



## Hubungan *Self-Esteem* dengan *Fear of Missing Out (FoMO)* pada Ibu-Ibu di Sumatera Barat

Annisa Rahmi<sup>1\*</sup>, Yolivia Irna Aviani<sup>2</sup>

<sup>1-2</sup>Departemen Psikologi dan Kesehatan, Universitas Negeri Padang, Indonesia

Alamat: Jln. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Padang, Sumatera Barat, Indonesia

\*Korespondensi penulis: [annissarraahmi@gmail.com](mailto:annissarraahmi@gmail.com)

**Abstract.** *This study aims to examine the relationship between self-esteem and fear of missing out (FoMO) among mothers in West Sumatra. FoMO is characterized by anxiety or fear of missing important experiences, especially those seen on social media. A total of 385 mothers aged 18–40 who actively use social media participated in this study. Using a quantitative correlational method and purposive sampling, data were analyzed through Pearson Product-Moment correlation. The results showed a significant negative relationship between self-esteem and FoMO ( $r = -0.622, p < 0.05$ ). These findings suggest that mothers with lower self-esteem are more prone to FoMO. The study highlights the importance of self-perception in the digital age and provides practical implications for mental well-being among adult women.*

**Keywords:** *Fear of Missing Out, Mothers, Self-Esteem, Social Media, West Sumatra.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *self-esteem* dengan *fear of missing out* (FoMO) pada ibu-ibu di Sumatera Barat. FoMO merupakan perasaan cemas atau takut tertinggal dari pengalaman penting, terutama yang terlihat di media sosial. Sebanyak 385 ibu berusia 18–40 tahun yang aktif menggunakan media sosial menjadi partisipan dalam penelitian ini. Dengan menggunakan metode kuantitatif korelasional dan teknik purposive sampling, data dianalisis menggunakan korelasi *Pearson Product-Moment*. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara *self-esteem* dan FoMO ( $r = -0.622, p < 0.05$ ). Temuan ini mengindikasikan bahwa ibu-ibu dengan *self-esteem* rendah cenderung lebih rentan mengalami FoMO. Studi ini menyoroti pentingnya persepsi diri di era digital serta implikasinya terhadap kesejahteraan mental perempuan dewasa.

**Kata Kunci:** *Fear of Missing Out, Ibu-Ibu, Media Sosial, Self-Esteem, Sumatera Barat.*

### 1. LATAR BELAKANG

Perkembangan globalisasi menyebabkan terjadi perubahan teknologi yang membawa pengaruh terhadap kehidupan. Menurut survei Hootsuite pengguna internet di dunia mencapai 4,66 miliar pengguna dengan 4,22 miliar sebagai pengguna media sosial (Riadi, 2021). Hasil survei yang telah dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024), pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan dari 77.02% hingga 78.19% pada tahun 2022 - 2023. Menurut Kelly dan Chan (2008), media sosial adalah jembatan dalam melakukan komunikasi secara online. Sejalan dengan penelitian Lewis, Pea dan Rosen (2010), menyatakan media sosial merupakan salah satu bentuk teknologi digital yang memungkinkan manusia untuk berinteraksi, terhubung, dan menghasilkan berbagai jenis konten.

Pengguna media sosial terjadi di kalangan dewasa awal termasuk ibu-ibu. Menurut Hurlock (1999), menyatakan individu yang termasuk golongan dewasa awal berusia dari 18

hingga 40 tahun. Pada masa dewasa awal, perempuan sering kali memasuki fase kehidupan yang penuh dengan perubahan dan tanggung jawab baru, seperti mulai menjalani peran sebagai istri dan ibu. Dalam tahap ini, seorang ibu menghadapi berbagai tantangan, termasuk penyesuaian dalam pernikahan, dimana mereka harus membangun hubungan yang harmonis dengan pasangan serta menata kehidupan rumah tangga. Selain itu peran sebagai ibu membawa tanggung jawab besar, seperti mengasuh anak, mengelola rumah, dan memastikan kesejahteraan keluarga (Hurlock, 1999).

Survei dari Australian Psychological Society (2015), menunjukkan bahwa banyak ibu menggunakan media sosial hingga lima kali atau lebih dalam sehari. Mereka menghabiskan waktu cukup banyak untuk mengecek update, me-refresh halaman, dan berselancar di media sosial. Aktivitas ini bahkan dilakukan di berbagai situasi, seperti sebelum tidur, saat makan, ketika hendak bepergian, menyetir, bahkan saat sedang berjalan kaki. Intensitas penggunaan yang tinggi ini tidak lepas dari keinginan untuk memperoleh informasi yang relevan dan terkini. Namun, apabila akses terhadap media sosial tidak dilakukan, sebagian ibu justru dapat merasakan perasaan cemas, takut, atau khawatir karena merasa tertinggal informasi (Abel, Buff & Burr, 2016). Hal tersebut dapat menjadi tanda bahwa individu mengalami *Fear of Missing Out* (FoMO) yaitu berupa perasaan cemas atau khawatir karena tidak ikut serta dalam suatu aktivitas sosial maupun sesuatu yang sedang populer atau menyenangkan. FoMO adalah perasaan bahwa individu lain akan memiliki pengalaman yang lebih berharga dibandingkan dirinya (Przybylski, Murayama, Dehaan & Gladwell, 2013). Meningkatnya FoMO pada individu dapat menimbulkan emosi negatif seperti mudah stress, cemas dan insecurities (Alt, 2018).

Berdasarkan hasil survei lapangan yang telah dilakukan di Sumatera Barat. Hasilnya diperoleh data dari 121 orang ibu-ibu tersebut diantaranya sebanyak 78 ibu-ibu pernah mengalami FoMO yang ditandai dengan adanya perasaan tertinggal dari pengalaman orang-orang yang dilihatnya di media sosial. Mereka menjelaskan bahwa perasaan tertinggal tersebut dialami karena tidak memiliki pengalaman yang sama dengan apa yang dilihat dan dibagikan oleh orang-orang di media sosial. Hal ini mendorong mereka untuk melakukan hal yang serupa, seperti harus pergi jalan-jalan juga, ingin tergabung menjadi ibuibu sosialita sebagaimana yang dibagikan oleh orang-orang di sosial medianya, cenderung mengikuti berbagai informasi berupa tempat-tempat hiburan, informasi mengenai parenting maupun keluarga.

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi FoMO menurut Abel et al., (2016), yaitu *self-esteem* dan *anxiety*. *Self-esteem* adalah penilaian diri yang dilakukan oleh orang lain yang berkaitan dengan diri sendiri yang mencerminkan sikap penerimaan dan penolakan serta

menunjukkan sejauh mana seseorang percaya untuk berhasil, mampu, penting dan berharga (Coopersmith, 1967). Berdasarkan data mengenai *self-esteem* yang diperoleh, hal tersebut dapat terjadi karena faktor tingkat tinggi atau rendahnya *self-esteem* pada subjek. Individu yang memiliki *self-esteem* rendah sering kali merasa kurang berharga, yang pada gilirannya menyebabkan kurangnya rasa percaya diri terhadap berbagai aspek dalam dirinya. Przybylski et al. (2013), menyoroti adanya hubungan signifikan antara *self-esteem* dan FoMO pada dewasa awal. Individu dengan *self-esteem* rendah memiliki risiko yang lebih besar untuk mengalami FoMO. Penelitian tersebut menyatakan bahwa *self-esteem* memainkan peran penting dalam kekhawatiran seseorang terhadap kehilangan momen sosial yang dianggap penting oleh orang lain (Przybylski et al., 2013).

Pada penelitian Amalia dan Sumaryanti (2022), terhadap 300 pengguna Instagram dalam rentang usia *emerging adulthood* (18-25 tahun) menunjukkan bahwa *self-esteem* memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat *Fear of Missing Out* (FoMO) yang dialami oleh subjek penelitian. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa individu dengan *self-esteem* rendah cenderung lebih rentan terhadap perasaan cemas dan takut ketinggalan informasi atau pengalaman sosial yang dibagikan oleh orang lain di Instagram. Mereka sering merasa khawatir tentang bagaimana pendapat orang lain terhadap kehidupan mereka dan cenderung menghabiskan lebih banyak waktu untuk memeriksa pembaruan media sosial. Sebaliknya, individu dengan *self-esteem* tinggi akan dapat mengatasi perasaan FoMO serta tidak terlalu terpengaruh oleh apa yang terjadi di platform tersebut.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan temuan dari Fitri, Hariyono, & Arpandy (2024), yang menyatakan bahwa *self-esteem* dan FoMO memiliki hubungan yang negatif. Artinya, semakin tinggi *self-esteem* seseorang, semakin rendah tingkat FoMO-nya, dan sebaliknya, semakin rendah *self-esteem*, maka FoMO cenderung semakin tinggi. Berdasarkan uraian permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Hubungan *Self-Esteem* dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Ibu-ibu di Sumatera Barat.

## 2. KAJIAN TEORITIS

*Self-esteem* adalah evaluasi individu terhadap nilai dan pandangan terhadap dirinya sendiri, yang mencerminkan sejauh mana seseorang memandang dirinya sebagai pribadi yang berharga, mampu, dan layak dihargai. Rosenberg (1965), mendefinisikan *self-esteem* sebagai sikap positif atau negatif seseorang terhadap dirinya sendiri, yang memengaruhi cara berpikir, merasa, dan berperilaku dalam kehidupan sehari-hari. Individu dengan *self-esteem* tinggi cenderung memiliki pandangan positif terhadap dirinya sendiri, merasa kompeten, dan

memiliki keyakinan dalam menjalani kehidupan. Sebaliknya, individu dengan *self-esteem* rendah cenderung merasa tidak cukup baik, memiliki keraguan terhadap kemampuan diri, dan lebih mudah terpengaruh oleh tekanan sosial.

Rosenberg (1965), membagi *self-esteem* menjadi dua aspek utama yaitu *self-competence*, merupakan keyakinan individu terhadap kemampuan diri dalam mencapai tujuan dan *self-liking*, yaitu sejauh mana seseorang menerima dan menyukai dirinya dalam konteks sosial. Kedua aspek ini berkontribusi terhadap cara seseorang merespons tantangan, menjalin hubungan, dan menghadapi tekanan dari lingkungan, termasuk tekanan yang muncul dari media sosial.

*Fear of missing out* (FoMO) adalah perasaan cemas, takut, atau khawatir yang timbul ketika seseorang merasa tertinggal atau tidak terlibat dalam pengalaman sosial yang dianggap penting atau menyenangkan. Przybylski et al. (2013), yang menjelaskan bahwa FoMO berkaitan dengan tiga kebutuhan dasar psikologis dalam teori *self-determination*: *autonomy* (kebebasan bertindak), *competence* (kemampuan diri), dan *relatedness* (kebutuhan akan hubungan sosial). Ketika kebutuhan ini tidak terpenuhi, individu lebih rentan mengalami FoMO, terutama dalam konteks penggunaan media sosial. Menurut Sette et al., (2020), FoMO merupakan perasaan cemas atau khawatir kepada orang lain yang sedang mengalami pengalaman yang lebih baik atau lebih menyenangkan, yang dipicu oleh pengalaman penggunaan media sosial. Terdapat empat aspek FoMO menurut Sette et al., (2020), yaitu *need to belong*, *need for popularity*, *anxiety*, dan *addiction*.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *self-esteem* memiliki hubungan negatif yang signifikan dengan FoMO (Przybylski et al., 2013; Abel et al., 2016; Yong & Wijaya, 2023), Individu dengan *self-esteem* rendah cenderung lebih rentan terhadap FoMO karena mereka merasa perlu mendapat validasi dari lingkungan sosial melalui media sosial. Mereka lebih sering memantau aktivitas orang lain, merasa tertinggal, dan terdorong untuk menyesuaikan diri secara berlebihan. Sebaliknya, individu dengan *self-esteem* tinggi cenderung lebih mampu mengontrol kebutuhan untuk tetap terhubung dan tidak mudah terpengaruh oleh tekanan sosial digital.

### 3. METODE PENELITIAN

Populasi pada penelitian ini adalah ibu-ibu di Sumatera Barat yang jumlah populasinya tidak diketahui. Untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini dihitung menggunakan rumus Cochran (Sugiyono,2020), sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

$Z^2$  = Harga dalam kurva normal untuk simpanan 5%, dengan nilai =1,96

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*), dalam penelitian ini menggunakan 5%

Berdasarkan rumus Cochran di atas, diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 385 responden dengan taraf kesalahan 5%. Untuk memfokuskan pemilihan pengambilan sampel yang dapat mewakili jumlah populasi, maka digunakan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2020). Dengan kriteria sampel pertama, berusia 18 sampai 40 tahun, kedua berdomisili di Sumatera Barat, ketiga sudah memiliki anak, dan yang keempat menggunakan media sosial.

Instrument pengumpulan data penelitian menggunakan skala psikologi. Skala *self-esteem* yang digunakan adalah skala *rosenberg's self-esteem*, yang disusun berdasarkan aspek *self-competence* dan *self-liking* (Rosenberg, 1965). Diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia oleh Alwi dan Razak (2022), 10 item dengan nilai  $\alpha = .853$ . Skala *fear of missing out* (FoMO) yang digunakan adalah skala ON-FOMO, yang disusun berdasarkan aspek *need to belong*, *need for popularity*, *anxiety*, dan *addiction* (Sette et al., 2020). Diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia oleh Kurniawan dan Utami (2022), 20 item dengan nilai  $\alpha = .920$ . Metode analisis data menggunakan rumus *product moment correlation coefficient* yang dikembangkan oleh Karl Pearson. Analisis data penelitian dihitung menggunakan program IBM SPSS versi 30 *for windows*.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan *self-esteem* dengan FoMO pada ibu-ibu di Sumatera Barat. Ibu-ibu yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 385 orang ibu-ibu. Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan analisis korelasi *pearson product moment*, diperoleh nilai signifikansi antara variabel *self-esteem* dan FoMO sebesar 0,001 ( $p < 0,05$ ). Nilai ini lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Dengan demikian,

hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (H1). Nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar  $-0,622$  menunjukkan bahwa tingkat hubungan berada dalam kategori kuat, mengacu pada klasifikasi korelasi menurut Sugiyono (2023), yang menyatakan bahwa nilai korelasi antara  $0,60 - 0,799$  termasuk dalam kategori kuat. Arah hubungan yang negatif menunjukkan bahwa arah hubungan yang berlawanan, sehingga semakin tinggi *self-esteem* individu, maka semakin rendah tingkat FoMO yang dialaminya, dan sebaliknya.

Temuan ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Syawalli (2023) terhadap mahasiswa pengguna media sosial di UIN Ar-Raniry Banda Aceh, yang menunjukkan bahwa rendahnya *self-esteem* berkontribusi besar terhadap meningkatnya FoMO. Faktor-faktor lain seperti keterbukaan informasi di media sosial, tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis (seperti *relatedness* dan aktualisasi diri), serta fenomena *social one-upmanship* juga turut memperkuat timbulnya FoMO. Hal serupa juga ditemukan dalam studi Yong dan Wijaya (2023) pada pengguna Instagram, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi *self-esteem*, semakin rendah tingkat FoMO, dengan pengguna aktif selama 2–4 tahun memiliki tingkat FoMO tertinggi. Penelitian oleh Isnengah, Nuryani, dan Lindasari (2024) pun mendukung hal ini, di mana *emerging adulthood* dengan *self-esteem* rendah cenderung mengalami FoMO karena ketidakpastian diri dan rasa cemas terhadap ketertinggalan informasi. Sementara itu, individu dengan pengendalian diri dan kepercayaan diri yang baik cenderung tidak mengalami FoMO.

Sementara itu, pada kategori variabel FoMO dan *self-esteem* responden berada pada kategori sedang. Hasil distribusi data lapangan variabel *self-esteem* rendah, menunjukkan bahwa responden kurang memiliki kekuatan dalam mewujudkan impiannya. Hal ini tercermin seperti merasa tidak banyak yang dapat dibanggakan dari dirinya dan merasa bahwa dirinya merupakan orang yang gagal. Selain itu, responden juga kurang memiliki rasa percaya terhadap dirinya, seperti merasa dirinya sebagai orang yang tidak baik dan merasa bahwa dirinya tidak berguna. Sejalan dengan kondisi tersebut, hasil distribusi data lapangan variabel FoMO menunjukkan bahwa responden merasakan perasaan tidak nyaman, seperti merasa kesal dan selalu memikirkan media sosial apabila tidak terhubung dan ketika tidak dapat mengaksesnya. Tidak hanya itu responden juga merasa untuk diterima dalam suatu kelompok, misalnya merasa sedih apabila tidak diajak mengikuti suatu kegiatan didalam kelompok. Selanjutnya responden merasa perlu mendapatkan pengakuan atau validasi, seperti ingin memperoleh banyak like dan komentar pada suatu hal yang diposting.

Sebaliknya, hasil distribusi lapangan variabel *self-esteem* tinggi, menunjukkan bahwa responden memiliki kekuatan untuk mewujudkan impiannya, seperti bersikap positif terhadap

dirinya sendiri, melakukan hal yang dilakukan oleh orang lain, serta menganggap dirinya sebagai orang yang berharga. Kondisi tersebut berhubungan dengan hasil distribusi data variabel FoMO, menunjukkan bahwa responden masih mampu mengontrol durasi penggunaan media sosial. Seperti saat berkumpul dengan teman responden memilih untuk bergabung dengan temannya dibandingkan melihat smartphone, dan menghadiri pertemuan tepat waktu dibandingkan menghabiskan waktu di media sosial. Selain itu, responden merasa senang apabila diterima dalam kelompok, seperti responden tidak menjaga jarak dengan orang lain saat melihat postingan orang lain, responden juga merasa senang ketika temannya pergi kesuatu tempat dan melihat teman nya bahagia.

Hasil distribusi lapangan mengenai *self-esteem* menunjukkan kesesuaian dengan penelitian Putri dan Rusli (2020), yang menyatakan bahwa individu dengan tingkat *self-esteem* sedang cenderung memiliki kepercayaan diri yang cukup dalam mengambil keputusan, mampu menyampaikan pendapat secara tenang dan terbuka, serta merasa lebih nyaman dalam berinteraksi sosial. Sementara itu, distribusi lapangan terkait tingkat FoMO juga sejalan dengan temuan Komala, Rafiyah, dan Witdiawati (2022), yang menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kategori FoMO sedang, menandakan bahwa mereka masih memiliki kemampuan untuk mengontrol diri dan tidak terdorong untuk terus-menerus mengakses media sosial. Hal ini diperkuat oleh penelitian Abderaheem dan Ahmeed (2018), yang mengungkapkan bahwa individu dengan tingkat FoMO sedang tetap mampu menjaga kualitas hubungan sosial dalam kehidupan nyata.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan negatif antara *self-esteem* dan *fear of missing out* (FoMO) pada ibu-ibu di Sumatera Barat. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *self-esteem* yang dimiliki individu, maka semakin rendah tingkat FoMO yang mereka alami, dan sebaliknya. Hasil analisis korelasi pearson product moment menunjukkan nilai signifikansi sebesar .001 ( $p < 0,05$ ) dengan koefisien korelasi  $-0,622$ , yang termasuk dalam kategori hubungan kuat. Hasil distribusi data juga memperlihatkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori sedang baik dalam *self-esteem* maupun FoMO, yang mengindikasikan adanya kecenderungan moderat dalam kepercayaan diri dan tingkat ketergantungan terhadap media sosial. Responden dengan *self-esteem* rendah menunjukkan ciri-ciri kurangnya rasa percaya diri, perasaan gagal, dan kecemasan akan pengakuan sosial, yang sejalan dengan gejala FoMO seperti perasaan gelisah saat tidak terkoneksi dengan media sosial. Sebaliknya, responden dengan *self-esteem*

tinggi cenderung memiliki kontrol diri yang lebih baik, mampu menghargai diri sendiri, dan tidak mudah terdistraksi oleh dinamika media sosial.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar program pemberdayaan perempuan, khususnya bagi ibu-ibu di Sumatera Barat, dapat memperkuat aspek pengembangan *self-esteem* melalui pelatihan kepercayaan diri, manajemen emosi, dan literasi digital yang sehat. Intervensi ini penting guna menurunkan risiko FoMO dan dampak psikologis negatif lainnya yang dapat ditimbulkan oleh tekanan sosial di media digital. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal cakupan populasi yang hanya terfokus pada satu wilayah geografis, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi secara luas tanpa penelitian lanjutan. Untuk itu, penelitian mendatang diharapkan dapat mencakup populasi yang lebih beragam dan mempertimbangkan variabel tambahan seperti tingkat pendidikan, status sosial ekonomi, serta intensitas penggunaan media sosial untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika hubungan antara *self-esteem* dan FoMO.

## DAFTAR REFERENSI

- Abdelraheem, A. Y., & Ahmed, A. M. (2018). The impact of using mobile social network applications on students' social-life. *International Journal of Instruction*, *11*(2), 1–14. <https://doi.org/10.12973/iji.2018.1121a>
- Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out. *Journal of Business & Economics Research*, *14*(1), 33–44.
- Alwi, M. A., & Razak, A. (2022). Adaptasi Rosenberg's self-esteem di Indonesia. *Seminar Nasional Hasil Penelitian*, 1074–1080.
- Australian Psychological Society. (2015). *Teens suffer highest rate of FOMO*. <https://www.psychology.org.au>
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, *116*, 69–72. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. Freeman.
- Hurlock, E. B. (1999). *Developmental psychology: A lifespan approach*. McGraw-Hill.
- Isnengah, D., Nuryani, R., & Lindasari, S. W. (2024). Correlational study: Self-esteem and fear of missing out (FoMO) in emerging adulthood. *Holistik Jurnal Kesehatan*, *18*.
- Komala, K., Rafiyah, I., & Witdiawati, W. (2022). Gambaran fear of missing out (FoMO) pada mahasiswa fakultas keperawatan. *JNC*, *5*(1), 1–11.

- Kurniawan, R., & Utami, R. H. (2022). Validation of online fear of missing out (ON-FoMO) scale in Indonesian version. *Jurnal Neo Konseling*, 4(3), 1. <https://doi.org/10.24036/00651kons2022>
- Lewis, S., Pea, R., & Rosen, J. (2010). Beyond participation to co-creation of meaning: Mobile social media in generative learning communities. *Social Science Information*, 49(3), 351–369.
- 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>
- Rosenberg, M. (2015). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.2307/2575639>
- Yong, M., & Wijaya, E. (2023). Hubungan self-esteem dan fear of missing out (FoMO) pada pengguna Instagram. *Jurnal Multilingual*, 3(1).
- Zhao, N., & Zhou, G. (2020). Social media use and mental health: Examining the mediating roles of FoMO and online social support. *Current Psychology*, 41(2), 831–839. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-00668-0>