

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN PERILAKU
FOMO PADA REMAJA PENGGUNA MEDIA SOSIAL
DI MAN 2 KULON PROGO**

SKRIPSI



OLEH :

NURUL LATHIFAH

NIM : 200100239

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS EKONOMI DAN PSIKOLOGI

UNIVERSITAS CENDEKIA MITRA INDONESIA

2024

HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN PERILAKU FoMO PADA REMAJA PENGGUNA MEDIA SOSIAL DI MAN 2 KULON PROGO

Nurul Lathifah

Universitas Cendekia Mitra Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan perilaku FoMO pada remaja pengguna media sosial di MAN 2 Kulon Progo. Sampel pada penelitian ini yaitu remaja siswa kelas sebelas di MAN 2 Kulon Progo sebanyak 134 siswa, terdiri dari siswa laki-laki dan perempuan. Pengambilan data pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan 2 skala terdiri dari skala harga diri dan skala perilaku FoMO, kedua skala tersebut disusun sendiri oleh peneliti. Skala perilaku FoMO memiliki nilai *cronbach alpha (a)* sebesar 0,771 dengan jumlah 25 aitem valid dan skala harga diri memiliki nilai *cronbach alpha (a)* sebesar 0,894 dengan jumlah 34 aitem yang valid

Hasil analisis data statistik diperoleh angka koefisien korelasi (r_{xy}) bernilai positif sebesar 0,979 dengan taraf signifikansi 0,000 ($p > 0,05$). Sehingga dapat dijelaskan bahwa terdapat hubungan positif antara harga diri dengan perilaku FoMO pada remaja pengguna media sosial di MAN 2 Kulon Progo, maka hipotesis pada penelitian ini diterima. Rata-rata subjek memiliki harga diri dan perilaku FoMO yang tinggi. Sumbangan efektif dari perilaku FoMO dengan harga diri sebesar 95,9% dan 4,1% harga diri dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diukur dalam penelitian ini.

Kata kunci : Harga diri, Perilaku FoMO, Remaja pengguna media sosial

ABSTRACT

This research aims to determine the relationship between self-esteem and FoMO behavior in adolescent social media users at MAN 2 Kulon Progo. The sample in this study was 134 eleventh grade students at MAN 2 Kulon Progo, consisting of male and female students. Data collection in this research was by using 2 scales consisting of a self-esteem scale and a FoMO behavior scale, both scales were compiled by the researcher himself. The FoMO behavior scale has a Cronbach alpha (α) value of 0.771 with 25 valid items and the self-esteem scale has a Cronbach alpha (α) value of 0.894 with 34 valid items.

The results of statistical data analysis obtained a positive correlation coefficient (r_{xy}) of 0.979 with a significance level of 0.000 ($p > 0.05$). So it can be explained that there is a positive relationship between self-esteem and FoMO behavior among adolescent social media users at MAN 2 Kulon Progo, so the hypothesis in this study is accepted. The average subject has high self-esteem and FoMO behavior. The effective contribution of FoMO behavior to self-esteem was 95.9% and 4.1% of self-esteem was influenced by other factors not measured in this study.

Keywords : *Self-esteem, FoMO behavior, Adolescent social media users*

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. FoMO (Fear of Missing Out)

1. Pengertian FoMO

FoMO, sebagaimana didefinisikan oleh Przyblyski dkk. (2013), adalah dorongan untuk terlibat dengan orang lain di media sosial dan ditandai dengan rasa takut melewatkan peristiwa penting bersama individu atau kelompok lain saat mereka tidak berada disana secara fisik. Sebaliknya, rasa takut ketinggalan acara penting bersama orang atau kelompok lain saat mereka tidak hadir. FoMO merupakan timbulnya keinginan untuk menggunakan media sosial, terutama di kalangan anak muda, dan biasanya dialami oleh mereka yang memiliki kebutuhan dan kepuasan hidup yang rendah.

FoMO didefinisikan sebagai ketakutan untuk tertinggal atau ketinggalan, menurut JWT Intelligence (2012). ketika seseorang mengambil tindakan yang mereka anggap lebih berharga atau lebih baik daripada tindakan mereka sendiri mengalami FoMO sering merindukan dan bahkan cenderung menghindari kehidupan di sekitarnya, tetapi mereka tetap meluangkan waktu untuk berinteraksi dengan orang lain. Ini adalah reaksi terhadap rasa kehilangan yang dirasakan.

Dossey (2014) mendefinisikan FoMO sebagai kecemasan sosial yang didefinisikan sebagai kekhawatiran individu yang terus-menerus tentang kehilangan kesempatan untuk bersosialisasi, belajar tentang

pemenuhan peristiwa dunia nyata, dan menghadapi hal-hal baru sebagai akibat dari sering melihat postingan media sosial Ortman tahun 2011. Individu yang mengalami gangguan FoMO secara konsisten mengalami keinginan untuk memeriksa ponsel untuk menghadiri semua aktivitas online yang sedang berlangsung. Survei terbaru menunjukkan bahwa ada persepsi stress karena tidak populer di *Facebook* serta tidak memiliki akun *Facebook*. Bayens, et al. (2016).

Blackwell, dkk (2017) menemukan bahwa orang-orang yang menghabiskan banyak waktu online adalah mereka yang menunjukkan FoMO sebagai media sosial yang memungkinkan akses mudah ke interaksi sosial dan dapat meningkatkan persepsi keterlibatan sosial, menjadikan sebuah platform bagi individu untuk mengumpulkan informasi tentang orang lain dalam hubungan mereka. FoMO sangat dipengaruhi oleh media sosial. Meskipun FoMO selalu ada, tidak dapat dikatakan bahwa penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Tanpa bertemu secara fisik, masyarakat dapat dengan mudah berkomunikasi satu sama lain melalui berbagai media sosial dan saluran online. FoMO berdampak pada mereka yang mengalami hal ini. Abel et al. (2016).

Berdasarkan pendapat menurut beberapa ahli, FoMO dapat digambarkan sebagai ketakutan yang besar akan kehilangan sesuatu yang penting dan kebutuhan yang kuat untuk berhubungan sama orang lain di media sosial.

2. Aspek-Aspek FoMO

Przybylski, dkk (2013) menjabarkan aspek utama FoMO, berdasarkan tiga kebutuhan psikologis dasar yang tidak terpenuhi, yaitu:

1. Keterkaitan

Orang membutuhkan hubungan untuk merasa terhubung dengan dunia sosial. Ketika tuntutan ini tidak dipenuhi, masyarakat mulai merasa gugup dan khawatir serta mencari tahu lebih banyak tentang acara sosial setempat. Keterhubungan adalah dimensi interpersonal seorang individu, yang menggambarkan perasaan keterhubungan dengan individu lain, sikap keterhubungan dengan orang-orang disekitarnya, dan kepedulian terhadap hubungannya. Martela dan Riekk (2018).

2. Autonomy

Autonomy adalah kemampuan mengendalikan diri dan lingkungan, suatu bentuk kemampuan seseorang dalam mengambil keputusan hidup. Otonomi merupakan keinginan individu untuk menjadi agen penyebab dalam kehidupannya melalui koordinasi perilaku yang terintegrasi. Van Assche, Jasper, dkk (2018).

Studi yang dilakukan oleh Zhang dkk. (2020) membahas dua aspek, antara lain:

1. Personal

Personal merupakan salah satu bentuk FoMO yang mengacu pada perasaan dan pikiran batin seseorang ketika orang tersebut tidak melakukan aktivitas sosial terhadap orang tersebut sendiri.

2. Sosial

Menggambarkan bagaimana perasaan dan pikiran seseorang ketika tidak sedang berinteraksi dengan orang lain di lingkungan sosialnya.

Berdasarkan penjelasan berbagai karakteristik FoMO yang telah diberikan di atas, para peneliti menyimpulkan bahwa keterkaitan dan otonomi adalah ciri-ciri FoMO. Przybylski, dkk. (2013) memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang masing-masing fitur, sehingga memungkinkan untuk menjelaskan variabel-variabel yang diteliti, sehingga penelitian ini lebih banyak menggunakan teorinya.

3. Faktor yang Mempengaruhi FoMO

Eksklusi sosial dianggap sebagai komponen utama yang menyebabkan marginalisasi sosial (FoMO), yang diduga disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kecemasan dan rendahnya harga diri. Aspek kesejahteraan dan motivasi juga mendukung FoMO, menurut Abel et al. (2016).

Khalek dan Abdel (2016) menyatakan bahwa metrik sosial dapat digunakan untuk mengukur salah satu komponen FoMO. Menurut paradigma ini, harga diri seseorang berfungsi sebagai alat ukur atau sinyal psikologis yang disadarinya. Individu dengan harga diri yang

buruk selalu mengamati komentar orang lain atau kejadian di media sosial. Mereka juga cepat menghapus konten tertentu dari media sosial karena takut kehilangan informasi penting dan takut menerima pesan yang tidak menyenangkan dari orang lain. Dewi dan Prawesti (2016), komunikasi media.

Menurut *JWT Intelegent* (2012), faktor lain munculnya FoMO antara lain :

1. Usia

Menurut statistik yang dikumpulkan dari Survei Intelijen JWT tahun 2012, kelompok usia di mana FoMO paling sering terjadi adalah antara 13 dan 33 tahun. Sepanjang maraknya teknologi digital, masyarakat yang mahir menggunakan teknologi dengan menggunakan internet adalah hal yang normal dalam kehidupan bermasyarakat. Usia remaja 13 tahun hingga 33 tahun inilah yang selalu terhubung dengan internet, setiap individu selalu terhubung dengan individu lain walaupun berbeda pulau bahkan benua melalui media sosialnya.

2. Keterbukaan Informasi di Media Sosial

Kemajuan teknologi lainnya, seperti banyaknya alat media sosial yang tersedia di perangkat modern, memungkinkan setiap aktivitas menjadi transparan dengan membagikan atau mempostingnya. Halaman media sosial mengalami perkembangan dan terus maju seiring berjalannya waktu, seperti contoh tersedianya

informasi hangat dari berbagai belahan dunia. Transparansi informasi dapat mengubah cara mereka hidup, memberi mereka kebebasan yang lebih besar daripada sebelumnya.

3. Acara yang mendukung hastag dibagikan

Media sosial memiliki fitur tagar (#) untuk memudahkan individu memberi informasi kejadian yang sedang trending. Fitur tagar ini dibuat untuk mengumpulkan sebuah informasi yang sedang trending misalnya saat ini sedang terjadi perang di Palestina, sehingga sebagai bentuk dukungan dibuatlah suatu tagar #savepalestine.

4. *Social one-upmanship*

Kemewahan sosial didefinisikan sebagai upaya seseorang untuk menunjukkan keunggulannya atas orang lain melalui perkataan, perbuatan, atau cara lain. Keinginan seseorang untuk menjadi pusat perhatian dan ketenaran dikenal sebagai FoMO, atau "pamer" virtual di jejaring sosial.

5. Keadaan *deprivasi relative*

Orang-orang yang kurang beruntung lebih cenderung mengungkapkan ketidaksenangannya daripada orang-orang yang beruntung. Teori perbandingan Festinger menyatakan bahwa orang membuat konsep diri mereka dengan melihat apa yang mereka lakukan bersama orang lain. Seseorang di media sosial mungkin

merasa dikucilkan dan tidak puas dengan situasinya karena membandingkannya dengan orang lain.

6. Stimulus dalam Mengetahui Berbagai Informasi

Kelompok atau perkumpulan individu dengan individu lainnya sangat berpengaruh terhadap stimulus untuk selalu terhubung dengan informasi terbaru. Anggota Generasi Z dan Generasi I sekarang lebih mudah berkomunikasi dan mengetahui berita sebenarnya karena kemajuan teknologi yang sangat cepat.

Berdasarkan faktor-faktor diatas maka dapat disimpulkan bahwa faktor FoMO antara lain harga diri, usia, transparansi informasi di media sosial, peristiwa yang *dishare* dengan fitur tagar, sosial one-upmanship, keadaan deprivasi relatif, dan stimulus dalam mengetahui berbagai informasi. Faktor-faktor tersebut merupakan penyebab timbulnya FoMO, akan tetapi penelitian ini menggunakan harga diri untuk mencari hubungan dengan FoMO.

4. Gejala- Gejala FoMO

Dalam sebuah laman *website* yang disebut *Very Well Mind*, memaparkan orang-orang dari segala usia dan jenis kelamin dapat mengidap FoMO karena mereka yang mengidapnya sering membandingkan kehidupannya dengan kehidupan orang lain, sehingga membuat mereka merasa kurang puas dengan kehidupannya sendiri. Menurut hipotesis tersebut, gejala FoMO adalah sebagai berikut:

1. Selalu mengecek *gadget*.

Menghentikan kebiasaan menyimpan perangkat dapat menjadi tantangan. Ketika seseorang mengalami FoMO, mereka selalu memeriksa ponsel mereka segera setelah bangun tidur dan bahkan sebelum tidur, seolah-olah mereka ingin mengikuti apa yang diposting teman mereka di media sosial.

2. Memberikan prioritas lebih tinggi pada media sosial dibandingkan kehidupan nyata.

Seseorang dengan FoMO cenderung lebih peduli dengan media sosial dibandingkan dunia nyata, sehingga membuatnya ingin dikenal secara online.

3. Rasa ingin tahu yang terus-menerus terhadap kehidupan orang lain.

Ketika seseorang mengidap FoMO, biasanya mereka memiliki rasa ingin tahu yang tak terpuaskan terhadap kehidupan orang lain, termasuk pola makan, aktivitas akhir pekan, film favorit, tempat nongkrong, bahkan kenalan pribadi.

4. Selalu penasaran dengan rumor terbaru.

Orang yang menderita FoMO dikenal karena kebutuhannya yang terus-menerus untuk mengikuti perkembangan terkini dan kecenderungannya untuk mengikuti banyak akun gosip atau bahkan perkumpulan gosip.

5. Mengeluarkan uang berlebihan.

Seseorang dengan perilaku FoMO ketika melihat teman atau artis idolanya seperti k-pop cenderung akan segera mengikuti tren

tersebut agar tidak ketinggalan zaman. Orang yang menderita FoMO cenderung membeli barang-barang yang tidak diperlukan untuk tetap mengikuti perkembangan terkini, sehingga mengarah pada perilaku boros.

6. Memilih untuk mengatakan “ya” meskipun dia keberatan.

Ketika ada teman yang mengajak seseorang yang mengidap FoMO akan merasa bersalah jika menolak, oleh karena itu mereka akan menjawab “ya” meski tidak mau. Hal ini sering terjadi ketika seseorang menerima permintaan pertemanan yang sebenarnya tidak berguna atau tidak menarik karena tidak ingin melewatkan apa pun.

Gejala FoMO dapat diringkas sebagai berikut: 1) Selalu mengecek barang elektronik; 2) Lebih mementingkan media sosial dibandingkan kehidupan nyata; 3) Selalu ingin tahu tentang kehidupan orang lain; 4) Selalu ingin mengetahui rumor terbaru; 5) Pemberian uang secara berlebihan; dan 6) Terus-menerus mengatakan “ya” meskipun tidak diinginkan.

B. Harga Diri

1. Pengertian Harga Diri

Menurut Santrock (2019), perkembangan sosio-emosional remaja yang meliputi harga diri merupakan salah satu komponen pertumbuhan psikologisnya, sehingga harga diri identik dengan masa muda. Harga diri merupakan cerminan kesan yang tidak selalu akurat.

Pandangan lain yang menyatakan bahwa evaluasi diri seseorang diwujudkan dalam sikapnya terhadap orang lain, yang dapat berkisar dari negatif hingga positif, mendukung hal tersebut. Merupakan praktik umum untuk mengukur harga diri dalam kategori yang berkisar dari rendah ke tinggi atau dari negatif ke positif. Byrne dan Baron (2012).

Beberapa penelitian berpendapat bahwa harga diri juga mengacu pada evaluasi subjektif seseorang terhadap nilai mereka sebagai pribadi, yang memperhitungkan keterampilan dan kemampuan objektif mereka atau bahkan bagaimana orang lain memandang mereka. Harga diri biasanya diartikan sebagai tanda bahwa seseorang “merasa” dirinya “cukup baik”. Rosenberg (1965). Moksnes dan Espnes (2013) mengemukakan bahwa harga diri sangat berperan penting terhadap kepuasan hidup. Harga diri yang tinggi dapat menjadi salah satu bentuk motivasi dalam menghadapi efek negatif yang dirasakan sehingga mampu meningkatkan kepuasan hidup.

Raharja dan Indati (2018) mengemukakan bahwa harga diri yang rendah dapat membuat individu melakukan hal-hal negatif sebagai bentuk pelampiasan. Harga diri yang rendah juga dapat menghambat individu dalam mengembangkan diri dan bersikap positif sehingga mampu menurunkan tingkat kepuasan hidup. Diener dan Diener (2009) mengemukakan bahwa harga diri adalah salah satu prediktor kuat yang mempengaruhi kepuasan hidup individu. Harga diri dan kepuasan hidup mengukur hal yang sama, yaitu evaluasi diri secara menyeluruh,

tetapi kedua variabel berbeda dalam hal target evaluasi. Harga diri mencerminkan evaluasi individu terhadap diri sendiri, sedangkan kepuasan hidup terhadap berbagai ruang lingkup kehidupan. Sofia (2015) melakukan penelitian terhadap remaja di Banda Aceh mengenai hubungan harga diri dan kepuasan hidup. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga diri dan kepuasan hidup memiliki hubungan yang positif dan signifikan. Harga diri yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan hidup, sebaliknya harga diri rendah dapat menurunkan kepuasan hidup.

Berdasarkan kesimpulan di atas, bahwa harga diri adalah penilaian total terhadap nilai individu terhadap orang lain, mulai dari negatif hingga positif, dan sejauh mana individu tersebut memandang dirinya sebagai individu unik yang memiliki signifikansi dalam dirinya. Pesan yang individu sampaikan tentang dirinya dikomunikasikan melalui persetujuan dan penolakan. Selain sebagai bakat yang dihargai, harga diri juga mengacu pada kemampuan mengendalikan emosi dan percaya pada kebaikan seseorang terhadap orang lain.

2. Aspek-Aspek Harga Diri

Rosenberg (1965), misalnya, menyatakan bahwa ciri-ciri harga diri sebagai berikut:

1. Penerimaan diri

Penerimaan diri merupakan suatu sikap yang pada dasarnya berarti merasa puas terhadap diri sendiri, kualitas, kemampuan, pengetahuan dan keterbatasan diri.

2. Penghormatan diri

Harga diri seseorang merupakan landasan kepercayaan diri dan karakternya, serta tidak terpengaruh oleh keadaan kehidupan.

Menurut Heatherton dan Polivy (1991), aspek harga diri meliputi:

1. *Performance*

berbicara tentang nilai bakat umum dan intelektual seseorang, keberhasilan akademis, pengendalian diri, kepercayaan diri, dan kemandirian.

2. Sosial

Mengacu pada pandangan seseorang tentang bagaimana orang lain percaya bahwa mereka memandang diri mereka sendiri. Mereka lebih mengikuti persepsi daripada kenyataan.

3. *Physical*

mengacu pada persepsi individu terhadap penampilan fisiknya, yang mencakup aspek-aspek seperti kecantikan fisik, citra tubuh, stigma fisik, dan perspektif ras dan etnis.

Coopersmith (1965) mencantumkan ciri-ciri harga diri berikut:

1. Signifikansi (Makna Diri)

Penerimaan diri adalah pemahaman terhadap perasaan seseorang dalam kaitannya dengan hubungan dengan keluarga, teman, pasangan, dan rekan kerja.

2. Kekuatan (*Strength*)

Kemampuan seseorang untuk mendominasi dan mempengaruhi orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung, dikenal dengan istilah power.

3. Moralitas (Peraturan)

Kebijakan adalah norma moral, agama, dan etika yang dipatuhi seseorang. Orang dengan harga diri yang kuat biasanya bertindak dengan bijaksana.

4. Kompetensi (*Competency*)

Keterampilan yang dimiliki setiap orang dalam usahanya untuk bekerja dengan baik atau pada tingkat yang tinggi disebut dengan kompetensi.

Selain itu, Potard, dkk. (2015) mengidentifikasi tiga komponen harga diri, yaitu sebagai berikut:

1. *Personal*

Perasaan yang muncul dari individu itu sendiri mengenai penilaian positif maupun negatif mengenai dirinya yang menyangkut keyakinan dan emosi adalah penerimaan diri atau personal. Individu yang memiliki harga diri tinggi lebih percaya diri terhadap kemampuannya, sedangkan individu yang memiliki harga diri rendah kurang yakin untuk bisa membutuhkan waktu lama untuk memulainya. Rahimi dan Strube, (2007).

2. Keluarga

Quatman dan Waston (2001), memaparkan bahwa aspek perasaan yang muncul pada individu yang berasal dari lingkungan internal atau keluarga meliputi pandangan perasaan ingin dihargai, dipahami, diperhatikan dan didorong untuk mendapatkan sebuah harapan dari individu tersebut agar individu merasa tidak terbebani.

Cara keluarga memperlakukan kepada individu menunjukkan seseorang akan menjadi baik jika berasal dari keluarga yang baik, terutama dalam hubungannya dengan orang lain dan keluarga. Orang-orang yang memiliki ikatan kuat dengan keluarganya mengekspresikan diri dan membela diri mereka sendiri.

3. Sosial

Setiap hal yang berbentuk penerimaan dari individu atau kelompok sebaya yang mengarah ke perasaan individu itu sendiri sehingga dapat mengevaluasi diri adalah aspek sosial. Rohal dkk, (2018). Diperkuat oleh pendapat lain mengatakan bahwa seberapa jauh individu diterima.

Menurut Rohal, dkk. (2018) sejauh mana seseorang disukai, diterima, dan didukung oleh teman-teman dalam kelompoknya, diperkuat oleh pendapat orang lain. Di sisi lain, orang dengan harga diri yang buruk biasanya tidak percaya pada

pergaulan, mudah tersinggung, dan sulit mendapatkan teman baru
Menurut Cakar, dkk (2012).

Berdasarkan setelah mempelajari berbagai aspek kehidupan, dapat diidentifikasi bahwa beberapa komponen harga diri, seperti penerimaan diri, harga diri, kinerja, sosial, fisik, makna diri, kekuatan, kebijaksanaan, kompetensi, pribadi, keluarga, dan sosial. harga diri yang tinggi. Penelitian ini terutama menggunakan unsur-unsur dari Potard, dkk (2015), karena teori karakter memberikan penjelasan yang lebih mendalam pada setiap unsurnya. Dengan cara ini peneliti dapat menjelaskan teori-teori yang telah dikembangkan dan variabel-variabel yang diteliti.

3. Faktor Harga Diri

Menurut Indriani, (2019) faktor utama utama penyebab tinggi rendahnya harga diri antara lain :

1. Jenis kelamin

Tingkat harga diri yang dimiliki setiap orang sangat bervariasi tergantung pada jenis kelaminnya. Biasanya perempuan adalah mereka yang memiliki harga diri rendah. Lingkungan sekitar dan kontribusi orang tua mungkin menjadi penyebab kemungkinan ini.

2. Intelegensi

Ketika membandingkan seseorang yang memiliki tingkat harga diri tinggi dengan seseorang yang memiliki tingkat harga diri rendah, kompetensi akademis biasanya lebih rendah pada individu tersebut.

3. Keadaan fisik

Keadaan fisik setiap individu sangat berpengaruh terhadap harga diri seseorang, misalnya seseorang dengan pesona tubuh yang cantik, ganteng atau gagah akan menambah kepercayaan diri sehingga harga diri cenderung lebih tinggi.

4. Lingkup keluarga

Anak yang berada di lingkup keluarga baik sangat berpengaruh terhadap tinggi rendahnya harga diri. Untuk menjadikan anak dengan tingkat harga diri tinggi maka peran orang tua dan lingkup keluarga bertanggung jawab penuh dalam mencapainya.

5. Lingkungan sosial

Orang mulai mengembangkan rasa harga diri ketika mereka mengenali kemampuan dan kelebihan mereka. Kondisi ini merupakan pemahaman tentang bagaimana lingkungan sekitar seseorang bereaksi, penerimaannya, dan bagaimana orang lain menangani dirinya. Gufron dkk (2010).

Coopersmith (1967) menguraikan unsur-unsur berikut sebagai pengaruh terhadap harga diri:

1. Pengalaman

Pengalaman adalah sesuatu yang pernah dirasakan seseorang sebelumnya. Peristiwa menyenangkan, menegangkan, menyusahkan seperti yang dialami para pekerja seperti pedagang, layanan jasa dan lain sebagainya, yang telah dialami meninggalkan emosi dan perasaan yang banyak meninggalkan kesan dan pesan.

2. Pola asuh

Orang tua bertanggung jawab penuh terhadap anaknya terutama komunikasi antara orang tua dengan anak sangatlah penting sebagai proses perkembangan harga diri anak.

3. Lingkungan

Kondisi sekitar sangat berpengaruh dalam proses perkembangan psikis, fisik, serta sosial bagi setiap individu. Lingkungan mempunyai pengaruh yang besar terhadap hubungan remaja satu sama lain maupun hubungan remaja dengan orang tua dan lingkungan serta teman-temannya sehingga menimbulkan rasa damai dan tenteram serta toleransi terhadap orang lain.

4. Sosial ekonomi

Alasan penerapan langkah ini adalah agar individu dapat memenuhi kebutuhan sosial yang memerlukan dukungan keuangan yang mempengaruhi penghidupan mereka. Ini mengacu pada pendapatan yang diperoleh keluarga. Status keuangan ini berbeda dengan keluarga lokal lainnya.

Dapat disimpulkan bahwa faktor penentu utama harga diri adalah (1) jenis kelamin, (2) IQ, (3) kondisi fisik, (4) lingkungan keluarga, dan (5) lingkungan sosial, ini berdasarkan uraian unsur-unsur harga diri dari harga diri yang diberikan. Coopersmith (1967) menyebutkan unsur-unsur berikut yang mempengaruhi harga diri: (1) gaya pengasuhan; (2) pengalaman; (3) lingkungan hidup; dan (4) pertimbangan sosial-ekonomi.

C. Hubungan Harga Diri dan FoMO pada Remaja Pengguna Media Sosial di MAN 2 Kulon Progo

Manusia sebagai makhluk sosial fitrahnya terhubung dengan manusia lain. Berupa interaksi antara individu dan individu lain, kelompok dan kelompok lain, atau kelompok dan individu merupakan contoh hubungan sosial dinamis yang berbentuk interaksi sosial (Herimant dan Winarno, 2008). Perkembangan teknologi yang begitu cepat memudahkan manusia untuk saling terhubung baik yang sedang berjauhan maupun yang berdekatan. Media sosial memberi pengguna kesempatan untuk memenuhi kebutuhan mereka untuk menjalin hubungan dengan membangun hubungan dengan teman-teman yang ada dan membuat teman-teman baru (Ellison dan Boyd, 2013).

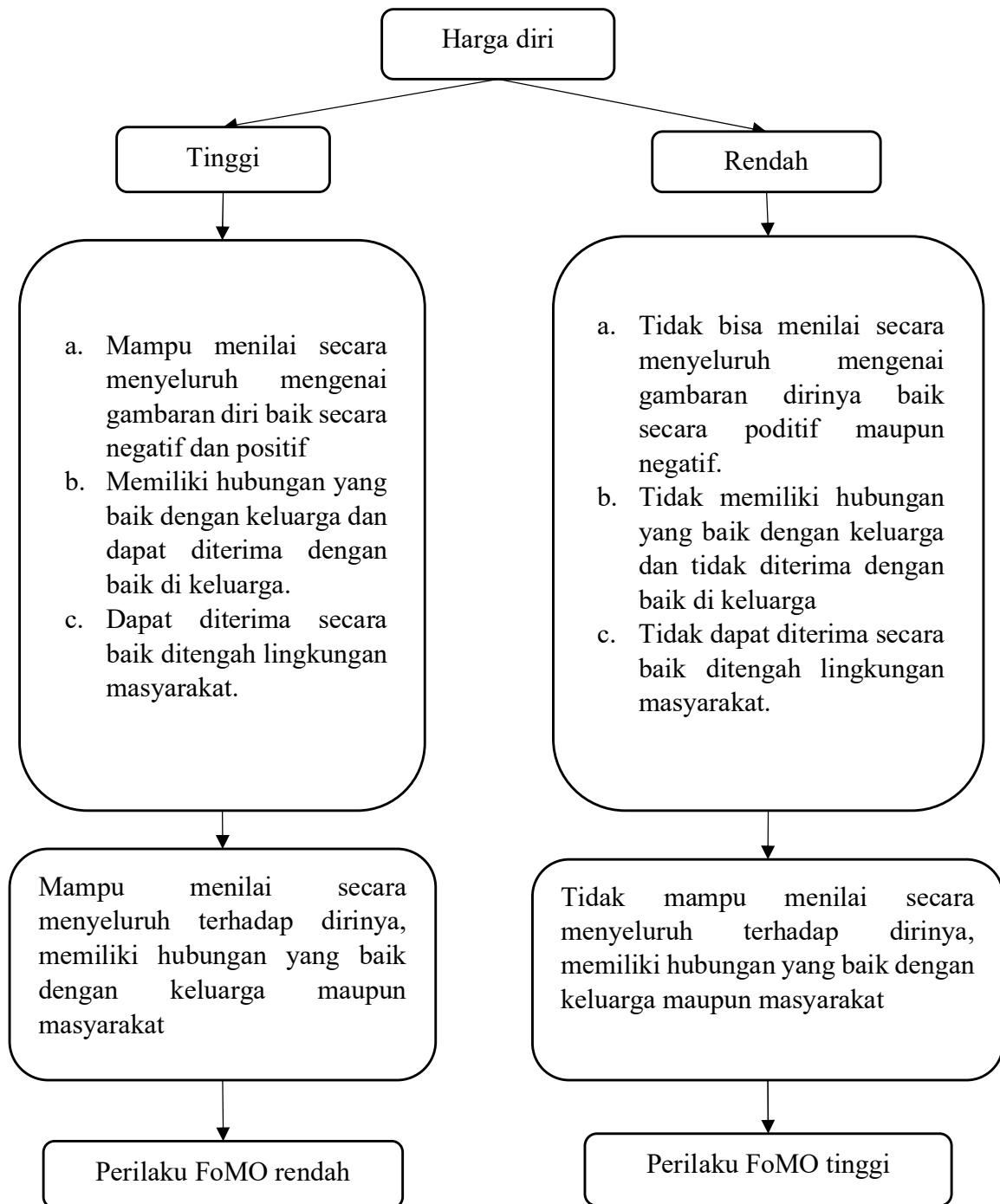
Media sosial telah berkembang menjadi cara umum untuk berkomunikasi, terutama bagi generasi muda yang sering menggunakannya. Dengan mayoritas penggunanya terdiri dari Gen Z dan remaja, negara ini sekarang menempati peringkat keempat secara global. Menurut Taylor, pada masa konservasi sejak masa kanak-kanak hingga dewasa, remaja mengalami berbagai perubahan perilaku dan sikap (Hariadi, 2018). Remaja yang sering terlibat dalam aktivitas media sosial orang lain berisiko mengalami kecemasan. Mereka mungkin juga mengalami kecemasan ketika mereka tidak menerima informasi yang mereka perlukan atau tidak diundang ke acara bersama teman atau organisasi. dkk., Przybylski (2013).

Seiring dengan berkembangnya klasifikasi penyakit akibat penggunaan media sosial, gejala baru yang dikenal sebagai *Fear of Missing Out* (FoMO) telah muncul. FoMO atau rasa takut kehilangan sesuatu yang lebih baik dari diri sendiri, adalah keadaan emosional dan cemas yang dialami seseorang ketika melakukan sesuatu. Dalam sebuah survey mengungkapkan bahwa 82% orang India mengalami FoMO padahal tidak terhubung dengan internet dengan presentase tertinggi secara global (Tata *Communication*, 2021).

Remaja bisa mengalami FoMO karena mereka sering bermain dengan perangkat elektronik dalam waktu lama. Dua elemen FoMO adalah otonomi dan keterhubungan. Przybyski et al. (2013). Remaja yang menderita FoMO seringkali memiliki harga diri yang rendah. Penilaian seseorang terhadap dirinya sendiri, berdasarkan penerimaan dan penolakannya serta seberapa besar keyakinannya terhadap nilai, signifikansi, dan kemampuannya, dikenal sebagai harga diri. Aspek sosial, kekeluargaan, dan pribadi semuanya termasuk dalam FoMO. Potard (2015). Orang yang memancarkan dirinya adalah orang yang memiliki harga diri yang buruk, begitulah hubungan antara komponen pribadi harga diri dan FoMO. Salah satu komponen FoMO adalah harga diri. Penegasan Khalek dan Abdel (2016) bahwa model ini menunjukkan melalui pengukuran sosial bagaimana harga diri subjektif seseorang berfungsi sebagai "ukuran atau indikator psikologis" yang mengelilingi orang lain dan dapat

menggabungkan reaksi mereka terhadap orang tersebut memberikan kepercayaan pada pernyataan ini.

Harga diri sebagai variabel independen (x), dan perilaku FoMO (fear of missing out) sebagai variabel dependen (y), terlihat dari penjelasan dinamika antar variabel di atas. Berikut ini adalah gambar hubungan antara perilaku FoMO dengan harga diri :



Gambar 1. 1 Gambar hubungan antara harga diri dengan perilaku FoMO pada remaja pengguna media sosial.

D. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu “Terdapat Hubungan Antara Harga Diri dengan Perilaku FoMO pada Remaja Pengguna Media Sosial”.

DAFTAR PUSTAKA

- Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: scale development and assessment. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 14(1), 33–44. <https://doi.org/10.19030/jber.v14i1.9554>
- Abel, M. (2013). The social and financial benefits of developing employee satisfaction. *International Journal of Management & Information Systems (IJMIS)*, 17(2). <https://doi.org/10.19030/ijmis.v17i2.7711>.
- Alt, D., & Boniel-Nissim, M. (2017). Links between adolescents' deep and surface learning approaches, problematic internet use, and fear of missing out (FoMO). *Internet Interventions*, 13, 30–39. <https://doi.org/10.1016/j.invent.2018.05.002>.
- Ahmed M. Abdel-Khalek. (2016). Introduction to the psychology of self-esteem. In *Introduction to the psychology of self-esteem*.
- Akbar, R.S., Aulya, A., Apsari, A., & Sofia, L. (2018). Ketakutan akan kehilangan momen (FoMO) pada remaja kota Samarinda, *Jurnal Psikologi*. 7(2), 38-47.
- Anjali Verma dan Monica Deep Purty. (2021). Phubbing, Fear of Missing Out (FoMO) and Psychological Well-being Among Yout. *Psychology Explore-Journal of Research Peer Reviewed Journal*. ISSN- (Print) 2278-0297, ISSN-(online) 2278-6414.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, APJII. (2020). Laporan survei internet APJII 2019 - 2020 (Q2). Indonesia survey center: Indonesian internet service provider association. Retrieved from: https://apjii.or.id/survei2019x/ki_rimlink.
- Australian Psychological Society. Teens suffer highest rates of FoMO. Retrieved from https://www.psychology.org.au/news/media_releases/8Nov2015-fomo/
- Australian Psychological Society [APS]. (2015). Stress & wellbeing: How Australians cope with life. https://www.headsup.org.au/docs/default-source/default-documentlibrary/stress-and-wellbeing-in-australia-report.pdf?sfvrsn=7f08274d_4

- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2004). Psikologi sosial Jilid 1 (edisi kesepuluh). Jakarta: Erlangga.
- Bayens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). 'I don't Want to Miss a Thing': Adolescent 'Fear of Missing Out and its and Facebook Related stress. *Computer in Human Behavior*, 64.1-8. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083>
- Blackwell, D. (2017). Extraversion, neurotisme, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69 – 72
- Christina R., Yuniardi M. S., & Prabowo A., (2019). Hubungan Tingkat Neurotisme dengan Fear Of Missing Out (FoMO) pada Remaja Pengguna Aktif Media Sosial. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(2), 105-117. <https://doi.org/10.23917/indigenous.v4i2.8024>
- Cakar, F. savi, & Karatas, Z. (2012). The self-esteem, perceived social support and hopelessness in adolescents: The structural equation modeling. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 12(4), 2406–2412. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eue&AN=84771529&sitelink=ehost-live>.
- Coopersmith, S. (1967). The antecedents of self-esteem.
- Coopersmith, S., Sakai, D., Beardslee, B., & Coopersmith, A. (1976). Figure drawing as an expression of self-esteem. *Journal of Personality Assessment*, 40(4), 370– 375. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4004_5
- DeWall, C. N., & Bushman, B. J. (2011). Social acceptance and rejection: The sweet and the bitter. *Current Directions in Psychological Science*, 20, 256-260.

- Diener, E., & Diener, M. (2009). Cross-cultural correlates of life satisfaction and self-esteem. *Culture and Well-Being*, 71-91. doi: 10.1007/978-90-481-2352-0_4.
- Dossey, L. (2014). FOMO, digital dementia, and our dangerous experiment. *Explore: The Journal of Science and Healing*, 10(2), 69–73.
<https://doi.org/10.1016/j.explore.2013.12.008>
- Fitria, R. (2015). Hubungan Harga Diri Mahasiswa dengan Kemampuan Aktualisasi Diri dalam Proses Belajar Metode Seven Jump di Program Studi Ilmu Keperawatan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, SKRIPSI. Univeritas Islam Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Gaudia M. Polii, dkk. (2024). Hubungan antara Harga Diri dengan Fear of Missing Out pada Remaja SMA Negeri Manado Pengguna Instagram. *Psikopedia*, Vol-5 No. 1. E-ISSN 2774-6836.
- Gazal Gard dan Shruti Shourie (2023). Relationship Between Social Media Addiction, FoMO and Self-Estem Among Young Adults. *Psycopedia Journal, International Journal of Interdisciplinary Approaches is Psychology (IJIAP)*. Jil 1, Edisi 3 Agustus 2023, ISSN : 25484-0142.
- Gorbett, K., & Kruczek, T. (2008). Family factors predicting social self-esteem in young adults. *The Family Journal*, 16(1), 58–65.
<https://doi.org/10.1177/1066480707309603>
- Greenberg, J., Pyszczynski, T., & Solomon, S. (1986). The causes and consequences of a need for self-Esteem: A terror management theory. In *Public Self and Private Self*.
https://doi.org/10.1007/978-1-4613-9564-5_10
- Hatta Ilmi dan Ristie Nashaya F. Hubungan Self-Estem dengan Perilaku Cyberbullying pada Remaja Pengguna Media Sosia Twitter. *Bandung Conference Series : Psychology Science*. 2022. Vol.2, No.1, Hal. 167-173. ISSN : 2828-2191.
<https://www.voaindonesia.com/a/fenomena-penggunaan-mediasosial/6631266.html>
diakses pada tanggal 21 Oktober 2023 pukul 18.50

<https://tirto.id/mengenal-sindrom-fomo-fear-of-missing-out-dan-cara-mengatasinya-fZoc>.

diakses pada tanggal 17 Januari 2024 pukul 13.00 WIB

[https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13931/Fear-Of-Missing-Out-FOMO-Ketakutan-Kehilangan-](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13931/Fear-Of-Missing-Out-FOMO-Ketakutan-Kehilangan-Momen.html#:~:text=Seseorang%20yang%20mengalami%20FOMO%20akan,ingin%20tahu%20kehidupan%20orang%20lain)

[Momen.html#:~:text=Seseorang%20yang%20mengalami%20FOMO%20akan,ingin%20tahu%20kehidupan%20orang%20lain](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13931/Fear-Of-Missing-Out-FOMO-Ketakutan-Kehilangan-Momen.html#:~:text=Seseorang%20yang%20mengalami%20FOMO%20akan,ingin%20tahu%20kehidupan%20orang%20lain). diakses pada tanggal 17 Januari 2024 pukul 13.30 WIB.

<https://www.verywellmind.com/how-to-cope-with-fomo-4174664>. Diakses pada tanggal 20 Juli 2024 pukul 01.23 WIB.

Indriani, M., Rosra, M., & Andriyanto, R. E. (2019). Hubungan antara Harga Diri dengan Interaksi Sosial Pada Siswa Kelas X SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung. ALIBKIN (Jurnal Bimbingan Konseling), 7(5).

Jasper Van Assche, Ms., Jolene van der Kaap-Deeder, PhDa, 1, Elien Audenaert, Ms., Maarten De Schryver, Ms., & Maarten Vansteenkiste, P. (n.d.). Running Head: The moderating role of autonomy strength are the benefits of autonomy satisfaction and the costs of autonomy frustration dependent on individuals' autonomy strength? jasper van assche, MSc. 1–63.

Juliansyah Nor, *Metodelogi Penelitian*, Jakarta, Kencana: 2017, h. 169.

JWT Intelligence. (2012, March). Fear of missing out (FOMO). Retrieved June 2012, from JWT:http://www.jwtintelligence.com/wpcontent/uploads/2012/03/F_JWT_FOMO-update_3.21.12.pdf.

JWT Intelligence. (2012). Fear of Missing Out (FoMO). Retrieved from <https://www.jwtintelligence.com/2012/05/data-point-our-unhappy-addiction-to-social-media>.

Khorunniza R., M Ali A., & Elda Trialisa P. (2021), Harga Diri dan Intnesitas Pengguna Ponsel Pintar terhadap Kecenderungan Nomophobia pada Remaja Akhir. Psikoborneo. Julnal Ilmiah Psikologi. Vol. 9 No. 4/ Desember 2021:692-702. P-ISSN : 2477-2666, e-ISSN : 2477-2674. Doi : 10.30872/psikoborneo.

- Khotimah Khusnul, Ahmad & Dian Novita S. (2023). Hubungan Antara Harga Diri dengan Kepuasan Hidup Generasi Z Pengguna Media Sosial Instagram. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*. Vol 2, No, 2, Februari 2023.
- Koling Charmela E.S., Hubungan Antara Harga Diri dengan Fear Missing Out pada Remaja pengguna Media Sosial di SMA N 1 Manado. *Psikopedia* Vol.2, No 3, September 2021 ISSN : E-ISSN 2774-6368.
- Leary, M. R. (2010). Affiliation, Acceptance, and Belonging: The Pursuit of Interpersonal Connection. In *Handbook of Social Psychology* (eds S. T. Fiske, D. T. Gilbert and G. Lindzey).
- Martela, F., & Riekkari, T. J. J. (2018). Autonomy, competence, relatedness, and beneficence: A multicultural comparison of the four pathways to meaningful work. *Frontiers in Psychology*, 9(JUN), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01157>
- Man 2 Kulon Progo, Jumat 3 Mei 2024. Profil Arsip. <https://man2kulonprogo.sch.id/m2kp/category/profil/>.
- Moksnes, U. K., & Epsnes, G. A. (2013). Self-esteem and life satisfaction in adolescents—gender and age as potential mederators. *Quality of Life Research*, 22(10), 2921–2928. doi: 10.1007/s11136-013-0427-4.
- Novita Dian Siswanti, dkk. Hubungan Harga Diri dengan Kepuasan Hidup Generasi Z Pengguna Media Sosial Instagram. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial, Humaniora*. Vol. 2, No. 2. Februari 2023.
- Nuzulia Frieda R.H., dan Kurniawan Satrio W. Hubungan Antara Harga diri dengan Fear Of Missing Out pada Mahasiswa Tahun Pertama Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, Vol. 9, No. 2, Agustus 2019, halaman 33-37.
- Potard, C., Amoura, C., Kubiszewski, V., Le Samedy, M., Moltrecht, B., & Courtois, R. (2015). Psychometric properties of the french version of the short form of the coopersmith self-esteem inventory among adolescents and young adults. *Evaluation and the Health Professions*, 38(2), 265–279. <https://doi.org/10.1177/0163278715568990>

- Prasetyaning F.U., 2022. Peran Mindfulness untuk Mengatasi Fear of Missing Out (FoMO) Media Sosial Remaja Generasi Z : Tinjauan Literatur. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Borneo*, 4 (2) 2022, (51-60). <http://ojs.borneo.ac.id/ojs/index.php/JBKB> ISSN 2685-0753 (cetak) ISSN 2685-2039 (online).
- Priyatno, D. 2014. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Quatman, T., & Watson, C. M. (2001). Gender differences in adolescent self-esteem: An exploration of domains. *Journal of Genetic Psychology*, 162(1), 93–117. <https://doi.org/10.1080/00221320109597883>.
- Quatman, T., & Watson, C. M. (2001). Gender differences in adolescent self-esteem: An exploration of domains. *Journal of Genetic Psychology*, 162(1), 93–117. <https://doi.org/10.1080/00221320109597883>.
- Raharja, B. N., & Indati, A. (2018). Kebijakan dan kepuasan hidup pada remaja. *Gadjah Mada Journal of Psychology*, 4(2), 96-104. ISSN: 2407-7798.
- Rahimi, A. M., & Strube, M. J. (2007). Personal self-esteem, collective self-esteem, and self-concept clarity as moderators of the impact of perceived consensus on stereotypes. *Social Influence*, 2 (1), 55-79. <https://doi.org/10.1080/15534510701202286>.
- Retnaningrum, Y.D. (2019). Hubungan Antara Self-esteem dengan FoMO pada Mahasiswa Universita Mercu Buana Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Mercu Buana.
- Rosenberg, M. (1965). Rosenberg: Society and the adolescent self-image. In *Social Forces*.
- Rosenberg, M., Schooler, C., Schoenbach, C., & Rosenberg, F. (1995). Global selfesteem and specific self-esteem: different concepts, different outcomes. *American Sociological Review*, 60(1), 141. <https://doi.org/10.2307/2096350>.

- Rohall, D. E., Prokopenko, O., Ender, M. G., & Matthews, M. D. (2014). The role of collective and personal self-esteem in a military context. *Current Research in Social Psychology*, 22(1), 10–21.
- Santrock, J. W. (2010). *Life span development* (13th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Santrock j. w. (2019). *life-span development*. mcgraw-hill education.
- Santrock j. w. (2007). *life-span development*. mcgraw-hill education.
- Septiani Lala, dk. Peran Harga Diri terhadap Fear Of Missing Out pada Remaja Pengguna Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*. 2020. Vol.10, No. 2, P-ISSN : 2087-1708, E-ISSN : 2597-9037. Doi : 10-26740/jppt.v10n2-p127-138.
- Sheldon, K., Abad, N., & Hinsch, C. (2011). A Two-Process View of Facebook Use and Relatedness Need-Satisfaction: Disconnection Drives Use, and Connection Rewards It. *Journal of personality and social psychology*, 100, 766-75.
- Siddik, S., Mafaza, M., & Sembiring, L.S. (2020). Peran harga diri terhadap fear of missing out pada remaja pengguna situs jejaring sosial. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*. 10(2), 127-138 Doi:10.26740/jppt.v10n2.p127-138.
- Sugiyono, (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sofia, M. (2015). Hubungan antara harga diri dengan kepuasan hidup remaja di Banda Aceh (skripsi). Diakses dari <https://etd.unsyiah.ac.id/baca/index.php?id=14096&page=1>.
- Solomon, M. (1928, January). The feeling of inadequacy. *Welfare Magazine*, 19.
- Silvi Eka Anjani, 2022. Hubungan Harga Diri dan Kontrol Diri dengan FoMO (fear of Missing Out) pada Mahasiswa PTN di Semarang. SKRIPSI. Universitas Negeri Walisongo.

- Wortham, J. (2011, April 9). Feel like a wallflower? maybe it's your facebook wall. Retrieved from the network hork times: <https://www.nytimes.com/2011/04/10/business/10ping.html>
- Zhang, Z. (2020). Fear of missing out scale: A self-concept perspective. *Psychology and Marketing*, 37(11), 1619–1