan dan pertanyaan identitas responden (Nama, Usia, Jenis Kelamin, Usia dan Media Sosial yang dimiliki), bagian kedua berisi Skala *Fear of Missing Out* (FoMO), dan bagian ketiga berisi skala *Self Esteem*. Terdapat empat pilihan jawaban yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS). Kuesioner disebarluaskan melalui media sosial, Seperti *Whatsapp*, *Instagram*, dan kepada Gen-z di Jawa Timur yang memenuhi kriteria sampel. Waktu pengumpulan data dilakukan selama satu bulan, yaitu tanggal 9 November 2024 sampai 12 Desember 2024.

Variabel penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen pada penelitian ini adalah *Self Esteem* dengan menggunakan skala yang dikemukakan oleh Coopersmith (1967) yang berjumlah 30 item. Sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan skala yang dikemukakan oleh Przybylski (2013) dengan jumlah 23 item.

Analisis Data

Data penelitian ini dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif dan inferensial, yang dimaksudkan untuk mengambil kesimpulan dengan pengujian hipotesis. Analisis inferensial digunakan untuk mengetahui hubungan kualitas atau hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat (Azwar, 2017). Rancangan statistik yang digunakan untuk menganalisis data hubungan *Self Esteem* terhadap *Fear of Missing Out* pada gen Z di Jawa Timur adalah dengan menggunakan teknik analisis product moment. Metode ini merupakan analisis antar variabel yang menentukan seberapa kuat dan bagaimana suatu variabel memiliki hubungan antara variabel lainnya.

Metode analisis data yang digunakan adalah dengan mengetahui masing-masing Tingkat *Fear of Missing Out* terhadap *self esteem*, maka dalam perhitungannya harus menggunakan mean Hipotetik dan Standar Deviasi Hipotetik, setelah itu menghitung jumlah presentase responden sesuai dengan tujuan dari penulisan yaitu untuk mengetahui bagaimana hubungan antara *Fear of Missing Out* dengan *self esteem*. Maka Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis product moment, yaitu secara statistic untuk mengetahui derajat hubungan (korelasi) antara dua variable yang dinyatakan dalam koefisien korelasi. Koefisien korelasi yang positif menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi searah. Sedangkan koefisien korelasi yang negatif menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah berlawanan

Teknik analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan menggunakan program SPSS versi 21.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk menilai apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mengikuti distribusi normal (Ghozali (2018) dalam Sholihah dkk (2023)). Metode yang digunakan untuk uji normalitas penelitian ini adalah metode Kolmogorov-Smirnov dilakukan dengan kriteria

- Jika nilai signifikansi $>0,05$ maka data dianggap berdistribusi normal
- Jika nilai signifikansi $<0,05$ maka data dianggap tidak berdistribusi normal

b. Uji linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linear yang signifikan antara dua variabel (Azwar, 2015). Dua variabel dianggap memiliki hubungan linear jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05.

Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara atas pertanyaan penelitian. Berdasarkan uraian sebelumnya, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H0: Tidak terdapat hubungan antara *Self Esteem* terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Gen Z di Jawa Timur.
- H1: Terdapat hubungan antara *Self Esteem* terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Gen Z di Jawa Timur.

Pengujian hipotesis ini dilakukan menggunakan teknik analisis regresi sederhana. Analisis data dilakukan dengan metode statistik menggunakan IBM SPSS 21 untuk Windows.

HASIL DAN PEMBAHASAN

hasil

Deskripsi Subjek Penelitian

Tabel 1. Deskripsi Subjek Penelitian

Variabel	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Perempuan	108	90,0 %
Laki - Laki	12	10,0 %
Usia		
18 - 20 Tahun	61	50,83 %
21 - 24 Tahun	59	49,16 %

Jumlah	120	100 %
---------------	------------	--------------

Total subjek dalam penelitian ini berjumlah 120 orang Gen Z di Jawa Timur, dengan perempuan 108 orang dan laki-laki 12 orang. Subjek yang berusia 18-20 tahun berjumlah 61 orang dan 21-24 tahun 59 orang.

Deskripsi Data Penelitian

Tabel 2. Deskripsi Data Penelitian

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std.Deviation
Keterbukaan Diri di Media Sosial	120	61	94	81,52	7,508
Insecurity	120	45	67	54,23	5,029

Berdasarkan hasil uji deskriptif di atas, dapat digambarkan data yang didapatkan adalah :

1. Variabel *self esteem*, dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum 61, sedangkan nilai maksimum 94. Nilai rata-rata *Self Esteem* sebesar 81,52 dan Standar deviasi *Self Esteem* sebesar 7,508.
2. Variabel FoMO, dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum 45, sedangkan nilai minimum 67. Nilai rata-rata FoMO sebesar 54,23 dan Standar deviasi FoMO sebesar 5,029.

Jadi, variabel *Self Esteem* memiliki rata-rata yang lebih tinggi dibandingkan variabel FoMO, artinya ukuran yang diukur oleh *Self Esteem* lebih besar dari FoMO secara umum. Standar deviasi pada *Self Esteem* dan FoMO masih dalam kisaran yang cukup umum. Variasi pada variabel *Self Esteem* lebih terkonsentrasi di sekitar mean daripada variabel FoMO.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

Variabel	Indeks Normalitas	Sig (p)	Keterangan
Self Esteem* FoMO	0,782	0,571	Data Terdistribusi Normal

Berdasarkan hasil uji normalitas, diketahui nilai signifikansi $0,782 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal dan memenuhi asumsi.

Uji Linieritas

Tabel 4. Uji Linieritas

Variabel	Linearity		Deviation from Linearity		Keterangan
	F	Sig (p)	F	Sig (p)	
FoMO * <i>Self Esteem</i>	103,874	0,000	6,083	0,000	Linear

Berdasarkan tabel diatas bisa dilihat bahwa hasil uji linieritas FoMO dan *Self Esteem* adalah linear dengan nilai signifikansi $0,751 > 0,05$.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 6. Uji Hipotesis (Regresi Sederhana)

Variabel	Koefisien Regresi (F Regresi)	Sig (p)	Keterangan
<i>Self Esteem</i> dengan FoMO	459,000	0,000	Sangat Signifikan

Hasil analisis regresi sederhana menghasilkan nilai koefisien regresi sebesar 459,000 dengan signifikansi 0,000. Sehingga dapat disimpulkan penelitian ini menolak H0 dan menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan antara *Self Esteem* terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Gen Z di Jawa Timur.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan yang sangat signifikan antara *Self Esteem* terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Gen Z di Jawa Timur. Subjek penelitian ini adalah Gen Z di Jawa Timur yang menggunakan media sosial. Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan antara *Self Esteem* dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Gen Z di Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan uji regresi linier sederhana yaitu untuk mengetahui adakah korelasi atau pengaruh self- esteem terhadap FoMO diJawa Timur. Adapun persyaratan dalam melaksanakan uji regresi linier sederhana yaitu dengan syarat variabel bersifat normal dan linier. Maka dari itu Penelitian ini melakukan uji normalitas dan uji lineritas. Hal ini juga ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 459,000, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi *Self Esteem*, semakin rendah FoMO sehingga Gen Z di Jawa Timur merasa berharga, percaya diri dan menjalankan kehidupannya dengan optimal.

Individu yang mengalami FoMO tersebut dikarenakan rendahnya pemenuhan kebutuhan psikologis pada *self, competence, dan* kebutuhan psikologis *relatedness*. Individu dengan *Self Esteem* rendah sering kali memiliki permasalahan hidup seperti depresi, kecemasan, tidak percaya diri, tidak diterima lingkungan sosial, dan merasa

tidak berharga hal tersebut membuat Gen Z lebih rentan terhadap perbandingan sosial, kritik, dan komentar negative. Sedangkan individu dengan *self-esteem* tinggi akan merasa dirinya berharga, percaya diri dan menjalankan kehidupannya dengan lebih optimal.

Isu terkait *Fear of Missing Out* (FoMO) merupakan jenis kecemasan yang sangat umum dialami oleh pengguna media sosial, di mana individu merasa takut ketinggalan trend dan diberitahu bahwa mereka tidak *up to date*, tidak gaul dan jadul. Tentunya hal tersebut akan menimbulkan berbagai masalah baik dari segi fisik maupun psikis. Apabila ketiga kebutuhan dasar psikologis tidak terpenuhi maka mengakibatkan individu menjadi tidak mampu mengatur diri sendiri secara efektif (Przybylski, 2013). Salah satu faktor motivasional yang penting bagi remaja adalah harga diri (*self-esteem*) (Meškauskienė, 2013). *Self Esteem* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap rasa takut ketinggalan (Siddik dkk, 2020). *Self-esteem* yang rendah erat kaitannya dengan penyakit mental dan rendahnya kesejahteraan jiwa (Fox, 2000 dalam Fauziah dkk., 2019).

Berdasarkan hasil penelitian ini, sebagian besar subjek yang berpartisipasi menunjukkan adanya *Self-esteem* yang sangat signifikan terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO) sehingga menunjukkan hubungan antara dua variabel yang sangat kuat. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini dapat diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan antara *Self Esteem* dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Gen Z di Jawa Timur. Semakin tinggi tingkat *Self Esteem*, semakin rendah tingkat FoMO yang dialami. Hal ini menunjukkan bahwa individu dengan *Self Esteem* yang tinggi lebih mampu merasa berharga, percaya diri, dan menjalani kehidupan dengan optimal, sehingga lebih tahan terhadap dampak negatif perbandingan sosial atau kritik di media sosial. Sebaliknya, individu dengan *Self Esteem* yang rendah lebih rentan terhadap FoMO karena adanya permasalahan psikologis seperti kecemasan, depresi, dan perasaan tidak berharga. FoMO dipengaruhi oleh rendahnya pemenuhan kebutuhan psikologis seperti kompetensi, kemandirian, dan keterhubungan sosial, yang jika tidak terpenuhi akan memperburuk kondisi psikologis individu. Oleh karena itu, *Self Esteem* memainkan peran penting dalam mengurangi risiko FoMO dan meningkatkan kesejahteraan psikologis Gen Z di Jawa Timur. Penelitian ini berhasil menerima hipotesis yang diajukan, yaitu adanya hubungan signifikan antara *Self Esteem* dan FoMO.

DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Alt, D., & Boniel-Nissim, M. (2018). Parent–Adolescent Communication and Problematic Internet Use: The Mediating Role of *Fear of Missing Out* (FoMO). *Journal of Family Issues*, 39(13), 3391–3409. <https://doi.org/10.1177/0192513X18783493>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2023). <https://survei.apjii.or.id/>
- Aulyah, I., & Isrofin, B. (2020). Hubungan harga diri dan *Fear of Missing Out* dengan smartphone addiction mahasiswa Universitas Negeri Semarang. *Indonesian Journal of Counseling and Development*, 2(2), 132-142. <https://ejournal.iainkerinci.ac.id/index.php/bkpi/article/download/596/466>
- Aurel, J. G., & Paramita, S. (2021, August). FoMO and JoMO phenomenon of active millennial instagram users at 2020 in jakarta. In *International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021)* (pp. 722-729). Atlantis Press.
- Azwar, S. (2015). *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Belajar .
- Azwar, S. (2017). *Metode penelitian psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Berkup, S. B. (2014). Working with generations X and Y In generation Z period: Management of different generations in business life. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(19), 218–229. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n19p218>
- Coopersmith, S. (1967). *Coopersmith self-esteem inventory - The antecedents of self-esteem*. W.H Freeman & Co
- Coopersmith, S. (1967). *Coopersmith self-esteem inventory - The antecedents of self-esteem*. W.H Freeman & Co
- Farida, H., Warni, W. E., & Arya, L. (2021). Self-Esteem dan Kepuasan Hidup dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) PADA Remaja. *Jurnal Psikologi Poseidon*, 60-76.
- Fauziah, M., Setyowati, A., & Muyana, S. (2019). Self-Esteem Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (Smk) Negeri Se-Kota Yogyakarta. *Jurnal Penelitian Bimbingan dan Konseling*, 4(1). <http://dx.doi.org/10.30870/jpbk.v4i1.5004>
- Maslow, A.H. 1975. *Motivation And Personality*. New York : Harper And Row Publishers.
- Meškauskienė, A. (2013). Schoolchild's self-esteem as a factor influencing motivation to learn. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 83, 900-904.
- 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>

- Rahmadina, Hening. (2015). Perbedaan Perilaku Agresi Remaja Berdasarkan Gender yang Tinggal dengan Orang Tua Tunggal di Kota Sukabumi. *Skripsi*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Santi, N. N. (2017). Dampak kecenderungan narsiscisme terhadap *Self Esteem* pada pengguna facebook mahasiswa PGSD UNP. *Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran*, 5(1), 25-30. <https://doi.org/10.24269/dpp.v5i1.319>
- Sholihah, Siti M., Aditya, Nanda A., Evina, Elsa S., Maghfiroh, Siti., (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik pada Regresi Linear Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman (JRAS)*, Vol. 2 No. 2, hal 103-105
- 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), 125-138.
- Srisayekti, W., & Setiady, D. A. (2015). Harga-diri (self-esteem) terancam dan perilaku menghindar. *Jurnal psikologi*, 42(2), 141-156. <https://journal.ugm.ac.id/jpsi/article/view/7169>
- Tomczyk, Ł., & Selmanagic-Lizde, E. (2018). *Fear of Missing Out* (FOMO) among youth in Bosnia and Herzegovina — Scale and selected mechanisms. *Children and Youth Services Review*, 88, 541–549. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2018.03.048>
- Umam, N. (2021). Harga Diri , Neurotisme & Kecanduan Internet Sebagai Prediktor *Fear of Missing Out* Pada Mahasiswa Self-Esteem , Neurotism & Internet Addiction As Predictors of *Fear of Missing Out* Among Students. *Prosiding Seminar Nasional 2021 Fakultas Psikologi UMBY*, 55–69.
- Utami, P. D., & Aviani, Y. I. (2021). Hubungan antara regulasi diri dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada remaja pengguna instagram. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(1), 177-185.