

**HUBUNGAN *SELF CONCEPT* DENGAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO)
PADA MAHASISWA PENGGUNA AKTIF MEDIA SOSIAL TIKTOK**

SKRIPSI



Oleh :

Inarotul Aisyah

200401110178

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA
MALIK IBRAHIM MALANG**

2024

HALAMAN JUDUL

**HUBUNGAN *SELF CONCEPT* DENGAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO)
PADA MAHASISWA PENGGUNA AKTIF MEDIA SOSIAL TIKTOK**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh

gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh

Inarotul Aisyah

NIM. 200401110178

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2024

LEMBAR PENGESAHAN

HUBUNGAN *SELF CONCEPT* DENGAN *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* PADA MAHASISWA PENGGUNA AKTIF MEDIA SOSIAL TIKTOK

SKRIPSI

Oleh

Inarotul Aisyah

NIM. 200401110178

Telah diujikan dan dinyatakan LULUS oleh Dewan Penguji Skripsi dalam
Majlis Sidang Skripsi Pada tanggal 4, Maret 2024.

Dosen Pembimbing	Tanda Tangan Persetujuan	Tanggal persetujuan
Sekretaris Penguji <u>Novia Solichah, M.Psi. Psikolog</u> NIP. 199406162019082001		18 / 3 2024
Ketua Penguji <u>Abdul Hamid Cholili, M.Psi</u> NIP. 198906022023211026		18 / 3 2024
Penguji Utama <u>Dr. H. Rahmat Aziz, M. Si</u> NIP. 198906022023211026		18 / 3 2024

Malang, 18 Maret 2024

Dekan,


Prof. Dr. Rifa Hidayah, M.Si
NIP. 197611282002122001

LEMBAR PERSETUJUAN

HUBUNGAN *SELF CONCEPT* DENGAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) PADA MAHASISWA PENGGUNA AKTIF MEDIA SOSIAL TIKTOK

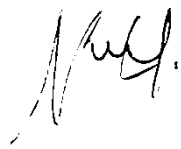
SKRIPSI

Oleh

Inarotul Aisyah

NIM. 200401110178

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing	Tanda Tangan Persetujuan	Tanggal persetujuan
Dosen Pembimbing 1 <u>Novia Solichah, M.Psi. Psikolog</u> NIP. 199406162019082001		5 Februari 2024
Dosen Pembimbing 2 <u>Abdul Hamid Cholili, M.Psi</u> NIP. 198906022023211026		2 Februari 2024

Malang, 5 Februari 2024

Ketua Program Studi,



Yusuf Ratu Agung. M. A

NIP. 198010202015031002

Assalamu 'alaikum wr.wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah skripsi berjudul :

**HUBUNGAN *SELF CONCEPT* DENGAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO)
PADA MAHASISWA PENGGUNA AKTIF MEDIA SOSIAL TIKTOK**

Yang ditulis oleh :

Nama : Inarotul Aisyah

NIM : 200401110178

Program : S1 Psikologi

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang untuk diujikan dalam Sidang Ujian Skripsi.

Wassalamu 'alaikum wr.wb.

Malang, 5 Februari 2023

Dosen Pembimbing 1,



Novia Solichah, M.Psi. Psikolog

NIP. 199406162019082001

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Psikologi
UIN Maulana Malik Ibrahim
Malang

Assalamu 'alaikum wr.wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah skripsi berjudul :

**HUBUNGAN *SELF CONCEPT* DENGAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO)
PADA MAHASISWA PENGGUNA AKTIF MEDIA SOSIAL TIKTOK**

Yang ditulis oleh :

Nama : Inarotul Aisyah

NIM : 200401110178

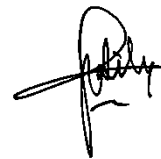
Program : S1 Psikologi

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang untuk diujikan dalam Sidang Ujian Skripsi.

Wassalamu 'alaikum wr.wb.

Malang, 2 Februari 2023

Dosen Pembimbing 2,



Abdul Hamid Cholili, M.Psi

NIP. 198906022023211026

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Inarotul Aisyah

NIM : 200401110178

Fakultas : Psikologi

Jurusan : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul “Hubungan *Self Concept* dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) Pada Mahasiswa Pengguna Aktif Media Sosial Tiktok”, adalah benar-benar hasil karya sendiri baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika dikemudian hari ada pengakuan dari pihak lain, hal tersebut bukan menjadi tanggung jawab Dosen pembimbing dan pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendapatkan sanksi.

Malang, 5 Februari 2024

Peneliti



Inarotul Aisyah

200401110178

MOTTO

*YOU CAN NEVER CROSS THE OCEAN UNTIL YOU HAVE THE COURAGE TO
LOSE SIGHT OF THE SHORE.*

-Christopher Columbus-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillah dan *Alhamdulillah*, Sebuah tugas akhir yang merupakan sebuah karya dalam bentuk penelitian, peneliti persembahkan kepada setiap orang yang telah memberikan cinta dan kasih bagi peneliti, diantaranya :

1. Kepada Ayah, terima kasih atas pengalaman hidup yang berharga dan doa-doa yang tak henti-hentinya. Dukungan dan bimbingan nya telah membantu peneliti melewati setiap fase penting dalam kehidupan dengan keyakinan dan keberanian.
2. Kepada Ibu, terimakasih atas semua pengorbanan, kesabaran, dan doa yang selalu mendampingi langkah-langkah peneliti. Terimakasih sudah menjadi sumber inspirasi yang tak tergantikan, membantu membentuk peneliti menjadi diri peneliti yang sekarang.
3. Serta kepada Saudara dan seluruh keluarga, terima kasih karena selalu memberikan tempat yang nyaman untuk berbagi cerita, keluh kesah, dan meminta pertolongan. Dukungan dan cinta kasih dari keluarga telah menjadi kekuatan peneliti dalam mengarungi perjalanan ini.

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, peneliti berhasil menyelesaikan penelitian yang berjudul "*Hubungan Self Concept dengan Fear of Missing Out (FOMO) pada Mahasiswa Aktif Pengguna Media Sosial Tiktok*". Sholawat dan salam senantiasa kita haturkan kepada junjungan alam Nabi Muhammad SAW, berkat perjuangannya kita kini berada di zaman yang penuh cahaya ilmu pengetahuan. Penyusunan penelitian ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Psikologi di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Fakultas Psikologi. Penyusunan tersebut dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Rifa Hidayah, M.Si., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Nurul Hikmah, M.Pd., selaku Dosen Wali Akademik yang selalu memberikan informasi, masukan, dan pengarahan dalam segala aktivitas akademik di Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Novia Solichah, M.Psi., Psikolog selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, pengetahuan, dan motivasi selama pengerjaan penelitian.
5. Abdul Hamid Cholili, M.Psi. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, pengetahuan, dan motivasi selama pengerjaan penelitian.
6. Sahabat, Teman-teman dan orang terdekat peneliti terimakasih atas waktunya, cerita, pengalaman, kenangan, bantuan dan lainnya yang tidak sempat disebutkan selama ini.
7. Diri peneliti, terimakasih sudah mau bekerjasama menjalani hari –hari berat ini dan tetap bertahan, terimakasih sudah selalu mencoba yang terbaik samampunya. Great job! You've done your best !.

8. Segenap Civitas Akademika Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang sudah memberikan informasi, bimbingan dan layanan selama kegiatan perkuliahan.
9. Semua pihak yang terlibat yang telah memberikan support, motivasi, kontribusi dan semua bantuan lainnya selama pengerjaan penelitian.

Semoga selalu diberikan segala kebaikan, dalam bentuk kesehatan, kenikmatan iman dan rezeki kepada semua pihak yang terlibat dalam proses penyelesaian tugas akhir penelitian ini. Peneliti menyadari bahwa penelitian yang telah dibuat ini, masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat positif, dengan tujuan tugas akhir penelitian yang dilakukan menjadi lebih baik.

Malang, 5 Februari 2024

Peneliti



Inarotul Aisyah

200401110178

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xviii
خلاصة.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	16
C. Batasan Masalah.....	16
D. Rumusan Masalah	16
E. Tujuan penelitian.....	17
F. Manfaat penelitian.....	18
BAB II KAJIAN TEORI	20
A. <i>Fear of Missing Out</i>	20
1. Definisi <i>Fear of Missing Out</i>	20
2. Aspek <i>Fear of Missing Out</i>	22
3. Indikator <i>Fear of Missing Out</i>	25
4. Faktor yang mempengaruhi.....	27
5. Perspektif Islam.....	31

B. <i>Self Concept</i>	36
1. Definisi <i>Self Concept</i>	36
2. Aspek <i>Self Concept</i>	38
3. Karakteristik <i>Self Concept</i> Positif dan Negatif.....	39
4. Faktor yang mempengaruhi.....	42
5. <i>Self Concept</i> dalam Perspektif Islam.....	44
C. Mahasiswa.....	47
1. Definisi Mahasiswa	47
2. Karakteristik Perkembangan Mahasiswa	49
D. Media sosial Tiktok.....	52
1. Definisi Media Sosial	52
2. Pengertian Media sosial Tiktok.....	53
E. Hubungan <i>Self Concept</i> dan <i>Fear of Missing Out</i>	55
F. Kerangka Konseptual	60
G. Hipotesis Penelitian.....	61
BAB III METODE PENELITIAN	62
A. Jenis dan Desain penelitian	62
B. Identifikasi Variabel Penelitian.....	62
C. Definisi Operasional.....	63
D. Populasi dan sampel.....	65
1. Populasi	65
2. Sampel	66
E. Instrumen Penelitian.....	68
F. Validitas dan Reliabilitas	71
1. Validitas.....	71
2. Hasil Uji Validitas	72
3. Reliabilitas.....	76
4. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	76

G. Teknik Analisis data.....	77
1. Analisis Deskriptif.....	77
2. Uji Asumsi Klasik	78
3. Uji Hipotesis.....	79
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	82
A. Pelaksanaan Penelitian	82
1. Gambaran Lokasi Penelitian.....	82
2. Waktu dan Tempat Penelitian	83
B. Hasil dan Analisis Data Penelitian.....	83
1. Analisis Deskripsi.....	83
2. Kategorisasi Data	86
3. Uji Asumsi Klasik	88
4. Uji Hipotesis.....	90
5. Uji Tambahan	91
C. Pembahasan.....	95
1. Tingkat <i>Fear of Missing Out</i> mahasiswa pengguna aktif media sosial tiktok Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	95
2. Tingkat <i>Self Concept</i> mahasiswa pengguna aktif media sosial tiktok Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	101
3. Hubungan antara <i>Self Concept</i> dengan <i>Fear of Missing Out</i> pada mahasiswa pengguna aktif media sosial tiktok	105
BAB V PENUTUP.....	111
A. Kesimpulan	111
B. Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....	114
LAMPIRAN.....	122

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Populasi.....	66
Tabel 3. 2 Tabel Penentuan Nilai Skala FoMo	69
Tabel 3. 3 Blueprint Skala <i>Fear of Missing Out</i> Sebelum Uji Coba.....	69
Tabel 3. 4 Blueprint Skala <i>Self Concept</i> Sebelum Uji Coba.....	70
Tabel 3. 5 Tabel Hasil Uji Validitas Skala <i>Fear of Missing Out</i> Setelah Uji Coba....	73
Tabel 3. 6 Blueprint Skala <i>Fear of Missing Out</i> Setelah Uji Coba.....	73
Tabel 3. 7 Tabel Hasil Uji Validitas Skala <i>Self Concept</i> Setelah Uji Coba	74
Tabel 3. 8 Blueprint Skala <i>Self Concept</i> Setelah Uji Coba.....	75
Tabel 3. 9 Tabel hasil Uji Reliabilitas.....	77
Tabel 3. 10 Tabel Kategori Data	78
Tabel 3. 11 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	80
Tabel 4. 1 Hasil Skor Hipotetik	85
Tabel 4. 2 Norma Kategorisasi Data	86
Tabel 4. 3 kriteria kategori data <i>Fear of Missing Out</i> dan <i>Self Concept</i>	86
Tabel 4. 4 Tingkat <i>Fear of Missing Out</i> pada mahasiswa.....	86
Tabel 4. 5 Tingkat <i>Self Concept</i> pada mahasiswa.....	87
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas Data.....	88
Tabel 4. 7 Hasil Uji Linieritas Data	89
Tabel 4. 8 Hasil Uji Korelasi Product Moment.....	90
Tabel 4. 9 Hasil Uji <i>Independent Sample T-test</i> Pengaruh Intensitas penggunaan media sosial Tiktok pada FOMO	91
Tabel 4. 10 Hasil uji <i>Independent sample T-test</i> Pengaruh Intensitas penggunaan media sosial Tiktok pada <i>Self Concept</i>	92
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Independent Sample T-test</i> Pengaruh Gender pada FOMO	93
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Independent Sample T-test</i> Pengaruh Gender pada <i>Self Concept</i>	94

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	122
LAMPIRAN 2 HASIL CVR.....	126
LAMPIRAN 3 SURAT PERNYATAAN PENILAIAN ALAT UKUR	128
LAMPIRAN 4 ANGKET UJI KETERBACAAN SKALA.....	131
LAMPIRAN 5 HASIL UJI KETERBACAAN SKALA	132
LAMPIRAN 6 HASIL UJI VALIDITAS	133
LAMPIRAN 7 HASIL UJI RELIABILITAS	137
LAMPIRAN 8 HASIL KATEGORISASI.....	139
LAMPIRAN 9 HASIL UJI ASUMSI KLASIK	140
LAMPIRAN 10 HASIL UJI HIPOTESIS	141
LAMPIRAN 11 HASIL UJI TAMBAHAN	142
LAMPIRAN 12 DATA SKOR.....	146

ABSTRAK

Aisyah, Inarotul. 2024. Hubungan *Self Concept* dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada Mahasiswa Pengguna Aktif Media Sosial Tiktok. Skripsi. Prodi Psikologi. Fakultas Psikologi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Dosen pembimbing : Novia Solichah, M.Psi. Psikolog, Abdul Hamid Cholili, M.Psi

Perkembangan internet dan popularitas aplikasi media sosial Tiktok membawa dampak signifikan terutama pada mahasiswa. Penggunaan yang semakin meningkat ini berpotensi memicu munculnya gejala "*Fear of Missing Out*" (FoMO), yang dapat berdampak pada berbagai aspek kehidupan sosial, mental, dan emosional individu. Salah satu faktor internal yang dapat mempengaruhi tingkat FoMO individu adalah konsep diri atau *Self Concept*. Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam hubungan antara konsep diri dan FoMO pada mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial Tiktok.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini pendekatan *cross-sectional*. Populasi penelitian adalah Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2022, 2021, dan 2020, yang berusia antara 18 hingga 25 tahun berjumlah 807 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *purposive random sampling* dengan jumlah sample 89 mahasiswa. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji korelasi Product Moment.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi signifikan antara *Self Concept* dan *Fear of Missing Out* (FoMO), dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Analisis korelasi pearson menunjukkan koefisien -0.717, yang menunjukkan hubungan negatif yang kuat antara konsep diri dan FoMO. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi konsep diri individu, maka kecenderungan FoMO yang dialami akan

lebih rendah. Sebaliknya, apabila konsep diri rendah, maka kecenderungan FoMO yang dialami akan lebih tinggi pada mahasiswa pengguna aktif media sosial TikTok.

Kata Kunci : *Self Concept, Fear of Missing Out*

ABSTRACT

Aisyah, Inarotul. 2024. The relationship between Self Concept and Fear of Missing Out (FOMO) in college students who are active users of Tiktok social media. Thesis. Psychology Study Program. Faculty of Psychology. State Islamic University Maulana Malik Ibrahim Malang.

Supervisor : Novia Solichah, M.Psi. Psychologist, Abdul Hamid Cholili, M. Psi

The development of the internet and the popularity of the Tiktok social media application have a significant impact, especially on students. This increasing use has the potential to trigger the emergence of "Fear of Missing Out" (FoMO) symptoms, which can have an impact on various aspects of an individual's social, mental, and emotional life. One of the internal factors that can affect an individual's FoMO level is self-concept. This study aims to deeply understand the relationship between self-concept and FoMO in students who actively use Tiktok social media.

This research is quantitative research, the approach applied in this research is a cross-sectional approach. The research population is students of the Faculty of Psychology, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang class of 2022, 2021, and 2020, aged between 18 and 25 years totaling 807 students. The sampling technique used in this study was purposive random sampling technique with a sample size of 89 students. The data analysis technique used is the Product Moment correlation test.

The results showed that there was a significant correlation between Self Concept and Fear of Missing Out (FoMO), with a significance value of $0.000 < 0.05$. Pearson correlation analysis shows a coefficient of -0.717, which shows a strong negative relationship between self-concept and FoMO. It can be concluded that the higher the individual's self-concept, the lower the tendency of FoMO experienced.

Conversely, if the self-concept is low, then the tendency of FoMO experienced will be higher in college students who are active users of TikTok social media.

Keyword : Self Concept, Fear of Missing Out

خلاصة

عائشة، إناروتول. 2024. العلاقة بين مفهوم الذات والخوف من الضياع لدى طلاب الجامعات المستخدمين النشطين لوسائل التواصل الاجتماعي تيك توك. أطروحة. برنامج دراسة علم النفس. كلية علم النفس. جامعة مولانا مالك بن إبراهيم مالانج الإسلامية الحكومية

المشرفة : نوفيا سوليهاه الماجستير

المشرف : عبد الحميد خليلي ماجستير

إن تطور الإنترنت وشعبية تطبيق تيك توك لوسائل التواصل الاجتماعي له تأثير كبير، خاصة على الطلاب. ومن ، والتي يمكن (FoMO) "المحتمل أن يؤدي هذا الاستخدام المتزايد إلى ظهور أعراض "الخوف من الضياع أن يكون لها تأثير على مختلف جوانب الحياة الاجتماعية والعقلية والعاطفية للفرد. أحد العوامل الداخلية التي يمكن أن تؤثر على مستوى "الخوف من الضياع" لدى الفرد هو مفهوم الذات. تهدف هذه الدراسة إلى فهم عميق للعلاقة بين مفهوم الذات ومفهوم الذات ومفهوم التعلم الذاتي لدى الطلاب الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بنشاط.

هذا البحث هو بحث كمي، والمنهج المطبق في هذا البحث هو منهج مقطعي مستعرض. يتألف مجتمع البحث من طلاب كلية علم النفس بجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج الإسلامية الحكومية دفعات 2022 و 2021 و 2020، الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 25 عاماً، ويبلغ مجموعهم 807 طلاب. وكان أسلوب أخذ العينات المستخدم في هذه الدراسة هو أسلوب أخذ العينات العشوائية القصدية بحجم عينة بلغ 89 طالباً وطالبة. أسلوب تحليل البيانات المستخدم هو اختبار ارتباط عزم المنتج.

أظهرت النتائج وجود ارتباط معنوي بين مفهوم الذات والخوف من الضياع، بقيمة دلالة $0.05 > 0.000$. وأظهر تحليل ارتباط بيرسون وجود معامل قدره -0.717 ، مما يدل على وجود علاقة سالبة قوية بين مفهوم الذات والخوف من الضياع. ويمكن استنتاج أنه كلما ارتفع مفهوم الذات لدى الفرد، كلما انخفض الميل إلى مفهوم الذات لدى الفرد، كلما انخفض الميل إلى مفهوم الذات. وعلى العكس من ذلك، إذا كان مفهوم الذات منخفضاً، فإن الميل إلى التعرض للتدخين الرخيص سيكون أعلى لدى طلاب الجامعات المستخدمين النشطين لوسائل التواصل الاجتماعي على تيك توك.

الكلمات المفتاحية: مفهوم الذات، الخوف من الضياع

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang terus berlangsung termasuk internet telah mengambil peran yang semakin krusial dalam kehidupan manusia dan telah signifikan mempengaruhi kemajuan teknologi di seluruh dunia. Permintaan akan akses internet terus meningkat dari hari ke hari, tahun demi tahun. Hal ini disebabkan oleh kemampuan internet dalam memberikan berbagai kemudahan dan kemajuan yang esensial bagi manusia untuk memenuhi berbagai kebutuhan mereka. Dengan teknologi yang semakin mudah dan canggih, sekarang semua orang dapat mengakses internet dimanapun dan kapanpun mereka inginkan. Internet memberikan berbagai fasilitas yang sangat berharga, terutama melalui beragam aplikasi media sosial seperti Tiktok, Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, dan lain sebagainya. Semua ini membuat akses terhadap informasi yang dibutuhkan menjadi lebih mudah. Dengan demikian, internet telah menjadi salah satu kebutuhan pokok bagi sebagian besar orang di seluruh dunia pada era modern ini, tidak hanya untuk orang dewasa, tetapi juga bagi remaja dan bahkan anak-anak (Wahyudiyono, 2019).

Pengguna internet di seluruh dunia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, data dari *International Telecommunication Union* (ITU) mencatat bahwa pada tahun 2018, jumlah pengguna internet global mencapai 3,7 miliar orang. Pada tahun 2019, angka tersebut meningkat menjadi 4 miliar pengguna

internet, yang setara dengan 51% dari populasi dunia (International Telecommunication Union, 2021). Indonesia juga mengalami peningkatan dalam penggunaan internet. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2023, penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai 78,19%. Ini merupakan peningkatan sebesar 1,17% dibandingkan dengan sebelumnya, dengan jumlah pengguna internet mencapai 215 juta orang dari total populasi Indonesia yang berjumlah 278,69 juta jiwa (APJII, 2023).

Aplikasi media sosial yang saat ini tengah populer di seluruh dunia, termasuk Indonesia, adalah Tiktok. Tiktok adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi video pendek (Abu Thalib & Giswandhani, 2021). Menurut data dari laporan *We Are Social*, diperkirakan bahwa jumlah pengguna Tiktok di seluruh dunia mencapai 1,08 miliar pada Juli 2023. Mayoritas pengguna ini termasuk dalam kelompok usia 18-24 tahun yang merupakan dewasa awal. Di Indonesia, menurut laporan dari firma riset Statista, pada April 2023 terdapat sekitar 113 juta pengguna Tiktok. Hal ini menjadikan Indonesia berada di peringkat kedua dengan jumlah pengguna aktif Tiktok terbesar di dunia, setelah Amerika Serikat. Selain itu, pengguna Tiktok di Indonesia juga rata-rata menghabiskan waktu sekitar 23,1 jam setiap bulannya di platform tersebut (Databoks, 2023).

Menurut hasil wawancara yang peneliti lakukan pada salah satu mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Malang dengan inisial P menyatakan bahwa dirinya

cukup sering bermain Tiktok, dia menghabiskan 4-5 jam setiap hari untuk sekedar menonton video, dan membuat konten sendiri, Ia juga sering merasa khawatir tentang hal-hal yang akan ia lewatkan ketika tidak menggunakan Tiktok (P, Perempuan, 2 Oktober 2023).

“Saya sering merasa begitu, terutama ketika teman-teman saya posting konten yang lagi hits di Tiktok. Rasanya seperti saya tertinggal atau nggak cukup keren kayak mereka. Selain itu, saya juga khawatir ketinggalan info terbaru di Tiktok, misalnya tren fashion, makanan enak, atau rekomendasi tempat. Teman-teman suka berbagi hal seru, jadi kadang-kadang saya merasa perlu ngecek Tiktok terus-terusan biar tetep up to date sama perkembangan yang lagi ngetren di sekitar.”

Media sosial khususnya Tiktok, telah menyebabkan peningkatan penggunaan di kalangan mahasiswa, yang pada gilirannya dapat mengakibatkan munculnya gejala yang dikenal sebagai "*Fear of Missing Out*" atau FoMO. Menurut penelitian yang dilakukan oleh J. Walter Thompson Intelligence, mereka menemukan bahwa kelompok usia 18-34 tahun lebih rentan terhadap FoMO, dengan tingkat kecenderungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok usia 13-17 tahun (Sianipar & Kaloeti, 2019). Menurut Kandell, mahasiswa yang berusia antara 18 hingga 25 tahun lebih cenderung rentan berketergantungan pada penggunaan media sosial atau internet. Hal ini disebabkan karena usia tersebut merupakan periode transisi dari remaja akhir menuju dewasa, dan dalam fase ini, mahasiswa mengalami dinamika psikologis yang signifikan (Azka dkk., 2018).

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anwar (2020) dan Fury (2019) Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin intensif penggunaan

media sosial, semakin tinggi tingkat FoMO yang dialami individu, terutama di kalangan remaja. Hasil-hasil penelitian ini menyoroti betapa pentingnya media sosial, seperti Tiktok, dalam kehidupan sehari-hari banyak orang, terutama generasi muda. Media sosial memberikan akses instan ke konten yang sedang trend. Dalam dunia yang terus berubah dan bergerak cepat ini, FoMO muncul sebagai respons psikologis yang dapat berdampak pada kesejahteraan emosional dan perilaku seseorang. Berdasarkan penelitian ilmiah yang dilakukan Fuster dkk. (2017) hasilnya mengungkapkan bahwa penggunaan jejaring sosial melalui perangkat gadget, jika berujung pada ketergantungan, hal ini berkorelasi dengan *Fear of Missing Out*. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa sekitar 7,6% dari subjek penelitian menunjukkan tingkat ketergantungan terhadap media sosial.

Menurut Baker dkk. (2016) dalam jurnal *Translational Issues in Psychological Science*, mahasiswa dari berbagai universitas besar dengan latar belakang etnik yang beragam menunjukkan hasil yang positif terkait dengan FoMO dalam hal waktu yang dihabiskan di media sosial. Sementara itu, penelitian oleh Al-Menayes (2016) menyatakan bahwa individu yang mengalami FoMO cenderung menggunakan internet secara berkelanjutan, menyebabkan potensi kecanduan media sosial. Studi tersebut melibatkan 1327 mahasiswa Program Komunikasi di Arab Saudi, menunjukkan ketergantungan media sosial yang dipicu oleh fenomena FoMO dan implikasinya terhadap psikologi dan kesehatan mental manusia. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa fenomena FoMO

cenderung meningkat di kalangan mahasiswa, didorong oleh kemudahan akses informasi, aktivitas, dan percakapan di media sosial.

Patrick J. McGinnis adalah yang pertama kali memunculkan istilah "*Fear of Missing Out*" pada tahun 2004 dalam sebuah artikel yang diterbitkan di surat kabar kampus. FoMO adalah istilah yang merujuk pada perasaan ketakutan atau kegelisahan seseorang ketika mereka merasa bahwa mereka sedang melewatkan sesuatu atau tidak dapat terhubung dengan aktivitas mereka di dunia maya (Akbar dkk., 2019). *Fear of Missing Out* yang dijelaskan oleh JWT Intelligence (2012) yaitu Ketakutan yang dirasakan oleh seseorang ketika menyadari bahwa orang lain sedang menikmati atau mengalami suatu peristiwa yang menyenangkan, tetapi mereka sendiri tidak terlibat dalam peristiwa tersebut.

Fear of Missing Out diperkenalkan oleh Przybylski dkk. (2013) pada penelitian ilmiahnya, yang menjelaskan *Fear of Missing Out* Merupakan perasaan ketakutan, kekhawatiran, dan kegelisahan individu ketika mereka merasa bahwa mereka tidak ikut dalam pengalaman atau acara yang menyenangkan yang berlangsung dalam lingkaran sosial mereka. Gejala ini mencirikan dorongan yang kuat untuk tetap terhubung dan mengikuti aktivitas orang lain, sering kali disebabkan oleh ketakutan akan ditinggalkan atau merasa bahwa mereka tidak memiliki hubungan sosial sekuat orang lain (Przybylski dkk., 2013).

Aspek-aspek FOMO menurut Przybylski melibatkan dua kebutuhan psikologis utama, yaitu *relatedness* dan *self*. Kebutuhan akan *relatedness* mencakup dorongan untuk merasa terhubung dan berinteraksi dengan orang lain.

Jika kebutuhan ini tidak terpenuhi, individu dapat merasa cemas dan cenderung mencari pengalaman sosial melalui internet. Di sisi lain, kebutuhan psikologis akan *self* terkait dengan kompetensi dan otonomi. Kompetensi mencerminkan dorongan individu untuk merasa mampu berinteraksi dengan lingkungannya, dan kekurangan dalam hal ini dapat menyebabkan frustrasi dan putus asa (Przybylski dkk., 2013).

Menurut Abel (2016) individu bisa dinyatakan memiliki gejala *Fear of Missing Out* Apabila seseorang mengalami gejala seperti ketergantungan pada ponselnya, kecemasan berlebihan terkait dengan ketidakhadiran informasi dari orang lain di media sosial, serta lebih memilih untuk menjaga komunikasi melalui platform tersebut, hal ini bisa menjadi tanda-tanda bahwa individu tersebut terlibat dalam perilaku obsesif. Mereka mungkin memiliki obsesi dengan postingan dan status orang lain, dan merasa perlu untuk terus menerus berbagi aktivitas mereka. Ketika postingan mereka tidak mendapat banyak perhatian, hal ini dapat memicu perasaan depresi. Kesemuanya ini bisa berhubungan dengan perasaan ketidakpuasan terhadap kehidupan mereka sendiri dan perbandingan dengan kehidupan orang lain yang terlihat lebih baik dan lebih bahagia.

Fear of Missing Out memiliki potensi dampak yang signifikan pada aspek-aspek kehidupan sosial, mental, dan emosional individu, serta mempengaruhi cara mereka berinteraksi dengan lingkungan sekitar, khususnya melalui penggunaan internet dan media sosial jika tidak diatasi dengan benar. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Narti dan Yanto (2022) Ketika FoMO tidak

ditangani dengan baik, dampaknya bisa mencakup gangguan kecemasan sosial, seperti perasaan kurang percaya diri, depresi, kesepian, atau merasa terasingkan karena kesulitan berinteraksi dengan orang lain. Narti dan Yanto (2022) menemukan bahwa FoMO juga dapat memicu *No Mobile Phone Phobia* (Nomophobia), Rasa takut yang berlebihan terhadap kehilangan *smartphone* dan akses ke media sosial dapat memiliki dampak yang sangat besar pada kesehatan mental individu, karena dapat menimbulkan ketidaknyamanan dan kecemasan saat seseorang tidak dapat terkoneksi dengan platform media sosial (Narti & Yanto, 2022).

Dampak yang ditimbulkan oleh FoMO pada penelitian lain disampaikan oleh Akbar dkk. (2018) bahwa FoMO bisa mengakibatkan dampak negatif, termasuk masalah dengan identitas diri, perasaan kesepian, citra diri yang negatif, perasaan terasing, dan rasa iri hati. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Risdyanti dkk. (2019) FoMO dikaitkan dengan konsekuensi serius terhadap kesehatan mental individu. Orang yang terus menerus merasa terpinggirkan dari perkembangan di media sosial dapat mengalami peningkatan tingkat kecemasan dan depresi. Hal ini disebabkan oleh tingginya tingkat stres dan ketidakpuasan terhadap kehidupan mereka, yang pada akhirnya dapat menyebabkan gangguan kesehatan mental yang serius.

Salah satu dampak dari FoMO pada mahasiswa yakni dapat mempengaruhi kualitas tidur mereka, Berdasarkan penelitian oleh Larasati (2022). Menemukan bahwa semakin tinggi tingkat FoMO yang dialami oleh mahasiswa, semakin

buruk kualitas tidur mereka, dan sebaliknya, semakin rendah tingkat FoMO, semakin baik pula kualitas tidurnya. Oleh karena itu peneliti melakukan wawancara pada salah satu mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Malang dengan inisial A mengungkapkan Ia sering kesulitan tidur karena ketergantungan pada Tiktok, yang mencerminkan kekhawatirannya akan melewatkan berita terkini dan tren yang mungkin muncul di platform tersebut. Dampak dari FoMO ini terasa pada kualitas tidurnya, dengan kecenderungan tidur larut, mengakibatkan kelelahan, dan rendahnya produktivitas di pagi hari (A, Laki-laki, 19 Oktober 2023).

“Saya merasa kesulitan tidur karena saya cemas jika tidak membuka Tiktok sebelum tidur atau saat bangun tidur. Saya khawatir melewatkan berita terkini dan tren yang mungkin muncul di sana. Hal ini berdampak pada tidur dan rutinitas harian saya karena saya sering tidur larut, bangun lelah, dan kurang produktif di pagi hari”.

Oleh karena itu, menekankan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami FoMO dan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkatnya. Berdasarkan penelitian sebelumnya, ada beberapa faktor yang mempengaruhi timbulnya FoMO, dan faktor-faktor ini dapat dibagi menjadi faktor internal dan eksternal. Faktor internal diantaranya adalah konsep diri (Zahroh & Sholichah, 2022), *mindfulness* (Dewi, 2022), *loneliness* (Virnanda, 2020), regulasi diri (Nurul Natasha dkk., 2022), kontrol diri (Putra dkk., 2023), *big five personality* (Hidayati dkk., 2021), kepercayaan diri (Kalisna & Wahyumiani, 2021), Sedangkan faktor Eksternal diantaranya terpaan media sosial (Muhammad dkk., 2022),

Perbandingan sosial (Cahyani & Pangestuti, 2023), Informasi yang sering dicari (Marseal dkk., 2022).

Salah satu faktor internal yang dapat mempengaruhi tingkat *Fear of Missing Out* individu adalah *Self Concept* atau konsep diri, Konsep diri menurut Goni (2011) Merujuk pada cara individu menjelaskan gambaran tentang diri mereka sendiri, termasuk aspek fisik, kemampuan akademik, kemampuan sosial, dan hal-hal pribadi yang bersifat emosional (Goñi dkk., 2011). Menurut Goni (2011) konsep diri melibatkan beberapa aspek, di antaranya adalah *Self Fulfillment*, yang mencakup pencapaian tujuan dan kepuasan. *Autonomy*, yang menggambarkan kemampuan individu untuk membuat keputusan mandiri dan merasa unik. *Honesty*, menilai sejauh mana individu dianggap jujur, konsisten, dan berharga oleh diri sendiri dan orang lain, serta *Emotional Adjustment*, yang berkaitan dengan pengaturan dan kontrol emosi serta aspek kepribadian individu (Goñi et dkk., 2011).

Konsep diri adalah faktor kunci dalam membentuk identitas individu, sejalan dengan pandangan Baron dan Byrne (2003) yang menyebutkan bahwa konsep diri adalah komponen integral dalam membentuk identitas individu. Pemahaman konsep diri memiliki dampak signifikan pada perilaku individu, sebagaimana yang diungkapkan oleh Fitts (1972) yang menyatakan bahwa konsep diri mempengaruhi cara individu berinteraksi dengan orang lain (Widiarti, 2017).

Menurut Goni (2011) Konsep diri individu dapat dinilai sebagai positif atau negatif berdasarkan beberapa aspek. Konsep diri positif mencakup pandangan

realistis terhadap tujuan, otonomi dalam pengambilan keputusan sesuai dengan nilai-nilai pribadi, penghargaan terhadap kejujuran, dan kemampuan untuk mengelola emosi serta beradaptasi dengan perubahan emosional. Sebaliknya, konsep diri negatif melibatkan perasaan ketidakpuasan terhadap pencapaian, kurangnya kepercayaan diri dalam membuat keputusan, ketidakjujuran, dan kesulitan dalam mengendalikan emosi serta beradaptasi dengan perubahan emosional. Aspek-aspek ini dapat mempengaruhi cara individu melihat diri mereka sendiri dan cara mereka berinteraksi dengan lingkungan sekitar (Goñi dkk., 2011).

Konsep diri individu, baik positif maupun negatif, dapat berpengaruh pada tingkat FoMO (*Fear of Missing Out*). Individu dengan konsep diri positif cenderung lebih mampu mengatasi FoMO karena mereka memiliki pandangan realistis terhadap tujuan, otonomi dalam pengambilan keputusan, dan kemampuan untuk mengelola emosi. Sebaliknya, individu dengan konsep diri negatif mungkin lebih rentan terhadap FoMO karena mereka mungkin merasa ketidakpuasan terhadap pencapaian diri, kurang percaya diri, dan kesulitan dalam mengendalikan emosi. Dengan demikian, konsep diri dapat mempengaruhi respons individu terhadap FoMO dan cara mereka berinteraksi dalam lingkungan sosial dan media sosial.

Menurut hasil wawancara yang peneliti lakukan pada salah satu mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Malang berinisial D menyatakan bahwa ia merasa sering terdorong untuk mengikuti apa yang teman-temannya lakukan. Alasan utamanya

adalah melihat kesuksesan dan perhatian yang diterima oleh teman-teman ketika mereka membuat video yang populer. Hal ini menciptakan perasaan cemas dan kekhawatiran dalam dirinya. Ia khawatir tentang ketinggalan tren atau tidak mengikuti apa yang sedang populer di antara teman-teman, yang mungkin membuatnya merasa eksklusif dari kelompok sosialnya. Untuk mengatasi perasaan ini, ia merasa perlu terus-menerus memantau Tiktok dan ikut dalam tren atau aktivitas yang mungkin tidak selalu sesuai dengan minat pribadinya. (D, Perempuan, 21 Oktober 2023).

“Kadang-kadang, aku merasa ingin ikut-ikutan apa yang teman-teman lakukan di Tiktok. Mungkin karena melihat mereka sukses dan banyak yang nge-like video mereka. Tapi, itu bikin aku was-was dan takut ketinggalan zaman kalau nggak ikutan tren atau yang lagi hits di antara mereka. Jadi, aku jadi sering nyempilin waktu buat ngecek Tiktok terus-terusan dan nyobain hal-hal yang biasanya nggak banget buat aku, cuma supaya rasanya nggak ketinggalan gitu, meskipun sebenarnya nggak selalu sesuai sama minat aku sendiri”.

Penelitian yang dilakukan oleh Zahroh dan Sholichah (2022) dengan judul “Pengaruh Konsep Diri dan Regulasi Diri terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Mahasiswa Pengguna Instagram”, hasil penelitian mengungkapkan bahwa konsep diri individu memiliki dampak signifikan terhadap tingkat FoMO yang dialami oleh mereka. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei kuantitatif dengan jumlah responden 170 mahasiswa pengguna Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi negatif yang kuat antara

konsep diri dan tingkat FoMO, yang dapat diartikan semakin positif konsep diri individu, semakin rendah tingkat FoMO yang mereka alami.

Penelitian lain dilakukan oleh Luckman dkk. (2023) berjudul "Hubungan Antara *Fear of Missing Out* dan Konsep Diri pada Mahasiswa Psikologi yang Menggunakan Instagram di Universitas Muhammadiyah Pontianak" bertujuan untuk menginvestigasi korelasi antara *Fear of Missing Out* (FoMO) dan konsep diri pada mahasiswa yang menggunakan Instagram di lingkungan Universitas Muhammadiyah Pontianak. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melibatkan 60 responden yang dipilih secara sengaja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara tingkat FoMO dengan konsep diri mahasiswa, artinya semakin tinggi FoMO yang dialami, semakin rendah konsep diri mahasiswa, dan sebaliknya, semakin positif konsep diri, semakin rendah tingkat FoMO yang mereka alami. (Andreciam dkk., 2023).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Imaddudin (2020) dengan judul "*Fear of Missing Out* (FOMO) dan Konsep Diri Generasi – Z: ditinjau dari Aspek Komunikasi" menunjukkan hasil yang berbeda dibanding penelitian lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dampak dari *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap konsep diri individu, khususnya dalam konteks komunikasi interpersonal. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif interpretatif. Subjek penelitian ini adalah siswa SMP dan SMA di berbagai wilayah. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa hubungan antara

FoMO dan konsep diri saling mempengaruhi, karena perkembangan individu dapat dipengaruhi oleh apa yang mereka lihat dan pengalaman yang mereka alami, baik dari pengalaman pribadi maupun pengamatan orang lain. FoMO dapat berperan sebagai faktor positif dalam membentuk konsep diri yang positif jika digunakan sebagai sarana untuk berkomunikasi dan berbagi informasi dengan orang lain. Namun, FoMO juga dapat berdampak negatif pada konsep diri jika individu terus menderita kecemasan, rasa takut, dan kurangnya kepercayaan diri. Penelitian ini menggambarkan bahwa FoMO dapat memiliki dampak positif atau negatif tergantung pada bagaimana individu mengelolanya dalam konteks konsep diri mereka. (Imaddudin, 2020).

Peneliti memutuskan untuk menjadikan variabel konsep diri sebagai variabel independen yang mempengaruhi FoMO didasarkan pada perbedaan hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan variasi dalam hubungan antara kedua variabel tersebut. Selain itu dukungan dari hasil wawancara dengan narasumber D memberikan pemahaman yang lebih konkret, di mana dorongan untuk mengikuti tren di TikTok muncul sebagai respons terhadap perasaan cemas dan kekhawatiran akan ketinggalan tren serta eksklusi sosial, bahkan ketika tidak sesuai dengan minat pribadinya. Cahyaningsih dan Dewi (2019) menyatakan bahwa seseorang cenderung memiliki konsep diri yang rendah jika mereka sering meniru perilaku orang di sekitarnya. (Cahyaningsih & Dewi, 2019). Oleh karena itu, penelitian ini ingin menggali lebih dalam tentang hubungan antara konsep diri dan FoMO untuk memahami peran konsep diri dalam pengalaman FoMO.

Selanjutnya Penelitian yang secara spesifik membahas tentang hubungan antara konsep diri (*self-concept*) dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) masih tergolong minim. Pencarian di *Google Scholar* menunjukkan bahwa terdapat kurang dari 20 artikel yang secara langsung mengeksplorasi keterkaitan antara *self-concept* dan FoMO. Fenomena ini menyoroti ketidaksepakatan penelitian dalam memahami secara mendalam peran konsep diri dalam pengalaman FoMO. Keterbatasan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa masih diperlukan upaya lebih lanjut untuk menyelidiki hubungan ini dengan lebih rinci, sehingga dapat memberikan kontribusi substansial terhadap pemahaman psikologis tentang bagaimana konsep diri mempengaruhi dinamika FoMO dalam konteks sosial dan digital.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi peran konsep diri terhadap fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO), terutama pada mahasiswa pengguna aktif media sosial Tiktok. Peneliti bertujuan untuk memahami hubungan antara konsep diri dan FoMO, dengan harapan dapat mengelola FoMO secara efektif tanpa menimbulkan kecemasan atau kekhawatiran pada individu. Hal ini dianggap sebagai langkah preventif dalam menjaga kesehatan mental. Pemilihan konsep diri sebagai variabel bebas dalam penelitian ini dipengaruhi oleh keberadaan beberapa komponen penting dalam konsep diri yang dimiliki oleh individu, yang memungkinkan setiap aspeknya dapat dianalisis secara mendalam. Keterlibatan konsep diri dalam memengaruhi FoMO dianggap penting untuk diteliti lebih lanjut, mengingat potensi dampak negatif FoMO terhadap

kehidupan dan kesejahteraan psikologis individu yang mengalaminya (Narti & Yanto, 2022).

Berdasarkan pemaparan berbagai permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya dan sejalan dengan fenomena yang saat ini sedang terjadi pada mahasiswa pengguna aktif media sosial Tiktok terkait *Self Concept* dan *Fear of Missing Out*, peneliti ingin meneliti dan membahas lebih dalam kajian terkait hubungan variabel tersebut dengan judul **“Hubungan *Self Concept* dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada Mahasiswa Pengguna Aktif Media Sosial Tiktok”**. Perbedaan signifikan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada penekanan khusus pada variabel konsep diri sebagai variabel independen yang mempengaruhi *Fear of Missing Out* (FoMO). Penelitian ini bertujuan mengkaji lebih dalam peran konsep diri dalam pengalaman FoMO, dengan tujuan memberikan wawasan lebih mendalam dan kontekstual terhadap hubungan antara kedua variabel tersebut. Sejalan dengan hal ini, penelitian ini menyoroti keterbatasan penelitian yang secara spesifik mengeksplorasi keterkaitan self-concept dan FoMO, yang masih minim. Pemilihan variabel ini sebagai fokus utama penelitian diharapkan dapat mengisi celah pengetahuan yang ada dan memberikan kontribusi yang berarti terhadap pemahaman tentang dinamika psikologis antara konsep diri dan pengalaman FoMO.

B. Identifikasi Masalah

Penelitian ini mengidentifikasi hubungan antara konsep diri (*Self Concept*) dan Fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial Tiktok. Peningkatan penggunaan Tiktok oleh mahasiswa, terutama dalam konteks penggunaan yang intens, telah memicu kekhawatiran terkait FoMO, yang dapat berdampak negatif pada kesejahteraan mental mereka. Peran konsep diri dalam membentuk tingkat FoMO menjadi fokus utama penelitian ini, mengingat perbedaan temuan dalam penelitian sebelumnya. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih dalam terkait hubungan antara konsep diri dan FoMO pada konteks mahasiswa yang sangat terlibat dengan Tiktok, serta memberikan kontribusi untuk upaya pencegahan dan manajemen FoMO guna mendukung kesejahteraan mental mahasiswa.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah penelitian ini akan berfokus pada hubungan konsep diri dengan *Fear of Missing Out* pada mahasiswa pengguna aktif media sosial Tiktok.

D. Rumusan Masalah

Terdapat beberapa rumusan permasalahan yang disusun untuk dikaji lebih lanjut berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya.

Rumusan masalah yang tersusun terbagi menjadi 3 macam yang diantaranya adalah:

1. Bagaimana tingkatan FoMO pada mahasiswa pengguna aktif media sosial Tiktok ?
2. Bagaimana kondisi konsep diri pada mahasiswa pengguna aktif media sosial Tiktok?
3. Bagaimana hubungan antara konsep diri dan FoMO yang ada pada mahasiswa pengguna aktif media sosial Tiktok ?

E. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat dirumuskan beberapa tujuan dari pelaksanaan penelitian ini. Tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui tingkat *Fear of Missing Out* yang dimiliki oleh mahasiswa pengguna aktif media sosial Tiktok.
2. Mengetahui kondisi konsep diri yang dimiliki oleh mahasiswa pengguna aktif media sosial Tiktok
3. Mendeskripsikan hubungan yang muncul antara *Self Concept* dan *Fear of Missing Out* yang ada pada mahasiswa pengguna aktif media sosial Tiktok.

F. Manfaat penelitian

Hasil dari pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat positif. Manfaat tersebut berupa:

1. Manfaat teoritis

Secara teori, penelitian ini dapat bermanfaat sebagai tambahan referensi untuk penelitian bidang psikologi sosial dan psikologi perkembangan dan menjadi acuan pada penelitian selanjutnya tentang *Self Concept* dan *Fear of Missing Out*, selain itu juga dapat menjadi referensi bagi pembaca untuk meningkatkan pengetahuan terkait perkembangan diri yang positif.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak. Pihak tersebut diantaranya bagi peneliti Melalui penelitian yang dilaksanakan, peneliti dapat menjadi pribadi yang mandiri dan dapat berlatih berfikir secara analisis. Selanjutnya bagi instansi Dengan adanya penelitian ini diharapkan akan menjadi suatu sumbangan ilmu pengetahuan serta kemajuan bagi instansi terkait khususnya di UIN Malang. Diharapkan pula penelitian ini dapat menjadi referensi untuk mengurangi perilaku *Fear of Missing Out* dan meningkatkan konsep diri individu terutama pada mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial

Tiktok. Hal ini sebagai upaya mengurangi dampak negatif dari pengalaman *Fear of Missing Out* yang dialami individu.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. *Fear of Missing Out*

1. Definisi *Fear of Missing Out*

Menurut JWT Intelligence (2011) *Fear of Missing Out* adalah ketakutan seseorang bahwa orang lain mungkin sedang mengalami sesuatu yang menyenangkan, tetapi mereka merasa bahwa mereka sendiri tidak ikut merasakan pengalaman tersebut. Sedangkan Wegmann dkk. (2017) menggambarkan *Fear of Missing Out* sebagai suatu perilaku yang mencerminkan ketakutan dan kekhawatiran individu tentang kehilangan hubungan dengan pengalaman yang dialami oleh orang lain, yang dapat berdampak negatif pada individu yang mengalaminya. (Wegmann dkk., 2017).

Fear of Missing Out menurut Przybylski dkk. (2013) didefinisikan sebagai perasaan takut untuk kehilangan suatu momen berharga yang sedang berlangsung baik oleh individu atau kelompok lain di sekitarnya yang disebabkan individu tersebut tidak berada dalam momen tersebut. *Fear of Missing Out* dapat ditandai dengan dorongan untuk terus terhubung dengan apa yang dilakukan oleh orang lain dan perasaan ketergantungan pada orang lain. Orang yang mengalami FoMO sering

menggunakan media sosial secara aktif dan merasa cemas jika mereka tidak dapat mengikuti pengalaman yang sedang dialami oleh orang lain (Przybylski dkk., 2013).

Menurut McGinnis (2007) *Fear of Missing Out* merupakan kecemasan yang timbul tanpa diinginkan karena individu merasa bahwa pengalaman orang lain, seperti yang terlihat melalui media sosial, lebih baik daripada pengalaman mereka sendiri. (McGinnis & Elimelech, 2007). Lebih lanjut disampaikan oleh Abel dkk. (2016) mendeskripsikan *Fear of missing out* sebagai dorongan yang kuat untuk berada di dua tempat atau lebih dalam satu waktu, disadari dari rasa ketakutan akan kehilangan sesuatu, sehingga media sosial sebagai wadah yang dapat ditempatkan sebagai suatu sumber kebahagiaan seseorang, khususnya dalam hal ikut merasakan setiap momen yang dialami oleh orang lain dari hasil mendapatkan informasi tersebut (Risdyanti dkk., 2019). Pengertian *Fear of Missing Out* disampaikan oleh Aisafitri dan Yusriyah (2021) yaitu suatu fenomena di mana individu merasa cemas karena merasa tidak mengikuti perkembangan yang terjadi di sekitarnya atau tidak "up to date" dengan apa yang sedang terjadi (Aisafitri & Yusriyah, 2021).

Menurut Alt (2015) mengungkapkan bahwa *Fear of Missing Out* adalah fenomena di mana individu merasa takut terhadap pengalaman menyenangkan yang dialami oleh orang lain, tetapi mereka tidak dapat hadir dalam pengalaman tersebut. Hal ini mendorong individu untuk terus

terhubung dengan orang lain melalui media sosial. Dalam situasi ini, individu merasakan ketakutan ketika mereka merasa bahwa mereka tidak mengalami pengalaman yang dimiliki oleh orang lain dalam kehidupan mereka (Alt, 2015).

Fear of Missing Out (FOMO) Ini adalah fenomena dalam penggunaan media sosial di mana seseorang menghabiskan waktu yang berlebihan di platform tersebut. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa remaja yang tidak terhubung ke media sosial dapat mengalami kecemasan dan kegelisahan. Kebiasaan yang mengarah FoMO sering kali dilakukan secara berulang, bahkan hingga mencapai tingkat ketergantungan. Dalam konteks ini, remaja modern sering kali sulit melepaskan diri dari media sosial atau perangkat gadget yang mereka miliki, bahkan ketika mereka sedang makan atau berinteraksi (Putri dkk., 2019).

Berdasarkan definisi yang telah dijabarkan diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa *Fear of Missing Out* merupakan suatu perasaan yang dimiliki individu berupa rasa takut maupun khawatir akan tertinggal dan kehilangan suatu momen tertentu yang dimiliki individu lain atau kelompok yang ada di sekitarnya.

2. Aspek *Fear of Missing Out*

Dalam Przybylski dkk. (2013) aspek-aspek *Fear of Missing Out* dipengaruhi oleh perspektif *Self Determination Theory* (SDT). Dalam

perspektif SDT sendiri, regulasi diri dan kesehatan psikologis yang efektif dapat dicapai berdasarkan bentuk kepuasan pada tiga kebutuhan dasar psikologis, yaitu :

1. *Competence*, Mengacu pada perasaan efikasi dan keyakinan diri dalam konteks situasi yang sedang berlangsung, hal ini menunjukkan bahwa individu secara aktif mencari tantangan yang optimal dan berusaha untuk meningkatkan keterampilan dan kapasitas mereka.
2. *Autonomy*, mencerminkan dorongan individu untuk melakukan perilaku secara sukarela dan demi keuntungan pribadi mereka.
3. *Relatedness*, Kecenderungan yang ada dalam individu untuk merasa terhubung dengan orang lain, mengindikasikan rasa dekat atau keinginan untuk berinteraksi dengan orang lain.

Menurut Przybylski dkk. (2013) rendahnya tingkat kebutuhan dasar psikologis yang berhubungan dengan *Fear of Missing Out* (FoMO). *Fear of Missing Out* (FoMO) sendiri dianggap sebagai keadaan situasional saat tidak terpenuhinya kebutuhan akan *Self* dan *relatedness*. Maka aspek-aspek dari FOMO menurut Przybylski adalah :

1. Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *relatedness*

Relatedness (kedekatan atau keinginan untuk berhubungan dengan orang lain) mengacu pada kebutuhan untuk merasa terhubung, bersatu, dan berinteraksi dengan orang lain, adalah dorongan yang

penting bagi individu. Ini berkaitan dengan keinginan individu untuk merasakan ikatan yang kuat, hangat, dan peduli dalam hubungan sosial mereka. Ketika kebutuhan ini dipenuhi, individu merasa puas dengan interaksi mereka dan ingin terus memperluas jaringan sosial mereka serta mengembangkan keterampilan sosial. Namun, jika kebutuhan psikologis akan relatedness tidak terpenuhi, ini dapat menyebabkan individu merasa cemas dan mendorong mereka untuk mencari pengalaman dan aktivitas orang lain, salah satunya melalui internet.

2. Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *Self*

Kebutuhan psikologis akan *Self* (diri sendiri) berkaitan dengan *Competence* dan *Autonomy*. *Competence* didefinisikan sebagai dorongan yang ada dalam individu untuk merasa mampu dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Ini mencerminkan kebutuhan untuk mengembangkan kemampuan dan mencari tantangan yang optimal (Tekeng, 2015). Kebutuhan *Competence* ini berkaitan dengan keyakinan individu dalam melakukan tindakan atau perilaku dengan cara yang efisien dan efektif. Ketidakpuasan terhadap kebutuhan *Competence* dapat menyebabkan individu merasa frustrasi dan putus asa (Tekeng, 2015).

Autonomy Mengacu pada pengalaman individu dalam merasakan bahwa mereka memiliki pilihan, dukungan, dan motivasi yang terkait dengan memulai, mempertahankan, dan mengakhiri

keterlibatan dalam perilaku tertentu. *Autonomy* mengindikasikan bahwa individu memiliki kebebasan untuk mengintegrasikan tindakan yang mereka lakukan dengan diri mereka sendiri tanpa ketergantungan atau pengendalian dari pihak lain. Dalam konteks ini, individu adalah penggerak utama dan sumber perilaku mereka sendiri. Apabila kebutuhan psikologis akan *Self* tidak terpenuhi, maka individu cenderung mencari cara untuk memperoleh informasi dan tetap terhubung dengan orang lain melalui internet. Hal ini mendorong mereka untuk terus mencari tahu tentang aktivitas dan pengalaman orang lain melalui platform online (Tekeng, 2015).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan aspek-aspek *Fear of Missing Out* menurut Przybylski dkk. (2013) yaitu tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *relatedness* dan tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *Self*.

3. Indikator *Fear of Missing Out*

Przybylski dkk. (2013) mengatakan bahwa 3 (tiga indikator) FOMO Indikator tersebut diantaranya adalah :

a. Ketakutan

Ketakutan mencerminkan perasaan terancam atau khawatir yang timbul ketika seseorang merasa terhubung atau tidak terhubung dalam suatu kejadian, pengalaman, atau percakapan dengan orang

lain. Ini mengindikasikan bahwa individu merasa khawatir bahwa mereka mungkin melewatkan sesuatu yang penting atau relevan, terutama ketika mereka melihat orang lain terlibat dalam aktivitas yang mereka sendiri tidak ikuti. Perasaan ketakutan ini sering kali menciptakan rasa cemas dan kegelisahan..

b. Kekhawatiran

Kekhawatiran merujuk pada perasaan ketidakpuasan atau rasa kehilangan peluang yang muncul ketika seseorang merasa tidak terlibat dalam suatu kegiatan atau tidak hadir dalam pengalaman atau percakapan dengan orang lain. Individu yang mengalami kekhawatiran FoMO sering merasa tidak puas ketika mereka tidak dapat berpartisipasi dalam suatu aktivitas yang berlangsung. Mereka merasa telah melewatkan kesempatan untuk berinteraksi dengan orang lain, berbagi pengalaman, atau mendapatkan sesuatu yang dianggap penting.

c. Kecemasan

Kecemasan mencerminkan perasaan tidak senang atau kegelisahan yang muncul saat seseorang merasa terhubung atau tidak terhubung dalam suatu kejadian, pengalaman, atau percakapan dengan orang lain. Individu yang mengalami kecemasan FoMO sering merasa tegang dan cemas tentang apa yang sedang terjadi atau apa yang mereka lewatkan ketika mereka tidak aktif atau tidak

terlibat dalam suatu situasi. Kecemasan ini dapat berdampak pada perasaan mereka terhadap diri sendiri dan interaksi sosial. (Przybylski dkk., 2013).

4. Faktor yang mempengaruhi

Menurut JWT Intelligence (2011) terdapat beberapa faktor yang dianggap mempengaruhi terjadinya FoMO, yaitu sebagai berikut:

a. Keterbukaan informasi di media sosial

Media sosial telah membuka kehidupan saat ini dengan cara memungkinkan pengguna untuk memamerkan apa yang sedang terjadi dalam kehidupan mereka. Platform media sosial selalu diperbarui dengan informasi real-time, percakapan hangat, serta gambar dan video terbaru. Ini telah mengubah budaya masyarakat dari yang dulunya cenderung bersifat privat menjadi budaya yang lebih terbuka.

b. Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan relatedness

Jika kebutuhan psikologis akan kedekatan atau keinginan untuk berhubungan dengan orang lain tidak terpenuhi, hal ini dapat menghasilkan perasaan cemas pada individu dan mendorong mereka untuk lebih aktif mencari tahu tentang pengalaman dan aktivitas yang dilakukan oleh orang lain, salah satunya melalui internet.

c. Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *Self*

Apabila kebutuhan psikologis akan *Self* tidak terpenuhi, maka individu cenderung akan mencarinya melalui internet untuk mendapatkan berbagai informasi dan menjalin hubungan dengan orang lain. Dalam hal ini, individu akan terus berupaya untuk mencari tahu apa yang sedang terjadi pada orang lain melalui internet.

d. *Social one-upmanship*

Perilaku di mana individu berupaya untuk membuktikan bahwa mereka lebih unggul atau lebih baik daripada orang lain melalui tindakan, ucapan, atau pencarian lainnya. *Fear of Missing Out* disebabkan karena dipengaruhi adanya keinginan untuk menjadi superior dibanding dengan orang lain.

e. Peristiwa yang disebarkan melalui fitur hashtag

Media sosial memiliki fitur tanda pagar (hashtag) yang memungkinkan pengguna untuk menginformasikan apa yang sedang terjadi saat ini.

f. Kondisi deprivasi relatif

Kondisi yang mencerminkan ketidakpuasan individu ketika mereka membandingkan diri mereka dengan orang lain. Biasanya, individu menilai diri mereka sendiri dengan cara membandingkannya dengan orang lain. Perasaan "missing out" dapat muncul ketika pengguna media sosial saling membandingkan diri mereka dengan orang lain.

g. Banyak stimulus untuk mengetahui suatu informasi

Dalam era digital, seseorang dapat dengan mudah dibanjiri dengan informasi dan topik menarik tanpa perlu banyak usaha. Namun, keberlimpahan stimulus ini juga menghasilkan rasa ingin tahu yang mendorong seseorang untuk terus mengikuti perkembangan terbaru.

Selain itu faktor yang mempengaruhi munculnya *Fear of Missing Out* disampaikan pada penelitian yang dilakukan oleh Przybylski dkk. (2013). Faktor-faktor tersebut diantaranya adalah:

a. Demografis

Dilansir dari web LP2M Universitas Medan Area, data demografi mencakup informasi seperti usia, jenis kelamin, domisili, dan juga faktor-faktor sosial ekonomi seperti pekerjaan dan pendapatan dalam kelompok orang tertentu. Menurut Przybylski dkk. (2013), usia dan jenis kelamin dapat mempengaruhi tingkat FoMO seseorang. FoMO cenderung lebih tinggi pada individu dengan usia muda, dan pria lebih mungkin mengalami FoMO.

b. Kebutuhan kepuasan (*Need satisfaction*)

Ketika individu tidak merasa puas dalam memenuhi kebutuhan dasar psikologis seperti kebutuhan akan kompetensi, otonomi, dan hubungan sosial dengan orang lain, hal ini dapat meningkatkan tingkat FoMO mereka.

c. Kesejahteraan psikologis (*Well – being*)

Menurut Ryff (1989) Kesejahteraan psikologis adalah refleksi dari keadaan kesehatan mental individu berdasarkan evaluasi aspek-aspek positif dalam fungsi psikologis mereka. Ini mencakup dimensi seperti penerimaan diri, hubungan positif dengan orang lain, kemampuan mandiri, kemampuan untuk mengendalikan lingkungan sekitar, tujuan hidup, dan pertumbuhan pribadi (Estikomah & Sahrah, 2019).

Terdapat 2 indikator kesejahteraan psikologis, diantaranya adalah:

- 1). Suasana hati secara umum, individu yang mengalami FoMO cenderung memiliki suasana hati yang negatif.
- 2). Kepuasan hidup secara keseluruhan, individu yang mengalami FoMO lebih cenderung memiliki tingkat kepuasan hidup yang rendah.

d. Keterlibatan Media Sosial

Przybylski dkk. (2013) bertujuan untuk menguji keterkaitan antara penggunaan media sosial dengan perbedaan individu dalam kepuasan hidup, kebutuhan kepuasan, dan suasana hati secara keseluruhan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan antara perbedaan individu dan tingkat kecenderungan mengalami FoMO dalam penggunaan media sosial. Lebih khusus, individu yang memiliki tingkat FoMO yang tinggi cenderung lebih

aktif dan terlibat dalam penggunaan media sosial (Przybylski dkk., 2013).

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang mencakup keterbukaan informasi di media sosial, tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan kedekatan dan kebutuhan psikologis akan diri sendiri, perilaku social *one-upmanship*, peristiwa yang disebarkan melalui fitur hashtag, kondisi deprivasi relatif, banyaknya stimulus untuk mengetahui suatu informasi, serta faktor demografis seperti usia dan jenis kelamin. Studi yang dilakukan oleh Przybylski dkk. (2013) juga menambahkan bahwa demografi, kebutuhan kepuasan, kesejahteraan psikologis, dan keterlibatan media sosial dapat mempengaruhi tingkat FoMO seseorang. Dengan demikian, FoMO tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal individu, tetapi juga oleh dinamika interaksi sosial dan penggunaan media sosial.

5. Perspektif Islam

Fear of Missing Out merupakan suatu perasaan yang hadir dalam suatu individu dan disebabkan oleh takut tertinggal momen yang dimiliki orang lain (Przybylski dkk., 2013). Individu cenderung mengamati dan meniru apa yang orang lain lakukan. Dalam konteks perspektif Islam, hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan dalam Al-Qur'an:

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيًا ۚ فَاسْتَغْفِرُوا الْخَيْرَاتِ ۚ إِنَّمَا تَتُوبُونَ إِلَى اللَّهِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا ۖ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya: “Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Dimana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.” (QS. Al – Baqarah 2:148).

Ayat tersebut menggarisbawahi bahwa setiap individu memiliki tujuan dan kiblat yang ditetapkan. Dalam konteks FoMO, individu dianjurkan untuk berlomba dalam hal-hal yang baik dan bermanfaat serta menghindari yang merugikan. Ini sejalan dengan prinsip bahwa mengikuti tren yang positif dapat membawa kebaikan dan mendapatkan pahala, seperti ajakan kepada kebaikan dalam Al-Qur'an. Hal ini disampaikan pada hadits Nabi Muhammad tentang kewajiban berdakwah pada kebaikan yang berbunyi:

مَنْ دَعَا إِلَى هُدًى كَانَ لَهُ مِنَ الْأَجْرِ مِثْلُ أُجُورِ مَنْ تَبِعَهُ لَا يَنْقُصُ ذَلِكَ مِنْ أُجُورِهِمْ شَيْئًا، وَمَنْ دَعَا إِلَى ضَلَالَةٍ، كَانَ عَلَيْهِ مِنَ الْإِثْمِ مِثْلُ آثَامِ مَنْ تَبِعَهُ لَا يَنْقُصُ ذَلِكَ مِنْ آثَامِهِمْ شَيْئًا

Artinya: Dari Abu Hurairah ra, bahwa Rasulullah SAW bersabda “Barangsiapa mengajak (manusia) kepada petunjuk, maka baginya pahala seperti pahala orang yang mengikutinya tanpa mengurangi pahala mereka sedikitpun. Dan barangsiapa mengajak (manusia) kepada kesesatan maka

ia mendapatkan dosa seperti dosa-dosa orang yang mengikutinya, tanpa mengurangi dosa mereka sedikit pun”.

Hadis tersebut menggambarkan bahwa seseorang yang memberikan contoh yang baik akan mendapatkan pahala bagi orang yang mengikuti contoh tersebut. Ini bisa diinterpretasikan dalam konteks tren media sosial, di mana mengikuti tren yang baik dapat membawa pahala, sementara mengikuti tren yang buruk akan membawa dosa. Oleh karena itu, penting bagi individu untuk berhati-hati dalam memilih tren yang akan diikuti atau dihindari dalam media sosial, serta dalam menyebarkan postingan yang dapat memberikan contoh yang baik bagi orang lain.

Dalam kasus FoMO, individu cenderung meningkatkan penggunaan gadget mereka, terutama untuk berinteraksi dengan media sosial. Selain itu, salah satu dampak negatif yang dapat timbul akibat FoMO adalah munculnya perasaan iri hati pada individu tersebut. Hal ini bersinggungan dengan apa yang disampaikan pada Al-Qur'an sebagai berikut:

وَلَا تَتَمَنَّوْا مَا فَضَّلَ اللَّهُ بِهِ بَعْضَكُمْ عَلَى بَعْضٍ ۚ لِلرِّجَالِ نَصِيبٌ مِّمَّا اكْتَسَبُوا وَلِلنِّسَاءِ نَصِيبٌ مِّمَّا
اَكْتَسَبْنَ ۚ وَسْئَلُوا اللَّهَ مِنْ فَضْلِهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمًا

Artinya: “Dan janganlah kamu iri hati terhadap apa yang dikaruniakan Allah kepada sebahagian kamu lebih banyak dari sebahagian yang lain. (Karena) bagi orang laki-laki ada bagian dari apa yang mereka usahakan, dan bagi para wanita (pun) ada bagian dari apa yang mereka usahakan,

dan mohonlah kepada Allah sebagian dari karunia-Nya. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.” (QS. An Nisa’ 4: 32).

Menurut ajaran Al-Qur'an, seorang muslim seharusnya menjauhi rasa iri hati terhadap nikmat yang diberikan kepada orang lain. Tafsir Al-Mukhtashar menekankan pentingnya agar seorang muslim tidak menginginkan atau menginginkan sesuatu yang telah diberikan oleh Allah kepada orang lain. Hal ini bertujuan untuk mencegah timbulnya perasaan benci dan iri hati dalam hati manusia. Allah memberikan nikmat-Nya sesuai dengan kebutuhan setiap kelompok, dan oleh karena itu, seorang muslim seharusnya selalu bersyukur dengan nikmat yang telah diberikan oleh Allah. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan Al-Qur'an sebagai berikut:

فَاذْكُرُونِي أَذْكُرْكُمْ وَاشْكُرُوا لِي وَلَا تَكْفُرُونِ

Artinya: “Karena itu, ingatlah kamu kepada-Ku niscaya Aku ingat (pula) kepadamu, dan bersyukurlah kepada-Ku. Dan janganlah kamu mengingkari (nikmat)-Ku” (QS. Al Baqarah 2: 152).

وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِنْ كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ

Artinya: “Dan (ingatlah juga), tatkala Tuhanmu memaklumkan: Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti Kami akan menambah (nikmat) kepadamu, dan jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka sesungguhnya azab-Ku sangat pedih” (QS. Ibrahim 14: 7).

Berdasarkan dua ayat tersebut, seorang muslim sangat dianjurkan untuk senantiasa bersyukur atas segala nikmat yang dimilikinya. Tafsir Al-Muyassar menekankan pentingnya bersyukur dalam kehidupan sehari-hari. Dalam QS. Al-Baqarah ayat 152, mengingat Allah dan bersyukur akan mendatangkan pahala di akhirat. Selain itu, tafsir ini menunjukkan bahwa bersyukur harus diungkapkan baik melalui ucapan dan tindakan. Di QS. Ibrahim ayat 7, menjelaskan bahwa dengan bersyukur, seseorang akan mendapatkan lebih banyak nikmat dan karunia dari Allah. Sebaliknya, mereka yang ingkar dan tidak bersyukur akan mendapatkan siksaan yang pedih. Oleh karena itu, tafsir ini menggarisbawahi pentingnya sikap syukur dalam menjalani kehidupan..

Dengan selalu bersyukur atas nikmat Allah, seseorang mampu menjauhkan diri dari perasaan iri terhadap orang lain. Ini memungkinkan individu untuk lebih fokus pada apa yang telah diberikan Allah dan tidak khawatir tertinggal dalam berbagai hal yang terjadi di sekelilingnya. Selain itu, sikap bersyukur memungkinkan individu untuk memilih tren yang baik untuk diikuti dan melakukan kebaikan sesuai perintah Allah. Penting bagi seorang muslim untuk menerapkan hal ini agar mencapai kenyamanan dan kedamaian dalam hidup serta terhindar dari dampak negatif perkembangan teknologi.

B. *Self Concept*

1. Definisi *Self Concept*

Self atau diri menurut Baron dan Byrne (2003) didefinisikan sebagai suatu gambaran pusat dari dunia sosial yang ada di setiap orang. *Self* terdapat beberapa elemen penyusun diantaranya adalah *self esteem*, *self focusing*, *self monitoring*, dan juga *self concept*. Konsep diri menurut Goni (2011) merujuk pada pandangan individu dalam mendeskripsikan dirinya sendiri secara fisik maupun kemampuan yang dimiliki termasuk akademik, kemampuan sosial, dan hal yang paling pribadi yaitu emosional individu (Goñi dkk., 2011). Menurut Bracken (2015) konsep diri adalah pola perilaku yang khas dan individual yang digunakan oleh seseorang untuk menggambarkan karakteristik dan sifat pribadinya. Melalui pola perilaku ini, individu dapat mengidentifikasi dan memahami bagaimana mereka melihat diri mereka sendiri (Bracken, 2015).

Menurut Brehm dan Kassin (1993) Konsep diri adalah keyakinan individu tentang karakteristik atau sifat yang melekat pada diri mereka. Menurut pengertian yang disampaikan oleh Worchel dkk. (2000) *Self Concept* atau konsep diri Konsep diri merujuk pada pengetahuan dan keyakinan individu tentang karakteristik atau ciri-ciri yang melekat pada dirinya. (Dayakisni & Hudaniah, 2009). Hurlock (1993) mengemukakan bahwa konsep diri merupakan gambaran mental yang dimiliki seseorang

tentang dirinya yang mencakup citra fisik dan psikologis. Citra fisik berkaitan dengan penampilan fisik, daya tarik, kesesuaian dan ketidaksesuaian berbagai bagian tubuh untuk berperilaku. Sedangkan citra psikologis, didasarkan pada pikiran, perasaan dan kemampuan yang mempengaruhi penyesuaian pada kehidupan. Selanjutnya ia mengemukakan bahwa konsep diri merupakan gambaran tentang dirinya yang ditentukan oleh peran dan hubungan dengan orang lain sebagai akibat dari persepsi yang diterima dari orang lain serta konsep diri ideal yaitu gambaran mengenai penampilan dan kepribadian yang didambakan (Cholily, A. 2014).

Konsep diri pada intinya mengukur segala sesuatu yang berkaitan dengan diri individu baik itu sifat, karakteristik, maupun ciri-ciri pribadi tersebut. Disampaikan oleh Sarwono dan Meinarno (2009) Konsep diri merujuk pada kesadaran individu tentang pemahaman dirinya sendiri. Konsep diri ini dapat memengaruhi perilaku yang diperlihatkan individu dalam lingkungannya. Pentingnya peran orang lain dalam membentuk konsep diri. Sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Cooley (1964) yang menyatakan bahwa konsep diri individu terbentuk melalui penilaian orang lain terhadap dirinya (Sarwono & Meinarno, 2009).

Berdasarkan pengertian yang telah disampaikan oleh beberapa ahli maka dapat disimpulkan definisi dari *Self Concept* atau konsep diri adalah suatu keyakinan maupun persepsi yang terbentuk dari diri individu

tentang aspek – aspek dalam diri berupa sifat, karakteristik, ciri – ciri yang ada pada pribadinya.

2. *Aspek Self Concept*

Disampaikan oleh Goni (2011) terdapat beberapa aspek yang mendasari konsep diri. Aspek – aspek tersebut diantaranya adalah:

a. *Self Fulfillment*

Self Fulfillment atau pemenuhan diri dapat dijelaskan sebagai pandangan individu terhadap dirinya yang melibatkan pencapaian tujuan dan tujuan yang telah ditetapkan. Individu memiliki pemahaman yang jelas tentang apa yang ingin dicapai dan merasa puas ketika berhasil mencapai target dan tujuan tersebut.

b. *Autonomy*

Autonomy atau otonomi mencakup kemampuan individu untuk melihat diri mereka sebagai individu yang unik dan berbeda dari orang lain. Ini mencerminkan pandangan individu terhadap kemampuannya untuk membuat keputusan mandiri dalam kehidupan mereka dan untuk memenuhi kriteria yang mereka tetapkan.

c. *Honesty*

Honesty atau kejujuran adalah sejauh mana individu memandang diri mereka sebagai orang yang berperilaku jujur,

konsisten, berharga, dan tidak menyakiti orang lain, sehingga mendapatkan penghargaan dan rasa hormat.

d. *Emotional adjustment*

Emotional adjustment atau penyesuaian emosional adalah bagaimana individu mengatur dan mengendalikan emosinya. Hal ini melibatkan aspek emosional dan kepribadian individu.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek konsep diri terdiri atas *Self Fulfillment, Autonomy, Honesty, Emotional adjustment* (Goñi dkk., 2011).

3. Karakteristik *Self Concept* Positif dan Negatif

Menurut Brooks (2007) ada empat karakteristik orang yang memiliki konsep diri Positif :

a. Individu yakin akan kemampuan mengatasi masalah

Individu ini memiliki rasa keyakinan pada dirinya sendiri yang memungkinkan dia merasa kompeten dan yakin untuk menghadapi serta menyelesaikan masalah yang dihadapi. Dia tidak menghindari masalah dan meyakini bahwa setiap masalah dapat diatasi..

b. Merasa setara dengan orang lain

Seseorang ini selalu memiliki sikap rendah hati, tidak arogan, tidak mengkritik atau merendahkan siapapun, dan senantiasa menghormati orang lain.

c. Dapat menerima pujian tanpa merasa malu

Individu mampu menerima pujian tanpa merasa malu, tetapi tetap menjaga rasa rendah hati, tidak sombong, dan tidak mencela orang lain.

d. Menyadari bahwa setiap orang mempunyai berbagai perasaan, keinginan perilaku, dan semuanya tidak seluruhnya disetujui di masyarakat.

Individu memiliki kepekaan terhadap perasaan orang lain dan selalu menghargai perasaan tersebut, bahkan jika pendapat atau tindakan mereka tidak selalu disetujui oleh masyarakat..

e. Mampu memperbaiki diri karena sanggup mengungkapkan sesuatu yang tidak disenangi serta mengubah sesuatu tersebut menjadi lebih baik.

Individu memiliki kemampuan untuk melakukan introspeksi terhadap dirinya sendiri sebelum menilai orang lain, dan dia berupaya untuk melakukan perubahan positif pada dirinya agar dapat lebih diterima dalam lingkungannya.

Sebaliknya, orang yang memiliki konsep diri yang negatif ditandai dengan lima hal:

a. Peka terhadap kritik

Individu ini sangat sensitif terhadap kritik yang diterimanya dan sering merespon dengan kemarahan atau reaksi negatif lainnya.

Ini mengindikasikan bahwa individu tersebut belum memiliki kemampuan yang baik dalam mengendalikan emosinya, sehingga kritikan sering dianggap sebagai serangan terhadap harga dirinya. Orang dengan konsep diri negatif sering menghindari komunikasi terbuka dan cenderung keras kepala dalam mempertahankan pendapat mereka, seringkali dengan argumen yang tidak beralasan.

b. Responsif terhadap pujian

Meskipun mungkin berusaha pura-pura untuk menghindari pujian, individu ini tidak dapat menyembunyikan kegembiraannya ketika menerima pujian. Bagi mereka, segala macam bentuk pujian menjadi pusat perhatian. Namun, bersamaan dengan kebahagiaan mereka terhadap pujian, mereka cenderung sangat kritis terhadap orang lain.

c. Cenderung bersikap hiperkritis

Individu ini selalu mengekspresikan keluhan, kritik, atau sikap merendahkan terhadap segala hal dan siapa pun. Mereka kesulitan atau tidak mau mengakui atau menghargai kelebihan orang lain.

d. Cenderung merasa tidak disenangi orang lain

Individu ini merasa tidak mendapat perhatian atau pengakuan, sehingga mereka seringkali menganggap orang lain sebagai musuh. Hal ini mengakibatkan sulit terciptanya hubungan yang hangat dan persahabatan yang baik. Individu ini mungkin merasa rendah diri

atau bahkan mengembangkan perasaan negatif terhadap orang lain, seperti kebencian, kritik, atau konflik fisik, seperti berkelahi.

e. Pesimis terhadap kompetisi

Dalam konteks ini, individu menunjukkan ketidaknyamanan dan enggan bersaing dengan orang lain dalam mencapai prestasi. Mereka cenderung merasa bahwa bersaing dalam situasi tertentu dapat merugikan mereka dan membuat mereka merasa tidak berdaya.

4. Faktor yang mempengaruhi

Konsep diri merupakan hal yang penting dalam kehidupan manusia dikarenakan ini menentukan individu dalam berperilaku. Menurut Asri dan Sunarto (2020) konsep diri bukan suatu hal yang berbentuk genetik melainkan dapat berkembang seiring berjalannya waktu melalui pengalaman yang terjadi saat berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya (Novarianing Asri dkk., 2020). Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsep diri individu menurut Widiarti (2017) diantaranya:

a. Perkembangan kognitif

Sebagai manusia, individu akan mengalami pertumbuhan dan perkembangan seiring berjalannya waktu. Mereka akan menghadapi tugas-tugas perkembangan yang sesuai dengan tahap umur mereka (Hulukati & Djibrin, 2018). Perkembangan kognitif berkenaan dengan proses berpikir pada individu. Perkembangan kognitif berkaitan

dengan cara individu berpikir. Perubahan dalam perkembangan kognitif dapat mempengaruhi perspektif dan struktur pemikiran individu yang ada sebelumnya.

b. Interaksi dengan orang lain

Konsep diri dapat dipengaruhi oleh penilaian dan pandangan orang lain. Peran orang lain, seperti orang tua, teman dekat, dan individu yang signifikan, memiliki dampak yang signifikan pada pembentukan konsep diri seseorang.

Menurut Hulukati dan Djibrin (2018) terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsep diri, diantaranya adalah:

a. Adanya rasa percaya diri pada individu

Ketika seseorang memiliki keyakinan dan rasa percaya diri terhadap kemampuan dan potensi yang dimilikinya, hal ini dapat membantu membentuk konsep diri yang positif. Dengan pemahaman yang kuat tentang kemampuan mereka, individu dapat merasa mampu untuk mengatasi tugas dan tantangan yang dihadapi.

b. Melalui berbagai pengalaman dalam hidupnya

Pengalaman yang dialami oleh individu dapat memiliki dampak signifikan dalam pembentukan konsep diri. Pengalaman-pengalaman ini dapat mendorong individu untuk tumbuh dan berkembang, dan pada gilirannya, membentuk cara individu melihat

diri mereka sendiri. Beberapa pengalaman dapat memberikan perasaan positif dan memberikan rasa nilai diri yang kuat.

c. Interaksi dengan lingkungan sekitarnya

Interaksi sosial dan komunikasi dengan lingkungan sekitar dapat memainkan peran penting dalam pembentukan konsep diri individu. Melalui interaksi ini, individu dapat belajar, beradaptasi, dan mengasah kemampuan sosial mereka, yang pada akhirnya memengaruhi cara mereka melihat diri sendiri.

d. Citra diri yang dimiliki

Pandangan diri atau citra diri adalah cara individu melihat dan memahami dirinya sendiri. Bagaimana seseorang menggambarkan dirinya sendiri dalam pikiran mereka dapat mempengaruhi konsep diri mereka. Pemahaman citra diri yang positif dapat meningkatkan rasa percaya diri individu. Terdapat perbedaan dalam cara laki-laki dan perempuan membentuk konsep diri, dimana laki-laki cenderung lebih fokus pada aspek agresivitas dan kekuatan, sementara perempuan cenderung lebih fokus pada aspek fisik dan popularitas (Novarianing Asri dkk., 2020).

5. *Self Concept* dalam Perspektif Islam

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, konsep diri adalah cara individu memahami dan mengenali berbagai aspek dari diri mereka

sendiri, termasuk sifat, ciri-ciri, karakteristik, dan elemen lainnya. Pengenalan diri adalah hal yang sangat penting. Pandangan ini sejalan dengan pandangan yang diungkapkan oleh Mustofa dan Arisandi (2021) yang menyatakan bahwa dengan mengenal diri sendiri, atau "ma'rifatunnafsi" dalam istilah Islam, individu dapat lebih mendekatkan diri kepada pemahaman tentang Tuhan. Dengan kata lain, usaha untuk mengenal diri sendiri juga membantu seseorang untuk lebih memahami Sang Pencipta dan alam semesta yang diciptakannya. Dalam Al-Qur'an, manusia telah didorong untuk memperhatikan dirinya dalam segala aspek. Berkaitan dengan hal ini, Usman Najati mengelompokkan ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan konsep diri. Ayat tersebut dijelaskan sebagai berikut:

وَفِي الْأَرْضِ آيَاتٌ لِلْمُوقِنِينَ (20) وَفِي أَنْفُسِكُمْ أَفَلَا تُبْصِرُونَ (21)

Artinya: “Dan di bumi terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi orang-orang yang yakin (20), dan (juga) pada dirimu sendiri. Maka apakah kamu tiada memperhatikan? (21)” (QS. Adz – Dzariyat, 51: 20 – 21).

Tafsir yang disampaikan oleh Ibnu Katsir menjelaskan bahwa ayat tersebut merujuk pada tanda-tanda kekuasaan Allah yang terlihat di dunia, seperti tumbuhan, hewan, alam, dan keragaman yang ada dalam diri manusia. Dengan adanya keragaman ini, manusia seharusnya memahami dan menyadari aspek-aspek apa yang ada dalam dirinya. Kesadaran dan

pengetahuan tentang diri individu akan membantu membentuk konsep diri yang lebih jelas (Mustofa & Arisandi, 2021).

Konsep diri yang jelas membimbing manusia dalam mengarahkan sikap dan perilakunya. Hal ini membantu manusia mengetahui langkah-langkah yang harus diambil untuk mengoptimalkan potensi yang dimilikinya, sehingga ia dapat mencapai tujuan dalam hidupnya, Sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an:

أَوَلَمْ يَتَفَكَّرُوا فِي أَنفُسِهِمْ ۚ مَا خَلَقَ اللَّهُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ وَمَا بَيْنَهُمَا إِلَّا بِالْحَقِّ وَأَجَلٍ مُّسَمًّى ۚ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ النَّاسِ بِلِقَآئِ رَبِّهِمْ لَكُفْرُونَ

Artinya: “Dan mengapa mereka tidak memikirkan tentang (kejadian) diri mereka? Allah tidak menjadikan langit dan bumi dan apa yang ada diantara keduanya melainkan dengan (tujuan) yang benar dan waktu yang ditentukan. Dan sesungguhnya kebanyakan di antara manusia benar-benar ingkar akan pertemuan dengan Tuhannya (8)” (QS. Ar-Rum, 30: 8)

Dalam tafsir yang disampaikan oleh Ibnu Katsir, ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah menciptakan alam semesta beserta isinya dengan tujuan yang benar, dan semuanya akan berakhir pada hari kiamat. Sampai saat itu, manusia diminta untuk merenungkan diri mereka dengan cermat dan mempertimbangkan tindakan mereka selama hidup di dunia. Dalam konteks ini, konsep diri berperan penting karena membantu

individu memahami diri mereka sendiri, membuat pilihan yang baik, dan menyadari konsekuensi perbuatan mereka. Dalam Islam, tindakan manusia akan mendapatkan balasan sesuai dengan pilihannya, sehingga konsep diri yang baik memungkinkan individu untuk membuat pilihan yang bijak sesuai dengan ajaran agama (Mustofa & Arisandi, 2021).

Berdasarkan ayat-ayat yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa memiliki konsep diri yang jelas merupakan hal yang sangat penting bagi individu. Dengan pemahaman yang baik tentang diri sendiri, individu dapat menetapkan tujuan hidup yang jelas dan membuat pilihan yang bijak dalam mengikuti tren dan tindakan dalam masyarakat. Ini sejalan dengan nilai-nilai dan ajaran agama yang menekankan pentingnya kesadaran diri, tujuan hidup yang baik, serta menghindari tindakan yang tidak sesuai dengan nilai-nilai moral dan etika.

C. Mahasiswa

1. Definisi Mahasiswa

Mahasiswa merujuk kepada individu yang telah mendaftar dan sedang mengikuti program pendidikan di institusi perguruan tinggi. Mereka biasanya berusia antara 18 hingga 25 tahun dan berada dalam tahap perkembangan yang mencakup masa remaja akhir hingga dewasa awal. Dari perspektif perkembangan, pada tahap ini, mahasiswa memiliki tugas perkembangan yang mencakup pementapan pendirian hidup (Yusuf,

2012). Mahasiswa adalah peserta didik yang berusia 18 hingga 25 tahun, terdaftar di berbagai jenis perguruan tinggi, termasuk institusi akademi, politeknik, sekolah tinggi, institut, dan universitas. Untuk penelitian ini, subjek yang diteliti adalah dua individu yang berusia 23 tahun dan masih tercatat sebagai mahasiswa aktif.

Mahasiswa adalah individu yang sedang mengejar pendidikan tinggi di berbagai jenis institusi, baik itu perguruan tinggi negeri maupun swasta, atau lembaga pendidikan yang setara dengan perguruan tinggi (Siswoyo, 2013). Gelar mahasiswa diberikan kepada seseorang berdasarkan keterkaitannya dengan perguruan tinggi dengan harapan bahwa mereka memiliki potensi sebagai calon intelektual. Dalam konteks definisi, mahasiswa adalah individu yang sedang mengejar pendidikan tinggi di institusi seperti universitas, institut, atau akademi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2019), mahasiswa diartikan sebagai seseorang yang belajar di perguruan tinggi (Setiawan, 2019).

Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa adalah individu yang terdaftar dan menjalani pendidikan tinggi di berbagai jenis institusi pendidikan tinggi, termasuk universitas, institut, akademi, dan sejenisnya. Mereka biasanya berusia antara 18 hingga 25 tahun, berada pada tahap perkembangan dari masa remaja akhir hingga awal dewasa. Mahasiswa dianggap memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi dan cenderung

memiliki kemampuan berpikir kritis serta keterampilan perencanaan dalam bertindak.

2. Karakteristik Perkembangan Mahasiswa

Mahasiswa adalah individu yang memasuki fase dewasa, yang umumnya terjadi antara usia 18 hingga 25 tahun. Pada periode ini, mereka mengemban tanggung jawab dalam hal perkembangan pribadi, termasuk mengelola kehidupan mereka menuju dewasa. (Hulukati & Djibrin, 2018). Selama perkembangan individu, ada berbagai tahapan perkembangan dengan tugas-tugas tertentu yang harus diatasi agar perkembangan berjalan lancar. Salah satu tahap penting adalah masa remaja akhir, yang diwarnai oleh perubahan fisik, psikologis, dan sosial. Seiring dengan tingkat pendidikan yang semakin tinggi, bertambah juga jumlah tanggung jawab yang perlu diemban. (Hulukati & Djibrin, 2018).

Mahasiswa biasanya berada dalam kategori usia 18 hingga 25 tahun dan berada pada tahap perkembangan *Identity versus Confusion* dan *Intimacy versus Isolation*, pada masa *Identity versus Confusion* merupakan masa pencarian identitas. Pada masa ini individu diperhadapkan untuk menemukan eksistensi dirinya (biasa disebut dengan pencarian jati diri). Apabila seorang remaja dalam mencari jati dirinya bergaul dengan lingkungan yang baik maka akan tercipta identitas yang baik pula. Jika tidak, maka akan terjadi krisis identitas. Sedangkan pada

masa *Intimacy versus Isolation* seseorang memasuki fase dewasa muda. Setiap individu dalam tahap ini siap dan berusaha untuk menyatukan identitasnya dengan orang lain. Singkatnya, individu mulai belajar untuk bermasyarakat. Individu dalam tahapan ini tampil sebagai seseorang yang mencintai, memelihara persahabatan, dan pekerjaan, bahkan berbagi dengan orang lain. Beberapa hal tersebut akan menentukan kepercayaan dan harga diri individu dalam lingkungan orang seusianya. Resiko yang dialami individu jika pada tahapan ini mengalami kegagalan dalam mengembangkan diri umumnya akan mengalami tekanan yang membuatnya merasakan kehidupan yang terisolasi (Mokalu & Boangmanalu, 2021)

Tugas-tugas perkembangan masa remaja dan masa dewasa awal menurut Danim (2013) sebagai berikut:

- 1). Masa remaja (Usia 12-21 tahun):
 - a. Memperluas hubungan yang lebih dewasa dengan teman sebaya.
 - b. Mengasumsikan peran sosial yang sesuai sebagai pria atau wanita.
 - c. Menerima kondisi fisik dan menggunakannya secara efisien.
 - d. Mencapai kemandirian emosional dari orang tua dan orang dewasa lainnya.
 - e. Menjamin kemandirian ekonomi.
 - f. Memilih dan mempersiapkan karier.

- g. Mempersiapkan untuk pernikahan dan kehidupan berkeluarga.
- h. Mengembangkan keterampilan intelektual dan pemahaman yang diperlukan sebagai warga negara.
- h. Bertindak secara sosial yang bertanggung jawab.
- i. Memperoleh seperangkat nilai etika sebagai panduan dalam perilaku.

2). Masa Dewasa Awal

- a. Menentukan pilihan pasangan.
- b. Beradaptasi dengan kehidupan bersama pasangan.
- c. Memulai perjalanan hidup bersama pasangan.
- d. Mengasuh dan merawat anak-anak.
- e. Mengurus rumah tangga.
- f. Memulai karier atau bekerja.
- g. Bertanggung jawab sebagai anggota masyarakat.
- h. Menemukan komunitas atau kelompok yang cocok.

Karakteristik perkembangan mahasiswa melibatkan rentang usia 18-25 tahun, mencakup periode kritis dari akhir remaja hingga awal dewasa. Masa remaja (12-21 tahun) melibatkan tugas perkembangan seperti membangun hubungan matang dengan teman sebaya, memahami peran sosial, kemandirian emosional dan finansial, pemilihan karier, serta pengembangan nilai dan perilaku sosial yang bertanggung jawab.

Masa dewasa awal membawa tugas seperti memilih pasangan, belajar hidup bersama, memulai hidup bersama, merawat anak, mengelola rumah tangga, memulai karier, dan tanggung jawab sebagai warga negara. Fokus tugas perkembangan remaja adalah mengembangkan sikap dan perilaku yang lebih dewasa, termasuk penerimaan perubahan fisik, pemahaman peran seksual, kemandirian emosional dan finansial, serta pengembangan nilai sosial yang bertanggung jawab.

D. Media sosial Tiktok

1. Definisi Media Sosial

Media sosial adalah platform online yang dirancang untuk memfasilitasi input, interaksi, berbagi konten, dan kolaborasi komunitas. Menurut Carr dan Hayes (2015) Media sosial adalah media berbasis Internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong nilai dari *user-generated content* dan persepsi interaksi dengan orang lain (Carr & Hayes, 2015). Menurut Kotler (2016) Media sosial dapat didefinisikan sebagai sarana yang digunakan oleh individu atau konsumen untuk berbagi informasi dalam bentuk teks, gambar, audio, dan video kepada orang lain atau perusahaan, serta sebaliknya. (Kotler & Keller, 2016).

Menurut Noami (2018) Media sosial adalah istilah yang merujuk pada semua platform online, baik dalam bentuk situs web maupun aplikasi, yang memungkinkan individu untuk membuat, berbagi, dan berpartisipasi dalam jejaring sosial (Hosterman dkk., 2018). Menurut Nasrullah (2017) Media sosial adalah bentuk media di internet yang memfasilitasi pengguna untuk menggambarkan diri mereka, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, serta membentuk hubungan sosial secara virtual (Nasrullah, 2017).

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah platform di mana orang dapat berkomunikasi dengan pengguna lain secara tidak langsung, dengan memerlukan koneksi internet. Internet memiliki peran sentral dalam memfasilitasi interaksi sosial melalui aplikasi media sosial dan telah mengubah cara manusia berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari.

2. Pengertian Media sosial Tiktok

TikTok adalah sebuah aplikasi yang menawarkan efek khusus yang unik dan menarik, memungkinkan pengguna dengan mudah membuat video pendek yang menarik perhatian banyak orang. Aplikasi TikTok adalah platform jaringan sosial dan video musik asal Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Ini adalah aplikasi untuk membuat

video pendek dengan musik yang sangat populer di kalangan orang dewasa maupun anak-anak (Hutamy dkk., 2021).

Aplikasi ini mendapat banyak perhatian dari masyarakat karena merupakan aplikasi paling banyak diunduh. Tiktok pada dasarnya merupakan aplikasi sosial untuk berbagi video dengan durasi pendek dimana para pengguna adalah sebagai pembuat konten (wisnu, 2019). Dalam pengunannya, ada beberapa faktor yang mempengaruhi orang menggunakan tiktok, diantaranya, faktor internal : sikap, perasaan, karakteristik individu, harapan, prasangka, fokus (perhatian), proses belajar, minat, keadaan fisik, dan motivasi. Faktor eksternal : informasi yang didapatkan, latar belakang keluarga, latar belakang pendidikan, pengetahuan, dan kebutuhan sosial (Setyawan, 2021).

TikTok memungkinkan pengguna untuk membuat video pendek yang kreatif dan menonton video-video yang diunggah oleh pengguna lain. Pengguna dapat meniru dan ikut serta dalam tren, seperti tantangan bergerak atau video dengan musik tertentu. Meskipun banyak konten menarik di TikTok, aplikasi ini juga digunakan oleh anak-anak yang mungkin belum sepenuhnya memahami beberapa konten yang ada.

Aplikasi TikTok memberikan pengguna kesempatan untuk mengunggah video kreatif mereka sendiri dan berinteraksi dengan komunitas secara luas. Banyak pengguna menganggap TikTok sebagai platform hiburan yang menghibur. Mereka dapat menikmati berbagai

keaktivitas yang dihasilkan oleh pengguna lain di beranda mereka. Aplikasi Tiktok ini pun dapat membuat si pengguna dikenal atau terkenal. Dikenal atau terkenal karena video-video yang mereka buat, ada video yang terkenal karena kreativitasnya, ada juga yang terkenal karena video nya yang lucu, ada juga yang terkenal karena keunikan video yang dibuat. Semua sesuai pandangan dari setiap penonton atau si pengguna lain

E. Hubungan *Self Concept* dan *Fear of Missing Out*

Kajian dalam penelitian ini berfokus pada hubungan yang terbentuk antara pembentukan *Self Concept* dan tingkatan FoMO yang dimiliki oleh individu. Teori "*Self-Determination Theory*" (Teori Determinasi Diri) oleh Deci dan Ryan (1985) relevan dalam konteks hubungan antara FoMO (*Fear of Missing Out*) dan konsep diri individu. Teori Determinasi Diri (*Self-Determination Theory*) mengemukakan bahwa individu memiliki tiga kebutuhan dasar yang mendalam dalam memotivasi perilaku mereka, termasuk kebutuhan otonomi, kebutuhan rasa kompetensi, dan kebutuhan keterkaitan dengan orang lain, sebagai faktor-faktor motivasi utama dalam perilaku individu, teori ini menekankan bahwa ketika ketiga kebutuhan dasar ini terpenuhi, individu cenderung merasa lebih termotivasi dan puas. Sebaliknya, ketika kebutuhan ini tidak terpenuhi dapat memicu perasaan tidak puas, perasaan stres, atau perilaku yang tidak sehat (Hamzah, 2020).

Dalam pandangan Goni (2011) konsep diri individu terbentuk melalui beberapa aspek mendasar, yakni *Self fulfillment*, *Autonomy*, *honesty*, dan *emotional adjustment*. *Self fulfillment*, atau pemenuhan diri, mengacu pada cara individu melihat dirinya dalam mencapai tujuan dan target yang telah ditetapkan, di mana mereka merasa terpenuhi ketika berhasil mencapainya. *Autonomy*, atau otonomi, melibatkan kemampuan individu untuk merasa mandiri dalam membuat keputusan hidupnya dan menyesuaikannya dengan nilai-nilai dan kriteria yang mereka yakini. Aspek kejujuran, *honesty*, berhubungan dengan sejauh mana individu merasa dirinya bersikap jujur, konsisten, dan tidak merugikan orang lain, yang memengaruhi persepsi mereka terhadap nilai dan martabat diri. Sementara itu, *emotional adjustment*, atau penyesuaian emosional, berkaitan dengan kemampuan individu dalam mengendalikan dan menyesuaikan diri dengan berbagai aspek emosional dan kepribadian. Aspek-aspek ini saling terkait dan memainkan peran penting dalam membentuk konsep diri individu (Goni, 2011).

Hubungan antara aspek konsep diri seperti *Self fulfillment*, *Autonomy*, *honesty*, dan *emotional adjustment* dengan teori Determinasi Diri menggambarkan kompleksitas bagaimana FoMO mempengaruhi individu dalam konteks pemenuhan atau ketidakpuasan terhadap kebutuhan dasar psikologis. Dalam situasi FoMO, individu mungkin merasa kekurangan dalam pemenuhan kebutuhan otonomi, rasa kompetensi, atau keterkaitan

dengan orang lain, yang dapat mempengaruhi konsep diri mereka secara keseluruhan.

Salah satu aspek konsep diri adalah Otonomi, otonomi mencerminkan kemampuan individu untuk membuat keputusan secara mandiri dan merasa memiliki kontrol atas tindakan dan pilihan mereka. Dalam konteks FoMO, Przybylski dkk. (2013) mencatat bahwa FoMO dapat muncul ketika individu merasa terikat atau dikendalikan oleh tekanan sosial atau ekspektasi orang lain, yang dapat menghambat otonomi mereka. Sehingga, individu yang merasa kurang memiliki otonomi dalam menjalani kehidupan sesuai dengan keinginan mereka mungkin lebih cenderung mengalami FoMO karena mencari kesempatan untuk merasa lebih bebas dan berpartisipasi dalam aktivitas yang mereka anggap penting.

Dalam konsep diri, *Self Fullfillment* mencakup kepercayaan diri individu dalam kemampuan mereka untuk mengatasi tantangan dan mencapai tujuan mereka. Ketika individu merasa kompeten dalam kehidupan nyata, mereka memiliki keyakinan dalam kemampuan mereka untuk mengelola berbagai situasi. Namun, rendahnya kepuasan terhadap aspek kompetensi dalam konsep diri dapat mengakibatkan individu mencari pengakuan atau validasi dari orang lain, terutama melalui interaksi online. Hal ini dapat menyebabkan individu yang merasa kurang kompeten dalam kehidupan nyata menjadi lebih rentan terhadap FoMO,

karena mereka mencari pengakuan dari dunia maya mereka mungkin terlibat dalam aktivitas yang populer untuk membuktikan diri mereka.

Dalam konteks konsep diri, *relatedness* mencerminkan kebutuhan individu untuk merasa terhubung dengan orang lain, memiliki hubungan yang hangat, peduli, dan merasa tergabung dalam kelompok sosial. Ketika individu merasa bahwa aspek *relatedness* dalam konsep diri mereka terpenuhi, mereka cenderung merasa puas dengan hubungan sosial mereka dalam kehidupan nyata, yang pada gilirannya dapat mengurangi kemungkinan mereka mengalami FoMO. Namun, Przybylski dkk. (2013) menunjukkan bahwa ketidakpuasan dalam aspek *relatedness* dalam konsep diri dapat memicu FoMO. Ketika individu merasa tidak memiliki hubungan yang memadai dengan orang lain atau merasa terputus dari aktivitas sosial yang dianggap penting, FoMO dapat muncul. Ini mendorong individu untuk mencari tahu apa yang sedang terjadi pada orang lain melalui media sosial atau internet untuk merasa lebih terlibat.

Keterkaitan antara *Self Concept* dan FoMO terletak pada aspek yang dimiliki oleh FoMO. Aspek *Self* FoMO berkaitan dengan kompetensi dan otonomi individu. Jika aspek *Self* FoMO tidak terpenuhi, individu akan mencoba untuk tetap mendapatkan informasi dari orang lain melalui media sosial (Przybylski dkk., 2013). Aspek *relatedness* FoMO berkaitan dengan hubungan individu dengan orang di sekitarnya. Jika aspek ini tidak

terpenuhi, individu akan merasa cemas dan khawatir jika dirinya tertinggal oleh orang lain (Przybylski dkk., 2013).

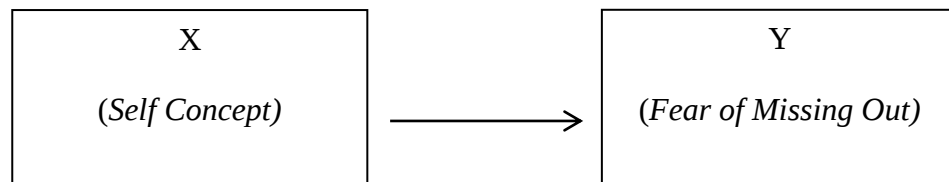
Menurut Callhoun dan Acocella (1990), *Self Concept* terbagi menjadi dua, yaitu *Self Concept* positif dan *Self Concept* negatif (Yusuf dkk., 2021). *Self Concept* yang tinggi dapat mencegah seorang individu mengalami FoMO (Yusuf dkk., 2021). Individu dengan konsep diri yang positif cenderung memiliki arah tujuan hidup yang jelas, mengetahui kekuatan dan kelemahan yang ada pada dirinya, serta mampu menghadapi kehidupan yang ada di sekitarnya (Yusuf dkk., 2021). Dengan adanya konsep diri yang positif, individu menjadi tidak mudah terbawa arus tren serta mengurangi rasa cemas yang muncul akibat tertinggal oleh orang lain.

Berdasarkan pemaparan diatas FoMO (*Fear of Missing Out*) mempengaruhi individu dalam konteks pemenuhan atau ketidakpuasan terhadap kebutuhan dasar psikologis, seperti otonomi, rasa kompetensi, dan keterkaitan dengan orang lain. Konsep diri individu, yang mencakup elemen seperti *Autonomy* (otonomi), *honesty* (kejujuran), *Self-fulfillment* (pemenuhan diri), dan *emotional adjustment* (penyesuaian emosional), berperan penting dalam membentuk respons terhadap FoMO. Individu dengan konsep diri positif cenderung lebih mampu mengelola FoMO, karena mereka memiliki arah tujuan hidup yang jelas dan merasa otonom

dalam pengambilan keputusan. Sebaliknya, individu dengan konsep diri negatif mungkin lebih rentan terhadap FoMO.

F. Kerangka Konseptual

Berdasarkan paparan tersebut diatas tentang hubungan konsep diri terhadap *Fear of Missing Out*. pengaruh FoMO (*Fear of Missing Out*) pada pemenuhan atau ketidakpuasan terhadap kebutuhan dasar psikologis individu, seperti otonomi, rasa kompetensi, dan keterkaitan sosial. Konsep diri individu, yang meliputi elemen *Autonomy* (otonomi), *honesty* (kejujuran), *Self-fulfillment* (pemenuhan diri), dan *emotional adjustment* (penyesuaian emosional), memainkan peran penting dalam cara individu merespons FoMO. Konsep diri yang positif membantu mengurangi dampak FoMO, sementara konsep diri yang negatif meningkatkan kerentanan terhadap FoMO. Maka kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut :



G. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang, kajian teori dan kerangka konseptual diatas, maka peneliti menarik hipotesis dalam penelitian ini yakni sebagai berikut :

Ha : Terdapat hubungan signifikan antara *Self Concept* yang dimiliki oleh mahasiswa pengguna aktif media sosial Tiktok dan tingkatan FoMO yang mereka alami.

Ho : Tidak terdapat hubungan signifikan antara *Self Concept* yang dimiliki oleh mahasiswa pengguna aktif media sosial Tiktok dan tingkatan FoMO yang mereka alami.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Desain penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, sesuai dengan pendapat Sugiyono (2019) yang mendefinisikan penelitian kuantitatif sebagai penelitian yang berbasis pada filosofi positivis dan menggunakan statistik untuk menganalisis data dalam bentuk angka. Metode survei dipilih oleh peneliti karena mengharapkan hubungan antarvariabel atau kejadian yang relatif dari data yang dikumpulkan dari sampel yang mewakili populasi.

Metode penelitian kuantitatif yang akan diterapkan dalam penelitian ini adalah metode *cross-sectional*. *Crosssectional* adalah suatu bentuk studi observasional yang bertujuan untuk mencari/ mempelajari hubungan antara variabel bebas (faktor risiko) dengan variabel tergantung (efek), dengan cara pendekatan, observasi, atau pengumpulan data sekaligus pada suatu saat atau *point time approach* (Sastroasmoro & Ismael, 2014; Notoatmodjo, 2012).

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) variabel penelitian merujuk pada atribut, sifat, atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Arikunto (2013) mendefinisikan variabel sebagai objek

penelitian atau fokus dari suatu penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan dua variabel yang terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat untuk menguji hubungan *Self Concept* dengan *Fear of Missing Out* pada mahasiswa pengguna aktif media sosial tiktok.

Menurut Sugiyono (2013) variabel bebas adalah variabel yang memiliki pengaruh atau menjadi penyebab perubahan atau munculnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas juga dikenal sebagai independent variable karena sifatnya yang mempengaruhi variabel terikat. Dalam konteks penelitian ini, variabel bebas mengacu pada variabel X, yaitu *Self Concept*.

Menurut Sugiyono (2018) variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat juga dikenal sebagai dependent variable karena sifatnya yang bergantung pada variabel lain. Dalam konteks penelitian ini, variabel terikat mengacu pada variabel Y yaitu *Fear of Missing Out*.

C. Definisi Operasional

Definisi operasional dalam konteks variabel merujuk pada pemahaman yang diperoleh dari atribut atau sifat yang dapat diamati dari fenomena yang didefinisikan. Ini didasarkan pada konsep konstruk yang menjelaskan gejala atau perilaku yang dapat diamati, diuji, dan dinyatakan kebenarannya oleh individu lain. Menurut Sugiyono (2018), definisi operasional melibatkan penentuan konstruk atau sifat yang akan diteliti sehingga dapat dijadikan

variabel yang dapat diukur (Sugiyono, 2018). Definisi operasional ini membantu dalam memahami suatu konstruk dengan lebih mudah. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel yang digunakan, yaitu *Fear of Missing Out* dan *Self Concept*. Adapun definisi operasional masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. *Fear of Missing Out*

Fear of Missing Out adalah ketakutan dan kegelisahan yang dirasakan individu ketika merasa tidak dapat ikut serta atau mengikuti perkembangan terbaru atau tren yang sedang terjadi di Media Sosial. Ketidak partisipan ini bisa meliputi berbagai fenomena, momen, berita, atau tren yang sedang banyak dibicarakan oleh orang lain di media sosial. Aspek-aspek dari FoMO merujuk pada teori yang disampaikan oleh Przybylski dkk. (2013) yang terdiri dari 2 aspek diantaranya adalah kebutuhan psikologis akan *Self* yang tidak terpenuhi dan kebutuhan psikologis akan *relatedness* yang tidak terpenuhi.

2. *Self Concept*

Self-concept adalah konsep psikologis yang mencakup persepsi individu terhadap diri mereka sendiri, termasuk pemahaman, penilaian, dan pemikiran mengenai karakteristik, identitas, dan peran mereka dalam masyarakat. *Self-concept* umumnya melibatkan elemen-elemen seperti pemahaman tentang kelebihan dan kekurangan pribadi,

nilai-nilai, keyakinan, citra tubuh, peran sosial, dan sejauh mana individu merasa positif atau negatif tentang diri mereka sendiri. Aspek dalam *Self Concept* merujuk pada teori yang dijelaskan oleh Goni dkk. (2011), yakni terdiri dari *Self Fulfillment*, *Autonomy*, *Honesty*, dan *Emotional adjustment*.

D. Populasi dan sampel

1. Populasi

Dalam sebuah penelitian, populasi menjadi salah satu aspek penting yang perlu dipertimbangkan. Populasi didefinisikan sebagai keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2019). Populasi sendiri merujuk pada jumlah keseluruhan dari unit atau subjek yang sedang diteliti, dan memiliki karakteristik yang serupa. Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 22, 21, dan 20, yang berusia antara 18 hingga 25 tahun. Berdasarkan data yang diperoleh dari Bidang Administrasi Akademik Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang per 31 Oktober tahun 2023, jumlah populasi mahasiswa tersebut mencapai 807 orang. Berikut rincian terkait populasi mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang :

Tabel 3. 1 Tabel Populasi

	Mahasiswa angkatan 20	Perse n	Mahasiswa angkatan 21	Perse n	Mahasiswa angkatan 22	Perse n	Total
	Laki-laki 95	34%	Laki-laki 73	30%	Laki-laki 89	34%	
	Perempuan 185	66%	Perempuan 174	70%	Perempuan 171	66%	
Total	280	100%	247	100%	260	100%	807

2. Sampel

Menurut Arikunto (2019) sampel merupakan sebagian kecil dari populasi secara keseluruhan. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Walaupun hanya merupakan sebagian kecil, sampel yang baik harus memiliki representasi yang akurat untuk menggambarkan karakteristik dari populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *purposive random sampling*. Teknik ini melibatkan pengambilan sampel secara acak dengan mempertimbangkan kriteria atau batasan yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk memilih subjek penelitian. Adapun kriteria subjek yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Mahasiswa berusia 18 – 25 tahun
2. Aktif menggunakan media sosial Tiktok

Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin. Penggunaan rumus ini penting karena jumlah sampel harus mencerminkan representasi yang tepat agar hasil penelitian dapat digeneralisasi. Penghitungan tidak memerlukan tabel jumlah sampel, melainkan menggunakan rumus dan perhitungan yang sederhana.. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel/jumlah responden

N = Ukuran Populasi

e = Pesentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir, yang diinginkan adalah 10%.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 807 Mahasiswa, sehingga pesentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{807}{1+807(0.1)^2}$$

$$n = \frac{807}{1+807 \times 0,01}$$

$$n = \frac{807}{9,07}$$

$n = 88,9$ dibulatkan menjadi 89, Sehingga didapatkan jumlah sampel sebanyak 89 mahasiswa.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen adalah perangkat yang dipakai untuk mengukur fenomena yang diamati dalam domain alam dan sosial. Semua fenomena tersebut secara spesifik disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2019). Instrumen pengumpulan data merujuk pada alat yang dipilih dan digunakan oleh peneliti untuk mempermudah dan membuat kegiatan pengumpulan data menjadi lebih sistematis (Arikunto, 2019). Dalam penelitian ini, digunakan skala Likert dengan empat opsi jawaban yang berbeda, yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Dalam penggunaan skala ini, tidak disertakan opsi jawaban netral karena adanya kecenderungan untuk memilih jawaban netral, terutama bagi responden yang masih ragu dengan pendapat mereka (Aminuddin 2022).

Selain itu, skala penelitian ini terdiri dari aitem-aitem favorable dan unfavorable. Item favorable merujuk pada pernyataan perilaku atau sikap yang sejalan dengan atribut yang diukur, sementara item unfavorable merujuk pada pernyataan perilaku atau sikap yang tidak sesuai atau berlawanan dengan atribut yang diukur (Azwar, 2012). Oleh karena itu, pemberian skor pada masing-masing item favorable dan unfavorable memiliki perbedaan yang dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Tabel Penentuan Nilai Skala FoMo

Pilihan Jawaban	Skor	
	Favorable	Unfavorable
Sangat Tidak Setuju	1	4
Tidak Setuju	2	3
Setuju	3	2
Sangat Setuju	4	1

Penelitian ini menggunakan 2 skala untuk mengukur variabel yang akan diteliti. Berikut pemaparan skala yang digunakan dalam penelitian.:

1. Skala *Fear of Missing Out* (Teori Przybylski)

Skala *Fear of Missing Out* pada penelitian disusun oleh peneliti berdasarkan dari teori yang dikembangkan oleh Przybylski dkk, pada tahun 2013, dengan 2 aspek yakni kebutuhan psikologis akan *Self* yang tidak terpenuhi dan kebutuhan psikologis akan relatedness yang tidak terpenuhi.. Skala ini memiliki 27 butir item dan menggunakan skala likert.

Adapun blueprint skala ini tertera sebagai berikut :

Tabel 3. 3 Blueprint Skala *Fear of Missing Out* Sebelum Uji Coba

No.	Aspek	Indikator	Item		Jumlah Item
			favo	Unfavo	
1.	Kebutuhan psikologis akan self yang tidak terpenuhi	Menghabiskan waktu untuk mencari tahu kegiatan orang lain di sosial media dan selalu update dengan apa yang ada di media sosial.	1, 3, 4, 7, 10, 16, 18, 20, 21, 22, 23	6, 12, 15, 24, 25	16

No.	Aspek	Indikator	Item		Jumlah Item
			favo	Unfavo	
2.	Kebutuhan psikologis akan relatedness yang tidak terpenuhi.	Merasa takut dan cemas jika tidak dapat terhubung dengan orang lain.	2, 8, 9, 13, 14, 19	5, 11, 17, 26, 27	11
Total			17	10	27

2. Skala *Personal Self Concept Questionnaire*

Skala konsep diri pada penelitian disusun oleh peneliti berdasarkan dari teori yang dikembangkan oleh Goni dkk. (2019). Skala konsep diri ini terdiri dari 28 item yang memuat aspek-aspek konsep diri dari Goni dkk. (2019). yakni terdiri dari *Self Fulfillment*, *Autonomy*, *Honesty*, dan *Emotional adjustment*. Adapun blueprint skala ini tertera sebagai berikut :

Tabel 3. 4 Blueprint Skala *Self Concept* Sebelum Uji Coba

No.	Aspek	Indikator	Item		Jumlah Item
			favo	Unfavo	
1.	<i>Self Fulfillment</i>	Individu dapat mencapai tujuan serta target yang telah ditentukan, merasa terpenuhi, dan dapat mengatasi tantangan yang ada	1, 8, 11, 14	7, 2, 5, 26	8
2.	<i>Autonomy</i>	Individu merasa mandiri dan memiliki perbedaan dengan orang lain, tidak dikuasai oleh orang lain, dan tidak bergantung pada orang lain.	16, 18, 28	17, 21, 23, 24	7

No.	Aspek	Indikator	Item		Jumlah Item
			favo	Unfavo	
3.	<i>Honesty</i>	Konsisten dengan apa yang diperbuat, tidak merugikan orang lain, merasa terhormat dan berharga bagi orang lain.	4, 20, 27.	10, 22, 25	6
4.	<i>Emotional adjustment</i>	Memiliki keseimbangan emosional, peka terhadap segala sesuatu.	3, 6, 9, 13	12, 15, 19	7
Total			14	14	28

F. Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Validitas mengacu pada tingkat keakuratan suatu instrumen pengumpul data dalam mencapai tujuan yang ditetapkan dan dalam menjalankan fungsinya sebagai alat ukur atau instrumen (Azwar, 2011). Uji validitas bertujuan untuk mengevaluasi kesesuaian atau kevalidan kuesioner yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dari responden atau sampel penelitian. Dalam menentukan kevalidan item angket, keputusan harus didasarkan pada validitas logis dan empiris. Dengan demikian, validitas berperan penting dalam memastikan bahwa data yang diperoleh dalam penelitian bersifat tepat dan akurat.

Uji validitas item dilakukan dengan berdasarkan pada *corrected* item total *correlation* dibantu dengan program *Statistical Product and Service*

Solution (SPSS) versi 25. Untuk menguji validitas instrumen, kuesioner di ujicoba kepada 45 responden yang merupakan mahasiswa pengguna aktif media sosial TikTok di luar populasi penelitian. Jika tingkat signifikansi item $< 0,05$, maka alat ukur yang digunakan dianggap valid. Sebaliknya, jika tingkat signifikansi item $> 0,05$, maka alat ukur yang digunakan dianggap tidak valid (Janna & Herianto, 2021).

2. Hasil Uji Validitas

Pada penelitian dilakukan uji validitas dilakukan kepada 45 subjek diluar sampel dengan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS). Hasil uji validitas pada penelitian sebagai berikut :

a. Skala *Fear of Missing Out*

Hasil uji validitas item pada skala *Fear of Missing Out* dengan jumlah item 27 yang telah diujikan kepada 45 responden menunjukkan bahwa terdapat 25 item dikatakan valid dan 2 item dinyatakan tidak valid. Berikut adalah rincian temuan uji validitas skala *Fear of Missing Out* :

Tabel 3. 5 Tabel Hasil Uji Validitas Skala *Fear of Missing Out* Setelah Uji Coba

No.	Aspek	Indikator	Item		Jumlah Item
			Valid	Gugur	
1.	Kebutuhan psikologis akan self yang tidak terpenuhi	Menghabiskan waktu untuk mencari tahu kegiatan orang lain di sosial media dan selalu update dengan apa yang ada di media sosial.	1, 3, 4, 6, 7, 10, 12, 15, 16, 18, 20, 21, 22, 24, 25	23	16
2.	Kebutuhan psikologis akan relatedness yang tidak terpenuhi.	Merasa takut dan cemas jika tidak dapat terhubung dengan orang lain.	5, 8, 9, 11, 13, 14, 17, 19, 26, 27	2	11
Total			25	2	27

Tabel 3. 6 Blueprint Skala *Fear of Missing Out* Setelah Uji Coba

No.	Aspek	Indikator	Item		Jumlah Item
			favo	Unfavo	
1.	Kebutuhan psikologis akan self yang tidak terpenuhi	Menghabiskan waktu untuk mencari tahu kegiatan orang lain di sosial media dan selalu update dengan apa yang ada di media sosial.	1, 2, 3, 6, 9, 15, 17, 19, 20, 21	4, 11, 14, 22, 23	15
2.	Kebutuhan psikologis akan relatedness yang tidak terpenuhi.	Merasa takut dan cemas jika tidak dapat terhubung dengan orang lain.	7, 8, 12, 13, 18	5, 10, 16, 24, 25	10

No.	Aspek	Indikator	Item		Jumlah Item
			favo	Unfavo	
Total			15	10	25

b. Skala *Self Concept*

Hasil uji validitas item pada skala *Self Concept* dengan jumlah item 28 yang telah diujikan kepada 45 responden menunjukkan bahwa terdapat 26 item dikatakan valid dan 2 item dinyatakan tidak valid. Berikut adalah rincian temuan uji validitas skala *Self Concept* :

Tabel 3. 7 Tabel Hasil Uji Validitas Skala *Self Concept* Setelah Uji Coba

No.	Aspek	Indikator	Item		Jumlah Item
			Valid	Gugur	
1.	<i>Self Fulfillment</i>	Individu dapat mencapai tujuan serta target yang telah ditentukan, merasa terpenuhi, dan dapat mengatasi tantangan yang ada	1, 2, 5 7, 8, 11, 14, 26	-	8
2.	<i>Autonomy</i>	Individu merasa mandiri dan memiliki perbedaan dengan orang lain, tidak dikuasai oleh orang lain, dan tidak bergantung pada orang lain.	16, 17, 18, 21, 23, 24 28	-	7
3.	<i>Honesty</i>	Konsisten dengan apa yang diperbuat, tidak merugikan orang lain, merasa terhormat dan berharga bagi orang lain.	4, 10, 20, 22, 27	25	6

No.	Aspek	Indikator	Item		Jumlah Item
			Valid	Gugur	
4.	<i>Emotional adjustment</i>	Memiliki keseimbangan emosional, peka terhadap segala sesuatu.	3, 6, 12, 13, 15, 19	9	7
Total			26	2	28

Tabel 3. 8 Blueprint Skala *Self Concept* Setelah Uji Coba

No.	Aspek	Indikator	Item		Jumlah Item
			favo	Unfavo	
1.	<i>Self Fulfillment</i>	Individu dapat mencapai tujuan serta target yang telah ditentukan, merasa terpenuhi, dan dapat mengatasi tantangan yang ada	1, 8, 10, 13	2, 5, 7, 24	8
2.	<i>Autonomy</i>	Individu merasa mandiri dan memiliki perbedaan dengan orang lain, tidak dikuasai oleh orang lain, dan tidak bergantung pada orang lain.	15, 17, 26	16, 20, 22, 23	7
3.	<i>Honesty</i>	Konsisten dengan apa yang diperbuat, tidak merugikan orang lain, merasa terhormat dan berharga bagi orang lain.	4, 19, 25	9, 21	5
4.	<i>Emotional adjustment</i>	Memiliki keseimbangan emosional, peka terhadap segala sesuatu.	3, 6, 12	11, 14, 18	6
Total			13	13	26

3. Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada kestabilan, keandalan, dan ketiadaan kesalahan dalam pengukuran suatu instrumen. Instrumen yang reliabel dapat digunakan secara berulang untuk mengukur objek yang sama dan menghasilkan data yang seragam (Sugiyono, 2019). Uji reliabilitas digunakan untuk menilai kuesioner sebagai indikator dari variabel konstruk. Variabel dikatakan reliabel jika tanggapan individu terhadap pernyataan tersebut konsisten dari waktu ke waktu.. Reliabilitas Instrumen ini diuji dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Menurut Ghazali (2018) menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* dapat diterima jika $> 0,6$. Semakin dekat *Cronbach's alpha* ke 1, semakin tinggi reliabilitas konsistensi internal.

4. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Pada penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach* dan *Statistical Package or Social Science* (SPSS). Koefisien reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini berkisar dari 0 hingga 1,00 dengan reliabilitas meningkat saat mendekati 1,00. Berikut rincian uji validitas skala *Fear of Missing Out* dan *Self Concept* :

Tabel 3. 9 Tabel hasil Uji Reliabilitas

Klasifikasi	Skor	Keterangan
<i>Fear of Missing Out</i>	0.921	Reliabel
<i>Self Concept</i>	0.942	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kedua skala tersebut telah terbukti valid dan reliabel. Hal ini terlihat dari skor *Alpha Cronbach* lebih dari 0,6. Pada skala *Fear of Missing Out* mendapat skor *Alpha Cronbach* 0.913, dan pada skala *Self Concept* mendapat skor *Alpha Cronbach* 0.930.

Hasil perhitungan uji reliabilitas dapat dilihat pada output *Reliability Statistic* pada kolom *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach Alpha* pada kolom output *Reliability Statistic* lebih besar dari 0,6 berarti instrumen tersebut reliabel.

G. Teknik Analisis data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode analisis yang digunakan untuk menjelaskan dan menggambarkan masing-masing variabel dalam penelitian. Tujuan dari analisis deskriptif adalah untuk memahami tingkat dan karakteristik subjek pada setiap variabel yang diteliti. Kategorisasi pada penelitian ini dibagi menjadi 3 berdasarkan rumus

perhitungan *mean* hipotetik (M) dan standar deviasi (SD) pada tabel berikut :

Tabel 3. 10 Tabel Kategori Data

Rumusan	Kategori
$X \geq (M+1SD)$	Tinggi
$(M+1SD) \leq X < (M+1SD)$	Sedang
$X < (M-1SD)$	Rendah

2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2017), uji normalitas digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak. Hal ini penting karena jika data dari setiap variabel tidak berdistribusi normal, maka pengujian hipotesis tidak dapat menggunakan statistik parametrik. Uji normalitas sering dilakukan menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S), di mana hipotesis nol (H_0) menyatakan bahwa data berdistribusi normal, sementara hipotesis alternatif (H_A) menyatakan sebaliknya. Data dianggap memenuhi asumsi normalitas atau berdistribusi normal jika nilai signifikansi dari uji Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 0.05.

2. Uji Linieritas

Menurut Sugiyono dan Susanto (2015) uji linearitas dapat dipakai untuk menentukan apakah hubungan antara variabel terikat

dan variabel bebas bersifat linear secara signifikan atau tidak. Uji linearitas biasanya dilakukan melalui *test of linearity*. Keputusan mengenai linearitas diambil berdasarkan nilai signifikansi kedua variabel tersebut; jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara keduanya bersifat linear..

3. Uji Hipotesis

1. Uji Korelasi *Product Moment*

Uji korelasi adalah suatu teknik yang menggambarkan kekuatan dan arah hubungan antar variabel yang sedang diselidiki. Tingkat kekuatan hubungan antar variabel ini ditentukan oleh koefisien korelasi. Menurut Sugiyono (2013) penentuan koefisien korelasi dengan menggunakan metode analisis korelasi Pearson Product Moment dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien korelasi r pearson

n : Jumlah sampel

x : Variabel bebas

y : Variabel terikat

Dari hasil yang diperoleh dengan rumus di atas, dapat diketahui tingkat pengaruh variabel X dan variabel Y. Pada hakikatnya nilai r dapat bervariasi dari -1 hingga +1, atau secara matematis dapat ditulis menjadi $-1 \leq r \leq +1$. Hasil dari perhitungan akan memberikan tiga alternatif, yaitu:

- a. Bila $r = 0$ atau mendekati 0, maka korelasi antarkedua variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan antara variabel X terhadap variabel Y.
- b. Bila $r = +1$ atau mendekati +1, maka korelasi antarkedua variabel adalah kuat dan searah, dikatakan positif.
- c. Bila $r = -1$ atau mendekati -1, maka korelasi antarkedua variabel adalah kuat dan berlawanan arah, dikatakan negatif.

Sebagai bahan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan berikut ini:

Tabel 3. 11 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Penelitian

1. Gambaran Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, sebuah lembaga pendidikan di bawah Kementerian Agama dan Kementerian Pendidikan Nasional. Fakultas ini didirikan pada tahun 1997/1998 sebagai jurusan di bawah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Malang. Pada tahun 2002, jurusan ini berkembang menjadi Fakultas Psikologi melalui kerja sama dengan Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Perubahan ini sejalan dengan transformasi STAIN Malang menjadi Universitas Islam Indonesia Sudan (UIIS). Fakultas Psikologi semakin mengukuhkan posisinya dengan perubahan menjadi Universitas Islam Negeri Malang pada tahun 2003, dan diakui oleh Keputusan Presiden R.I. no. 50/2004 pada Juni 2004. Dengan landasan ilmiah psikologi yang berintegrasi dengan nilai-nilai keislaman, fakultas ini bertujuan menghasilkan cendekiawan muslim yang berkualitas

2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dengan judul “Hubungan *Self Concept* dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada mahasiswa pengguna aktif media sosial Tiktok” dilakukan pada tanggal 18 Desember 2023 kepada mahasiswa fakultas psikologi UIN Malang angkatan 20, 21 dan 22. Metode yang digunakan dalam pengambilan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesoner *google form*.

B. Hasil dan Analisis Data Penelitian

1. Analisis Deskripsi

a. Skor Hipotetik

1) *Fear of Missing Out*

a) Skor Maksimal dan Skor minimal

Pada skala *Fear of Missing Out*, terdapat 4 skor yang diberikan pada masing-masing jawaban. Untuk skala FoMO skor minimal adalah 1 dan skor maksimal adalah 4.

$X_{maks} = \text{Skor Maksimal} \times \text{jumlah item}$

$$= 4 \times 25$$

$$= 100$$

$X_{min} = \text{Skor Minimal} \times \text{jumlah item}$

$$= 1 \times 25$$

$$=25$$

b) Mean Hipotetik

$$M = \frac{1}{2} (X_{\max} + X_{\min})$$

$$= \frac{1}{2} (100 + 25)$$

$$= \frac{1}{2} \times 125$$

$$= 62,5$$

c) Standar Deviasi

$$SD = \frac{1}{6} (X_{\max} - X_{\min})$$

$$= \frac{1}{6} (100 - 25)$$

$$= \frac{1}{6} \times 75$$

$$= 12,5$$

2) *Self Concept*

a) Skor Maksimal dan skor minimal

Pada skala *Self Concept*, terdapat 4 skor yang diberikan pada masing-masing jawaban. Untuk *Self Concept* skor minimal adalah 1 dan skor maksimal adalah 4.

$$X_{\max} = \text{Skor Maksimal} \times \text{jumlah item}$$

$$= 4 \times 26$$

$$= 104$$

$$X_{\min} = \text{Skor Minimal} \times \text{jumlah item}$$

$$= 1 \times 26$$

$$=26$$

b) Mean Hipotetik

$$M = \frac{1}{2} (X_{\max} + X_{\min})$$

$$= \frac{1}{2} (104 + 26)$$

$$= \frac{1}{2} \times 130$$

$$= 65$$

c) Standar Deviasi

$$SD = \frac{1}{6} (X_{\max} - X_{\min})$$

$$= \frac{1}{6} (104 - 26)$$

$$= \frac{1}{6} \times 78$$

$$= 13$$

Skor hipotetik pada penelitian ini dapat dijabarkan melalui tabel berikut :

Tabel 4. 1 Hasil Skor Hipotetik

Variabel	Skor Hipotetik			
	Max	Min	Mean	SD
<i>Fear of Missing Out</i>	100	25	62,5	12,5
<i>Self Concept</i>	104	26	65	13

2. Kategorisasi Data

Tabel 4. 2 Norma Kategorisasi Data

Kategorisasi	Norma
Tinggi	$X > (M+1SD)$
Sedang	$(M-1SD) \leq X \leq (M+1SD)$
Rendah	$X < (M-1SD)$

Berdasarkan tabel norma kategorisasi di atas, dalam penelitian ini kategori dapat dipisahkan menjadi tiga bagian dengan batas kelas yang bervariasi untuk setiap kategori. Adapun kategorisasi *Fear of Missing Out* dan *Self Concept* dipaparkan pada tabel berikut :

Tabel 4. 3 kriteria kategori data *Fear of Missing Out* dan *Self Concept*

<i>Fear of Missing Out</i>		<i>Self Concept</i>	
Tinggi	$X > 75$	Tinggi	$X > 78$
Sedang	$50 \leq X \leq 75$	Sedang	$52 \leq X \leq 78$
Rendah	$X < 50$	Rendah	$X < 52$

a. Kategorisasi *Fear of Missing Out*

Tabel 4. 4 Tingkat *Fear of Missing Out* pada mahasiswa

Kategori	Frekuensi	Presentase
Rendah	12	11,4%
Sedang	62	59%
Tinggi	31	29,6%
Total	105	100

Berdasarkan hasil kategorisasi yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa fakultas psikologi Uin Malang memiliki tingkat *Fear of Missing Out*

pada kategori sedang yakni berjumlah 62 responden dengan persentase 59%. Selanjutnya pada kategori tinggi berjumlah 31 responden yang menduduki persentase tertinggi kedua dengan persentase sebesar 29,5% dan terakhir berada pada *Fear of Missing Out* dengan kategori rendah berjumlah 12 responden dengan persentase sebesar 11,4%.

b. Kategorisasi *Self Concept*

Tabel 4. 5 Tingkat *Self Concept* pada mahasiswa

Kategori	Frekuensi	Presentase
Rendah	19	18,1%
Sedang	67	63,8%
Tinggi	19	18,1%
Total	105	100

Berdasarkan hasil kategorisasi yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa fakultas psikologi Uin Malang memiliki tingkat *Self Concept* pada kategori sedang dengan persentase sebesar 63,8% yaitu berjumlah 67 orang dari total 105 responden. Selanjutnya *Self Concept* pada tingkatan tinggi dan rendah berada pada persentase yang sama yakni sebesar 18,1% yang masing-masing berjumlah 19 orang.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* untuk mengevaluasi apakah data yang diperoleh memiliki distribusi normal atau tidak. Suatu data dapat dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$).

Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardi zed Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.	9.13985007
	Deviation	
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.081
	Negative	-.078
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.083 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas tersebut didapatkan nilai signifikansi sebesar $0.083 > 0.05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Tujuan dari dilakukannya uji linieritas adalah untuk mengevaluasi apakah terdapat keterkaitan linier antara kedua variabel yang sedang diteliti. Hubungan antara variabel dikatakan linier jika nilai *Deviation from Linearity* lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$).

Tabel 4. 7 Hasil Uji Linieritas Data

ANOVA Table			Sum of	df	Mean	F	Sig.
			Squares		Square		
fomo *	Betwee	(Combi	13910.9	46	302.4	4.40	.000
Self	n	ned)	81		13	0	
Concep	Groups	Linearit	9209.72	1	9209.	133.	.000
t		y	9		729	991	
		Deviation from	4701.25	45	104.4	1.52	.066
		Linearit	2		72	0	
		y					
	Within Groups		3986.58	58	68.73		
			1		4		
	Total		17897.5	104			
			62				

Dari hasil uji linieritas dalam tabel di atas, didapat nilai *Deviation from Linearity* sebesar $0.066 > 0.05$ dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier antara kedua variabel tersebut.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Korelasi Product Moment

Dalam penelitian Ini Uji korelasi dilakukan menggunakan *product moment* atau *pearson*. Uji ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan yang ada antara kedua variabel penelitian. Jika nilai signifikansi kurang dari 0.05 ($p < 0.05$), maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel independen memiliki hubungan signifikansi terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Korelasi Product Moment

Correlations			
		<i>Self Concept</i>	fomo
<i>Self Concept</i>	Pearson	1	-.717**
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	105	105
fomo	Pearson	-.717**	1
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	105	105

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil uji korelasi product moment dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk kedua variabel adalah 0.000 dimana nilai ini $< 0,05$, Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Arah hubungan kedua variabel ditunjukkan oleh *koefisien*

korelasi Pearson, yaitu -0.717, menandakan bahwa hubungan antara kedua variabel adalah negatif dan memiliki korelasi yang kuat.

5. Uji Tambahan

a. Pengaruh Intensitas penggunaan media sosial Tiktok pada variabel

1) *Fear of Missing Out*

Analisis pengaruh intensitas penggunaan media sosial TikTok terhadap variabel *Fear of Missing Out* dilakukan dengan melalui uji *independent sample T-test*. Jika nilai signifikansi kurang dari 0.05 ($p < 0.05$), maka dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial TikTok berpengaruh signifikan terhadap pengalaman *Fear of Missing Out*.

Tabel 4. 9 Hasil Uji *Independent Sample T-test* Pengaruh Intensitas penggunaan media sosial Tiktok pada FOMO

Intensitas	N	Mean	Nilai sig
1-2 Jam/hari	30	51.37	0.000
3-4 Jam/hari	75	73.47	

Berdasarkan hasil uji *independent sample T-test*, nilai signifikansi ditemukan sebesar 0.000, yang kurang dari 0.05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh

yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dan pengalaman *Fear of Missing Out*. Selain itu, terdapat perbedaan pada nilai *mean*, di mana individu yang menghabiskan waktu 1-2 jam setiap hari di media sosial TikTok memiliki nilai *mean* sebesar 51.37, sedangkan individu yang menghabiskan waktu 3-4 jam setiap hari memiliki nilai *mean* yang lebih tinggi, yaitu 73.47.

2) *Self Concept*

Analisis pengaruh intensitas penggunaan media sosial TikTok terhadap variabel *Self Concept* dilakukan dengan melalui uji *independent sample T-test*. Jika nilai signifikansi kurang dari 0.05 ($p < 0.05$), maka dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial TikTok berpengaruh signifikan terhadap tingkat *Self Concept* individu.

**Tabel 4. 10 Hasil uji *Independent sample T-test*
Pengaruh Intensitas penggunaan media sosial Tiktok
pada *Self Concept***

Intensitas	N	Mean	Nilai sig
1-2 Jam/hari	30	75.73	0.000
3-4 Jam/hari	75	59.68	

Hasil uji *independent sample T-test* menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah $0.000 < 0.05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan

antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dan *Self Concept* individu. Selain itu, terdapat perbedaan dalam nilai *mean*, di mana individu yang menghabiskan waktu 1-2 jam setiap hari di media sosial TikTok memiliki nilai *mean* sebesar 75.73, sedangkan individu yang menghabiskan waktu 3-4 jam setiap hari memiliki nilai *mean* yang lebih rendah, yaitu 59.68.

b. Pengaruh Gender pada Variabel

1) *Fear of Missing Out*

Dalam analisis pengaruh gender pada variabel *Fear of Missing Out* digunakan uji *independent sample T-test*. Jika nilai signifikansi kurang dari 0.05 ($p < 0.05$), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara gender laki-laki dan perempuan dalam pengalaman *Fear of Missing Out*.

Tabel 4. 11 Hasil Uji *Independent Sample T-test* Pengaruh Gender pada FOMO

Gender	N	Mean	Nilai Sig
Laki-Laki	27	66.48	0.759
Perempuan	78	67.38	

Hasil uji independent sample T-test menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0.759 > 0.05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara gender laki-laki dan perempuan dalam pengalaman *Fear*

of Missing Out. Terdapat perbedaan kecil dalam nilai *mean*, di mana laki-laki memiliki nilai 66.48 dan perempuan memiliki nilai 67.38.

2) *Self Concept*

Dalam analisis pengaruh gender pada variabel *Self Concept* digunakan uji *independent sample T-test*. Jika nilai signifikansi kurang dari 0.05 ($p < 0.05$), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara gender laki-laki dan perempuan dalam tingkat *Self Concept* individu.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Independent Sample T-test
Pengaruh Gender pada Self Concept

Gender	N	Mean	Nilai Sig
Laki-Laki	27	68.26	0.064
Perempuan	78	62.88	

Hasil uji independent sample T-test menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0.064 > 0.05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara gender laki-laki dan perempuan terhadap *Self Concept* yang dimiliki individu. Dan terdapat perbedaan pada nilai mean, dimana laki-laki memiliki nilai 68.26 dan perempuan memiliki nilai 62.88.

C. Pembahasan

1. Tingkat *Fear of Missing Out* mahasiswa pengguna aktif media sosial tiktok Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Berdasarkan hasil data penelitian pada 105 responden Sebanyak 12 responden berkategori rendah dengan persentase 11,4%. Sebanyak 62 responden berkategori sedang dengan persentase 59%. Dan terakhir sebanyak 31 responden berkategori tinggi dengan persentase 29,6%. Berdasarkan hasil tersebut tingkat *Fear of Missing Out* mahasiswa pengguna aktif media sosial tiktok Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Mayoritas mahasiswa pengguna aktif media sosial TikTok di Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berada pada kategori sedang *Fear of Missing Out*, sementara sisanya berada pada tingkat tinggi dan sebagian kecil pada tingkat rendah. Ini menunjukkan bahwa sebanyak 88,6% mahasiswa mengalami kecenderungan *Fear of Missing Out*. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *Fear of Missing Out*, seperti yang dijelaskan oleh Przybylski dkk. (2013), adalah faktor demografis, kebutuhan akan kepuasan, kesejahteraan psikologis, dan keterlibatan dengan media sosial.

Salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat *Fear of Missing Out* yang cenderung sedang mengarah ke tinggi pada mahasiswa, yakni

keterlibatan media sosial diantaranya adalah TikTok, Penelitian ini melibatkan 105 responden, yang kesemuanya merupakan pengguna aktif media sosial TikTok. Dengan rata-rata waktu penggunaan mencapai 3 – 4 jam setiap harinya, responden penelitian secara konsisten terlibat dalam interaksi yang aktif di media sosial TikTok. Berdasarkan hasil uji *independent sample T-test* menunjukan terdapat perbedaan yang signifikan antara individu dengan intensitas penggunaan media sosial Tiktok 1-2 jam setiap hari dengan individu dengan intensitas penggunaan media sosial Tiktok 3-4 jam setiap harinya. Ditemukan nilai mean pada kelompok individu dengan intensitas penggunaan media sosial Tiktok 3-4 jam setiap hari lebih besar dibandingkan kelompok individu dengan intensitas penggunaan media sosial Tiktok 1-2 jam setiap hari. Yang diartikan bahwa pengguna media sosial tiktok dengan intensitas 3-4 jam setiap hari lebih rentan terhadap pengalaman *Fear of Missing Out*. Sebaliknya, responden yang menghabiskan waktu 1-2 jam per hari menunjukkan tingkat *Fear of Missing Out* yang lebih rendah.

Korelasi positif yang signifikan antara intensitas penggunaan TikTok dan tingkat *Fear of Missing Out* menunjukkan bahwa semakin sering seseorang menggunakan platform ini, semakin besar kemungkinannya untuk merasa takut ketinggalan momen-momen yang sedang tren. TikTok memungkinkan pengguna untuk memposting video berdurasi 15 detik dengan berbagai fitur seperti musik, filter, dan

lainnya (Kusuma, 2020). Tidak bisa dipungkiri bahwa fitur-fitur menarik TikTok dapat mengundang pengguna untuk menghabiskan lebih banyak waktu di platform tersebut. Meskipun TikTok memiliki fungsi sebagai sumber informasi, alat komunikasi, dan hiburan, namun juga membawa dampak negatif. (Devega, 2017). Hal ini Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anwar (2020) dan Fury (2019) Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin intensif penggunaan media sosial, semakin tinggi tingkat FoMO yang dialami individu .

Selain keterlibatan media sosial, faktor demografis yaitu jenis kelamin juga dapat mempengaruhi kedudukan tingkatan *Fear of Missing Out* yang berada pada kategori sedang mengarah ke tinggi. Berdasarkan Hasil uji *independent sample T-test* menunjukkan bahwa peran jenis kelamin tidak berpengaruh pada tingkatan FoMO yang dimiliki individu. Hasil uji menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan dalam tingkat Fear of Missing Out (FoMO). Temuan ini konsisten dengan penelitian Abel dkk. (2016), yang menegaskan bahwa gender tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat FoMO individu. Studi lain yang dilakukan oleh Suhartina dkk. (2022) juga menunjukkan bahwa kedua gender memiliki tingkat FoMO yang serupa.

Meskipun demikian, jika dilihat dari nilai rata-rata, perempuan cenderung memiliki nilai rata-rata yang sedikit lebih tinggi daripada

laki-laki dalam FoMO. Hal ini mungkin disebabkan oleh kecenderungan perempuan untuk lebih mengutamakan popularitas dan penampilan fisik, sehingga mereka lebih rentan terhadap FoMO (Pudjijogyanti, 1993). Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Permana (2016) yang menunjukkan bahwa perempuan cenderung memiliki perilaku yang lebih negatif dalam penggunaan media sosial dibandingkan dengan laki-laki, karena memiliki tingkat narsisme yang lebih tinggi dalam mengakses media sosial (Permana, 2016).

Usia merupakan faktor demografis lain yang dapat mempengaruhi tinggi atau rendahnya tingkatan FoMO yang dimiliki individu. Hasil penelitian level FoMO berdasarkan usia dapat diketahui bahwa mayoritas mahasiswa usia 18-23 tahun mengalami FoMO pada kategori sedang. Usia 18 tahun merupakan usia termuda dalam penelitian ini dan mayoritas responden berada pada usia 21 tahun. Rentang usia 18–25 tahun dikategorikan sebagai masa *emerging adulthood*, Menurut Santrock (2011) karakteristik utama *emerging adulthood* adalah eksperimen dan eksplorasi. di mana individu mengalami eksperimen dan eksplorasi berbagai aspek kehidupan, termasuk hubungan sosial dan identitas pribadi.

Pada tahap *emerging adulthood*, individu cenderung menggunakan smartphone lebih banyak untuk memperkuat atau mencari hubungan melalui media sosial seperti Facebook, Twitter, dan

Instagram, daripada untuk tujuan akademik (Kibona & Mgaya, 2015). Hal ini terjadi karena pada fase ini, individu sedang menyesuaikan diri dengan pola kehidupan dan harapan sosial yang baru (Putri, 2019). Studi yang dilakukan oleh Przybylski dkk. (2013) menemukan bahwa Fear of Missing Out (FoMO) lebih umum terjadi pada dewasa muda. Hasil survei yang dilakukan oleh JWT Intelligence (2012) juga menunjukkan bahwa kelompok usia 18-34 tahun memiliki kecenderungan FoMO yang lebih tinggi daripada individu yang lebih muda. Hal ini mungkin disebabkan oleh pemahaman dan penerimaan teknologi yang lebih baik pada usia muda (Kibona & Mgaya, 2015). Namun, temuan ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Gezgin dkk. (2017) yang menyatakan bahwa kelompok usia di bawah 21 tahun adalah yang paling rentan terhadap FoMO.

Dalam konteks perspektif Islam, fenomena FoMO (Fear of Missing Out) pada mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial TikTok dan berada pada kategori sedang memunculkan pertimbangan penting terkait pengendalian diri dan kesadaran akan tujuan hidup. Sebagaimana yang diajarkan dalam Al-Qur'an, setiap individu memiliki kiblat dan tujuan hidup yang ditetapkan. Ayat Al-Qur'an (QS. Al-Baqarah [2]:148) yang berbunyi :

وَلِكُلٍّ رَوْحَةٌ هُوَ مُوَلِّئُهَا فَاسْتَغْنُوا الْحَيَاتِ أَئِنَّ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

menekankan pentingnya berlomba-lomba dalam melakukan kebaikan, namun terlalu banyak terlibat dalam aktivitas media sosial dapat mengalihkan perhatian dari tujuan-tujuan yang lebih penting dalam kehidupan akademik, sosial, dan spiritual. Dalam hal ini, mahasiswa diajak untuk mempertimbangkan keseimbangan antara penggunaan media sosial dengan tugas-tugas mereka sebagai mahasiswa serta peran mereka dalam masyarakat. Ayat-ayat Al-Qur'an juga mengajarkan pentingnya kontrol diri dan kesadaran diri (QS. Al-Hashr [59]:18-19), sehingga mahasiswa perlu memahami batasan diri dalam menggunakan media sosial agar tidak terjebak dalam dorongan FoMO yang mungkin mengganggu keseimbangan hidup. Selain itu, Islam juga menekankan untuk menjauhi hal-hal yang merugikan (QS. Al-Maidah [5]:90), sehingga mahasiswa perlu memastikan bahwa penggunaan media sosial tidak merugikan diri mereka sendiri maupun orang lain. Dengan demikian, kategori FoMO pada mahasiswa pengguna aktif media sosial TikTok yang berada pada kategori sedang menyoroti pentingnya kesadaran akan keseimbangan dalam kehidupan, pengendalian diri, dan fokus pada tujuan hidup yang lebih besar, sejalan dengan ajaran Islam.

2. Tingkat *Self Concept* mahasiswa pengguna aktif media sosial tiktok

Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Self Concept merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan diri individu yang mencakup segala aspek dalam diri baik secara fisik maupun kemampuan yang dimiliki. Responden penelitian ini adalah mahasiswa pengguna aktif media sosial tiktok yang berusia antara 18-23 tahun berjumlah 105 mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan 19 responden memiliki konsep diri rendah dengan persentase sebesar 18,1%, selanjutnya 67 responden memiliki konsep diri sedang dengan jumlah persentase sebesar 63,8% dan 19 responden memiliki konsep diri yang tinggi dengan jumlah persentase sebesar 18,1%. Berdasarkan hasil tersebut Mayoritas mahasiswa pengguna aktif media sosial TikTok memiliki tingkat konsep diri yang berada pada tingkat sedang. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zahroh dan Sholichah (2019), yang menunjukkan bahwa kondisi konsep diri mahasiswa cenderung berada pada tingkat sedang hingga menuju tinggi. Hal ini dapat dijelaskan oleh fakta bahwa pada usia tersebut, individu mulai memasuki masa transisi dari remaja akhir menuju dewasa, yang dikenal sebagai *emerging adulthood*.

Seiring dengan pandangan yang diungkapkan oleh Santrock (2011) tentang masa *emerging adulthood*, individu pada tahap ini

menunjukkan ciri-ciri eksperimen dan eksplorasi dalam kehidupan mereka, menandakan bahwa mereka aktif dalam pencarian dan pemahaman yang lebih dalam terhadap identitas diri mereka. Dalam konteks ini, tingkat konsep diri yang tinggi menjadi indikator utama. Goni dkk. (2011) menjelaskan bahwa individu dengan konsep diri yang tinggi cenderung mencapai pemenuhan diri yang optimal, memiliki pandangan yang jelas tentang diri mereka sendiri, jujur, dan mampu mengendalikan emosi dengan baik. Temuan dari penelitian yang dilakukan oleh Stascia dan Tondok (2019) menyatakan bahwa individu pada tahap *emerging adulthood* memiliki konsep diri pada tingkat sedang, yang berarti bahwa mereka melihat diri mereka baik atau buruk, namun tetap menerima diri mereka apa adanya (Stascia & Tondok, 2019).

Menurut Hulukati dan Djibran (2018) terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsep diri, diantaranya adalah adanya interaksi dengan orang lain, adanya rasa percaya diri yang tinggi, melewati berbagai pengalaman, dan memiliki citra diri yang baik (Hulukati & Djibran, 2018). Dalam konteks interaksi dengan orang lain dan pembentukan citra diri media sosial memainkan peran penting. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat hubungan yang signifikan antara durasi penggunaan media sosial dan tingkat konsep diri mahasiswa. Mahasiswa yang mengakses media sosial Tiktok selama 1-2 jam per

hari cenderung memiliki konsep diri yang lebih tinggi daripada yang mengakses media sosial Tiktok 3-4 jam. Semakin lama individu berada di media sosial, semakin rendah konsep diri yang terbentuk, dikarenakan adanya perbandingan sosial yang terus-menerus dengan orang lain, paparan terhadap citra-citra sempurna yang sering kali tidak realistis, dan perasaan tidak puas dengan kehidupan mereka sendiri saat dibandingkan dengan apa yang dipresentasikan oleh orang lain. Interaksi berlebihan di media sosial juga dapat menyebabkan perasaan kurangnya dukungan sosial atau penilaian negatif dari lingkungan online, yang semuanya dapat merusak konsep diri individu.

Namun pengaruh media sosial terhadap konsep diri seseorang dapat bervariasi tergantung pada konteks penggunaan dan interaksi di dalamnya. Sejalan dengan penelitian Harahap (2023) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan konsep diri (Adawiyah Harahap dkk., 2023). Penelitian lain oleh Michelle (2017) juga mengungkapkan terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosial terhadap konsep diri individu.

Penelitian ini meneliti dampak gender terhadap tingkat konsep diri. Hasilnya menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan antara konsep diri yang dimiliki laki-laki dan perempuan. Hasil ini menegaskan bahwa setiap individu memiliki peluang yang sama untuk membentuk konsep diri mereka, sebuah pandangan yang diperkuat oleh

Asri dan Sunarto (2020), yang menyatakan bahwa setiap individu memiliki kesempatan untuk tumbuh dan mengembangkan konsep diri yang positif. Namun, menariknya, saat melihat nilai rata-rata, terdapat sedikit perbedaan dimana konsep diri pada laki-laki sedikit lebih besar. Hal ini menunjukkan bahwa ada perbedaan kecil dalam cara laki-laki dan perempuan menilai diri mereka. Laki-laki mungkin merasa tekanan untuk menunjukkan kekuatan fisik atau kesuksesan dalam karier dalam konteks sosial tertentu, yang dapat tercermin dalam penilaian mereka terhadap konsep diri. Sementara itu, perempuan cenderung menilai diri mereka berdasarkan aspek seperti penampilan fisik atau tingkat popularitas.

Dalam perspektif Islam, kategori *self-concept* pada mahasiswa pengguna aktif media sosial TikTok yang berada pada kategori sedang menghadirkan pertimbangan penting terkait kesadaran akan identitas diri dan tanggung jawab moral. Al-Qur'an mengajarkan manusia untuk merenungkan tanda-tanda kebesaran Allah baik di alam semesta maupun dalam diri manusia sendiri. Sebagaimana disebutkan dalam Surah Adz-Dzariyat [51]:20-21, yang berbunyi :

وَفِي أَنْفُسِكُمْ أَفَلَا تُبْصِرُونَ , وَفِي الْأَرْضِ آيَاتٌ لِلْمُوقِنِينَ

Ayat ini menegaskan bahwa manusia seharusnya memperhatikan dan memahami keragaman yang ada dalam diri mereka sendiri, termasuk

konsep diri mereka. Konsep diri yang jelas membimbing manusia dalam mengarahkan sikap dan perilakunya, sebagaimana yang ditegaskan dalam Surah Ar-Rum [30]:8 yang berbunyi :

أَوَلَمْ يَتَفَكَّرُوا فِي أَنفُسِهِمْ مَا خَلَقَ اللَّهُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ وَمَا بَيْنَهُمَا إِلَّا بِالْحَقِّ وَأَجَلٍ مُّسَمًّى وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ النَّاسِ بِلِقَاءِ رَبِّهِمْ لَكَفُرُونَ

Dalam konteks ini, mahasiswa yang menggunakan media sosial TikTok perlu menyadari identitas dan nilai-nilai mereka dalam Islam, serta tanggung jawab moral mereka terhadap tindakan dan interaksi online mereka. Kesadaran akan identitas diri dan tanggung jawab moral akan membantu mereka menjaga keseimbangan antara penggunaan media sosial dan pengembangan diri yang sesuai dengan ajaran agama. Oleh karena itu, kategori *self-concept* pada mahasiswa pengguna aktif media sosial TikTok berada pada kategori sedang mendorong mereka untuk lebih memahami dan menghargai identitas dan nilai-nilai Islam dalam penggunaan media sosial mereka.

3. Hubungan antara *Self Concept* dengan *Fear of Missing Out* pada mahasiswa pengguna aktif media sosial tiktok

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada mahasiswa pengguna aktif media sosial Tiktok Fakultas Psikologi Uin Malang ditemukan terdapat hubungan yang signifikan pada *Self Concept* dan

Fear of Missing Out. Dapat dilihat dari hasil analisis statistik Uji korelasi *Pearson Product moment* dengan menggunakan bantuan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS), diperoleh bahwa *Self Concept* memiliki korelasi yang signifikan dengan *Fear of Missing Out*, nilai signifikansi kedua variabel sebesar 0.000 dimana nilai ini $< 0,05$, sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan pada kedua variabel.

Arah hubungan kedua variabel ditunjukkan melalui *pearson correlation* yaitu -0.717 yang berarti adanya hubungan negatif dengan korelasi yang kuat antara *Self Concept* dengan *Fear of Missing Out*, maka dapat diartikan tingkat *Self concept* yang semakin tinggi pada mahasiswa pengguna aktif media sosial Tiktok kecenderungan *Fear of Missing Out* yang dialami relatif rendah. Begitu pula apabila rendahnya *Self Concept* yang dimiliki mahasiswa pengguna aktif media sosial Tiktok kecenderungan *Fear of Missing Out* yang dialami relatif tinggi. Mengetahui mengetahui hubungan antarkedua variabel maka hipotesis yang telah disusun pada penelitian ini dapat diterima.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sabrina (2023) yang menyatakan bahwa konsep diri dengan FoMO memiliki hubungan negatif yang menandakan semakin tinggi konsep diri yang dimiliki individu maka tingkatan FoMO akan semakin rendah. Individu yang memiliki konsep diri yang tinggi

cenderung memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang diri mereka dan dapat mengenali tren mana yang sesuai dengan identitas mereka. Sebagai hasilnya, Individu tersebut memiliki kemungkinan yang lebih rendah dalam mengalami *Fear of Missing Out*. Mereka yang memiliki konsep diri yang baik tidak merasa cemas atau khawatir jika mereka tertinggal dari tren yang sedang berkembang di sekitar mereka. Mereka lebih percaya diri dan nyaman dengan identitas mereka sendiri, sehingga tidak terlalu terbebani oleh tekanan sosial atau kebutuhan untuk terlibat dalam setiap aktivitas atau tren yang sedang populer.

Kepastian tentang konsep diri sangat penting bagi individu karena membantu mereka dalam menetapkan batasan untuk menentukan sikap atau perilaku yang mereka tunjukkan (Widiarti, 2017). Dengan memiliki pemahaman yang jelas tentang konsep diri, individu dapat mengevaluasi apa yang perlu diikuti atau tidak, dan hal ini dapat mengurangi kemungkinan terjadinya *Fear of Missing Out* (FoMO). Menurut penelitian oleh Alfasi (2022) individu yang merasa gelisah saat menggunakan media sosial cenderung memiliki konsep diri yang tidak jelas, yang dapat mengakibatkan FoMO. Di sisi lain, individu yang memiliki kejelasan konsep diri tinggi tidak mengalami kecemasan saat menggunakan media sosial dan mengurangi kemungkinan munculnya FoMO.

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara *Self Concept* dan *Fear of Missing Out* pada pengguna aktif media sosial TikTok, jika dilihat dari perspektif Islam, hal ini dapat diinterpretasikan sebagai efek positif dari kesadaran diri yang kuat terhadap nilai-nilai spiritual dan kehidupan yang berpusat pada ajaran agama. Dalam Islam, kesadaran diri yang tinggi membawa individu untuk lebih fokus pada pencapaian nilai-nilai yang sesuai dengan ajaran Islam, daripada terjebak dalam kecemasan dan kekhawatiran akan ketinggalan yang seringkali dipicu oleh media sosial. Konsep diri yang kokoh dalam konteks spiritual dapat membantu individu untuk lebih tenang dan puas dengan apa yang mereka miliki, mengurangi dorongan untuk terus-menerus mencari pengakuan atau perhatian dari lingkungan sekitar yang seringkali diperkuat oleh penggunaan media sosial.

Sebagaimana disebutkan dalam Surat al-Baqarah ayat 286, yang berbunyi :

لَا يَكْفِيكَ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا^١ لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ^٢ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ
أَخْطَأْنَا^٣ رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إَصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا^٤ رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا
بِهِ^٥ وَاعْفُ عَنَّا^٦ وَاعْفِرْ لَنَا^٧ وَارْحَمْنَا^٨ أَنْتَ مَوْلَانَا^٩ فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ^{١٠}

Ayat ini menekankan pentingnya menerima dan berserah diri pada takdir Allah SWT, sehingga individu tidak terjebak dalam kecemasan akan ketinggalan atau kurangnya perhatian dari lingkungan sekitar.

Hadis Nabi Muhammad SAW yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah juga menegaskan, "Sesungguhnya kekayaan itu bukanlah melimpahnya harta, akan tetapi kekayaan adalah kekayaan jiwa." Dengan demikian, kesadaran diri yang tinggi dalam konteks spiritual membawa manfaat yang signifikan dalam mengatasi *Fear of Missing Out* dan menjaga keseimbangan dalam penggunaan media sosial, sejalan dengan prinsip-prinsip ajaran Islam yang mengutamakan ketenangan batin dan kepuasan dalam diri.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian ini hanya melibatkan mahasiswa dari Fakultas Psikologi UIN Malang, yang merupakan populasi yang spesifik, sehingga dapat membatasi generalisasi temuan penelitian terhadap populasi yang lebih luas. Kedua, penggunaan metode korelasional dalam penelitian ini tidak memungkinkan penarikan kesimpulan tentang sebab-akibat antara *Self Concept* dan *Fear of Missing Out*. Penelitian ini juga tidak mempertimbangkan faktor-faktor kontekstual yang mungkin memengaruhi hubungan antara *Self Concept* dan *Fear of Missing Out*, seperti penggunaan media sosial TikTok dalam konteks tertentu atau pengalaman sosial dan budaya mahasiswa yang dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap konsep diri dan kecenderungan *Fear of Missing Out*. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan yang lebih holistik dan menyeluruh untuk memahami

hubungan antara *Self Concept* dan *Fear of Missing Out* secara lebih mendalam dan menyeluruh.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa data pada penelitian tentang hubungan *Self Concept* dan *Fear of Missing Out* pada mahasiswa pengguna aktif media sosial tiktok, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa tingkat *Fear of Missing Out* mahasiswa pengguna aktif media sosial Tiktok mayoritas berada pada kategori sedang dengan persentase 59%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa pengguna aktif media sosial Tiktok sebagian besar dari mereka merasa cemas atau gelisah karena khawatir akan melewatkan sesuatu yang sedang terjadi atau tren yang sedang hangat dibicarakan di lingkungan media sosial mereka, namun tidak mencapai tingkat yang ekstrem. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil yang mayoritas berada pada kategori sedang dan sisanya pada kategori tinggi dan rendah.
2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa tingkat *Self Concept* mahasiswa pengguna aktif media sosial Tiktok mayoritas berada pada kategori sedang dengan persentase sebesar 63,8%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa pengguna aktif media sosial

tiktok memiliki pemahaman dan penilaian terhadap diri sendiri pada tingkat sedang. Hal ini membuktikan bahwa mahasiswa pengguna aktif media sosial Tiktok memiliki *Self Concept* yang baik.

3. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan yang signifikan pada *Self Concept* dan *Fear of Missing Out*. Arah hubungan yang muncul adalah hubungan negatif dengan korelasi yang kuat antara *Self Concept* dengan *Fear of Missing Out*, artinya semakin tinggi tingkat *Self concept* pada mahasiswa pengguna aktif media sosial Tiktok maka tingkat *Fear of Missing Out* yang dialami relatif rendah. Begitu pula apabila rendahnya *Self Concept* yang dimiliki mahasiswa pengguna aktif media sosial Tiktok kecenderungan *Fear of Missing Out* yang dialami relatif tinggi.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis data penelitian di lapangan maka peneliti bermaksud memberikan saran dengan harapan mampu memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Saran untuk penelitian selanjutnya mencakup memperluas cakupan sampel dengan melibatkan mahasiswa dari berbagai jurusan atau institusi pendidikan yang menggunakan media sosial TikTok. Ini akan meningkatkan generalisasi temuan terhadap populasi yang lebih luas.

Selain itu, penelitian dapat memperdalam pemahaman tentang faktor-faktor lain yang mungkin berkontribusi terhadap *Self Concept* dan *Fear of Missing Out*, seperti penggunaan media sosial lainnya, tingkat kepercayaan diri, dukungan sosial, atau faktor lingkungan lainnya. Ini akan memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang hubungan antara variabel tersebut, Selanjutnya peneliti selanjutnya bisa memperhatikan terkait dengan variable *Fear of Missing Out* dimana pada penelitian ini diletakkan sebagai variable negative, namun penelitian selanjutnya bisa memperhatikan variable *Fear of Missing Out* sebagai variabel Moderat.

2. Saran untuk Fakultas Psikologi sebagai lokasi penelitian untuk mengembangkan serangkaian program pengembangan *Self Concept* bagi mahasiswa, menyediakan layanan konseling psikologis, dan mengadakan kampanye edukasi tentang penggunaan media sosial yang sehat.
3. Saran bagi populasi penelitian ini yakni mahasiswa pengguna aktif media sosial Tiktok adalah untuk fokus pada mengembangkan konsep diri yang positif dengan cara mengidentifikasi dan menghargai keunikan serta kekuatan pribadi, melalui praktik penghargaan diri, peningkatan kesadaran akan nilai-nilai personal, dan melalui interaksi sosial yang mendukung pertumbuhan diri yang positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abel. J.P., Cheryl, L.B., & Sarah, A.B. (2016). Social media and the *Fear of Missing Out*: scale development and assessmen. *Journal of Business & Economics Research*,14(1),33-44.
- Abu Thalib, A., & Giswandhani, M. (2021). Intensitas Menonton Konten Kecantikan Terhadap Impulse Buying Pengguna Aplikasi Tiktok. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(12), 1679–1685. <https://doi.org/10.46799/jst.v2i12.453>
- Adawiyah Harahap, Y., Kholidah Nasution, N., & Sharfina, D. (2023). Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Konsep Diri Remaja Pada Masa Pandemi Covid-19 Di MTS Madinatussalam Sei Rotan Percut Sei Tuan. *JINTAN: Jurnal Ilmu Keperawatan*, 3(02), 160–166. <https://doi.org/10.51771/jintan.v3i02.669>
- Aisafitri, L., & Yusriyah, K. (2021). KECANDUAN MEDIA SOSIAL (FoMO) PADA GENERASI MILENIAL. *Jurnal Audience*, 4(01), 86–106. <https://doi.org/10.33633/ja.v4i01.4249>
- Akbar, R. S., Aulya, A., Psari, A. A., & Sofia, L. (2019). Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FoMo) Pada Remaja Kota Samarinda. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, 7(2), 38. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v7i2.2404>
- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111–119. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.057>
- Andreciam, L., Hayati, R., & Vidyastuti. (2023). Hubungan Fear Of Missing Out dengan Konsep Diri Pada Mahasiswa Psikologi Pengguna Instagram di Universitas Muhammadiyah Pontiaanank. *Eksistensi*, 5(1), 32–39.
- Azka, F., Firdaus, D. F., & Kurniadewi, E. (2018). Kecemasan Sosial dan

- Ketergantungan Media Sosial pada Mahasiswa. *Psympathic : Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(2), 201–210. <https://doi.org/10.15575/psy.v5i2.3315>
- Bracken, B. A. (2015). *Positive self-concepts*. January 2009.
- Cahyani, R. O., & Pangestuti, R. (2023). *Fear of missing out (FoMO) dengan social comparison pada mahasiswa pengguna Instagram Fear of missing out and social comparison among college students who use Instagram*. 20(1), 2655–5034. <https://doi.org/10.18860/psi.v20.i1.20567>
- Cahyaningsih, R. O., & Dewi, D. K. (2019). Hubungan Antara Konsep Diri dengan Konformitas dalam Gaya Berpakaian Pada Mahasiswa. *Jurnal Penelitian Psikologi*, Volume 06, 1.
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Cholily, A. H. (2014). Hubungan antara konsep diri dengan resiliensi pada mahasiswa Fakultas Psikologi angkatan 2010-2013 Universitas Islam Negeri Malang. Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Estikomah, E., & Sahrah, A. (2019). Pengaruh Persepsi Pengembangan Karier Terhadap Kesejahteraan Psikologis Polisi Wanita Di Mapolda Diy. *Prosiding Seminar Nasional Pakar*, 1–7. <https://doi.org/10.25105/pakar.v0i0.4234>
- Goñi, E., Madariaga, J. M., Axpe, I., & Goñi, A. (2011). Structure of the personal self-concept (PSC) questionnaire. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 11(3), 509–522.
- Hamzah, I. F. (2020). Aplikasi Self-Determinantion Theory pada Kebijakan Publik Era Industri 4.0. *Psisula: Prosiding Berkala Psikologi*, 1(September), 66–73.

<https://doi.org/10.30659/psisula.v1i0.7691>

- Hidayati, N., Syaf, A., & Hartati, R. (2021). Nurul Hidayati-Big five personality dan FoMO Fear Of Missing Out ditinjau dari Big Five Personality. *Psychopolitian: Jurnal Psikologi*, 4(2), 77–83.
- Hosterman, A. R., Johnson, N. R., Stouffer, R., & Herring, S. (2018). Twitter, Social Support Messages and the #MeToo Movement. *The Journal of Social Media in Society Fall*, 7(2), 69–91.
- Hulukati, W., & Djibran, M. R. (2018). Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo. *Bikotetik (Bimbingan Dan Konseling Teori Dan Praktik)*, 2(1), 73. <https://doi.org/10.26740/bikotetik.v2n1.p73-80>
- Hutamy, E. T., Swartika, F., Alisyahbana, A. N. Q. A., Arisah, N., & Hasan, M. (2021). Efektivitas pemanfaatan tik tok sebagai media pembelajaran dalam meningkatkan hasil belajar peserta didik. *Jurnal Pendidikan Dompet Dhufa*, 11(1), 21–26. <http://prosiding.rcipublisher.org/index.php/prosiding/article/view/294>
- Imaddudin. (2020). Fear of Missing Out (Fomo) Dan Konsep Diri Generasi-Z: Ditinjau Dari Aspek Komunikasi. *JPRMEDCOM: Journalism, Public Relation and Media Communication Studies Journal*, 2(1), 24–39. <https://journal.unsika.ac.id/index.php/JPRMEDCOM>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). KONSEP UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS DENGAN MENGGUNAKAN SPSS. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Kalisna, M. D., & Wahyumiani, N. (2021). Hubungan Antara Sindrom Fomo (Fear of Missing Out) Dengan Kepercayaan Diri Siswa Pada Siswa Kelas Vii Di Smp

- Muhammadiyah 2 Godean Sleman Tahun Ajaran 2019/2020. *G-Couns: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 5(2), 282–285.
<https://doi.org/10.31316/g.couns.v5i2.1574>
- McGinnis, R. L., & Elimelech, M. (2007). Energy requirements of ammonia-carbon dioxide forward osmosis desalination. *Desalination*, 207(1–3), 370–382.
<https://doi.org/10.1016/j.desal.2006.08.012>
- Mokalu, V. R., & Boangmanalu, C. V. J. (2021). Teori Psikososial Erik Erikson: Implikasinya Bagi Pendidikan Agama Kristen Di Sekolah. *VOX EDUKASI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 12(2), 180–192.
<https://doi.org/10.31932/ve.v12i2.1314>
- Mustofa, A., & Arisandi, Y. (2021). Konsep Percaya Diri Perspektif Al-Qur'an. *Al-Jadwa: Jurnal Studi Islam*, 1(1), 22–43.
<https://doi.org/10.38073/aljadwa.v1i1.470>
- Narti, S., & Yanto, Y. (2022). Kajian Dampak Perilaku Fomo (Fear Of Missing Out) Bagi Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sosial Sains*, 2(1), 126–134. <https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v2i1.318>
- Novarianing Asri, D., Studi Bimbingan dan Konseling Universitas PGRI Madiun, P., & Madiun, K. (2020). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Terbentuknya Konsep Diri Remaja (Studi Kualitatif pada Siswa SMPN 6 Kota Madiun). *Jurnal Konseling Gusjigang*, 6(1), 1–11. <http://jurnal.umk.ac.id/index.php/gusjigang>
- Nurul Natasha, Rini Hartati, & Auliya Syaf. (2022). Hubungan antara Regulasi Diri dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Mahasiswa di Pekanbaru. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(3), 775–779.
<https://proceedings.unisba.ac.id/index.php/BCSPS/article/view/4875>
- 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>
- Putra, I. F., Psikologi, F., Pratitis, N. T., Psikologi, F., Kusumandari, R., & Psikologi, F. (2023). *Kecanduan media sosial pada generasi milenial: Bagaimana peranan kontrol diri dannomophobiat ?* 4(01), 93–105.
- Putri, L. S., Purnama, D. H., & Idi, A. (2019). Gaya hidup mahasiswa pengidap Fear of missing out di kota palembang. *Jurnal Masyarakat & Budaya*, 21(2), 129–148. <https://jmb.lipi.go.id/jmb/article/view/867>
- Risdyanti, K. S., Faradiba, A. T., & Syihab, A. (2019). Peranan Fear of Missing Out Terhadap Problematic Social Media Use. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 3(1), 276. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v3i1.3527>
- Setyawan, A. (2021). Konstruksi Sosial Atas Pemaknaan Dan Simbol Kecantikan Pada Trending Hastag Tik Tok. *Risenologi*, 6(1), 86–95. <https://doi.org/10.47028/j.risenologi.2021.61.155>
- Sianipar, N. A., & Kaloeti, D. V. S. (2019). HUBUNGAN ANTARA REGULASI DIRI DENGAN FEAR OF MISSING OUT (FoMO) PADA MAHASISWA TAHUN PERTAMA FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS DIPONEGORO. *Jurnal EMPATI*, 8(1), 136–143. <https://doi.org/10.14710/empati.2019.23587>
- Stascia, C., & Tondok, S. M. (2019). Hubungan antara konsep diri dengan fungsi psikologis make-up pada masa emerging adulthood. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 7(2), 3753–3768.
- Virnanda, R. (2020). Hubungan Antara Kesepian dengan Ketakutan Akan Ketinggalan Momen Pada Pengguna Instagram di Samarinda. *Psikoborneo*:

Jurnal Ilmiah Psikologi, 8(4), 671.
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i4.5572>

Wahyudiyono, W. (2019). Implikasi Penggunaan Internet terhadap Partisipasi Sosial di Jawa Timur. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8(2), 63. <https://doi.org/10.31504/komunika.v8i2.2487>

Wegmann, E., Oberst, U., Stodt, B., & Brand, M. (2017). Online-specific fear of missing out and Internet-use expectancies contribute to symptoms of Internet-communication disorder. *Addictive Behaviors Reports*, 5(February), 33–42. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2017.04.001>

Widiarti, P. W. (2017). Konsep Diri (Self Concept) Dan Komunikasi Interpersonal Dalam Pendampingan Pada Siswa Smp Se Kota Yogyakarta. *Informasi*, 47(1), 135. <https://doi.org/10.21831/informasi.v47i1.15035>

Zahroh, L., & Sholichah, I. F. (2022). Pengaruh Konsep Diri dan Regulasi diri Terhadap Fear of Missing Out (FoMO) Pada Mahasiswa Pengguna Instagram. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(3), 79. <https://core.ac.uk/download/pdf/322599509.pdf>

Daftar Pustaka buku

Ali, M. & Asrori, M. (2015). Psikologi Remaja. Jakarta: Bumi Aksara.

Arikunto, S. (2013). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi). PT. Rineka Cipta.

Arikunto, S. (2019). Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.

Azwar, S. (2011). Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Brooks, G.F., Janet, S.B., & Stephen A.M. (2007). Jawetz, Melnick and Adelbergs, Mikrobiologi Kedokteran Edisi 23 (Edisi ke-23). Alih Bahasa oleh Mudihardi,

- E., Kuntaman, Wasito, E.B., Mertaniasih, N.M., Harsono, S., & Alimsardjono, L. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- Danim, S. (2013). *Perkembangan Peserta Didik*. Bandung: Alfabeta.
- Dayakisni, T., & Hudaniah. (2009). *Psikologi Sosial*. Malang: UMM Press.
- Gunarsa, Singgih D., Gunarsa, Yulia Singgih D. (Eds.). (2011). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja (Cetakan ke-2)*. Jakarta: Libri.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurlock, E.B. (1999). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (Edisi Kelima)*. Alih bahasa: Istiwidayati & Soedjarwo. Jakarta: Erlangga.
- JWT Intelligence. (2011). *Fear of Missing Out(FOMO)* (May 2011). Diakses dari <https://www.slideshare.net/jwtintelligence/fear-of-missing-outfomo-may-2011>.
- Kotler, Phillip, & Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Martono, N. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Santrock, J. W. (2007). *Adolescence [Remaja] (Jilid 2)*. Alih Bahasa: B. Widyasinta. Jakarta: Erlangga.

- Sarwono, Sarlito W., & Eko A. Meinarno. (2009). Psikologi Sosial. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Setiawan, E. (2019). KBBI Online. Retrieved 07 03, 2020, from <https://kbbi.web.id/kuliah>.
- Siswoyo, D. d. (2013). Ilmu Pendidikan. Yogyakarta: UNY Press.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Alfabeta.
- Tekeng, S. N. J. (2015). Peranan Kepuasan Kebutuhan Dasar Psikologis dan Orientasi Tujuan Mastery Approach Terhadap Belajar Berdasar Regulasi Diri Mahasiswa. Tesis (tidak diterbitkan). Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada.
- Yusuf, S. (2012). Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja. Bandung: Remaja Rosdakarya.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER *FEAR OF MISSING OUT*

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Angkatan :

Apakah Aktif menggunakan Tiktok :

Perintah Pengerjaan

Silahkan memilih salah satu jawaban yang menurut Anda sesuai dengan keadaan Anda saat ini dengan pilihan jawaban sebagai berikut :

SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju)

No	Item	SS	S	TS	STS
1.	Saya merasa harus selalu mengikuti apa yang dilakukan orang lain di media sosial agar saya tidak merasa tertinggal				
2.	Saya merasa perlu untuk selalu mengecek profil dan konten video pengguna Tiktok lainnya agar tidak melewatkan informasi atau tren terbaru				
3.	Saya merasa perlu untuk selalu online dan memeriksa Tiktok sebelum tidur agar tidak ketinggalan video dan informasi terbaru				
4.	Saya tidak khawatir saat mengetahui teman saya bersenang-senang tanpa saya				
5.	Saya terlambat mengetahui konten-konten yang sedang FYP di Tiktok				
6.	Saya merasa perlu untuk selalu online dan memeriksa Tiktok saat bangun tidur agar tidak ketinggalan video dan informasi terbaru				
7.	Ketika saya berada di tempat yang tidak memiliki				

	sambungan internet, saya merasa gelisah dan takut tidak dapat berkomunikasi dengan orang lain				
8.	Saya cemas ketika saya tidak tahu apa yang sedang dilakukan teman saya				
9.	Saya merasa khawatir jika tidak mengikuti atau membuat video TikTok yang sedang hits, jadi saya selalu berusaha untuk tetap update				
10.	Saya baik-baik saja saat melewatkan waktu berkumpul dengan teman				
11.	Menurut saya, jumlah like di postingan video TikTok saya bukanlah hal yang penting				
12.	Saya merasa cemas jika saya tidak dapat bergabung dalam obrolan atau grup online yang sedang aktif				
13.	Saat saya pergi berlibur, saya tetap selalu memeriksa apa yang dilakukan teman-teman saya terutama pada media sosial				
14.	Ketika ada tren yang sedang booming di media sosial Tiktok, saya merasa tidak perlu untuk segera mencoba atau mengikuti tren tersebut				
15.	Menurut saya, trend fashion di Tiktok mempengaruhi cara saya berpakaian sehari-hari				
16.	Saya mengabaikan notifikasi dari smartphone pada saat ada pertemuan secara tatap muka dengan orang lain				
17.	Saya sering memprioritaskan waktu untuk mengeksplorasi Tiktok				
18.	Saya sering merasa tidak nyaman jika saya tidak bisa mengakses media sosial selama beberapa jam				
19.	Saya sering mengikuti tren dalam hal gaya bicara dan bahasa yang populer digunakan oleh pengguna media sosial Tiktok lainnya				
20.	Saat saya bersenang-senang penting bagi saya untuk membagikan momen saya melalui media sosial salah satunya tiktok				
21.	Saya selalu mendokumentasikan kegiatan yang saya lakukan dan di unggah di akun Tiktok seperti membuat video kegiatan sehari-hari				
22.	Bagi saya, tidaklah perlu untuk menciptakan konten yang terkenal atau mendapatkan banyak perhatian				
23.	Saya bisa mengontrol dengan baik berapa lama saya menghabiskan waktu di media sosial Tiktok dan mengurangi keterlibatan online yang berlebihan				
24.	Saya tidak merasa cemas jika harus mengunjungi tempat-tempat dengan koneksi internet yang terbatas sesekali				
25.	Saya sering mengecek jumlah follower saya untuk memastikan tidak berkurang				

KUESIONER SELF CONCEPT

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Angkatan :

Apakah Aktif menggunakan Tiktok :

Perintah Pengerjaan

Silahkan memilih salah satu jawaban yang menurut Anda sesuai dengan keadaan Anda saat ini dengan pilihan jawaban sebagai berikut :

SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju)

No	Item	SS	S	TS	STS
1.	Hingga saat ini, saya berhasil mencapai semua tujuan penting yang telah saya tetapkan				
2.	Saya merasa tidak puas dengan hasil yang telah saya capai dalam kehidupan saya				
3.	Saya bisa mengatasi perasaan sedih dan gelisah dengan baik				
4.	Saya selalu berusaha untuk tidak menyakiti atau merugikan orang lain dengan tindakan saya				
5.	Saya merasa tidak percaya diri dan tidak puas dengan arah hidup saya saat ini				
6.	Saya merasa sangat termotivasi untuk memperbaiki kesalahan atau menghadapi masalah yang muncul				
7.	Jika saya bisa memulai hidup saya dari awal, saya mungkin tidak akan mengubah banyak hal				
8.	Saya selalu gigih dalam mengatasi rintangan yang muncul selama perjalanan hidup saya				
9.	Orang-orang merasa tidak nyaman dan merasa tidak dihargai ketika bersama saya				
10.	Ketika menghadapi kesulitan, saya cenderung mencari solusi yang efektif				

11	Saya cenderung lebih emosional dibandingkan dengan sebagian besar orang				
12	Saya bisa menghadapi stres dan tekanan dengan baik				
13	Saya bangga atas cara saya mengelola dan mengatur hidup saya				
14	Ketika saya merasa sedih, saya kesulitan untuk mendapatkan semangat kembali				
15	Saya memiliki kendali terhadap arah hidup dan keputusan yang saya buat				
16	Saya merasa kesulitan ketika harus mengambil keputusan sendiri				
17	Saya bisa membuat keputusan sendiri dalam kehidupan saya				
18	Saya melihat diri saya sebagai seseorang yang sering merasa cemas dan gelisah				
19	Saya selalu bertindak dengan konsistensi agar tidak merugikan orang lain				
20	Ketika saya membuat keputusan, saya terlalu bergantung pada pandangan orang lain				
21	Saya adalah orang yang tidak dapat dipercaya				
22	Saya merasa sulit untuk memulai apapun tanpa dukungan orang lain				
23	Saya harus mendapat persetujuan orang lain untuk melakukan sesuatu				
24	Saya belum mencapai hal-hal yang saya anggap penting dalam hidup saya				
25	Ketika saya berjanji, saya menghormati janji tersebut dan berusaha sekuat tenaga untuk memenuhinya				
26	Saya merasa lebih percaya diri dalam mengambil keputusan dan bertindak tanpa terlalu bergantung pada persetujuan orang lain				

LAMPIRAN 2 HASIL CVR

HASIL CVR

SKALA *FEAR OF MISSING OUT*

No	Panelis 1	Panelis 2	Panelis 3	N	ne	CVR Index	Simpulan
1	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
2	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
3	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
4	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
5	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
6	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
7	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
8	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
9	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
10	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
11	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
12	2	3	3	3	3	1	butir digunakan
13	2	3	3	3	3	1	butir digunakan
14	2	3	3	3	3	1	butir digunakan
15	2	3	3	3	3	1	butir digunakan
16	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
17	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
18	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
19	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
20	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
21	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
22	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
23	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
24	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
25	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
26	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
27	3	3	3	3	3	1	butir digunakan

SKALA SELF CONCEPT

No	Panelis 1	Panelis 2	Panelis 3	N	ne	CVR Index	Simpulan
1	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
2	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
3	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
4	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
5	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
6	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
7	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
8	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
9	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
10	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
11	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
12	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
13	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
14	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
15	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
16	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
17	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
18	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
19	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
20	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
21	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
22	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
23	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
24	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
25	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
26	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
27	3	3	3	3	3	1	butir digunakan
28	3	3	3	3	3	1	butir digunakan

LAMPIRAN 3 SURAT PERNYATAAN PENILAIAN ALAT UKUR**SURAT PERNYATAAN PENILAIAN ALAT UKUR****Panelis 1****Surat Pernyataan Penilaian Alat Ukur**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dr. Fathul Lubabin Nuqul, M.Si

Instansi : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Telah membaca dan memberi penilaian terhadap item-item yang terdapat dalam alat ukur berikut:

Nama Alat Ukur : *Fear of Missing Out Scale* dan *Self Concept Questionnaire*

Tujuan pengukuran : Mengetahui hubungan *Self Concept* dan *Fear of Missing Out*

Tujuan Penggunaan : Penelitian untuk tugas akhir dengan judul “Hubungan *Self Concept* dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) Pada Mahasiswa Pengguna Aktif Media Sosial Tiktok”

Malang, Desember 2023



Dr. Fathul Lubabin Nuqul, M.Si

NIP.197605122003121002

Panelis 2**Surat Pernyataan Penilaian Alat Ukur**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Novia Solihah, M, Psi. Psikolog

Instansi : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Telah membaca dan memberi penilaian terhadap item-item yang terdapat dalam alat ukur berikut:

Nama Alat Ukur : *Fear of Missing Out Scale* dan *Self Concept Questionnaire*

Tujuan pengukuran : Mengetahui hubungan *Self Concept* dan *Fear of Missing Out*

Tujuan Penggunaan : Penelitian untuk tugas akhir dengan judul “Hubungan *Self Concept* dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) Pada Mahasiswa Pengguna Aktif Media Sosial Tiktok”

Malang, Desember 2023



Novia Solihah, M, Psi. Psikolog
NIP.199406162019082001

Panelis 3**Surat Pernyataan Penilaian Alat Ukur**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Abdul Hamid Cholili, M.Psi

Instansi : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Telah membaca dan memberi penilaian terhadap item-item yang terdapat dalam alat ukur berikut:

Nama Alat Ukur : *Fear of Missing Out Scale* dan *Self Concept Questionnaire*

Tujuan pengukuran : Mengetahui hubungan *Self Concept* dan *Fear of Missing Out*

Tujuan Penggunaan : Penelitian untuk tugas akhir dengan judul “Hubungan *Self Concept* dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) Pada Mahasiswa Pengguna Aktif Media Sosial Tiktok”

Malang, 5 Desember 2023



Abdul Hamid Cholili, M.Psi

NIP.19890602201911201270

LAMPIRAN 4 ANGKET UJI KETERBACAAN SKALA

UJI KETERBACAAN

SKALA *FEAR OF MISSING OUT* DAN SKALA *SELF CONCEPT*

Angket Uji Keterbacaan Skala *Fear Of Missing Out*

Nama :

Angkatan :

A. Berikan penilaian sesuai dengan keterangan dibawah ini

4 : Sangat baik

3 : Baik

2 : Kurang

1 : Sangat Kurang

B. Setelah memberikan tanda (√) pada kolom penilaian, teman-teman dimohon memberikan komentar dan saran pada kolom yang telah disediakan.

No	Aspek yang diamati	Penilaian			
		4	3	2	1
1.	Petunjuk pengerjaan jelas				
2.	Maksud dari setiap pernyataan jelas				
3.	Bahasa yang digunakan mudah dipahami				
4.	Panjang kalimat				
5.	Ketepatan istilah dan penggunaan kata				
6.	Jumlah Pernyataan				

Komentar dan Saran

LAMPIRAN 5 HASIL UJI KETERBACAAN SKALA

HASIL UJI KETERBACAAN

SKALA *FEAR OF MISSING OUT*

No	Aspek yang diamati	Putu	Indira	Ichsan	Dewi	Sulton	N	ne	Kategori	Simpulan
1	Petunjuk pengerjaan jelas	3	4	4	4	4	5	19	Tinggi	Petunjuk pengerjaan jelas
2	Maksud dari setiap pernyataan jelas	3	3	3	3	4	5	16	Tinggi	Maksud dari setiap pertanyaan jelas
3	Bahasa yang digunakan mudah dipahami	4	4	3	4	3	5	18	Tinggi	Bahasa yang digunakan mudah dipahami
4	Panjang kalimat	2	3	2	3	3	5	13	Tinggi	Panjang kalimat dapat ditoleransi
5	Ketepatan istilah dan penggunaan kata	4	4	4	3	4	5	19	Tinggi	Penggunaan istilah dan kata tepat
6	Jumlah pernyataan	3	3	3	4	4	5	17	Tinggi	Jumlah pertanyaan dapat ditoleransi

SKALA *SELF CONCEPT*

No	Aspek yang diamati	Putu	Indira	Ichsan	Dewi	Sulton	N	ne	kategori	Simpulan
1	Petunjuk pengerjaan jelas	4	3	4	4	4	5	19	Tinggi	Petunjuk pengerjaan jelas
2	Maksud dari setiap pernyataan jelas	4	4	4	3	3	5	18	Tinggi	Maksud dari setiap pertanyaan jelas
3	Bahasa yang digunakan mudah dipahami	4	4	4	3	4	5	19	Tinggi	Bahasa yang digunakan mudah dipahami
4	Panjang kalimat	3	3	3	3	3	5	15	Tinggi	Panjang kalimat dapat ditoleransi
5	Ketepatan istilah dan penggunaan kata	4	4	4	3	4	5	19	Tinggi	Penggunaan istilah dan kata tepat
6	Jumlah pernyataan	3	3	3	3	3	5	15	Tinggi	Jumlah pertanyaan dapat ditoleransi

LAMPIRAN 6 HASIL UJI VALIDITAS

HASIL UJI VALIDITAS SKALA *FEAR OF MISSING OUT*

		Correlations																											
		F01	F02	F03	F04	F05	F06	F07	F08	F09	F10	F11	F12	F13	F14	F15	F16	F17	F18	F19	F20	F21	F22	F23	F24	F25	F26	F27	TOTAL
FM01	Pearson C	1	0.260	.596	.342	.528	0.219	.440	.515	.437	.541	.474	.551	0.191	0.089	.472	.457	.298	.589	.504	.407	.548	.430	0.274	.501	0.280	.441	-.557	.718
	Sig. (2-tailed)		0.085	0.000	0.022	0.000	0.149	0.002	0.000	0.003	0.000	0.001	0.000	0.209	0.562	0.001	0.002	0.047	0.000	0.000	0.005	0.000	0.003	0.069	0.000	0.063	0.002	0.000	0.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM02	Pearson C	0.260	1	.444	-.020	0.121	0.188	-.069	0.153	-.047	0.009	0.224	0.058	-.008	-.0091	0.017	0.052	0.079	0.099	0.142	-.0031	0.207	-.0054	0.101	0.043	0.253	0.223	0.114	0.205
	Sig. (2-tailed)	0.085		0.002	0.896	0.428	0.215	0.653	0.315	0.738	0.951	0.139	0.707	0.521	0.551	0.910	0.736	0.606	0.517	0.352	0.839	0.173	0.726	0.510	0.781	0.093	0.141	0.467	0.177
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM03	Pearson C	.596	.444	1	0.241	.324	0.176	0.283	.328	0.267	.428	0.291	0.278	-.0131	-.0069	0.246	0.149	0.141	.499	0.204	0.228	.576	.312	0.152	0.225	0.188	0.292	-.299	.471
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.002		0.111	0.030	0.246	0.080	0.028	0.076	0.003	0.052	0.065	0.390	0.655	0.105	0.328	0.355	0.000	0.179	0.133	0.000	0.037	0.319	0.138	0.217	0.052	0.046	0.001
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM04	Pearson C	.342	-.020	0.241	1	.468	0.129	.705	.296	.309	.491	.331	.386	.335	.347	.323	.380	0.231	.508	0.288	.466	.467	.499	0.119	0.228	0.157	0.239	-.293	.591
	Sig. (2-tailed)	0.022	0.896	0.111		0.001	0.400	0.000	0.048	0.039	0.001	0.027	0.009	0.024	0.020	0.031	0.010	0.127	0.000	0.055	0.002	0.001	0.002	0.436	0.132	0.302	0.114	0.051	0.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM05	Pearson C	.528	0.121	.324	.468	1	.389	.689	.472	.415	.471	.324	.586	.295	.299	.336	.516	.426	.590	.501	.324	.393	0.269	0.177	.321	.397	.565	-.411	.708
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.428	0.030	0.001		0.008	0.000	0.001	0.005	0.001	0.030	0.000	0.049	0.046	0.024	0.000	0.004	0.000	0.000	0.030	0.008	0.074	0.244	0.032	0.007	0.000	0.005	0.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM06	Pearson C	0.219	0.188	0.176	0.129	.389	1	0.245	.301	0.074	0.283	.332	.496	0.129	0.152	.352	0.220	0.144	0.289	0.197	0.094	0.213	0.180	0.012	0.261	.353	.545	-.026	.460
	Sig. (2-tailed)	0.149	0.215	0.246	0.400	0.008		0.105	0.044	0.631	0.080	0.026	0.001	0.400	0.319	0.018	0.146	0.344	0.054	0.196	0.582	0.160	0.237	0.935	0.094	0.018	0.000	0.865	0.002
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM07	Pearson C	.440	-.009	0.283	.705	.689	0.245	1	.469	.657	.555	.303	.566	.546	.557	0.239	.581	.410	.699	.606	.507	.441	.416	0.293	.400	.336	.379	-.375	.787
	Sig. (2-tailed)	0.002	0.653	0.060	0.000	0.000	0.105		0.001	0.000	0.000	0.043	0.000	0.000	0.000	0.114	0.000	0.005	0.000	0.000	0.000	0.002	0.004	0.051	0.006	0.024	0.010	0.011	0.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM08	Pearson C	.615	0.153	.326	.296	.472	.301	.469	1	.505	.454	.325	.477	0.130	.333	0.264	.533	.394	.529	.596	.524	.418	.357	.491	.321	0.278	.485	-.422	.692
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.315	0.028	0.048	0.001	0.044	0.001		0.000	0.002	0.029	0.001	0.384	0.025	0.079	0.000	0.007	0.000	0.000	0.000	0.004	0.018	0.001	0.031	0.066	0.001	0.004	0.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM09	Pearson C	.437	-.047	0.267	.309	.415	0.074	.657	.505	1	.523	.323	.427	.437	.532	0.167	.567	.527	.643	.667	.505	.310	0.224	.464	.422	.514	.350	-.404	.710
	Sig. (2-tailed)	0.003	0.758	0.076	0.039	0.005	0.631	0.000	0.000		0.000	0.030	0.003	0.003	0.000	0.274	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.038	0.139	0.001	0.004	0.000	0.019	0.006	0.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM10	Pearson C	.641	0.009	.428	.491	.471	0.283	.556	.454	.523	1	.465	.629	.297	0.265	.583	.507	0.282	.610	.428	.514	.599	.671	0.209	.726	0.272	.420	-.626	.769
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.951	0.003	0.001	0.001	0.080	0.000	0.002	0.000		0.002	0.000	0.047	0.078	0.000	0.000	0.060	0.000	0.003	0.000	0.000	0.000	0.168	0.000	0.070	0.004	0.000	0.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM11	Pearson C	.474	0.224	0.291	.331	.324	.332	.303	.325	.323	.465	1	.349	0.165	.377	.444	.303	.352	.428	0.276	.384	.398	.299	0.047	.299	0.177	.334	-.347	.559
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.139	0.052	0.027	0.030	0.026	0.043	0.029	0.030	0.002		0.019	0.278	0.011	0.002	0.043	0.018	0.003	0.066	0.009	0.007	0.046	0.759	0.046	0.244	0.025	0.020	0.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM12	Pearson C	.551	0.058	0.278	.386	.586	.466	.556	.477	.427	.528	.349	1	.367	0.225	.606	.535	.475	.608	.477	.443	.475	.368	0.031	.725	.461	.563	-.445	.775
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.707	0.065	0.009	0.000	0.001	0.000	0.001	0.003	0.000	0.019		0.013	0.137	0.000	0.000	0.001	0.000	0.001	0.002	0.001	0.013	0.941	0.000	0.001	0.000	0.002	0.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM13	Pearson C	0.191	-.008	-.0131	.335	.295	0.129	.545	0.130	.437	.297	0.165	.367	1	.384	0.089	.467	0.204	.395	.485	0.231	0.175	0.250	0.166	.425	0.270	0.284	-.365	.471
	Sig. (2-tailed)	0.209	0.521	0.390	0.024	0.400	0.000	0.394	0.003	0.047	0.278	0.013	0.013		0.009	0.562	0.002	0.180	0.007	0.001	0.126	0.250	0.098	0.277	0.004	0.073	0.059	0.014	0.001
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45

FM14	Pearson C	0.089	-0.091	-0.069	.347	.299	0.152	.557	.333	.532	0.265	.377	0.225	.384	1	0.107	.413	.360	.437	.544	.488	.309	0.177	0.216	0.073	.393	0.260	-0.184	.533
	Sig. (2-tailed)	0.562	0.551	0.655	0.020	0.046	0.319	0.000	0.025	0.000	0.078	0.011	0.137	0.009		0.484	0.005	0.015	0.003	0.000	0.001	0.039	0.244	0.154	0.632	0.008	0.085	0.227	0.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM15	Pearson C	.472	0.017	0.245	.323	.336	.352	0.239	0.264	0.167	.583	.444	.606	0.089	0.107	1	.370	0.203	.353	0.180	.334	0.288	.315	-0.143	.522	.334	0.265	-.321	.527
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.910	0.105	0.031	0.024	0.018	0.114	0.079	0.274	0.000	0.002	0.000	0.562	0.484		0.012	0.180	0.017	0.237	0.025	0.055	0.035	0.347	0.000	0.025	0.078	0.031	0.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM16	Pearson C	.457	0.052	0.149	.380	.516	0.220	.581	.533	.567	.507	.303	.535	.457	.413	.370	1	.360	.532	.571	.555	.339	.373	0.178	.463	.329	.335	-.358	.712
	Sig. (2-tailed)	0.002	0.736	0.328	0.010	0.000	0.146	0.000	0.000	0.000	0.000	0.043	0.000	0.002	0.005	0.012		0.015	0.000	0.000	0.000	0.023	0.012	0.242	0.001	0.027	0.024	0.016	0.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM17	Pearson C	.298	0.079	0.141	0.231	.426	0.144	.410	.394	.527	0.282	.352	.475	0.204	.360	0.203	.360	1	0.288	.333	0.282	0.228	0.121	-0.003	.361	0.291	.509	-0.258	.524
	Sig. (2-tailed)	0.047	0.606	0.355	0.127	0.004	0.344	0.005	0.007	0.000	0.060	0.018	0.001	0.180	0.015	0.180	0.015		0.055	0.025	0.060	0.133	0.427	0.983	0.015	0.053	0.000	0.087	0.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM18	Pearson C	.589	0.099	.499	.508	.550	0.289	.659	.529	.643	.610	.428	.608	.395	.437	.353	.532	0.288	1	.617	.517	.694	.534	.419	.401	.446	.466	-.571	.827
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.517	0.000	0.000	0.000	0.054	0.000	0.000	0.000	0.000	0.003	0.000	0.007	0.003	0.017	0.000	0.055		0.000	0.000	0.000	0.000	0.004	0.001	0.002	0.001	0.000	0.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM19	Pearson C	.504	0.142	0.204	0.288	.501	0.197	.605	.596	.667	.428	0.276	.477	.485	.544	0.180	.571	.333	.617	1	.454	.441	.309	.468	.396	.457	.359	-.358	.736
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.352	0.179	0.055	0.000	0.196	0.000	0.000	0.000	0.003	0.066	0.001	0.001	0.000	0.237	0.000	0.025	0.000		0.002	0.002	0.039	0.001	0.007	0.002	0.015	0.016	0.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM20	Pearson C	.407	-0.031	0.228	.456	.324	0.084	.507	.524	.505	.514	.384	.443	0.231	.488	.334	.555	0.282	.517	.454	1	.466	.344	.309	0.274	0.136	0.141	-.526	.616
	Sig. (2-tailed)	0.005	0.839	0.133	0.002	0.030	0.582	0.000	0.000	0.000	0.000	0.009	0.002	0.126	0.001	0.025	0.000	0.060	0.000	0.002		0.001	0.021	0.039	0.069	0.375	0.356	0.000	0.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM21	Pearson C	.548	0.207	.576	.467	.393	0.213	.441	.418	.310	.589	.398	.475	0.175	.309	0.288	.339	0.228	.694	.441	.466	1	.711	0.195	.439	0.222	.347	-.511	.678
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.173	0.000	0.001	0.008	0.160	0.002	0.004	0.038	0.000	0.007	0.001	0.250	0.039	0.055	0.023	0.133	0.000	0.002	0.001		0.000	0.198	0.003	0.143	0.019	0.000	0.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM22	Pearson C	.430	-0.054	.312	.459	0.269	0.180	.418	.357	0.224	.671	.299	.368	0.250	0.177	.315	.373	0.121	.534	.309	.344	.711	1	0.243	.528	-0.084	0.177	-.593	.548
	Sig. (2-tailed)	0.003	0.726	0.037	0.002	0.074	0.237	0.004	0.016	0.139	0.000	0.046	0.013	0.098	0.244	0.035	0.012	0.427	0.000	0.039	0.021	0.000		0.107	0.000	0.582	0.245	0.000	0.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM23	Pearson C	0.274	0.101	0.152	0.119	0.177	0.012	0.293	.491	.464	0.209	0.047	0.031	0.166	0.216	-0.143	0.178	-0.003	.419	.468	.309	0.195	0.243	1	0.027	0.182	0.130	-0.190	.355
	Sig. (2-tailed)	0.069	0.510	0.319	0.436	0.244	0.935	0.051	0.001	0.001	0.168	0.759	0.841	0.277	0.154	0.347	0.242	0.983	0.004	0.001	0.039	0.198	0.107		0.859	0.232	0.393	0.211	0.017
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM24	Pearson C	.501	0.043	0.225	0.228	.321	0.261	.400	.321	.422	.728	.299	.725	.425	0.073	.522	.463	.361	.491	.396	0.274	.439	.528	0.027	1	.295	.373	-.570	.632
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.781	0.138	0.132	0.032	0.084	0.006	0.031	0.004	0.000	0.046	0.000	0.004	0.632	0.000	0.001	0.015	0.001	0.007	0.069	0.003	0.000	0.859		0.049	0.012	0.000	0.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM25	Pearson C	0.280	0.253	0.188	0.157	.397	.353	.336	0.276	.514	0.272	0.177	.461	0.270	.393	.334	.329	0.291	.446	.457	0.136	0.222	-0.084	0.182	.295	1	.431	0.004	.540
	Sig. (2-tailed)	0.063	0.093	0.217	0.302	0.007	0.018	0.024	0.066	0.000	0.070	0.244	0.001	0.073	0.008	0.025	0.027	0.053	0.002	0.002	0.375	0.143	0.582	0.232	0.049		0.003	0.977	0.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM26	Pearson C	.441	0.223	0.292	0.239	.565	.545	.379	.485	.350	.420	.334	.563	0.284	0.260	0.265	.335	.509	.466	.359	0.141	.347	0.177	0.130	.373	.431	1	-0.214	.626
	Sig. (2-tailed)	0.002	0.141	0.052	0.114	0.000	0.000	0.010	0.001	0.019	0.004	0.025	0.000	0.059	0.085	0.078	0.024	0.000	0.001	0.015	0.356	0.019	0.245	0.393	0.012	0.003		0.158	0.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
FM27	Pearson C	-.557	0.114	-.299	-0.293	-.411	-0.026	-.375	-.422	-.404	-.626	-.347	-.445	-.365	-0.184	-.321	-.358	-0.258	-.571	-.358	-.526	-.511	-.593	-0.190	-.570	0.004	-0.214	1	-.529
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.457	0.046	0.051	0.005	0.865	0.011	0.004	0.006	0.000	0.020	0.002	0.014	0.227	0.031	0.016	0.087	0.000	0.016	0.000	0.000	0.000	0.211	0.000	0.977	0.158		0.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
TOTAL	Pearson C	.718	0.205	.471	.591	.708	.450	.787	.692	.710	.789	.559	.775	.471	.533	.527	.712	.524	.827	.736	.616	.678	.548	.355	.632	.540	.626	1	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.177	0.001	0.000	0.000	0.002	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

SC15	Pearson Chi	.343	0.289	.416	0.169	.565	0.293	0.235	.299	-0.151	0.273	0.288	.343	.515	0.272	1	0.201	.553	.846	.503	0.109	.513	.306	.834	.876	.325	.363	.324	.547	.868
	Sig. (2-tailed)	0.021	0.054	0.004	0.268	0.000	0.051	0.121	0.046	0.322	0.070	0.055	0.021	0.000	0.070		0.185	0.000	0.000	0.000	0.478	0.000	0.041	0.000	0.000	0.029	0.014	0.030	0.000	0.000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46
SC16	Pearson Chi	.508	.493	.440	0.230	.214	.387	.339	.351	-0.247	.353	.423	.388	.516	.514	0.201	1	.473	.455	.443	.345	.457	0.149	.386	.390	0.035	0.231	.437	.490	.831
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.001	0.002	0.128	0.036	0.009	0.023	0.018	0.101	0.018	0.004	0.008	0.000	0.000	0.185		0.001	0.002	0.002	0.020	0.002	0.328	0.009	0.008	0.821	0.127	0.003	0.001	0.000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46
SC17	Pearson Chi	.339	.422	.445	0.184	.581	.346	0.125	.483	-.339	.327	.413	.349	.549	.427	.553	.473	1	.579	.520	0.276	.741	0.235	.527	.598	.316	0.279	.474	.581	.714
	Sig. (2-tailed)	0.023	0.004	0.002	0.226	0.000	0.020	0.412	0.001	0.023	0.028	0.005	0.019	0.000	0.003	0.000	0.001		0.000	0.000	0.066	0.000	0.121	0.000	0.000	0.035	0.063	0.001	0.000	0.000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46
SC18	Pearson Chi	.497	0.143	.706	.296	.399	.485	.410	.555	-0.141	.341	.307	.350	.512	.508	.846	.455	.579	1	.393	0.288	.589	0.127	.865	.748	.410	0.230	.447	.559	.759
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.350	0.000	0.048	0.007	0.001	0.005	0.000	0.355	0.022	0.040	0.018	0.000	0.000	0.000	0.002	0.000		0.008	0.055	0.000	0.406	0.000	0.000	0.005	0.128	0.002	0.000	0.000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46
SC19	Pearson Chi	.399	.556	.469	0.248	.685	.312	0.012	.355	-.508	0.280	.540	.404	.695	.529	.503	.443	.520	.393	1	0.187	.581	.477	.425	.478	0.209	.547	.412	.501	.709
	Sig. (2-tailed)	0.007	0.000	0.001	0.101	0.000	0.037	0.936	0.017	0.000	0.062	0.000	0.006	0.000	0.000	0.000	0.002	0.000	0.008		0.220	0.000	0.001	0.004	0.001	0.169	0.000	0.005	0.000	0.000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46
SC20	Pearson Chi	.534	.332	.477	.449	0.112	.590	.353	.534	-0.176	.322	.594	0.072	.416	.493	0.109	.345	0.276	0.288	0.187	1	0.132	0.020	0.271	0.216	-0.007	0.233	.367	0.183	.504
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.026	0.001	0.002	0.462	0.000	0.017	0.000	0.246	0.031	0.000	0.836	0.005	0.001	0.478	0.020	0.066	0.055	0.220		0.399	0.897	0.072	0.155	0.963	0.124	0.013	0.229	0.000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46
SC21	Pearson Chi	.397	.422	.385	0.144	.677	.342	0.137	.420	-.371	0.229	.313	.386	.487	.441	.513	.457	.741	.589	.581	0.132	1	.333	.824	.860	0.216	.389	.380	.875	.718
	Sig. (2-tailed)	0.007	0.004	0.009	0.346	0.000	0.021	0.370	0.004	0.012	0.130	0.036	0.009	0.001	0.002	0.000	0.002	0.000	0.000	0.000	0.389		0.025	0.000	0.000	0.154	0.008	0.010	0.000	0.000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46
SC22	Pearson Chi	0.079	.321	0.104	0.043	.388	0.210	-.298	0.165	-0.134	0.194	0.271	-0.146	0.288	0.119	.306	0.149	0.235	0.127	.477	0.020	.333	1	.395	.380	0.211	.501	.415	0.269	.392
	Sig. (2-tailed)	0.804	0.031	0.496	0.778	0.008	0.166	0.047	0.279	0.379	0.202	0.072	0.340	0.055	0.438	0.041	0.328	0.121	0.406	0.001	0.897	0.025	0.007	0.010	0.164	0.000	0.005	0.074	0.008	0.008
	N	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46
SC23	Pearson Chi	.531	.355	.456	0.107	.571	.377	0.256	.482	-0.282	0.210	.390	0.173	.570	.485	.834	.386	.527	.865	.425	0.271	.824	.395	1	.830	.327	.550	.494	.805	.761
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.017	0.002	0.485	0.000	0.011	0.089	0.001	0.061	0.166	0.008	0.256	0.000	0.001	0.000	0.009	0.000	0.000	0.004	0.072	0.000	0.007		0.000	0.028	0.000	0.001	0.000	0.000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46
SC24	Pearson Chi	.430	.309	.450	0.140	.506	.353	.310	.461	-.297	.324	.414	.304	.543	.487	.676	.390	.598	.748	.478	0.216	.660	.380	.830	1	.373	.441	.444	.891	.778
	Sig. (2-tailed)	0.003	0.039	0.002	0.359	0.000	0.017	0.038	0.001	0.047	0.030	0.005	0.043	0.000	0.001	0.000	0.008	0.000	0.000	0.001	0.155	0.000	0.010	0.000		0.012	0.002	0.002	0.000	0.000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46
SC25	Pearson Chi	0.097	-0.100	0.186	-0.124	0.237	0.109	0.204	.301	0.064	-0.036	0.107	0.030	0.147	0.217	.325	0.035	.316	.410	0.209	-0.007	0.216	0.211	.327	.373	1	0.245	0.238	0.291	.350
	Sig. (2-tailed)	0.527	0.515	0.220	0.418	0.117	0.478	0.180	0.044	0.674	0.812	0.484	0.847	0.336	0.151	0.029	0.821	0.035	0.005	0.169	0.963	0.154	0.164	0.028	0.012		0.105	0.115	0.052	0.018
	N	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46
SC26	Pearson Chi	.558	.551	0.231	-0.022	.610	0.218	0.168	.368	-.355	0.143	.361	0.090	.460	.403	.363	0.231	0.279	0.230	.547	0.233	.389	.501	.550	.441	0.245	1	0.271	.445	.588
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.127	0.888	0.000	0.151	0.271	0.013	0.017	0.350	0.015	0.557	0.001	0.006	0.014	0.127	0.063	0.128	0.000	0.124	0.008	0.000	0.000	0.002	0.105		0.072	0.002	0.000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46
SC27	Pearson Chi	.298	.512	.546	.310	.355	.883	0.255	.515	-.382	.396	.532	0.091	.488	.542	.324	.437	.474	.447	.412	.367	.380	.415	.494	.444	0.238	0.271	1	.365	.867
	Sig. (2-tailed)	0.047	0.000	0.000	0.038	0.017	0.000	0.091	0.000	0.010	0.007	0.000	0.552	0.001	0.000	0.030	0.003	0.001	0.002	0.005	0.013	0.010	0.005	0.001	0.002	0.115	0.072		0.014	0.000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46
SC28	Pearson Chi	.430	.439	.330	0.054	.508	.351	.352	.494	-0.195	0.071	.411	.311	.462	.474	.547	.490	.581	.559	.501	0.183	.875	0.269	.805	.891	0.291	.445	.365	1	.725
	Sig. (2-tailed)	0.003	0.003	0.027	0.724	0.000	0.018	0.018	0.001	0.200	0.645	0.005	0.038	0.001	0.001	0.000	0.001	0.000	0.000	0.000	0.229	0.000	0.074	0.000	0.000	0.052	0.002	0.014		0.000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46
TOTAL	Pearson Chi	.696	.569																											

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

LAMPIRAN 7 HASIL UJI RELIABILITAS

HASIL UJI RELIABILITAS SKALA *FEAR OF MISSING OUT*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.921	25

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
FM01	63.4222	127.886	.671	.916
FM03	63.4000	134.064	.402	.920
FM04	63.3778	130.831	.560	.918
FM05	63.6444	127.916	.675	.916
FM06	63.2667	133.655	.400	.920
FM07	63.4889	122.210	.762	.914
FM08	62.9111	129.446	.638	.917
FM09	63.5778	129.340	.675	.916
FM10	63.7333	126.291	.748	.914
FM11	63.4889	132.392	.518	.919
FM12	63.9111	124.992	.761	.914
FM13	63.5556	133.571	.435	.920
FM14	63.3333	130.227	.484	.919
FM15	63.8444	130.498	.495	.919
FM16	63.3333	126.409	.680	.915
FM17	63.4889	132.437	.489	.919
FM18	63.3333	126.136	.798	.914
FM19	63.1333	126.118	.682	.915
FM20	63.2444	130.462	.577	.918
FM21	63.2889	128.346	.634	.916
FM22	63.4667	131.436	.506	.919
FM24	63.6667	128.818	.602	.917
FM25	63.6889	131.583	.491	.919
FM26	63.4222	131.568	.587	.918
FM27	63.6444	152.916	-.589	.937

HASIL UJI RELIABILITAS SKALA *SELF CONCEPT*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.942	26

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SC01	64.9333	158.200	.672	.939
SC02	65.2222	157.722	.547	.941
SC03	64.8444	156.543	.692	.939
SC04	64.2444	164.962	.369	.942
SC05	65.3778	156.286	.652	.939
SC06	64.4222	157.295	.618	.940
SC07	65.0889	161.992	.345	.943
SC08	64.7333	158.518	.680	.939
SC10	64.5778	162.840	.443	.941
SC11	64.5111	159.256	.676	.939
SC12	65.3333	162.545	.385	.942
SC13	64.7111	156.437	.778	.938
SC14	64.9111	156.174	.727	.938
SC15	65.2667	157.700	.617	.940
SC16	64.6444	158.962	.605	.940
SC17	65.4222	157.568	.682	.939
SC18	64.8667	155.618	.708	.938
SC19	65.3556	154.916	.688	.939
SC20	64.4889	162.756	.475	.941
SC21	65.4444	157.025	.694	.939
SC22	64.7556	163.507	.332	.943
SC23	65.3333	154.500	.724	.938
SC24	65.2444	153.689	.739	.938
SC26	65.2667	158.655	.547	.940
SC27	64.3111	160.128	.644	.939
SC28	65.0222	153.704	.677	.939

LAMPIRAN 8 HASIL KATEGORISASI

HASIL KATEGORISASI *FEAR OF MISSING OUT*

Kategori					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	rendah	12	11.4	11.4	11.4
	sedang	62	59.0	59.0	70.5
	tinggi	31	29.5	29.5	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

HASIL KATEGORISASI *SELF CONCEPT*

Kategori					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	rendah	19	18.1	18.1	18.1
	sedang	67	63.8	63.8	81.9
	tinggi	19	18.1	18.1	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

LAMPIRAN 9 HASIL UJI ASUMSI KLASIK

HASIL UJI ASUMSI KLASIK HASIL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	9.13985007
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.081
	Negative	-.078
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.083 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

HASIL UJI LINIERITAS

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
fomo * Self Concept	Between Groups	(Combined)	13910.981	46	302.413	4.400	.000
		Linearity	9209.729	1	9209.729	133.991	.000
		Deviation from Linearity	4701.252	45	104.472	1.520	.066
	Within Groups		3986.581	58	68.734		
	Total		17897.562	104			

LAMPIRAN 10 HASIL UJI HIPOTESIS

HASIL UJI HIPOTESIS

HASIL UJI KORELASI *PERSON PRODUCT MOMENT*

Correlations			
		<i>Self Concept</i>	fomo
<i>Self Concept</i>	Pearson Correlation	1	-.717**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	105	105
fomo	Pearson Correlation	-.717**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	105	105
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

LAMPIRAN 11 HASIL UJI TAMBAHAN

HASIL UJI TAMBAHAN

HASIL UJI *INDEPENDENT SAMPLE T-TEST*

PENGARUH INTENSITAS TERHADAP VARIABEL

FEAR OF MISSING OUT

Group Statistics

	Durasi	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Fomo	1-2 jam	30	51.37	5.696	1.040
	3-4 jam	75	73.47	9.365	1.081

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Fomo	Equal variances assumed	5.099	.026	-12.044	103	.000	-22.100	1.835	-25.739	-18.461
	Equal variances not assumed			-14.730	86.148	.000	-22.100	1.500	-25.083	-19.117

SELF CONCEPT**Group Statistics**

	Intensitas	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
SC	1-2 jam	30	75.73	10.521	1.921
	3-4 jam	75	59.68	10.967	1.266

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
SC	Equal variances assumed	.031	.860	6.853	103	.000	16.053	2.342	11.408	20.699
	Equal variances not assumed			6.978	55.574	.000	16.053	2.301	11.444	20.663

HASIL UJI INDEPENDENT SAMPLE T-TEST
PENGARUH GENDER TERHADAP VARIABEL
FEAR PF MISSING OUT

Group Statistics

	Gender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
fomo	perempuan	78	67.38	13.238	1.499
	laki-laki	27	66.48	12.989	2.500

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
fomo	Equal variances assumed	.258	.612	.307	103	.759	.903	2.942	-4.932	6.738
	Equal variances not assumed			.310	46.048	.758	.903	2.915	-4.964	6.770

SELF CONCEPT**Group Statistics**

	Gender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
<i>Self Concept</i>	perempuan	78	62.88	12.608	1.428
	laki-laki	27	68.26	13.606	2.618

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
<i>Self Concept</i>	Equal variances assumed	.363	.548	-1.871	103	.064	-5.375	2.873	-11.073	.323
	Equal variances not assumed			-1.802	42.486	.079	-5.375	2.982	-11.391	.642

LAMPIRAN 12 DATA SKOR

DATA SKOR *FEAR OF MISSING OUT*

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
1	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	61
2	4	3	2	3	2	2	4	3	3	3	1	2	2	3	4	3	2	4	3	2	3	3	2	2	2	67
3	2	3	3	2	4	2	4	2	2	2	1	2	3	2	3	1	3	3	3	4	4	1	3	2	3	64
4	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	58
5	3	3	3	1	3	2	3	3	2	3	1	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	56
6	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	2	4	3	3	4	4	3	88
7	1	2	1	1	3	1	3	2	1	2	2	3	2	1	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	50
8	2	2	3	3	3	3	4	2	1	2	2	2	3	1	2	3	2	3	3	2	2	1	2	3	4	60
9	3	2	2	1	2	1	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	60
10	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	60
11	2	2	2	1	1	1	3	2	1	2	1	2	2	1	2	3	1	2	2	2	2	2	1	2	3	45
12	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	4	2	3	3	2	2	3	3	62
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	74
14	1	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	3	2	4	46
15	2	2	3	1	3	2	3	2	2	3	1	2	3	1	2	2	2	3	3	2	3	1	1	2	4	55
16	2	3	1	2	4	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	3	3	2	3	3	57
17	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	63
18	4	4	2	3	2	2	4	3	1	3	1	2	3	1	2	3	4	4	3	4	2	1	3	3	2	66
19	2	2	2	1	3	1	1	1	2	3	1	3	2	2	2	1	2	2	2	3	3	3	2	2	3	51
20	3	4	4	2	1	4	3	3	3	2	1	3	3	1	4	2	3	3	3	4	4	2	1	2	2	67
21	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	54
22	3	3	3	3	4	2	4	2	2	4	2	3	2	3	4	4	2	3	4	3	2	4	3	3	3	75
23	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	4	2	3	2	2	3	4	3	3	2	3	2	75
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	73
25	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	78
26	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	79
27	3	2	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	1	84
28	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	82
29	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	4	3	3	2	3	3	4	3	2	2	2	3	3	68
30	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	65
31	3	2	2	2	3	2	4	3	3	1	3	2	3	3	4	2	3	4	3	2	2	3	4	3	3	69
32	3	2	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	78
33	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	4	3	4	2	3	4	3	3	75

34	2	3	2	2	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	2	2	1	1	2	3	4	43
35	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	4	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	74
36	4	4	4	4	3	4	3	2	3	2	4	3	1	3	3	2	4	4	3	4	4	4	2	2	1	77
37	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	2	3	68
38	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	2	2	3	3	3	2	75
39	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	1	84
40	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	1	2	4	2	2	2	2	3	4	2	2	1	1	1	1	52
41	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	1	83
42	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	60
43	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	1	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	1	78
44	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	55
45	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	87
46	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	52
47	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	51
48	1	1	2	1	3	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	2	3	1	4	38
49	1	1	1	1	2	1	3	1	1	1	3	3	1	2	4	1	1	3	4	1	1	3	1	2	3	46
50	3	3	3	2	3	2	4	2	2	2	2	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	2	2	3	3	65
51	2	2	2	2	2	2	4	2	1	2	1	3	3	1	3	1	2	2	3	2	2	1	3	2	4	54
52	3	3	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	3	1	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	56
53	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	61
54	2	1	1	2	3	1	4	1	2	3	1	1	2	2	2	1	3	2	1	1	1	1	3	3	4	48
55	4	1	4	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	4	4	4	1	1	1	4	49
56	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	1	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	60
57	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	1	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	52
58	1	1	1	1	1	1	4	4	1	4	1	4	4	1	4	4	1	1	4	4	1	1	1	4	4	58
59	3	3	3	1	3	3	4	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4	4	2	70
60	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	55
61	1	1	1	1	3	1	3	1	1	1	1	2	3	1	1	3	2	1	2	1	1	1	2	3	4	42
62	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	46
63	2	2	3	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	1	1	2	4	2	2	54
64	2	2	3	1	3	2	3	1	2	2	1	2	2	1	3	1	2	2	2	1	2	1	1	1	3	46
65	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	1	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	58
66	1	2	1	2	3	1	4	3	1	2	1	1	2	1	2	1	1	3	3	2	2	1	1	2	4	47
67	1	1	1	2	3	1	3	2	2	3	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	4	52
68	2	2	2	2	3	3	3	1	2	4	1	4	1	2	2	4	3	3	3	3	3	2	2	2	4	63
69	4	4	4	1	1	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	4	3	4	2	72
70	2	4	3	2	4	3	1	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	4	2	3	64
71	2	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	2	2	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	73

DATA SKOR SELF CONCEPT

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	
1	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	1	2	2	3	2	60
2	4	1	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	3	4	2	2	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	84
3	3	3	4	4	3	4	1	3	3	3	2	3	4	3	3	2	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	81
4	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	67
5	2	2	2	3	2	3	1	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	63
6	3	4	4	4	2	4	4	3	4	4	2	4	4	1	4	2	2	4	4	2	4	2	2	3	4	2	82
7	2	1	4	4	1	4	1	4	4	4	2	4	4	2	3	3	3	2	4	2	2	2	2	1	4	2	71
8	3	2	3	3	2	4	2	3	4	3	1	3	3	3	3	3	4	1	4	3	4	4	4	3	4	4	80
9	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	1	4	3	72
10	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	1	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	69
11	2	2	3	3	2	3	4	3	3	3	1	2	2	2	2	2	3	1	3	2	3	3	3	1	4	2	64
12	3	2	2	4	2	4	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	68
13	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	57
14	2	1	2	4	1	4	2	2	2	3	2	3	2	1	3	1	2	2	3	2	3	1	2	1	3	2	56
15	2	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	85
16	2	3	2	3	4	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	73
17	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	65
18	3	3	3	4	1	4	1	4	3	3	1	2	4	1	2	1	2	1	4	1	1	1	1	2	3	2	58
19	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	2	3	3	1	4	3	3	3	3	3	4	2	2	3	4	3	79
20	4	2	3	4	2	3	1	3	2	4	2	3	3	2	4	3	3	2	4	2	1	3	3	2	3	3	71
21	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	60
22	3	2	3	4	4	3	2	2	3	2	3	2	3	3	1	2	3	2	3	2	3	1	2	3	3	2	66
23	4	2	4	4	2	4	2	3	4	2	4	3	3	1	3	2	3	1	2	2	1	2	1	3	2	2	66
24	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56
25	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	57
26	2	2	2	3	2	2	4	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	60
27	2	2	2	2	1	2	4	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1	3	1	2	1	1	2	2	1	46
28	2	2	2	3	2	2	4	2	3	3	2	2	2	1	2	1	1	2	3	1	3	1	1	2	3	1	53
29	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	1	3	1	3	1	1	2	3	1	54
30	3	2	2	2	2	3	2	4	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	4	4	4	4	3	3	72
31	2	3	2	4	1	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	1	4	2	67
32	2	2	2	3	1	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	3	1	2	2	3	2	54
33	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	1	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	61
34	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	94
35	2	2	3	4	2	4	1	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	4	2	67

36	3	4	1	3	3	4	3	3	2	4	2	3	2	2	3	2	1	2	4	2	3	2	1	3	3	4	69
37	3	4	3	3	2	3	2	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	1	3	2	3	3	4	3	80
38	2	1	2	3	1	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	1	1	2	2	2	2	53
39	2	1	2	3	1	1	3	2	4	2	3	2	2	1	4	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	49
40	4	4	4	4	3	4	1	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	96
41	2	1	2	4	1	2	3	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	1	3	1	3	2	1	2	3	1	48
42	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	80
43	2	1	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	3	2	51
44	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	85
45	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	2	4	3	3	3	2	2	3	3	2	4	3	2	4	4	1	81
46	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	70
47	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	67
48	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	2	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	83
49	3	2	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	3	4	1	3	1	4	3	78
50	3	2	4	4	2	3	2	4	2	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	1	3	3	76
51	2	3	3	4	2	4	2	3	4	4	2	3	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	2	1	4	2	73
52	2	2	3	3	2	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	1	2	2	3	2	4	2	2	2	3	1	67
53	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	4	3	74
54	3	3	3	4	1	4	3	4	2	4	2	2	2	2	4	4	4	4	3	4	1	4	3	1	4	4	79
55	4	1	4	4	1	4	1	4	4	4	1	4	4	1	4	1	1	1	4	4	4	1	4	1	4	4	74
56	3	2	3	4	2	3	2	2	3	3	3	3	4	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	67
57	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	1	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	68
58	4	1	4	4	1	4	1	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	90
59	1	1	3	3	1	3	1	4	3	2	4	3	1	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	1	4	4	65
60	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	81
61	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	96
62	3	3	3	4	3	3	1	3	4	4	2	3	4	2	4	1	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	77
63	2	2	2	2	3	3	4	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	62
64	4	3	4	4	1	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	88
65	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	66
66	3	2	3	4	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	3	1	4	3	79
67	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	71
68	3	2	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	3	2	4	1	4	1	4	2	4	1	2	2	3	2	69
69	4	2	3	3	1	4	1	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	1	1	1	4	4	64
70	2	2	3	3	2	3	2	3	3	4	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	2	2	3	3	73
71	3	2	2	3	2	2	4	2	4	3	2	2	2	2	3	1	2	3	3	1	4	2	3	1	4	2	64
72	3	3	2	3	2	3	4	3	3	2	2	3	1	1	2	2	1	2	2	3	2	1	2	3	2	3	60
73	2	2	2	3	2	4	2	4	3	3	1	2	3	1	3	2	3	1	2	2	1	3	2	1	2	4	60

74	3	3	3	4	3	3	1	3	3	3	1	3	3	3	4	2	3	2	4	3	3	2	3	3	4	3	75	
75	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	2	3	2	1	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	67	
76	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	1	3	1	2	2	3	2	58	
77	2	2	2	3	2	2	4	2	3	3	2	2	2	2	3	1	2	2	3	1	3	2	1	1	3	1	56	
78	2	1	2	3	2	2	4	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1	2	3	1	44	
79	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	3	59	
80	2	1	2	3	1	2	3	2	2	3	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	46
81	2	2	2	2	1	2	4	2	2	3	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	44	
82	1	1	2	2	1	2	4	2	3	3	1	2	2	1	3	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	44	
83	1	2	2	2	1	2	4	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	41	
84	2	2	2	3	1	2	4	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	41	
85	2	2	2	3	1	2	4	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	3	1	3	1	1	1	3	1	47	
86	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	1	2	2	3	1	55	
87	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	3	1	3	1	1	2	3	1	51	
88	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	1	57	
89	2	2	2	2	1	2	4	3	3	2	1	4	3	2	1	1	1	2	2	2	3	1	1	1	2	1	51	
90	2	2	2	2	2	2	4	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	43	
91	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	45	
92	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	2	1	52	
93	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	54	
94	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56	
95	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	55	
96	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	54	
97	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	54	
98	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	56	
99	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	4	2	1	2	4	2	3	2	1	1	3	1	55	
100	1	2	2	3	2	2	3	2	2	1	1	2	2	2	3	2	1	1	3	1	3	1	1	2	3	1	49	
101	2	2	2	2	1	2	4	2	3	2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2	1	48	
102	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	4	1	1	1	3	1	3	2	2	2	2	1	52	
103	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	57	
104	1	2	2	3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2	2	2	1	2	2	54	
105	2	2	2	3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	1	4	1	2	2	4	2	3	2	2	2	2	1	57	