

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi semakin pesat seiring dengan berjalannya waktu. Salah satu perkembangan teknologi yang paling mencolok adalah internet yang telah menjadi suatu kebutuhan penting dalam era modern sebagai alat komunikasi yang dapat diakses secara terus menerus selama 24 jam sehari. Internet memberikan kemampuan kepada individu untuk mengakses informasi dengan bebas, kapan pun dan di mana pun, sambil memungkinkan pertukaran informasi yang luas melalui media sosial. (Tesalonika et al., 2024)

Media sosial telah menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan oleh pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), ditemukan bahwa sekitar 89 % aktivitas yang digunakan oleh pengguna internet di Indonesia adalah mengakses media sosial (APJII, 2017). Data yang diberikan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2023) menyatakan bahwa pada tahun 2022-2023, terdapat sekitar 215,63 juta individu pengguna internet di Indonesia (Siddik,Satria , Mafaza, Mafaza , Sembiring, 2020).

Kemudian berdasarkan hasil survei dari APJII (Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia) menunjukkan perkiraan jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 sekitar 221.563.479 jiwa (79,5%) dengan jumlah penduduk Indonesia sebanyak 278.696.200 jiwa pada tahun 2023. Informasi data tersebut menunjukkan adanya peningkatan sebanyak 1,4% dari tahun 2023 ke tahun 2024. Dari hasil survei oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan bahwa sekitar 89% aktivitas pengguna internet Indonesia setiap harinya adalah mengakses media sosial. Tidak diragukan lagi bahwa media sosial memiliki dampak yang sangat besar bagi kaum muda yang merupakan mayoritas pengguna media sosial. Padahal, media sosial bukan sekadar tren yang diikuti

anak muda, melainkan kebiasaan yang merasuki masyarakat secara keseluruhan. (Tuahuns & Salim, 2023)

Nasrullah 2020 menyebutkan bahwa media sosial adalah platform daring dimana pengguna dapat mengekspresikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi konten, dan berkomunikasi dengan pengguna lain untuk membangun hubungan sosial secara online. Media sosial saat ini telah dijadikan salah satu sarana utama untuk berkomunikasi bagi masyarakat, terutama di kalangan remaja yang aktif menggunakan berbagai platform media sosial sebagai sarana utama mereka dalam berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Pengguna media sosial dapat dengan mudah berbagi momen berharga dalam bentuk foto maupun video, serta berinteraksi secara online dengan orang lain (Anggraeni & Kristinawati, 2025).

Menerima dan berinteraksi dengan teman yang sebaya merupakan salah satu hal terpenting dalam masa remaja, karena itulah remaja sangat tertarik untuk mengakses media sosial. Media sosial dapat membantu remaja memenuhi kebutuhannya untuk menjadi bagian dari kelompok sosial, tetapi remaja juga memiliki risiko kecemasan yang lebih besar ketika remaja merasa terisolasi atau tersingkir dari kelompok sosialnya (Farida dkk., 2021).

Media sosial bermanfaat bagi mahasiswa untuk saling mendapatkan informasi maupun mempermudah untuk mendapatkan literatur online. Media sosial memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap kehidupan mahasiswa, karena dengan adanya media sosial mereka dapat mengakses segala informasi baik mengenai hal akademik maupun hanya sekedar tempat untuk mencari hiburan semata. Media sosial juga memiliki berbagai macam platform sebagai wadah untuk mengekspresikan apa yang sedang dirasakan. Platform tersebut diantaranya adalah instagram, TikTok, facebook, twitter, dan masih banyak yang lainnya. Selain itu individu akan cenderung membagikan sesuatu di media sosial yang mereka miliki ketika mendapati kebahagiaan dan kesenangan. Media sosial membuat perbedaan antara ruang privat dan publik semakin kabur. Sangat sulit bagi orang untuk membedakan antara konten yang harus disimpan sendiri dan yang dapat dikonsumsi secara publik. Kondisi ini menyebabkan orang cenderung lebih suka berinteraksi dengan cara

berkomunikasi melalui media sosial dibandingkan berinteraksi secara langsung secara tatap muka. Akibatnya, terjadilah FoMO dimana individu akan mengalami rasa cemas dan takut ketinggalan saat tidak dapat mengetahui aktivitas orang lain yang dianggapnya menarik (Anggraeni & Kristinawati, 2025). Individu memiliki dorongan untuk membandingkan dirinya dengan orang lain. Dorongan ini meningkatkan perilaku perbandingan di antara pengguna media sosial dan menunjukkan keinginan untuk terus terhubung satu sama lain di dunia maya (Eddleston, 2009). Hal ini menyebabkan munculnya ketakutan berbasis digital yang disebabkan ketidaktahuan terhadap aktivitas orang lain atau informasi terkini, yang dikenal sebagai Fear of Missing Out (FoMO) (Farida dkk., 2021). FoMO biasanya dipicu dari update aktivitas orang lain di media sosial. Oleh karena itu, jejaring sosial memungkinkan individu dengan mudah memiliki kemampuan untuk memberi dan menerima informasi, dalam hal ini informasi tentang aktivitas orang lain sehari-hari. Akibatnya, media sosial memainkan peran penting dalam menciptakan FoMO.

Przybylski, Murayama, Dehaan, dan Gladwel (2013) pertama kali menggunakan istilah takut kehilangan suatu moment atau *Fear Of Missing Out* (FoMO) dalam penelitian ilmiah mereka, yang digunakan untuk menggambarkan kekhawatiran individu yang khawatir bahwa mereka akan kehilangan pengalaman penting yang dialami orang lain jika mereka tidak hadir. Przybylski dkk (2013) juga menemukan bahwa individu yang mengalami FoMO di media sosial cenderung memiliki kepuasan hidup dan suasana hati yang lebih rendah dalam kehidupan nyata. (Tuahuns & Salim, 2023)

Media sosial juga dapat dikatakan sebagai tempat masuknya informasi yang tak terbatas dari seluruh dunia, oleh karena itu seseorang yang mengalami *Fear Of Missing Out* (FoMO) akan memiliki rasa cemas dan khawatir secara terus menerus, mereka juga merasa dirinya akan tertinggal oleh orang lain ketika ia tidak mengetahui berita atau informasi maupun kegiatan menyenangkan yang dilakukan oleh orang lain. Individu yang mengalami *Fear Of Missing Out* (FoMO) memiliki keinginan untuk selalu terus terhubung

dengan media sosial agar tidak tertinggal oleh orang lain. (Rahardjo & Soetjiningsih, 2022)

Fenomena FOMO semakin sering terjadi karena informasi yang tersedia dalam bentuk tampilan media sosial. FoMO juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti ketidakpuasan terhadap kebutuhan psikologis terkait keinginan untuk berinteraksi dengan orang lain, serta ketidakpuasan terhadap kebutuhan individu. Hal ini dapat berhubungan dengan penurunan perasaan yang baik dan kurang merasa puas dalam hidup secara keseluruhan (Tuahuns & Salim, 2023). FoMO biasanya dipicu dari update aktivitas orang lain di media sosial. Oleh karena itu, jejaring sosial memungkinkan individu dengan mudah memiliki kemampuan untuk memberi dan menerima informasi, dalam hal ini informasi tentang aktivitas orang lain sehari-hari. Akibatnya, media sosial memainkan peran penting dalam menciptakan FoMO.

FoMO dapat memberikan dampak psikologis pada remaja. Konsekuensi negatif dari FoMO bagi kaum muda adalah masalah identitas, kesepian, citra diri negatif, perasaan dikucilkan dan iri hati. Individu-individu yang seperti ini terikat erat dengan smartphone dan media sosial sehingga individu menjadi kesal ketika individu tersebut tidak mengetahui berita terbaru. Selain itu, individu akan mengembangkan perasaan atau emosi negatif di situs media sosial karena merasa iri dengan postingan dan kehidupan orang lain. Media sosial telah menjadi pusat dan tempat yang mudah diakses bagi orang-orang yang sering update untuk mengetahui apa yang sedang dilakukan orang lain. Individu yang mengalami FoMO lebih cenderung menggunakan situs media sosial karena merasa perlu untuk selalu terhubung (Farida dkk., 2021)

Individu yang merasakan kepuasan hidupnya tidak terpenuhi, mengalami emosi negatif, stress, dan kebutuhan yang tidak terpenuhi dalam dunia nyata mereka akan menggunakan media sosial sebagai tempat untuk mencari kebahagiaan, untuk memenuhi kepuasan yang tidak didapatkan dalam kehidupan nyata, sehingga penggunaannya bisa bermasalah (Dani & Kurniawan, 2024). Kepuasan hidup pada mahasiswa menjadi penting dikarenakan dengan adanya pemerolehan kepuasan hidup akan menguntungkan mahasiswa. Kepuasan hidup yang tinggi pada mahasiswa

mendorong prestasi akademik yang tinggi. Hal ini karena tingkat kepuasan hidup yang tinggi membuat mahasiswa termotivasi dan semangat dalam mengusahakan prestasi akademiknya dengan sebaik mungkin. Kepuasan hidup membentuk harga diri positif dan mendorong remaja untuk membangun kapasitas mereka dalam mengaktualisasikan diri, sehingga dapat terhindar dari dampak negatif ataupun permasalahan di lingkungan. (Dani & Kurniawan, 2024)

Menurut Santrock (Raharja & Indati, 2020) kepuasan hidup sebagai kepuasan hidup secara keseluruhan atau kesejahteraan psikologis. Pada orang dewasa dan lansia, kepuasan hidup sering dianggap sebagai indikator kesejahteraan psikologis. Pendapatan, kesehatan, gaya hidup aktif, dan hubungan sosial dengan teman dan keluarga semuanya terkait dengan kepuasan hidup orang dewasa dan lanjut usia. Individu dewasa dan lanjut usia yang memiliki pendapatan yang cukup dan kesehatan yang baik cenderung merasa lebih puas dengan kehidupan mereka dibandingkan dengan mereka yang memiliki pendapatan rendah dan kesehatan yang buruk dalam kelompok usia yang sama.

Kepuasan hidup yang rendah atau tidak terpenuhi membentuk harga diri yang negatif yang menyulitkan dan menghambat aktualisasi diri seseorang. Sehingga berpotensi melakukan hal-hal negatif sebagai pelampiasan atas ketidakpuasan terhadap hidup yang dimilikinya (Dani & Kurniawan, 2024). *Fear Of Missing Out* dapat menyebabkan banyak remaja mengambil resiko di media sosial, seperti dengan memposting sesuatu yang tidak pantas atau mempromosikan diri, yang ironisnya menyebabkan harga diri menurun dan ketidakbahagiaan menjadi lebih buruk (Polii et al., 2024). Faktor yang dapat mempengaruhi fear of missing out antara lain adalah pengucilan sosial (*social exclusion*), penolakan (*ostracism*), kecemasan (*anxiety*) dan harga diri (*self esteem*), (Polii dkk, 2024)

Rendahnya *self-esteem* berpengaruh dalam timbulnya perasaan FoMO pada individu. Hal ini disebabkan karena *self-esteem* merupakan faktor yang berperan penting dalam mempengaruhi berbagai aspek kesejahteraan mental individu. Individu yang memiliki *self esteem* yang tinggi akan menunjukkan peningkatan dalam penggunaan media sosial yang bertujuan untuk

mempertahankan dan melindungi harga dirinya. Hal ini berkaitan dengan melindungi citra diri atau popularitas diri sendiri. Menurut Tice individu yang memiliki *self esteem* tinggi bertujuan menggunakan media sosial untuk mencapai status sosial yang lebih tinggi (Farida dkk., 2021). Harga diri didefinisikan sebagai sejauh mana orang menghargai diri mereka sendiri ketika mereka melakukan evaluasi terhadap dirinya. Harga diri sangat identik dengan remaja, karena salah satu perkembangan psikologis yang dialami remaja adalah perkembangan sosio-emosi yaitu harga diri (Polii et al., 2024). Harga diri adalah sikap yang dimiliki seseorang tentang dirinya sendiri, baik secara positif maupun negative. Ellison dan Lampe (2008) juga mengemukakan bahwa individu yang memiliki harga diri rendah lebih banyak menggunakan media sosial untuk membangun jaringan pertemanan dibandingkan dengan pengguna media sosial yang mempunyai harga diri tinggi (Umam, N., & Rengganis, 2021) karena pada kondisi ini sering mendorong mereka untuk mencari kompensasi dengan terlibat lebih dalam interaksi sosial melalui media online.

Cara dalam mengurangi FoMO dapat dimulai dengan menjaga tingkat harga diri individu. Harga diri sendiri menjadi bentuk menilai diri secara otodidak dengan berasumsi terhadap nilai diri yang dimiliki. Jika individu merasa tidak populer karena mereka belum mencapai jumlah “suka” untuk postingan yang mereka harapkan, mungkin mengalami stres dan kecemasan. Mereka mungkin mengaitkannya dengan melewatkan interaksi sebelumnya dengan lain dan bahwa mereka tidak dapat menafsirkannya dengan baik. Karenanya, FoMO mereka meningkat karena keinginan untuk itu meningkatkan pengetahuan mereka tentang lingkaran sosial mereka dengan baik. Untuk memerangi FoMO, perlu menjaga harga diri untuk mengurangi jenis FoMO tertentu. Ini dapat dicapai dengan mempraktikkan perubahan sikap (Urifan & Pravesti, 2025).

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan pada 100 Mahasiswa pengguna media sosial Instagram dan tiktok dari berbagai Universitas di Daerah Istimewa Yogyakarta yang juga menunjukkan hasil serupa. Bahwa Kepuasan Hidup dapat mempengaruhi FoMO pada Mahasiswa pengguna

Instagram dan tiktok di Yogyakarta. Hasil analisis data diperoleh nilai  $r = 0,862$  dengan  $p = 0,000$  ( $p < 0,005$ ) yang menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepuasan Hidup terhadap *Fear Of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram dan tiktok di Yogyakarta. Hal ini bisa disebabkan karena mereka memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap pengalaman positif, sehingga muncul rasa takut untuk melewatkan pengalaman tersebut ketika harapan tersebut tidak terpenuhi. Selain itu, individu tersebut merasa lebih peka pada pengalaman positif dan peluang yang tersedia bagi orang lain yang juga berkontribusi pada perasaan FoMO yang mereka alami (Tuahuns & Salim, 2023).

Berdasarkan hasil wawancara pendahuluan yang telah dilakukan oleh peneliti pada tanggal 5 November – 7 November 2024 di Universitas Islam 45 Bekasi terdapat 5 orang mahasiswa didapati temuan masalah terkait *Fear Of Missing Out* (FoMO). Pada aspek FoMO pertama yaitu kompetensi (Competence), diperoleh hasil bahwa 4 dari 5 responden menunjukkan perilaku kompetensi yang termasuk kedalam aspek pertama dari *Fear Of Missing Out* pertama. Responden melakukan kompetensi seperti melakukan hal baru yang sedang ramai dilakukan oleh orang lain di media sosial karena ingin menunjukkan bahwa responden sudah lebih dahulu melakukan hal tersebut. Misalnya, responden pergi ke suatu tempat yang sedang ramai dikunjungi oleh orang lain, membuat trend tiktok bersama teman dan membeli sesuatu yang sedang ramai dibeli pula oleh orang lain (baju, *skincare*, makanan). Hal ini disebabkan karena responden merasa perlu menunjukkan hal tersebut kepada orang lain di media sosial miliknya.

Pada aspek FoMO yang kedua yaitu Otonomi (*Autonomy*), diperoleh hasil 2 dari 5 responden menunjukkan perilaku otonomi yang termasuk kedalam aspek *Fear Of Missing Out* kedua. Yaitu responden melakukan otonomi seperti menolak ajakan temannya karena alasan tertentu atau menyarankan pilihan lain yang dapat memuaskan kedua belah pihak. Tetapi terkadang responden mengikuti ajakan temannya karena merasa senang saat melakukannya. Hal ini disebabkan karena responden merasa kurang tertarik dan memiliki pilihan lain

yang merasa lebih cocok pada dirinya dan juga karena responden memiliki pilihan yang tidak ingin jika pilihannya di ganggu oleh orang lain.

Lalu, pada aspek FoMO yang ketiga yaitu keterikatan (*Relatedness*), diperoleh hasil bahwa 5 dari 5 responden menunjukkan perilaku ketrikatan yang termasuk kedalam aspek *Fear Of Missing Out* ketiga. Yaitu melakukan keterikatan seperti mengajak teman, pasangan, atau keluarga untuk pergi bersama dan melakukan yang sedang ramai dimedia sosial. Hal ini disebabkan karena responden merasa selalu ingin melibatkan orang lain dalam kegiatannya, bahkan sesekali responden merasakan diajak oleh teman maupun pasangannya. responden mengatakan bahwa merasa senang ketika menemukan tempat baru yang bagus untuk dikunjungi, merasa puas setelah mengunjungi tempat tersebut, dan memiliki keinginan untuk mencari tempat lain untuk dikunjungi selanjutnya. Kegiatan yang paling sering dilakukan oleh responden yaitu berkunjung ke *coffe shop aesthetic/unic*, atau melakukan *trend* Tiktok.

Berdasarkan hasil wawancara kepada 5 responden diatas, didapatkan hasil bahwa terdapat perilaku responden yang menunjukkan aspek Kompetensi (*Competence*), Otonomi (*Autonomy*), Keterikatan (*Relatedness*) pada *Fear Of Missing Out* (FoMO) pada Mahasiswa. Mahasiswa yang menjadi narasumber menjelaskan bahwa suka mengikuti perkembangan di media sosial karena tidak sekali mereka pergi ke *Coffe Shop* baru yang ramai dikunjungi orang dan mengikuti *trend* yang sedang ramai digunakan oleh remaja lain di media sosial. Faktor yang mempengaruhi mahasiswa melakukan hal tersebut karena mengikuti ajakan temannya dan keinginan dari diri sendiri untuk melakukan hal tersebut. Terkadang mahasiswa mengunjungi *Coffe Shop* hanya untuk menyelesaikan tugas yang diberikan dosen dan berkumpul bersama teman temannya.

*Tabel 1 Preliminary Fear Of Missing Out*

<b>Responden</b>	<b>Competence</b>	<b>Autonomy</b>	<b>Relatedness</b>
1	√		√
2	√		√
3	√		√
4	√	√	√
5		√	√

Berdasarkan hasil wawancara pendahuluan yang telah dilakukan peneliti pada tanggal 5 November 2024 – 7 November 2024 di Universitas Islam 45 Bekasi didapati temuan masalah terkait Harga Diri pada mahasiswa. Pada aspek pertama Harga Diri yaitu Penerimaan Diri (*Self – Acceptance*) 2 dari 5 responden menunjukkan perilaku yang masuk kedalam aspek pertama harga diri yaitu penerimaan diri. Seperti yang dikatakan responden bahwa kurang puas atau kurang menerima dirinya sendiri dan merasa harus melakukan hal – hal yang orang lain lakukan agar dianggap memiliki pengalaman yang sama agar bisa diterima dilingkungannya. Responden terkadang merasa tertinggal ketika orang lain sudah melakukan dan mengalaminya, responden merasa untuk mengikuti trend yang sedang ramai dilakukan orang lainnya seperti pergi ketempat wisata, prestasi, dan gaya hidup.

Pada aspek kedua harga diri yaitu Penghormatan Diri (*Self – Respect*) 5 dari 5 responden menunjukkan perilaku yang masuk kedalam aspek kedua dari harga diri yaitu responden mengatakan bahwa sering berpergian ke tempat yang sedang ramai dikunjungi karena memiliki rasa ingin tahu yang tinggi agar bisa membagikannya di instagram. Membuat trend yang sedang ramai dilakukan karena responden merasa perlu melakukannya dan meng-*upload* di akun tiktok miliknya responden juga mengatakan bahwa selalu mengharapkan konten tiktoknya di – *like* oleh orang banyak.

Perilaku tersebut ditandai responden dengan pergi kesuatu tempat yang sedang ramai di media sosial agar dianggap mengikuti *trend* dan selalu *update* karena merasa perlu mengunjungi tempat tersebut agar tidak dianggap ketinggalan oleh teman temannya dan lingkungannya. Berdasarkan hal tersebut dapat permasalahan pada aspek kedua Harga diri yaitu Penghormatan Diri (*Self – Respect*)

Tabel 2 Preliminary Harga Diri

Responden	Self- Acceptance	Self-Respect
1	√	√
2	√	√
3		√
4		√
5		√

Selanjutnya, berdasarkan hasil wawancara pendahuluan yang telah dilakukan peneliti pada tanggal 5 November 2024 – 7 November 2024 di Universitas Islam 45 Bekasi didapati masalah terkait Kepuasan Hidup pada Mahasiswa. Pada aspek pertama Kepuasan Hidup yaitu *Romantic*, diperoleh bahwa 3 dari 5 responden mengatakan ketika memiliki pasangan atau memiliki hubungan dengan lawan jenis meningkatkan kepuasan hidupnya karena responden dapat melakukan hal yang menyenangkan bersama pasangannya, dan responden mengatakan memiliki tempat bercerita. Lalu 1 dari 5 responden mengatakan bahwa memiliki hubungan dengan lawan jenis tidak hanya untuk berpasangan melainkan menjadi sahabat dan teman dekat. Responden merasa bahwa tidak memiliki pasangan tidak menjadi masalah dan akan tetap memiliki kepuasan hidup yang sama dengan yang memiliki pasangan karena ia dapat melakukan hal yang menyenangkan lainnya dengan teman dekatnya. Kegiatan yang biasa responden lakukan pada aspek ini adalah seperti mengunjungi tempat wisata, pergi ke mall, dan pergi ke Kota lain bersama.

Pada aspek Kepuasan Hidup yang kedua yaitu *Finances*, diperoleh bahwa 4 dari 5 responden mengatakan bahwa responden akan melakukan sesuatu untuk menopang hidupnya. Seperti responden membeli barang yang diinginkan lalu pergi ke suatu tempat yang membuatnya Bahagia. Responden juga mengatakan tidak sekali pergi ke tempat yang sedang ramai dikunjungi oleh orang dan juga membeli produk yang dijual di media sosial karena keinginannya untuk memiliki produk tersebut.

Perilaku tersebut ditandai responden mengikuti perkembangan yang terjadi di media sosial. Responden merasa memenuhinya keinginan untuk pergi ke tempat yang sedang ramai dikunjungi dan memiliki produk yang dijual di media sosial akan membuatnya merasa senang. Produk yang ramai dijual di media sosial seperti : baju, skincare, makanan ringan (*snack*), dll)

Pada aspek kepuasan hidup yang ketiga yaitu *Grades*, diperoleh bahwa 5 dari 5 responden merasa jika memiliki prestasi dapat meningkatkan kepuasan hidup. Hal ini dikarenakan responden merasa senang apabila ada temannya yang menanyakan seputar ilmu yang responden pahami, responden pun merasa

diakui kemampuannya . responden juga mengatakan jika memiliki prestasi dapat membanggakan orang disekitarnya. Menurut responden membantu orang lain yang sedang mengalami kesulitan adalah hal membanggakan untuk dirinya sendiri dan.

Perilaku tersebut ditandai dengan responden merasa terdorong untuk mengejar prestasi karena melihat kesuksesan atau pencapaian orang lain di media sosial dan di lingkungannya. Responden merasa perlu menyesuaikan diri atau berkompetisi agar tidak merasa tertinggal dengan yang lainnya.

Pada aspek Kepuasan Hidup yang keempat yaitu *Social Life*, diperoleh bahwa 5 dari 5 responden mengatakan bahwa memiliki banyak teman dapat meningkatkan kepuasan hidup. Responden mengatakan bahwa ia tidak hanya memiliki teman di tempat ia tinggal saja melainkan memiliki teman dari berbagai Kota, dan responden juga mengatakan tidak sedikit ia memiliki teman virtual. Reseponden mengatakan bahwa memiliki banyak teman dapat meningkatkan relasi responden. Responden merasa jika memiliki banyak teman responden tidak akan merasa sepi dan responden mengatakan lebih percaya diri. Kegiatan yang sering dilakukan dengan teman seperti mengunjungi tempat yang sedang *viral*, dan trend tiktok.

Perilaku tersebut ditandai responden dengan kebutuhan responden untuk merasa diterima dan terhubung dalam berbagai lingkaran sosial. Lalu menampilkan momen kebersamaan di media sosial mengunjungi tempat tempat yang sedang ramai dikunjungi orang. Responden juga merasa takut untuk melewatkan sesuatu dan selalu ingin terhubung dengan temannya.

Pada aspek Kepuasan Hidup yang kelima yaitu *Recreation*, diperoleh bahwa 5 dari 5 responden mengatakan bahwa berpergian ketempat wisata yang sedang ramai di media sosial dapat meningkatkan kepuasan hidup karena mengunjungi tempat wisata dapat mengistirahatkan pikiran saat sedang merasa lelah. Selain itu berkunjung ketempat wisata juga dapat membuat responden dapat membagikan moment nya di akun media sosial pribadinya. Responden mengatakan bahwa pergi kesuatu tempat memainkan permainan, berkunjung kesuatu tempat, bermalam di Kota lain, pergi ke mall atau bahkan hanya

berbelanja bulanan juga dapat meningkatkan kepuasan hidup responden yang merasa dapat mengistirahatkan pikirannya.

Perilaku tersebut ditandai dengan responden pergi ketempat tempat yang populer karena merasa takut tertinggal. Dan responden mengatakan pergi ketempat wisata yang sedang ramai di media sosial dapat mengisi hidupnya dengan pengalaman yang tidak dilupakan. Dan responden mengatakan mengunjungi tempat wisata bisa disebabkan karena sedang populer dan dianggap keren.

Pada aspek Kepuasan Hidup yang keenam yaitu *Housing*, diperoleh bahwa 3 dari 5 reseponden mengatakan bahwa melakukan kegiatan bersama seluruh anggota keluarga dapat meningkatkan kepuasan hidup, seperti berkunjung kerumah saudara lain, berkunjung kerumah kakek dan nenek, bergi berwisata dengan anggota keluarga dan melakukan kegiatan lain dirumah. Responden merasa bahwa berkumpul dan melakukan sesuatu dengan anggota keluarga tidak dapat dilakukan oleh semua orang maka dari itu responden melakukan hal – hal bersama keluarga selagi responden masih bisa untuk melakukannya.

Perilaku tersebut ditandai dengan responden merasa terdorong untuk menghabiskan waktu bersama setelah melihat orang lain menggunggah aktivitas yang menunjukkan momen kebersamaan keluarga. Responden merasa takut kehilangan momen special yang berharga bersama keluarga.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melihat pengaruh antara harga diri dan kepuasan hidup dengan *Fear Of Missing Out* pada mahasiswa pengguna media sosial aktif di Univeristas Islam 45 Bekasi.

*Tabel 3 Preliminary Kepuasan Hidup*

<b>Responden</b>	<b>Romantic</b>	<b>Finances</b>	<b>Grades</b>	<b>Social Life</b>	<b>Recreation</b>	<b>Housing</b>
1	√	√	√	√	√	√
2	√	√	√	√	√	√
3	√	√	√	√	√	√
4		√	√	√	√	
5		√	√	√	√	

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran harga Diri, Kepuasan Hidup dan *Fear Of Missing Out* (FoMO) pada Mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi?
2. Apakah terdapat hubungan Harga Diri dengan *Fear Of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi?
3. Apakah terdapat hubungan Kepuasan Hidup dengan *Fear Of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi?
4. Apakah terdapat pengaruh Harga Diri terhadap *Fear Of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi?
5. Apakah terdapat pengaruh Kepuasan Hidup terhadap *Fear Of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui gambaran Harga diri, Kepuasan Hidup dan *Fear Of Missing Out* (FoMO) pada Mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi
2. Mengetahui hubungan Harga Diri dengan *Fear Of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi
3. Mengetahui hubungan Kepuasan Hidup dengan *Fear Of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi
4. Mengetahui pengaruh Harga Diri terhadap *Fear Of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi
5. Mengetahui pengaruh Kepuasan Hidup terhadap *Fear Of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoretis**

Manfaat yang diharapkan dari adanya penelitian ini adalah memperluas pengetahuan mengenai fenomena *Fear Of Missing Out* atau yang biasa disebut FoMO. dan juga memberikan informasi atau

pengetahuan mengenai pengaruh antara Harga Diri dan Kepuasan Hidup dengan *Fear Of Missing Out* (FoMO) pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Aktif di Universitas Islam 45 Bekasi

## **2. Manfaat Praktis**

### **a. Bagi Peneliti**

Melalui penelitian ini mendapatkan Pelajaran yang berharga serta pengalaman mengenai *Fear Of Missing Out* (FoMO) yang nyatanya hampir dilakukan oleh semua mahasiswa. Selanjutnya peneliti juga dapat menguji pengaruh Harga Diri an Kepuasan Hidup dengan *Fear Of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa Univeristas Islam 45 Bekasi.

### **b. Bagi Pembaca**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan sumber referensi pendukung lainnya yang berkaitan dnegan Harga Diri, Kepuasan Hidup, dan *Fear Of Missing Out* (FoMO).

### **c. Penelitian Selanjutnya**

Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan perbandingan sekaligus referensi penelitian dan bahan pertimbangan untuk lebih memperdalam penelitian terkait Gambaran Harga Diri, Kepuasan Hidup, dan *Fear Of Missing Out* (FoMO) sehingga dapat dikembangkan lebih luas lagi