

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kajian Pustaka

1. *Fear of missing out* (FOMO)

a. Pengertian *Fear of Missing Out* (FOMO)

Fear of missing out (FOMO) adalah kondisi mental yang membuat seseorang merasa khawatir, cemas, dan tidak nyaman ketika merasa bahwa orang lain sedang mendapatkan pengalaman lebih baik tanpa dia. Kondisi ini membuat seseorang terus-menerus ingin tetap terhubung dan memantau apa yang sedang dilakukan orang lain melalui media sosial. FOMO juga bisa dianggap sebagai bentuk kecemasan sosial, di mana seseorang merasa sangat ingin tahu dan ikut serta dalam aktivitas yang dilakukan oleh orang di sekitarnya. Jika seseorang tidak bisa ikut atau mengikuti aktivitas tersebut, mereka merasa tertinggal, kurang percaya diri, minder, bahkan merasa kesepian dan terisolasi. Jika berlangsung terus-menerus, kondisi ini bisa menyebabkan tekanan mental seperti kehilangan kepercayaan diri, rasa tidak memiliki teman, serta gejala depresi karena kebutuhan akan hubungan dan pengakuan sosial tidak terpenuhi (Mulyono, 2017).

Pengertian *Fear of missing out* (FOMO) menurut Mufidah dkk. (2023) dapat dijelaskan sebagai berikut:

“*Fear of missing out* (FOMO) adalah rasa takut yang dalam bahwa orang lain mungkin sedang mengalami sesuatu yang menarik dan penting yang tidak akan terlewatkan. FOMO sering kali diiringi keinginan kuat untuk terus terhubung dengan kegiatan atau pengalaman yang dilakukan orang lain. Rasa takut ini bisa memicu kegelisahan dan kadang mengganggu perasaan seseorang, karena merasa ketinggalan atau kehilangan kesempatan baik yang sedang dijalani teman-teman. Ingin tahu atau memiliki sesuatu yang lebih baik juga sering muncul sebagai bagian dari perasaan ini.”

Penelitian-penelitian terkini menunjukkan bahwa FOMO memiliki hubungan yang signifikan dengan intensitas penggunaan media sosial dan kesehatan mental individu. Individu dengan tingkat FOMO tinggi cenderung mengalami kecemasan, stres, dan ketergantungan terhadap media sosial karena dorongan untuk selalu terhubung secara daring. Pada generasi Z, fenomena ini semakin kuat karena media sosial menjadi sarana utama pembentukan identitas diri dan relasi sosial (Elhai dkk., 2020)

Dapat disimpulkan bahwa FOMO adalah fenomena yang dapat mempengaruhi kesehatan fisik dan mental, seperti menyebabkan kecemasan dan gangguan tidur. Fenomena *Fear of missing out* (FOMO) muncul sebagai dampak dari kecemasan sosial yang ditimbulkan oleh media sosial, di mana seseorang merasa terisolasi atau minder jika tidak dapat mengikuti aktivitas orang lain. Kondisi ini dapat berujung pada hilangnya kepercayaan diri dan gejala depresi. Rasa takut akan ketinggalan dengan orang lain ini bisa memicu kegelisahan dan kadang mengganggu perasaan seseorang, karena merasa ketinggalan atau kehilangan kesempatan

baik yang sedang dijalani orang lain. Oleh karena itu, penting untuk mengelola penggunaan media sosial agar tidak berdampak negatif pada kesejahteraan mental.

b. Dampak Fear of Missing Out (FoMO)

Dari segi finansial, menurut (Ayuningtyas and Wiyono, 2020) dampak negatif. FOMO berupa menghabiskan uang untuk hal-hal yang tidak perlu (konsumtif), melakukan segala cara untuk menghapus kecemasan dan ketakutan akan kehilangan sesuatu hingga rela untuk mengajukan utang, sulit untuk menabung. Berikut merupakan sebagian akibat terburuk dari FOMO (Bella dan Annisa, 2021):

- 1) Overload informasi, banyaknya data yang datang beresiko tidak tahu lagi mana data yang benar mana yang hoax. Tidak hanya itu, data yang berlebihan akan membuat otak merasa letih dan overload.
- 2) Kesehatan mental terganggu, FOMO mempunyai dampak pada kesehatan mental semacam mood yang tidak normal, kesepian, merasa rendah diri, mengalami kecemasan dan juga tekanan mental.
- 3) Merasa terkendala, banyaknya data (berita) yang diterima bisa membuat terkendala, merasa letih baik secara raga maupun mental.

- 4) Takut, menjadi takut jika tidak mengenali perkembangan informasi meskipun tidak berhubungan langsung dengan hidupnya.
- 5) Benci pada diri sendiri, terbiasa memandang kehidupan orang lain dengan standar sosial yang ada, ketika tidak dapat memenuhi standar tersebut merasa rendah diri dan tidak berarti. Perasaan ini bisa tumbuh menjadi rasa benci terhadap diri sendiri dan depresi.

c. Indikator *fear of missing out* (FOMO)

Fear of Missing Out (FOMO) pertama kali didefinisikan secara konseptual dan diukur secara ilmiah oleh Andrew K. Przybylski dkk pada tahun 2013. Menurut Przybylski (2013), FOMO adalah kekhawatiran atau kecemasan yang meresap (*pervasive apprehension*) bahwa orang lain mungkin mengalami pengalaman berharga saat individu tersebut tidak hadir.

- 1) Kecemasan akan Ketertinggalan Informasi atau Pengalaman

Ini adalah inti emosional dari FOMO. Seseorang merasakan ketakutan, kegelisahan, atau rasa tidak nyaman yang mendalam ketika mengetahui bahwa orang lain (teman atau komunitasnya) sedang berbagi momentum atau mendapatkan informasi penting tanpa melibatkan dirinya.

2) Keinginan untuk Selalu Terhubung

Indikator ini mengukur dorongan psikologis untuk terus memantau apa yang sedang terjadi di dunia luar. Seseorang merasa memiliki kewajiban internal untuk mengetahui aktivitas, status, lokasi, atau pemikiran orang lain secara *real-time*.

3) Perbandingan Sosial (*Social Comparison*)

FOMO memicu seseorang untuk terus-menerus membandingkan kehidupan pribadinya yang tampak biasa saja dengan kehidupan orang lain di media sosial yang tampak selalu dikurasi dengan indah, seru, dan penuh pencapaian.

4) Ketergantungan pada Media Sosial

Ini adalah wujud tindakan (*behavioral*) dari kecemasan yang dirasakan. Media sosial menjadi satu-satunya alat penawar instan untuk meredakan rasa cemas akan ketertinggalan, sehingga penggunaannya menjadi tidak terkontrol atau kompulsif.

5) Ketidakpuasan terhadap Kehidupan Sendiri

Sebagai dampak lanjutan dari perbandingan sosial yang konstan, pilar ini menunjukkan penurunan tingkat kepuasan hidup (*life satisfaction*). Seseorang menjadi sulit

bersyukur dan merasa bahwa apa yang ia miliki saat ini tidak pernah cukup.

6) Dorongan Mengikuti Aktivitas Orang Lain

Indikator ini mengarah pada perilaku konsumtif atau pemaksaan diri. Demi mempertahankan pengakuan sosial dan agar tetap dianggap "ada" di dalam kelompok, individu akan memaksakan diri melakukan atau membeli apa yang sedang tren.

2. *Self-esteem*

a. Pengertian *Self-esteem*

Menurut Remaja & Padang (2014), *Self-esteem* adalah bagian dari kemampuan emosional yang sangat penting dalam membentuk cara seseorang berpikir, bertindak, dan merasa tenang secara psikologis. Jika seseorang percaya bahwa dirinya memiliki kemampuan dan nilai yang baik, maka mereka akan lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan orang lain, lebih berani menyampaikan pendapat, serta lebih siap menghadapi tantangan dari lingkungan sekitar. Namun, ketika *self-esteem* rendah, seseorang cenderung merasa malu, ragu dengan kemampuan diri sendiri, sulit fokus, dan takut mengambil risiko. Kondisi ini bisa menghambat pertumbuhan diri serta memengaruhi cara seseorang merespons tekanan dari lingkungan sosial. Di tengah kehidupan generasi Z yang sangat terhubung dengan media sosial seperti TikTok, perbedaan

tingkat *self-esteem* sangat berpengaruh, karena paparan terhadap pencapaian, popularitas, dan pengakuan sosial orang lain bisa memperkuat perasaan tidak percaya diri. Situasi ini membuat individu dengan *self-esteem* rendah lebih rentan mengalami rasa takut tertinggal dan kecemasan sosial. Oleh karena itu, sebelum membahas lebih lanjut mengenai konsep *self-esteem* secara teori, penting untuk memahami peran serta dampaknya dalam kehidupan individu, terutama dalam hubungannya dengan fenomena *fear of missing out* (FOMO) pada generasi Z pengguna TikTok.

Pengertian *Self-esteem* menurut (Rohmawati dkk., 2025) dijelaskan bahwa:

“Students are categorised at the developmental stage, which is 18 to 28 years old, as a common age range for college students, because most students start college after completing high school or after reaching adulthood. This stage can be classified as late adolescence to early adulthood and can be seen in terms of development. The task of development at the age of students is to strengthen their stance on life, where students experience significant changes in various aspects of life, by beginning to develop a new identity as an adult, exploring career interests and aspirations, and taking responsibility for their own life decisions. As a student, you may face conflicts between academic, social, and personal demands, which can lead to uncertainty and confusion”.

Definisi tersebut menyatakan bahwa mahasiswa dikategorikan pada tahap perkembangan yaitu usia 18 hingga 28 tahun, sebagai rentang usia umum bagi mahasiswa, karena sebagian besar mahasiswa memulai kuliah setelah menyelesaikan sekolah menengah atau setelah mencapai usia dewasa. Tahap ini dapat diklasifikasikan sebagai masa remaja akhir hingga dewasa awal dan

dapat dilihat dari segi perkembangan. Tugas perkembangan pada usia mahasiswa adalah memperkuat pendirian mereka terhadap kehidupan, di mana mahasiswa mengalami perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, dengan mulai mengembangkan identitas baru sebagai orang dewasa, mengeksplorasi minat dan aspirasi karir, dan bertanggung jawab atas keputusan hidup mereka sendiri. Sebagai mahasiswa, Anda mungkin menghadapi konflik antara tuntutan akademik, sosial, dan pribadi, yang dapat menyebabkan ketidakpastian dan kebingungan.

Pengertian *self-esteem* menurut (Verdianingsih, 2017).

dapat dijelaskan sebagai berikut:

“*Self-esteem* adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi kesuksesan seseorang dalam hidupnya, karena pertumbuhan *self-esteem* pada masa kanak-kanak akan memengaruhi hasil baik atau buruk di masa depan. Sebagai cara mengukur diri sendiri, pengembangan *self-esteem* menjadi bagian yang sangat penting dalam dunia pendidikan, karena diharapkan mampu membantu anak-anak mengembangkan konsep diri yang positif.”

Self-esteem berperan sebagai faktor protektif terhadap berbagai masalah psikologis, termasuk kecemasan sosial dan perasaan tidak aman dalam lingkungan digital. Individu dengan *self-esteem* tinggi cenderung memiliki kemampuan regulasi emosi yang lebih baik dan tidak mudah terpengaruh oleh perbandingan sosial di media sosial. Sebaliknya, *self-esteem* rendah meningkatkan kerentanan terhadap FOMO karena individu lebih membutuhkan

validasi sosial dari lingkungan sekitarnya (Jingjing Zhao , Feng Kong, 2023)

Dapat disimpulkan bahwa *self-esteem* merupakan kemampuan emosional yang sangat berperan dalam membentuk cara berpikir, bersikap, dan mengelola emosi seseorang. Jika seseorang meyakini bahwa dirinya memiliki kemampuan dan nilai yang positif, maka dia akan cenderung lebih percaya diri saat berinteraksi dengan orang lain. Sebaliknya, seseorang dengan *self-esteem* yang rendah biasanya lebih sering meragukan kemampuan dirinya sendiri. Pada generasi Z yang hidup berdampingan dengan media sosial seperti TikTok, perbedaan tingkat *self-esteem* menjadi semakin terlihat, karena paparan pencapaian dan popularitas orang lain dapat memicu perbandingan sosial. *Self-esteem* berperan sebagai faktor protektif terhadap berbagai masalah psikologis, termasuk kecemasan sosial dan perasaan tidak aman dalam lingkungan digital.

b. Ciri – ciri *self-esteem*

Dalam penelitian Zywica dan Dawonski (2008) menyatakan individu dengan tingkat *self-esteem* rendah terbukti memiliki tingkat penggunaan media sosial yang lebih tinggi, hal ini merupakan kompensasi sosial sebagai upaya untuk meningkatkan *self-esteem* individu tersebut, kemudian untuk individu dengan *self-esteem* tinggi meningkatkan penggunaan sosial medianya agar dapat menjaga dan melindungi *self-esteem*nya. Menurut Richter (2018),

penurunan *self-esteem* menyebabkan individu meragukan diri sendiri dan percaya bahwa mereka tidak disukai oleh lingkungannya yang menimbulkan perasaan terisolasi dan kemudian mencari kompensasi dalam interaksi di dunia maya.

c. Indikator *self-esteem*

Menurut Nathaniel Branden (1994), seorang psikolog pelopor studi tentang *self-esteem* (harga diri), *self-esteem* bukanlah sekadar perasaan nyaman dengan diri sendiri, melainkan sebuah kebutuhan psikologis yang mendasar.

Untuk mengukur atau melihat apakah seseorang memiliki *self-esteem* yang sehat atau rendah, Branden membaginya ke dalam beberapa indikator atau karakteristik perilaku.

1) *The Practice of Living Consciously* (Praktik Hidup secara Sadar)

Hidup secara sadar berarti tidak menjalani hidup dengan "mode otomatis" (*autopilot*). Ini adalah fondasi dari semua pilar lainnya.

2) *The Practice of Self-Acceptance* (Praktik Menerima Diri Sendiri)

Menerima diri sendiri bukanlah tindakan pasrah atau menyerah pada keadaan, melainkan titik awal dari pertumbuhan diri. Branden membaginya ke dalam tiga tingkat: menolak memusuhi diri sendiri, menerima emosi/pikiran apa adanya, dan menjadi "sahabat" bagi diri sendiri.

3) *The Practice of Self-Responsibility* (Praktik Bertanggung Jawab pada Diri Sendiri)

Pilar ini adalah kunci kemandirian psikologis. Untuk membangun *self-esteem*, seseorang harus berhenti menempatkan dirinya sebagai korban dari lingkungan atau orang lain.

4) *The Practice of Self-Assertiveness* (Praktik Ketegasan Diri)

Menurut Branden, ketegasan diri adalah keberanian untuk menghormati kebutuhan, keinginan, nilai, serta penilaian Anda sendiri, sekaligus mencari cara yang tepat untuk mengekspresikannya dalam kehidupan nyata.

5) *The Practice of Living Purposefully* (Praktik Hidup dengan Penuh Tujuan)

Tanpa tujuan, hidup seseorang akan terombang-ambing oleh situasi luar. Pilar ini berkaitan dengan produktivitas dan pencapaian kompetensi diri.

6) *The Practice of Personal Integrity* (Praktik Integritas Pribadi)

Integritas adalah keselarasan antara apa yang Anda percayai (nilai/prinsip) dengan bagaimana Anda bertindak dalam kehidupan sehari-hari.

3. *Peer pressure*

a. Pengertian *peer pressure*

Interaksi teman sebaya adalah hubungan antara dua orang atau lebih yang memiliki usia yang sama. Dalam interaksi ini, setiap

orang dapat mempengaruhi orang lain. Kadang-kadang, dalam interaksi tersebut, teman sebaya akan menuntut seseorang agar bertindak atau berpikir dalam cara tertentu agar dapat diterima oleh kelompoknya. Hal ini disebut sebagai tekanan sebaya atau *peer pressure*. *Peer pressure* adalah tekanan yang diberikan oleh teman sebaya agar seseorang melakukan sesuatu atau menghindari melakukan sesuatu yang lain, baik seseorang menginginkannya atau tidak. Berdasarkan penjelasan tersebut, *peer pressure* tidak selalu bersifat negatif, ada juga yang bersifat positif. *Peer pressure* bisa memberikan pengaruh positif maupun negatif. Namun, dalam kenyataannya, *peer pressure* lebih sering memengaruhi remaja secara negatif, seperti menyontek, membolos sekolah, dan melanggar peraturan sekolah. (Pratama dkk., 2025).

Menurut (Auliyah dkk., 2021) dijelaskan bahwa:

“Teman sebaya memiliki peran dan pengaruh yang penting dalam membentuk sikap, ucapan, penampilan, dan perilaku remaja. Hal ini karena pada masa remaja, seorang anak lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah bersama teman-temannya dibandingkan dengan orang tuanya. Di masa remaja awal, remaja cenderung menyesuaikan diri dengan standar yang dimiliki oleh teman sebayanya, karena mereka ingin diterima dalam sebuah kelompok. Untuk bisa diterima, mereka sering meniru tindakan-tindakan yang dilakukan oleh anggota kelompok tersebut”.

Pengertian *Peer pressure* menurut (Mutia & Sukmawati, 2019) dapat dijelaskan sebagai berikut:

“Penerimaan teman sebaya adalah proses di mana seseorang dinilai apakah diterima atau dipilih menjadi bagian dari kelompok tertentu. Dampak langsung dari penerimaan ini bagi remaja adalah perasaan bahwa dirinya bernilai, berarti,

dan diperlukan oleh kelompok. Hal ini membuat remaja merasa senang dan puas. Untuk diterima dalam kelompok teman sebaya, remaja biasanya melakukan interaksi sosial. Bagi remaja, kebutuhan untuk berinteraksi dengan orang lain di luar keluarga mereka sangat besar, terutama dengan teman-teman sebaya.”

Interaksi teman sebaya dapat mempengaruhi perilaku dan sikap seseorang, dengan adanya tekanan sebaya (*peer pressure*) yang bisa bersifat positif atau negatif. Pada masa remaja, tekanan ini sering memengaruhi mereka untuk menyesuaikan diri dengan kelompok demi diterima. *Peer pressure* lebih sering berkonotasi negatif, seperti melakukan pelanggaran atau perilaku tidak baik lainnya. Dalam konteks media sosial, *peer pressure* tidak hanya muncul secara langsung, tetapi juga melalui ekspektasi sosial yang tersirat, seperti keharusan mengikuti tren dan aktivitas daring agar tetap diterima dalam kelompok. Tekanan teman sebaya di era digital terbukti berpengaruh terhadap perilaku online remaja dan generasi muda, termasuk peningkatan kecenderungan FOMO (Nesi dkk., 2020).

Dapat disimpulkan bahwa *peer pressure* merupakan bentuk pengaruh dari teman sebaya yang mendorong seseorang untuk melakukan atau menghindari suatu perilaku, baik sesuai maupun tidak dengan keinginannya. *Peer pressure* bisa memberikan pengaruh positif maupun negatif. Namun, dalam kenyataannya, *peer pressure* lebih sering memengaruhi remaja secara negatif. Teman sebaya memiliki peran dan pengaruh yang penting dalam

membentuk sikap, ucapan, penampilan, dan perilaku remaja. Pada masa remaja awal, individu cenderung menyesuaikan diri dengan norma dan perilaku kelompok karena adanya kebutuhan untuk diterima. Dalam konteks media sosial, *peer pressure* muncul dengan cara keharusan mengikuti tren dan aktivitas daring agar tetap diterima dalam kelompok.

b. Faktor penyebab *peer pressure*

Peer pressure dapat menjadi salah satu faktor penyebab munculnya fear of missing out (FOMO) pada remaja pengguna media sosial. Tekanan dari teman sebaya membuat individu merasa perlu mengikuti aktivitas, tren, dan interaksi sosial agar tetap diterima dalam kelompok. Menurut John W. Santrock (2021), remaja cenderung menyesuaikan perilaku dengan kelompok teman sebayanya karena adanya kebutuhan akan penerimaan sosial. Dalam konteks media sosial, tekanan tersebut muncul melalui dorongan untuk selalu mengikuti tren dan aktivitas daring agar tidak merasa tertinggal. Menurut penelitian yang dilakukan Viona dkk., (2026) menunjukkan bahwa interaksi teman sebaya dan akses media sosial memiliki hubungan terhadap tingkat FOMO pada remaja.

c. Indikator *peer pressure*

Dalam psikologi perkembangan remaja, John W. Santrock menjelaskan bahwa teman sebaya (*peers*) memiliki peran yang sangat kuat. Ketika remaja beralih dari lingkungan keluarga ke

lingkungan sosial, mereka rentan terhadap pengaruh atau tekanan teman sebaya (*peer pressure*), baik yang bersifat positif maupun negatif.

Konsep *peer pressure* dari Santrock diturunkan menjadi 5 indikator utama. Indikator-indikator ini mencerminkan area kehidupan remaja di mana tekanan teman sebaya itu termanifestasi:

1. Konformitas terhadap Kelompok (*Peer Conformity*)

Konformitas adalah kecenderungan kuat pada remaja untuk menyamakan diri dengan standar kelompoknya. Santrock menyebutkan bahwa pada usia remaja, keinginan untuk melebur dan menjadi sama dengan kelompok berada pada titik tertingginya.

2. Kebutuhan akan Penerimaan Sosial (*Need for Social Approval*)

Remaja memiliki kebutuhan psikologis yang sangat besar untuk diakui, dihargai, dan dianggap "ada" oleh lingkungan sosial sekitarnya. Kebutuhan inilah yang dimanfaatkan oleh kelompok sebagai alat tekan terselubung.

3. Ketergantungan pada Kelompok (*Group Dependency*)

Remaja menempatkan kelompok sekitarnya sebagai pusat dari dunianya, menggeser peran orang tua atau keluarga. Remaja

menjadi tidak mandiri secara psikologis karena keputusan hidupnya harus selalu bersandar pada persetujuan kelompok.

4. Perubahan Perilaku karena Pengaruh Teman (*Behavioral Change*)

Indikator ini bisa dilihat oleh lingkungan sekitar. Terjadi pergeseran kebiasaan atau tindakan yang signifikan pada diri remaja setelah mereka berinteraksi secara intensif dengan kelompok tertentu.

5. Rasa Takut Ditolak atau Dikucilkan (*Fear of Social Rejection*)

Ini adalah penggerak terbesar di balik mengapa remaja menyerah pada tekanan teman sebaya. Bagi remaja, dikucilkan (*social ostracism*) atau dianggap "kuper" (kurang pergaulan) dan tidak setia kawan adalah sebuah "hukuman sosial" yang sangat menyakitkan secara psikologis.

B. Kerangka Berfikir

Generasi Z berada dalam fase usia remaja akhir hingga awal dewasa. Mereka memiliki kebutuhan besar akan penerimaan dari orang lain, pengakuan, serta mencari identitas diri. Generasi Z sangat akrab dengan media sosial, terutama TikTok. Mereka menggunakan TikTok bukan hanya untuk hiburan dan berbagi konten, tapi juga sebagai tempat untuk mengekspresikan diri dan berinteraksi sosial. TikTok penuh dengan tren, tantangan, dan perbandingan sosial yang membuat generasi Z lebih rentan mengalami tekanan psikologis, salah satunya adalah *fear of missing out* atau

FOMO. FOMO adalah kondisi psikologis di mana seseorang merasa cemas, takut, dan khawatir tertinggal dari informasi, pengalaman, atau aktivitas yang sedang dilakukan orang lain. FOMO muncul ketika seseorang merasa bahwa orang lain hidup lebih menarik atau lebih bermakna dibandingkan dirinya sendiri. Pada pengguna TikTok, gejala FOMO sering terlihat ketika mereka terus membuka aplikasi, mengikuti tren, memantau aktivitas orang lain, dan merasa tidak nyaman ketika tidak terhubung dengan media sosial.

Salah satu faktor internal yang memengaruhi munculnya FOMO adalah *self-esteem* atau rasa percaya diri seseorang. *Self-esteem* menunjukkan bagaimana seseorang menilai dan menerima dirinya. Orang dengan rasa percaya diri tinggi cenderung lebih percaya diri, mampu menerima kekurangan, dan tidak mudah terpengaruh oleh perbandingan sosial. Sebaliknya, orang dengan *self-esteem* rendah sering membandingkan diri dengan orang lain, merasa tidak cukup, dan sangat membutuhkan pengakuan sosial. Hal ini membuat mereka lebih rentan mengalami kecemasan dan rasa takut tertinggal, terutama ketika melihat pencapaian, gaya hidup, atau popularitas orang lain di TikTok, sehingga memicu munculnya FOMO.

Selain faktor internal, ada juga faktor eksternal yang memengaruhi FOMO, yaitu tekanan dari teman sebaya atau *peer pressure*. Tekanan ini muncul ketika seseorang merasa terpaksa menyesuaikan sikap, perilaku, atau gaya hidup agar diterima dalam kelompok. Dalam konteks penggunaan TikTok, tekanan dari teman sebaya bisa berupa ajakan untuk mengikuti tren,

partisipasi dalam tantangan, gaya berpakaian tertentu, atau aktivitas populer yang sedang viral. Tekanan untuk tetap tengah dalam trend membuat seseorang merasa harus aktif di TikTok terus-menerus. Jika tidak mengikuti tren atau aktivitas tersebut, seseorang bisa merasa dikucilkan, tertinggal, atau kurang diterima, yang akhirnya memperkuat perasaan FOMO.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa *self-esteem* dan tekanan dari teman sebaya adalah dua faktor utama yang berhubungan dengan rasa takut tertinggal (FOMO) pada generasi Z yang menggunakan TikTok. Dugaan yang muncul adalah, *self-esteem* yang rendah dan tekanan teman sebaya yang tinggi dapat memperbesar kemungkinan seseorang mengalami FOMO. Sebaliknya, *self-esteem* yang baik diharapkan bisa membantu seseorang mengatasi tekanan sosial dan mengurangi perasaan takut tertinggal. Dengan demikian, dalam penelitian ini, kerangka berpikir menjelaskan bahwa *self-esteem* (X_1) dan *peer pressure* (X_2), baik secara terpisah maupun bersamaan, diduga mempunyai kaitan dengan *fear of missing out* (FOMO) (Y) pada generasi Z pengguna media sosial TikTok.

Kerangka berpikir di atas didukung oleh sejumlah temuan penelitian terdahulu. Penelitian Sintiawan, Setiyowati, dan Zen (2021) terhadap siswa SMA Negeri 7 Malang menemukan bahwa *self-esteem* dan *self-regulation* secara bersama-sama tidak berhubungan signifikan dengan FOMO, yang mengindikasikan bahwa kekuatan hubungan antara *self-esteem* dengan FOMO dapat berbeda-beda pada tiap populasi remaja. Sebaliknya,

penelitian Nuraini dan Sujarwo (2024) pada 389 siswa kelas XII menemukan hubungan positif dan signifikan antara self-esteem dengan FOMO (t hitung $4,654 > t$ tabel $1,996$; signifikansi $0,000$). Temuan lain dari Anggraini dan Hidayat (2024) pada 230 partisipan generasi Z pengguna media sosial menunjukkan hubungan negatif antara self-esteem dan FOMO ($r = -0,260$; $p = 0,001$), yang berarti semakin tinggi self-esteem seseorang maka semakin rendah kecenderungan FOMO yang dialaminya.

Pada variabel peer pressure, penelitian Puspitasari dan Tama (2021) pada komunitas remaja pengguna TikTok di Seberang Ulu 2 Palembang menemukan hubungan yang sangat signifikan antara konformitas teman sebaya dengan kecenderungan kecanduan media sosial TikTok ($r = 0,824$; $R^2 = 0,678$; $p < 0,05$). Sejalan dengan itu, penelitian Bulan dan Rohmadoni (2022) di Yogyakarta juga menemukan hubungan yang signifikan antara konformitas teman sebaya dengan intensi penggunaan media sosial TikTok pada remaja ($p = 0,005$). Temuan-temuan tersebut memperkuat asumsi bahwa tekanan dari kelompok teman sebaya berperan penting dalam mendorong intensitas penggunaan TikTok yang pada gilirannya dapat memicu munculnya FOMO.

Dengan mempertimbangkan variasi hasil penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini berupaya menguji kembali hubungan antara self-esteem dan peer pressure dengan FOMO secara bersamaan pada konteks siswa SMA pengguna TikTok, khususnya di SMA Negeri 1 Madiun, guna

memperoleh gambaran yang lebih spesifik mengenai kontribusi masing-masing variabel maupun kontribusinya secara simultan..

C. Hipotesis Penelitian

1. H1 : Terdapat hubungan yang signifikan antara *self-esteem* (X_1) terhadap *fear of missing out* (FOMO) (Y) pada generasi Z pengguna TikTok.
2. H2 : Terdapat hubungan yang signifikan antara *peer pressure* (X_2) terhadap *fear of missing out* (FOMO) (Y) pada generasi Z pengguna TikTok.
3. H3 : Terdapat hubungan yang signifikan secara simultan antara *self-esteem* (X_1) dan *peer pressure* (X_2) terhadap *fear of missing out* (FOMO) (Y) pada generasi Z pengguna TikTok.