



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research
Volume 4 Nomor 1 Tahun 2024 Page 10886-10895
E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246
Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Hubungan *Self-Esteem* Dengan *Fear Of Missing Out* Pada Pengguna *Vape*

Anwar Ibrahim^{1✉}, Yolivia Irna Aviani²

Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang

Email: anwaribrahim493@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini menjelaskan fenomena perkembangan vape sebagai tren baru di kalangan masyarakat, khususnya golongan muda. Fenomena ini kemudian menaikkan nilai dari *vape* itu sendiri dimana penggunaannya akan mendapatkan nilai dan kelas sosial tersendiri dibandingkan perokok konvensional pada umumnya, hal ini kemudian mendorong banyak individu untuk mulai mengikuti *trend* ini dimana fenomena ikut-ikutan ini kemudian dapat dikenal sebagai fenomena *Fear of Missing Out (FoMO)*. *Self-esteem* diambil sebagai salah satu faktor kemunculan FoMO hal ini dilakukan untuk melihat bagaimana penilaian diri individu terhadap munculnya FoMO serta apa saja yang perlu disadari untuk terhindar dari FoMO. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian terdiri dari pengguna vape dewasa awal (18-40 tahun) di Bukittinggi, dengan 196 orang sebagai sampel menggunakan teknik purposive. Instrumen penelitian melibatkan skala *self-esteem* dan skala FoMO. Hasil analisis korelasi menunjukkan hubungan negatif yang signifikan antara *self-esteem* dan FoMO pada pengguna vape. Hal ini menunjukkan cukup rendahnya *self-esteem* sehingga menaikkan peluang munculnya FoMO dalam fenomena ini dimana dapat menyebabkan kecemasan akan tertinggal dan rendahnya penilaian diri sehingga membutuhkan banyak validasi dari orang lain..

Kata kunci : *vape, self-esteem, fear of missing out (FoMO)*

Abstract

This research delineates the phenomenon of the development of vaping as a new trend within society, particularly among the youth. This phenomenon elevates the value of vaping itself, wherein users gain a distinct social status compared to conventional smokers. Consequently, this has prompted many individuals to join this trend, leading to what can be identified as the Fear of Missing Out (FoMO) phenomenon. Self-esteem is examined as one of the factors influencing the emergence of FoMO, aiming to understand how individuals assess themselves regarding the occurrence of FoMO and what needs to be recognized to avoid it. The study adopts a quantitative approach, with the research population comprising early adult vape users (18-40 years old) in Bukittinggi. The sample consists of 196 individuals selected through purposive. Research instruments include a self-esteem scale and a FoMO scale. Correlation analysis results indicate a significant negative relationship between self-esteem and FoMO among vape users. This suggests a relatively low level of self-esteem, increasing the likelihood of FoMO in this phenomenon. This, in turn, may lead to anxiety about missing out and a diminished self-assessment, necessitating validation from others.

Keywords: *vape, self-esteem, fear of missing out (FoMO)*

PENDAHULUAN

Survey GATS (Kemenkes, 2022) terhadap penggunaan rokok elektrik, menyebutkan bahwa terjadi peningkatan perokok elektrik sejak tahun 2011 sampai 2021 dari 0,3 persen pada 2011 menjadi 3 persen pada 2021 dimana dari jumlah ini pengguna rokok elektrik meningkat dari jumlah 480 ribu pengguna pada 2011 menjadi 6,6 juta pengguna pada 2021. Dari data survey tersebut dapat diketahui bahwa pangsa pasar dari rokok elektronik cukup diminati masyarakat Indonesia saat ini, yang kemudian beralih dari rokok konvensional menjadi rokok elektrik (*vape*). Pada peralihan pengguna rokok konvensional menjadi rokok elektrik (*vape*) umumnya para pengguna memiliki alasan tertentu dalam pembeliannya dimana pada awalnya dilakukan karena menjadi sebuah alternatif dari rokok tembakau, kemudian berubah fungsi dari hanya sekedar menikmatinya secara fungsi beralih menjadi 'nilai tanda' di dalamnya. Hal ini sesuai dengan yang dijelaskan oleh Marsigit (2018) dimana para pengguna *vape* tidak hanya menggunakan produk tersebut sebatas nilai guna namun ada 'nilai tanda' didalamnya.

Dari pembelian yang marak inilah menjadikan *vape* sebagai *trandsatter* baru dikalangan masyarakat, sekaligus mendorong orang-orang berlomba-lomba untuk memiliki produk terbaru dari brand-brand *vape* ternama di Indonesia. Ada tiga faktor yang menyebabkan *vape* menjadi *trend* dikalangan masyarakat dimana pada pembelian *vape* dirasa dapat menaikkan taraf sosial seseorang dalam masyarakat terutama pada kalangan anak muda (Hutapea dan Fasya, 2021). Fenomena ini menyebabkan seseorang akan

berusaha memuaskan diri, dengan mengikuti trend atau produk terbaru dari vape, tanpa memandang jenis kelamin baik laki-laki atau perempuan. Hal ini dilakukan agar tidak merasa tertinggal dari lingkungan yang mungkin sudah menggunakan produk terbaru.

Fenomena takut tertinggal dan ketakutan untuk tidak terlibat dalam sebuah momen yang bernilai bagi orang lain yang dikenal dengan *Fear of Missing Out*, Fenomena pada pengguna *vape* umumnya terjadi karena keinginan untuk 'ikut-ikutan' dan adanya pengaruh lingkungan sosial serta keinginan yang besar untuk ikut merasakan pengalaman yang dianggap berharga dan memuaskan keinginan dirinya sebagai individu yang mengikuti sebuah *trend*. Patrick (2020) menjelaskan bahwa sebelum kemunculan ponsel seperti saat ini FoMO muncul dalam interaksi sosial individu. Sebelum adanya ponsel dan media sosial, kemunculan FOMO masih bisa terjadi dalam konteks kehidupan sosial manusia. Meskipun platform seperti ponsel dan media sosial telah memperluas pengalaman dan konektivitas, perasaan FOMO dapat muncul sebagai respons terhadap peristiwa sosial yang dirasakan sebagai penting atau menarik oleh orang lain.

FoMO dijelaskan sebagai perasaan individu yang khawatir akan ketertinggalan sesuatu yang menyenangkan yang dilakukan orang-orang di sekitar individu (Abel, Buff, & Burr, 2016). *Fear Of Missing Out* (FoMO) merupakan kondisi dimana individu merasa cemas akan kehilangan suatu momen berharga dan tidak ikut terlibat dalam momen yang dirasakan oleh orang lain (Przybylski, Murryam, Dehaan dan Gladwell, 2013). Sehingga dapat disimpulkan bahwa, FoMO merupakan sebuah kondisi dimana individu merasa takut dan cemas akan kehilangan suatu momen yang dianggap menyenangkan dan menarik dimana momen ini juga banyak dirasakan oleh individu lainnya pada saat tertentu, dan mendorong individu untuk ikut terlibat di dalamnya.

Chaudry (2015) menjelaskan bahwa tingginya FoMO memberikan dampak negatif diantaranya kurangnya atensi dalam berkomunikasi, rendahnya kepuasan hidup, dan menyebabkan individu kerap kali membandingkan dirinya dengan orang lain. Dorongan dalam mencari sebuah relasi pada individu juga didasari oleh keinginan untuk mendapat pengakuan dan menghindari penolakan dari orang (Dewall dan Bushman, 2011). Abel, et.al (2016) membagi tiga faktor yang memengaruhi FoMO yaitu *social interaction*, *social anxiety* dan *self-esteem*. Berdasarkan fenomena di lapangan, peneliti memilih *self-esteem* sebagai fokus utama variabel bebas penelitian. Hal ini didasarkan karena pada fenomena yang didapatkan menunjukkan bahwa pada proses pembelian produk *vape* dapat meningkatkan taraf sosial individu (Hutapea dan Fasya, 2021). yang mana hal ini juga dapat memengaruhi harga diri individu itu sendiri dan memberikan evaluasi nilai pada diri individu tersebut. Rosenberg (1965) menjelaskan *self-esteem* sebagai sebuah penilaian yang dilakukan

individu terhadap dirinya dimana penilaian tersebut dapat berupa penilaian positif maupun penilaian negatif. Pada fenomena penggunaan vape penilaian pada diri individu berkaitan tentang bagaimana individu menilai dirinya sebagai seorang yang berharga dan bernilai di dalam suatu kelompok sosial.

Umam (2021) menjelaskan prediktor dalam *fear of missing out* didasari dari harga diri individu dan narsisme di dalamnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa FoMO merupakan kondisi individu yang terdorong untuk terus terhubung dengan orang lain dimana tujuannya untuk mengikuti kebiasaan yang dianggap *mainstream* juga sebagai cara untuk menghindari penolakan sosial. Sejalan dengan itu Hutapea dan Fasya (2021) menjelaskan bahwa produk vape dapat mempengaruhi taraf sosial individu karena dianggap memiliki kelas sosial tersendiri.

Dari pemaparan diatas dapat dikatakan bahwa *self-esteem* memiliki peran dalam memberikan evaluasi penilaian pada diri individu baik berupa penilaian potensi, kecakapan sosial, dan berkaitan dengan harga diri kolektif individu dimana hal ini berkaitan dengan penilaian terhadap kelompok tertentu dan mendorong individu untuk menjadi anggota didalamnya. Siddik, Mafaza, dan Sembiring (2020) menjelaskan bahwa *self-esteem* berpengaruh secara signifikan terhadap FoMO dimana *self-esteem* berperan dalam memprediksi akan pemunculan FoMO dilihat dari kebutuhan individu itu sendiri, semakin rendah *self-esteem* maka semakin tinggi tingkat FoMO maka semakin rendah *self-esteem* individu. Penelitian kali ini akan berfokus pada pembahasan terkait *self-esteem* dan *Fear Of Missing Out* dimana selain bertujuan untuk memberikan banyak informasi mengenai FoMO secara umum, penelitian ini juga bertujuan dalam memberikan informasi kepada para pengguna *vape* yang mungkin tidak menyadari kondisinya yang sudah berada pada kondisi FoMO, sehingga dengan adanya informasi ini para *vapers* dapat melakukan pencegahan terhadap kemunculan FoMO.

METODE PENELITIAN

Populasi penelitian ini adalah para pengguna *vape* dengan usia 21-40 tahun di Bukittinggi. Dalam menentukan jumlah sampel, penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow (1997). Manaroinson (2013) menjelaskan bahwa Lemeshow merupakan rumus yang digunakan pada penentuan jumlah minimal sampel yang dibutuhkan pada penelitian, dimana pada kondisi ini jumlah populasi tidak diketahui jumlahnya dan dapat bertambah maupun berkurang setiap saat.

$$\begin{aligned}
 n &= z^2 p (1-p) / d \\
 &= 1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5) / 0,05 \\
 &= 192,08
 \end{aligned}$$

keterangan :

n = Jumlah sampel

z = Nilai standart = 1,96

p = Maksimal estimasi =50%=0,5

d = sampling eror = 5%

Berdasarkan rumus Lemeshow diatas maka diperoleh jumlah minimal sampel dalam penelitian ini adalah 192 responden dengan taraf kesalahan 5%. Teknik sampel pada penelitian ini menggunakan jenis *Non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2021) *Non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak memberi peluang yang sama kepada setiap anggota populasi saat akan dipilih sebagai sampel. Sedangkan *purposive sampling* menurut Sugiyono (2021) merupakan pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala psikologi. Skala yang digunakan adalah Skala Harga diri yang diadaptasi dari Rosenberg (1965) dan diterjemahkan oleh Alwi & Razak (2022) dan skala adaptasi *fear of missing out* dari Abel, et.al (2016) yang diterjemahkan oleh Wibaningrum & Aurellyya (2020) . Skala harga diri (10 aitem, $\alpha = 0.899$), yang disusun berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Rosenberg (1965) dengan aspek *self-competence* dan *self-liking*. Skala *fear of missing out* (10 aitem, $\alpha = 0,882$), yang disusun berdasarkan aspek Abel, et.al (2016) dalam Wibaningrum & Aurellyya (2020). Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah analisis *product momen*. Proses analisa data dalam peneitian ini dibantu dengan program komputer dengan menggunakan *Statistical Package for Social Science* (SPSS) 25.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji normalitas pada variabel *self-esteem* dan *fear of missing out* diperoleh Kolmogorov-Smirnov sebesar $p = 0,200$ dengan signifikansi ($p > 0,05$), hasil tersebut menunjukkan bahwa sebaran data memiliki distribusi normal sehingga data dapat mewakili populasi yang dituju pada penelitian ini. Pada uji linearitas peneliti menggunakan

pengujian menggunakan model statistik *Test For Linearity*, didapat hasil sig(linearity) sebesar 0,000 dengan nilai sig (*linearity*)<0,05 sehingga dapat dikatakan data yang didapat hubungan yang linear antar variabelnya.. Hasil uji hipotesis menunjukkan angka koefisien korelasi $r = -0,497$ dengan nilai signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan dengan arah negatif antara *self-esteem* dengan FoMo pada pengguna *vape*. Berarti semakin tinggi *self-esteem* pengguna *vape* maka FoMo akan semakin rendah, dan sebaliknya semakin rendah *self-esteem* maka FoMo akan semakin tinggi. Dimana hasil ini juga menunjukkan bahwasannya kondisi FoMO pada pengguna *vape* berada pada kategori sedang ditunjukkan pada nilai koefisien korelasi yang didapat.

Hasil ini juga menunjukkan bahwa adanya tingkat kecemasan dan takut tertinggal yang cukup signifikan pada para pengguna *vape* dalam menanggapi fenomena rokok elektrik yang ada saat ini. Secara umum hasil temuan ini menunjukkan bahwa kecenderungan individu dalam menggunakan *vape* bukan hanya sekedar sebagai alternatif pengganti rokok konvensional namun juga untuk mengikuti sebuah tren yang sedang ramai saat ini. Sehingga dapat dikatakan secara umum para pengguna yang ada, menggunakan *vape* hanya untuk ikut-ikutan saja dan takut tertinggal dari momen yang dianggap penting serta menarik bagi sebagian orang.

Selain itu *self-esteem* pada penelitian ini memiliki tingkatan yang sedang. Dimana temuan ini menunjukkan bahwa penilaian ataupun evaluasi mengenai nilai diri pada pengguna *vape* cenderung pada kategori yang cukup baik namun belum cukup signifikan. Sehingga masih memiliki kecenderungan untuk mengalami FoMO, secara umum dapat dikatakan bahwa individu pengguna *vape* belum mampu melihat dirinya sebagai seorang yang berharga tanpa harus terlibat dalam sebuah tren yang dianggap dapat menaikkan nilai dirinya dibandingkan dengan orang lain yang tidak terlibat dalam tren yang diikutinya. Dimana pada umumnya hal ini dipengaruhi oleh *self-liking* yang cukup rendah dimana hal ini mendorong munculnya ketergantungan terhadap validasi dari lingkungan sosialnya. Selain itu *self-competence* yang rendah juga menjadikan individu dengan FoMO memunculkan persepsi ketiaksuksesan dan ketidakmampuan untuk merasa sama seperti orang lain pada umumnya. Sehingga hal inilah yang kemudian menyebabkan gejala FoMO pada diri individu meningkat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan didapatkan kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara *self-esteem* dan *fear of missing out* pada pengguna *vape*. Dimana hal ini menunjukkan masih tingginya penggunaan *vape* yang tidak didasari atas

dasar kebutuhan dan justru berfokus pada sebuah tren yang dianggap menarik dan sebagai ajang ikut-ikutan. Hal ini akan memberikan dampak negative pada para penggunanya selain karena resiko dari rokok elektrik itu sendiri dampak psikologis juga dapat menjadi sesuatu yang harus diwaspadai dimana hal ini berdasarkan dari rasa cemas dan takut yang kemudian akan muncul ketika individu tidak dapat terlibat dalam sebuah tren yang sedang dan mungkin akan terjadi selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 14(1), 33–44. <https://doi.org/10.19030/jber.v14i1.9554>
- Akbar, R.S., Aulya, A., Apsari, A., Sofia, L. (2018). Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FoMO) Pada Remaja Kota Samarinda. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, 7(2), 38-47.
- Alt, D. (2015). College Students' Academic Motivation, Media Engagement And Fear Of Missing Out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111–119
- Alwi, M. A., Razak, A. (2022). Adaptasi *rosenberg's Self-Esteem* di Indonesia. Seminar Nasional Hasil Penelitian 2022. *LP2M- Universitas Negeri Makassar*.
- Amalia, A., Sumaryanti, I. U. (2022). Pengaruh *Self-esteem* Terhadap *Fear of Missing Out* Pada *Emerging Adulthood* Pengguna Instagram. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2 (2), 252-260
- Atmojo, W. S. (2017). Pengambilan Keputusan Perokok Tembakau yang Beralih ke Rokok Elektrik. *Skripsi*. Universitas Negeri Surakarta.
- Azwar, Saifuddin.(2012). Penyusunan Skala Psikologi edisi:2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bauer, G. R., Churchill, S. M., Mahendran, M., Walwiyn, C., Lizotte, D., & Villa-Rueda, A. A. (2021). *Intersectionality in quantitative research: A systematic review of its emergence and applications of theory methods*. Elsevier, 1-9. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ssmph.2021.100798>
- Brannen, J. (2016). *Mixing Methods: Qualitative and Quantitative Research*. New York: Routledge.
- Buglass, S. L., Binder, J. F., Betts, L. R., & Underwood, J. D. M. (2017). Motivators of online vulnerability : The impact of social network site use and FoMO. *Computers in Human Behavior*, 66, 248–255. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.055>
- DeWall, C. N., & Bushman, B. J. (2011). Social acceptance and rejection: The sweet and the bitter. *Current Directions in Psychological Science*, 20, 256-260.
- Elhai, D. J., Yang, H., Montag, C. (2021). Fear of missing out (FoMO): overview, theoretical

- underpinnings, and literature review on relations with severity of negative affectivity and problematic technology use. *Braz J Psychiatry*, 43(2). 203-209.
- Fitriah, A. Hariyono, D, S. (2019). Hubungan *Self-esteem* Terhadap Kecenderungan Depresi Pada Mahasiswa. *Psycho Holistic*, 1(1). 8-17.
- Global Youth Tobacco Survey (2019). Lembar Informasi Indonesia. Diakses 26 Mei 2020. [https://www.who.int/docs/default-source/searo/indonesia/indonesia-gyts-2019-factsheet-\(ages-13-15\)-\(final\)-indonesian-final.pdf?sfvrsn=b99e597b_2](https://www.who.int/docs/default-source/searo/indonesia/indonesia-gyts-2019-factsheet-(ages-13-15)-(final)-indonesian-final.pdf?sfvrsn=b99e597b_2)
- Hearherton, T. F., Polivy, J. (1991). Development and Validation of a Scale for Measuring State Self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60(6). 895-910.
- Hutapea, D. S. M., Fasya, T. K. (2021). Rokok Elektrik (Vape) Sebagai Gaya Hidup Perokok Masa Kini Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Malikussaleh*, 2(1). 92-108.
- JWTIntelligence. (2013). Fear of Missing Out (FoMO) : March 2012 Update . New York JWTIntelligence.
- Kusumastuti, N.A., & Hairiyah, S. (2021). Penyuluhan Kesehatan Mengenai Bahaya Rokok Elektrik Dengan Metode Ceramah Di Desa Uwung Girang, Kecamatan Cibodas, Tanggerang. *Selaparang*, 4(3). 618-623.
- Leary, M. R. (2010). Affiliation, Acceptance, and Belonging: The Pursuit of Interpersonal Connection. In *Handbook of Social Psychology* (eds S. T. Fiske, D. T. Gilbert and G. Lindzey).
- Ma'rifah, N. L., Budiani, M. S. (2012). Hubungan Antara *Attachment Style* dan *Self-esteem* Dengan Kecemasan Sosial Pada Remaja. *Jurnal Psikologi: Teori&Terapan*, 3(1). 17-27.
- Marsigit, D. B. (2018). Vape Sebagai Gaya Hidup Konsumtif Baru di Masyarakat. *Phinisi Intergration Review*, 1(2). 201-207.
- Manaroinsong, J. (2013). Metode Penelitian (Terapan Bidang Ekonomi dan Bisnis). Metode Penelitian (1st ed.). CV. RA De. Rozarie.
- Mandas, A. L., Silfiah, K. (2022). Social Self-Esteem dan Fear of Missing Out Pada Generasi Z Pengguna Media Sosial. *Jurnal Sinestesia*, vol.12(1), 19-27.
- Marsigit, D. B. (2018). Vape Sebagai Gaya Hidup Komsumtif Baru Di Masyarakat. *Phinisi Integration Review*, 1(2). 201-207.
- Martela, Frank & Riecki, Tapani. (2018). Autonomy, Competence, Relatedness, and Beneficence: A Multicultural Comparison of the Four Pathways to Meaningful Work. *Frontiers in Psychology*. 9. 1157. 10.3389/fpsyg.2018.01157.
- Nazal, M. Y. B. H. (2020). Pengaruh Harga, *Brand Image*, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli di Garasi *vape store* Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*,

2(4). 252-259.

- Niemiec, C. P., & Ryan, R. M. (2009). Autonomy, competence, and relatedness in the classroom. *Theory and Research in Education*, 7(2) 133-144. doi: 10.1177/1477878509104318
- Nugroho, M. S., Pradana, M.(2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Perilaku Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Vape Indonesia). *e-Proceeding of Management*, 8(6).8811-8828.
- Nurhayat, K. (2021). Pengaruh *Self-esteem*, *Parenting Style*, dan *Loneliness* Terhadap Adiksi *Smartphone* Siswa SMA. *Jurnal Bikotetik (Bimbingan dan Konseling : Teori dan Praktik)*, 5(1), 1-48.
- Patrick, J.M., (2020). *Fear of missing out*. Jakarta: PT Gramedia.
- Perazzo, A., Gallier, S., Liuzzi, R., Guido, S., & Castera, S. (2021). *Quantitative Methods to detect Phospholipids at oil-water interface*. Elsevier, 1-15. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.cis.2021.102392>
- Prawesti, F. S., Dewi, D. K. (2016). Self Esteem dan Self Disclosure Pada Mahasiswa Psikologi Pengguna Blackberry Messenger. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapa*, 7(1), 1-8.
- 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>
- Rahmanto, B. T., Juwita, T. (2019). Faktor Psikologi Dan Keputusan Pembelian Rokok Elektrik (Vape). *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 17(1). 144-151.
- Rosenberg, M. (1965). *SOCIETY AND THE ADOLESCENT SELF-IMAGE*. Utrecht University Library.
- Servidio, R. (2021) Fear of missing out and self-esteem as mediators of the relationship between maximization and problematic smartphone use. *Curr Psychol*. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-01341-8>
- Siddik, S., Mafaza, M., & Sembiring, L. S. (2020). Jurnal Psikologi Teori dan Terapan 2020, *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 10(2), 127–138. <https://doi.org/10.26740/jppt.v10n2.p127-138>
- Srisayekti, W., Setiady. D.A., Sanitioso. R. B. (2015). Harga-diri (Self-esteem) Terancam dan Perilaku Menghindar. *Jurnal Psikologi*, 42(2). 141-156.
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Supratiknya, A. (2014). *Pengukuran Psikologis*. Yogyakarta: Santa Dharma University Press.
- Tafarodi, R. W., & Milne, A. B. (2002). Decomposing global self-esteem. *Journal of*

Personality, 70(4), 443–483.

- Tasya, T. K., Yoedtadi, M. G. (2022). Harga Diri dan Kepercayaan Diri Laki-laki Dewasa Pengguna Tinder. *Koneksi*, 6(2). 365-373.
- Torres-serrano, M. (2020). Fear of missing out (FoMO) and the use of Instagram : relationship analysis between narcissism and self-esteem. *Journal of Psychology*, 38(1), 31–38.
- Umam, N. (2021). Harga Diri, Neurotisme & Kecanduan Internet Sebagai Prediktor Fear Of Missing Out Pada Mahasiswa Self-Esteem , Neurotism & Internet Addiction As Predictors Of Fear Of Missing Out Among Students. Prosiding Seminar Nasional 2021 Fakultas Psikologi UMBY, 55–69.
- Wibaningrum, G., & Aurellyya, C. D. (2020). Fear of Missing Out Scale Indonesian Version: An Internal Structure Analysis. *Jurnal Pengukuran Psikologi Dan Pendidikan Indonesia (JP3I)*, 9(2), 75–82. <https://doi.org/10.15408/jp3i.v9i2.16283>
- Winarsunu, T. (2012). Statistik dalam penelitian psikologi dan pendidikan. Malang: UMM Press
- Zafirah, K.A.(2022). Hubungan Antara *Self-esteem* dan *Fear of Missing Out* Pada Mahasiswa. Universitas Islam Indonesia.