

PENELITIAN ASLI

PENGARUH *SELF-ESTEEM* DAN KEPUASAN HIDUP TERHADAP FENOMENA FOMO DI INSTAGRAM PADA MAHASISWA PERGURUAN TINGGI SWASTA

Nabila Permata Sari¹, Octa Reni Setiawati^{1*}, Prida Harkina¹

¹Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Malahayati Bandar Lampung, Lampung 35152, Indonesia

Info Artikel	Abstrak
Riwayat Artikel: Tanggal Dikirim: 20 Agustus 2025 Tanggal Diterima: 29 September 2025 Tanggal Dipublish: 01 Desember 2025	Latar belakang: Mahasiswa kerap menghadapi tekanan psikologis yang kompleks, terutama akibat penggunaan media sosial secara berlebihan seperti Instagram. Salah satu dampak psikologis yang muncul adalah <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) yaitu rasa takut merasa “tertinggal” karena tidak mengikuti aktivitas tertentu.
Kata kunci: <i>self esteem</i> ; kepuasan hidup; Fomo, mahasiswa; Instagram	Tujuan: untuk mengetahui pengaruh <i>self-esteem</i> dan kepuasan hidup terhadap Fomo pada mahasiswa pengguna Instagram. Metode: menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik <i>quota sampling</i> , melibatkan 165 mahasiswa dari 11 perguruan tinggi swasta di Kota Bandar Lampung sebagai responden. Hasil: analisis regresi menunjukkan bahwa secara simultan <i>self esteem</i> dan kepuasan hidup berpengaruh signifikan terhadap FOMO. Secara parsial menunjukkan bahwa <i>self esteem</i> berpengaruh signifikan terhadap FOMO, sedangkan kepuasan hidup juga memiliki pengaruh signifikan. Hasil ini mengindikasikan bahwa perubahan dalam tingkat <i>self esteem</i> dan kepuasan hidup turut memengaruhi tingkat FOMO yang dirasakan mahasiswa. Kesimpulan: menegaskan pentingnya perhatian terhadap faktor psikologis mahasiswa di tengah dominasi media sosial, serta perlunya edukasi literasi digital dan penguatan psikologis untuk menekan dampak negatif penggunaan Instagram secara berlebihan.
Penulis Korespondensi: Octa Reni Setiawati Email: octa_reni@malahayati.ac.id	

Jurnal Psychomutiara
e-ISSN: 2615-5281
Vol. 8 No. 2 Desember, 2025 (Hal 126-136)

Homepage: <https://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/Psikologi>
DOI: <https://doi.org/10.51544/psikologi.v8i2.6328>

How To Cite: Sari, Nabila Permata, Octa Reni Setiawati, and Prida Harkina. 2025. “Pengaruh Self-Esteem Dan Kepuasan Hidup Terhadap Fenomena Fomo Di Instagram Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta.” *Jurnal Psychomutiara* 8 (2): 126–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.51544/psikologi.v8i2.6328>.



Copyright © 2025 by the Authors, Published by Program Studi: Psikologi Fakultas Farmasi dan Ilmu Kesehatan Universitas Sari Mutiara Indonesia. This is an open access article under the CC BY-SA Licence ([Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)).

1. Pendahuluan

Fear Of Missing Out (FOMO) adalah perasaan khawatir akan terlewatkan momen berharga atau tidak dapat selalu terhubung dengan platform media sosial. Situasi ini dapat menimbulkan ketergantungan atau kecanduan terhadap media sosial, terutama dalam interaksi antar individu (Przybylski, 2013). Przybylski 2013 mengatakan FOMO juga mencerminkan kekhawatiran ketika seseorang tidak bisa mendapatkan informasi tentang aktivitas teman atau orang lain yang terlihat lebih menyenangkan dibandingkan aktivitas yang sedang dijalannya, sehingga memicu perasaan takut kehilangan momen penting. Hal ini dapat menimbulkan stres ketika momen penting tidak diketahui, baik dalam konteks pribadi maupun sosial.

Przybylski (dalam Farida, 2021) mengatakan bahwa secara umum, respons sosial terhadap penggunaan media sosial sering kali memunculkan kecenderungan untuk membandingkan diri dengan orang lain berdasarkan persepsi terhadap kebahagiaan dan kenyamanan hidup. Melalui media sosial, seseorang dapat memperoleh informasi tentang kehidupan orang lain, yang kerap dijadikan sebagai bentuk penghargaan terhadap diri sendiri (*self-reward*), terutama ketika mendapat perhatian atau pengakuan. Berdasarkan penelitian Veronika dkk. (2021) terhadap 638 remaja Indonesia, sebanyak 6,9% mengalami FOMO tinggi dan 1,9% sangat tinggi, sementara 50,4% berada pada kategori sedang. Ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh remaja mengalami FOMO pada tingkat sedang hingga tinggi, yang berarti perasaan takut tertinggal dari aktivitas sosial teman-teman mereka cukup umum terjadi di kalangan generasi muda Indonesia. Kemudian hasil penelitian yang dilakukan Fazria dkk. (2024) ditemukan bahwa fenomena *fear of missing out* (FOMO) cukup signifikan di kalangan remaja pengguna media sosial di Kota Padang. Dari total 272 responden, sebagian besar menunjukkan tingkat FOMO yang cukup tinggi, di mana 35,7% berada pada level intensitas yang tinggi dan 7,7% menunjukkan tingkat FOMO yang sangat intens.

Berdasarkan survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), data tahun 2024 menunjukkan bahwa pelajar dan mahasiswa merupakan kelompok pengguna media sosial paling dominan, dengan persentase mencapai 34,40%. Sementara itu, laporan *Digital 2025* yang dipublikasikan oleh We Are Social bersama Kepios pada Maret 2025 menyebutkan bahwa Indonesia termasuk negara dengan durasi penggunaan media sosial tertinggi secara global. Rata-rata waktu yang dihabiskan oleh pengguna media sosial di Indonesia mencapai sekitar 188 menit per hari, atau setara dengan 3 jam 8 menit.

Hakim & Fatoni (2020) mengatakan remaja seperti mahasiswa cenderung meniru perilaku yang mereka lihat di media sosial, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi identitas diri mereka. Hal ini disebabkan oleh periode eksplorasi yang intens, di mana mereka mudah terpengaruh oleh tren dan kreativitas yang berkembang di masyarakat. Kebiasaan remaja dalam mengakses media sosial secara rutin bisa menjadi salah satu faktor yang meningkatkan kecenderungan mereka terhadap Fomo. Pernyataan ini diperkuat oleh penelitian Safitri dkk. (2024) yang menunjukkan bahwa perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap gaya hidup di media sosial. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa intensitas penggunaan media sosial berperan dalam memunculkan perasaan cemas dan ketidakpuasan, yang umumnya dipicu oleh adanya perbandingan sosial di platform media sosial.

Wiyono (2023) mengatakan media sosial merupakan hasil dari perkembangan teknologi komunikasi yang telah bergeser dari bentuk tradisional ke arah yang lebih modern melalui pemanfaatan internet sebagai alat untuk berinteraksi, bertukar informasi, dan menjalin komunikasi sesuatu yang sangat penting bagi masyarakat masa kini. Saat ini, internet sebagai sarana komunikasi menjadi semakin mudah dijangkau

melalui perangkat ponsel. Ponsel menghadirkan berbagai fitur yang memfasilitasi pengguna dalam berkomunikasi dan berinteraksi melalui platform media sosial seperti Instagram, Line, WhatsApp, TikTok, dan lain sebagainya. Keberadaan media sosial tersebut memberikan pengaruh yang luas terhadap hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat, khususnya dalam pola komunikasi sehari-hari.

Namun menurut Przybylski (2013) Kemajuan teknologi menyebabkan gangguan dalam penggunaan internet yang memunculkan fenomena baru yang disebut FOMO. Akbar dkk. (2018) menyatakan bahwa fenomena Fear of Missing Out (FOMO) dapat berdampak signifikan secara psikologis pada remaja. Dampak tersebut meliputi masalah identitas, rasa kesepian, citra diri negatif, serta kecenderungan merasa tersisih dan iri terhadap orang lain. Remaja dengan tingkat FOMO tinggi cenderung bergantung pada smartphone dan media sosial, merasa gelisah tanpa akses informasi terbaru, serta rentan mengalami emosi yang buruk akibat perbandingan sosial di media sosial yang mudah diakses.

Berdasarkan pada laporan We Are Social yang dikutip oleh Databoks Katadata (2025), lima platform media sosial paling populer di Indonesia pada awal tahun 2025 adalah WhatsApp (91,7%), Instagram (84,6%), Facebook (83%), TikTok (77,4%), dan Telegram (61,6%). Secara keseluruhan, terdapat sekitar 143 juta akun media sosial di Indonesia pada Januari 2025, yang mewakili 50,2% dari total populasi nasional.

Berdasarkan laporan We Are Social yang dikutip oleh Databoks Katadata (2025) lebih lanjut menjelaskan mayoritas pengguna internet di Indonesia mengandalkan platform media sosial untuk tetap terhubung, terutama dengan kerabat dan teman-teman dekat persentase mencapai 60,5%. Selain itu, banyak pula yang memanfaatkan media sosial sebagai hiburan untuk mengisi waktu luang, yakni sebesar 57,5%. Media sosial juga digunakan sebagai sumber ide dan referensi, misalnya untuk mencari inspirasi terkait aktivitas harian atau barang yang ingin dibeli, yang dilakukan oleh sekitar 51% pengguna. Sementara itu, separuh dari pengguna internet (50%) mengakses media sosial untuk mengikuti topik atau isu yang sedang hangat dibicarakan.

Dari data yang telah dijabarkan diatas membuat penulis lebih memilih aplikasi Instagram sebagai media pengumpulan data pada penelitian ini. Instagram sebagai objek penelitian karena popularitasnya yang tinggi di Indonesia. Mengacu pada data yang ada, Instagram berada di urutan kedua sebagai platform media sosial yang paling sering digunakan, setelah WhatsApp, dengan proporsi pengguna mencapai 84,6%. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki jangkauan luas dan relevansi yang signifikan di kalangan masyarakat pengguna media sosial.

Survei laporan dari Data Reportal yang mengutip data resmi dari Meta pada Januari 2025, Instagram memiliki sekitar 1,74 miliar pengguna aktif di seluruh dunia. Lima negara dengan jumlah pengguna terbanyak adalah India dengan 414 juta pengguna, disusul oleh Amerika Serikat (172 juta), Brasil (141 juta), Indonesia (103 juta), dan Turki (58,5 juta). Dari sisi usia, sebagian besar pengguna Instagram berada di rentang usia 18 hingga 34 tahun. Pengguna pria berusia 18-24 tahun mencakup 17,2%, sementara wanita di usia yang sama mencakup 14,4%. Untuk usia 25-34 tahun, pria mencakup 18,4% dan wanita 14,6%. Kelompok usia 35-44 tahun terdiri dari 8,8% pria dan 8,5% wanita. Sementara itu, pengguna usia 45-54 tahun terdiri dari 4,4% pria dan 5,2% wanita. Pada kelompok usia 55-64 tahun, pengguna pria mencakup 2,2% dan wanita 3,0%. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna Instagram berasal dari kalangan muda, terutama pria dan wanita berusia 18-34 tahun.

Ada sejumlah faktor yang memengaruhi FOMO menurut berbagai studi. Faktor-faktor itu mencakup: (1) usia, seperti yang dijelaskan oleh Tomczyk dan Selmanagic-Lizde (2018), (2) komunikasi antara orang tua dengan anak, menurut Alt dan Boniel-Nissim (2018), (3) harga diri, interaksi sosial, serta kecemasan sosial, sebagaimana dinyatakan

oleh Abel dkk. (2016), dan (4) Faktor jenis kelamin, serta ketidakmampuan individu dalam memenuhi kebutuhan psikologis akan keterhubungan sosial (relatedness) dan kebutuhan psikologis akan diri (self) yang tidak terpenuhi, berhubungan secara signifikan dengan penurunan suasana hati dan tingkat kepuasan hidup secara keseluruhan menurut Przybylski dalam Farida (2021).

Berdasarkan penelitian mengenai self esteem yang dilakukan oleh Amalia & Sumaryanti (2022) terhadap 196 partisipan dewasa yang aktif di Instagram, self esteem memberikan dampak signifikan terhadap ambang batas FOMO. Hubungan antara keduanya bersifat invers, artinya semakin besar self esteem individu, maka semakin kecil peluangnya untuk Mengalami FOMO. Dikatakan bahwa jika self esteem seseorang meningkat, kemungkinan mereka untuk mengalami Fomo juga menurun. Orang dengan harga diri rendah lebih cenderung mengalami Fomo.

Studi lain oleh Fitri dan rekan-rekan. (2024) menyimpulkan bahwa self esteem berpengaruh terhadap fear of missing out (FOMO) pada generasi Z yang menggunakan media sosial, dengan pengaruh negatif yang signifikan. Hal itu menunjukkan bahwa semakin tinggi harga diri individu, maka semakin rendah Fomo yang dirasakannya, dan sebaliknya. Merujuk pada studi yang disebutkan dalam Isnéniah et al. (2024), yakni studi oleh Gunawan (2021), menguraikan bahwa tingkat kepuasan hidup yang rendah dapat memicu Fomo yang tinggi, yang berdampak pada penurunan harga diri. Menurunnya harga diri di kalangan mahasiswa dapat menyebabkan berbagai efek buruk, seperti berkurangnya prestasi akademik, perasaan rendah diri atau tidak percaya diri saat berbicara di depan umum, kesulitan dalam berkomunikasi dengan orang lain, hingga kemungkinan melakukan tindakan kekerasan. Sebaliknya, kepuasan hidup yang rendah berpotensi meningkatkan tingkat Fomo. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, studi ini berfokus pada bagaimana self-esteem dan kepuasan hidup berperan dalam timbulnya fenomena Fomo di platform Instagram. Topik ini penting untuk diteliti karena Instagram adalah salah satu platform media sosial terpopuler di Indonesia, terutama di kalangan anak muda dan dewasa. Kelompok umur ini, yang sebagian besar adalah mahasiswa, dikenal sangat aktif dalam penggunaan media sosial, sehingga lebih mudah mengalami Fomo.

Saat ini, mahasiswa sedang berada dalam tahap eksplorasi identitas yang intens, menjadikan mereka lebih rentan terhadap tren digital yang memengaruhi pola pikir, perilaku, dan tingkat percaya diri. Tekanan dari tuntutan akademik dan lingkungan sosial juga dapat memengaruhi tingkat kepuasan hidup mereka. Karena itu, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut bagaimana *self-esteem* dan kepuasan hidup berpengaruh terhadap Fomo di kalangan mahasiswa. Yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah individu yang berasal dari latar belakang Perguruan Tinggi Swasta (PTS), karena sesuai dengan pandangan Maula (2018) mahasiswa PTS sering mengalami tantangan yang berbeda dibandingkan mahasiswa PTN, seperti tekanan biaya pendidikan yang lebih besar, akses terbatas terhadap fasilitas akademik, hingga stigma sosial yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan hidup serta rasa percaya diri mereka. Tantangan ini mungkin dapat memperbesar kerentanan terhadap Fomo, terutama dalam konteks media sosial sebagai alat perbandingan sosial.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif melalui desain survei guna menguji dampak variabel independen (*self-esteem* dan kepuasan hidup) terhadap variabel dependen (fear of missing out/FOMO). Variabel diidentifikasi sebagai berikut: variabel terikat (Y) adalah FOMO, variabel bebas (X_1) adalah *self-esteem*, dan variabel bebas (X_2) adalah kepuasan hidup. Definisi operasional variabel mencakup: FOMO sebagai rasa khawatir kehilangan momen berharga, dinilai menggunakan skala adaptasi

dari Przybylski et al. (2013) oleh Cahyani (2023) merujuk pada aspek relatedness dan self; self esteem dinilai sebagai penilaian diri yang komprehensif, diukur menggunakan skala adaptasi Coopersmith (1967) oleh Syawalli (2023) berdasarkan aspek power, significance, virtue, dan competence; serta kepuasan hidup sebagai evaluasi kualitas hidup secara menyeluruh, diukur dengan Satisfaction with Life Scale (SWLS) dari Diener dkk. (1985) yang diubah oleh Anugrah (2020).

Populasi penelitian melibatkan mahasiswa aktif di 11 Perguruan Tinggi Swasta (PTS) yang berada di Kota Bandar Lampung, dengan jumlah total 21.761 mahasiswa menurut data PDDIKTI 2024. Sampel diperoleh melalui teknik quota sampling, dengan 15 responden dari setiap PTS, sehingga total sampel menjadi 165 responden. Kriteria untuk responden meliputi: mahasiswa PTS di Bandar Lampung, berusia 18-24 tahun, berstatus aktif, dan aktif menggunakan Instagram (rata-rata 188 menit/hari).

Informasi didapatkan melalui kuesioner yang menggunakan skala Likert. Instrumen terdiri dari: (1) Skala FOMO (24 item awal, 18 item yang valid setelah uji coba), mencakup aspek keterhubungan dan diri; (2) Skala harga diri (25 item awal, 20 item yang valid), meliputi aspek kekuasaan, makna, kebaikan, dan kemampuan; serta (3) Skala SWLS (5 item, semuanya valid). Validitas diuji melalui korelasi bivariat Pearson dengan r -tabel 0,463 ($N=30$, $\alpha=0,01$), di mana item yang memiliki r -hitung $>$ r -tabel dianggap valid. Uji reliabilitas dilakukan dengan Cronbach's Alpha, menghasilkan nilai 0,873 (FOMO), 0,947 (harga diri), dan 0,830 (SWLS), yang menunjukkan tingkat reliabilitas yang tinggi.

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS 22, meliputi uji prasyarat (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap terikat, uji hipotesis, koefisien determinasi, serta sumbangan efektif dan relatif. Penelitian ini telah mendapat persetujuan komisi etik universitas malahayati dengan nomor 5003/EC/KEP-UNMAL/VII/2025.

3. Hasil

Tabel 1. Frekuensi Responden Berdasarkan Asal Universitas

Nama Universitas	Jumlah Responden	Presentase
Universitas Bandar Lampung	15	9.1%
Universitas Malahayati	15	9.1%
Universitas Mitra Indonesia	15	9.1%
Universitas Muhammadiyah Lampung	15	9.1%
Universitas Satu Nusa Lampung	15	9.1%
Universitas Saburai	15	9.1%
Universitas Teknokrat Indonesia	15	9.1%
Universitas Tulang Bawang	15	9.1%
IIB Darmajaya	15	9.1%
Institut Maritim Prasetya Mandiri	15	9.1%
STKIP PGRI Bandar Lampung	15	9.1%
Total	165	100%

Berdasarkan data dalam tabel, dapat diketahui bahwa setiap perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung berkontribusi secara merata dan proporsional terhadap jumlah responden dalam penelitian ini. Masing-masing dari sebelas universitas menyumbangkan sekitar 9.1% dari total partisipan, yang secara keseluruhan berjumlah 165 orang.

Tabel 2. Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Pria	72	43.6%
Wanita	93	56.4%
Total	165	100%

Berdasarkan data pada tabel diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah wanita, yaitu sebanyak 93 orang atau sebesar 56.4% dari total responden. Sementara itu, responden pria berjumlah 72 orang, yang setara dengan 43.6%. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi responden perempuan dalam penelitian ini lebih tinggi dibandingkan laki-laki.

Tabel 3. Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Presentase
18	11	6.7%
19	16	9.7%
20	28	17%
21	29	17.6%
22	30	18.2%
23	30	18.2%
24	21	12.7%
Total	165	100%

Berdasarkan distribusi usia responden, mayoritas partisipan dalam penelitian ini berada pada rentang usia 20 hingga 23 tahun, dengan proporsi tertinggi masing-masing pada usia 22 dan 23 tahun, yaitu sebesar 18.2%. Usia responden termuda adalah 18 tahun (6.7%) dan tertua 24 tahun (12.7%).

Tabel 4. Hasil Koefisien Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	59.714	3.887
Self Esteem (X ₁)	0.140	0.056
Kepuasan Hidup (X ₂)	0.250	0.115

Tabel ini menunjukkan persamaan regresi linier berganda: $Y = 59.714 + 0.140X_1 + 0.250X_2 + \epsilon$, yang menggambarkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada *self esteem* meningkatkan FOMO sebesar 0.140, dan setiap peningkatan satu satuan pada *kepuasan hidup* meningkatkan FOMO sebesar 0.250, dengan konstanta 59.714.

Tabel 5. Hasil Uji F (Simultan)

Model	Mean Square	F	Sig.
Regression	414.867	6.372	0.002
Residual	65.107		

Uji F menunjukkan nilai signifikansi 0.002 (< 0.05), yang berarti *self esteem* dan *kepuasan hidup* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap FOMO, mendukung tujuan penelitian ketiga.

Tabel 6. Hasil Uji T (Parsial)

Model	β	t	Sig.
Self Esteem	0.192	2.517	0.013
Kepuasan Hidup	0.165	2.164	0.032

Uji t menunjukkan *self esteem* (Sig. = 0.013 < 0.05) dan *kepuasan hidup* (Sig. = 0.032 < 0.05) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap FOMO, mendukung tujuan penelitian pertama dan kedua.

Tabel 7. Hasil R-Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.270	0.073	0.061	8.069

Nilai R-Square sebesar 0.073 menunjukkan bahwa *self esteem* dan *kepuasan hidup* secara bersama-sama menjelaskan 7.3% variasi FOMO, sedangkan 92.7% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Tabel 8. Hasil Sumbangan Efektif dan Sumbangan Relatif

Variabel	SE (Efektif)	SR (Relatif)
Self Esteem	4.13%	56.58%
Kepuasan Hidup	3.17%	43.42%
Total	7.30%	100%

Tabel ini menunjukkan bahwa *self esteem* memiliki kontribusi lebih dominan (4.13% efektif, 56.58% relatif) dibandingkan *kepuasan hidup* (3.17% efektif, 43.42% relatif) terhadap FOMO, mendukung analisis pengaruh kedua variabel secara terpisah dan bersama-sama.

4. Pembahasan

Penelitian ini menerapkan metode regresi berganda dengan tujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat pengaruh antara harga diri dan kepuasan hidup terhadap Fear Of Missing Out (FOMO). Studi dilaksanakan pada mahasiswa dan mahasiswi dari 11 perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung, dengan menerapkan teknik quota sampling sebanyak 165 responden, yaitu 15 individu dari masing-masing universitas. Pengolahan data dilaksanakan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS 22 for Windows. Studi ini membagi tingkat FOMO menjadi tiga kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Karakteristik responden dalam penelitian ini mencakup 93 perempuan yang mewakili 56,4% dari total responden, dan 72 laki-laki yang berjumlah 43,6%.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis melalui uji F (simultan), diperoleh nilai F sebesar 6.372 dengan tingkat signifikansi (p-value) sebesar 0.002 ($p < 0.05$). Ini menunjukkan bahwa variabel harga diri (X1) dan kepuasan hidup (X2) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan takut ketinggalan (Y).

Selanjutnya, secara parsial, nilai signifikansi untuk variabel self esteem yaitu 0.013 ($p < 0.05$) menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara self esteem dan fear of missing out (FOMO) dengan arah hubungan yang positif. Hasil ini konsisten dengan penelitian Farida (2021), yang menunjukkan adanya hubungan positif antara self esteem dan FOMO. Semakin tinggi self esteem, semakin besar pula kecenderungan untuk mengalami FOMO. Dalam penelitiannya, dijelaskan bahwa individu dengan self esteem tinggi cenderung lebih termotivasi untuk menunjukkan diri secara optimal dan membandingkan diri dengan orang lain di media sosial

Sementara itu, untuk variabel kepuasan hidup yang diuji secara terpisah, nilai signifikansinya adalah 0.032 ($p < 0.05$), yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kepuasan hidup dan fear of missing out (FOMO) dengan arah hubungan yang positif. Penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Walangitan & Iriani Dewi (2024) yang menyatakan bahwa ada hubungan signifikan dan positif antara kepuasan hidup dan FOMO.

Penelitian ini terdiri atas tiga kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Berdasarkan analisis data, pada variabel Fear Of Missing Out (Y) tampak bahwa sebagian besar responden menunjukkan tingkat FOMO yang tinggi, yaitu sebanyak 142 orang (86,1%). Sebanyak 22 individu (13,3%) termasuk dalam kategori sedang, dan hanya 1 individu (0,6%) berada pada kategori rendah. Ini menunjukkan bahwa responden menunjukkan kecenderungan khawatir kehilangan momen berharga dan ingin tetap terhubung dengan media sosial secara intens. Tingginya temuan FOMO pada responden dari perguruan tinggi swasta ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fazria dan rekan-rekan. (2024), yang menyebutkan bahwa FOMO dalam kategori tinggi mempengaruhi keadaan psikologis individu, seperti meningkatnya kecemasan, tekanan sosial, dan dorongan kuat untuk terus aktif di media sosial agar tidak merasa ketinggalan. Dengan demikian, disimpulkan bahwa mahasiswa di perguruan tinggi swasta Bandar Lampung menunjukkan kecenderungan FOMO yang tinggi, yang berpengaruh pada timbulnya tantangan psikologis dalam penggunaan media sosial.

Berdasarkan analisis mean per-aspek pada variabel fear of missing out (FOMO), diperoleh bahwa aspek Kekurangan Pemenuhan Kebutuhan Psikologis terhadap Diri Sendiri (self) memiliki nilai rata-rata (mean) tertinggi mencapai 4.11. Berdasarkan Przybylski dan rekan-rekannya. (2013), ini menunjukkan bahwa kelemahan dalam aspek tersebut adalah dimensi paling dominan yang membentuk tingkat FOMO pada responden. Aspek ini meliputi dua kebutuhan fundamental, yaitu kemampuan dan kebebasan. Kompetensi menunjukkan keinginan seseorang untuk merasa mampu membentuk hubungan sosial, dan jika tidak tercapai, dapat menyebabkan rasa frustrasi. Otonomi terkait dengan kebebasan seseorang dalam membuat pilihan tanpa paksaan. Saat kedua kebutuhan ini tidak dipenuhi, individu biasanya mencari kompensasi melalui aktivitas online, seperti menggunakan media sosial. Ini menjadi metode tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan psikologis, tetapi justru dapat memperbesar kecenderungan FOMO karena adanya pendorong untuk terus terlibat dalam aktivitas orang lain agar tetap merasa terhubung.

Berdasarkan analisis data variabel X1 yang merupakan self esteem, mayoritas responden tergolong dalam kategori tinggi, yakni sebanyak 119 orang (72.1%). Sementara itu, jumlah responden dengan self esteem sedang adalah 26 orang (15.8%), sedangkan yang termasuk rendah mencapai 20 orang (12.1%). Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memiliki self esteem yang tinggi, mencerminkan rasa percaya diri, penghargaan terhadap diri, serta kemampuan untuk menilai diri secara positif. Hal ini sejalan dengan penelitian Noorfatima (2023) yang mengungkapkan bahwa individu dengan rasa percaya diri tinggi menyadari akan nilai diri, mampu menghargai diri sendiri, serta cenderung memiliki pandangan positif terhadap kemampuan dan pencapaian pribadi.

Hasil ini juga didukung oleh Farida (2021) yang mengemukakan bahwa individu dengan self-esteem tinggi cenderung memandang diri mereka secara positif, lebih termotivasi untuk menampilkan diri secara optimal, serta membandingkan diri dengan orang lain di media sosial. Keadaan ini dapat memicu kecenderungan FOMO akibat adanya tekanan untuk tidak ketinggalan dalam beragam aktivitas sosial maupun prestasi yang ditunjukkan orang lain. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa PTS dalam penelitian ini memiliki tingkat self esteem yang cenderung tinggi, tetapi

keadaan tersebut justru dapat berkontribusi terhadap munculnya FOMO saat individu merasa perlu terus membandingkan dirinya dengan orang lain di platform media sosial. Analisis kategorisasi per-aspek pada variabel harga diri menunjukkan bahwa aspek keberartian (significance) memiliki nilai rata-rata (mean) tertinggi, mencapai 3.70. Ini menunjukkan bahwa aspek keberartian adalah dimensi yang paling berpengaruh dalam mempengaruhi tingkat self esteem responden. Menurut Coopersmith (1967), aspek keberartian berkaitan dengan sejauh mana seseorang merasakan perhatian, kasih, dan kepedulian dari lingkungan di sekitarnya. Hal ini menunjukkan adanya apresiasi, penerimaan sosial, serta ketertarikan dari orang lain terhadap eksistensi individu tersebut. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa perasaan dihargai dan diakui oleh lingkungan sosial merupakan faktor utama yang meningkatkan self esteem mahasiswa dalam studi ini.

Pada variabel kepuasan hidup, mayoritas responden tergolong sedang, yaitu sebanyak 109 orang (66.1%). Responden yang tergolong dalam kategori rendah terdiri dari 32 orang (19.4%), sedangkan yang masuk dalam kategori tinggi berjumlah 24 orang (14.5%). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebanyakan responden merasa puas dengan kehidupan mereka, meskipun belum mencapai tingkat kepuasan yang tinggi.

Analisis pengelompokan per-aspek pada variabel kepuasan hidup menunjukkan bahwa aspek kepuasan terhadap pengalaman hidup sebelumnya memiliki nilai rata-rata (mean) tertinggi, yaitu sebesar 3.94. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor tersebut adalah dimensi yang paling berpengaruh dalam membentuk tingkat kepuasan hidup para responden. Menurut Diener & Biswas-Diener (2008), kepuasan hidup meliputi penilaian pribadi terhadap beragam aspek hidupnya, termasuk cara ia melihat pengalaman yang telah berlalu. Orang yang merasa puas dengan masa lalunya cenderung dapat menerima semua pengalaman, baik yang positif maupun negatif, sebagai bagian dari proses belajar dan pengembangan diri. Mereka tidak terjebak dalam penyesalan, melainkan menjadikan pengalaman masa lalu sebagai refleksi yang membangun untuk meningkatkan kualitas hidup saat ini dan di masa depan. Sebagai kesimpulan, penerimaan yang baik terhadap pengalaman sebelumnya adalah faktor kunci yang mendukung kepuasan hidup responden dalam studi ini.

Santrock (2013) menyatakan bahwa rentang usia 18-25 tahun adalah fase awal dewasa, yaitu periode peralihan dari masa remaja ke dewasa yang ditandai oleh berbagai perubahan penting, seperti pendidikan, karier, hubungan interpersonal, dan pembentukan identitas diri. Pada tahap ini, individu tengah berada dalam fase eksplorasi identitas, mencari pengakuan dari lingkungan sosial, serta motivasi untuk memperlihatkan kemampuannya. Ini sejalan dengan teori perkembangan psikososial Erikson, yang mencakup tahap intimacy vs isolation, di mana individu berupaya untuk menjalin kedekatan dengan orang lain agar terhindar dari perasaan terasing.

Dalam konteks studi ini, sebagian besar mahasiswa menunjukkan tingkat harga diri yang tinggi. Situasi ini dapat dipahami karena di masa dewasa awal, orang sering memiliki keinginan yang kuat untuk menghargai dirinya, merasa yakin, serta terdorong untuk mengembangkan kemampuan. Namun, pada waktu yang bersamaan, sebagian besar responden menunjukkan tingkat kepuasan hidup yang sedang. Hal ini dapat dicerna karena mahasiswa masih berada dalam tahap transisi, di mana faktor ekonomi, karier, dan tujuan hidup mereka belum sepenuhnya stabil, sehingga tingkat kepuasan hidup mereka belum maksimal.

Kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan dan terhubung dengan lingkungan sosial inilah yang berkaitan dengan tingginya kecenderungan fear of missing out (FOMO). Studi J. Walter Thompson Intelligence (JWT) menunjukkan bahwa orang-orang berusia 18-34 tahun cenderung lebih sering mengalami FOMO dibandingkan dengan kelompok usia lainnya. Penemuan ini berkaitan dengan mahasiswa, yang di satu sisi

memiliki harga diri tinggi sebagai cerminan motivasi dan keyakinan diri, tetapi di sisi lain masih berada dalam proses mencari kepuasan hidup. Sebagai hasilnya, media sosial berfungsi sebagai alat utama untuk mendapatkan validasi sosial, membandingkan diri dengan orang lain, serta menghindari perasaan tertinggal dari lingkungan.

Oleh karena itu, dapat dimengerti bahwa usia dewasa awal yang dilewati mahasiswa PTS menjadi faktor signifikan yang menjelaskan mengapa mereka cenderung memiliki harga diri tinggi, kepuasan hidup di tingkat sedang, dan kecenderungan FOMO yang signifikan.

Nilai koefisien determinasi (R^2) yang didapatkan adalah 0.073 atau setara dengan 7,3%. Dengan kata lain, variabel *self esteem* dan kepuasan hidup secara bersamaan dapat menjelaskan pengaruh terhadap FOMO sebesar 7,3%, sementara 92,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Dengan demikian, meskipun sumbangan kedua variabel bebas termasuk kecil, namun tetap berpengaruh signifikan secara bersamaan terhadap tingkat fomo pada responden.

Hasil perhitungan sumbangan efektif dan relatif menunjukkan bahwa variabel *self esteem* memberikan sumbangan efektif sebesar 4.13 % terhadap *fear of missing out* (FOMO) pada mahasiswa pengguna Instagram, dengan sumbangan relatif sebesar 56.58 %. Di sisi lain, variabel kepuasan hidup menyumbang secara efektif sebesar 3.17 % dan secara relatif sebesar 43.42 %. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa harga diri memiliki peran yang lebih signifikan dalam memengaruhi FOMO dibandingkan dengan kebahagiaan hidup. Walaupun kedua variabel memiliki pengaruh yang signifikan, *self-esteem* memiliki dampak yang lebih besar dalam menjelaskan variasi tingkat FOMO pada responden.

5. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *self-esteem* dan *kepuasan hidup* memiliki pengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap fenomena *fear of missing out* (FOMO) pada mahasiswa aktif pengguna Instagram di Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Kota Bandar Lampung. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama berkontribusi sebesar 7.3% terhadap variasi FOMO, dengan *self-esteem* memberikan sumbangan lebih dominan (4.13% efektif, 56.58% relatif) dibandingkan *kepuasan hidup* (3.17% efektif, 43.42% relatif). Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan *self-esteem* dan *kepuasan hidup* dapat memengaruhi tingkat FOMO, meskipun sebagian besar variasi FOMO dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

6. Referensi

- 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*, 14(1), 33–44.
- Akbar, M. F., Putri, A. S., & Wulandari, R. (2018). Pengaruh *fear of missing out* terhadap kesejahteraan psikologis remaja pengguna media sosial. *Jurnal Psikologi Sosial*, 16(2), 89–97.
- Alt, D., & Boniel-Nissim, M. (2018). Parent-adolescent communication and the fear of missing out (FOMO): A cross-sectional study. *Journal of Social and Personal Relationships*, 35(10), 1391–1409.
- Amalia, R., & Sumaryanti, R. (2022). Hubungan *self-esteem* dengan *fear of missing out* pada pengguna Instagram dewasa awal. *Jurnal Psikologi Insight*, 6(1), 45–56.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Francisco: W. H. Freeman.

- Diener, E., & Biswas-Diener, R. (2008). *Happiness: Unlocking the mysteries of psychological wealth*. Malden, MA: Blackwell Publishing.
- Farida, N. (2021). *Fear of missing out* (FOMO) dan hubungannya dengan *self-esteem* pada pengguna media sosial. *Jurnal Psikologi Perkembangan*, 7(2), 123–134.
- Fazria, N., Sari, R. P., & Hidayat, R. (2024). Fenomena *fear of missing out* (FOMO) pada remaja pengguna media sosial di Kota Padang. *Jurnal Psikologi Sosial dan Klinis*, 10(1), 15–25.
- Fitri, A., Putri, R. A., & Sari, D. P. (2024). Pengaruh *self-esteem* terhadap *fear of missing out* pada generasi Z pengguna media sosial. *Jurnal Psikologi Generasi*, 8(2), 78–89.
- Gunawan, A. (2021). Hubungan kepuasan hidup dengan *fear of missing out* pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi Pendidikan*, 5(1), 34–43.
- Hakim, A., & Fatoni, M. (2020). Pengaruh media sosial terhadap identitas diri remaja. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 4(2), 56–65.
- Isnéniah, I., Sari, P., & Rahmi, A. (2024). Kepuasan hidup dan hubungannya dengan *fear of missing out* pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi Klinis*, 9(1), 22–33.
- Noorfatima, N. (2023). *Self-esteem* dan pengaruhnya terhadap perilaku pengguna media sosial. *Jurnal Psikologi Terapan*, 7(2), 101–112.
- 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.
- Safitri, R., Pratiwi, Y., & Nugroho, A. (2024). Pengaruh *fear of missing out* terhadap gaya hidup di media sosial. *Jurnal Psikologi Sosial*, 12(1), 45–54.
- Santrock, J. W. (2013). *Life-span development* (14th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Tomczyk, Ł., & Selmanagic-Lizde, E. (2018). Fear of missing out (FOMO) among youth in Bosnia and Herzegovina: Scale properties and correlation with online engagement. *Children and Youth Services Review*, 88, 65–72.
- Tuahuns, A., & Salim, R. M. (2023). Pengaruh kepuasan hidup terhadap *fear of missing out* mahasiswa pengguna media sosial Instagram dan TikTok. *Jurnal Psikologi Mahasiswa*, 6(2), 89–98.
- Veronika, S., Sari, P. R., & Handayani, T. (2021). Tingkat *fear of missing out* pada remaja Indonesia pengguna media sosial. *Jurnal Psikologi Remaja*, 5(1), 12–20.
- Walangitan, S., & Dewi, I. (2024). Hubungan kepuasan hidup dengan *fear of missing out* pada pengguna media sosial. *Jurnal Psikologi Sosial*, 13(1), 34–43.
- Wiyono, S. (2023). Perkembangan media sosial dan pengaruhnya terhadap pola komunikasi masyarakat. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(1), 23–32.