

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Generasi Z

1. Definisi Generasi Z

Generasi Z didefinisikan sebagai kelompok individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, menjadikan mereka generasi yang sepenuhnya terbentuk oleh era digital dan globalisasi. Pew Research Center, melalui penelitian Dimock (2019), menetapkan Batasan ini berdasarkan analisis data sensus dan survei yang menunjukkan perbedaan signifikan dari Generasi Y atau Millennials, di mana Generasi Z tumbuh di tengah kemajuan teknologi seperti *smartphone* dan internet berkecepatan tinggi. Seemiller dan Grace (2019) memperdalam definisi tersebut dengan menjelaskan Generasi Z sebagai generasi yang mengalami masa formatif mereka selama krisis ekonomi global, sehingga mereka lebih pragmatis, skeptis terhadap institusi, dan terbiasa dengan ketidakpastian.

Berdasarkan kajian psikologi perkembangan, Generasi Z secara umum berada pada fase remaja akhir hingga dewasa awal, yaitu periode penting dalam pembentukan identitas diri dan hubungan sosial. Erikson (1968) menjelaskan bahwa pada tahap perkembangan ini individu berada pada fase *identity versus role confusion*, di mana mereka berusaha menemukan jati diri dan posisi sosialnya. Proses ini pada Generasi Z berlangsung dalam konteks digital, sehingga eksplorasi identitas dan relasi sosial banyak dimediasi oleh teknologi dan media sosial.

Berdasarkan uraian tersebut, definisi Generasi Z dari Pew Research Center melalui Dimock (2019) dan penjelasan Seemiller dan Grace (2019) menunjukkan

bahwa generasi ini tumbuh dalam situasi yang sangat berbeda disbanding generasi sebelumnya.

Sejak usia dini, Generasi Z sudah terbiasa dengan teknologi digital dan internet, sekaligus menghadapi kondisi ekonomi dan sosial yang tidak selalu stabil. Hal ini membuat Generasi Z menjadi lebih mudah beradaptasi, akrab dengan teknologi, dan berpikir praktis dalam menghadapi kehidupan. Oleh karena itu, untuk memahami cara berpikir, sikap, dan perilaku Generasi Z, penting untuk melihat latar belakang perkembangan mereka yang erat dengan kemajuan teknologi dan pengalaman menghadapi berbagai tantangan sejak usia dini.

2. Karakteristik Perkembangan Gen Z

Menurut Howe dan Strauss (1991) yang kemudian diperbarui oleh Seemiller dan Grace (2019) menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan kelompok kelahiran yang dipengaruhi oleh peristiwa penting, misalnya pesatnya kemajuan teknologi digital. Keadaan tersebut membentuk mereka menjadi generasi yang lebih realistis, berhati-hati dalam mempercayai otoritas, serta memiliki perhatian besar terhadap kestabilan keuangan dan keseimbangan hidup. Melalui teori ini, Generasi Z digambarkan sebagai generasi yang menghargai keterbukaan dan kejujuran.

Menurut teori psikologi perkembangan yang dijelaskan oleh Francis dan Hoefel (2018) menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan kelompok yang tumbuh dalam lingkungan yang sangat dipengaruhi oleh media sosial dan *gadget*. Kondisi ini memengaruhi cara mereka berhubungan dengan orang lain, cara berpikir, dan cara melihat diri sendiri. Generasi ini cenderung memiliki sikap mandiri, terbuka terhadap keberagaman, tetapi juga menghadapi risiko lebih tinggi terkait kesehatan

mental. Hal tersebut terjadi karena sebagian besar interaksi sosial mereka berlangsung di ruang digital, yang dapat menimbulkan rasa kesepian, tekanan sosial, dan kecemasan. Berdasarkan survei global, Francis dan Hoefel menemukan bahwa Generasi Z cenderung merasa kurang bahagia dan lebih mudah mengalami kecemasan dibanding generasi sebelumnya. Priporas et al. (2019) menggambarkan Generasi Z sebagai konsumen yang sangat terbiasa menggunakan teknologi dan cermat dalam mencari informasi. Mereka menginginkan layanan yang cepat, personal, dan etis, yang dipengaruhi oleh akses informasi instan dari media seperti *TikTok* dan *Instagram*.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa karakteristik perkembangan Generasi Z tidak dapat dilepaskan dari pengaruh kuat teknologi digital dan perubahan sosial yang cepat. Pengalaman tumbuh di era media sosial membentuk Generasi Z menjadi individu yang mandiri, terbuka terhadap keberagaman, dan kritis dalam menyikapi informasi maupun otoritas. Namun, di balik kemampuan adaptasi dan kecakapan teknologi yang tinggi, Generasi Z juga menghadapi tantangan serius, terutama terkait kesehatan mental seperti kecemasan dan perasaan tertekan akibat tuntutan sosial di dunia digital. Oleh karena itu, pemahaman terhadap karakteristik perkembangan Generasi Z perlu dilakukan secara seimbang, dengan melihat potensi positif yang mereka miliki sekaligus risiko perkembangan yang memerlukan perhatian dari lingkungan keluarga, pendidikan, dan masyarakat.

3. Perkembangan Generasi Z

Perkembangan Generasi Z dapat dipahami melalui teori perkembangan

psikologis dan sosial yang menjelaskan perjalanan mereka dari masa kanak-kanak hingga dewasa di tengah pesatnya teknologi. Berdasarkan teori perkembangan Erik Erikson yang diperbarui oleh Seemiller dan Grace (2019), Generasi Z menjalani proses pembentukan identitas yang dipengaruhi oleh penggunaan teknologi setiap hari. Kondisi ini membuat mereka lebih cepat mandiri, tetapi juga menghadapi tantangan dalam membangun hubungan sosial yang kuat. Media sosial memberi ruang bagi mereka untuk mengenali diri sendiri, tetapi sekaligus meningkatkan kemungkinan munculnya perasaan terasing.

Pandangan Dimock (2019) memperluas pemahaman tentang perkembangan Generasi Z sebagai generasi yang dibentuk oleh keterhubungan global. Mereka tumbuh sambil mempelajari berbagai budaya melalui platform digital, sehingga menjadi lebih toleran meskipun kurang terikat pada aturan tradisional. Dalam perspektif teori pembelajaran sosial Bandura (1986), proses perkembangan ini terjadi melalui mekanisme observasi dan peniruan terhadap model peran yang dianggap signifikan. Sementara itu, Seemiller dan Grace (2019) memanfaatkan teori pembelajaran sosial Albert Bandura untuk menjelaskan bahwa Generasi Z banyak meniru model peran digital seperti *influencer*. Hal ini memengaruhi nilai-nilai yang mereka anut, terutama mengenai keaslian, kepedulian sosial, dan keberanian untuk bersuara. Secara keseluruhan, perkembangan Generasi Z berlangsung secara sepat dan dinamis, di mana teknologi membantu mempercepat tahapan perkembangan psikologis mereka namun juga menghadirkan tantangan dalam menjaga keseimbangan emosional dan sosial.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa perkembangan

Generasi Z berlangsung dalam konteks yang sangat berbeda dibanding generasi sebelumnya, karena kuatnya pengaruh teknologi dan keterhubungan global. Proses pembentukan identitas, pola hubungan sosial, serta nilai-nilai yang mereka anut banyak dipengaruhi oleh interaksi di ruang digital. Di satu sisi, hal ini mendorong Generasi Z menjadi lebih terbuka, mandiri, dan berani mengekspresikan diri. Namun di sisi lain, ketergantungan pada media digital juga menimbulkan tantangan dalam menjaga kualitas hubungan sosial dan kestabilan emosional. Oleh karena itu, perkembangan Generasi Z perlu dipahami secara menyeluruh dengan mempertimbangkan peran teknologi sebagai faktor yang memberi peluang sekaligus tantangan dalam perjalanan psikologis dan sosial mereka.

B. *Fear of Missing Out (FOMO)*

1. Definisi *Fear of Missing Out (FOMO)*

Fear of Missing Out (FOMO) merupakan salah satu fenomena psikologis modern yang banyak dikaji dalam konteks penggunaan media sosial, terutama di kalangan remaja dan generasi muda. Konsep ini pertama kali dipopulerkan oleh Przybylski, Murayama, DeHaan, dan Gladwell (2013) yang mendefinisikan *FOMO* sebagai kondisi emosional berupa perasaan takut, cemas, atau khawatir karena meyakini bahwa orang lain sedang mengalami pengalaman yang lebih menyenangkan dibanding dirinya. Definisi ini menekankan bahwa *FOMO* memiliki dasar motivasional yang kuat dan terkait dengan mekanisme psikologis internal yang berfungsi untuk mempertahankan kebermaknaan diri di hadapan lingkungan sosial digital.

Menurut JWT Intelligence (2012) yang berfokus pada fenomena sosial-

budaya mengartikannya sebagai ketakutan *intens* yang muncul ketika seseorang merasa tidak ikut serta dalam suatu kegiatan yang dianggap penting atau sedang menjadi tren di lingkungan sosialnya. JWT menjelaskan bahwa *FOMO* tumbuh seiring meningkatnya budaya “*always-on*” yang ditawarkan media sosial, di mana setiap orang dapat mengunggah aktivitas yang mereka lakukan secara real-time. Kondisi ini menyebabkan individu selalu merasa harus mengetahui informasi terbaru dan mengikuti kegiatan sosial yang dilakukan orang lain. Definisi ini menyoroti aspek sosial *FOMO*, yaitu bagaimana tekanan budaya digital memengaruhi pola pikir dan perilaku seseorang.

Abel *et al.* (2016) menggambarkan *FOMO* sebagai dorongan kompulsif untuk terus mengawasi dan memantau aktivitas sosial orang lain, yang biasanya dipicu oleh kecenderungan individu melakukan perbandingan sosial. Mereka menekankan bahwa individu yang kerap membandingkan diri dengan orang lain di media sosial memiliki kecenderungan *FOMO* yang lebih tinggi karena merasa hidupnya kurang menarik atau tidak seproduktif orang lain. Definisi ini menegaskan bahwa *FOMO* merupakan konsekuensi psikologis dari aktivitas perbandingan sosial yang berlebihan, terutama ketika individu merasa nilai dirinya lebih rendah dibanding standar sosial digital.

Christina *et al.* (2019) menambahkan perspektif perkembangan remaja dalam menjelaskan *FOMO*. Mereka mendefinisikannya sebagai kondisi emosional ketika remaja harus terus mengetahui aktivitas teman sebaya agar tidak tertinggal secara sosial atau dianggap tidak relevan dalam kelompok pertemanan. Dalam penelitian mereka, *FOMO* dipandang sebagai reaksi terhadap kebutuhan remaja

untuk diterima dan diakui dalam kelompok sosial digital. Mereka menekankan bahwa media sosial menjadi ruang perbandingan sosial yang sangat kuat, sehingga *FOMO* dapat meningkatkan kecemasan dan tekanan psikologis pada remaja.

Penelitian terbaru Sabneno *et al.* (2025) menyatakan bahwa *FOMO* merupakan kondisi psikologis yang ditandai oleh dorongan kuat untuk terus terlibat atau mengetahui aktivitas sosial orang lain, yang dipengaruhi oleh kecemasan sosial dan tingkat harga diri individu. Mereka menegaskan bahwa remaja atau individu dengan kecemasan sosial tinggi cenderung mengalami *FOMO* karena mereka takut kehilangan momen interaksi sosial yang dapat memengaruhi posisi mereka dalam kelompok. Selain itu, harga diri yang rendah juga memperkuat dorongan tersebut karena individu merasa perlu mendapatkan validasi sosial melalui aktivitas digital.

Berdasarkan penjelasan beberapa tokoh di atas, *Fear of Missing Out (FOMO)* disimpulkan sebagai perasaan takut tertinggal dari pengalaman atau informasi yang dialami orang lain, terutama melalui media sosial. *Fear of Missing Out (FOMO)* muncul dari dorongan untuk selalu terhubung dan keinginan agar tetap relevan dalam lingkungan sosial.

2. Ciri-Ciri Fear of Missing Out (FOMO)

Menurut Przybylski *et al.* (2013), individu yang mengalami *FOMO* menunjukkan dorongan internal yang kuat untuk terus memantau aktivitas sosial orang lain melalui media sosial karena adanya ketakutan bahwa mereka sedang tertinggal dari pengalaman penting yang dialami orang lain, berikut adalah ciri-ciri *Fear of Missing Out (FOMO)* menurut Przybylski *et al.* (2013):

- a. Dorongan kuat untuk terus memantau aktivitas sosial orang lain.

- b. Kecemasan ketika tidak bisa mengakses informasi terbaru.
- c. Perasaan takut tertinggal dari pengalaman penting.
- d. Penggunaan media sosial secara implusif dan komplusif.
- e. Ketidakpuasan terhadap kehidupan diri sendiri saat membandingkan dengan orang lain.

Menurut JWT Intelligence (2012) menekankan bahwa *FOMO* ditandai oleh perasaan gelisah atau kekhawatir ketika seseorang merasa tidak ikut serta dalam kegiatan yang sedang tren atau dianggap penting di lingkungannya. Individu dengan *FOMO* merasa tertekan untuk selalu aktif secara digital agar terlihat *up to date*. Beberapa ini adalah ciri-cirinya:

- a. Tekanan sosial untuk selalu terlibat dalam aktivitas yang sedang populer.
- b. Keinginan kuat untuk selalu terlibat dalam aktivitas yang sedang populer.
- c. Kebiasaan selalu online untuk mengikuti tren sosial digital
- d. Ketakutan dianggap “ketinggalan” oleh lingkungan sosial.

Berbeda dengan keduanya, Sabneno *et al.* (2025) menggambarkan *FOMO* melalui aspek psikologis seperti kecemasan sosial dan harga diri rendah. Individu dengan kecemasan sosial tinggi cenderung takut kehilangan momen interaksi yang dapat membuat mereka tersisih dari kelompok. Sabneno *et al.* (2025), menyebutkan beberapa ciri dari *Fear of Missing Out (FOMO)*, yaitu:

- a. Kecemasan sosial yang membuat individu takut kehilangan momen penting.
- b. Ketergantungan pada validasi sosial seperti *likes*, *views*, atau komentar.
- c. Harga diri rendah yang memicu rasa iri dan ketidakpuasan diri.

- d. Dorongan untuk terus terkoneksi agar tidak tersisih dari kelompok sosial.

Berbagai pandangan tersebut menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out (FOMO)* merupakan kondisi psikologis yang ditandai oleh rasa takut tertinggal, kecemasan, dan dorongan kuat untuk terus terhubung dengan aktivitas sosial, khususnya melalui media digital. *FOMO* tidak hanya berkaitan dengan kebiasaan memantau media sosial secara berlebihan, tetapi juga berhubungan dengan tekanan sosial dan harga diri yang rendah. Kondisi ini membuat individu rentan membandingkan dirinya dengan orang lain dan merasa kurang puas terhadap kehidupan yang dijalani. Pemahaman terhadap ciri-ciri *FOMO* menjadi penting sebagai langkah awal untuk mengenali dampaknya terhadap kesehatan mental dan mendorong individu agar dapat menggunakan media sosial secara lebih sehat dan seimbang.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Fear of Missing Out (FOMO)*

Menurut Przybylski *et al.* (2013) yang dikutip dalam jurnal Alya *et al.* (2024), faktor-faktor *Fear of Missing Out (FOMO)* diantaranya sebagai berikut:

- a. Ketidakmampuan Memenuhi Kebutuhan Psikologis Dasar (*Basic Psychological Needs*)

Przybylski dkk. menjelaskan bahwa *FOMO* muncul ketika tiga kebutuhan psikologis dasar dalam *Self-Determination Theory* tidak terpenuhi, yaitu *autonomy*, *competence*, dan *relatedness*. Individu yang merasa tidak terkoneksi dengan orang lain atau merasa kurang berdaya dalam aktivitas sosial akan lebih rentan mengalami *FOMO*.

b. Kurangnya Rasa Terkoneksi Secara Sosial (*Low Social Relatedness*)

FOMO terjadi ketika seseorang merasa hubungan sosialnya kurang kuat. Mereka merasa tidak menjadi bagian dari kelompok atau takut kehilangan kedekatan dengan lingkungan sosial

c. Emosi Negatif ketika Tidak Mengetahui Aktivitas Sosial Orang Lain

Przybylski menemukan bahwa individu yang sering mengalami emosi *negative* seperti kecemasan, rasa gelisah, dan khawatir saat tidak dapat mengikuti aktivitas orang lain lebih mudah mengalami *FOMO*.

d. Pola Perbandingan Sosial yang Tinggi

Individu yang sering membandingkan diri dengan pencapaian atau aktivitas orang lain di media sosial lebih rentan mengalami *FOMO*.

Sabneno *et al.* (2025), mengatakan bahwa *Fear of Missing Out (FOMO)* dipengaruhi oleh empat faktor lain, yaitu:

a. Kecemasan Sosial (*Social Anxiety*)

Menurut Sabneno *et al.* (2025) kecemasan sosial merupakan faktor paling kuat yang memicu *FOMO*. Individu dengan kecemasan sosial tinggi merasa takut dinilai *negative*, takut tersisih, dan tidak ingin kehilangan momen sosial yang dapat memengaruhi posisi mereka dalam kelompok.

b. Harga Diri

Individu dengan harga diri rendah cenderung merasa hidupnya kurang berharga sehingga lebih mudah merasa iri, kurang puas, dan kurang percaya diri ketika melihat aktivitas orang lain.

c. Ketergantungan pada Media Sosial

Sabneno *et al.* (2025) menunjukkan bahwa remaja yang sangat bergantung pada media sosial sebagai sarana untuk mendapatkan pengakuan sosial lebih rentan mengalami *FOMO*.

d. Kebutuhan untuk Menjadi Bagian dari Kelompok (*Need to Belong*)

Faktor ini muncul dari dorongan kuat untuk tetap diterima oleh kelompok sosial. Remaja dengan kebutuhan *belongness* yang tinggi lebih cemas jika tidak mengikuti aktivitas atau topik pembahasan yang sedang ramai.

Berdasarkan uraian tersebut, *Fear of Missing Out (FOMO)* dipengaruhi oleh kombinasi faktor psikologis dan sosial yang saling berkaitan. Ketidakmampuan memenuhi kebutuhan psikologis dasar, lemahnya keterhubungan sosial, emosi *negative*, serta kebiasaan membandingkan diri dengan orang lain menjadi faktor internal yang memperkuat munculnya *FOMO*. Selain itu, faktor eksternal seperti kecemasan sosial, harga diri yang rendah, ketergantungan pada media sosial, dan kebutuhan kuat untuk diterima dalam kelompok turut meningkatkan kerentanan individu terhadap *FOMO*. Berdasarkan penjelasan tersebut, *FOMO* tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan berkembang dari interaksi antara kondisi psikologis individu dan lingkungan sosial digital. Pemahaman terhadap faktor-faktor ini penting sebagai dasar dalam upaya pencegahan dan intervensi agar individu, khususnya remaja, dapat mengelola penggunaan media sosial secara lebih sehat dan adaptif.

4. Aspek-Aspek *Fear of Missing Out (FOMO)*

Menurut Przybylski *et al.* (2013), aspek-aspek *Fear of Missing Out (FOMO)* mengacu pada *Self Determination Theory (SDT)* yang diusulkan oleh Deci & Ryan (1985), tentang kebutuhan psikologis dasar yang terdiri dari kompetensi, otonomi, dan keterikatan. Przybylski *et al.* (2013), menyatakan aspek-aspek *Fear of Missing Out (FOMO)* terbagi menjadi dua, yaitu:

a. Aspek Tidak terpenuhinya kebutuhan Psikologis akan *relatedness*

Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *relatedness* menyebabkan individu mencari tahu mengenai pengalaman-pengalaman orang lain melalui media sosial.

b. Aspek Tidak terpenuhinya Kebutuhan Psikologi akan *Self*

Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *Self* menyebabkan individu akan mencari berbagai informasi yang terhubung dengan orang lain melalui internet.

Menurut Groenestein *et al.* (2024), *Fear of Missing Out (FOMO)* memiliki dua dimensi atau aspek, yaitu:

a. *Pervasive Apprehension*

Kecemasan menyeluruh bahwa orang lain sedang mengalami sesuatu yang lebih baik tanpa dirinya.

b. *Desire for Connection*

Dorongan kuat untuk tetap terhubung secara sosial dan menjadi bagian dari kelompok.

Berdasarkan berbagai pandangan tersebut, berbagai pandangan tersebut

menunjukkan bahwa aspek- aspek *Fear of Missing Out (FOMO)* berkaitan erat dengan tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis dasar individu serta dorongan kuat untuk tetap terhubung dengan lingkungan sosial. Ketika kebutuhan akan keterikatan, kompetensi, dan pemaknaan diri tidak terpenuhi, individu cenderung mencari pemenuhan tersebut melalui aktivitas daring dan media sosial. Hal ini kemudian memunculkan kecemasan menyeluruh serta keinginan berlebihan untuk terus terhubung agar tidak merasa tertinggal atau terasing. Oleh sebab itu, *FOMO* bukan sekedar perilaku sering membuka media sosial, tetapi merupakan refleksi dari kebutuhan psikologis dan sosial yang belum terpenuhi, sehingga penting untuk memahami aspek-aspek ini sebagai dasar dalam upaya menjaga kesejahteraan psikologis individu.

C. Kecemasan Sosial

1. Definisi Kecemasan Sosial

Menurut Leigh & Clark (2018) mendefinisikan *Social Anxiety Disorder (SAD)* sebagai kondisi dengan ketakutan yang kuat dan menetap untuk dipermalukan atau diawasi oleh orang lain. Individu meyakini bahwa mereka akan melakukan sesuatu yang memalukan (seperti berkeringat, bergetar, gagap) dan akan dinilai *negative*. *Social Anxiety Disorder* sering muncul pada remaja karena peningkatan *self- consciousness* dalam sensitivitas terhadap penilaian sosial. Model kognitif Clark & Wells (1995) menekankan bahwa *Social Anxiety Disorder* dipertahankan oleh fokus perhatian internal, citra diri *negative*, dan perilaku pengaman (*safety behaviours*).

Menurut Alomari *et al.* (2022), mengemukakan bahwa *Social Anxiety*

Disorder adalah gangguan psikatri kronis yang ditandai oleh ketakutan persisten dalam situasi sosial karena adanya antisipasi penilaian negative dari orang lain. Penderita mengalami gejala fisik seperti berdebar, gemetar, wajah memerah, berkeringat, hingga dorongan untuk menghindari situasi sosial tertentu.

Berdasarkan penjabaran dua tokoh tersebut dapat disimpulkan sebagai gangguan psikologis yang ditandai oleh ketakutan menetap terhadap situasi sosial karena individu merasa dirinya akan dinilai negative atau dipermalukan. Alomari *et al.* (2022) menekankan bahwa ketakutan ini memicu gejala fisik dan perilaku menghindar yang mengganggu fungsi sehari-hari, sedangkan Leigh & Clark (2018) menyoroti peran proses kognitif seperti fokus berlebihan pada diri sendiri dan citra diri negative yang mempertahankan kecemasan. Secara keseluruhan, kedua pandangan tersebut menunjukkan bahwa kecemasan sosial muncul dari kombinasi ketakutan terhadap evaluasi orang lain dan pola pikir internal yang maladaptif.

2. Jenis-Jenis Kecemasan Sosial

Menurut Leigh & Clark (2018), kecemasan sosial terbagi menjadi dua jenis, yakni:

- a. Kecemasan Sosial Berbasis *Self-Focused Attention* (Fokus perhatian pada diri sendiri)

Ini adalah jenis kecemasan sosial yang ditandai dengan fokus berlebihan pada citra diri, pikiran *negative*, dan keyakinan akan kegagalan sosial.

- b. Kecemasan Sosial Berbasis *Safety Behaviours* (Perilaku pengaman)

Pada jenis ini, individu berusaha melindungi diri dengan perilaku tertentu seperti menghindari kontak mata, berbicara pelan, mempersiapkan topik

pembicaraan. Leigh & Clark menjelaskan dua kategori perilaku pengaman, yaitu:

1. *Avoidance Behaviours* (menghindar)
2. *Impression Management Behaviours* (usaha mengatur kesan)

Alomari *et al.* (2022) juga membagi dua jenis kecemasan sosial menurut literatur klinis, yakni:

a. *Social Anxiety Disorder (SAD Generalised)*

Kecemasan sosial ini ditandai dengan ketakutan terhadap hampir semua situasi sosial, seperti berbicara di depan umum, makan di tempat umum, berbicara dengan orang asing, atau menjadi pusat perhatian.

b. *Specific / Nongeneralized Social Anxiety Disorder (SAD spesifik)*

Kecemasan sosial ini hanya muncul pada situasi sosial tertentu, misalnya hanya takut berbicara di depan kelas, atau hanya takut makan di depan orang lain.

3. **Ciri-Ciri Kecemasan Sosial**

Leigh & Clark (2018) tidak memfokuskan pada gejala fisik, tetapi pada ciri kognitif dan perilaku, yakni ciri ciri kecemasan sosial menurut Leigh & Clark (2018):

- a. *Self focused attention*, yaitu fokus berlebihan pada diri sendiri saat berada di situasi sosial.
- b. Citra diri negatife (*Negative self imagery*), yaitu membayangkan dirinya tampak kaku, aneh, atau memalukan di hadapan orang lain.
- c. *Safety behaviours*, yaitu perilaku untuk melindungi diri, seperti menghindari

kontak mata, berbicara sangat hati-hati atau menutupi gejala kecemasan.

- d. *Overestimation of negative evaluation*, yaitu terlalu melebih-lebihkan kemungkinan bahwa orang lain akan memberikan penilaian negatif.

Menurut Alomari *et al.* (2022) menjelaskan bahwa individu dengan kecemasan sosial menunjukkan gejala fisik dan perilaku khas, antara lain:

- a. *Palpitasi* (jantung berdebar)
- b. Tremor atau gemetar
- c. Wajah memerah (*blushing*)
- d. Berkeringat berlebihan
- e. Pusing, mual, atau ingin pingsan
- f. Diare, sakit perut, mual, dan sering ingin buang air kecil

Ciri-ciri kecemasan sosial dapat dipahami sebagai kombinasi antara aspek kognitif, perilaku, dan fisik yang saling berkaitan. Fokus berlebihan pada diri sendiri, citra diri yang negatif, serta kecenderungan melebih-lebihkan penilaian negatif dari orang lain yang dapat mempengaruhi cara individu berperilaku dalam situasi sosial, seperti menghindari kontak mata atau berbicara secara tidak alami.

Kondisi kognitif dan perilaku tersebut kemudian sering disertai dengan reaksi fisik, seperti jantung berdebar, gemetar, berkeringat, atau gangguan pencernaan. Berdasarkan uraian tersebut, kecemasan sosial tidak hanya terlihat dari gejala fisik yang muncul, tetapi juga dari pola pikir dan perilaku individu, sehingga pemahaman yang menyeluruh terhadap ciri-ciri ini penting untuk membantu proses identifikasi dan penanganan kecemasan sosial secara tepat.

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kecemasan Sosial

Leigh & Clark (2018) membahas faktor penyebab berdasarkan model kognitif Clark & Wells (1995). Faktor-faktor tersebut meliputi:

a. *Self focused Attention* (Fokus perhatian pada diri sendiri)

Orang dengan kecemasan sosial terlalu memantau diri (misalnya gemetar, memerah) sehingga semakin memperkuat kecemasannya.

b. *Negative Self Imagery* (Citra diri negatif)

Mereka membentuk gambaran diri yang buruk, seperti terlihat kaku, aneh, atau tidak menarik, sehingga memperkuat rasa takut dinilai negatif.

c. *Safety Behaviours*

Perilaku perlindungan seperti menghindari kontak mata, berbicara sangat pelan, atau menutupi wajah membuat kecemasan tetap bertahan.

d. Keyakinan Irasional tentang Penilaian Sosial

Penderita melebih-lebihkan potensi bahwa orang lain akan mengevaluasi diri mereka secara negatif.

e. Pengalaman Sosial Awal dan Pola Asuh

Pengalaman seperti kritik berlebihan, penolakan sosial, atau pola asuh protektif dapat membentuk skema kecemasan sosial pada remaja.

Menurut Alomari et al. (2022) faktor-faktor kecemasan sosial meliputi:

a. Faktor Biologis & Genetik

Alomari et al. (2022) mengutip temuan bahwa kecemasan sosial memiliki komponen hereditas serta perbedaan fisiologis yang berkaitan dengan respons kecemasan.

b. Riwayat Gangguan Kecemasan dalam Keluarga

Banyak penderita kecemasan sosial memiliki keluarga dengan gangguan kecemasan atau depresi, sehingga lingkungan emosional dan pola asuh berperan dalam pembentukan kecemasan.

c. Pengalaman Sosial Negatif

Pengalaman dipermalukan, ditolak, atau gagal dalam situasi sosial dapat meningkatkan ketakutan pada interaksi sosial berikutnya.

d. Komborditas Psikologis

Kecemasan sosial sering muncul bersamaan dengan gangguan lainnya seperti *panic disorder*, OCD, GAD, dan depresi, yang dapat memperburuk kecenderungan seseorang untuk mengalami kecemasan sosial.

Kecemasan sosial dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berinteraksi, baik dari aspek kognitif, perilaku, pengalaman hidup, maupun biologis. Pola pikir yang berfokus berlebihan pada diri sendiri, citra diri negatif, perilaku perlindungan, serta keyakinan irasional tentang penilaian orang lain dapat mempertahankan dan memperkuat kecemasan sosial. Selain itu, pengalaman sosial awal yang kurang menyenangkan, pola asuh, faktor genetik, serta riwayat gangguan kecemasan sosial. Kondisi ini juga sering diperberat oleh adanya gangguan psikologis lain yang menyertai. Oleh karena itu, pemahaman yang menyeluruh terhadap faktor-faktor kecemasan sosial menjadi penting sebagai dasar dalam upaya pencegahan, identifikasi dini, dan penanganan yang tepat agar individu dapat berfungsi lebih adaptif dalam situasi sosial.

5. Aspek-Aspek Kecemasan Sosial

Leigh & Clark (2018) membahas aspek kecemasan sosial melalui kerangka model Clark & Wells (1995). Mereka menekankan tiga aspek utama, yakni:

1) Aspek Kognitif

- a. Fokus perhatian berlebihan pada diri sendiri (*self focused attention*)
- b. Citra diri negatif atau memalukan (*negative self imagery*)
- c. Keyakinan irasional bahwa orang lain akan menilai secara negatif
- d. Pemrosesan pasca peristiwa (*post event processing*) yang memperburuk kecemasan.

2) Aspek Perilaku

Ditandai oleh adanya *safety behaviours*, yaitu perilaku untuk melindungi diri seperti:

- a) Menghindari kontak mata
- b) Berbicara sangat hati-hati
- c) Mengatur cara duduk atau gerak tubuh agar tampak normal

3) Aspek Afektif / Emosional

- a) Perasaan cemas intens
- b) Rasa takut dipermalukan
- c) Ketegangan emosional ketika menghadapi situasi sosial

Menurut Alomari *et al.* (2022) kecemasan sosial terdiri dari dua aspek utama, yakni:

1) Aspek Fisiologis (Somatik)

Ditunjukkan melalui gejala tubuh seperti:

- b) Palpitasi atau detak jantung berdebar
- c) Tremor / gemetar
- d) *Blushing* (wajah memerah)
- e) Keringat berlebih
- f) Gangguan gastrointestinal seperti mual, diare, atau pusing.

2) Aspek Perilaku (Behavioral Avoidance)

- a) Kecenderungan kuat menghindari situasi sosial
- b) Menarik diri
- c) Menolak terlibat dalam kegiatan yang melibatkan interaksi atau performa sosial.

Berdasarkan uraian tersebut, aspek-aspek kecemasan sosial mencakup berbagai dimensi yang saling berkaitan, mulai dari kognitif, perilaku, afektif, hingga fisiologis. Pola pikir negatif, fokus berlebihan pada diri sendiri, serta keyakinan irasional tentang penilaian orang lain membentuk dasar kognitif kecemasan sosial yang kemudian memengaruhi perilaku perlindungan dan penghindaran. Kondisi tersebut juga disertai dengan reaksi emosional berupa rasa cemas dan takut dipermalukan, serta gejala fisik seperti jantung berdebar dan gemetar. Berdasarkan uraian tersebut, kecemasan sosial merupakan kondisi yang kompleks dan multidimensional, sehingga pemahamannya perlu dilakukan secara menyeluruh agar intervensi yang diberikan dapat menjangkau aspek kognitif, emosional, perilaku, maupun fisiologis secara tepat dan efektif.

D. Harga Diri

1. Definisi Harga Diri

Harga diri merupakan konstruksi psikologis yang menggambarkan bagaimana individu menilai-nilai dirinya secara keseluruhan, baik dalam aspek kemampuan, keberhagaan, maupun penerimaan sosial. Rosenberg (dalam Baron & Byrne, 2003) mendefinisikan harga diri sebagai sikap *evaluative* seseorang terhadap dirinya sendiri yang dapat bersifat positif atau negatif. Definisi ini menekankan bahwa harga diri bersifat global dan relative stabil, mencerminkan sejauh mana individu menilai dirinya sebagai pribadi yang berharga dan mampu. Individu dengan harga diri tinggi biasanya memandang dirinya sebagai individu yang layak dihargai dan memiliki keyakinan terhadap kemampuan diri, sedangkan individu dengan harga diri rendah cenderung meragukan kualitas diri dan lebih *sensitive* terhadap penilaian luar.

Kaap Deeder dan Deeren (2016) memandang harga diri sebagai persepsi seseorang mengenai nilai dirinya dalam kaitannya dengan kompetensi pribadi dan penilaian sosial. Menurut mereka, harga diri terbentuk melalui interaksi antara penilaian internal individu dan bagaimana ia menerima umpan balik dari lingkungan sosialnya. Pengalaman positif seperti pencapaian, penghargaan, atau dukungan sosial akan meningkatkan harga diri, sementara kegagalan atau kritik dapat menurunkannya. Pandangan ini menunjukkan bahwa harga diri bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh konteks sosial serta pengalaman sehari-hari.

Menurut Corcker & Wolfe (2001) memberikan penjelasan yang lebih dalam mengenai struktur harga diri dengan membedakan antara *secure self esteem* dan

contingent self esteem. *Secure self esteem* merupakan bentuk harga diri yang stabil dan tidak bergantung pada pencapaian atau penilaian eksternal.

Individu dengan harga diri yang aman memiliki keyakinan mendasar bahwa dirinya berharga tanpa syarat tertentu. Sementara itu, *contingent self esteem* adalah harga diri yang bersumber dari faktor-faktor eksternal seperti keberhasilan akademik, validasi sosial, penampilan fisik, atau status sosial. Harga diri yang kontingen cenderung rapuh dan mudah berubah ketika individu gagal memenuhi standar tertentu. Hal ini membuat individu lebih rentan terhadap tekanan sosial, kecemasan, dan perasaan tidak berharga ketika ekspektasi tidak terpenuhi.

Penelitian yang dilakukan oleh Coopersmith (1967) (dalam Aronson *et al.* 2016) harga diri merupakan penilaian individu terhadap dirinya yang mencerminkan sejauh mana ia melihat dirinya sebagai sosok yang bernilai, cakap, berhasil, dan berarti. Coopersmith (1967) menjelaskan bahwa harga diri adalah bentuk evaluasi menyeluruh seseorang terhadap nilai dirinya sendiri, yang berkaitan dengan keyakinan bahwa ia pantas dihargai serta memiliki kemampuan untuk menghadapi berbagai tuntutan kehidupan. Harga diri tidak hanya menggambarkan perasaan positif terhadap diri, melainkan konstruk *evaluative* yang menunjukkan tingkat penerimaan seseorang terhadap dirinya serta bagaimana ia menilai kemampuan, keberartian, dan keberhasilannya.

Berdasarkan beberapa tokoh di atas, dapat disimpulkan bahwa harga diri adalah penilaian individu terhadap nilai dan keberhargaan dirinya yang dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal. Harga diri menentukan bagaimana seseorang memandang kemampuan diri, merespon evaluasi sosial, serta menghadapi

tentangan hidup. Individu dengan harga diri tinggi cenderung lebih percaya diri, resilien, dan dapat menilai dirinya secara realistis, sedangkan individu dengan harga diri rendah cenderung membutuhkan validasi eksternal, lebih mudah mengalami kecemasan, dan memiliki persepsi negatif terhadap dirinya sendiri.

2. Ciri-Ciri Harga Diri

Guindon (2009) membagi ciri-ciri harga diri menjadi dua bagian, yaitu:

1. Harga Diri Tinggi

- a. Kepercayaan diri tinggi
- b. Ramah
- c. Optimistik
- d. Bertanggung jawab
- e. Toleran
- f. Nyaman dengan dirinya sendiri
- g. Mandiri

2. Harga Diri Rendah

- a. Tidak nyaman
- b. Pesimistik
- c. Tidak dapat bersosialisasi dan menyesuaikan diri dengan baik
- d. Citra diri buruk
- e. Kurang percaya diri
- f. Tidak suka mengambil risiko

Menurut Coopersmith (1981), berikut adalah karakteristik individu sesuai dengan harga diri:

1. Harga Diri Tinggi

- a. Aktif dan berprestasi, baik dalam bidang sosial maupun akademik
- b. Terbuka dalam mengungkapkan pendapat dan perasaan
- c. Merasa dirinya berharga, penting, dan layak dihormati
- d. Tidak mudah terpengaruh oleh kritik, namun menerima masukan secara sehat
- e. Optimis, menyukai tantangan, dan memiliki tujuan hidup yang tinggi
- f. Percaya pada persepsi diri sendiri serta mampu mempengaruhi orang lain secara positif.

2. Harga Diri Rendah

- a. Kurang percaya diri (*lack of confidence*) terhadap kemampuan dan kualitas dirinya
- b. Sulit mengekspresikan diri dalam lingkungan sosial
- c. Tidak puas terhadap diri sendiri dan merasa tidak berdaya
- d. Cenderung pesimis dan merasa tidak mampu menghadapi tuntutan hidup
- e. Bersikap pasif, dependen, dan mudah terpengaruh oleh lingkungan
- f. Sangat sensitif terhadap kritik dan terpaku pada masalah pribadi
- g. Kesulitan mempertahankan diri dan mengatasi kelemahan yang dimiliki.

Menurut uraian di atas dapat disimpulkan bahwa harga diri tinggi dapat dipahami sebagai gambaran bagaimana individu menilai, menerima, dan memperlakukan dirinya sendiri dalam kehidupan sehari-hari. Individu dengan harga diri tinggi cenderung memiliki kepercayaan diri yang baik, bersikap optimis, mandiri, serta mampu menjalin hubungan sosial secara sehat dan adaptif. Mereka

lebih terbuka terhadap kritik, berani menghadapi tantangan, dan memandang diri sebagai pribadi yang berharga. Sebaliknya, individu dengan harga diri rendah menunjukkan kecenderungan pesimis, kurang percaya diri, sulit menyesuaikan diri secara sosial, serta memiliki citra diri yang negatif. Kondisi ini membuat individu lebih sensitif terhadap kritik, pasif, dan mudah terpengaruh oleh lingkungan. Dengan demikian, pemahaman mengenai ciri-ciri harga diri tinggi dan rendah menjadi penting sebagai dasar untuk melihat peran harga diri dalam perkembangan kepribadian, penyusaian sosial, serta kesehatan mental individu.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Diri

a) Faktor Lingkungan keluarga dan Pola Asuh

Coopersmith (Dalam Baron & Byrne, 2003) menyatakan bahwa individu yang tumbuh dalam keluarga yang suportif, memberikan penghargaan, serta tidak bersifat otoriter, memiliki peluang lebih besar untuk membentuk harga diri yang positif.

b) Faktor Pengalaman Pribadi dan Prestasi

Keberhasilan dalam bidang akademik, sosial, maupun kehidupan pribadi dapat membuat seseorang merasa lebih berharga. Sebaliknya, kegagalan yang berulang, penolakan dari lingkungan sosial, atau pengalaman *negative* lainnya dapat secara signifikan menurunkan harga diri seseorang (Rosenberg dalam Baron & Byrne, 2003)

c) Faktor Jenis Media Sosial yang Digunakan

Menurut Barker, J. D. (2018), platform seperti *Instagram* cenderung meningkatkan harga diri karena menyediakan fitur untuk mengekspresikan

diri, memperoleh umpan balik positif, dan melihat konten inspiratif. Selain itu, Nardis dan Panek (2018) menemukan bahwa *Twitter*, terutama dengan penggunaan akun *anonym* atau perilaku *roleplayer*, dapat terkait dengan ketidakjujuran dalam menampilkan jati diri dan kecenderungan harga diri rendah.

Teori ini sejalan dengan Social Comparison Theory dari Festinger (1954) yang menyatakan bahwa individu cenderung membandingkan dirinya dengan orang lain. Media sosial meningkatkan frekuensi perbandingan sosial ke atas (*upward comparison*), yang dapat menurunkan harga diri ketika individu merasa dirinya kurang dibandingkan orang lain.

Berdasarkan uraian faktor-faktor yang mempengaruhi harga diri tersebut, dapat dipahami bahwa harga diri bukanlah konstruk psikologis yang terbentuk secara instan, melainkan hasil dari interaksi kompleks antara lingkungan keluarga, pengalaman pribadi, serta konteks sosial yang semakin berkembang, termasuk penggunaan media sosial. Dukungan keluarga dan pola asuh yang tepat menjadi fondasi awal pembentukan harga diri, yang kemudian diperkuat atau dilemahkan oleh pengalaman keberhasilan maupun kegagalan individu.

4. Aspek-Aspek Harga Diri

a. *Self-Worth (Secure Self-Esteem)*

Harga diri yang stabil dan berasal dari dalam diri sendiri, yaitu keyakinan bahwa seseorang memiliki nilai pribadi yang tidak bergantung pada pencapaian eksternal. Individu dengan rasa percaya diri yang sehat merasa dirinya cukup berharga, yakni pada kemampuannya, dan tidak mudah dipengaruhi oleh

penilaian orang lain (Crocker & Wolfe, 2001).

b. *Contingent Self-Esteem (Insecure or Fragile Self-Esteem)*

Harga diri yang bergantung oleh nilai-nilai eksternal seperti penampilan, prestasi, status sosial, atau penerimaan dari lingkungan. Jenis harga diri ini cenderung berubah-ubah dan mudah menurun ketika seseorang gagal memenuhi harapan tertentu (Kaap-Deeder & Deeren, 2016).

Coopersmith (dalam Baron & Byrne, 2003) juga menemukan empat aspek dalam harga diri, yakni:

a. Aspek *Power* (Kekuatan)

Power mengacu pada kemampuan individu untuk mengendalikan atau mengatur perilakunya, serta mendapatkan pengakuan dari orang lain terhadap perilaku tersebut.

b. Aspek *Significance* (Keberartian)

Significance berarti adanya perhatian, kepedulian, kasih sayang, serta ekspresi cinta yang diterima seseorang dari orang lain, yang menunjukkan penerimaan dan tingkat popularitas individu dalam lingkungan sekitarnya.

c. Aspek *Virtue* (Kebajikan)

Virtue terlihat dari kepatuhan seseorang terhadap standar moral, etika, dan nilai agama, yang mendorongnya untuk menghindari perilaku yang tidak pantas serta melakukan Tindakan yang sesuai dengan aturan moral, etika, dan agama.

d. Aspek *Competence* (Kemampuan)

Competence merujuk pada kemampuan individu dalam menunjukkan

peforma tinggi untuk memenuhi kebutuhan dan mencapai prestasi. Pada masa remaja, harga diri meningkat ketika remaja memahami tugas-tugas yang penting untuk mencapai tujuan mereka.

Harga diri merupakan konstruk psikologis yang bersifat multidimensional dan terbentuk melalui interaksi antara faktor internal dan eksternal. Harga diri yang sehat bersumber dari penerimaan dan penilaian positif terhadap diri sendiri, sementara ketergantungan yang berlebihan pada pengakuan dan penilaian lingkungan dapat membuat harga diri menjadi rapuh. Oleh karena itu, pengembangan harga diri yang adaptif memerlukan keseimbangan antara nilai diri internal dan kemampuan individu dalam menghadapi tuntutan serta evaluasi dari lingkungan sosial.

E. Hubungan Antara Kecemasan Sosial dan Harga Diri dengan *Fear of Missing Out (FOMO)* pada Generasi Z

Fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* semakin sering ditemukan pada Generasi Z, terutama karena tingginya keterlibatan mereka dalam aktivitas sosial, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Menurut Przybylski et al. (2013), *FOMO* merupakan perasaan takut tertinggal pengalaman penting yang dilakukan orang lain, sehingga individu terdorong untuk memantau aktivitas sosial sekitarnya. Generasi Z di Kota Madiun juga mengalami hal serupa seperti merasa cemas, gelisah, dan tidak nyaman ketika tidak hadir dalam kegiatan pertemanan yang mereka anggap penting. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui Social Comparison Theory dari Festinger, L. (1954), yang menegaskan bahwa individu memiliki dorongan untuk menilai dirinya dengan membandingkan diri dengan orang lain. Dalam era digital, proses perbandingan ini semakin mudah dan intens,

sehingga memperkuat potensi munculnya *FOMO*.

Kecemasan sosial berperan penting dalam meningkatkan kerentanan *FOMO*. La Greca dan Lopez (1998) menjelaskan bahwa kecemasan sosial muncul dari rasa takut terhadap penilaian negatif dan ketidakmampuan tampil sesuai harapan sosial. Kecemasan sosial tinggi dapat dilihat dari ciri-ciri seperti rasa tegang dan gugup saat berinteraksi, menghindari situasi sosial karena takut salah, terus-menerus memikirkan penilaian orang lain, dan merasa khawatir tidak diterima oleh kelompok. Generasi Z yang memiliki kecemasan sosial tinggi merasa harus hadir dalam berbagai kegiatan, termasuk berkumpul di *coffee shop* yang menjadi ruang eksistensi sosial, agar tetap dianggap bagian dari kelompok.

Berbeda dengan kondisi tersebut, kecemasan sosial rendah tercermin dari kemampuan berinteraksi dengan lebih percaya diri, tidak mudah khawatir terhadap penilaian orang lain, serta mampu menempatkan diri secara nyaman dalam situasi sosial. Individu dengan kecemasan sosial rendah memiliki kecenderungan *FOMO* yang lebih kecil karena tidak merasa perlu untuk selalu mengikuti seluruh aktivitas sosial.

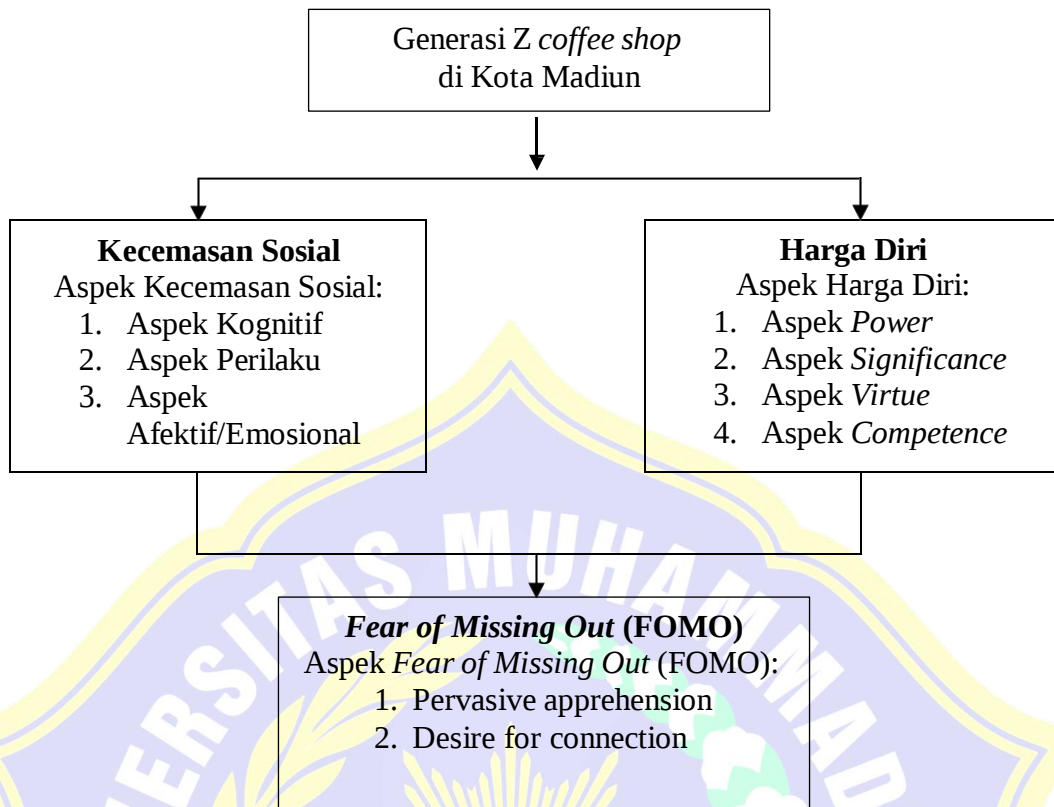
Selain kecemasan sosial, harga diri menjadi salah satu faktor psikologis yang berkaitan dengan munculnya *FOMO*. Rosenberg (1965) menjelaskan bahwa harga diri merupakan penilaian individu terhadap nilai dirinya. Harga diri rendah dapat dilihat dari ciri-ciri seperti perasaan tidak puas terhadap diri sendiri, sering merasa tidak cukup baik, membutuhkan validasi dari orang lain, dan mudah merasa tersaingi oleh pencapaian orang sekitar. Individu dengan harga diri rendah cenderung melakukan *upward comparison*, yaitu membandingkan dirinya dengan

orang lain yang dianggap lebih berhasil atau lebih diterima. Hal ini memicu rasa takut tertinggal momen pertemanan karena ketidakhadiran dimaknai sebagai ancaman terhadap penerimaan sosial mereka. Sebaliknya, harga diri tinggi tercermin dari rasa percaya diri, penerimaan diri yang stabil, kemampuan menilai diri secara positif, serta tidak mudah terpengaruh oleh pendapat atau pencapaian orang lain. Individu dengan harga diri tinggi lebih mampu mengontrol perbandingan sosial sehingga tidak mudah terdorong mengalami *FOMO*.

Hubungan antara kecemasan sosial yang tinggi dan harga diri yang rendah memperkuat dinamika munculnya *FOMO*. Individu yang memandang dirinya kurang berharga sekaligus takut terhadap evaluasi negatif akan lebih sensitif terhadap perbandingan sosial, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Hal ini tampak pada Generasi Z yang mudah merasa gelisah ketika tertinggal informasi atau tidak mengetahui aktivitas teman sebaya, sehingga mereka terus memantau media sosial untuk memastikan keterlibatan sosialnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa *FOMO* tidak hanya berkaitan dengan penggunaan media sosial semata, tetapi juga mencerminkan proses psikologis Generasi Z dalam membentuk identitas diri dan mempertahankan penerimaan sosial.

Dengan demikian berdasarkan Social Comparison Theory, dapat dipahami bahwa kecemasan sosial yang tinggi dan harga diri yang rendah memiliki hubungan dan memperbesar risiko munculnya *FOMO* pada Generasi Z. *Coffee shop* sebagai ruang sosial yang dipenuhi aktivitas kelompok dan budaya eksistensi memperkuat dinamika tersebut, menjadikannya konteks ideal untuk memahami hubungan antara ketiga variabel tersebut.

F. Kerangka Konseptual



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

G. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) hipotesis penelitian adalah dugaan atau jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang dapat diuji kebenarannya. Hipotesis ini merupakan dasar untuk eksperimen atau pengamatan lebih lanjut yang bertujuan untuk memverifikasi atau membuktikan apakah dugaan tersebut benar atau tidak.

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah, terdapat hubungan antara kecemasan sosial dan harga diri dengan *Fear Of Missing Out (FOMO)* pada Generasi Z di Kota Madiun.