

## **PENGARUH *SELF-ESTEEM* TERHADAP FOMO PADA REMAJA PEREMPUAN SUKU NIAS PENGGUNA MEDIA SOSIAL**

**Rumondang Wilis Pintas Zai<sup>1</sup>, Artiwinata Br Ginting<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas HKBP Nommensen Medan, Indonesia

Corresponden E-mail; [wilispzai@gmail.com](mailto:wilispzai@gmail.com)

| INFO ARTIKEL                                                                                                                                                                                                                                                                                        | ABSTRAK                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>Sejarah Artikel: (Diisi Editor)</i><br/>Diterima 18 Juli 2026<br/>Direvisi; 20 Agustus 2026<br/>Disetujui; 25 September 2026<br/>Tersedia Daring; 11 Oktober 2026</p> <hr/> <p><b>Kata Kunci:</b><br/><i>Self-Esteem, Fear of Missing Out, Remaja Perempuan, Suku Nias, Media Sosial.</i></p> | <p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh self-esteem terhadap Fear of Missing Out (FoMO) pada remaja perempuan suku Nias pengguna media sosial. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear sederhana. Populasi penelitian adalah remaja perempuan suku Nias yang berjumlah sekitar 16.355 jiwa berdasarkan data BPS tahun 2024. Sampel penelitian berjumlah 340 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria perempuan berusia 13–18 tahun, bersuku Nias, dan menggunakan media sosial. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert. Instrumen self-esteem disusun berdasarkan empat aspek Coopersmith (1967), yaitu power, significance, virtue, dan competence, sedangkan instrumen FoMO disusun berdasarkan tiga aspek Abel et al. (2016), yaitu sense of self, social interaction, dan social anxiety. Hasil analisis menunjukkan bahwa self-esteem berpengaruh negatif dan signifikan terhadap FoMO, dengan nilai F sebesar 51,556 dan signifikansi <math>p &lt; 0,001</math>. Koefisien regresi sebesar <math>-0,328</math> menunjukkan bahwa semakin tinggi self-esteem, semakin rendah kecenderungan FoMO pada remaja perempuan suku Nias pengguna media sosial. Nilai koefisien determinasi (<math>R^2</math>) sebesar 0,132 menunjukkan bahwa self-esteem memberikan kontribusi sebesar 13,2% terhadap FoMO, sedangkan 86,8% sisanya berkaitan dengan faktor-faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa self-esteem merupakan salah satu faktor yang berperan dalam kecenderungan FoMO pada remaja perempuan suku Nias pengguna media sosial.</p> |

| ABSTRACT                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Keywords:</b><br/><i>Self-Esteem; Fear of Missing Out; Female Adolescents; Nias Ethnic Group, Social Media</i></p> <p><i>This study aims to determine the effect of self-esteem on Fear of Missing Out (FoMO) among female adolescents of Nias ethnicity who use social media. This research employed a quantitative approach using simple linear regression analysis. The study population consisted of approximately 16,355 female adolescents of Nias ethnicity, based on data from Statistics Indonesia (BPS) in 2024. The sample comprised 340 respondents selected using purposive sampling, with the criteria of being female, aged 13–18 years, of Nias ethnicity, and using social media. Data were collected through Likert-scale questionnaires. The self-esteem instrument was developed based on four aspects proposed by Coopersmith (1967), namely power, significance, virtue, and competence. Meanwhile, the FoMO instrument was developed based on three aspects proposed by Abel et al. (2016), namely sense of self, social interaction, and social anxiety. The results showed that self-esteem had a negative and significant effect on FoMO, with an F-value of 51.556 and a significance level of <math>p &lt; 0.001</math>. The regression coefficient of <math>-0.328</math> indicates that higher self-esteem is associated with lower levels of FoMO among female adolescents of Nias ethnicity who use social media. The coefficient of determination (<math>R^2</math>) of 0.132 indicates that self-esteem accounts for 13.2% of the variance in FoMO, while the remaining 86.8% is associated with other factors</i></p> |

---

*outside the research model. Therefore, the research hypothesis was accepted. These findings indicate that self-esteem is one of the factors associated with FoMO tendencies among female adolescents of Nias ethnicity who use social media.*

© 2023  
This is an open access article under CC-BY license



---

## 1. Pendahuluan

Perkembangan media sosial telah mengubah cara remaja membangun hubungan sosial, memperoleh informasi, dan menilai dirinya sendiri. Media sosial memungkinkan remaja untuk terus mengikuti aktivitas teman sebaya, melihat pengalaman orang lain, serta berpartisipasi dalam berbagai tren yang berkembang di lingkungan digital. Namun, kemudahan tersebut juga dapat menimbulkan kekhawatiran ketika remaja merasa tertinggal dari pengalaman, informasi, atau aktivitas sosial yang dilakukan orang lain. Kekhawatiran ini dikenal sebagai Fear of Missing Out (FoMO), yaitu perasaan takut kehilangan pengalaman yang dianggap menyenangkan atau penting ketika orang lain mengalaminya. Abel et al. (2016) menjelaskan bahwa FoMO berkaitan dengan keinginan individu untuk tetap mengetahui dan mengikuti aktivitas orang lain. Dalam penggunaan media sosial, kecenderungan ini dapat terlihat melalui kebiasaan memeriksa informasi secara berulang, kekhawatiran ketika tidak mengetahui perkembangan terbaru, serta dorongan untuk selalu terhubung dengan lingkungan sosial.

Remaja merupakan kelompok yang relevan untuk mengkaji FoMO karena masa remaja ditandai oleh perkembangan identitas diri, perubahan emosional, dan meningkatnya perhatian terhadap hubungan dengan teman sebaya. Pada tahap ini, penerimaan sosial dan penilaian orang lain dapat menjadi bagian penting dalam pembentukan pandangan individu terhadap dirinya sendiri. Media sosial memperluas ruang interaksi tersebut sekaligus menghadirkan berbagai gambaran mengenai kehidupan, penampilan, pencapaian, dan pengalaman orang lain. Ketika remaja terus-menerus terpapar informasi tersebut, mereka dapat merasa perlu mengikuti aktivitas yang sedang populer atau memastikan bahwa dirinya tetap menjadi bagian dari kelompok sosial. Apabila kebutuhan untuk tetap terhubung disertai kekhawatiran berlebihan akan tertinggal, kecenderungan FoMO dapat semakin kuat.

Remaja perempuan menjadi kelompok yang penting untuk dikaji dalam konteks ini karena penelitian berfokus pada bagaimana evaluasi diri dan pengalaman sosial berkaitan dengan FoMO pada kelompok tersebut. Paparan terhadap unggahan mengenai penampilan, pergaulan, tren, dan pengalaman teman sebaya dapat menjadi bahan perbandingan sosial. Perbandingan tersebut dapat memengaruhi cara remaja perempuan menilai dirinya dan memandang posisi dirinya di lingkungan sosial. Meskipun demikian, hal ini tidak berarti bahwa semua remaja perempuan memiliki kecenderungan FoMO yang sama atau bahwa FoMO hanya dialami oleh perempuan. Kerentanan setiap individu dapat berbeda, bergantung pada penilaian terhadap diri

sendiri, kebutuhan penerimaan sosial, pola penggunaan media sosial, dan kondisi lingkungan sosialnya.

Salah satu faktor psikologis yang diduga berkaitan dengan FoMO adalah self-esteem atau harga diri. Coopersmith (1967) menjelaskan self-esteem sebagai evaluasi individu terhadap dirinya sendiri yang berkaitan dengan penerimaan atau penolakan terhadap diri serta penilaian mengenai keberhargaan dirinya. Individu dengan self-esteem yang lebih kuat cenderung memiliki dasar penilaian diri yang lebih stabil, sehingga penilaian tersebut tidak sepenuhnya bergantung pada pengakuan atau pengalaman orang lain. Sebaliknya, ketika individu kurang yakin terhadap nilai dan kemampuannya, ia mungkin lebih mudah menjadikan respons sosial sebagai dasar untuk menilai dirinya. Dalam situasi penggunaan media sosial, kondisi ini dapat mendorong individu untuk lebih sering memperhatikan aktivitas orang lain, mencari pengakuan, atau merasa khawatir ketika tidak dilibatkan dalam suatu pengalaman sosial. Dengan demikian, self-esteem yang rendah secara teoritis dapat berkaitan dengan kecenderungan FoMO yang lebih tinggi.

Hubungan tersebut juga dapat dipahami melalui kebutuhan akan penerimaan sosial. Sebagai bagian dari perkembangan remaja, keinginan untuk diterima dan diakui oleh teman sebaya merupakan hal yang wajar. Akan tetapi, ketika penerimaan sosial menjadi dasar utama bagi individu untuk merasa berharga, ketidakpastian mengenai hubungan sosial dapat memunculkan kekhawatiran. Media sosial dapat memperkuat kekhawatiran tersebut karena individu dapat melihat aktivitas kelompok, interaksi teman, atau pengalaman yang berlangsung tanpa keterlibatannya. Remaja yang takut kehilangan kedekatan atau kesempatan sosial mungkin terdorong untuk terus memantau media sosial agar tidak merasa tertinggal. Dalam kondisi ini, FoMO tidak hanya berkaitan dengan keinginan mengetahui informasi terbaru, tetapi juga dengan kekhawatiran mengenai keterlibatan dan penerimaan individu dalam lingkungan sosialnya.

Selain kebutuhan penerimaan sosial, perbandingan sosial juga dapat menjelaskan keterkaitan antara self-esteem dan FoMO. Media sosial menyediakan berbagai informasi yang memungkinkan individu membandingkan penampilan, pencapaian, aktivitas, dan kehidupan sosialnya dengan orang lain. Mann dan Blumberg (2022) membahas keterkaitan penggunaan media sosial, presentasi diri, perbandingan sosial, dan self-esteem dalam konteks remaja. Apabila perbandingan tersebut membuat remaja merasa kurang berhasil, kurang menarik, atau kurang terlibat dibandingkan teman sebayanya, penilaian terhadap diri sendiri dapat menjadi kurang positif. Perasaan tersebut dapat meningkatkan dorongan untuk mengikuti aktivitas orang lain atau memantau media sosial secara terus-menerus agar tidak kehilangan informasi dan pengalaman yang dianggap penting. Sebaliknya, self-esteem yang lebih positif berpotensi membantu remaja menilai dirinya tanpa harus selalu menjadikan kehidupan orang lain sebagai ukuran keberhargaan diri.

Intensitas penggunaan media sosial turut menjadi konteks yang perlu diperhatikan. Semakin sering remaja mengakses media sosial, semakin besar pula kesempatan mereka untuk terpapar pembaruan aktivitas, interaksi, dan pengalaman

orang lain. Paparan yang berulang dapat meningkatkan kesempatan terjadinya perbandingan sosial serta memunculkan kekhawatiran ketika individu merasa tidak mengetahui atau tidak mengikuti suatu aktivitas. Meskipun demikian, intensitas penggunaan media sosial tidak serta-merta menyebabkan FoMO pada setiap individu. Pengaruhnya dapat berkaitan dengan alasan penggunaan, pengalaman sosial, dan cara individu menafsirkan informasi yang diterima. Oleh karena itu, self-esteem penting ditelaah sebagai faktor psikologis yang dapat membantu menjelaskan perbedaan kecenderungan FoMO di antara remaja pengguna media sosial.

Penelitian terdahulu mendukung pentingnya mengkaji keterkaitan self-esteem dan FoMO. Siddik et al. (2020), dalam penelitian terhadap 349 remaja pengguna situs jejaring sosial, menemukan bahwa self-esteem memiliki hubungan yang signifikan dengan FoMO dengan arah negatif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa remaja dengan harga diri lebih rendah cenderung memiliki FoMO lebih tinggi. Temuan Amalia dan Utami Sumaryanti (2022) juga menunjukkan bahwa self-esteem berpengaruh terhadap FoMO dengan arah hubungan negatif. Walaupun hasil-hasil tersebut memberikan dasar empiris bagi penelitian ini, kajian pada kelompok dengan karakteristik sosial dan budaya tertentu tetap diperlukan untuk memperluas pemahaman mengenai hubungan kedua variabel tersebut.

Konteks tersebut relevan untuk dikaji pada remaja perempuan suku Nias pengguna media sosial. Latar belakang budaya dan lingkungan sosial dapat menjadi bagian dari konteks tempat remaja membangun identitas, menjalin hubungan, dan mengevaluasi dirinya. Namun, keterkaitan antara konteks budaya, self-esteem, dan FoMO tidak dapat diasumsikan sama pada setiap individu sehingga perlu diteliti secara empiris. Berdasarkan kajian yang digunakan dalam penelitian ini, masih diperlukan penelitian yang secara khusus menguji pengaruh self-esteem terhadap FoMO pada remaja perempuan suku Nias pengguna media sosial. Fokus tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih kontekstual mengenai peran harga diri dalam kecenderungan FoMO.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh self-esteem terhadap Fear of Missing Out (FoMO) pada remaja perempuan suku Nias pengguna media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian psikologi, khususnya mengenai harga diri dan FoMO pada remaja, sekaligus menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan kesadaran remaja mengenai pentingnya evaluasi diri yang positif dan penggunaan media sosial secara bijaksana.

## **2. Metode**

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian. Jumlah sampel sebanyak 340 responden ditentukan dengan mengacu pada tabel penentuan sampel Isaac dan Michael pada tingkat kesalahan 5%. Responden penelitian merupakan remaja perempuan suku Nias berusia 13–18 tahun yang menggunakan media sosial.

Pengumpulan data dilakukan pada 7 Juli hingga 15 Agustus 2026 melalui kuesioner daring menggunakan Google Form yang dibagikan secara personal dan melalui grup

WhatsApp, serta kuesioner cetak. Berdasarkan data karakteristik responden, platform yang paling sering digunakan meliputi TikTok, Facebook, Instagram, dan WhatsApp. TikTok digunakan oleh 210 responden (61,8%), Facebook oleh 63 responden (18,5%), Instagram oleh 48 responden (14,1%), dan WhatsApp oleh 19 responden (5,6%).

Pengumpulan data menggunakan dua skala psikologi, yaitu skala self-esteem dan skala Fear of Missing Out (FoMO). Skala self-esteem terdiri dari 32 aitem dengan aspek power, significance, virtue, dan competence. Skala FoMO terdiri dari 24 aitem dengan aspek sense of self, social interaction, dan social anxiety. Kedua instrumen menggunakan model skala Likert dengan empat pilihan jawaban.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan bantuan program SPSS versi 20. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji asumsi yang meliputi uji normalitas dan uji linearitas. Selanjutnya, hipotesis penelitian diuji menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh self-esteem terhadap FoMO. Pengujian dilakukan pada taraf signifikansi 5% ( $p < 0,05$ ).

Kategorisasi skor self-esteem dan Fear of Missing Out (FoMO) dalam penelitian ini didasarkan pada mean hipotetik dan standar deviasi hipotetik. Mean dan standar deviasi hipotetik ditentukan berdasarkan rentang skor teoretis dari masing-masing instrumen, kemudian digunakan untuk mengelompokkan skor responden ke dalam tiga kategori, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Berdasarkan kriteria tersebut, hasil kategorisasi menunjukkan bahwa sebanyak 213 responden (62,6%) berada pada kategori self-esteem tinggi, sedangkan sebanyak 277 responden (81,5%) berada pada kategori FoMO sedang. Kategorisasi ini digunakan untuk menggambarkan tingkat masing-masing variabel pada responden penelitian.

### 3. Hasil dan Pembahasan

**Tabel 1. Kategorisasi Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin Perempuan**

| Jenis Kelamin | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------|-----------|----------------|
| Perempuan     | 340       | 100%           |
| Total         | 340       | 100%           |

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa dari keseluruhan 340 subjek penelitian, sebanyak 340 subjek atau sebesar 100% berjenis kelamin perempuan. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa hasil penelitian mengenai pengaruh Self-Esteem terhadap Fear of Missing Out (FoMO) pada remaja perempuan suku Nias pengguna media sosial, dalam penelitian ini secara khusus merepresentasikan karakteristik remaja perempuan yang menjadi subjek penelitian.

**Tabel 2. Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Media Sosial yang Sering Digunakan**

| Jenis Media Sosial | Frekuensi  | Persentase  |
|--------------------|------------|-------------|
| TikTok             | 210        | 61,8%       |
| Facebook           | 63         | 18,5%       |
| Instagram          | 48         | 14,1%       |
| WhatsApp           | 19         | 5,6%        |
| Total              | <b>340</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa dari 340 responden, sebagian besar responden menggunakan TikTok sebagai media sosial yang paling sering digunakan, yaitu

sebanyak 210 orang (61.8%). Selanjutnya, sebanyak 63 orang (18.5%) memilih Facebook, 48 orang (14.1%) memilih Instagram, dan 19 orang (5.6%) memilih WhatsApp. Dengan demikian, TikTok menjadi jenis media sosial yang paling dominan digunakan oleh subjek penelitian, sedangkan WhatsApp menjadi media sosial dengan persentase penggunaan terendah.

**Tabel 3. Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Usia**

| Usia     | Frekuensi | Persentase |
|----------|-----------|------------|
| 13 Tahun | 59        | 17,4%      |
| 14 Tahun | 57        | 16,8%      |
| 15 Tahun | 50        | 14,7%      |
| 16 Tahun | 50        | 14,7%      |
| 17 Tahun | 53        | 15,6%      |
| 18 Tahun | 71        | 20,9%      |
| Total    | 340       | 100%       |

Berdasarkan usia, dapat diketahui bahwa subjek penelitian berusia 13 tahun sebanyak 59 orang (17,4%), 14 tahun sebanyak 57 orang (16,8%), 15 tahun sebanyak 50 orang (14,7%), 16 tahun sebanyak 50 orang (14,7%), 17 tahun sebanyak 53 orang (15,6%), dan 18 tahun sebanyak 71 orang (20,9%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas subjek dalam penelitian ini berusia 18 tahun, yaitu sebanyak 71 responden (20,9%), sedangkan jumlah responden paling sedikit terdapat pada kelompok usia 15 tahun dan 16 tahun, masing-masing sebanyak 50 responden (14,7%).

### UJI NORMALITAS

Dalam penelitian ini, uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian dari variabel Self-Esteem dan FoMO. Uji normalitas digunakan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dengan bantuan program IBM SPSS Statistic 20. Dasar pengambilan Keputusan dalam uji normalitas adalah apabila nilai signifikansi (Asymp. Sig. (2-tailed))  $> 0.05$ , maka data berdistribusi normal, sedangkan apabila nilai signifikansi  $< 0.05$  maka data tidak berdistribusi normal.

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas**

| Variabel                             | Signifikan | Keterangan           |
|--------------------------------------|------------|----------------------|
| <i>Self-Esteem</i>                   |            |                      |
| <i>Fear of Missing Out</i><br>(FoMO) | 0,113      | Berdistribusi Normal |

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test pada Unstandardized Residual, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,113. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 ( $0,113 > 0,05$ ), sehingga dapat dinyatakan bahwa residual berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas pada model regresi telah terpenuhi dan analisis regresi dapat dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian.

### UJI LINEARITAS

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel Self-Esteem dengan FoMO bersifat linear atau tidak. Uji linearitas dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS Statistic 20. Dasar pengambilan Keputusan dalam uji linearitas adalah apabila nilai signifikansi pada Deviation from Linearity  $> 0.05$ , maka hubungan antara kedua variabel dinyatakan linear. Hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 5. Hasil Uji Linearitas**  
**ANOVA Table**

| Variabel                                     | Sig. Deviation from Linearity | Keterangan |
|----------------------------------------------|-------------------------------|------------|
| Self-Esteem<br>Fear of Missing Out<br>(FoMO) | 0,145                         | Linear     |

Berdasarkan hasil uji linearitas menggunakan One-Way ANOVA pada SPSS Statistics 20, diperoleh nilai signifikansi pada Deviation from Linearity sebesar 0,145. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ( $0,145 > 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat penyimpangan yang signifikan dari hubungan linear antara variabel Self-Esteem dan FoMO. Dengan demikian, hubungan antara Self-Esteem dan FoMO dalam penelitian ini dinyatakan linear, sehingga asumsi linearitas telah terpenuhi dan analisis regresi linear dapat dilanjutkan.

#### UJI HIPOTESIS

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana dengan menggunakan program software SPSS for windows 20. Analisis data yang bertujuan untuk melihat “Pengaruh Self-Esteem terhadap FoMO pada remaja perempuan suku Nias pengguna media sosial”. Data yang diuji terlebih dahulu memenuhi asumsi normalitas dan juga linearitas. Hasil data dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana**  
**Model Summary**

| Model | R     | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | 0,364 | 0,132    | 0,130             | 8,34517                    |

a. Predictors: (Constant), Self-Esteem

b. Dependent Variable: FoMO

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana, diperoleh nilai R sebesar 0,364 dan nilai R Square sebesar 0,132. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Self-Esteem memiliki hubungan dengan FoMO dan memberikan kontribusi sebesar 13,2% terhadap variasi FoMO. Dengan demikian, sebesar 13,2% variasi FoMO dapat dijelaskan oleh Self-Esteem, sedangkan 86,8% lainnya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini. Selanjutnya, nilai Adjusted R Square sebesar 0,130 menunjukkan bahwa setelah dilakukan penyesuaian terhadap model, Self-Esteem memberikan kontribusi sebesar 13,0% terhadap FoMO.

**Tabel 7. Hasil Uji ANOVA (Uji F)**

| Model             | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig.  |
|-------------------|----------------|-----|-------------|--------|-------|
| <i>Regression</i> | 3590,479       | 1   | 3590,479    | 51,556 | 0,000 |
| <i>Residual</i>   | 23538,944      | 338 | 69,642      |        |       |
| <i>Total</i>      | 27129.424      | 339 |             |        |       |

a. Predictors: (Constant), Self-Esteem

b. Dependent Variable: FoMO

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana pada tabel ANOVA, diperoleh nilai F sebesar 51,556 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini signifikan. Dengan demikian, Self-Esteem berpengaruh secara signifikan terhadap FoMO pada responden penelitian.

**Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Regresi**

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig.  |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      |        |       |
| (Constant)         | 88,488                      | 4,431      |                           | 19,972 | 0,000 |
| <i>Self-Esteem</i> | -0,328                      | 0,046      | -0,364                    | -7,180 | 0,000 |

Berdasarkan tabel Coefficients, diperoleh nilai koefisien regresi (B) Self-Esteem sebesar -0,328 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai koefisien regresi yang negatif menunjukkan bahwa Self-Esteem memiliki arah pengaruh yang berlawanan terhadap FoMO. Artinya, setiap peningkatan satu satuan Self-Esteem akan diikuti dengan penurunan skor FoMO sebesar 0,328 satuan. Sebaliknya, semakin rendah Self-Esteem, maka skor FoMO cenderung semakin tinggi. Dengan demikian, hasil tersebut menunjukkan bahwa Self-Esteem berpengaruh secara negatif terhadap FoMO pada remaja perempuan suku Nias pengguna media sosial.

## PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Self-Esteem terhadap Fear of Missing Out (FoMO) pada remaja perempuan suku Nias pengguna media sosial. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, diperoleh nilai F sebesar 51,556 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ). Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Self-Esteem terhadap FoMO pada remaja perempuan suku Nias pengguna media sosial. Selain itu, nilai koefisien regresi sebesar -0,328 menunjukkan bahwa pengaruh Self-Esteem terhadap FoMO bersifat negatif. Artinya, semakin tinggi Self-Esteem yang dimiliki remaja, maka semakin rendah tingkat FoMO yang dialaminya. Sebaliknya, semakin rendah Self-Esteem, maka kecenderungan mengalami FoMO semakin tinggi. Hasil tersebut juga terlihat dari nilai Standardized Coefficients Beta sebesar -0,364 dengan nilai signifikansi 0,000, yang menunjukkan adanya pengaruh negatif dan signifikan antara kedua variabel.

Meskipun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,132, yang berarti Self-Esteem hanya memberikan kontribusi sebesar 13,2% terhadap FoMO sedangkan 86,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini. Kecilnya kontribusi Self-Esteem terhadap FoMO pada penelitian ini menunjukkan bahwa Self-Esteem bukan merupakan satu-satunya faktor yang berperan dalam munculnya FoMO. Hal ini sejalan dengan penelitian Surya Krisna dan Setiyono (2025) yang menemukan bahwa selain Self-Esteem, FoMO pada individu dapat dipengaruhi oleh kecanduan media sosial dan hedonic shopping motivation berpengaruh signifikan terhadap FoMO. Salah satu alasan hedonic shopping motivation dapat berkaitan dengan FoMO adalah karena individu dengan motivasi belanja hedonis cenderung mengejar kesenangan, pengalaman baru, serta kepuasan emosional melalui aktivitas konsumsi. Ketika individu melihat orang lain mengikuti tren atau menikmati pengalaman tertentu, individu dapat terdorong untuk ikut berpartisipasi agar tidak merasa tertinggal. Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian Silvia dan Yeni (2025) yang menjelaskan bahwa FoMO dapat lebih banyak dipengaruhi oleh faktor sosial dan emosional, seperti tekanan sosial dan kecenderungan melakukan upward social comparison. Dengan demikian, munculnya FoMO pada responden dalam penelitian ini tidak hanya berkaitan dengan bagaimana individu menilai dirinya sendiri, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh pengalaman sosial dan kondisi penggunaan media sosial.

Hal tersebut semakin relevan dengan karakteristik responden dalam penelitian ini, di mana sebagian besar responden menggunakan TikTok, yaitu sebanyak 210 orang (61,8%). Paparan terhadap aktivitas, pengalaman, pencapaian, dan kehidupan sosial orang lain di media sosial dapat meningkatkan peluang individu melakukan perbandingan sosial dan mengetahui aktivitas orang lain, sehingga turut berperan dalam munculnya FoMO di luar faktor Self-Esteem (Servidio et al., 2024). Oleh karena itu, kontribusi Self-Esteem sebesar 13,2% menunjukkan bahwa variabel tersebut tetap memiliki peran terhadap FoMO, tetapi sebagian besar variasi FoMO (86,8%) kemungkinan berkaitan dengan faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Secara deskriptif, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki Self-Esteem pada kategori tinggi, yaitu sebanyak 213 orang (62,6%), sedangkan 126 orang (37,1%) berada pada kategori sedang dan 1 orang (0,3%) berada pada kategori rendah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa mayoritas remaja perempuan suku Nias dalam penelitian ini memiliki penilaian dan penerimaan terhadap dirinya yang relatif positif. Self-Esteem yang tinggi dapat berkaitan dengan kemampuan individu dalam menghargai diri, menerima kemampuan dan keterbatasan yang dimiliki, serta memiliki keyakinan terhadap nilai dirinya. Dalam penelitian ini, kondisi tersebut menjadi penting karena responden merupakan remaja perempuan suku Nias yang berada pada tahap perkembangan pencarian identitas diri dan menghadapi berbagai penilaian sosial dari lingkungan sekitarnya.

Tingginya Self-Esteem pada mayoritas responden juga dapat dipahami dalam konteks budaya masyarakat Nias yang menempatkan harga diri dan kehormatan sebagai nilai penting dalam kehidupan sosial. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa falsafah Sokhi Mate Moroi Aila atau “lebih baik mati daripada malu” menggambarkan kuatnya nilai harga

diri dalam masyarakat Nias. Selain itu, harga diri dan wibawa menjadi bagian penting dalam struktur sosial masyarakat Nias serta diwariskan melalui keluarga, kebiasaan, dan adat. Khususnya pada perempuan, prestasi, perilaku sosial, cara berbicara, dan cara berpakaian dapat dipandang sebagai bagian dari representasi kehormatan keluarga. Kondisi tersebut dapat menjadi salah satu konteks yang membantu menjelaskan mengapa mayoritas responden memiliki tingkat Self-Esteem yang tergolong tinggi.

Sementara itu, hasil kategorisasi FoMO menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 277 orang (81,5%), kemudian sebanyak 44 orang (12,9%) berada pada kategori rendah dan 19 orang (5,6%) berada pada kategori tinggi. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas responden memiliki Self-Esteem yang tinggi, mereka tetap memiliki kecenderungan FoMO pada tingkat sedang. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepemilikan Self-Esteem yang tinggi tidak serta-merta menghilangkan kecenderungan FoMO pada remaja yang aktif menggunakan media sosial. FoMO tetap dapat muncul karena penggunaan media sosial memberikan kesempatan bagi remaja untuk terus melihat aktivitas, pengalaman, pencapaian, dan interaksi sosial orang lain. Kondisi tersebut juga dapat dikaitkan dengan karakteristik penggunaan media sosial pada responden. Berdasarkan hasil penelitian, TikTok menjadi media sosial yang paling banyak digunakan, yaitu sebanyak 210 responden (61,8%), diikuti Facebook sebanyak 63 responden (18,5%), Instagram sebanyak 48 responden (14,1%), dan WhatsApp sebanyak 19 responden (5,6%). Penggunaan media sosial yang dominan tersebut memberikan ruang yang besar bagi remaja untuk memperoleh informasi mengenai aktivitas dan kehidupan sosial orang lain. Dalam penelitian ini juga dijelaskan bahwa media sosial memungkinkan remaja untuk berkomunikasi, mengikuti tren, membangun citra diri, serta memperoleh penerimaan dari lingkungan sosial. Kondisi tersebut dapat menjadi salah satu konteks yang memungkinkan munculnya FoMO meskipun tingkat Self-Esteem responden secara umum tergolong tinggi.

Berdasarkan analisis aspek, pada variabel Self-Esteem, aspek Kebajikan (Virtue) merupakan aspek yang memperoleh persentase kategori tinggi paling besar, yaitu sebanyak 238 responden (70,0%), diikuti oleh aspek Keberartian (Significance) sebanyak 206 responden (60,6%), aspek Kekuatan (Power) sebanyak 204 responden (60,0%), dan aspek Kemampuan (Competence) sebanyak 190 responden (55,9%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar remaja perempuan suku Nias pengguna media sosial memiliki penilaian diri yang positif pada keempat aspek Self-Esteem. Tingginya aspek Virtue menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki kecenderungan untuk berperilaku sesuai dengan nilai moral, etika, dan prinsip yang diyakini. Sementara itu, tingginya aspek Significance menunjukkan bahwa responden memiliki perasaan diterima dan dihargai oleh orang lain, sedangkan aspek Power menggambarkan kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku serta mempertahankan pendapat dan haknya. Pada aspek Competence, sebagian besar responden juga memiliki keyakinan terhadap kemampuan dirinya dalam menjalankan tugas dan mencapai tujuan sesuai dengan tahap perkembangannya. Keempat aspek tersebut secara keseluruhan menunjukkan bahwa Self-Esteem responden cenderung berada pada kondisi yang positif.

Sementara itu, pada variabel FoMO, aspek yang memperoleh persentase kategori tinggi paling besar adalah Kecemasan Sosial (Social Anxiety), yaitu sebanyak 39 responden (11,5%), diikuti oleh aspek Interaksi Sosial (Social Interaction) sebanyak 35 responden (10,3%), dan aspek Sense of Self sebanyak 27 responden (7,9%). Meskipun demikian, pada ketiga aspek FoMO, sebagian besar responden berada pada kategori sedang. Pada aspek Social Anxiety, sebanyak 249 responden (73,2%) berada pada kategori sedang; pada aspek Social Interaction, sebanyak 270 responden (79,4%) berada pada kategori sedang; sedangkan pada aspek Sense of Self, sebanyak 238 responden (70,0%) berada pada kategori sedang. Temuan tersebut menunjukkan bahwa bentuk FoMO yang paling menonjol pada responden berkaitan dengan kecemasan dalam konteks penggunaan media sosial, yaitu adanya rasa takut atau khawatir terhadap kemungkinan memperoleh penilaian negatif serta ketidaknyamanan ketika berada dalam situasi sosial.

Apabila kedua hasil tersebut dihubungkan, dapat dipahami bahwa remaja yang memiliki Self-Esteem yang positif cenderung memiliki penilaian yang lebih baik terhadap dirinya, baik dalam hal kebajikan, keberartian, kekuatan, maupun kemampuan. Kondisi tersebut dapat membantu individu dalam menghadapi lingkungan sosial dan mengurangi ketergantungan terhadap penilaian atau validasi dari orang lain. Sebaliknya, ketika individu memiliki penilaian diri yang kurang positif, individu dapat menjadi lebih rentan terhadap kekhawatiran mengenai penerimaan sosial dan penilaian orang lain. Hal ini berkaitan dengan aspek FoMO, khususnya Social Anxiety, yang dalam penelitian ini menjadi aspek dengan kategori tinggi paling besar. Secara konseptual, Self-Esteem juga berkaitan dengan FoMO karena individu yang merasa kurang memiliki kendali terhadap dirinya atau kehidupannya dapat lebih mudah mengandalkan validasi sosial dalam menentukan tindakan.

Secara keseluruhan, hasil analisis aspek memberikan gambaran bahwa aspek Kebajikan (Virtue) merupakan aspek Self-Esteem yang paling dominan, sedangkan Kecemasan Sosial (Social Anxiety) merupakan aspek FoMO yang memiliki persentase kategori tinggi paling besar. Namun, karena sebagian besar responden berada pada kategori sedang pada ketiga aspek FoMO, kondisi tersebut menunjukkan bahwa FoMO yang dialami responden cenderung belum berada pada tingkat yang tinggi. Hal ini juga sejalan dengan hasil kategorisasi keseluruhan, yaitu sebanyak 213 responden (62,6%) berada pada kategori tinggi dalam Self-Esteem, sedangkan pada FoMO sebanyak 277 responden (81,5%) berada pada kategori sedang.

Meskipun demikian, FoMO tidak hanya berkaitan dengan penilaian individu terhadap dirinya sendiri (Self-Esteem), tetapi juga dapat muncul melalui interaksi sosial dan pengalaman individu dalam menggunakan media sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian Sabneno et al. (2025) yang menunjukkan bahwa FoMO pada remaja pengguna media sosial berkaitan dengan kecemasan sosial dan harga diri, serta muncul ketika individu membandingkan dirinya dengan orang lain yang dianggap lebih sukses. Dengan demikian, munculnya FoMO pada individu tidak hanya dipengaruhi oleh bagaimana individu menilai dirinya sendiri, tetapi juga berkaitan dengan pengalaman sosial, kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain, serta paparan terhadap berbagai aktivitas dan informasi yang tersedia melalui media sosial.

Berdasarkan hasil analisis data, penelitian ini menemukan bahwa Self-Esteem berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Fear of Missing Out (FoMO) pada remaja perempuan suku Nias pengguna media sosial, dengan nilai koefisien regresi sebesar  $B = -0,328$  dan nilai signifikansi  $p < 0,05$ . Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi self-esteem yang dimiliki remaja, maka semakin rendah kecenderungan FoMO, sedangkan self-esteem yang rendah cenderung meningkatkan FoMO. Secara teoritis, hubungan negatif ini dapat dijelaskan melalui konsep self-esteem sebagai evaluasi individu terhadap nilai, kemampuan, dan keberhargaan dirinya (Coopersmith, 1967; Rosenberg, 1965). Remaja dengan self-esteem yang lebih tinggi cenderung memiliki cara pandang yang lebih positif terhadap dirinya, mampu menerima kelebihan dan keterbatasan, serta tidak mudah menyimpulkan bahwa dirinya “kurang” hanya karena tidak mengetahui atau tidak mengikuti aktivitas yang viral di media sosial. Sebaliknya, remaja dengan self-esteem rendah cenderung memandang dirinya secara negatif dan lebih mudah merasa tertinggal, sehingga lebih rentan mengalami kekhawatiran bahwa orang lain memiliki pengalaman yang lebih menyenangkan atau lebih berharga tanpa melibatkan dirinya (Przybylski et al., 2013). Dalam konteks media sosial, FoMO juga berkaitan dengan dorongan untuk terus terhubung dan melakukan pemantauan (checking) terhadap unggahan/cerita orang lain agar tidak ketinggalan informasi sosial (Abel et al., 2016). Dorongan tersebut dapat semakin kuat ketika remaja memiliki kebutuhan validasi sosial yang tinggi, karena penerimaan dari lingkungan menjadi dasar utama dalam menentukan rasa aman dan nilai diri. Oleh karena itu, pada remaja dengan self-esteem rendah, penerimaan sosial—misalnya melalui likes, komentar, atau reaksi kelompok—dapat menjadi “indikator” apakah dirinya diterima atau diakui, sehingga muncul kecemasan apabila tidak memantau media sosial. Selain itu, media sosial memfasilitasi perbandingan sosial secara terus-menerus (social comparison), dan perbandingan tersebut lebih berpotensi menimbulkan emosi negatif pada remaja yang memiliki self-esteem rendah; mereka cenderung menilai diri lebih rendah dibandingkan orang lain yang ditampilkan lebih menonjol atau lebih “berkualitas” di ruang digital (Vogel et al., 2014). Namun, pada remaja dengan self-esteem tinggi, perbandingan sosial tidak langsung mengarah pada kesimpulan “aku kurang berharga”, karena individu lebih memiliki rasa aman terhadap identitas dirinya dan tidak terlalu bergantung pada penilaian eksternal untuk merasa layak. Hal ini juga sejalan dengan temuan penelitian terdahulu yang menyatakan self-esteem menjadi faktor pelindung dalam menurunkan FoMO, baik pada remaja maupun generasi muda pengguna media sosial (Fitri et al., 2024; Siddik et al., 2020; Mahfuzah & Agustin, 2025), serta didukung oleh penelitian yang menempatkan FoMO berhubungan dengan kecemasan sosial (social anxiety) dan ketakutan akan keterasingan atau penilaian negatif (Abel et al., 2016; Przybylski et al., 2013). Meski demikian, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 13,2% mengindikasikan bahwa self-esteem hanya menjelaskan sebagian variasi FoMO, sementara sebagian besar lainnya (86,8%) dipengaruhi faktor lain di luar penelitian, seperti intensitas penggunaan media sosial, regulasi diri, perbandingan sosial yang lebih kuat, serta kebutuhan afiliasi dan lingkungan sosial. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa self-esteem yang tinggi berperan sebagai fondasi psikologis yang membuat remaja lebih mampu mengevaluasi diri secara positif, mengurangi ketergantungan pada validasi

sosial, dan menekan munculnya kecemasan saat tidak mengetahui aktivitas orang lain, sehingga FoMO yang dialami berada pada tingkat lebih rendah.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan penelitian, diketahui bahwa self-esteem merupakan prediktor yang signifikan dan berhubungan negatif dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada remaja perempuan Suku Nias pengguna media sosial. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat self-esteem yang dimiliki remaja, maka semakin rendah pula kecenderungan FoMO yang mereka alami, dan sebaliknya. Variabel self-esteem ini memberikan kontribusi sebesar 13,2% terhadap variasi FoMO, sedangkan 86,8% sisanya dipengaruhi oleh berbagai faktor lain di luar penelitian seperti lingkungan sosial, intensitas penggunaan media sosial, atau kecemasan. Meskipun istilah "berpengaruh" kerap digunakan, secara metodologis self-esteem lebih tepat dinyatakan sebagai prediktor yang signifikan dan berhubungan negatif.

Secara deskriptif, mayoritas responden remaja perempuan Suku Nias memiliki tingkat self-esteem yang tergolong tinggi, dengan aspek kebajikan (virtue) sebagai aspek yang paling dominan. Kendati demikian, tingkat FoMO secara umum berada pada kategori sedang, di mana aspek kecemasan sosial (social anxiety) menjadi bentuk FoMO yang paling menonjol. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun remaja memiliki penilaian diri yang positif, mereka tetap memiliki kerentanan terhadap kecemasan digital dan perbandingan sosial akibat penggunaan media sosial yang intens, seperti platform TikTok yang paling mendominasi di kalangan responden.

#### 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*, 14(1), 33–44. <https://doi.org/10.19030/jber.v14i1.9554>
- Ade, W. (2014). Karakteristik Pertumbuhan Perkembangan Remaja. *Jurnal Keperawatan Anak*, 2(1), 39–43. <http://103.97.100.145/index.php/JKA/article/view/3954>
- Adiwijaya, M., & Arianto, I. D. (2023). Curhat anonimitas di media sosial melalui akun menfess twitter@ S oleh remaja awal Surabaya. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(2), 7053-7065.
- Afandi, Y. (2019). Gereja dan Pengaruh Teknologi Informasi "Digital Ecclesiology". *Fidei: Jurnal Teologi Sistematika Dan Praktika*, 1(2), 270–283. <https://doi.org/10.34081/270033>
- Ahyar. (2020). *Metode Penelitian*. (2021), 1–23.
- A'isah, S., & Hazim, H. (2025). The relationship between self-esteem and fear of missing out (FoMO) in K-pop fandom social media users. *International Conference on Social Science and Humanity (ICOSSH)*, 2(3), 40–54. e-ISSN: 3063-9611. <https://doi.org/10.61796/icossh.v2i3.41>
- Ali, M., & Mohammad, A. Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik. Jakarta: Bumi Aksara. 2016

- Al-Menayes, J. (2016). The Fear of Missing out Scale: Validation of the Arabic Version and Correlation with Social Media Addiction. *International Journal of Applied Psychology*, 6(2), 41–46. <https://doi.org/10.5923/j.ijap.20160602.04>
- Anggawira, A., Dwike, N. K., & Herio, R. D. (2022). Hubungan antara Self Esteem dengan Social Anxiety pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah. *Psyche 165 Journal*, 15(2), 68–73. <https://doi.org/10.35134/jpsy165.v15i2.152>
- Anggreni, N. W. Y., & Herdiyanto, Y. K. (2017). Pengaruh Stigma Terhadap Self Esteem Pada Remaja Perempuan Yang Mengikuti Ektrakurikuler Tari Bali Di Sman 2 Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 4(1), 208–221. <https://doi.org/10.24843/jpu.2017.v04.i01.p20>
- Arisafitri, N., & Izzuddin, A. (2022). Sistem Penanggulangan Suku Nias Perspektif Ilmu Falak dan Astronomi. *AL - AFAQ: Jurnal Ilmu Falak Dan Astronomi*, 3(2), 143–170. <https://doi.org/10.20414/afaq.v3i2.4770>
- Arlint, Y. K., Alrianingrum, S., & Khotimah, K. (2026). Fear of Missing Out, online social comparison, and self-identity formation among early adolescents: A qualitative case study in Indonesian junior secondary schools. *JPI: Jurnal Pustaka Indonesia*, 6(2), 1–12. <https://doi.org/10.62159/jpi.v6i2.2296>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [APJII], 2025
- Australian Psychological Society. (2015). *Stress and Wellbeing How Australians are Coping With Life*. <https://psychology.org.au/getmedia/ae32e645-a4f0-4f7c-b3ce-dfd83237c281/stress-wellbeing-survey>.
- Azwar, S. (2016). *Penyusunan skala psikologi* (Edisi ke-2). Pustaka Pelajar.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Nias. (2024). Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin.
- Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I., & Vohs, K. D. (2003). Apakah harga diri yang tinggi menyebabkan kinerja yang lebih baik, kesuksesan interpersonal, kebahagiaan, atau gaya hidup yang lebih sehat? *Ilmu Psikologi untuk Kepentingan Publik*, 4 (1), 1–44. <https://doi.org/10.1111/1529-1006.01431>
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Budiono, R. F., & Basaria, D. (2025). Fear of Missing Out sebagai Prediktor Self-Esteem pada Dewasa Awal yang Belum Memiliki Pasangan. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(3), 4487–4492. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v5i3.1932>
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. W. H. Freeman.
- DataReportal. (2025). *Digital 2025: Indonesia*.
- Dewi, E. I., Fitria, H. L., Kurniyawan, E. H., Wuryaningsih, E. W., & Erlando, R. P. A. (2025). The relationship between Fear of Missing Out (FoMO) and self-esteem in middle adolescents. *Psychiatry Nursing Journal (Jurnal Keperawatan Jiwa)*, 7(2), 82–98. <https://doi.org/10.20473/pnj.v7i2.76223>
- Didipu, H. (2025). Representasi nilai-nilai budaya masyarakat suku Nias dalam novel *Manusia Langit* karya JA Sonjaya 1 (Kajian antropologi sastra). *Jurnal Interdisipliner Maliki (MIJ)*, 3 (10), 184–189.

- Fahira, G. A. (2024). *Hubungan Self-Esteem Dengan Fear of Missing Out Pada Generasi Z Media Sosial, semakin besar rasa takut kehilangan masa berharga mengenai orang lain jika individu*. 8(3), 610–617.
- Faizah, H. N., Basuki, H. O., Suhartono, S., & Adawiyah, I. R. (2025). The Relationship Between Self-Esteem And Fear Of Missing Out (Fomo) In Adolescents Aged 17-18 Years. *Holistic Journal of Nursing Studies*, 1(2), 70–75. <https://doi.org/10.64621/hjns.v1i2.28>
- Farikha, U. (2025). Pengaruh media sosial terhadap interaksi sosial remaja di era digital. *Jurnal Interdisipliner Maliki*, 3 (10), 184–189. <https://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/article/view/18807>
- Fauziah, A., Kasmiati, K., & Jambormias, J. L. (2024). Hubungan Tingkat Pengetahuan Nyeri Haid Dengan Kesiapan Remaja Putri Menghadapi Menarche Pada Siswi Kelas VII dan VIII DI SMP Seminari Saumlaki. *SINERGI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(6), 397–405. <https://doi.org/10.62335/z82qze03>
- Fitra, N. A., Rahayu Z, S. P., Desmita, D., & Irman, I. (2021). Hubungan Self-Esteem dan Body Image pada Remaja Putri di Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA). *Istinarah: Riset Keagamaan, Sosial Dan Budaya*, 3(2), 84. <https://doi.org/10.31958/istinarah.v3i2.4534>
- Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandy, G. A. (2024). Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fear Of Missing Out (Fomo) pada Generasi Z Pengguna Media Sosial. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 21. <https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2823>
- Fungsihan, I., Rasyida, K. I., Amalinda, K. R., Rohmah, N., & Kusumadyahdewi, K. (2019). Analysis of socio-culture for the use of Instagram among students. *Letters in Information Technology Education (LITE)*, 2(1), 19–22.
- Hakim, R. M., & Fatoni, A. (2020). Pengaruh Terpaan Media Sosial Youtube dan Interaksi Antarsosial Terhadap Perilaku Imitasi Remaja Putri (Studi Kasus Video Clip Blackpink-Ddu Du Ddu Du). *Scriptura*, 10(1), 15–23. <https://doi.org/10.9744/scriptura.10.1.15-23>
- Hurlock, Elizabeth B. 2013. *Perkembangan Anak* (Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Hutahaean, S. S., & Kurniawati. (2025). FoMO dalam era digital: Implikasi penggunaan media sosial, self-esteem, dan sikap hedonisme. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 186–202. <https://doi.org/10.23917/benefit.v10i2.11915>
- Hutauruk, L. G., & Ridho, M. P. (2018). Peran Experienced Stigma Terhadap Self Esteem Pada Suku Nias Role of Experienced Stigma To Self Esteem in Nias Ethnic. *Tahun*, 13(3), 172–182. [www.jurnal.usu.ac.id/psikologia](http://www.jurnal.usu.ac.id/psikologia)
- Ikbal, M., & Nurjannah, N. (2017). Meningkatkan Self Esteem dengan Menggunakan Pendekatan Rational Emotive Behavior Therapy pada Peserta Didik Kelas VIII Di SMP Muhammadiyah Jati Agung Lampung Selatan Tahun Pelajaran 2015/2016. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling (E-Journal)*, 3(1), 73–86. <https://doi.org/10.24042/kons.v3i1.556>
- Isnéniah, D., Nuryani, R., & Lindasari, S. W. (2024). Correlational Study: Self-Esteem and Fear of Missing Out (FoMO) in Emerging Adulthood. *Holistik Jurnal Kesehatan*, 18 (2), 209-217. <https://ejurnal.malahayati.ac.id/index.php/hjk>

- Kanova, N. D., Adnan, I. Z., & Erfan, M. (2025). Pengaruh Fear of Missing Out terhadap Tingkat Self-esteem Generasi Z Pengguna Aktif TikTok. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(9), 11195–11205. <https://doi.org/10.54371/jlup.v8i9.9395>
- Lahagu, Faoziduhu. 2012. *Ibadah Sebagai Gaya Hidup*. Yogyakarta: ANDI.
- Lubis, M Abdi. (2021). Interaksi Antaretnis Dalam Komunikasi Antar Budaya Etnis Nias dengan Batak Angkola Muslim di Tapanuli Selatan. *An-Nahdhah: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Keagamaan*, 4(1), 1–27.
- Mahfuzah, A. A., & Agustin, R. W. (2025). Hubungan Self-Esteem dengan Fear of Missing Out pada Remaja Pengguna Media Sosial di SMA Negeri 1 Muntilan Kabupaten Magelang. *Observasi : Jurnal Publikasi Ilmu Psikologi*, 3(1), 333–344. <https://doi.org/10.61132/observasi.v3i1.950>
- Majdi, Z., Sulma, M., & Suhaili. (2024). Efek Self-Regulation Terhadap Fear of Missing Out Melalui Variabel Mediasi Self-Esteem Pada Siswa. *Edu Consilium : Jurnal Bimbingan Dan Konseling Pendidikan Islam*, 5(2), 96–106.
- Mann, R. B., & Blumberg, F. (2022). Adolescents and social media: The effects of frequency of use, self-presentation, social comparison, and self-esteem on possible self imagery. *Acta Psychologica*, 228, 103629. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2022.103629>
- Michinton, J. (1993). *Maximum Self-Esteem: The handbook for reclaiming yoursense of self-worth*. Golden Books Center.
- Mruk, C. J. (2006). *Self-Esteem research, theory, and practice*. Springer Publishing Company.
- Multilingual, J., Yong, M., Wijaya, E., Studi, P., Psikologi, S., & Tarumanagara, U. (2023). *Hubungan Self-Esteem Dan Fear of Missing Out ( Fomo )*. 3(1), 100–103.
- Noon, E. J. (2020). Compare and despair or compare and explore? Instagram social comparisons of ability and opinion predict adolescent identity development. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 14(2), Article 1. <https://doi.org/10.5817/CP2020-2-1>
- Noor, J (2011). *Metodologi penelitian: Skripsi, tesis, disertasi, dan karya ilmiah*. Kencana.
- Nukuhaly, H., Kasmianti, K., & Fauziah, A. (2022). Pemberian Sayur Kacang Hijau (Vigna Radiata) Untuk Penanganan Anemia Pada Remaja Putri. *Jurnal Kebidanan*, 2(1), 59–65. <https://doi.org/10.32695/jbd.v2i1.338>
- Nurlala, A., Ras, A., & Usman, M. (2024). Dampak media sosial terhadap pembentukan identitas sosial anak di era digital. *Jurnal Neo Societal*, 9(4), 185–194.
- Pandiangan, F. N., Gultom, R., Butarbutar, A. P., Lafau, D. F., Sembiring, A. E., & Siregar, E. F. (2025). Analisis Tahap Perkembangan Sosial-Emosional Remaja Putri Di Asrama Santa Teresia: Kajian Berdasarkan Teori Psikososial Erik Erikson. *Lapak Jurnal*.
- Prajapati, A. K., & Thapa, K. (2025). *International Journal of Current Science Research and Review Chasing Validation : Social Media Use , FOMO , and Teen Self-Esteem Corresponding Author : Aman Kumar Prajapati Corresponding Author : Aman Kumar Prajapati*. 08(04), 1903–1907. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/V8-i4-37>
- Prasetya, H., & Sari, Y. (2022). Literasi Media Digital Pada Remaja, Ditengah Pesatnya Perkembangan Media Sosial. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 8(1), 12–25.
- Primanita, R. et al. (2020). *Jurnal surya. Media Komunikasi Ilmu Kesehatan*, 12(02), 70–76.

- 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>
- Pujiono, A. (2021). Media sosial sebagai media pembelajaran bagi generasi Z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1), 1-19.
- Purba, P. A., & Metia, C. (2025). FOMO in the Digital Age: A Study of Self-Esteem and Social Media Effects on North Sumatran Youth. *Ascarya: Journal of Islamic Science, Culture, and Social Studies*, 5(1), 117-128. <https://doi.org/10.53754/iscs.v5i1.764>.
- Rohisfi, E. (2022). Self-Esteem (Harga Diri) Dalam Perspektif Budaya Minangkabau. *Jurnal Pendidikan Tematik*, 3(1), 34–40.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400876136>
- Ruknin, Safina Bahiz. (2025). Studi eksplorasi deprivasi sosial pada penggunaan fake account Instagram di lingkungan akademik digital mahasiswa (Tesis). Universitas Pendidikan Indonesia.
- Sabneno, T., Meiyuntariningsih, T., & Aristawati, A. R. (2025). FOMO pada remaja pengguna media sosial: Adakah peranan kecemasan sosial dan harga diri? *JlWA: Jurnal Psikologi Indonesia*, 3(1), 136–146.
- Saiful & Nikmarijal. (2020). Meningkatkan Self-Esteem Melalui Layanan Konseling Individual Menggunakan Pendekatan Rational Emotif Behaviour Therapy (Rebt). *IJoCE: Indonesian Journal of Counseling and Education*, 1(1), 6–12. <https://doi.org/10.32923/ijoce.v1i1.1134>
- Saputra, R. I., Sabda, A. G., Vitaloka, E. R., Ulyanah, Fadhillah, M. R., & Purwanto, E. (2025). Transformasi nilai budaya akibat media sosial di komunitas pedesaan. *Journal of Technology and System Information*, 2(3), 1–12. <https://journal.pubmedia.id/index.php/jtsi/article/download/4398/3866/11022>
- Sari, N. P., Setiawati, O. R., & Harkina, P. (2025). *Pengaruh Self-Esteem*. 8(2).
- Servidio, R., Soraci, P., Griffiths, M. D., Boca, S., & Demetrovics, Z. (2024). Fear of missing out and problematic social media use: A serial mediation model of social comparison and self-esteem. *Addictive Behaviors Reports*, 19, 100536. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2024.100536>
- Siddik, S., Mafaza, M., & Lala, S. S. (2020). Peran harga diri terhadap rasa takut ketinggalan pada remaja pengguna situs jejaring sosial. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 10 (2), 127-138. <https://doi.org/10.26740/jptt.v10n2.p127-138>
- Sihombing, A., Sobirin, M., & Herman, H. (2025). Makna Simbolik Lompat Batu Nias dalam Perspektif Sastra dan Budaya: Kajian Semiotik Roland Barthes. *Literasi Bahasa dan Sastra Jurnal*, 2(2), 104-115.
- Steinberg, L. (2008). *Adolescence* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta.

- Surya Krisna, I. S., & Setiyono, W. P. (2025). Dampak kecanduan media sosial, self-esteem, dan hedonic shopping motivation terhadap fear of missing out (FOMO) dalam perilaku keuangan Generasi Z di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Jurnal E-Bis*, 9(2), 1114–1133. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v9i2.2665>
- Tombeng, Edo, Miracle., & Yuwono, Emmanuel, Satyo. (2022). Keterkaitan Self-Esteem Dengan Fear Of Missing Out (FOMO) Pada JMS Youth Yang Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(2015), 1349–1358.
- Triani, C. I., & Ramdhani, N. (2017). Hubungan Kebutuhan Berelasi dan Fear of Missing Out dengan Harga Diri sebagai Variabel Moderator. 104(2015), 3500-3505.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206-222. <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>
- Vogels, E. A., Gelles-Watnick, R., & Massarat, N. (2022). *Remaja, media sosial dan teknologi 2022*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/>
- Waspada. (2024). Indosat Perkuat Jaringan, Dorong Pertumbuhan Ekonomi Digital Nias. Retrieved from <https://www.waspada.id/sumut/indosat-perkuat-jaringan-dorong-pertumbuhan-ekonomi-digital-nias/>