
PENGARUH FOMO (*FEAR OF MISSING OUT*) TERHADAP *SELF-ESTEEM* REMAJA DI SMAN 1 SRESEH SAMPANG

Nurlaila Safitri^{1*}, Iswatun Hasanah², Sri Rizqi Wahyuningrum^{3*}

^{1,2,3} UIN Madura, Indonesia

* swahyuningrum@iainmadura.ac.id,

Keywords

FOMO (Fear of Missing Out),
Self-Esteem,
Linier
Regression

Abstract

With the rapid development of technology, teenagers tend to spend more time on social media. The FOMO phenomenon is very susceptible to teenagers, because they are in the phase of searching for identity. At this stage, teenagers are highly influenced by their social environment and have a high need to be accepted by their group. This condition gives rise to the FOMO (Fear of Missing Out) phenomenon, which is thought to affect self-esteem levels. This study aims to determine the effect of FOMO on self-esteem in teenagers at SMAN 1 Sreseh, Sampang. The method in this study is a comparative causal quantitative approach (Linear Regression). A total of 82 respondents were the objects of this study. Before measuring the effect, an assumption test was conducted that was fully met. The linearity test showed a significance value of 0,280, so the relationship between the variables is linear. The results of the regression test showed a positive and significant influence between FOMO and self-esteem, with a significance value of 0,000 ($<0,05$). The coefficient of determination (R^2) of 0,353 indicates that FOMO contributed 35,3% to students' self-esteem. This study provides a new perspective that FOMO is not always negative, but can be a way for students to maintain their social presence in their social circle.

Kata Kunci

FOMO (*Fear of Missing Out*),
Self-Esteem,
Regresi Linier

Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi, remaja cenderung lebih banyak menghabiskan waktu di media sosial. Fenomena FOMO sangat rentan dialami oleh remaja, karena mereka sedang berada dalam fase pencarian jati diri. Pada tahap ini, remaja sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan memiliki kebutuhan tinggi untuk diterima dalam kelompoknya. Kondisi ini memunculkan fenomena FOMO (*Fear of Missing Out*) yang diduga memengaruhi tingkat *self-esteem*. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh FOMO terhadap *self-esteem* pada remaja di SMAN 1 Sreseh, Sampang. Metode pada penelitian ini Adalah dengan pendekatan kuantitatif kausal komparatif (Regresi Linier). Sebanyak 82 responden yang menjadi objek dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini Adalah sebelum mengukur pengaruh, maka dilakukan uji asumsi yang sepenuhnya sudah memenuhi. Uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi 0,280, sehingga hubungan antar variabel bersifat linear. Hasil uji regresi menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara FOMO terhadap *self-esteem*, dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,353 menunjukkan bahwa FOMO menyumbang 35,3% terhadap *self-esteem* siswa. Penelitian ini memberikan perspektif baru bahwa FOMO tidak selalu berdampak negatif, melainkan dapat menjadi upaya siswa untuk mempertahankan eksistensi sosial dalam lingkungan pergaulan.



PENDAHULUAN

Di era modern saat ini, perkembangan teknologi dan informasi berlangsung sangat pesat. Kemajuan ini membawa perubahan signifikan dalam cara manusia berkomunikasi, berinteraksi, serta memperoleh informasi. Salah satu dampak nyata dari perkembangan tersebut adalah meningkatnya penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari (Wahyuningrum & Riskiyah, 2021). Media sosial tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat, terutama di kalangan remaja. Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah pengguna media sosial terbanyak di dunia. Menurut (Rosanti,dkk, 2020) data dari *Cuponation*, jumlah pengguna Facebook di Indonesia mencapai 120 juta orang, menempatkan Indonesia sebagai negara dengan pengguna *Facebook* terbesar keempat di dunia, mengalahkan negara-negara seperti Meksiko, Filipina, dan Inggris. Pengguna terbanyak berasal dari kelompok usia remaja hingga dewasa awal, yang mayoritas merupakan pelajar SMA dan tergolong dalam generasi Z.

Generasi Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Mereka adalah generasi pertama yang tumbuh bersama teknologi digital sejak dini. Menurut Blackley, Generasi Z memiliki ciri khas berupa intuisi digital, yakni kemampuan alami dalam memahami dan menggunakan teknologi tanpa harus belajar secara formal. Interaksi dengan perangkat digital menjadi bagian integral dalam kehidupan mereka, menjadikan generasi ini lebih adaptif terhadap perubahan teknologi dibandingkan generasi sebelumnya (Wahyuningrum & Damayanti, 2024).

Namun, di balik manfaat yang ditawarkan media sosial, terdapat pula dampak psikologis yang cukup kompleks. Salah satu fenomena yang sering dialami oleh remaja adalah *Fear of Missing Out* (FOMO), yaitu perasaan cemas atau takut tertinggal dari pengalaman yang dinikmati oleh orang lain. FOMO semakin diperkuat oleh media sosial yang menampilkan kehidupan orang lain yang terlihat sempurna, bahagia, dan menyenangkan. Hal ini dapat memicu remaja untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain dan merasa hidupnya kurang berarti.

Konsep FOMO pertama kali diperkenalkan oleh Dan Herman pada awal tahun 2000-an dan berkembang seiring dengan maraknya penggunaan media sosial (Herman,

2000). Dulu, seseorang hanya mengetahui kegiatan orang lain melalui interaksi langsung. Kini, informasi tersebut dapat diperoleh dalam hitungan detik melalui media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *WhatsApp* (Wahyuningrum *et al.*, 2026). Remaja bisa melihat aktivitas teman-temannya secara real-time, mulai dari pencapaian akademik, momen kebersamaan, hingga gaya hidup sehari-hari. Paparan terus-menerus terhadap konten tersebut dapat memunculkan tekanan sosial untuk mengikuti tren demi mendapatkan pengakuan dan rasa diterima.

Fenomena FOMO sangat rentan dialami oleh remaja, karena mereka sedang berada dalam fase pencarian jati diri. Pada tahap ini, remaja sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan memiliki kebutuhan tinggi untuk diterima dalam kelompoknya (Qomariyah & Wahyuningrum, 2023). Media sosial menjadi sarana utama dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Melalui media sosial, remaja dapat berinteraksi, berbagi pengalaman, dan membangun citra diri. Namun, keterikatan yang berlebihan terhadap media sosial dapat menimbulkan tekanan untuk terus mengikuti tren dan membandingkan diri dengan orang lain. Dampak dari FOMO tidak hanya sebatas kecemasan sosial, tetapi juga dapat mempengaruhi *self-esteem* atau harga diri remaja. *Self-esteem* merupakan penilaian seseorang terhadap dirinya sendiri, termasuk sejauh mana ia merasa berharga dan diterima dalam lingkungan sosialnya. Studi yang dilakukan oleh Przybylski dkk. menunjukkan bahwa individu dengan tingkat FOMO tinggi cenderung memiliki tingkat kepuasan hidup yang lebih rendah dan lebih rentan terhadap ketergantungan pada media sosial (Przybylski dkk, 2013). Demikian pula, Baker dkk. menyatakan bahwa FOMO berkorelasi dengan meningkatnya kecemasan sosial dan tekanan emosional, terutama ketika seseorang merasa kurang dihargai di dunia maya (Baker dkk, 2016).

Di sisi lain, media sosial juga dapat berdampak positif terhadap perkembangan remaja. Platform digital memberikan ruang untuk mengekspresikan diri, memperluas jaringan sosial, dan mendapatkan dukungan emosional dari komunitas daring (Humaidy *et al.*, 2024). Remaja dapat menampilkan bakat, pencapaian, dan minat mereka melalui berbagai unggahan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan rasa percaya diri. Namun, ketika penghargaan diri bergantung pada validasi sosial seperti jumlah likes, komentar, dan followers, maka *self-esteem* menjadi tidak stabil. Dengan demikian, FOMO dan media sosial memiliki keterkaitan yang erat dalam memengaruhi *self-esteem* remaja. Ketakutan akan ketinggalan membuat remaja lebih terikat pada media sosial,

sementara interaksi digital yang tidak sehat dapat menurunkan kepercayaan diri dan memicu kecemasan.

Fenomena ini juga relevan dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 155: *"Dan sungguh akan Kami berikan cobaan kepadamu, dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa dan buah-buahan. Dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar."* (Q.S. Al-Baqarah: 155). Dalam tafsir Al-Misbah karya M. Quraish Shihab, dijelaskan bahwa ayat ini merupakan pengingat bahwa berbagai bentuk ujian, termasuk perasaan takut atau kekhawatiran baik dari dunia nyata maupun dunia maya adalah bagian dari ujian kehidupan (Shihab, 2008). Karenanya, remaja perlu menyikapi fenomena FOMO dengan bijak sebagai bentuk ujian dan introspeksi dalam menjaga kestabilan emosi serta harga diri mereka.

Observasi dan wawancara awal dengan guru Bimbingan Konseling (BK) dan beberapa siswa di SMAN 1 Sreseh telah dilakukan untuk memperkuat hasil dalam penelitian ini. Guru BK menyampaikan bahwa banyak siswa yang sangat antusias mengikuti tren media sosial, bahkan rela memaksakan diri untuk mengikuti tren agar tidak dianggap ketinggalan. Beberapa siswa juga merasa minder jika tidak bisa mengikuti gaya hidup yang ditampilkan teman-temannya di media sosial. Sementara itu, dari sisi siswa, mengikuti tren dianggap penting agar tidak ketinggalan obrolan dalam pergaulan. Fenomena tersebut memperkuat dugaan bahwa FOMO memiliki peran dalam membentuk self-esteem remaja. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memahami sejauh mana pengaruh FOMO terhadap self-esteem pada remaja di SMAN 1 Sreseh, serta memberikan kontribusi bagi pihak-pihak terkait dalam membantu remaja menghadapi tantangan psikologis di era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang menekankan pada analisis data berbasis angka dan diolah menggunakan metode statistik (Sahir, 2021). Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis pendekatan kausal komparatif, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih (Wahyuningrum, 2020). Dalam konteks ini, perubahan pada variabel independen (FOMO [X]) diasumsikan dapat memengaruhi variabel dependen (self-esteem [Y]) (Prawansa & Sari, 2021). Selanjutnya dalam pengolahannya, menggunakan

uji regresi linier sederhana dengan data yang telah memenuhi uji asumsi klasik (Ulfah *et al.*, 2022). Subjek dalam penelitian ini berjumlah 82 siswa yang dipilih dari total populasi sebanyak 472 siswa di SMAN 1 Sreseh. Berikut persamaan regresi linier sederhana (Wahyuningrum & Fransiska, 2023):

$$Y = a + \beta X$$

Dimana:

α = Konstanta

β = Koefisien regresi

X = FOMO

Y = *Self-esteem*

Untuk menganalisis pengaruh *Fear of Missing Out* terhadap *self-esteem* remaja, digunakan teknik regresi linier sederhana. Teknik ini digunakan untuk mengukur dan menjelaskan hubungan antara dua variabel, yaitu FOMO sebagai variabel bebas dan *self-esteem* sebagai variabel terikat (Kurniawan & Yuniarto, 2016). Proses analisis data dilakukan dengan bantuan software SPSS versi 25.0 (Wahyuningrum & Muhlis, 2020). Pengujian hipotesis dilakukan melalui nilai signifikansi (*p-value*). Adapun kriteria pengambilan keputusan adalah: jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara FOMO terhadap *self-esteem*. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan. Untuk mengetahui besar kontribusi FOMO terhadap *self-esteem*, digunakan nilai koefisien determinasi (R^2), yang menggambarkan persentase variabel *self-esteem* yang dapat dijelaskan oleh variabel FOMO.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum dilakukan analisis regresi linier sederhana, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas memiliki tujuan untuk model regresi berdistribusi normal atau ada variabel pengganggu. Ketentuan uji normalitas ini adalah apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka data tersebut normal. Sedangkan jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka data tersebut tidak normal.

Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,200 > 0,05$. Berdasarkan data tersebut maka kesimpulannya ialah FOMO bersifat normal terhadap *Self-esteem* remaja.

Uji linearitas dilakukan untuk melihat apakah hubungan antara variabel bebas dan terikat bersifat linier. Hubungan dinyatakan linier jika nilai signifikansi pada kolom *Deviation from Linearity* $> 0,05$.

Tabel 1. Hasil uji normalitas

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		82
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	7,46694668
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,047
	<i>Positive</i>	0,047
	<i>Negative</i>	-0,045
<i>Test Statistic</i>		0,047
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,200 ^{c,d}

Tabel 2. Hasil Uji linearitas

			<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
X * Y	<i>Between Groups</i>	<i>(Combined)</i>	4409,917	32	137,810	2,629	0,001
		<i>Linearity</i>	2461,833	1	2461,833	46,972	0,000
		<i>Deviation from Linearity</i>	1948,083	31	62,841	1,199	0,280
	<i>Within Groups</i>		2568,095	49	52,410		
	<i>Total</i>		6978,012	81			

Berdasarkan tabel diatas hasil uji linieritas yang diperoleh nilai signifikansi pada kolom *Deviation from Linearity* sebesar $0,280 > 0,05$ dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel X dan variabel Y bersifat linear. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besar variabel FOMO terhadap *Self-esteem*. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat melalui *R square* (R^2) yang berkisar antara 0 sampai 1. Semakin besar nilai R^2 maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, begitu pun sebaliknya.

Tabel 3. Hasil Koefisien determinasi

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R square</i>	<i>Adjusted R square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0,594 ^a	0,353	0,345	7,513

Dapat dilihat dari Tabel 3, bahwa koefisien determinasi sebesar 0,353 (35,3%). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (FOMO) berpengaruh terhadap variabel dependen (*Self-esteem*) sebesar 35,3%, sedangkan sisa yang 64,7% merupakan variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Setelah dilakukan perhitungan menggunakan software SPSS, uji hipotesis peneliti menggunakan uji t dan koefisien determinasi diartikan bahwa variabel satu berpengaruh pada variabel lainnya untuk mengetahui diterima tidaknya hipotesis serta seberapa besar hubungan antara FOMO dengan *Self-esteem*. Berikut hasil dari uji hipotesis menggunakan software SPSS 25.0:

Tabel 4. Hasil Regresi Linier Sederhana

	<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>	<i>Standardized Coefficients</i>		<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	(Constant)	30,361	6,977		4,351	0,000
	FOMO	0,552	0,084	0,594	6,604	0,000

Dari Tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai koefisien regresi bernilai positif jadi bisa ditarik kesimpulan bahwa FOMO memiliki hubungan positif terhadap *Self-esteem*. Sehingga persamaan regresinya ialah

$$Y = 30.361 + 0.552X$$

Dari Tabel 4 dapat dilihat beberapa persamaan regresi linear sederhana, di mana $\alpha = 30,361$ adalah nilai konstanta regresi variabel. Angka ini memiliki arti jika ada FOMO maka *Self-esteem* nilainya sebesar 30,361. Sedangkan $\beta = 0,552$ merupakan angka koefisien regresi nilainya sebesar 0,552. Yang artinya apabila siswa mengalami tingkat FOMO sebesar 1% maka *Self-esteem* dalam diri siswa meningkat sebesar 0,552. Dapat dilihat bahwa hasil dari uji t menunjukkan variabel FOMO memiliki nilai t signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang artinya bahwa variabel satu berpengaruh pada variabel lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan untuk koefisien determinasi diperoleh nilai 0,353 (35,3%). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (FOMO) berpengaruh terhadap variabel dependen (*Self-esteem*) sebesar 35,3%, sedangkan sisa yang 64,7% merupakan variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap *Self-esteem* pada siswa SMAN 1 Sreseh. FOMO dalam penelitian ini mengacu pada konsep yang dikembangkan oleh Przybylski, sementara *Self-esteem*

merujuk pada konsep yang dikemukakan oleh Rosenberg. Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu uji normalitas, uji linieritas, uji koefisien determinasi dan uji t parsial. Berdasarkan hasil uji normalitas, diperoleh nilai signifikan sebesar 0,200 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05., hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Kemudian, hasil dari uji linearitas antara variabel FOMO dan *Self-esteem* diperoleh nilai dari *Deviation from Linearity* sebesar $0,280 > 0,05$, yang berarti hubungan keduanya bersifat linear dan memenuhi syarat untuk analisis regresi.

Berdasarkan hasil analisis uji t (parsial), diperoleh nilai t hitung sebesar 6,604 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari batas signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$), yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel FOMO terhadap *Self-esteem*. Pada uji koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0,353, yang berarti FOMO memberikan pengaruh sebesar 35,3% terhadap *Self-esteem* sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selain itu, nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,552 menunjukkan arah pengaruh yang positif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa FOMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Self-esteem* pada siswa SMAN 1 Sreseh. Artinya, semakin tinggi tingkat FOMO yang dirasakan, maka semakin tinggi pula tingkat *Self-esteem* siswa.

Temuan ini menarik karena berbeda dari pandangan yang dikemukakan oleh Prybylski dkk, yang menyatakan bahwa seseorang yang mengalami FOMO cenderung memiliki tingkatan kepuasan hidup yang lebih rendah, mereka akan sering menggunakan media sosial untuk tetap terhubung dengan aktifitas orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa FOMO dapat berdampak negatif pada kesejahteraan psikologis mereka, karena harus memantau sosial media secara terus menerus agar tidak merasa tertinggal. Dalam penelitian ini, FOMO justru mendorong siswa untuk lebih aktif dalam pergaulan dan mengikuti berbagai aktivitas yang pada akhirnya meningkatkan *Self-esteem*.

Menurut Rosenberg *Self-esteem* merupakan sikap individu terhadap dirinya sendiri yang mencerminkan sejauh mana ia menilai dirinya sendiri sebagai pribadi yang berharga, kompeten dan layak dihormati. Dalam penelitian ini, FOMO dapat berperan sebagai motivasi bagi siswa untuk lebih terlibat dalam aktivitas sosial, yang kemudian memperkuat perasaan berharga dan kompeten dalam diri mereka (Rosenberg, 1965). Menurut Stuart dan Sudeen *Self-esteem* merupakan bagaimana seseorang menilai dirinya

pada setiap pencapaian yang telah dilakukan dan mempertimbangkan seberapa jauh perilaku tersebut sesuai dengan citra ideal yang dimilikinya (Muhith, 2015). Siswa yang memiliki *Self-esteem* tinggi cenderung ingin menunjukkan bahwa mereka mampu mengikuti tren atau tetap *up date*, karena hal itu dianggap sebagai salah satu dari pencapaian yang sesuai dengan citra ideal mereka. Bisa dikatakan dorongan untuk tetap *up date* dan terhubung secara sosial merupakan upaya untuk memenuhi ekspektasi dirinya. Sehingga semakin tinggi tingkat FOMO yang dimiliki individu, akan mencerminkan bahwa individu merasa percaya diri dan ingin mempertahankan citra ideal yang dimilikinya dalam lingkungan sosial.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasna Farida dkk, yang meneliti tentang Hubungan *Self-esteem* dan Kepuasan Hidup dengan *Fear Of Missing Out* (FOMO) pada remaja. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara *Self-esteem* dengan FOMO memiliki arah hubungan yang positif, yang artinya semakin tinggi *Self-esteem* semakin tinggi FOMO, begitupun sebaliknya, semakin rendah *Self-esteem* semakin rendah pula FOMO. Individu dengan *Self-esteem* yang tinggi cenderung memiliki motivasi untuk menunjukkan citra diri yang tinggi. Hal ini dapat mendorong mereka untuk terus mengikuti perkembangan yang ada disekitarnya agar tidak merasa tertinggal, sehingga berpotensi menimbulkan tingkat FOMO yang tinggi (Triani dan Ramadhani, 2017).

Temuan serupa juga terdapat dalam penelitian lain yaitu penelitian yang dilakukan oleh Urifan dan Pravesti yang meneliti tentang Hubungan antara *Self-esteem* dan FOMO pada siswa kelas XII SMAN 1 Menganti Gresik. Penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara *Self-esteem* dan FOMO. Artinya semakin tinggi harga diri seseorang, semakin besar pula kemungkinan mereka mengalami FOMO. Sebaliknya, siswa dengan *Self-esteem* yang rendah cenderung memiliki risiko FOMO yang lebih rendah. Mayoritas siswa dalam penelitian ini memiliki tingkat *Self-esteem* dan FOMO pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari mereka memiliki rasa percaya diri yang cukup baik, namun tetap menunjukkan kecenderungan untuk terlibat atau mengikuti aktivitas dan informasi yang sedang terjadi di lingkungan sosial mereka (Urifan dan Pravesti, 2025).

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan guru BK dan siswa, fenomena mengikuti tren sangat kuat dikalangan siswa. Guru Bk mengamati bahwa siswa berusaha

mengikuti tren terkini agar merasa tidak ketinggalan zaman. Hal ini mencerminkan bahwa meskipun memiliki *Self-esteem* yang baik, siswa tetap merasa terdorong untuk terlibat dalam pergaulan sosial termasuk mengikuti tren yang sedang berkembang. Pandangan siswa juga mendukung hasil penelitian dimana mereka menganggap mengikuti tren sebagai sebagian penting dalam hubungan sosial. Kondisi ini menjelaskan mengapa FOMO dapat muncul pada siswa dengan *Self-esteem* tinggi. Rasa percaya diri yang dimiliki siswa dan keinginan untuk tetap aktif dalam pergaulan sosial justru bisa mendorong mereka untuk terus terlibat dan mengikuti tren terkini. Hal ini bukan hanya untuk merasa diterima, tetapi juga sebagai bentuk aktualisasi diri. Dalam konteks ini, FOMO tidak hanya menjadi gejala ketidakpuasan diri tetapi juga sebuah usaha untuk mempertahankan eksistensi dan posisi dalam kelompok sosial, yang pada gilirannya berkontribusi pada meningkatnya *Self-esteem*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh FOMO terhadap *Self-esteem* di SMAN 1 Sreseh Sampang, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara FOMO terhadap *Self-esteem* remaja di SMAN 1 Sreseh. Hal ini ditunjukkan dengan hasil penelitian yang memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan arah hubungan positif, sehingga dengan ini dapat dinyatakan bahwa H_a dalam penelitian ini diterima. Adapun besarnya pengaruh FOMO terhadap *Self-esteem* adalah sebesar 35%. Sehingga semakin tinggi kecenderungan FOMO pada remaja di SMAN 1 Sreseh Sampang semakin tinggi pula tingkat *Self-esteem* yang mereka miliki. Penelitian ini menunjukkan bahwa FOMO tidak selalu berkaitan dengan rendahnya *Self-esteem*. Sebaliknya, dalam konteks remaja FOMO justru cenderung muncul dengan *Self-esteem* yang tinggi. Hal ini disebabkan oleh dorongan untuk mempertahankan ekstensi sosial dan menyesuaikan dengan lingkungan pergaulan. Dengan kata lain FOMO bukan semata-mata bentuk ketidakpuasan diri, melainkan juga upaya untuk tetap relevan dan diterima secara sosial, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kepercayaan diri.

DAFTAR RUJUKAN

- Andrew K. Przybylski, Kou Murayama, Cody R. DeHaan, & Valerie Gladwell. (2013). Motivational, Emotional and Behavioural Correlates of *Fear of Missing Out*. *Computers in Human Behavior*, 29 (4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Baker, Z. G., Krieger, H., & LeRoy, A. S. (2016). *Fear of Missing Out* : Relationships with Depression, Mindfulness, and Physical Symptoms. *Translational Issues in Psychological Science*, 2 (3), 275-282. <http://dx.doi.org/10.1037/tps0000075>
- Dan Herman. (2000). "Introducing Short-term Brands: A New Branding Tool for a New Consumer Reality," *Journal of Brand Management*, 7 (5), 30–340. <https://doi.org/10.1057/bm.2000.23>
- Humaidy, M. A. A., Wahyuningrum, S. R., Mubarak, R., & Mariyam, S. (2024). The Social Piety Index in Sumenep Regency by Analyzing Stability, Solidarity, and Mutual Cooperation. *KARSA Journal of Social and Islamic Culture*, 32(1), Article 1. <https://doi.org/10.19105/karsa.v32i1.12551>
- Parawansa, Dita Sukma, Maryati Rahayu, dan Bida Sari. (2021). Pengaruh ROA, DER, dan SIZE terhadap Return Saham pada Perusahaan yang terdaftar di BEI, *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4 (2), 5. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1010>
- Qomariyah, N., & Wahyuningrum, S. R. (2023). The Effectiveness of Group Counseling with Reframing Techniques to Increase the Students Self-Confidence at MA Al-Qodiry Pamekasan. *Proceeding of Annual International Conference on Islamic Education and Language (AICIEL)*, 188–201.
- Rosanti, R., Zubair, F., & Nugraha, A. R. (2020) Strategi Media Sosial Peace Generation Indonesia dalam Mengampanyekan Nilai-Nilai Perdamaian. *Profesi Humas*, 10 (10), 10-20. <https://repository.unpad.ac.id/handle/kandaga/210310160038>
- Rosenberg. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press
- Sahir, Syafrida Hafni. (2021). *Metodologi Penelitian*, Bojonegoro: Penerbit KBM Indonesia
- Shihab, M. Quraish. (2008). *Tafsir Al-Misbah Volume 1: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Quran*. Jakarta: Lentera hati
- Triani, Cahyani Indah dan Neila Ramadani. (2017). Tesis : Hubungan Kebutuhan Berelasi dan Fear of Missing Out dengan Harga Diri sebagai Variabel Moderator, (Yogyakarta: Universitas Gajah Mada
- Ulfah, A. K., Razali, R., Rahman, H., Ghofur, A., Bukhory, U., Wahyuningrum, S. R., Yusup, M., Inderawati, R., & Muqoddam, F. (2022). *Ragam Analisis Data Penelitian (Sastra, Riset dan Pengembangan)*. IAIN Madura Press.
- Urifan, Mohammad Fajar dan Cindy Asli Pravesti. (2025). Hubungan antara *Self esteem* dan FOMO pada siswa kelas XII SMAN 1 Menganti Gresik, *G-COUNS: Jurnal bimbingan dan Konseling*, 9 (2), 1244. <https://doi.org/10.31316/g-couns.v9i2.6265>
- Wahyuningrum, S. R. (2020). *Statistika Pendidikan (Konsep Data dan Peluang)*. Jakad Media Publishing. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=41HWDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=info:FNeOnq_Btg8J:scholar.google.com&ots=_VOQkRdFBi&sig=iEnr5QYZKh9a3k-iOwgt0NkQWZw&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

- Wahyuningrum, S. R., & Damayanti, M. C. O. (2024). *Self-Management: Peningkatan Konsentrasi Belajar Siswa SMPN 1 Galis* (SSRN Scholarly Paper 4932267). Social Science Research Network. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4932267>
- Wahyuningrum, S. R., & Fransiska, M. (2023). Pengaruh Efikasi Diri dan Kemandirian terhadap Pilihan Karier Siswa. *Edu Consilium : Jurnal Bimbingan dan Konseling Pendidikan Islam*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.19105/ec.v4i1.7713>
- Wahyuningrum, S. R., Ghofur, A., Mufrihah, A., Hasanah, I., & Aisa, A. (2026). Self-Adaptive Systems: Redefining Best Practices in AI and Big Data in Recruitment. In *Emerging Technologies for Recruitment Strategy and Practice* (pp. 27–58). IGI Global Scientific Publishing. <https://doi.org/10.4018/979-8-3373-6516-9.ch002>
- Wahyuningrum, S. R., & Muhlis, A. (2020). *Statistika Pendidikan Edisi Kedua (dengan Statistika Al-Qur'an)*. Jakad Media Publishing. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=tiMIEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=info:ssSzyuaOeo4J:scholar.google.com&ots=zOFIYuhi5_&sig=7g_-jkbAUoKd8oDSClo4JDCybTQ&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Wahyuningrum, S. R., & Riskiyah, E. H. (2021). Implementasi Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan Penjualan Kerupuk Puli Pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Larangan Tokol, Pamekasan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*, 3(2).