

HUBUNGAN ANTARA *SELF-ESTEEM* DENGAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) PADA GENERASI Z

Grace Santika Dewi br Ginting¹, Yohanes Budiarto*²

¹Program Studi Psikologi Jenjang Sarjana, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: grace.705210342@stu.untar.ac.id

²Program Studi Psikologi Jenjang Sarjana, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: yohanesb@fpsi.untar.ac.id

Masuk: 13-11-2024, Revisi: 20-12-2024, Diterima untuk diterbitkan: 20-01-2025

ABSTRAK

Individu yang mengalami fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) cenderung merasa takut akan tertinggal mengenai informasi, tren, dan pengalaman menyenangkan yang dialami oleh orang-orang disekitarnya. Akibatnya individu yang mengalami hal tersebut tidak dapat menahan diri dari keinginan untuk terus menerus terhubung dengan orang lain terutama melalui media sosial. Salah satu faktor utama yang dapat menyebabkan hal tersebut adalah rendahnya harga diri individu. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *self-esteem* dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada generasi z yang menggunakan media sosial. Penelitian ini menggunakan alat ukur *self-esteem* yang sudah diadaptasi oleh Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara yang menggunakan teori Rosenberg dan *Online Fear of Missing Out* (On-FoMO) untuk mengukur *Fear of Missing Out* (FoMO). Data diolah menggunakan SPSS versi 25, data tidak terdistribusi normal maka digunakan Spearman Corellation ($r = 0.591$, $p = 0.000$). Hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara *self-esteem* dan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada generasi z yang aktif menggunakan media sosial.

Kata Kunci: Media Sosial, *Self-Esteem*, *Fear of Missing Out*, Generasi Z.

ABSTRACT

Individuals who experience the Fear of Missing Out (FoMO) phenomenon tend to be afraid of being left behind regarding information, trends, and pleasant experiences experienced by people around them. As a result, individuals who experience this cannot resist the desire to continue to connect with others, especially through social media. One of the main factors that can cause this is low self-esteem. This study was conducted with the aim of determining whether there is a relationship between self-esteem and Fear of Missing Out (FoMO) in generation z who use social media. This study uses a self-esteem measuring instrument that has been adapted by the Faculty of Psychology, Tarumanagara University which uses Rosenberg's theory and Online Fear of Missing Out (On-FoMO) to measure Fear of Missing Out (FoMO). The data was processed using SPSS version 25, the data was not normally distributed, so Spearman Correllation was used ($r = 0.591$, $p = 0.000$). The results of this study are that there is a strong and significant relationship between self-esteem and Fear of Missing Out (FoMO) in generation z who actively use social media.

Keywords: Social Media, *Self-Esteem*, *Fear of Missing Out*, Generation Z.

Pesatnya perkembangan teknologi dan komunikasi digital telah berdampak signifikan terhadap pekerjaan, kehidupan, dan interaksi sosial di abad ke-21. Gen Z, generasi yang tumbuh bersama internet, dikenal sebagai "penduduk asli digital" karena semakin bergantung pada internet (Fitri *et al.* 2024). Gen Z menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, YouTube, dan TikTok. Sementara itu, 85% Gen Z aktif menggunakan media sosial untuk terhubung dengan topik, berbagi pengalaman, mengembangkan koneksi sosial, dan mengakses informasi baru. Namun, penggunaan media

sosial yang berlebihan dapat menimbulkan efek negatif, seperti depresi, kecemasan, dan FOMO (*Fear of Missing Out*) (Abas & Pambudhi, 2023).

Fear of missing out (FOMO) merupakan fenomena signifikan di kalangan Gen Z, karena dapat menyebabkan perasaan tidak mampu dan tidak aman. Penelitian telah menunjukkan bahwa kaum muda dengan *self-esteem* yang tinggi sering kali berjuang melawan FOMO dan menghadapi konsekuensi negatif pada *self-esteem* mereka (Przybylski *et al.* 2013). Beberapa penelitian tidak menemukan hubungan yang signifikan antara FOMO dan *self-esteem*, yang menunjukkan bahwa hubungan antara keduanya tidak dipengaruhi oleh *self-esteem* individu (Andrea *et al.* 2016). Kesimpulannya, perkembangan pesat teknologi digital dan komunikasi telah berdampak signifikan terhadap kehidupan Gen Z.

Terdapat perbedaan dalam temuan beberapa penelitian, seperti yang ditunjukkan oleh tinjauan pustaka peneliti dan temuan penelitian lain yang telah dibahas sebelumnya. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah untuk mengonfirmasi dan memperkuat temuan penelitian sebelumnya tentang hubungan antara *fear of missing out* (FOMO) generasi Z dan *self-esteem*. Selain itu, penelitian ini akan memeriksa tingkat *self-esteem* dan FOMO peserta menurut jenis kelamin mereka.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Hubungan *Self-Esteem* dengan Fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Generasi Z yang Menggunakan Media Sosial?”

H1: Terdapat hubungan antara *self-esteem* dan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada generasi z yang menggunakan media sosial.

METODE

Untuk menyelidiki hubungan antara dua variabel *self-esteem* sebagai variabel bebas dan *Fear of Missing Out* (FOMO) sebagai variabel terikat metode korelasi kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Dengan menggunakan metode ini, peneliti berharap dapat menentukan seberapa besar *self-esteem* memengaruhi penggunaan media sosial secara aktif oleh generasi Z dan *Fear of Missing Out* (FOMO) mereka. Oleh karena itu, peneliti ingin menyelidiki hubungan antara *self-esteem* dan fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) pada generasi Z yang menggunakan media sosial. Untuk mengumpulkan data penelitian ini, survei daring disebarkan melalui media sosial.

Peneliti mengantisipasi bahwa dengan menggunakan media sosial untuk menyebarkan kuesioner, responden yang lebih luas akan dapat dijangkau. *Google Form* digunakan untuk penyebaran kuesioner secara daring. Kuesioner, laptop, printer, koneksi internet, dan perangkat lunak *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) merupakan alat yang digunakan dalam penelitian ini. Perangkat lunak *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) digunakan untuk memproses dan menganalisis data yang terkumpul. Sebelum diproses dengan SPSS, data yang terkumpul melalui *Google Form* dikode ulang terhadap pertanyaan negatif. Alat ukur tersebut kemudian menjalani uji validitas dan reliabilitas oleh peneliti. Untuk memastikan apakah data yang terkumpul terdistribusi normal, peneliti selanjutnya melakukan uji normalitas. Untuk memastikan apakah *self-esteem* dan *Fear of Missing Out* (FOMO) saling terkait, penulis terlebih dahulu melakukan uji normalitas pada data yang terkumpul sebelum melakukan uji korelasi. Uji perbedaan berbasis gender menjadi salah satu uji lain yang dilakukan peneliti.

Partisipan

Peserta dalam penelitian ini haruslah anggota Generasi Z, yang didefinisikan sebagai mereka yang lahir antara tahun 1997 dan 2006 atau berusia antara 18 dan 25 tahun. Pengguna media sosial yang aktif, baik pria maupun wanita, merupakan persyaratan berikutnya. Peserta dalam penelitian ini tidak dibatasi berdasarkan ras, agama, atau tempat tinggal, sehingga siapa pun yang bersedia dapat ikut serta.

Pengukuran

Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua alat ukur yang digunakan untuk mengukur *self-esteem* dan *Fear of Missing Out* (FoMO). Penulis sebelumnya juga sudah melakukan uji coba terhadap kedua alat ukur yang akan digunakan kepada 80 partisipan. Dalam pengukuran *self-esteem*, peneliti menggunakan alat ukur *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES) yang telah diadaptasi kedalam Bahasa Indonesia oleh bagian Riset Universitas Tarumanagara. Alat ukur ini terdiri atas 2 dimensi yaitu *self-liking* dan *self-competence* dengan 20 butir pertanyaan di mana terdapat 10 *item favorable* dan 10 *item unfavorable* dengan 5 skala *likert*, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, di mana 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (ragu-ragu), 4 (setuju), dan 5 (sangat setuju). Berikut merupakan beberapa contoh pertanyaan dari alat ukur ini, yaitu (1) Saya tidak puas dengan diri saya secara keseluruhan, (2) Saya tidak merasa memiliki kualitas yang baik dalam diri saya, dan (3) Saya merasa tidak berguna pada saat tertentu.

Nilai *Cronbach Alpha* dari alat ukur ini adalah 0.864. Blueprint dan hasil uji reliabilitas yang sudah dilakukan oleh peneliti dapat dilihat pada lampiran. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur *Fear of Missing Out* (FoMO) adalah *Online Fear of Missing Out* (ON-FoMO) yang dikembangkan oleh Sette *et al.*, (2020). Alat ukur ON-FoMO terdiri atas 20 butir pertanyaan yang terbagi atas 4 dimensi yaitu *anxiety*, *need to belong*, *addiction*, dan *need for popularity*. Alat ukur ini menggunakan 5 skala *likert* mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju, di mana 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (netral), 4 (setuju), dan 5 (sangat setuju). Contoh-contoh pertanyaan yang terdapat pada alat ukur ini adalah seperti, (1) saya resah ketika saya tidak dapat mengakses media sosial, (2) saya merasa cemas ketika ponsel saya tidak memiliki sinyal internet, dan (3) saya terus memikirkan jejaring sosial ketika saya tidak dapat mengaksesnya. Nilai *Cronbach Alpha* dari alat ukur ini yaitu 0.903.

Prosedur

Sebelum memulai penelitian ini, peneliti memutuskan variabel mana yang ingin diteliti. Peneliti melakukan telaah pustaka terhadap penelitian sebelumnya untuk mengidentifikasi kesenjangan penelitian setelah memutuskan variabel yang ingin diteliti, yaitu *self-esteem* dan *Fear of Missing Out* (FoMO). Selanjutnya, penulis mencari bahan referensi dan alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Karena peneliti sering mengamati fenomena ini dalam lingkungan sosialnya, peneliti memilih untuk memfokuskan penelitiannya pada Generasi Z. Peneliti mulai mengumpulkan informasi tentang metode pemrosesan dan analisis data yang akan digunakan setelah memperoleh alat ukur, mengumpulkan referensi, dan memilih subjek penelitian.

Untuk mengumpulkan informasi dari sedikitnya 50–100 responden, penelitian ini dilakukan antara bulan September dan November. Survei yang telah disiapkan disebarakan melalui *Google Form* di akun media sosial peneliti. Peneliti menutup respons *Google Form* setelah jumlah responden yang ditargetkan tercapai, sehingga kuesioner tidak dapat diisi lagi. Untuk memperoleh temuan penelitian, peneliti melanjutkan ke tahap pengolahan data setelah data terkumpul.

HASIL

Gambaran Variabel *Self-Esteem*

Penelitian ini menggunakan 100 partisipan yang aktif dalam menggunakan media sosial setiap harinya. Berdasarkan data yang diperoleh dapat dilihat bahwa mayoritas partisipan memiliki tingkat *self-esteem* yang tinggi yaitu sebanyak 78%. Berikut merupakan data lebih lanjut mengenai gambaran *variabel self-esteem*.

Tabel 1

Gambaran Variabel Self-Esteem.

| Rumus | Skor | Kategorisasi | F | % |
|----------------------------|------------------|--------------|----|-----|
| $X < M - 1SD$ | $X < 47$ | Rendah | 0 | 0% |
| $M - 1SD \leq X < M + 1SD$ | $47 \leq X < 73$ | Sedang | 22 | 22% |
| $M + 1SD \leq X$ | $73 \leq X$ | Tinggi | 78 | 78% |

Gambaran Variabel *Fear of Missing Out* (FOMO)

Penelitian ini menggunakan 100 partisipan yang aktif dalam menggunakan media sosial setiap harinya. Berdasarkan data yang diperoleh dapat dilihat bahwa mayoritas partisipan memiliki tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) yang tinggi yaitu sebanyak 49% partisipan mengalami rasa takut yang tinggi untuk tertinggal. Berikut merupakan data lebih lanjut mengenai gambaran variabel *Fear of Missing Out* (FOMO).

Tabel 2

*Gambaran Variabel *Fear of Missing Out* (FOMO).*

| Rumus | Skor | Kategorisasi | F | % |
|----------------------------|------------------|--------------|----|-----|
| $X < M - 1SD$ | $X < 47$ | Rendah | 15 | 15% |
| $M - 1SD \leq X < M + 1SD$ | $47 \leq X < 73$ | Sedang | 36 | 36% |
| $M + 1SD \leq X$ | $73 \leq X$ | Tinggi | 49 | 49% |

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh terdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas data yang diperoleh dilakukan dengan uji *Kolmogorov Smirnov*. Namun, dikarenakan data yang diperoleh oleh peneliti tidak terdistribusi normal, yaitu nilai p lebih kecil dari 0.05, maka peneliti melakukan pengujian normalitas menggunakan *Spearman Correlation*. Hasil dari pengujian normalitas penelitian ini dapat dilihat melalui Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3

Hasil Uji Normalitas.

| | Unstandardized Residual |
|------------------------|-------------------------|
| N | 100 |
| Test Statistic | .224 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .000 |

Analisis Hipotesis

Peneliti melakukan uji korelasi dengan menggunakan metode *Spearman Correlation*. Pada metode ini, variabel dikatakan memiliki hubungan yang signifikan jika nilai p *value* lebih kecil daripada 0.05 dan 0.01. Hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa nilai p *value* dari data yang di dapatkan adalah .000 atau lebih kecil daripada 0.01. Melalui data yang telah terkumpul dari 100 partisipan, peneliti juga memperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0.591. Artinya, terdapat hubungan yang signifikan antara *self-esteem* dan *Fear of Missing Out* (FOMO). Hasil dari uji korelasi yang telah dilakukan oleh peneliti dapat dilihat melalui Tabel 4 berikut ini.

Tabel 4

Hasil Uji Hipotesis

| Variabel | r | Sig. |
|--|------|------|
| <i>Self-esteem</i> -> <i>Fear of Missing Out</i> | .591 | .000 |

Uji Beda *Self-Esteem* berdasarkan Jenis Kelamin

Peneliti melakukan uji perbedaan *self-esteem* berdasarkan jenis kelamin partisipan. Berdasarkan hasil yang diperoleh nilai rata-rata *self-esteem* pada perempuan sebesar 46.32 dan nilai rata-rata *self-esteem* pada laki-laki sebesar 57.93. Peneliti melakukan uji beda menggunakan *Mann-Whitney U* yang menunjukkan nilai p value = 0.053 atau lebih kecil daripada 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan *self-esteem* antara laki-laki dan perempuan. Hasil uji beda yang dilakukan oleh peneliti dapat dilihat melalui Tabel 5.

Tabel 5

Uji Beda Self-Esteem berdasarkan Jenis Kelamin.

| Jenis Kelamin | N | Mean | p | Keterangan |
|---------------|----|-------|------|---------------|
| Laki-Laki | 36 | 57.93 | .053 | Ada perbedaan |
| Perempuan | 64 | 46.32 | | |

Uji Beda *Fear of Missing Out* (FOMO) berdasarkan Jenis Kelamin

Peneliti melakukan uji perbedaan *Fear of Missing Out* (FOMO) berdasarkan jenis kelamin partisipan. Berdasarkan hasil yang diperoleh nilai rata-rata *Fear of Missing Out* (FOMO) pada perempuan sebesar 47.13 dan nilai rata-rata *Fear of Missing Out* (FOMO) pada laki-laki sebesar 56.49. Peneliti melakukan uji beda menggunakan *Mann-Whitney U* yang menunjukkan nilai p value = 0.120 atau lebih besar daripada 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tidak terdapat perbedaan *Fear of Missing Out* (FOMO) antara laki-laki dan perempuan. Hasil uji beda yang dilakukan oleh peneliti dapat dilihat melalui Tabel 6.

Tabel 6

Hasil Uji Beda Fear of Missing Out (FOMO) berdasarkan Jenis Kelamin.

| Jenis Kelamin | N | Mean | p | Keterangan |
|---------------|----|-------|------|---------------------|
| Laki-Laki | 36 | 56.49 | .120 | Tidak ada perbedaan |
| Perempuan | 64 | 47.13 | | |

DISKUSI

Untuk penelitian ini, 100 anggota Generasi Z, berusia 18 hingga 25 tahun, direkrut oleh para peneliti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan tingkat *self-esteem* dan *Fear of Missing Out* (FOMO) di antara anggota Generasi Z aktif yang menggunakan media sosial setiap hari. Menurut data, *self-esteem* dan *Fear of Missing Out* (FOMO) berkorelasi secara signifikan dan kuat. Hal ini konsisten dengan sejumlah penelitian sebelumnya yang menilai hubungan antara *self-esteem* dan *Fear of Missing Out* (FOMO). Peneliti di masa lalu telah meneliti hubungan antara *self-esteem* sosial dan *Fear of Missing Out* (FOMO) (Astrid dan Khoirotus, 2022). Temuan penelitian mereka menunjukkan adanya hubungan terbalik yang kuat antara *self-esteem* sosial generasi Z dan *Fear of Missing Out* (FOMO). Penelitian tentang hal ini juga dilakukan oleh Siddik *et al.* (2020) yang menggunakan remaja sebagai partisipan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa di antara remaja yang menggunakan media sosial, *self-esteem* dan *Fear of Missing Out* (FOMO) berkorelasi secara signifikan. Melalui penelitian ini, peneliti juga menemukan bahwa generasi Z memiliki tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) yang tinggi.

Generasi Z sangat aktif di media sosial, mengunggah informasi terkini tentang kehidupan mereka dan menggunakannya untuk mempelajari tren dan informasi serta pengalaman orang-orang di sekitar mereka. Hal ini dilakukan untuk memenuhi salah satu faktor *Fear of Missing Out* (FOMO), yaitu kebutuhan untuk berhubungan, atau kebutuhan untuk merasa terhubung (*need for relatedness*). Karena merasa tertinggal, orang-orang akan membandingkan diri mereka dengan orang-orang di sekitar mereka (*self-comparison*) dan menjadi takut tertinggal. Rendahnya *self-esteem* orang-orang adalah akar penyebabnya. Hal ini sesuai

dengan penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa *self-esteem* yang rendah merupakan salah satu penyebab utama *Fear of Missing Out* (FOMO) (Abel *et al.*, 2016). Orang mungkin mengalami ketidakpastian dan berpikir bahwa lingkungan sekitar tidak menyukai mereka jika *self-esteem* mereka menurun (Richter, 2018). Orang yang mengalaminya akan merasa terasing sebagai akibatnya, dan mereka akan beralih ke media sosial untuk menemukan identitas mereka. Sebuah uji perbedaan harga diri berdasarkan gender juga dilakukan oleh para peneliti, dan temuannya menunjukkan bahwa pria dan wanita memiliki tingkat *self-esteem* yang berbeda.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis variabel *self-esteem* dan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada Generasi Z usia 18 hingga 25 tahun, sebanyak 100 partisipan yang aktif menggunakan media sosial direkrut. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan adanya hubungan yang signifikan antara *self-esteem* dan *Fear of Missing Out* (FOMO), sehingga temuan hipotesis dapat diterima.

REFERENSI

- Abas, M., & Pambudhi, Y. A. (2023). Self Esteem dan Sindrom Fear Of Missing Out (FOMO) *Mahasiswa Psikologi*. 4(1), 69–77.
- 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>
- Andrea, B., Gabriella, H., & Tímea, J. (2016). Y and Z generations at workplaces. *Journal of Competitiveness*, 6(3), 90–106. <https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>
- Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandy, G. A. (2024). Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fear Of Missing Out (Fomo) pada Generasi Z Pengguna Media Sosial. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 21. <https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2823>
- Mandas, Astrid Lingkan and Khoirotus Silfiyah, "Social Self-Esteem dan Fear of Missing Out Pada Generasi Z Pengguna Media Sosial", *Sinestesia*, vol. 12, no.1, 2022, pp. 19-27.
- 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>
- Richter, K. (2018). Digital Commons @ ACU Digital Commons @ ACU *Electronic Theses and Dissertations Electronic Theses and Dissertations Spring 5-2018 Fear of Missing Out, Social Media Abuse, and Parenting Styles Fear of Missing Out, Social Media Abuse, and Parenting Styles*. <https://digitalcommons.acu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1085&context=etd>
- 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/jpjt.v10n2.p127-138>