

# Hubungan Antara Self Esteem Dengan Fear Of Missing Out (FOMO) Pada Fandom Kpop Pengguna Media Sosial

Oleh:

Siti A'isah,

Hazim

Program Studi Psikologi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Mei, 2025

# Pendahuluan

- Generasi muda masa kini merupakan generasi milenial yang mengenal dan akrab dengan media sosial sebagai media untuk mencari informasi (Sintiawan et al., 2021). Penggemar Konten Korea merupakan salah satu pengguna media sosial yang menikmati berbagai layanan media sosial tersebut (Rahmawati et al., 2021). Kehadiran media sosial juga dapat menimbulkan dampak positif dan juga dampak negatif. Salah satu dampak negatifnya yaitu Fear of Missing Out (FoMO)
- Menurut pendapat yang disampaikan oleh McGinnis (2020), fear of missing out adalah ketakutan atau kecemasan tidak diinginkan yang disebabkan oleh pandangan seseorang, yang seringkali diperburuk oleh aktivitas di media sosial serta keyakinan bahwa pengalaman orang lain lebih baik daripada pengalaman mereka sendiri (Nugrahanto & Hartini, 2023).
- Self-esteem berpengaruh terhadap FoMO, menurut Siddik, Mafaza, dan Sembiring (2020), dimana self-esteem juga berperan dalam memprediksi akan munculnya FoMO berdasarkan kebutuhan individu tersebut (Ibrahim & Irna Aviani, 2024).
- Menurut Coopersmith, harga diri (Self Esteem) adalah evaluasi yang dilakukan individu terhadap dirinya sendiri (Aulyah & Isrofin, 2020).

# Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Apakah terdapat hubungan antara self esteem dengan Fear Of Missing Out (FOMO) pada fandom kpop pengguna media sosial.

## Hipotesa:

Terdapat hubungan negatif antara self esteem dengan Fear Of Missing Out (FOMO), artinya semakin tinggi self esteem maka semakin rendah Fear Of Missing Out (FOMO), dan sebaliknya, semakin rendah self esteem maka semakin tinggi Fear Of Missing Out (FOMO).

# Metode

**Jenis Penelitian**

: Kuantitatif

**Populasi**

: Fandom Kpop

**Sampel**

: 131 (Isaac & Michael)

**Teknik pengambilan sampel**

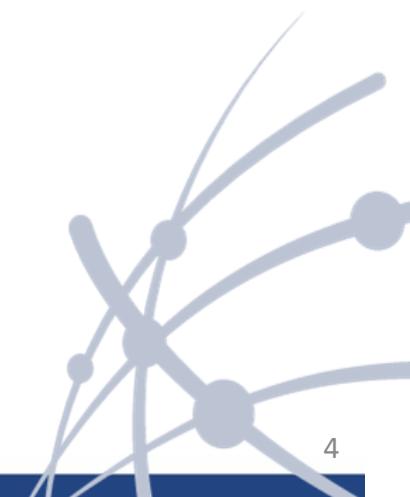
: Cluster sampling

**Teknik pengumpulan data**

: Skala likert

**Analisa data**

: Korelasi Product Moment



# Hasil

**Pearson's Correlations**

<b>Variable</b>		<b>Self Esteem</b>	<b>Fear of Missing Out (FOMO)</b>
1. Self Esteem	Pearson's r	—	
	p-value	—	
2. Fear of Missing Out (FOMO)	Pearson's r	-0.788	—
	p-value	< .001	—

Hasil dari analisis hipotesis, diperolah hasil  $r = -0.788$  dan  $p < 0.001 (<0.05)$ , hal ini menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara Self Esteem dengan Fear of Missing Out (FOMO) pada fandom kpop pengguna media sosial, yang berarti semakin tinggi Self Esteem, maka semakin rendah tingkat FOMO dan sebaliknya, semakin rendah Self Esteem, maka semakin tinggi tingkat FOMO.

# Pembahasan

Berdasarkan hasil uji hipotesi, didapatkan hasil hasil  $r = -0.788$  dan  $p < 0.001 (<0.05)$ , hal ini menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara Self Esteem dengan Fear of Missing Out (FOMO) pada fandom kpop pengguna media sosial, yang berarti semakin tinggi Self Esteem, maka semakin rendah tingkat FOMO dan sebaliknya, semakin rendah Self Esteem, maka semakin tinggi tingkat FOMO. Studi ini memberikan hasil yang konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Mandas & Silfiyah, 2022 mengenai "Social Self Esteem Dan Fear Of Missing Out Pada Generasi Z Pengguna Media Sosial", menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara social self esteem dengan FoMO. Dalam penelitian ini, social self-esteem yang rendah terbukti menjadi prediktor tingginya Fear of Missing Out (FOMO) pada generasi Z yang lahir tahun 1998-2004, terutama pengguna media sosial yang aktif. Generasi Z atau generasi post-milenial memiliki kemungkinan tinggi mengalami fear of missing out (FoMO) karena beberapa karakteristik utama mereka. Faktornya seperti underinfluence, being always connected, dan digital intuiveness.

# Temuan Penting Penelitian

Penelitian ini menemukan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara self esteem (harga diri) dengan Fear of Missing Out (FOMO) pada penggemar K-Pop pengguna media sosial. Artinya, semakin tinggi self esteem seseorang, maka kecenderungannya mengalami FOMO akan semakin rendah, dan sebaliknya semakin rendah Self Esteem seseorang, maka semakin tinggi tingkat FOMO. Self esteem terbukti berpengaruh sebesar 62,2% terhadap FOMO, sementara sisanya dipengaruhi faktor lain. Mayoritas responden memiliki tingkat self esteem dan FOMO dalam kategori sedang. Penelitian ini berfokus pada komunitas fandom Seventeen (Carat) dan memberikan sudut pandang baru yang belum banyak dikaji sebelumnya. Meski begitu, penelitian ini memiliki keterbatasan seperti cakupan yang terbatas dan penggunaan kuesioner online, sehingga hasilnya tidak bisa digeneralisasi secara luas.



# Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat membantu memahami bagaimana self esteem (harga diri) mempengaruhi tingkat FOMO individu yang terlibat dalam fandom KPOP. Hal tersebut penting untuk mengidentifikasi mekanisme psikologis yang mendasari perilaku dan emosi mereka.



# Referensi

- Sintiawan, N., Setiyowati, A. J., & Zen, E. F. (2021). Hubungan antara Self Esteem dan Self Regulation dengan Fear of Missing Out (FOMO) Siswa SMA. *Jurnal Pembelajaran, Bimbingan, Dan Pengelolaan Pendidikan*, 1(9), 738–745.
- Rahmawati, I., Halimah, L., Psikologi, P., & Psikologi, F. (2021). Hubungan antara Fear of Missing Out (FoMO) dengan Adiksi Media Sosial pada Penggemar Selebriti Korea. *Prosiding Psikologi*, 7(1).
- Nugrahanto, B. P., & Hartini, N. (2023). FEAR OF MISSING OUT (FOMO) DAN KESEJAHTERAAN SUBJEKTIF PADA MAHASISWA. *Blantika: Multidisciplinary Jurnal*, 1(4).
- Ibrahim, A., Aviani, Y. I. (2024). Hubungan Self-Esteem Dengan Fear Of Missing Out Pada Pengguna Vape. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(1). 10886-10895.
- Aulyah, I., & Isrofin, B. (2020). Hubungan Harga Diri dan Fear of Missing Out dengan Smartphone Addiction Mahasiswa Universitas Negeri Semarang. *Indonesian Journal of Counseling and Development*, 2(2), 132–142.
- Mandas, A. L., Silfiyah, K. (2022). Social Self-Esteem dan Fear of Missing Out Pada Generasi Z Pengguna Media Sosial. *Jurnal Sinestesia*, 12(1). 19-27.



