

**PENGARUH ASPEK *SELF-ESTEEM* TERHADAP *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)*
PADA DEWASA AWAL PENGGUNA APLIKASI INSTAGRAM**

SKRIPSI

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyusun Skripsi Guna Memperoleh Gelar Sarjana

Psikologi (S.Psi)



Disusun Oleh:

Rizqatun Nufus

PSI18040093

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA INDONESIA

2022

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Aspek *Self-esteem* Terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO) Pada Dewasa Awal Pengguna Aplikasi Instagram” yang disusun oleh Rizqatun Nufus dengan Nomor Induk Mahasiswa PSI18040093 telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan ke sidang munaqasyah.

Jakarta, 06 Desember 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Winda Maharani', with a horizontal line underneath.

Winda Maharani, M.Psi, Psikolog

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Aspek *Self-esteem* Terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO) Pada Dewasa Awal Pengguna Aplikasi Instagram” yang disusun oleh Rizqatun Nufus dengan Nomor Induk Mahasiswa PSI18040093 telah diujikan dalam sidang munaqasyah pada Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial pada tanggal 2022 dan direvisi sesuai saran tim penguji. Maka skripsi tersebut telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Psikologi (S.Psi).

Jakarta, 23 Desember 2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial



Naeni Amanullah, M.Si

TIM PENGUJI

1. Chintia Viranda, S.Psi., M.A

(Penguji 1)


(.....)

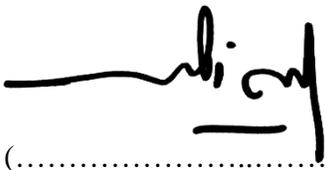
2. Siti Mutia Anindita, M.Psi., Psikolog

(Penguji 2)


(.....)

3. Winda Maharani, M.Psi., Psikolog

(Pembimbing)


(.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizqatun Nufus

NIM : PSI18040093

Tempat/Tanggal Lahir : Pante Gaki Bale, 13 April 2000

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Aspek *Self-esteem* Terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO) Pada Dewasa Awal Pengguna Aplikasi Instagram” adalah hasil karya asli penulis, bukan hasil plagiasi, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya atau atas petunjuk pembimbing. Jika di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka sepenuhnya akan menjadi tanggung jawab penulis dan bersedia gelar akademiknya dibatalkan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Jakarta, 23 Desember 2022



Rizqatun Nufus

PSI18040092

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr Wb,

Alhamdulillah puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Aspek *Self-esteem* Terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO) Pada Dewasa Awal Pengguna Aplikasi Instagram” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana Strata Satu (S1) dalam bidang Psikologi (S,Psi) Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia. Dengan tersusunnya skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat kelemahan dan kekurangan yang perlu diperbaiki dan dilengkapi. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan, koreksi dan saran untuk memperbaiki dan melengkapi kekurangan tersebut.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini tidak akan mungkin terselesaikan jika tidak ada do’a, dukungan bantuan dan bimbingan serta nasehat dari berbagai pihak selama proses penyusunan skripsi ini. Dengan penuh penghormatan dan terimakasih, juga penulis mendoakan semoga Allah memberikan balasan yang terbaik kepada:

1. Dr. H. Juri Ardiantoro, M.Si selaku Rektor Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia.
2. Naeni Amanullah, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia.
3. Ibu Irma Safitri, M.Si., selaku Kaprodi Psikologi di Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia.
4. Ibu Winda Maharani, M.Psi., Psikolog., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah dengan sangat sabar membimbing serta memberikan masukan dan arahan kepada

- penulis. Penulis mengucapkan banyak terima kasih karena selama proses perkuliahan dan proses mengerjakan skripsi, banyak sekali kebaikan yang beliau berikan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Psikologi UNUSIA yang telah memberikan dedikasinya, pembelajaran dan pengarahan kepada penulis selama perkuliahan.
 6. Skripsi ini penulis persembahkan teruntuk kedua orang tua, Ayah Fadhil Mahmud dan Mamak Zurriati Sulaiman yang telah menitipkan harapan kepada penulis agar menjadi anak yang sholehah, dan sukses di dunia serta akhirat. Terima kasih karena selalu memberikan nasehat, doa yang sangat tulus, memberikan tenaga dan materi hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
 7. Terima kasih kepada kak Mimi tercinta yang selalu menginspirasi, terima kasih kepada adek Awin, adek Kamila dan adek Suhail yang selalu memberikan dukungan dan perhatian kepada penulis.
 8. Seluruh teman-teman Psikologi 2018, terimakasih karena telah memberikan kenangan dan kesan yang baik selama proses perkuliahan,
 9. *My roommates*, Adinda Sayyidinna Rachman, Megawati, Nur Afdalifah yang telah menemani, membantu dan berjuang bersama.
 10. Terima kasih kepada Bebong *Squad* telah menjadi teman setia untuk berdiskusi dan memberi dukungan.
 11. Terimakasih penulis sampaikan kepada seluruh pihak-pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberi dukungan dan membantu proses penyusunan skripsi hingga selesai.

12. *Last but not least, I want to thank me. I want to thank me for believing in me. I want to thank me for doing all this hard work. I want to thank me for having no days off. I want to thank me for never quitting. I want to thank me for always being a giver and trying to give more than I receive. I want to thank me for trying to do more right than wrong. I want to thank me for just being me at all time.* Terima kasih sudah bertahan selepas apapun yang telah terjadi Rizqa.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan semoga Allah SWT selalu memberikan Rahmat-Nya kepada kita semua.

ABSTRAK

Rizqatun Nufus. Pengaruh Aspek Self-Esteem Terhadap Fear of Missing Out (FoMO) Pada Dewasa Awal Pengguna Aplikasi Instagram. Skripsi. Bogor: Program Studi Psikologi. Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia. 2022.

Dewasa awal yang mengalami *Fear of Missing Out* (FoMO) memiliki perasaan takut akan tertinggal momen yang dilakukan orang lain. Akibatnya dewasa awal seperti ini tidak mampu menahan diri dari keinginan untuk terus terhubung dengan orang lain melalui internet seperti Instagram. Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai penyebab salah satunya *Self-esteem*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Self-esteem* terhadap *Fear of Missing Out*, dengan melihat dua aspek dari *Self-esteem* yaitu *Self-competence* dan *Self-liking*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 208 yang dipilih melalui teknik *nonprobability sampling*. Metode penelitian menggunakan regresi linier berganda dengan alat bantu SPSS dan LISREL untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan negatif aspek *Self-esteem* terhadap *Fear of Missing Out* sebanyak 51,4% (Nilai R Square) sedangkan 48,6% lainnya dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hasil uji model *summary* proporsi varian menunjukkan bahwa aspek *Self-competence* dengan nilai 26,8% lebih mempengaruhi *Fear of Missing Out* daripada aspek *Self-liking* dengan nilai 25,9%.

Kata Kunci : *Fear of Missing Out*, Aspek *Self-esteem*, Instagram

ABSTRACT

Rizqatun Nufus. *The Effect of Self-Esteem Aspects on Fear of Missing Out (FoMO) in Early Adult Instagram Application Users*. Thesis. Bogor: Psychology Study Program. Nahdlatul Ulama Indonesia's University.2022.

Early adults who experience *Fear of Missing Out* (FoMO) have *fear of missing out* on what other people doing. As a result, they are unable to stop themselves from the desire of connecting with other people through the internet, including Instagram. This can be influenced by various causes, one of which is *Self-esteem*. This research aims to determine whether there is a relationship between *Self-esteem* and *Fear of Missing Out* considering two aspects of *self-esteem*, namely *self-competence* and *self-liking*. Using non-probability sampling, there are 280 samples in this research. The research method used in this research is multiple linear regression with SPSS and LISREL tools to test construct validity and reliability. This study found that there was a significant negative effect on the aspect of *Self-esteem* on *Fear of Missing Out* as much as 51.4% (R Square Value) while the other 48.6% were explained by other factors outside of this study. The results of the summury model of variance proportion test shows that the *Self-competence* aspect with a value of 26.8% has more influence on *Fear of Missing Out* than the *Self-liking* aspect with a value of 25.9%.

Keywords: *Fear of Missing Out*, *Self-Esteem* Aspect, Instagram

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Penelitian	8
C. Pertanyaan Penelitian	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Teoritis	9
2. Manfaat praktis	9
F. Sistematika penulisan	9
BAB II KAJIAN TEORI	11

A. <i>Self-esteem</i>	11
1. Definisi <i>Self-esteem</i>	11
2. Aspek-aspek Harga Diri (<i>Self-Esteem</i>).....	12
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>self-esteem</i>	13
B. <i>Fear of Missing Out</i>	14
1. Definisi <i>Fear of Missing Out</i>	14
2. Aspek-aspek <i>Fear of Missing Out</i>	15
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Fear of Missing Out</i>	17
4. Dampak <i>Fear Of Missing Out</i>	18
C. Dewasa Awal	19
1. Definisi Dewasa Awal	19
2. Tugas perkembangan dewasa awal.....	20
D. Kerangka Berfikir	22
E. Penelitian Terdahulu	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
A. Metode Penelitian	27
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	27
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	28
1. Populasi	28
2. Sampel	28

3. Teknik Sampling.....	29
D. Variabel Penelitian	29
1. Variabel bebas : <i>Self-esteem</i>	30
2. Variabel terikat : <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	31
E. Hipotesis	31
F. Teknik Pengambilan Data	32
1. Alat Ukur Penelitian	33
1. <i>Self-esteem</i>	34
2. <i>Fear of Missing Out</i>	35
H. Teknik Analisis Data.....	36
1. Uji Validitas Konstruk.....	36
2. Uji Reliabilitas Konstruk.....	37
3. Uji Asumsi Klasik	38
2. Analisis Regresi Linear Berganda	39
BAB IV HASIL PENELITIAN	42
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian	42
B. Gambaran Umum Pengguna Instagram	44
C. Gambaran Hasil Penelitian	46
1. Gambaran <i>Self-esteem</i>	46
2. Gambaran <i>Self-competence</i>	47

3. Gambaran <i>Self-liking</i>	48
4. Gambaran <i>Fear of Missing Out</i>	49
D. Hasil Penelitian	50
1. Uji Validitas Konstruk.....	50
2. Uji Reliabilitas Konstruk.....	59
3. Uji Asumsi.....	62
4. Uji Model <i>Summary Analisis Regresi</i>	63
5. Uji Model <i>Summary Proporsi Varian Tiap IV Terhadap DV</i>	64
6. Uji Simultan (Uji F).....	65
7. Uji Hipotesis (Uji T).....	65
E. Pembahasan	67
1. Pengaruh <i>Self-competence</i> terhadap <i>Fear of Missing Out</i>	67
2. Pengaruh <i>Self-liking</i> terhadap <i>Fear of Missing Out</i>	68
BAB V PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
B. Diskusi	70
C. Saran	72
1. Saran Metodologis	72
2. Saran Praktis	73
DAFTAR PUSTAKA	74

LAMPIRAN.....	80
----------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	23
Gambar 4. 1 Usia Subjek Penelitian	42
Gambar 4. 2 Jenis Kelamin Subjek Penelitian.....	42
Gambar 4. 3 Domisili Subjek Penelitian.....	43
Gambar 4. 4 Pekerjaan Subjek Penelitian	43
Gambar 4. 5 Frekuensi menggunakan Instagram Subjek Penelitian.....	44
Gambar 4. 6 Durasi menggunakan Instagram Subjek Penelitian	44
Gambar 4. 7 Path diagram Self-esteem	50
Gambar 4. 8 Path diagram Self-competence.....	53
Gambar 4. 9 Path diagram Self-liking	55
Gambar 4. 10 Path diagram Fear of Missing Out	57
Gambar 4. 11 Gambar Uji Normalitas	62
Gambar 4. 12 Gambar Uji Linieritas.....	63
Gambar 4. 13 Koefisien Determinasi	63
Gambar 4. 14 Model Summary Proporsi Varian Tiap IV terhadap DV.....	64
Gambar 4. 15 Hasil Uji F	65
Gambar 4. 16 Hasil Uji T	66

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Blueprint Skala Self-esteem Morris Rosenberg (1996).....	34
Tabel 3. 2Blueprint Skala Fear of Missing Out Przybylski, Dkk (2013)	35
Tabel 4. 1 Durasi menggunakan Instagram Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4. 2 Kategorisasi <i>Self-esteem</i>	46
Tabel 4. 3 Kategorisasi <i>Self-competence</i>	47
Tabel 4. 4 Kategorisasi <i>Self-liking</i>	48
Tabel 4. 5 Kategorisasi <i>Fear of Missing Out</i>	49
Tabel 4. 6 Muatan faktor aitem <i>Self-esteem</i>	51
Tabel 4. 7 Muatan faktor aitem <i>Self-competence</i>	53
Tabel 4. 8 Muatan faktor aitem <i>Self-liking</i>	56
Tabel 4. 9 Muatan faktor aitem <i>Fear of Missing Out</i>	58
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas Konstruk.....	59

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Beberapa tahun terakhir, Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) mengalami perkembangan yang sangat pesat sehingga mengubah cara berkomunikasi individu. Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) menjadikan internet sebagai salah satu alat komunikasi utama yang sangat diminati oleh masyarakat. Hal inilah yang melatarbelakangi perubahan Teknologi Komunikasi dari konvensional menjadi modern dan serba digital (Akbar, Aulya, Apsari, & Sofia 2018)

Berdasarkan Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Tahun 2021-2022, pengguna internet di Indonesia mencapai 220 juta orang. Hal ini mengalami kenaikan dari dua tahun terakhir yaitu 175 juta pengguna. Kenaikan tersebut didorong kebutuhan komunikasi selama pandemi Covid-19. Peningkatan penggunaan internet di Indonesia juga terlihat dari jumlah penyelenggara jasa internet, saat ini anggota Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) berjumlah 750 perusahaan. Jumlah anggota Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bisa menyentuh angka 1.000 dalam tiga tahun jika kebutuhan internet terus naik.

Perkembangan penggunaan media internet sebagai sarana komunikasi ini pun menjadi semakin pesat setelah internet mulai dapat diakses melalui telepon seluler dan bahkan kemudian muncul istilah telepon cerdas (Akbar, Aulya, Apsari, & Sofia, 2018). Individu dapat menggunakan perangkat mobile atau yang dikenal dengan *smartphone* untuk terhubung

dengan internet (Daeng, Edmon, & Kalesaran, 2017). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada tahun 2018 menemukan bahwa media sosial merupakan urutan kedua alasan paling utama penggunaan internet setelah komunikasi lewat pesan.

Setelah media sosial dapat diakses dengan mudah melalui *smartphone*, media sosial juga menjadi sarana yang mudah untuk seseorang menjaga hubungan sosialnya. Media sosial memberikan kemudahan dalam mengakses dan menyediakan fasilitas-fasilitas pendukung yang menarik sehingga pengguna memiliki kecenderungan untuk berinteraksi sosial dan terhubung dengan teman, keluarga, dan orang lain melalui *gadget* mereka (Putra, 2018)

Media sosial merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi yang mempengaruhi individu dalam memperoleh informasi dan berhubungan dengan orang lain. Media sosial adalah platform yang paling umum digunakan di internet dan dengan cepat menjadi alat komunikasi dan interaksi yang paling penting (Kircaburun, 2016). Media sosial bekerja dengan cara memodelkan bagaimana koneksi terbentuk di dunia nyata dan menyediakan informasi tersebut melalui serangkaian aplikasi yang memungkinkan orang untuk berbagi informasi, foto, atau video dari suatu peristiwa dengan mudah dan cepat (Young & Abreu, 2011). Berdasarkan laporan We Are Social, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah itu meningkat dibandingkan pada tahun sebelumnya yang berjumlah 170 juta orang. Melihat trennya, jumlah pengguna media sosial di Indonesia akan terus meningkat setiap tahunnya.

Terdapat berbagai media sosial yang populer dan banyak digunakan saat ini, salah satunya adalah Instagram. Instagram adalah aplikasi yang dirancang oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Instagram merupakan salah satu aplikasi yang gunanya untuk berbagi foto

yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri. Instagram juga menjadi wadah untuk membentuk citra diri, dimana semakin banyak angka pengikut akan semakin terlihat bahwa si pengguna memiliki citra diri yang tinggi, juga dapat menjadi *figure* masa kini (Merri, 2013)

Berdasarkan data *Napoleon Cat*, ada 92,53 juta pengguna Instagram di Indonesia pada kuartal IV-2021. Jumlah ini bertambah 3,9 juta atau naik 4,37% dibandingkan kuartal sebelumnya yang sebesar 88,65 juta pengguna (Rizaty, 2022). Jumlah ini akan terus meningkat karena Instagram senantiasa berinovasi memberikan fasilitas-fasilitas yang menarik, situs tersebut juga menginformasikan bahwa pengguna Instagram di Indonesia sangat produktif dalam menciptakan dan mengunggah foto atau vidio (Putra, 2018)

Instagram berada di peringkat ketiga media sosial yang paling sering digunakan yaitu dengan durasi 17 jam/bulan (Kumparan, 2021). Instagram menawarkan berbagai fitur menarik, salah satu fitur yang paling menarik dan banyak digunakan oleh pengguna Instagram adalah fitur *Instagram Story*. Pengguna di Indonesia menghasilkan *Instagram Story* terbanyak di dunia, jumlah dua kali lipat dibanding rata-rata global (Ali & Hidayat, 2017)

Mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah dari kelompok usia 18-24 tahun, yakni sebanyak 34,4 juta. Rinciannya, sebanyak 20% pengguna aplikasi tersebut adalah perempuan, sedangkan 17,2% merupakan laki-laki. Kemudian, kelompok usia 25-34 tahun menjadi pengguna Instagram kedua di Tanah Air. Tercatat, pengguna aplikasi ini yang

berjenis kelamin perempuan sebesar 16,6%, sedangkan laki-laki sebesar 15,8% (Rizaty, 2022).

Berdasarkan data di atas diketahui bahwa pengguna Instagram terbanyak di Indonesia termasuk dalam usia dewasa awal. Usia dewasa awal merupakan puncaknya perkembangan bagi setiap orang, masa dewasa awal merupakan masa perkembangan seseorang yang terjadi pada usia 18 tahun sampai 25 tahun (Santrock, 2011). Menurut Hurlock (dalam putri, 2019) Masa dewasa awal merupakan periode penyesuaian diri terhadap pola-pola kehidupan yang baru dan harapan harapan sosial baru. Orang dewasa awal diharapkan memainkan peran baru, keinginan baru, mengembangkan sikap baru dan nilai-nilai baru sesuai tugas baru.

GlobalWebIndex melakukan survey untuk mengetahui motivasi penggunaan media sosial, respon menunjukkan bahwa sebanyak 61% responden menggunakan media sosial untuk mengisi waktu luang, kemudian 54% untuk berjejaring sosial dengan orang lain, 54% mencari konten hiburan, sebanyak 53% untuk membagikan foto serta vidio, dan sebanyak yang memiliki presentase paling kecil yaitu 51% dengan motivasi karena banyak teman yang menggunakan media sosial (Lidwina, 2019)

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Namun, hal tersebut dapat berubah menjadi kegelisahan ketika mereka mengecek media sosialnya dan melihat berbagai keseruan yang sedang dilakukan oleh teman-teman mereka. Hal tersebut membuat mereka tidak bisa untuk berhenti memantau aktivitas orang lain di media sosial (Akbar, Aulya, Apsari, & Sofia, 2018)

Penggunaan media sosial secara konstan dan dalam waktu yang panjang memiliki beberapa dampak negatif. Menurut (Rheny, 2022) terdapat 5 dampak negatif penggunaan media sosial yang berlebihan, yaitu kecemasan, *cyberbullying*, pola tidur tidak sehat, kecanduan media sosial dan yang terakhir *Fear of Missing Out*. *Fear of Missing Out* adalah fenomena ketika seseorang tidak mampu mengatur dirinya dalam situasi ini dan akhirnya menggunakan media sosial secara berlebihan, mereka jatuh pada kondisi psikologis yang disebut *Fear of Missing Out* (Siddik, Mafaza, Sembiring, 2020)

Secara umum, *Fear of Missing Out* dicirikan dengan adanya keinginan yang tidak dapat dikontrol untuk tetap terus terhubung dengan aktivitas yang dilakukan orang lain. Seseorang yang mengalami *Fear of Missing Out* akan merasakan perasaan takut khawatir dan cemas ketika mereka tidak mengakses SNS karena koneksi sosial merupakan hal yang sangat penting baginya. Kondisi semacam ini membuat remaja dapat mengalami kecenderungan untuk melakukan tindakan berulang yang eksemif dalam mengakses SNS (Rompay & Jong 2017)

Pada umumnya mereka yang mengalami *Fear of Missing Out* merasa takut ketinggalan berita terbaru, gelisah bila tidak terhubung atau mengikuti tren di dunia maya. *Fear of Missing Out* menjadi fenomena baru yang lahir di tengah dominasi kaum millennials. *Fear of Missing Out* didefinisikan sebagai ketakutan seseorang akan kehilangan kesempatan sosial sehingga mendorong orang tersebut untuk selalu terhubung secara terus menerus dengan orang lain dan mengikuti berita terbaru tentang segala sesuatu yang dilakukan orang lain (Przybylski, Murayama, Dehaan, & Gladwell 2013)

Salah satu dampak *Fear of Missing Out* adalah meningkatkan risiko gangguan psikologis penggunaan media sosial secara berlebihan bisa membuat seseorang menjadi mudah stres dan terobsesi ingin menampilkan yang terbaik dengan terus menguploadnya di Instagram. Jika dibiarkan terus menerus, tidak menutup kemungkinan FoMO akan meningkatkan risiko gangguan kesehatan mental, seperti cemas dan depresi (Maulani, 2022)

Penelitian yang dilakukan oleh, Sitepu (2019) melaporkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *Fear of Missing Out* dengan penggunaan media sosial, Individu merasa lebih nyaman berkomunikasi *online* daripada komunikasi *face to face* mengindikasikan individu tersebut cenderung mengalami *Fear of Missing Out* yang tinggi. Hal ini juga didukung dengan penelitian lain yang menunjukkan bahwa kecanduan media sosial di kalangan mahasiswa dipengaruhi oleh kesepian dan *Fear of Missing Out* (Zanah & Rahardjo 2020).

Fear of Missing Out sebagai perasaan tidak nyaman yang dialami individu dan terkadang semua yang dirasakan adalah perasaan tertinggal saat rekan-rekannya melakukan sesuatu, mengetahui sesuatu atau memiliki sesuatu lebih baik. Perasaan takut tertinggal tersebut mendorong individu untuk terus *up to date* memantau kegiatan terbaru orang lain di media sosial (Abel, Buff, Burr, 2016)

Przybylski, Murayama, Dehaan, & Gladwell (2013) menemukan beberapa faktor yang membuat seseorang terindikasi mengalami *Fear of Missing Out*, diantaranya seperti perbedaan usia, gender, serta faktor motivational seperti tidak terpenuhinya kebutuhan kebutuhan dasar manusia. Kebutuhan dasar yang tidak terpenuhi ditandai dengan adanya perasaan kecemasan akibat dari buruknya kualitas hubungan yang dimilikinya hingga membuat individu berusaha untuk mengatasinya dengan lebih banyak menghabiskan waktu

secara online. Abel, Buff, & Burr (2016) juga menjelaskan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi *Fear of Missing Out* adalah kecemasan dan harga diri. Harga diri tergolong salah satu kebutuhan dasar manusia.

Harga-diri (*self-esteem*) adalah bagaimana seseorang memandang dirinya sendiri. Harga-diri (*self-esteem*) global adalah sikap positif atau negatif seseorang akan dirinya secara keseluruhan. Harga diri (*self-esteem*) juga dapat berhubungan dengan dimensi spesifik, seperti kemampuan akademik, kecakapan sosial, penampilan fisik, atau harga-diri (*self-esteem*) kolektif, yaitu evaluasi akan kebernilaian suatu kelompok, dimana seseorang menjadi anggotanya. Termasuk dalam harga-diri (*self-esteem*) kolektif ini adalah kelompok etnis atau kelompok agama (Srisayekti, & Setiady 2015)

Harga diri (*self-esteem*) dipandang sebagai salah satu aspek penting dalam pembentukan kepribadian seseorang. Manakala seseorang tidak dapat menghargai dirinya sendiri, maka akan sulit baginya untuk dapat menghargai orang-orang di sekitarnya. Dengan demikian, harga-diri (*self-esteem*) merupakan salah satu elemen penting bagi pembentukan konsep diri seseorang, dan akan berdampak luas pada sikap dan perilakunya (Srisayekti & Setiady, 2015)

Terdapat penelitian sebelumnya yang mencoba melihat hubungan antara *Self-esteem* dengan *Fear of Missing Out*, Penelitian yang dilakukan oleh (Retnaningrum, 2019) menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *Self-esteem* maka semakin rendah tingkat *Fear of Missing Out* pada individu. Individu yang mengalami penurunan *Self-esteem* akan menciptakan perasaan dikucilkan, ragu-ragu dan percaya bahwa ia ditinggalkan serta kehilangan sesuatu dan mendorong meningkatnya *Fear of Missing Out* (Richter, 2018). Disamping itu, beberapa penelitian sebelumnya juga meneliti pengaruh *Fear of Missing Out*

terhadap *Self-esteem*, penelitian yang dilakukan oleh (Siddik, Mafaza & Sembiring, 2019) menunjukkan bahwa *Self-esteem* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Fear of Missing Out* serta *Self-esteem* memberikan kontribusi terhadap *Fear of Missing Out* pada remaja yang menggunakan SNS. Hal ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Triani, 2017) dimana menunjukkan bahwa harga diri memprediksi terjadinya pengalaman *Fear of Missing Out*.

Fear of Missing Out sangat menarik untuk diteliti, karena *Fear of Missing Out* merupakan fenomena yang akan ada seiring dengan perkembangan teknologi maka dari itu diperlukan penelitian-penelitian yang bisa menambah pemahaman tentang tren yang sedang berkembang ini. Akan tetapi, belum banyak penelitian sebelumnya yang melihat secara langsung dan spesifik bagaimana kontribusi setiap aspek dari *Self-esteem* terhadap *Fear of Missing Out*. Disamping itu, beberapa peneliti sebelumnya juga menyarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut bagaimana peran dari *Self-esteem* terhadap *Fear of Missing Out* dengan subjek usia yang berbeda, karena dari segi usia yang mungkin juga disebabkan oleh adanya perbedaan disetiap tahap perkembangan manusia. Oleh karena itu peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Aspek *Self-esteem* Terhadap *Fear of Missing Out* Pada Dewasa Awal Pengguna Aplikasi Instagram”

B. Rumusan Penelitian

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan pada bagian Latar Belakang, permasalahan yang dapat diangkat pada rencana penelitian ini adalah apakah terdapat Pengaruh Aspek *Self-esteem* Terhadap *Fear of Missing Out* Pada Dewasa Awal Pengguna Aplikasi Instagram

C. Pertanyaan Penelitian

Bagaimanakah Pengaruh Aspek *Self-esteem* Terhadap *Fear of Missing Out* Pada Dewasa Awal Pengguna Aplikasi Instagram?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Aspek *Self-esteem* Terhadap *Fear of Missing Out* Pada Dewasa Awal Pengguna Aplikasi Instagram

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan dan informasi dalam bidang ilmu psikologi sosial dan psikologi klinis tentang Pengaruh Aspek *Self-esteem* Terhadap *Fear of Missing Out* Pada Dewasa Awal Pengguna Aplikasi Instagram menjadi salah satu referensi bagi penelitian lebih lanjut dengan topik yang sama.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini dapat memberikan wawasan pengetahuan bagi masyarakat luas khususnya pengguna Instagram pada masa dewasa awal untuk berefleksi terkait *Self-esteem* dan *Fear of Missing Out*. Jika hipotesis yang diajukan terbukti, semoga penelitian ini dapat dijadikan acuan pemerintah dan perusahaan media sosial untuk mempromosikan penggunaan media sosial secara sehat.

F. Sistematika penulisan

Untuk dapat memberikan gambaran secara umum dan memudahkan pembahasan proposal penelitian ini, pembahasan dilakukan secara komprehensif dan sistematis sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini memaparkan latar belakang masalah, perumusan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI

Pada bab ini berisikan tentang kajian teori yang melandasi pembahasan penelitian ini, kerangka berpikir dan beberapa tinjauan dari penelitian terdahulu.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang metode penelitian, waktu dan lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan data, kisi kisi instrument penelitian, teknik analisis data dan validitas data (validitas & reliabilitas data).

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini akan menguraikan hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan, diskusi & saran.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. *Self-esteem*

1. Definisi *Self-esteem*

Menurut Rosenberg (1965) *Self-esteem* berfokus pada penilaian positif atau negatif seseorang terhadap dirinya secara menyeluruh, selfesteem dapat disimpulkan sebagai pandangan seseorang terhadap dirinya sendiri. *Self-esteem* biasanya dipandang sebagai perasaan seseorang tentang harga dirinya secara keseluruhan dan dianggap relatif konstan dari waktu ke waktu dan situasi (Rosenberg, 1965). *Self-esteem* merupakan pandangan dan evaluasi positif atau negatif individu terhadap dirinya sendiri (Silmi, 2021)

Self-esteem adalah penelitian tentang diri sendiri (*personal judgment*) tentang kesuksesannya, keberartian dirinya yang kemudian diekspresikan dalam sikap individu terhadap dirinya. *Self-esteem* adalah cara seseorang untuk mengevaluasi diri sendiri (Hanana, 2015). *Self-esteem* dapat dikatakan sebagai aspek pokok dalam membentuk konsep diri dan memiliki dampak terhadap perilaku dan sikap apabila individu tersebut tidak bisa menghargai dirinya sendiri dan sulit menghargai orang lain di sekitarnya (Srisayekti & Setiady 2015)

Self-esteem menunjukkan gambaran sejauh mana individu tersebut menilai dirinya sebagai orang yang memiliki kemampuan, keberartian, keberhargaan diri, dan kompeten. Seseorang dengan *self-esteem* atau harga diri yang tinggi menunjukkan perilaku menerima dirinya apa adanya, percaya diri, puas dengan karakter dan kemampuan diri

yang ia miliki. Individu yang memiliki harga diri rendah atau *self-esteem* yang rendah, akan menunjukkan penghargaan buruk terhadap dirinya, merasa kurang kompeten serta tidak merasa puas pada dirinya sehingga tidak mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan social (Rahmadhani, 2021)

Berdasarkan dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *Self-esteem* merupakan penilaian positif atau negatif terhadap dirinya. Bagaimana seseorang memandang dirinya, seperti kemampuan akademik, kecakapan sosial, penampilan fisik dan lainnya.

2. Aspek-aspek Harga Diri (*Self-Esteem*)

Self-esteem yang dimiliki oleh tiap individu dapat berbeda-beda ada yang memiliki tingkat *self-esteem* yang tinggi ada juga yang rendah. Menurut Rosenberg (1996), ada 2 aspek dalam *self-esteem* diantaranya :

a. *Self-Competence*

Aspek ini merupakan penilaian terhadap diri sendiri yang menganggap dirinya mampu, memiliki potensi, efektif dan dapat dikontrol serta diandalkan. *Self-competence* merupakan hasil dari keberhasilan memanipulasi lingkungan fisik maupun sosial yang berhubungan dengan realisasi pencapaian tujuan. Seorang individu yang memiliki *self-competence* yang positif akan cenderung merasa memiliki kemampuan yang baik dan merasa puas dengan kemampuan diri sendiri.

b. Self-Liking

Aspek ini merupakan perasaan berharga individu akan dirinya sendiri dalam lingkungan sosial, apakah dirinya merupakan seorang yang baik atau seorang yang buruk. Hal ini mengacu pada penilaian sosial individu dalam menetapkan dirinya sendiri, terlepas dari bagaimana individu tersebut berpikir mengenai orang lain melihat dirinya.

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

Menurut Coopersmith (dalam Anindyajati & Karima, 2004) ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi *self-esteem* seseorang, yaitu:

a. Penerimaan atau penghinaan terhadap diri

Seseorang dengan penghargaan diri yang tinggi akan memiliki penilaian yang positif terhadap dirinya, sebaliknya seseorang dengan penghargaan diri yang rendah akan memiliki penilaian yang negatif. Seseorang dengan penghargaan diri yang baik akan mampu menerima dirinya, tidak menganggap dirinya rendah, melainkan mengenali keterbatasan dirinya dan mempunyai harapan untuk maju dan memahami setiap potensi yang dimiliki.

b. Kepemimpinan atau popularitas

Penilaian atau keberartian diri diperoleh seseorang pada saat ia harus berperilaku sesuai dengan tuntutan yang diberikan oleh lingkungan sosialnya, yaitu kemampuan seseorang untuk membedakan dirinya dengan orang lain atau lingkungannya.

c. Keluarga – Orangtua

Penghargaan dari keluarga dan orangtua merupakan modal utama terbentuknya penghargaan diri individu.

d. Keterbukaan – Kecemasan

Individu cenderung terbuka dalam menerima keyakinan, nilai-nilai, sikap, dan moral dari seseorang maupun lingkungan lainnya jika dirinya diterima dan dihargai. Sebaliknya, seseorang akan mengalami kekecewaan bila ditolak lingkungannya.

B. *Fear of Missing Out*

1. Definisi *Fear of Missing Out*

Riset tentang fenomena *Fear of Missing Out* untuk pertama kalinya dilakukan oleh Przybylski et al pada tahun 2013, yang mengartikan bahwa *Fear of Missing Out* sebagai kekhawatiran yang dirasakan seseorang bahwa orang lain mungkin melakukan pengalaman memuaskan, hal ini mendorong untuk terhubung secara terus menerus.

Przybylski, Murayama, Dehaan, & Gladwell (2013) menggunakan *self determination theory* (Deci & Ryan, 1985), yaitu teori makro yang menjelaskan tentang dasar empiris pemahaman *Fear of Missing Out*. Melalui sudut pandang teori ini *Fear of Missing Out* dipahami sebagai regulasi diri yang muncul karena diakibatkan oleh kurangnya kepuasan kebutuhan dasar psikologi seseorang.

Fear of Missing Out adalah suatu kebutuhan individu agar selalu terkoneksi atau terhubung dengan kegiatan yang dilakukan individu lain. Perilaku tersebut muncul karena didahului oleh motivasi maupun dorongan tertentu sehingga hal tersebut dapat muncul

sebagai suatu tindakan (Christina, Yusniardi & Prabowo 2019). *Fear of Missing Out* adalah ketika seseorang merasa takut akan kehilangan momen berharga mengenai individu atau kelompok lain dimana seseorang tersebut tidak dapat hadir di dalamnya dan ditandai dengan keinginan untuk tetap terus terhubung dengan apa yang orang lain lakukan melalui internet atau sosial media (Azmi, 2019).

Fear of Missing Out yaitu rasa takut kehilangan sesuatu yang menarik dan rasa takut dianggap kurang update saat menggunakan media social (Siregar, 2021). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Daravit (2021) menemukan hal yang sama, dimana *Fear of Missing Out* yaitu rasa khawatir dan takut yang muncul pada individu ketika individu tersebut tidak bisa terkoneksi atau terhubung dengan kegiatan yang dialami oleh individu atau kelompok lain.

Berdasarkan defInisi di atas dapat disimpulkan *Fear of Missing Out* adalah keadaan dimana seseorang memiliki keinginan untuk sekedar membuka atau memainkan media sosialnya, agar dapat selalu terhubung dengan apa yang dilakukan oleh orang lain atau temannya di dunia maya dan takut kehilangan momen serta informasi yang sedang terjadi.

2. Aspek-aspek *Fear of Missing Out*

Przybylski, Murayama, DeHaan dan Gladwell (2013) menyebutkan bahwa rendahnya suatu level dari kebutuhan dasar psikologi yang berhubungan dengan fenomena *Fear of Missing Out* disebabkan oleh perspektif yang menganggap bahwa *Fear of Missing Out* merupakan suatu keadaan situasional ketika tidak terpenuhinya kebutuhan

psikologis terhadap *self* serta *relatedness*, oleh sebab itu aspek dari *Fear of Missing Out* menurut Przybylski, Murayama, DeHaan, dan Gladwell (2013) adalah sebagai berikut :

a. Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis mengenai *Relatedness*

Relatedness yaitu kebutuhan individu agar merasakan perasaan tergabung maupun terhubung dengan kebersamaan individu lain. Kondisi hubungan yang kuat serta hangat dan peduli dapat memuaskan kebutuhan dalam hubungan, sehingga individu merasa ingin mempunyai kesempatan yang lebih untuk berinteraksi dengan individu lain yang dianggap penting dan terus mengembangkan kompetensi sosialnya. Kebutuhan psikologis mengenai *relatedness* yang tidak terpenuhi maka dapat menyebabkan individu merasa cemas serta mencoba untuk mencari tahu mengenai pengalaman serta apa yang dilakukan oleh individu lain, salah satunya melalui internet.

b. Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologi akan *Self*

Kebutuhan psikologis mengenai *self* berkaitan dengan competence dan autonomy. Kebutuhan psikologis terkait dengan *self* yang tidak terpenuhi menyebabkan individu akan mencari berbagai informasi yang berhubungan dengan orang lain melalui internet. Przybylski, Murayama, Dehaan, Gladwell (2013) juga menemukan bahwa kebutuhan individu mengenai *self* penting untuk kompetensi, keterikatan maupun otonomi, penurunan tingkat suasana hati (mood) dan kepuasan hidup secara signifikan mengenai tingkat *Fear of Missing Out*.

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

a. Usia dan Gender

Survei yang dilakukan Lembaga komunikasi pemasaran terkemuka, JWT (2012) ditemukan bahwa laki laki (dari Amerika) lebih mudah mengalami *Fear of Missing Out* melalui media social. Mereka merasa kehilangan ketika melihat teman teman sebaya melakukan aktifitas tanpanya. Sejalan dengan bukti penelitian tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Przybylski, Murayama, Dehaan, Gladwell (2013) menemukan bahwa partisipan muda berjenis kelamin laki-laki memiliki kecenderungan level *Fear of Missing Out* tinggi. Tidak ada bukti perbedaan tingkat *Fear of Missing Out* pada gender antar orang yang lebih tua.

b. Penggunaan SNSs

Teknologi memainkan peran yang signifikan dalam menjaga konektivitas dengan orang-orang di sekitar. Alabi (2013) mengungkapkan media social dapat mendorong seseorang berperilaku adiktif.

c. Motivasi

Przybylski, Murayama, Dehaan, Gladwell (2013) mengindikasikan bahwa individu yang rendah akan kepuasan kebutuhan psikologis terhadap kompetensi, otonomi dan hubungan dengan orang lain dilaporkan memiliki level *Fear Of Missing Out* yang tinggi.

4. Dampak *Fear Of Missing Out*

Dampak dari *Fear of Missing Out* dapat membuat individu mudah frustrasi karena kurang bersyukur terhadap dirinya dengan terus membandingkan diri dengan orang lain, sulit menerima diri dan ekspektasi yang berlebihan. Individu yang terkena *Fear of Missing Out* menjadi seseorang yang sering melupakan kenyataan hidupnya yang sebenarnya. Karena sibuk up to date untuk mengukuhkan eksistensi dan pencitraan di dunia maya, hingga mereka rela mengabaikan aktivitas-aktivitas di kehidupan nyata. Hal tersebut membuat individu memerlukan kemampuan menyusun strategi dalam menghadapi dan menghindari stimulus yang dapat menghambat aktivitas sehari-hari. Kemampuan untuk menyusun strategi dalam menetapkan perilaku secara terus-menerus dalam upaya mencapai tujuan yang diinginkan ini disebut regulasi diri (Bandura dkk, dalam Ormrod, 2012)

Przybylski, Murayama, Dehaan, Gladwell (2013) memberikan beberapa ciri khusus tentang dampak *Fear Of Missing Out* :

- 1) Individu selalu mewajibkan diri untuk mengecek media sosial.
- 2) Individu selalu memaksa diri berpartisipasi dalam semua kegiatan.
- 3) Individu selalu membuat panggung pertunjukan sendiri.
- 4) Individu selalu merasakan diri yang berkekurangan dan menginginkan hal lebih.

C. Dewasa Awal

1. Definisi Dewasa Awal

Masa dewasa awal adalah istilah yang kini digunakan untuk menunjukkan masa transisi dari remaja menuju dewasa. Rentang usia ini berkisar antara 18 tahun hingga 25 tahun, masa ini ditandai oleh kegiatan bersifat eksperimen dan eksplorasi. Transisi dari masa remaja menuju masa dewasa diwarnai dengan perubahan yang berkesinambungan (Santrock, 2011)

Masa transisi menuju dewasa adalah masa perkembangan seseorang berusia 18-25 tahun yang memiliki karakteristik untuk menjalin hubungan pertemanan dengan orang lain, bereksperimen dengan berbagai macam hal dalam upaya untuk mempersiapkan masa dewasa dengan identitas diri dan arah hidup yang jelas (Putra, 2018)

Dewasa awal adalah masa dimana individu siap berperan dan bertanggung jawab serta menerima kedudukan dalam masyarakat, masa untuk bekerja, terlibat dalam hubungan sosial masyarakat dan menjalin hubungan dengan lawan jenis (Putri, 2019)

Dewasa awal merupakan masa peralihan dari masa remaja menuju masa dewasa. Peralihan dari ketergantungan ke masa mandiri baik dari ekonomi, kebebasan menentukan diri, dan pandangan masa depan lebih realistis. Masa dewasa awal adalah masa pencarian, penemuan, pemantapan dan masa reproduktif, yaitu suatu masa yang penuh dengan masalah dan ketegangan emosional, periode isolasi sosial, periode komitmen dan masa ketergantungan, perubahan nilai-nilai, kreativitas dan penyesuaian diri pada pola hidup yang baru (Putri, 2019)

Transisi dari remaja menuju dewasa merupakan masa yang penting bagi seseorang. Individu dalam mempersiapkan kehidupan di masa dewasanya. Masa Transisi menuju dewasa atau *emerging adulthood* merupakan teori baru perkembangan manusia yang diajukan oleh J.J. Arnett. Masa transisi ini terjadi ketika seseorang berada pada usia 18-25 tahun. (Arnett) menegaskan bahwa secara empiris dan teoritis, masa ini berbeda dengan masa remaja maupun dewasa awal.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan dewasa awal adalah tahap perkembangan seseorang yang dimulai pada umur 18-25 tahun, yang memiliki karakteristik untuk menjalin hubungan pertemanan dengan orang lain, menerima kedudukan dalam masyarakat, terlibat dalam hubungan sosial masyarakat dan menjalin hubungan dengan lawan jenis.

2. Tugas perkembangan dewasa awal

Menurut Havighurst (1953), tugas perkembangan adalah tugas-tugas yang harus diselesaikan individu pada fase-fase atau periode kehidupan tertentu. Adapun yang menjadi sumber dari pada tugas-tugas perkembangan tersebut menurut Havighurst adalah kematangan fisik, tuntutan masyarakat serta budaya.

Havighurst (dalam Mappiare, 1982) menjelaskan beberapa tugas yang harus dihadapi oleh individu pada masa dewasa awal. tugas-tugas tersebut adalah :

- a. Mendapatkan suatu pekerjaan. Pada umumnya, di masa dewasa awal individu sudah mulai berfikir dan memilih pasangan yang cocok dengan dirinya, yang dapat mengerti pikiran dan perasaannya, untuk kemudian dilanjutkan dengan pernikahan.

- b. Belajar hidup bersama dengan suami atau istri. Individu mulai menyesuaikan baik pendapat, keinginan, dan minat dengan pasangan hidupnya.
- c. Mulai hidup dalam keluarga atau hidup berkeluarga. Dalam hal ini masing-masing individu sudah mulai mengabaikan keinginan atau hak-hak pribadi, yang menjadi kebutuhan atau kepentingan yang utama adalah kebutuhan keluarga.
- d. Dituntut adanya kesamaan cara serta faham. Hal ini dilakukan individu agar anak tidak merasa bingung harus mengikuti cara ayah atau ibunya. Maka dalam hal ini pasangan suami istri harus menentukan bagaimana cara pola asuh dalam mendidik anak-anaknya.
- e. Mengelola rumah tangga. Dalam mengelola rumah tangga harus ada keterbukaan antara suami dan istri, hal ini untuk menghindari percekocokan dan konflik dalam rumah tangga.
- f. Mulai bekerja dalam suatu jabatan. Seseorang yang sudah memasuki masa dewasa awal dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhannya sendiri, yaitu dengan jalan bekerja. Dalam pekerjaan tersebut, individu dituntut untuk dapat menyesuaikan diri dengan lingkungannya.
- g. Mulai bertanggung jawab sebagai warga negara. Seseorang yang dikatakan dewasa sudah berhak menentukan jalan hidupnya sendiri, termasuk dalam hal ini hak dan kewajibannya sebagai warga dari suatu negara.
- h. Memperoleh kelompok sosial yang seirama dengan nilai atau fahamnya. Setiap individu mempunyai nilai-nilai dan faham yang berbeda antara satu dengan lainnya. Pada masa ini seorang individu akan mulai mencari orang-orang atau kelompok yang mempunyai faham yang sama atau serupa dengan dirinya.

D. Kerangka Berfikir

Perkembangan teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) menjadikan internet sebagai alat komunikasi utama yang sangat diminati oleh masyarakat. Alasan paling utama penggunaan internet yaitu penggunaan media sosial. Media sosial menjadi sarana yang mudah untuk seseorang menjaga hubungan sosial seseorang. Media sosial merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi yang mempengaruhi individu dalam memperoleh informasi dan berhubungan dengan orang lain.

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Terdapat berbagai media sosial yang bisa dinikmati oleh masyarakat, salah satunya adalah Instagram, hingga tahun 2021 dilaporkan pengguna Instagram mencapai 92,53 juta di Indonesia dengan total durasi 17 jam/bulan. Berdasarkan laporan We Are Social, melihat trennya jumlah pengguna media sosial di Indonesia akan terus meningkat setiap tahunnya.

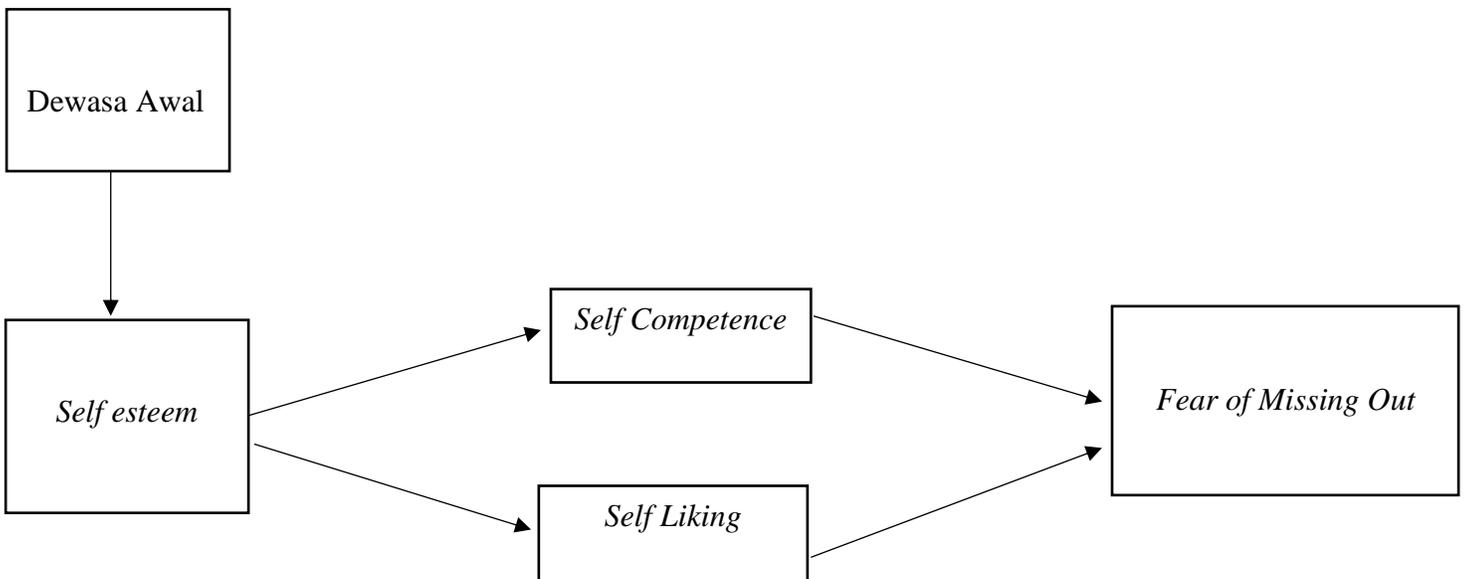
Penggunaan media sosial secara konstan dan dalam waktu yang panjang memiliki beberapa dampak, yaitu : kecemasan, *cyberbullying*, pola tidur tidak sehat, kecanduan media sosial dan yang terakhir *Fear of Missing Out*. Fenomena *Fear of Missing Out* yaitu keinginan seseorang yang tidak dapat dikontrol untuk tetap terus terhubung dengan aktivitas yang dilakukan orang lain. Seseorang yang mengalami *Fear of Missing Out* akan merasakan perasaan takut khawatir dan cemas ketika mereka tidak mengakses media sosial.

Przybylski, Murayama, Dehaan, Gladwell (2013) memberikan beberapa ciri khusus tentang dampak *Fear Of Missing Out*, yaitu : individu selalu mewajibkan diri untuk

mengecek media sosial, individu selalu memaksa diri berpartisipasi dalam semua kegiatan, individu selalu membuat panggung pertunjukan sendiri, individu selalu merasakan diri yang berkekurangan dan menginginkan hal lebih.

Abel, Buff, Burr (2016) juga menjelaskan bahwa faktor yang mempengaruhi *Fear of Missing Out* adalah kecemasan dan harga diri. *self-esteem* menjadi sebagai faktor protektif seseorang mengalami *Fear of Missing Out*. Oleh karena itu dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat Pengaruh Aspek *Self-esteem* Terhadap *Fear of Missing Out* Pada Dewasa Awal Pengguna Aplikasi Instagram. Pada penelitian ini dependent variable adalah *Fear Of Missing Out* sedangkan independent variable adalah *Self-esteem*. Berikut ini adalah gambaran kerangka berpikir dalam penelitian ini :

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir



E. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Charmela E. S. Kolinug dari Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga pada tahun 2021 yang berjudul “Hubungan Antara Harga Diri Dengan Fear of Missing Out Pada Remaja Pengguna Media Sosial Di SMA Negeri 1 Manado”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri dan fear of missing out pada remaja pengguna media sosial di SMA Negeri 1 Manado dengan jumlah sampel 237 dari jumlah populasi 1800 siswa/i. Penelitian ini menggunakan Teknik nonprobability sampling dengan hasil yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan negative yang signifikan antara harga diri dan fear missing out dengan hasil uji korelasi ($r_{xy} = -0,99$ atau $p > 0,05$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,063 ($p > 0,05$). Karena demikian, hipotesis dalam penelitian ini tidak diterima.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Ikhfatul Aulyah dan Binti Isrofin dari Universitas Negeri Semarang pada tahun 2020 dengan judul “Hubungan Harga Diri dan Fear of Missing Out Dengan Smartphone Addiction Mahasiswa Universitas Negeri Semarang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan harga diri dan fear of missing out dengan smartphone addiction mahasiswa universitas negeri semarang, sampel penelitian ini sebanyak 344 yang dipilih melalui Teknik proportional random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga diri dan fear of missing out merupakan faktor yang dapat memprediksi smartphone addiction sebesar 17% dan 83% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan Satrio Wicaksono dan Frieda Nuzulia Ratna Hadiyati dari Universitas Diponegoro pada tahun 2019 dengan judul “Hubungan Antara Harga Diri Dengan Fear of Missing Out Pada Mahasiswa Tahun Pertama Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan fear of missing out pada mahasiswa tahun pertama fakultas psikologi Universitas Diponegoro. Sampel pada penelitian ini yaitu 128 mahasiswa dan menggunakan analisis data regresi sederhana. Hasil penelitian ini analisis menunjukkan koefisien korelasi sebesar $r_{xy} = -0,082$ dengan tingkat signifikansi $p = 0,355$ ($p < 0,05$) artinya tidak terdapat hubungan antara harga diri dengan fear of missing out.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Naya Sintiawan, Arbin Janu Setiyowati, dan Ella Faridati Zen dari Universitas Negeri Malang pada tahun 2021 dengan judul “Hubungan antara Self Esteem dan Self Regulation dengan Fear of Missing Out (FoMO) siswa SMA. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara self esteem dan self regulation dengan fear of missing out. Sampel penelitian ini berjumlah 14 siswa yang diperoleh melalui teknik pengambilan sampel sampling purposive. Instrumen yang digunakan adalah skala self esteem, skala self regulation dan skala fear of missing out yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis yang digunakan korelasi Pearson Product Moment dan korelasi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara self esteem dan self regulation dengan fear of missing out siswa SMA Negeri 7 Malang
5. Penelitian yang dilakukan oleh Satria Siddik, Mafaza Mafaa, Lala Septiyani Sembiring dari Universitas Andalas pada tahun 20220 yang berjudul “Peran Harga Diri terhadap Fear of Missing Out pada Remaja Pengguna Situs Jejaring Sosial”. Tujuan penelitian ini

adalah untuk menguji peran harga diri terhadap FoMO pada remaja yang menggunakan situs jejaring sosial dengan sampel sebanyak 349 remaja dan menggunakan metode nonprobability sampling kemudian data tersebut di analisis menggunakan metode regresi linier sederhana. Hasil penelitian menemukan bahwa harga diri berperan signifikan terhadap kondisi FoMO pada subjek penelitian.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, yaitu kuantitatif analisis regresi berganda. Menurut Sugiyono (2009) penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berbasis pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, yang umumnya pengambilan sampel dilakukan secara random dan data dikumpulkan menggunakan instrument penelitian, kemudian di analisis secara statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018)

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (JABODETABEK). Penelitian ini dilakukan secara online dengan menyebar kuesioner melalui *google form*. Waktu penelitian dimulai pada bulan Agustus-Oktober 2022.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuhan, gejala atau peristiwa yang memiliki karakteristik tertentu dalam suatu penelitian (Azwar, 2013). Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah dewasa awal pengguna Instagram di Indonesia yang berjumlah 33.090.000 (Annur, 2021)

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang mempunyai karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi (Arikunto, 2013). Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat mengambil sampel dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul representatif atau mewakili populasi. Sampel pada penelitian ini adalah dewasa awal laki-laki dan perempuan yang berumur 18-25 tahun dan memiliki aplikasi Instagram di JABODETABEK di ambil sebanyak 208 sampel, penelitian ini mengambil batas minimum yang mengacu kepada Jackson (2003).

3. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama pada setiap individu di dalam populasi yang terpilih menjadi sampel (Sugiyono, 2014).

Pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan yang dibutuhkan oleh peneliti. Pengambilan sampel dilakukan dengan penyebaran skala berupa kuesioner berbentuk *Google Form* karakter sampel pada penelitian ini yaitu :

- a. laki-laki dan perempuan, dengan kriteria usia Dewasa awal yaitu 18-25 tahun
- b. Memiliki akun media sosial Instagram
- c. Memakai Instagram sejak tahun 2012
- d. Frekuensi memakai Instagram lebih lebih dari 3 kali dalam sehari
- e. Durasi memakai Instagram selama 30-90 menit dalam sehari

D. Variabel Penelitian

Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi, menjelaskan, menerangkan variabel yang lain, sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau diterangkan oleh variabel lain, tetapi tidak dapat memengaruhi variabel lainnya (Yusuf, 2014). Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Variabel bebas = *Self-esteem*

Variabel terikat. = *Fear of Missing Out (FoMO)*

1. Variabel bebas : *Self-esteem*

a. Definisi Konseptual

Menurut Coopersmith (1996) *Self-esteem* adalah penilaian individu mengenai dirinya sendiri. *Self-esteem* merupakan pandangan dan penilaian individu terhadap dirinya sendiri yang dibuat oleh diri sendiri. *Self-esteem* atau evaluasi diri ini meliputi kemampuan seseorang dalam mengatur dan mengontrol tingkah laku dan mendapat pengakuan atas tingkah laku yang dilakukan dari orang lain.

b. Definisi Operasional

Self-esteem merupakan pandangan dan penilaian individu terhadap dirinya sendiri yang dibuat oleh diri sendiri. *Self-esteem* atau evaluasi diri ini meliputi kemampuan seseorang dalam mengatur dan mengontrol tingkah laku dan mendapat pengakuan atas tingkah laku yang dilakukan dari orang lain. Variabel *Self-esteem* ini di ukur menggunakan skala yang didapatkan dari Rosenberg (1996). Jumlah skor yang diperoleh individu dari hasil pengisian alat ukur akan ditotalkan, semakin besar total skor yang dihasilkan maka akan semakin tinggi tingkat *Self-esteem* yang dimiliki, begitu juga sebaliknya. Menurut Rosenberg (1996), ada 2 aspek dalam *Self-esteem* diantaranya : *Self-liking* dan *Self-compatance*.

2. Variabel terikat : *Fear of Missing Out* (FoMO)

a. Definisi Konseptual

Menurut Przybylski (2013) *Fear of Missing Out* (FoMO) adalah kekhawatiran yang dirasakan seseorang bahwa orang lain mungkin melakukan pengalaman memuaskan, hal ini mendorong untuk terhubung secara terus menerus.

b. Definisi Operasional

Fear of Missing Out (FoMO) adalah rasa takut kehilangan momen Ketika tidak tersambung ke media sosial, merasa cemas ketika kejadian yang sedang dialami oleh orang lain lebih memuaskan. Variabel fear *Fear of Missing Out* ini diukur dengan skala *Fear of Missing Out* yang dikembangkan oleh Pzybylski (2013). Total skor keseluruhan item dari skala FoMO, menunjukkan level pengalaman FoMO yang dialami. Semakin tinggi skor total FoMO yang diperoleh individu, semakin tinggi pula tingkat FoMO yang dialami, begitu juga sebaliknya. Menurut Przybylski, Murayama, DeHaan, dan Gladwell (2013) bahwa *Self* serta *Relatedness* adalah aspek dari *Fear of Missing Out* .

E. Hipotesis

1. Hipotesis Null (Ho)

Ho₁ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara aspek *Self Competence* terhadap *Fear of Missing Out* Pada Dewasa Awal Pengguna Aplikasi Instagram

Ho₂ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara aspek *Self Liking* terhadap *Fear of Missing Out* Pada Dewasa Awal Pengguna Aplikasi Instagram

2. Hipotesis Alternatif (Ha)

Ha₁ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara aspek *Self Competence* terhadap *Fear of Missing Out* Pada Dewasa Awal Pengguna Aplikasi Instagram

Ha₂ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara aspek *Self Liking* terhadap *Fear of Missing Out* Pada Dewasa Awal Pengguna Aplikasi Instagram

F. Teknik Pengambilan Data

Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan alat ukur angket (kuesioner). Kuesioner merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberikan pernyataan pernyataan kepada responden untuk dipilih. Seperangkat pernyataan tersebut dapat diberikan secara langsung berupa lembaran-lembaran kertas maupun berupa lembaran digital melalui internet (*google form*). Kuesioner digunakan sebagai instrumen penelitian untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pernyataan dengan jawaban yang paling sesuai dengan responden, sehingga responden diminta untuk memilih jawaban yang paling menggambarkan dirinya. Kuesioner ini menggunakan skala *Self-esteem* dan skala *Fear of Missing Out* (FoMO).

1. Alat Ukur Penelitian

1) Alat Ukur Self-esteem

Pada penelitian ini menggunakan skala dan alat ukur dari RSE (Rosenberg Self-Esteem Scale) dikembangkan oleh Morris Rosenberg (1996) yang telah diadaptasi oleh Firdaus (2021) . Skala *Self-esteem* yang akan digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 10 aitem, yaitu terdiri dari 5 aitem favorable dan 5 aitem unfavorable. Skala ini akan berisi beberapa pernyataan dengan beberapa pilihan jawaban seperti:

1. Sangat Sesuai
2. Sesuai
3. Netral
4. Tidak Sesuai
5. Sangat Tidak Sesuai

2) Alat Ukur Fear of Missing Out (FoMO)

Pada penelitian ini menggunakan skala dan alat ukur dari Przybylski, Murayama, Dehaan, Gladwell (2013) yang telah diadaptasi oleh (Daravit, 2021). Skala *Fear of Missing Out* atau FoMO yang akan digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 10 aitem. Skala *Fear of Missing Out* ini disajikan dalam bentuk pernyataan yang favourable dan memiliki 5 bobot penilaian yaitu :

1. Tidak seluruhnya diri saya
2. Sebagian kecil diri saya
3. Setengahnya diri saya

4. Sebagian besar diri saya

5. Keseluruhan diri saya

G. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Menurut Suryabrata (Salma, 2021) mengartikan bahwa instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk merekam keadaan atau aktivitas atribut-atribut psikologis. Atribut psikologis yang dimaksud adalah atribut kognitif dan atribut non kognitif, yang dimaksud atribut kognitif adalah pertanyaan sedangkan atribut non kognitif adalah dalam bentuk pernyataan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrumen penelitian non tes yakni kuesioner. Kuesioner adalah instrumen yang berisi daftar pertanyaan, dan apabila kuisisioner dalam suatu penelitian salah maka hasil dari penelitian pun akan salah (Salma, 2021). Maka dari itu, kuisisioner harus dibuat secara valid, reliabel. Hal ini agar data kuesioner bisa divalidasi.

1. *Self-esteem*

Butir-butir pernyataan atau pertanyaan dari kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini dikembangkan berdasarkan aspek-aspek *Self-esteem* berdasarkan teori Morris Rosenberg (1996)

Tabel 3. 1 Blueprint Skala Self-esteem Morris Rosenberg (1996)

NO	Aspek	Favorable	Unfavorable
1	<i>Self-competence</i>	1,3,4	5,6,9
2	<i>Self-liking</i>	7,10	2,8
TOTAL			10

2. *Fear of Missing Out*

Butir-butir pernyataan atau pertanyaan dari kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini dikembangkan berdasarkan aspek-aspek *Fear of Missing Out* teori menurut Przybylski, Murayama, Dehaan, Gladwell (2013)

Tabel 3. 2 Blueprint Skala Fear of Missing Out Przybylski, Dkk (2013)

No	Aspek	Indikator	Nomer Aitem	Jumlah
1	Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan relatedness	Khawatir ketika tidak dapat bergabung dalam pengalaman atau kegiatan yang dilakukan individu lain	3,4,5,7,9	5
		Khawatir ketika teman atau individu lain memiliki pengalaman maupun kegiatan yang lebih baik	1,2	2
2	Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan autonomy/self	Sering mencari tau apa yang terjadi dengan individu lain dalam dunia maya	6	1
		Sering update untuk memberitahukan kabar diri sendiri ke dunia maya	8,10	2
TOTAL			10	10

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan tahap yang dilakukan setelah data dari seluruh responden maupun sumber data lain yang telah terkumpul kemudian dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenis responden.

1. Uji Validitas Konstruk

Untuk menguji validitas alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode Confirmatory Factor Analysis (CFA) dengan menggunakan software Lisrel 8.8. Pengujian validitas dilakukan agar dalam melakukan penelitian dengan menggunakan CFA didapatkan data yang valid dan reliabel. Adapun langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut (Umar dalam Akbar, 2018) :

1. Dilakukan uji CFA dengan model satu faktor dan dilihat dari nilai Chi-square yang dihasilkan. Jika nilai Chi-square tidak signifikan ($\text{Sig} > 0,05$) berarti semua item hanya mengukur satu faktor saja. Tetapi jika nilai Chi-square signifikan ($\text{Sig} < 0,05$), maka perlu dilakukan modifikasi terhadap pengukuran yang diuji sesuai langkah kedua berikut ini
2. Jika nilai Chi-square signifikan ($\text{Sig} < 0,05$) maka dilakukan modifikasi model pengukuran dengan cara mengestimasi korelasi antar kesalahan pengukuran pada beberapa item yang mungkin bersifat multidimensional (mengukur lebih dari satu konstruk). Jika setelah beberapa kesalahan pengukuran dibebaskan untuk saling berkorelasi dan akhirnya diperoleh model fit, maka model terakhir inilah yang digunakan pada langkah selanjutnya,
3. Setelah diperoleh model pengukuran yang fit (unidimensional) maka dilakukan analisis item dengan melihat apakah muatan faktor item tersebut signifikan dan

mempunyai nilai koefisien positif. Jika t-value untuk koefisien muatan item lebih besar dari 1,96 (absolute), maka item tersebut dinyatakan signifikan dalam mengukur faktor yang hendak diukur. Begitupun sebaliknya, jika koefisien muatan item lebih kecil dari 1,96 maka item dinyatakan tidak signifikan dan item tersebut harus di drop atau tidak diikutsertakan dalam analisis perhitungan factor score.

2. Uji Reliabilitas Konstruk

Penelitian ini menggunakan model pendekatan persamaan structural dari (Raykov, 1997) untuk mengukur koefisien reliabilitas alat ukur. Reliabilitas komposit merupakan jenis reliabilitas gabungan yang berasal dari tiap-tiap variabel laten/indicator, berasal dari perhitungan matematis dalam mencari koefisien dari reliabilitas yang tahan pelanggaran asumsi (Hartanto, 2017). Rumus matematik dalam menghitung reliabilitas komposit dengan struktural model adalah sebagai berikut :

$$\rho_0 = \frac{(\sum\lambda)^2}{[(\sum\lambda)^2 + \sum(\Theta)]}$$

ρ =Reliabilitas Komposit

λ = loading indikator

Θ = error variance indikator

Pendekatan ini diambil karena perhitungan reliabilitas yang tahan akan pelanggaran asumsi. Pengukuran *Composite Reliability* diukur dengan komposit yang baik berdasarkan skor *construct reliability* dengan ketentuan ≥ 0.7 (Raykov, 1997)

3. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini dilakukan menggunakan uji dengan analisis statistic Kolmogorov-Smirnov berdasarkan asumsi sebagai berikut:

- a. Data dikatakan berdistribusi normal apabila pada hasil uji Kolmogorov Smirnov terhadap nilai residual dari analisis regresi linier berganda, dihasilkan nilai signifikansi ≥ 0.05 .
- b. Data dikatakan tidak dikatan berdistribusi normal apabila pada hasil uji Kolmogorov Smirnov terhadap nilai residual dari analisis regresi linier berganda, dihasilkan nilai signifikansi ≤ 0.05

2) Uji Linieritas

Uji Linearitas merupakan prosedur yang digunakan untuk mengetahui linear atau tidaknya suatu distribusi nilai data yang diperoleh. Untuk mendeteksi apakah model linear atau tidak berdasarkan pengambilan keputusan dalam uji linearitas sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas ≥ 0.05 , maka hubungan antara variabel (X) dengan (Y) adalah linear.
- b. Jika probabilitas ≤ 0.05 , maka hubungan antara variabel (X) dengan (Y) adalah tidak linear.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda untuk memprediksi besarnya pengaruh variabel bebas (IV) yaitu, Aspek *Self-esteem* terhadap variabel tak bebas (DV) yaitu *Fear of Missing Out*.

Analisis Regresi berganda merupakan metode statistika untuk sebuah model hubungan antara satu variabel tak bebas (y) dengan lebih dari satu variabel bebas (x). Dimana y merupakan fungsi linier dari x yang dinotasikan sebagai $Y = f(x)$. Sementara, residual (e) adalah komponen yang menjelaskan kesalahan, atau hal lain yang memberi pengaruh terhadap variabel tak bebasnya. Model tersebut dapat dijelaskan dengan persamaan:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen/Variabel terikat

a = Konstanta

B = Koefisien regresi

X1 = Variabel *Self Competence*

X2 = Variabel *Self Liking*

Selanjutnya pengaruh besaran dua variabel bebas terhadap variabel terikat yang ditunjukkan oleh koefisien determinasi yang disebut (R-squared) atau R². R-squared adalah uji yang menjelaskan proporsi variasi dari variabel terikat yang dijelaskan

oleh variabel bebas. Nilai dari R^2 dalam bentuk proporsi dengan rentang antara 0-1, yang jika dikalikan dengan 100 maka akan menjadi persentase. $1-R^2$ merupakan variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap variabel *Fear of Missing Out* yang tidak dijadikan bahan penelitian oleh peneliti. Nilai R^2 di dapatkan dengan:

$$R^2 = 1 - \frac{SS_{residual}}{SS_{total}} = 1 - \frac{\sum_i (y_i - \hat{y}_i)^2}{\sum_i (y_i - \bar{y}_i)^2}$$

Keterangan:

$SS_{residual}$ = Kuadrat dari selisih nilai Y aktual dengan nilai prediksi Y

SS_{total} = Kuadrat dari selisih nilai Y aktual dengan nilai rata-rata Y

Kemudian, dilakukan uji F dan uji T. Uji F untuk mengetahui signifikan tidaknya kedua variabel bebas terhadap variabel tak bebasnya jika diuji secara bersama-sama, dan uji T untuk melihat apakah variabel bebas signifikan secara parsial terhadap variabel tak bebasnya. Berikut formula uji F dan uji T:

Uji F

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(N - k - 1)}$$

Di mana k merupakan jumlah dependen variabel dan n adalah jumlah sampel, serta $(N - k - 1)$ adalah derajat kebebasannya.

Uji T

$$t = \frac{B}{S_B}$$

Di mana S_B merupakan *standar error* dari B koefisien beta (regresi). S_B di dapatkan melalui pembagian $SS_{Residual}$ dengan derajat kebebasan $N - k - 1$, di mana hasilnya dibagi dengan SS_x dan di akar kuadratkan. Nilai S_B yang didapatkan akan membagi koefisien beta (B) itu sendiri. Uji T akan dilakukan empat kali sesuai dengan banyaknya variabel bebasnya.

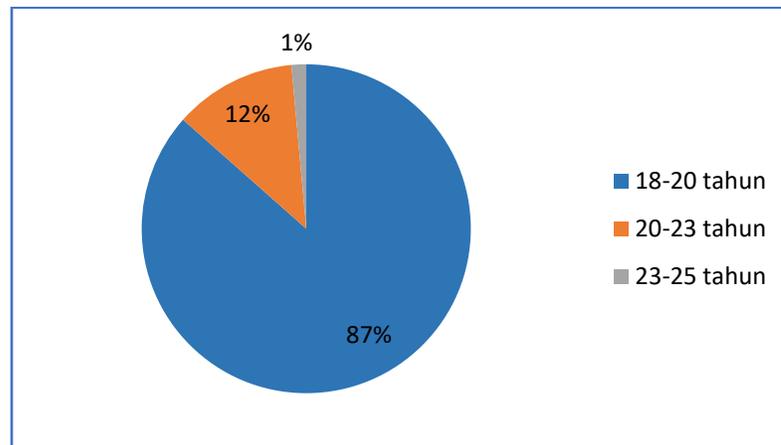
BAB IV

HASIL PENELITIAN

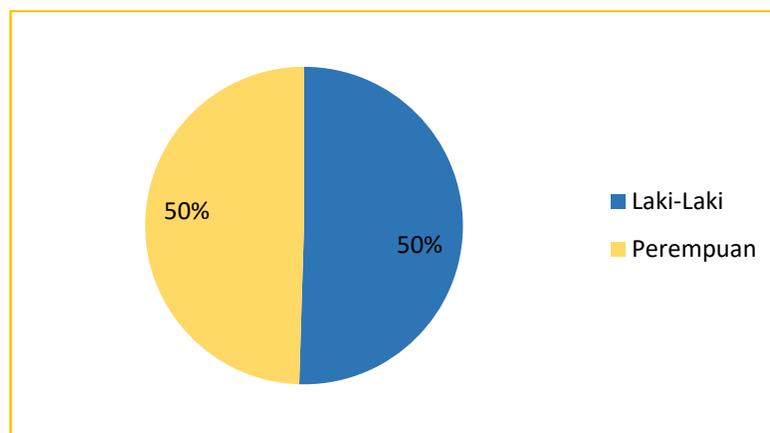
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Gambaran umum partisipan didapatkan dengan menghitung frekuensi dan persentase jawaban partisipan dari data partisipan. Data partisipan yang diolah adalah gambaran umum partisipan berdasarkan usia, jenis kelamin, domisili, dan pekerjaan.

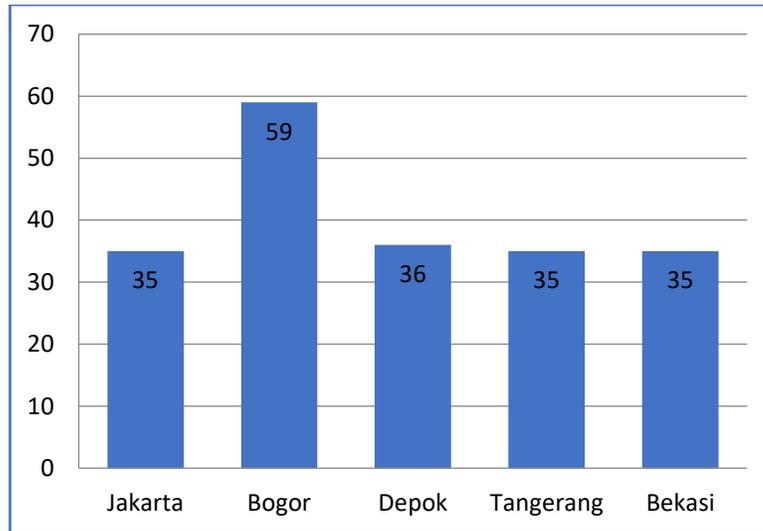
Gambar 4. 1 Usia Subjek Penelitian



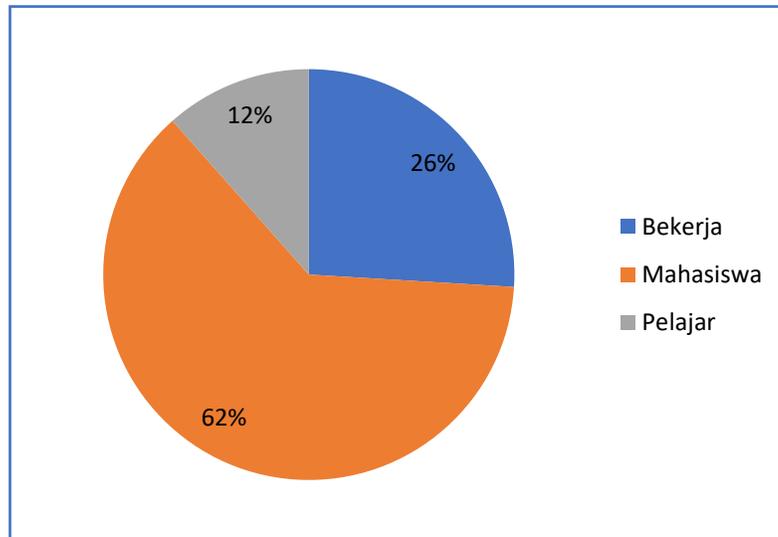
Gambar 4. 2 Jenis Kelamin Subjek Penelitian



Gambar 4. 3 Domisili Subjek Penelitian



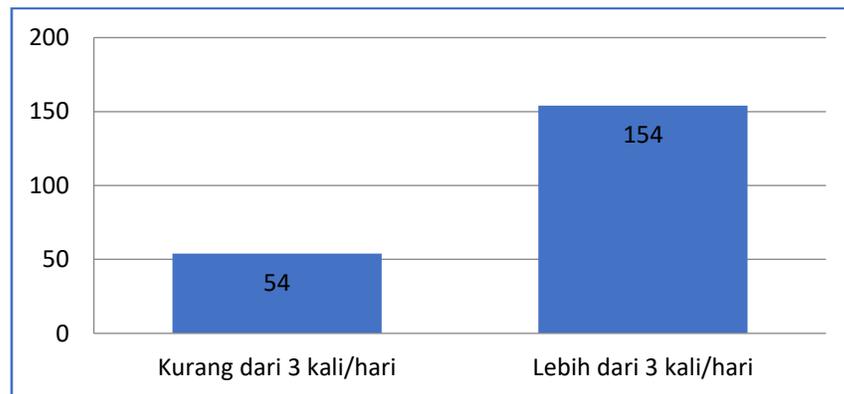
Gambar 4. 4 Pekerjaan Subjek Penelitian



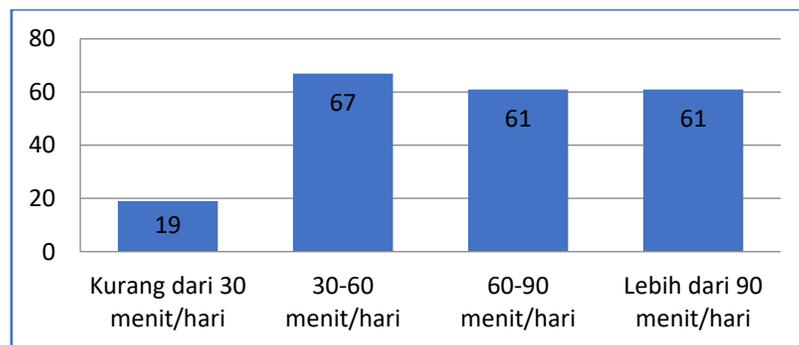
B. Gambaran Umum Pengguna Instagram

Gambaran umum pengguna Instagram didapatkan dengan menghitung frekuensi dan persentase jawaban partisipan dari data partisipan. Data partisipan yang diolah adalah gambaran umum pengguna Instagram berdasarkan frekuensi menggunakan Instagram dan durasi menggunakan Instagram setiap hari.

Gambar 4. 5 Frekuensi menggunakan Instagram Subjek Penelitian



Gambar 4. 6 Durasi menggunakan Instagram Subjek Penelitian



Tabel 4. 1 Durasi menggunakan Instagram Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Durasi	Jumlah	Persentase
Laki-laki (103)	Kurang dari 30 menit/hari	11	5,2
	30-60 menit/hari	37	17,7
	60-90 menit/hari	28	13,4
	Lebih dari 90 menit/hari	31	14,9
Perempuan (105)	Kurang dari 30 menit/hari	9	4,8
	30-60 menit/hari	27	12,9
	60-90 menit/hari	32	15,3
	Lebih dari 90 menit/hari	33	15,8
Total		208	100,0

Berdasarkan semua table di atas, diketahui bahwa partisipan penelitian berjumlah sebanyak 208 orang. Berdasarkan data jenis kelamin, partisipan laki-laki sebanyak 105 orang (50,5 %) dan partisipan perempuan sebanyak 103 orang (49,5%). Berdasarkan karakteristik usia, partisipan penelitian ini berada pada rentang usia 18-25 tahun. Usia partisipan sebagian besar di dominasi pada usia 18-20 tahun. Berdasarkan domisili, partisipan paling banyak berasal dari Bogor dengan jumlah 59 orang (24,9%). Berdasarkan durasi menggunakan Instagram dalam sehari, mayoritas partisipan menggunakan Instagram 60 menit dalam sehari.

Berdasarkan frekuensi menggunakan Instagram dalam sehari rata-rata responden menggunakan lebih dari 3 kali dalam sehari 154 (74%) dan diketahui bahwa perempuan lebih banyak menggunakan instagram yaitu dengan durasi lebih dari 90 menit/hari.

C. Gambaran Hasil Penelitian

1. Gambaran *Self-esteem*

Gambaran *Self-esteem* pada dewasa awal pengguna Instagram dapat dilakukan dengan mengkategorisasikannya melalui perhitungan skor hipotik dari *Self-esteem*. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 2 Kategorisasi *Self-esteem*

Kategorisasi	Jumlah Subjek	Persentase
Tinggi	28	13,5%
Sedang	124	59,6%
Rendah	56	26,9%
Total	208	100%

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa sebanyak 28 orang (13,5%) dewasa awal yang menggunakan Instagram di JABODETABEK memiliki *Self-esteem* yang tinggi, dan sebanyak 124 orang (59,6%) dewasa awal yang menggunakan Instagram di JABODETABEK memiliki *Self-esteem* yang sedang. Kemudian, sekitar 56 orang

(26,9%) dewasa awal yang menggunakan Instagram di JABODETABEK memiliki *Self-esteem* yang rendah.

2. Gambaran *Self-competence*

Gambaran *Self-competence* pada dewasa awal pengguna Instagram dapat dilakukan dengan mengkategorisasikannya melalui perhitungan skor hipotik dari *Self-competence*. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 3 Kategorisasi *Self-competence*

Kategorisasi	Jumlah Subjek	Persentase
Tinggi	110	52,9%
Sedang	17	8,2%
Rendah	81	38,9%
Total	208	100%

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa sebanyak 110 orang (52,9%) dewasa awal yang menggunakan Instagram di JABODETABEK memiliki *Self-competence* yang tinggi, dan sebanyak 17 orang (8,2%) dewasa awal yang menggunakan Instagram di JABODETABEK memiliki *Self-competence* yang sedang. Kemudian, sekitar 81 orang (38,9%) dewasa awal yang menggunakan Instagram di JABODETABEK memiliki *Self-competence* yang rendah.

3. Gambaran *Self-liking*

Gambaran *Self-liking* pada dewasa awal pengguna Instagram dapat dilakukan dengan mengkategorisasikannya melalui perhitungan skor hipotik dari *Self-liking*. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 4 Kategorisasi *Self-liking*

Kategorisasi	Jumlah Subjek	Persentase
Rendah	82	39,4%
Sedang	66	31,7%
Tinggi	60	28,8%
Total	208	100%

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa sebanyak 82 orang (39,4%) dewasa awal yang menggunakan Instagram di JABODETABEK memiliki *Self-liking* yang rendah, dan sebanyak 66 orang (31,7%) dewasa awal yang menggunakan Instagram di JABODETABEK memiliki *Self-liking* yang sedang. Kemudian, sekitar 60 orang (28,8%) dewasa awal yang menggunakan Instagram di JABODETABEK memiliki *Self-liking* yang tinggi.

4. Gambaran *Fear of Missing Out*

Gambaran *Fear of Missing Out* pada dewasa awal pengguna Instagram dapat dilakukan dengan mengkategorisasikannya melalui perhitungan skor hipotik dari *Fear of Missing Out*. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 5 Kategorisasi *Fear of Missing Out*

Kategorisasi	Jumlah Subjek	Persentase
Tinggi	137	65,7%
Sedang	36	17,4%
Rendah	35	16,9%
Total	208	100%

Berdasarkan tabel 4.5, diketahui bahwa sebanyak 137 orang (65,7%) dewasa awal yang menggunakan Instagram di JABODETABEK memiliki rasa *Fear of Missing Out* yang tinggi, dan sebanyak 36 orang (17,4%) dewasa awal yang menggunakan Instagram di JABODETABEK memiliki rasa *Fear of Missing Out* yang sedang. Kemudian, sekitar 35 orang (16,9%) dewasa awal yang menggunakan Instagram di JABODETABEK memiliki rasa *Fear of Missing Out* yang rendah.

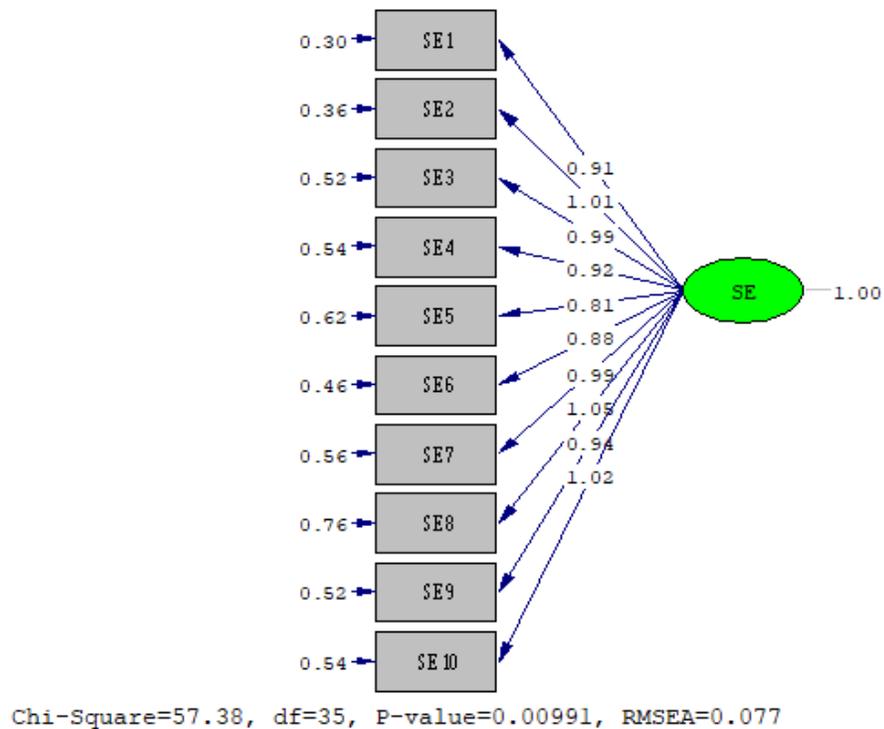
D. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas Konstruk

1) Uji Validitas Konstruk *Self-esteem*

Peneliti menguji apakah ke 10 aitem yang ada pada aspek *Self-esteem* bersifat unidimensional yang artinya benar hanya mengukur *Self-esteem*. Dari hasil analisis CFA yang dilakukan dengan model satu faktor, ternyata fit karena diperoleh nilai Chi-Square=57,38, df=35, p-value=0.00991, RMSEA=0.077 artinya model dengan satu factor (unidimensional) dapat diterima bahwa seluruh aitem mengukur satu factor saja yaitu *Self-esteem*. Oleh sebab itu, peneliti tidak melakukan modifikasi index.

Gambar 4. 7 Path diagram *Self-esteem*



Kemudian penulis melihat apakah aitem tersebut mengukur faktor yang hendak diukur secara signifikan dan sekaligus menentukan apakah aitem tersebut perlu di drop atau tidak, pengujiannya dilakukan dengan cara melihat nilai t bagi setiap koefisien muatan faktor. Pada pengujian CFA ini, nilai t bagi koefisien muatan faktor semua aitem signifikan karena $t \geq 1.96$.

Tabel 4. 6 Muatan faktor aitem *Self-esteem*

No Aitem	Factor Loading	T-value	Signifikan
SE1	0.91	11.08	V
SE2	1.01	11.12	V
SE3	0.99	10.14	V
SE4	0.92	9.61	V
SE5	0.81	8.48	V
SE6	0.88	9.81	V
SE7	0.99	9.93	V
SE8	1.05	9.38	V
SE9	0.94	9.83	V
SE10	1.02	10.18	V

Keterangan: (V) artinya signifikan, (X) artinya tidak signifikan

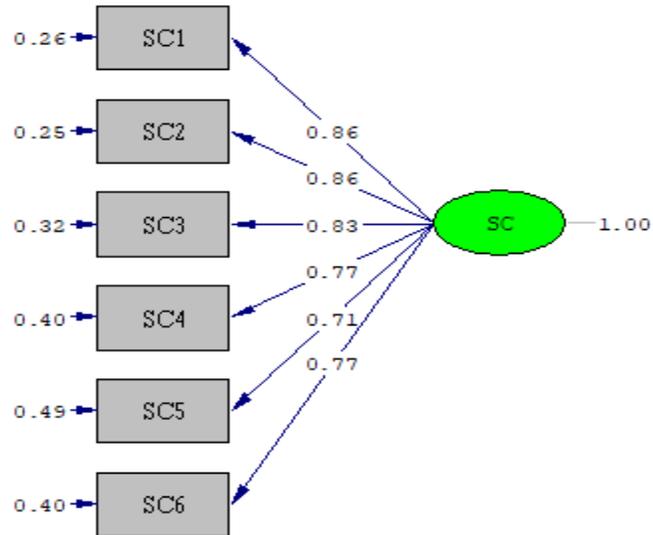
Setelah hasil analisis aitem dilakukan dan dinyatakan signifikan, dilanjutkan dengan memastikan apakah variabel *Self-esteem* masuk kategori fit atau tidak dengan melihat Output Fit Indicates. Berdasarkan Output Fit Indicates, diketahui bahwa model indeks pada variabel *Self-esteem* telah memenuhi kriteria Goodness Of Fit dengan keterangan sebagai berikut :

- a. Nilai Chi-Square yaitu 57,38 dengan nilai $P=0,34 \geq 0.05$ hasil ini menunjukkan bahwa model fit karena memenuhi kriteria $p \geq 0.05$
- b. RMSEA sebesar $0.077 \leq 0.08$ artinya model menunjukkan close fit dari sebuah model berdasarkan derajat kebebasan (degree of freedom)
- c. Nilai TLI sebesar 0,97 menunjukkan bahwa kecocokan model baik, karena memenuhi kriteria $TLI \geq 0.95$
- d. Nilai CFI sebesar 0,99 menunjukkan indikasi model fit normal karena ≥ 0.95 dan berada pada rentang 0-1

2) Uji Validitas Konstruksi *Self-competence*

Peneliti menguji apakah ke 6 aitem yang ada pada aspek *Self-competence* bersifat unidimensional yang artinya benar hanya mengukur *Self-competence*. Dari hasil analisis CFA yang dilakukan dengan model satu faktor, ternyata fit karena diperoleh nilai Chi-Square=10.08, df=9, p-value=0.34403, RMSEA=0.033 artinya model dengan satu factor (unidimensional) dapat diterima bahwa seluruh aitem mengukur satu factor saja yaitu *Self-competence* . Oleh sebab itu, peneliti tidak melakukan modifikasi index.

Gambar 4. 8 Path diagram *Self-competence*



Chi-Square=10.08, df=9, P-value=0.34403, RMSEA=0.033

Kemudian penulis melihat apakah aitem tersebut mengukur faktor yang hendak diukur secara signifikan dan sekaligus menentukan apakah item tersebut perlu di drop atau tidak, pengujiannya dilakukan dengan cara melihat nilai t bagi setiap koefisien muatan faktor. Pada pengujian CFA ini, nilai t bagi koefisien muatan faktor semua item signifikan karena $t \geq 1.96$.

Tabel 4. 7 Muatan faktor aitem *Self-competence*

No Aitem	Factor Loading	T-value	Signifikan
SC1	0.86	11.03	V
SC2	0.86	11.10	V
SC3	0.83	10.36	V
SC4	0.77	9.37	V

SC5	0.71	8.34	V
SC6	0.77	9.34	V

Keterangan: (V) artinya signifikan, (X) artinya tidak signifikan

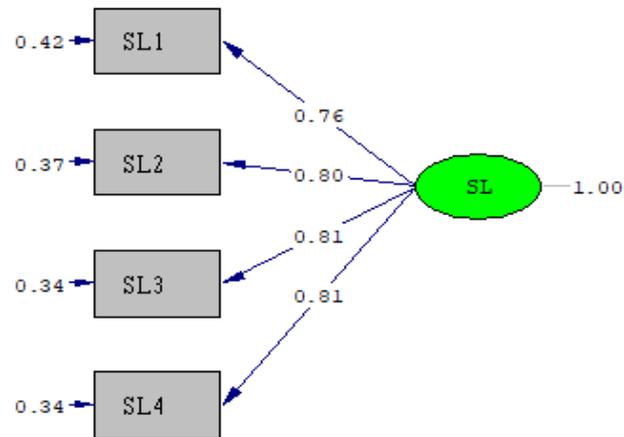
Setelah hasil analisis aitem dilakukan dan dinyatakan signifikan, dilanjutkan dengan memastikan apakah variabel *Self-competence* masuk kategori fit atau tidak dengan melihat Output Fit Indicates. Berdasarkan Output Fit Indicates, diketahui bahwa model indeks pada variabel *Self-competence* telah memenuhi kriteria Goodness Of Fit dengan keterangan sebagai berikut :

- e. Nilai Chi-Square yaitu 10,8 dengan nilai $P=0,34 \geq 0.05$ hasil ini menunjukkan bahwa model fit karena memenuhi kriteria $p \geq 0.05$
- f. RMSEA sebesar $0.033 \leq 0.08$ artinya model menunjukkan close fit dari sebuah model berdasarkan derajat kebebasan (degree of freedom)
- g. Nilai TLI sebesar 0,99 menunjukkan bahwa kecocokan model baik, karena memenuhi kriteria $TLI \geq 0.95$
- h. Nilai CFI sebesar 1.00 menunjukkan indikasi model fit normal karena ≥ 0.95 dan berada pada rentang 0-1

3) Uji Validitas Konstruk *Self-liking*

Peneliti menguji apakah ke 4 aitem yang ada pada aspek *Self-liking* bersifat unidimensional yang artinya benar hanya mengukur *Self-liking*. Dari hasil analisis CFA yang dilakukan dengan model satu faktor, ternyata fit karena diperoleh nilai Chi-Square=7.15, df=2, p-value=0.02796, RMSEA=0.054 artinya model dengan satu factor (unidimensional) dapat diterima bahwa seluruh aitem mengukur satu factor saja yaitu *Self-liking*. Oleh sebab itu, peneliti tidak melakukan modifikasi index.

Gambar 4. 9 Path diagram *Self-liking*



Chi-Square=7.15, df=2, P-value=0.02796, RMSEA=0.054

Kemudian penulis melihat apakah aitem tersebut mengukur faktor yang hendak diukur secara signifikan dan sekaligus menentukan apakah aitem tersebut perlu di drop atau tidak, pengujiannya dilakukan dengan cara melihat nilai t bagi setiap koefisien muatan faktor. Pada pengujian CFA ini, nilai t bagi koefisien muatan faktor semua item signifikan karena $t \geq 1.96$.

Tabel 4. 8 Muatan faktor aitem *Self-liking*

No Item	Factor Loading	T-value	Signifikan
SL1	0.76	8.90	V
SL2	0.80	9.48	V
SL3	0.81	9.71	V
SL4	0.81	9.71	V

Keterangan: (V) artinya signifikan, (X) artinya tidak signifikan

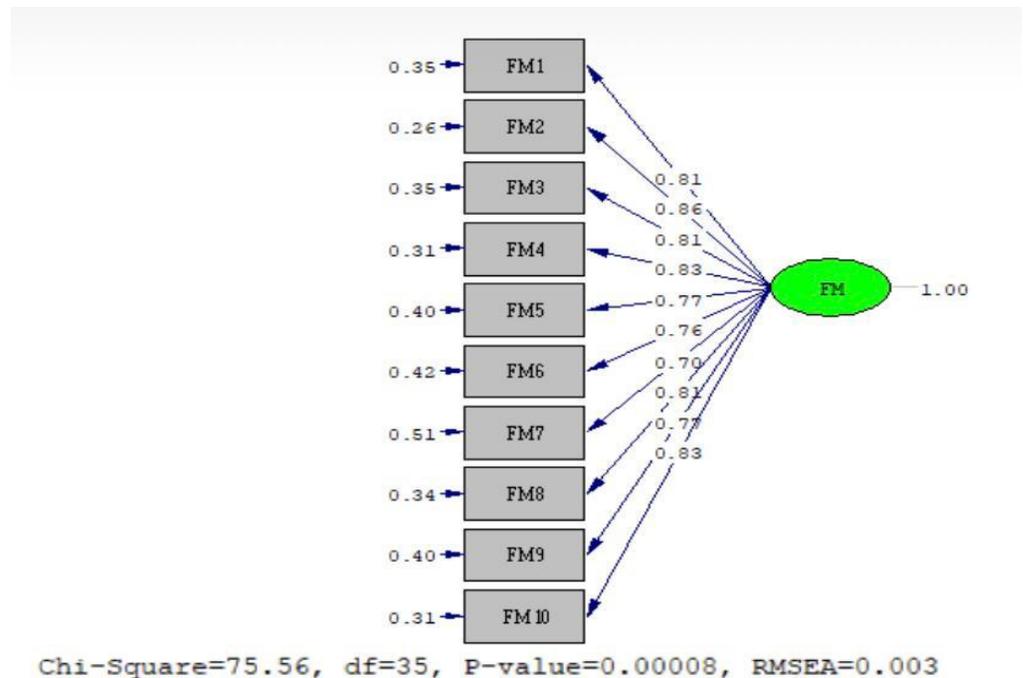
Setelah hasil analisis aitem dilakukan dan dinyatakan signifikan, dilanjutkan dengan memastikan apakah variabel *Self-competence* masuk kategori fit atau tidak dengan melihat Output Fit Indicates. Berdasarkan Output Fit Indicates, diketahui bahwa model indeks pada variabel *Self-competence* telah memenuhi kriteria Goodness Of Fit dengan keterangan sebagai berikut :

- Nilai Chi-Square yaitu 7,15 dengan nilai $P=0.3 \geq 0.05$ hasil ini menunjukkan bahwa model fit karena memenuhi kriteria $p \geq 0.05$
- RMSEA sebesar $0.054 \leq 0.08$ artinya model menunjukkan close fit dari sebuah model berdasarkan derajat kebebasan (degree of freedom)
- Nilai TLI sebesar 0,97 menunjukkan bahwa kecocokan model baik, karena memenuhi kriteria $TLI \geq 0.95$
- Nilai CFI sebesar 0,98 menunjukkan indikasi model fit normal karena ≥ 0.95 dan berada pada rentang 0-1

4) Uji Validitas Konstruk *Fear of Missing Out*

Peneliti menguji apakah ke 10 aitem yang ada pada *Fear of Missing Out* bersifat unidimensional yang artinya benar hanya mengukur *Fear of Missing Out*. Dari hasil analisis CFA yang dilakukan dengan model satu faktor, ternyata fit karena diperoleh nilai Chi-Square=75.56, df=35, p-value=0.00008, dan RMSEA=0.003 artinya model dengan satu factor (unidimensional) dapat diterima bahwa seluruh aitem mengukur satu factor saja yaitu *Fear of Missing Out*. Oleh sebab itu, peneliti tidak melakukan modifikasi index.

Gambar 4. 10 Path diagram *Fear of Missing Out*



Kemudian penulis melihat apakah aitem tersebut mengukur faktor yang hendak diukur secara signifikan dan sekaligus menentukan apakah aitem tersebut perlu di drop atau tidak, pengujiannya dilakukan dengan cara melihat nilai t bagi setiap koefisien muatan faktor. Pada pengujian CFA ini, nilai t bagi koefisien muatan faktor semua item signifikan karena $t \geq 1.96$.

Tabel 4. 9 Muatan faktor aitem *Fear of Missing Out*

No Item	Factor Loading	T-value	Signifikan
FM1	0,81	10,7	V
FM2	0.86	11,12	V
FM3	0.81	10,13	V
FM4	0.83	10,51	V
FM5	0,77	9,46	V
FM6	0,76	9,29	V
FM7	0,70	8,24	V
FM8	0,81	10,14	V
FM9	0,77	9,46	V
FM10	0,83	10,53	V

Keterangan: (V) artinya signifikan, (X) artinya tidak signifikan

Setelah hasil analisis aitem dilakukan dan dinyatakan signifikan, dilanjutkan dengan memastikan apakah variabel *Fear of Missing Out* masuk kategori fit atau tidak dengan melihat Output Fit Indicates. Berdasarkan Output Fit Indicates, diketahui bahwa model indeks pada variabel *Fear of Missing Out* telah memenuhi kriteria Goodness Of Fit dengan keterangan sebagai berikut :

- a. Nilai Chi-Square yaitu 75,56 dengan nilai $P=0.1 \geq 0.05$ hasil ini menunjukkan bahwa model fit karena memenuhi kriteria $p \geq 0.05$
- b. RMSEA sebesar $0.003 \leq 0.08$ artinya model menunjukkan close fit dari sebuah model berdasarkan derajat kebebasan (degree of freedom)
- c. Nilai TLI sebesar 0,96 menunjukkan bahwa kecocokan model baik, karena memenuhi kriteria $TLI \geq 0.95$
- d. Nilai CFI sebesar 0,98 menunjukkan indikasi model fit normal karena ≥ 0.95 dan berada pada rentang 0-1

2. Uji Reliabilitas Konstruk

Berikut ini hasil uji reliabilitas konstruk pada variabel *Self-competence*, *Self-liking* dan *Fear of Missing Out*.

Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas Konstruk

Variabel	No aitem	Loading Factor	Loading Factor ²	Measurement Error	Construct Reliability
	SE1	0.91	0,83	0.30	
	SE2	1.01	1,02	0.36	
	SE3	0.99	0,98	0.52	
	SE4	0.92	0,85	0.54	
<i>Self-esteem</i>	SE5	0.81	0,66	0.62	1,02
	SE6	0.88	0,77	0.46	

	SE7	0,99	0,98	0,56	
	SE8	1,05	1,10	0,76	
	SE9	0,94	0,88	0,52	
	SE10	1,02	1,04	0,54	
	Σ	9,52	9,11	5,18	
	Σ^2	90,6	83	26,83	
	SC1	0,86	0,74	0,26	
	SC2	0,86	0,74	0,25	
	SC3	0,83	0,67	0,32	
<i>Self-competence</i>	SC4	0,77	0,59	0,40	0,91
	SC5	0,71	0,50	0,49	
	SC6	0,77	0,59	0,40	
	Σ	4,8	3,83	2,12	
	Σ^2	23,04	14,67	4,49	
	SL1	0,76	0,58	0,42	
	SL2	0,80	0,64	0,37	

<i>Self-liking</i>	SL3	0,81	0,66	0,34	0,87
	SL4	0,81	0,66	0,34	
	Σ	3,18	2,54	1,47	
	Σ^2	10,11	6,45	2,16	
	FM1	0,81	0,66	0,35	
	FM2	0,86	0,74	0,26	
	FM3	0,81	0,66	0,35	
	FM4	0,83	0,69	0,31	
<i>Fear of Missing Out</i>	FM5	0,77	0,59	0,40	
	FM6	0,76	0,58	0,42	
	FM7	0,70	0,49	0,51	0,93
	FM8	0,81	0,66	0,34	
	FM9	0,77	0,59	0,40	
	FM10	0,83	0,69	0,31	
	Σ	7,25	6,35	3,65	
	Σ^2	52,56	40,32	13,32	

3. Uji Asumsi

1) Uji Normalitas

Gambar 4. 11 Gambar Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		208
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.98735343
Most Extreme Differences	Absolute	.155
	Positive	.075
	Negative	-.155
Test Statistic		.155
Asymp. Sig. (2-tailed)		.083 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar $0.83 \geq 0.05$ maka dapat dikatakan bahwa data sampel dari populasi yang diuji pada penelitian ini berdistribusi normal.

2) Uji Linieritas

Gambar 4. 12 Gambar Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Four of Missing Out * Self Esteem	Between Groups	(Combined)	3535.821	29	121.925	.084	.002
		Linearity	744.809	1	744.809	2.729	.000
		Deviation from Linearity	2791.012	28	99.679	.704	.061
	Within Groups		10415.135	178	58.512		
	Total		13950.957	207			

Berdasarkan tabel uji linieritas diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada baris linearity sebesar $0,06 \geq 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa antara kedua variable aspek *Self-esteem* (X) dan variabel *Fear of Missing Out* (Y) terdapat hubungan yang linear.

4. Uji Model *Summary* Analisis Regresi

Gambar 4. 13 Koefisien Determinasi

‘Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.556 ^a	.514	.512	1.92412
a. Predictors: (Constant), Self Liking, Self Competence				

Nilai R Square atau R² sebesar 0,514 atau 51,4% artinya variable *Self-competence* dan *Self-liking* memiliki kontribusi pengaruhnya terhadap variable *Fear of Missing Out* sebesar 51,4% sedangkan 48,6% lainnya dijelaskan oleh faktor lain diluar model penelitian.

5. Uji Model *Summary Proporsi Varian* Tiap IV Terhadap DV

Gambar 4. 14 Model Summary Proporsi Varian Tiap IV terhadap DV

						Change Statistics			
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df 1	df2	Sig. F Change
1	.432 _a	.268	.267	3.59578	.868	710.360	1	108	.000
2	.427 _a	.259	.257	3.72189	.859	655.840	1	108	.000

Berdasarkan data tabel 4.3 dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Variabel *Self-competence* memberikan sumbangan sebesar 0,268 atau 26,8% terhadap varian *Fear of Missing Out*. Sumbangan tersebut signifikan dengan F Change = 710,360, df1 = 1, df2 = 108 dengan sig. F Change = 0,000 (sig. F Change <0,05).
- b. Variabel *Self-liking* memberikan sumbangan sebesar 0,259 atau 25,9% terhadap varian *Fear of Missing Out*. Sumbangan tersebut signifikan dengan F Change = 655,840 , df1 = 1, df2 = 108 dengan sig. F Change = 0,000 (sig. F Change <0,05).

6. Uji Simultan (Uji F)

Gambar 4. 15 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9666.190	2	4833.095	565.243	.000 ^b
	Residual	914.901	107	8.550		
	Total	10581.091	109			
a. Dependent Variable: Fear of Missing Out						
b. Predictors: (Constant), Self-liking, Self-competence						

Hasil Uji F diatas menunjukkan nilai sign $0,000 < 0,05$ (taraf signifikansi 5%) artinya secara bersama-sama atau secara simultan variable bebas yaitu *Self-competence* dan *Self-liking* mempengaruhi variable terikat yaitu *Fear of Missing Out*.

7. Uji Hipotesis (Uji T)

Setelah melakukan uji kualitas data pada penelitian kali ini, maka dilanjutkan dengan melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan pada penelitian ini diterima atau tidak. Penelitian ini mengajukan hipotesis bahwa adanya pengaruh *self-competence* dan *Self-liking* terhadap *Fear of Missing Out*. Berdasarkan hasil uji kualitas data menggunakan LISREL diatas yang dilakukan sebelumnya, diketahui bahwa semua indicator yang membentuk sebuah variabel yakni *Self-competence*,

Self-liking dan *Fear of Missing Out* adalah valid dan reliabel, sehingga dapat dilanjutkan uji hipotesis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS 26.

Hasil dari uji hipotesis dapat dilihat pada tabel dibawah :

Gambar 4. 16 Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.528	1.149		1.330	.186
	Self Competence	-.880	.107	-.515	-8.244	.000
	Self Liking	-1.076	.143	-.468	-7.504	.000
a. Dependent Variable: Fear of Missing Out						

Berdasarkan hasil pengolahan data uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *Self-competence* dan *Self-liking* terhadap *Fear of Missing Out* dengan nilai $p = 0.000$ ($p < 0.05$). Menurut Harahap dan Widayaiswara, (2019) variabel bebas dengan variabel terikat dapat dikatakan memiliki korelasi yang signifikan ketika nilai signifikansi antara kedua variabel lebih kecil daripada 0.05. Berdasarkan dari data di atas, dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh negatif dan signifikan variabel *Self-competence* dan *Self-liking* terhadap *Fear of Missing Out* pada dewasa awal yang menggunakan aplikasi Instagram di JABODETABEK. Hal ini menunjukkan semakin tinggi *Self-competence* dan *Self-liking* maka tingkat *Fear of Missing Out* akan semakin rendah begitu pula sebaliknya.

E. Pembahasan

1. Pengaruh *Self-competence* terhadap *Fear of Missing Out*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari aspek *Self-esteem* yaitu *Self-competence* dan *Self-liking* terhadap *Fear of Missing Out* pada dewasa awal yang menggunakan Instagram di JABODETABEK. Jumlah responden yang terlibat dalam penelitian kali ini adalah 208 responden. Semua responden sesuai dengan kriteria penelitian yaitu dewasa awal pengguna media sosial Instagram di JABODETABEK. Penelitian dilakukan secara daring, kuesioner disebarakan dalam bentuk *google form* melalui jejaring sosial media.

Hasil uji model *summary* proporsi varian *Fear of Missing Out* terhadap *Self-esteem* menunjukkan bahwa Variabel *Self-competence* memberikan sumbangan sebesar 0,268 atau 26,8% terhadap varian *Fear of Missing Out*.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif dan signifikan *Self-competence* terhadap *Fear of Missing Out*. Hal ini dapat diartikan, semakin tinggi tingkat *Self-competence* pada pengguna media sosial Instagram di JABODETABEK maka tingkat *Fear of Missing Out* yang dimiliki akan semakin rendah. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah tingkat *Self-competence* pada dewasa awal yang menggunakan Instagram di JABODETABEK, maka akan semakin tinggi tingkat *Fear of Missing Out* yang dimiliki. Dengan nilai koefisien sebesar $-0,880$ dan nilai sign $0,000 < 0,05$ (taraf signifikansi 5%). Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan, bahwa hipotesis alternatif (H_{a1}) yang diajukan pada penelitian ini diterima dan hipotesis null (H_{o1}) ditolak.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Torresserrano (2020) bahwa terdapat hubungan negatif antara *Fear of Missing Out* dengan *Self-esteem*. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Weaver dan Swank (2021) dimana *Fear of Missing Out* dan *Self-esteem* memiliki hubungan korelasi yang negatif. Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa ketika individu memiliki tingkat *Fear of Missing Out* yang tinggi, maka tingkat *Self-esteem* yang dimiliki akan rendah. Begitupun sebaliknya, ketika tingkat *Fear of Missing Out* individu rendah, maka tingkat *Self-esteem* yang dimiliki akan tinggi. Dalam penelitian kali ini, peneliti memperoleh hasil nilai koefisien sebesar -0,88 artinya apabila terjadi peningkatan sebesar 1 poin variabel *Self-competence* maka akan diikuti dengan turunya *Fear of Missing Out*. Beberapa faktor lain yang mempengaruhi tingkat *Fear of Missing Out* individu adalah waktu penggunaan sosial media (Aisafitri & Yusriyah, 2021), *psychology basic needs* (Przybylski dkk, 2013), dan regulasi diri (Sianipar & Kaloeti, 2019).

2. Pengaruh *Self-liking* terhadap *Fear of Missing Out*

Hasil uji model *summury* proporsi varian *Fear of Missing Out* terhadap *Self-liking* menunjukkan bahwa Variabel *Self-liking* memberikan sumbangan sebesar 0,259 atau 25,9% terhadap varian *Fear of Missing Out*.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat Pengaruh negatif dan signifikan *Self-liking* terhadap *Fear of Missing Out*. Hal ini dapat diartikan, semakin tinggi tingkat *Self-liking* pada dewasa awal yang menggunakan Instagram di JABODETABEK, maka tingkat *Fear of Missing Out* yang dimiliki akan semakin rendah. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah tingkat *Self-liking* pada dewasa awal yang menggunakan Instagram di JABODETABEK, maka akan semakin tinggi

tingkat *Fear of Missing Out* yang dimiliki. Dengan nilai koefisien sebesar -1.076 dan nilai sign $0,000 < 0,05$ (taraf signifikansi 5%). Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan, bahwa hipotesis alternatif (H_{a2}) yang diajukan pada penelitian ini diterima dan hipotesis null (H_{o2}) ditolak.

Pengaruh negatif *Self-liking* terhadap *Fear of Missing Out* ini menunjukkan semakin tinggi *Self-liking* maka *Fear of Missing Out* akan semakin rendah. Dari hasil diatas nilai koefisien yang didapatkan sebesar -1,076 artinya apabila terjadi peningkatan 1 poin variable *Self-liking* maka akan menurunkan nilai *Fear of Missing Out* sebesar -1,076. Hal ini sejalan dengan penelitian Zahroh dan Sholichah (2022) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif antara *Self-liking* terhadap *Fear of Missing Out*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uji hipotesis dapat diketahui bahwa hipotesis Null yang menyatakan tidak ada pengaruh dari seluruh *independent variable* terhadap *dependent variable* ditolak. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah aspek dari *Self-esteem* yaitu *Self-competance* dan *Self-liking* mempengaruhi terhadap *Fear of Missing Out* sebanyak 51,4%. Hasil uji model *summary* proporsi varian menunjukkan bahwa aspek *Self-competence* dengan nilai 26,8% lebih mempengaruhi *Fear of Missing Out* daripada aspek *Self-liking* dengan nilai 25,9%. Kemudian, berdasarkan uji hipotesis dari signifikansi masing-masing koefisien regresi terhadap *dependent variable* menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki pengaruh negatif dan signifikan dengan nilai koefisien regresinya -0,880 dan -1,706 dengan nilai $p = 0.000$ ($p < 0.05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif (H_{a1}) dan hipotesis alternatif (H_{a2}) yang diajukan pada penelitian ini diterima.

B. Diskusi

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, bahwa variabel aspek *Self-esteem* memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap *Fear of Missing Out* dengan nilai kontribusi IV terhadap DV sebesar 0,514. Hal ini menunjukkan bahwa nilai kontribusi aspek dari *Self-esteem* yaitu *Self-liking* dan *Self-competence* sebesar 51,4% dan sisanya sebesar dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap *Fear of Missing Out* adalah 26,8% yaitu aspek *Self-competence* dari *Self-esteem*. Hal ini sesuai

dengan penelitian yang dilakukan oleh (Satria, 2019) yang menunjukkan bahwa *Self-esteem* pada dimensi *Self-competence* merupakan dimensi yang tertinggi. Variabel selanjutnya adalah *Self-liking* yang memiliki pengaruh sebesar 25,9% terhadap *Fear of Missing Out*, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Zahroh & Sholichah, 2022) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif antara *Self-liking* terhadap *Fear of Missing Out*.

Dalam hal ini, semakin tinggi *Self-esteem* seseorang maka rasa *Fear of Missing Out* yang dimilikinya akan semakin rendah. Seseorang yang memiliki *Self-esteem* yang tinggi akan merasa percaya dengan dirinya sendiri dan merasa puas dengan dirinya sendiri, sehingga perasaan takut kehilangan momen yang dimilikinya akan semakin rendah. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Amalia & Surmayanti, 2022) yang menunjukkan bahwa *Self-esteem* secara signifikan memiliki pengaruh terhadap *Fear of Missing Out* dengan kontribusi *Self-esteem* sebesar 6,8% terhadap *Fear of Missing Out*.

Berdasarkan diskusi di atas, penelitian ini menjelaskan bagaimana pengaruh variabel terhadap *Fear of Missing Out*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel-variabel yang mempengaruhi *Fear of Missing Out* memiliki pengaruh 51,4%. Berkaitan dengan hal ini dapat dikatakan bahwa orang yang memiliki *Self-esteem* yang tinggi cenderung mengalami *Fear of Missing Out* yang rendah bagitupun sebaliknya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masih ada 48,6% variabel lain yang mempengaruhi *Fear of Missing Out* tidak diikutsertakan di dalam penelitian ini. Penelitian ini dapat dikembangkan untuk penelitian yang lebih luas dengan menggunakan metode atau pengambilan data lain dengan populasi yang jelas jumlah datanya dan meneliti faktor lain yang diduga dapat mempengaruhi *Fear of Missing Out*.

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Torresserrano (2020) bahwa terdapat hubungan negatif antara *Fear of Missing Out* dengan *Self-esteem*. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Weaver dan Swank (2021) dimana *Fear of Missing Out* dan *Self-esteem* memiliki hubungan korelasi yang negatif. Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa ketika individu memiliki tingkat *Fear of Missing Out* yang tinggi, maka tingkat *Self-esteem* yang dimiliki akan rendah. Begitupun sebaliknya, ketika tingkat *Fear of Missing Out* individu rendah, maka tingkat *Self-esteem* yang dimiliki akan tinggi. Dalam penelitian kali ini, peneliti memperoleh hasil nilai koefisien sebesar -0,88 artinya apabila terjadi peningkatan sebesar 1 poin variabel *Self-competence* maka akan diikuti dengan turunya *Fear of Missing Out*. Beberapa faktor lain yang mempengaruhi tingkat *Fear of Missing Out* individu adalah waktu penggunaan sosial media (Aisafitri & Yusriyah, 2021), *psychology basic needs* (Przybylski dkk, 2013), dan regulasi diri (Sianipar & Kaloeti, 2019).

C. Saran

Peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan berbagai pihak terkait hasil penelitian ini

1. Saran Metodologis

1) Dari hasil penelitian ini direkomendasikan bahwa ketika terdapat peneliti yang ingin meneliti dengan topik yang sama dengan penelitian ini, maka lebih baik apabila sampel yang digunakan memiliki populasi yang jelas jumlah datanya dengan demikian jumlah sampel lebih proposional dan metode sampling yang digunakan lebih tepat sehingga hasilnya lebih representatif terhadap populasi.

2) Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan tema penelitian yang sama, sebaiknya memperhatikan adanya faktor-faktor lain selain *Self-esteem* yang mempengaruhi *Fear of Missing Out*, seperti : perbedaan usia, *Self-control* dan tipe kepribadian.

2. Saran Praktis

1) Peneliti menyarankan agar kepada dewasa awal agar lebih dapat meningkatkan kesadarannya mengenai fenomena *Fear of Missing Out*. Dewasa awal disarankan agar dapat meningkatkan penghargaan terhadap diri sendiri.

2) Bagi pihak pemerintah disarankan agar dapat memahami permasalahan fenomena *Fear of Missing Out* yang terjadi saat ini, sehingga dapat menentukan pendekatan yang tepat untuk hal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Berapa Lama Orang Indonesia Main Facebook, WhatsApp, Instagram, TikTok?* (2021, Februari Kamis). Retrieved from Kumparan: <https://kumparan.com/kumparantech/berapa-lama-orang-indonesia-main-facebook-whatsapp-instagram-tiktok-1vC4Vi7VJMx>
- Abel, P. J. (2016). Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment . *Journal of Business & Economics Research*, 1.
- Akbar, R. A. (2018). Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FoMO) Pada Remaja Kota Samarinda . *Psikostudia: Jurnal Psikologi Vol 7, No 2*, 38-47.
- Ali, A. H. (2017, Oktober Minggu). *Indonesia is a Asia's Biggest Instagram Market with 45mn Users*. Retrieved from Tempo: <https://en.tempo.co/read/news/2017/26/310894657/Indonesia-is-Asias-Biggest-Instagram-Market-with-45mn-Users>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
- Arnet, J. J. (n.d.). Emerging Adulthood : A Theory of Development From the Late Teens Through the Twenties. *University of Maryland College Park*.
- Azmi, N. (2019). *HUBUNGAN ANTARA FEAR OF MISSING OUT (FoMO) DENGAN KECANDUAN MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA*. RIAU: UIN SULTAN SYARIF KASIM .
- Azwar, S. (2013). *Metode Penelitian (Edisi ke-1)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, B. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.

- Christina, R. Y. (2019). Hubungan Tingkat Neurotisme dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Remaja Pengguna Aktif Media Sosial. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 105-117.
- Coopersmith, S. (1967). *The Antecedent of Self Esteem*. San Fransisco: W.H Freeman and Company.
- Daeng, I. T. (2017). Penggunaan Smartphone Dalam Menunjang Aktivitas Perkuliahan Oleh Mahasiswa Fispol. *E-Journal Acta Diurna VI(2)*, 1-15.
- Daravit, K. S. (2021). *HUBUNGAN ANTARA KEPUASAN HIDUP DENGAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO) PADA MAHASISWA FAKULTAS PSIKOLOGI UIN MALANG PENGGUNA MEDIA SOSIAL*. Malang: UIN MAULANA MALIK.
- Dewi, I. (2022, Juni Kamis). *CNBC INDONESIA*. Retrieved from [cnbcindonesia.com: https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022/amp](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022/amp)
- Hanana, N. F. (2015). *Pengaruh Self-esteem dan Kecerdasan Emosi Terhadap Perilaku Prososial Pada Santri Pondok Pesantren Daarul Rahman Jakarta* . Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Hartanto. (2017). Analisis Faktor Konfirmatori dan Reliabilitas Komposit pada "Warwick-Edinburg Mental Well-Being Scale". *Journal Psychology UNNES*, 6.
- Kircaburun, K. (2016). Self-esteem, daily internet use and social media addiction as predictors of depression among Turkish adolescents. *Journal of Education and Practice*, 7(24), 64-72.

- Lidwina, A. (2019, Desember Jum'at). *databoks.katadata.co.id*. Retrieved from databoks:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/12/27/inilah-motivasi-orang-indonesia-menggunakan-media-sosial>
- Mappiare, A. (1982). *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Merri, F. (2013). Hiperrealitas Angka Dalam Instagram (Studi Fenomenologi Tentang Dampak Media Sosial Dikalangan Peserta Didik SMA Negri 14 Surakarta".
- Mruk, C. J. (2013). *Self-esteem and positive psychology: Research, theory, and practice*. Springer Publishing Company.
- Przybylski, A. K. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 1841- 1848.
- Putra, A. D. (2018). *Hubungan Antara Fear of Missing Out Dengan Kesejahteraan Psikologis Pengguna Instagram Pada Masa Transisi Menuju Dewasa*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Putri, A. F. (2019). Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 35-40.
- Putro, Y. C. (2017). *Self-esteem dan Obesitas Pada Dewasa Awal* . Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Rahmadhani, A. (2021). *HUBUNGAN ADIKSI INSTAGRAM DAN SELF-ESTEEM PADA MAHASISWA*. Medan: Universitas Sumatera Utara.

- Rahmadhani, A. (2021). *HUBUNGAN ADIKSI INSTAGRAM DAN SELF-ESTEEM PADA MAHASISWA*. Medan : Universitas Sumatera Utara.
- Raykov, T. (1997). Estimation of composite reliability for congeneric measure. *Applied Psychological Measurement*, 173-184.
- Retnaningrum, Y. (2019). *Hubungan Antara Self Esteem Dengan FOMO Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Mercu Buana.
- Rheny, S. (2022, february Selasa). *ekrut.com*. Retrieved from EKRUT media: <https://www.ekrut.com/media/dampak-negatif-media-sosial>
- Richter, K. (2018). *Fear of missing out, social media abuse, and parenting styles (Electronic Theses and Dissertations)*. Texax: Abilene Cristian University.
- Rizaty, M. A. (2022, Januari). *Pengguna Instagram di Indonesia Bertambah 3,9 Juta pada Kuartal IV-2021*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/pengguna-instagram-di-indonesia-bertambah-39-juta-pada-kuartal-iv-2021>
- Rompay, V. J. (2017). Fighting FoMO A study on implications for solving the phenomenon of the Fear of Missing Out. *Master thesis by BSc L. Wiesner*.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton: NJ: Princeton University Press.
- Salma. (2021, Juli 1). *Instrumen Penelitian: Pengertian, Jenis-jenis, dan Contoh Lengkap*. penerbitdeepublish.com.

- Santrock, J. W. (2011). *Life-Span Development (Perkembangan Masa Hidup)*. Jakarta: Erlangga.
- Siddik, S. M. (2020). Peran Harga Diri terhadap Fear of Missing Out pada Remaja Pengguna. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 127-138.
- Silmi, F. I. (2021). *HUBUNGAN BODY IMAGE DAN SELF-ESTEEM PADA REMAJA AKHIR PENGGUNA INSTAGRAM DI JABODETABEK*. Jakarta: UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA INDONESIA.
- Siregar, N. I. (2021). *PENGARUH AKTUALISASI DIRI, FEAR OF MISSING OUT (FOMO), DAN REGULASI DIRI TERHADAP INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA REMAJA*. Surabaya: UIN Sunan Ampel .
- Sitepu, G. D. (2019). *HUBUNGAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DENGAN FEAR OF MISSING OUT*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Srisayekti, W. S. (2015). Harga-diri (Self-esteem) Terancam dan Perilaku Menghindar. *JURNAL PSIKOLOGI*, 141 – 156.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* . Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

- Surmayanti, A. A. (2022). Pengaruh Self-esteem terhadap Fear of Missing Out pada Emerging Adulthood Pengguna Instagram. *Bandung Conference Series : Psychology Science*, 252-260.
- Triani, C. I. (2017). *Hubungan antara kebutuhan berelasi dan fear of missing out pada pengguna media sosial dengan harga diri sebagai moderator*. Indonesia: Universitas Gadjah Mada.
- Young, K. S. (2011). *Internet addiction: A handbook and guide to evaluation and treatment*. In *Internet addiction: A handbook and guide to evaluation and treatment*. Hoboken: New Jersey: John Wiley & Sons.
- Zanah, F. N. (2020). Peran kesepian dan fear of missing out terhadap kecanduan media sosial: Analisis regresi pada mahasiswa. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 286 – 301.

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER PENGARUH ASPEK *SELF-ESTEEM* TERHADAP *FEAR OF MISSING OUT* PADA DEWASA AWAL PENGGUNA APLIKASI INSTAGRAM

Salam Sejahtera.

Perkenalkan saya Rizqatun Nufus, mahasiswa Psikologi di Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tentang "*Fear of Missing Out*". Oleh karena itu, saya memohon kesediaan anda untuk mengisi kuesioner ini.

Adapun kriteria responden yang dibutuhkan sebagai berikut :

1. Berusia 18-25 Tahun
2. Berdomisili di JABODETABEK
3. Pengguna aplikasi Instagram
4. Menggunakan Aplikasi Instagram sejak tahun 2015

Apabila Anda termasuk dalam kriteria diatas, besar harapan saya jika Anda mau meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Pengisian kuesioner ini membutuhkan waktu sekitar 10-15 menit yang terdiri dari beberapa pernyataan dari 2 bagian yang perlu Anda isi.

Pada penelitian ini TIDAK ADA jawaban benar atau salah serta baik atau buruk, sehingga dimohon untuk memilih jawaban yang sesuai dengan keadaan Anda yang sebenarnya.

Apabila ada pertanyaan terkait dengan penelitian ini silahkan hubungi peneliti melalui email :
rizqatunnufus13@gmail.com

Demikian yang dapat saya sampaikan, atas partisipasi dan kesedian Anda dalam mengisi kuesioner ini. Saya ucapkan Terima Kasih.

Hormat saya,

Peneliti

Data Pribadi Responden

Usia :

Domisili :

Pekerjaan saat ini :

Jenis kelamin :

Apakah memiliki aplikasi Instagram :

Durasi menggunakan Instagram :

Frekuensi menggunakan Instagram :

Skala 1 : *Self-esteem*

Dibawah ini terdapat beberapa pernyataan, Anda diminta untuk mengisi pernyataan di bawah ini sesuai dengan yang Anda alami. Tidak ada jawaban salah atau benar dalam mengisi pernyataan nantinya. Pilihlah salah satu jawaban yang paling menggambarkan diri Anda :

1=Sangat Sesuai (SS)

2=Sesuai (S)

3=Netral

4=Tidak Sesuai (TS)

5=Sangat Tidak Sesuai (STS)

NO	Skala <i>Self-esteem</i>	SS	S	Netral	TS	STS
1.	Secara keseluruhan, saya puas dengan diri saya sendiri					
2.	Kadang-kadang saya pikir saya tidak baik sama sekali					
3.	Saya merasa bahwa saya memiliki kualitas yang baik					
4.	Saya mampu melakukan banyak hal seperti kebanyakan orang lain					
5.	Saya merasa tidak banyak yang bisa saya banggakan					
6.	Saya merasa tidak berguna pada waktu tertentu					
7.	Saya merasa bahwa saya adalah orang yang berharga,					

	setidaknya setara dengan orang lain					
8.	Saya harap saya bisa lebih menghargai diri saya sendiri					
9.	Secara keseluruhan, saya cenderung merasa bahwa saya gagal					
10.	Saya bersikap positif terhadap diri saya sendiri					

Skala 2 : *Fear of Missing Out*

Dibawah ini terdapat beberapa pernyataan, Anda diminta untuk mengisi pernyataan di bawah ini sesuai dengan yang Anda alami. Tidak ada jawaban salah atau benar dalam mengisi pernyataan nantinya. Pilihlah salah satu jawaban yang paling menggambarkan diri Anda :

1=Tidak seluruhnya diri saya

2=Sebagian kecil diri saya

3=Setengahnya diri saya

4=Sebagian besar diri saya

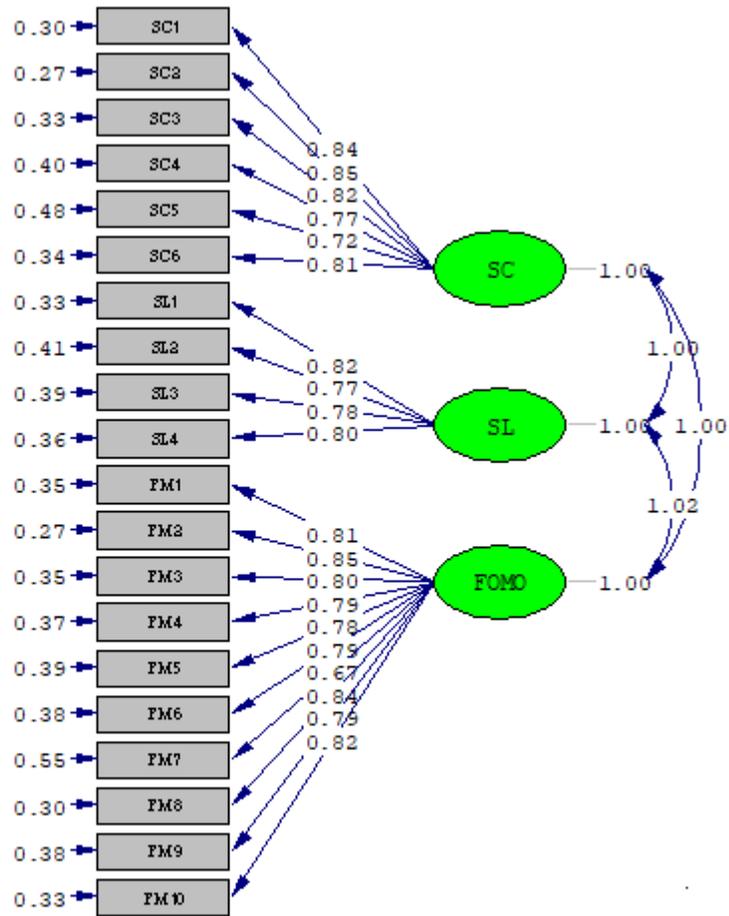
5=Keseluruhan diri saya

NO	Skala <i>Fear of Missing Out</i>	Tidak seluruhnya diri saya	Sebagian kecil diri saya	Setengah nya diri saya	Sebagian besar diri saya	Keseluruhan diri saya
1.	Saya merasa khawatir ketika mengetahui teman-teman saya sedang bersenang-senang tanpa kehadiran saya					
2.	Saya merasa cemas ketika tidak mengetahui apa yang sedang dilakukan teman-teman saya					
3.	Penting bagi saya untuk mengetahui teman-teman yang sedang menjadi bahan lelucon dalam suatu obrolan					
4.	Saya merasa terganggu ketika melewatkan kesempatan untuk bertemu dengan teman-teman					
5.	Ketika saya melewatkan pertemuan yang direncanakan dengan teman-teman, saya					

	merasa terganggu					
6.	Saya merasa takut orang lain memiliki pengalaman yang berharga daripada saya					
7.	Saya takut teman-teman saya bersenang-senang tanpa kehadiran saya					
8.	Terkadang saya bertanya-tanya apakah saya telah menghabiskan banyak waktu untuk mengikuti apa yang sedang terjadi di platform media sosial					
9.	Ketika saya bersenang-senang, penting bagi saya untuk membagikannya secara online (melalui platform media sosial)					
10	Ketika saya pergi berlibur, saya terus memantau kegiatan teman-teman saya melalui platform media sosial					

Lampiran 2

Path diagram Uji Validitas Konstruk



Chi-Square=118.43, df=167, P-value=0.06400, RMSEA=0.071

Lampiran 3 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstan dardized Residual
N			208
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.00000
	Std. Deviation		7.9873 5343
Most Extreme Differences	Absol ute		.155
	Positiv e		.075
	Negati ve		-.155
Test Statistic			.155
Asymp. Sig. (2-tailed)			.083 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 4 Uji Linieritas

ANOVA Table

				Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Four of Missing Out * Self Esteem Groups	Between Groups	(Combined)		3535.821	29	121.925	2.084	.002
		Linearity		744.809	1	744.809	12.729	.000
		Deviation from Linearity		2791.012	28	99.679	1.704	.061
Within Groups				10415.135	178	58.512		

Total	13950.957	207			
-------	-----------	-----	--	--	--

Lampiran 5

Koefisien determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.556 ^a	.514	.512	1.92412
a. Predictors: (Constant), Self Liking, Self Competence				

Lampiran 6

Model Summary Proporsi Varian Tiap IV terhadap DV

						Change Statistics			
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.432 ^a	.268	.267	3.59578	.868	710.360	1	108	.000
2	.427 ^a	.259	.257	3.72189	.859	655.840	1	108	.000

Lampiran 7

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9666.190	2	4833.095	565.243	.000 ^b
	Residual	914.901	107	8.550		
	Total	10581.091	109			
a. Dependent Variable: Fear of Missing Out						
b. Predictors: (Constant), Self-liking, Self-competence						

Lampiran 8

Hasil uji hipotesis (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.528	1.149		1.330	.186
	Self Competence	-.880	.107	-.515	-8.244	.000
	Self Liking	-1.076	.143	-.468	-7.504	.000
a. Dependent Variable: Fear of Missing Out						

