

HUBUNGAN ANTARA FEAR OF MISSING OUT DENGAN BODY IMAGE PADA DEWASA AWAL DI TENGAH TREN MENIKAH MUDA

by Wulan Wahyuningsih

Submission date: 31-Jul-2025 02:19PM (UTC+0700)

Submission ID: 2723178910

File name: GAN_BODY_IMAGE_PADA_DEWASA_AWAL_DI_TENGAH_TREN_MENIKAH_MUDA.docx (403.9K)

Word count: 11142

Character count: 69936

**⁶HUBUNGAN ANTARA *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO)
DENGAN *BODY IMAGE* PADA DEWASA AWAL
DI TENGAH TREN MENIKAH MUDA**

³SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi
Program Studi Psikologi (S-1) Fakultas Ekonomi Dan Sosial
Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta



Disusun Oleh:

Wulan Wahyuningsih

212303118

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA
2025**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, terkait permasalahan menikah muda di Indonesia menjadi salah satu isu sosial yang sangat menarik perhatian banyak kalangan. Di Indonesia, batas usia minimal menikah diatur dalam (Undang-Undang Perkawinan No. 16 Tahun 1974, 2019), yaitu 19 tahun untuk laki-laki dan perempuan. Namun, Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (2017) merekomendasikan usia ideal pernikahan yang lebih matang, yakni umur 21 tahun untuk perempuan dan 25 tahun untuk laki-laki, dengan pertimbangan kesiapan fisik, mental, dan ekonomi. Pada usia ini perkembangan reproduksi pada perempuan sudah optimal secara psikologis dan fisik sehingga mereka siap untuk melahirkan. Kemudian pada laki-laki usia ini telah mencapai kondisi psikis dan fisik yang cukup kuat, yang memungkinkan mereka untuk mendukung kehidupan keluarga serta memberikan perlindungan dalam aspek emosional, sosial, dan ekonomi (Safitri, Surdin, & Anndrias 2023).

Meskipun aturan dan rekomendasi usia telah ditetapkan, pernikahan muda usia 19-25 tahun masih menjadi fenomena yang banyak dibahas di Indonesia. Hal ini didukung dengan adanya data BPS pada Laporan Statistik Indonesia 2024 mencatat bahwa angka pernikahan pada 2023 sebanyak 1,5 juta. Kemudian didukung dengan adanya laporan *School Media News* (Saiful, 2024) yang mengambil data dari *United Nations Children's Fund* (UNICEF) pada

tahun 2023, Indonesia mencatatkan 25,53 juta pernikahan muda di Indonesia, sehingga Indonesia peringkat keempat secara global.

Selanjutnya, tren menikah muda dalam penelitian ini didefinisikan sebagai fenomena sosial yang mengarah pada pernikahan yang dilakukan oleh individu berusia 19-25 tahun yang secara hukum sudah memenuhi syarat usia perkawinan, tetapi secara psikososial termasuk dalam fase *emerging adulthood* yang masih rentan terhadap pengaruh eksternal seperti tekanan sosial (Arnett, 2000). Tren menikah muda ini dapat dipengaruhi banyak faktor seperti faktor sosial, budaya, ekonomi, dan pengaruh media sosial. Istilah pernikahan muda berbeda dengan pernikahan dini (*underage marriage*) yang merujuk pada pernikahan di bawah usia 19 tahun dan memerlukan dispensasi pengadilan. Tren menikah muda ini bisa dilihat melalui sosial media yaitu instagram, tiktok, dan lain-lain. Dimana banyak influencer dan selebgram yang sudah menikah dan memiliki banyak pengikut sering memberikan postingan-postingan mengenai kehidupan pernikahan muda yang menyenangkan sehingga melalui postingan itu banyak dari pengikutnya terinspirasi untuk menikah muda juga.

Selain itu juga banyak akun-akun di media sosial yang berfokus terhadap pernikahan muda seperti akun instagram @Gerakannikahmuda yang dibuat oleh La Ode Munafar seorang inspirator, penulis, dan trainer muda pada tahun 2015, akun ini banyak menjelaskan mengenai pentingnya mengenal cinta dalam islam (Mauludy, 2018). Kemudian terdapat akun tiktokers @mamanyaacel yang memiliki pengikut 889 ribu dimana akun ini memposting video yang menjelaskan bagaimana menyenangkan menikah muda dan

memperlihatkan kemewahan serta kebahagiaan setelah menikah muda sehingga video tersebut mendapatkan komentar baik positif maupun negatif dari masyarakat termasuk generasi muda.

Kemudian, pada tahun 2023 tanggal 20 Agustus, masyarakat Indonesia digemparkan oleh kabar pernikahnya Azizah Salsha umur 19 tahun dan Pratama Arhan 22 tahun. Hal ini menjadi sorotan publik karena pernikahannya menjadi salah satu contoh pernikahan muda sehingga hal ini membuat pernikahan mereka menarik perhatian publik terutama di kalangan generasi muda dan dari pernikahan ini munculah hastag #menikahmuda yang membuat tren pernikahan muda ini semakin disorot, apalagi didukung dengan teman-temannya yang sering membagikan momen mereka sehingga generasi muda yang melihatnya menjadi tertarik.

Selanjutnya, pada tahun 2024 tanggal 4 Oktober, masyarakat Indonesia juga digemparkan oleh kabar pernikahnya Gus Zidan dan Kamila Asyifa yang keduanya menjadi sorotan publik karena mempelai pria yang berumur 19 tahun dan perempuan 17 tahun sehingga pernikahan mereka mendapatkan banyak komentar baik itu negatif maupun positif. Pernikahan muda yang dilakukan keduanya banyak menarik perhatian masyarakat Indonesia terutama generasi muda dan menciptakan tren baru melalui hastag #menikahmuda sehingga hal ini menimbulkan banyak diskusi baru mengenai menikah muda dan menunjukkan bahwa pernikahan di usia muda menjadi pilihan yang menarik.

Pernikahan merupakan ikatan yang sakral antara dua individu yang diakui secara hukum dan sosial, dimana kedua individu berkomitmen untuk

hidup bersama, saling mendukung, dan membentuk keluarga. Majelis Ulama Indonesia (MUI) menjelaskan bahwa pernikahan usia muda merupakan ⁹⁷ pernikahan yang dilakukan dengan memenuhi syarat dan rukun, tetapi salah satu pasangan mungkin secara mental mereka belum siap dalam menghadapi tanggung jawab di rumah tangga (Farhan, Nurbayan, & Nurhasanah, 2023). Menurut Hermambang, Ummah, Gratia, Sanusi, Ulfa, & Nooraeni (2021) terdapat beberapa faktor terjadinya pernikahan muda seperti faktor pendidikan, budaya, dan ekonomi. ⁸ Selain itu terdapat faktor lain yang dapat mendorong terjadinya pernikahan muda yaitu adanya kekhawatiran orang tua terhadap perilaku anak-anaknya yang memiliki tujuan agar menghindari aib (Liesmayani, Nurrahmaton, Juliani, Mauliza, & Ramini, 2015).

Pernikahan muda telah menjadi hal yang biasa di masyarakat, hal ini disebabkan adanya norma sosial yang ada. Anak muda atau remaja yang baru berusia 19 tahun yang telah lulus Sekolah Menengah Atas (SMA) tetapi tidak melanjutkan pendidikan atau tidak bekerja seringkali mendapatkan pandangan yang mendorong mereka untuk cepat melakukan pernikahan. Menikah muda dianggap sebagai cara mengatasi berbagai masalah sosial, seperti kehamilan di luar nikah, serta sebagai langkah menuju stabilitas ekonomi dan sosial. Menurut Dewi, Hanum, Lubis, Fazrah, & Saleh (2024) menyatakan bahwa pernikahan sebagai salah satu institusi yang memiliki dampak signifikan pada stabilitas ekonomi individu dan masyarakat secara luas. Penyebab pernikahan muda juga dapat disebabkan oleh kehamilan diluar nikah (*married by accident*), hal ini

sering terjadi untuk memperkuat hubungan, serta mengikuti tradisi keluarga dan adat istiadat setempat (Mubasyaroh, 2016).

Pernikahan muda juga berdampak negatif pada kesehatan seperti resiko keguguran, persalinan prematur, berat badan lahir rendah, mengalami kelainan bawaan, memicu adanya infeksi, mengalami anemia selama kehamilan, kematian ibu, dan masalah kesehatan lainnya (Lestari, Sumiati, & Muhlis, 2023). Berbagai faktor berkontribusi pada tren ini, seperti perubahan norma sosial, pengaruh budaya, dan aksesibilitas informasi melalui media sosial. Menurut Gusnarib dan Rosnawati (2020) pasangan yang menikah di usia muda akan cenderung lebih rentan terhadap konflik dengan pasangan mereka. Akibatnya, mereka akan sering kali bersikap keras dan kasar terhadap anak-anak mereka, yang dapat menyebabkan anak berkembang dengan tidak baik seperti sulit diatur. Hal ini akan berpotensi menghambat keluarga dalam mencapai tujuan pernikahan atau perkawinan yang harmonis dan stabil.

Kemudian, di sisi lain terdapat media sosial yang mudah diakses dan mudah mendapatkan informasi baru yang menciptakan lingkungan yang berbeda bagi generasi muda dan dengan melihat konten-konten di media sosial mereka akan mudah terpapar oleh konten yang menunjukkan kehidupan ideal dan glamor dari pasangan muda yang kemudian akan menciptakan lingkungan dimana pernikahan terlihat semakin menarik bagi generasi muda. pasangan muda yang sering melihat konten-konten yang menampilkan momen bahagia, gaun pernikahan yang indah, dekorasi pernikahan yang megah, kesenangan hidup bersama. Melalui postingan mereka akan cenderung membandingkan diri

sendiri terhadap **orang lain** dan merasakan tekanan untuk mengikuti tren sehingga mereka terdorong untuk ingin segera menikah sehingga banyak anak muda yang merasa bahwa menikah muda adalah jawaban untuk mencapai kebahagiaan dan status sosial yang di idamkan.

Dewasa awal adalah suatu masa transisi penting pada kehidupan individu, dimana tahap ini individu banyak mengalami perubahan yang signifikan termasuk transisi dari pendidikan ke dunia kerja, pembentukan identitas diri, dan pengambilan keputusan besar dalam kehidupannya terkait dengan pernikahan, karir, dan hubungan sosialnya. Menurut Tsani (2021) pada masa dewasa awal dari perspektif psikologis, individu dapat mengatur hidupnya dengan baik, mampu menyelesaikan berbagai masalah yang terjadi di hidupnya, dan ingin berusaha untuk menjadi lebih baik serta lebih kreatif dan secara biologis, sistem reproduksi juga mulai matang yang memungkinkan untuk melakukan pernikahan.

Masa dewasa awal menurut Hurlock terjadi pada usia 19-40 tahun yang ditandai dengan individu ingin bereksperimen dan banyak eksplorasi dalam kehidupannya. Saat mulai memasuki dewasa awal, penampilan menjadi perhatian utama untuk dapat menarik orang lain. Menurut Maulani (2019) mereka mengumpulkan uang untuk merawat wajah, tubuh mereka dengan menggunakan produk kosmetik baik yang bersifat tradisional maupun modern. Hal ini sangat penting bagi wanita yang memasuki dewasa awal, sehingga pada waktu ini wanita mulai menyadari apa kekurangan yang ada pada tubuhnya sehingga mereka berusaha untuk melakukan perawatan serta berolahraga.

Hasil wawancara yang dilakukan tanggal 16 April 2025 terhadap saudari A (22 tahun) menikah usia 19 tahun, meski secara hukum sudah memenuhi batas minimal pernikahan, namun saudari A mengaku bahwa belum siap untuk menghadapi realitas kehidupan pernikahan. Ekspektasi romantis di media sosial tidak sesuai dengan nyatanya seperti beban ekonomi, pengasuhan anak, dan tanggung jawab. Dengan umur yang sangat muda saudari A mengatakan bahwa ia kurang paham bagaimana cara mendidik dan mengurus anak serta ia belum bisa mengontrol emosi sehingga ia sering meluapkan amarahnya ke anak atau ke suaminya yang mengganggu keharmonisan keluarga. Menurut A usia ideal menikah itu 24-28 tahun karena secara mental dan finansial sudah mencukupi.

Banyak wanita terutama yang berada di usia dewasa awal, sering kurang percaya diri terhadap penampilan diri mereka, hal ini membuat mereka cenderung membandingkan tubuh mereka dengan wanita lain yang dianggap lebih menarik. Situasi ini sering kali menyebabkan pandangan negatif terhadap diri sendiri, karena kebanyakan dari mereka merasa kurang puas dengan kondisi tubuh yang dimiliki (Dewi & Nursanti, 2022). Salah satu tantangan yang sering dihadapi oleh dewasa awal adalah membangun citra diri yang positif termasuk *body image*, yang sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk media sosial karena media sosial membentuk standar kecantikan untuk tampil sempurna.

Selanjutnya, peneliti melakukan wawancara pada tanggal 16 April 2025 terhadap saudari A, meskipun secara hukum umur A sudah memenuhi syarat pernikahan, namun ia mengaku belum sepenuhnya siap menghadapi perubahan

fisik setelah menikah dan memiliki anak, ia mengalami kenaikan berat badan dan *stretch mark* akibat penggunaan KB, yang membuat kurang percaya diri dengan penampilannya. Dampak yang dirasakan ia sering membandingkan diri dengan teman atau orang lain, menghindari interaksi sosial. Dengan ini disimpulkan bahwa kesiapan menikah tidak hanya ditentukan oleh usia yang secara hukum sudah ideal 19+ tahun, tetapi juga oleh kematangan mental dan kesiapan psikologis, jika hal ini belum siap maka dapat menimbulkan masalah pada diri sendiri terutama terkait kepercayaan diri dan menurunnya *body image*.

Hasil wawancara pada tanggal 16 April 2025 dengan inisial P umur 21 tahun belum menikah, menunjukkan bahwa tren menikah muda ini memberikan pengaruh yang beragam terhadap pandangan mereka tentang pernikahan. Ada dorongan untuk menikah cepat terutama saat melihat konten romantis pasangan muda, namun juga terdapat kekhawatiran terkait kesiapan dan konsekuensi pernikahan muda, apalagi jika belum siap secara mental dan ekonomi. Hal ini didukung dengan teori perkembangan psikososial Erikson (1950), fase dewasa awal merupakan tahap di mana individu menghadapi krisis *intimacy vs isolation*. Tahap ini, individu berusaha membangun hubungan intim yang kuat dan bermakna sebagai fondasi kehidupan sosial dan emosional mereka, keinginan untuk menikah dapat dilihat sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan akan keintiman tersebut. Namun ketakutan seperti salah memilih pasangan atau kehilangan kebebasan mencerminkan konflik internal antara kebutuhan akan keintiman dengan kekhawatiran akan kehilangan identitas diri.

Menurut P usia ideal menikah itu antara 25-30 tahun karena usia ini cukup matang secara emosional maupun finansial untuk memulai komitmen jangka panjang, dan usia dibawah itu dianggap terlalu dini karena berbagai alasan seperti karir belum stabil, kesiapan mental belum optimal, serta adanya ketakutan terhadap perubahan fisik setelah menikah. Secara positif P memandang tren menikah muda ini sebagai inspirasi dan motivasi, kemudian dari sisi negatif tren menikah muda ini menimbulkan banyak kekhawatiran terkait resiko perceraian, hambatan karir, kurangnya kebebasan pribadi, tanggung jawab pernikahan dan lain-lain.

Penelitian ini, peneliti memilih ⁶⁴ dewasa awal yang belum pernah menikah sebagai subjek penelitian karena ⁶⁴ individu dewasa awal berada pada fase perkembangan penting dimana mereka membentuk identitas diri dan mulai mengeksplorasi berbagai aspek kehidupan termasuk penampilan fisik dan hubungan sosial. Berdasarkan hasil wawancara, dewasa awal ¹⁰⁵ yang belum menikah akan lebih sedikit pengalaman dibandingkan yang sudah menikah sehingga dengan memilih dewasa awal yang belum menikah peneliti dapat mengeksplorasi bagaimana keterpaparan media sosial yang mempengaruhi persepsi mereka terhadap diri sendiri dan *body image*.

²⁷ Menurut Cash dan Pruzinsky (2002) *body image* adalah representasi mental mengenai tubuh yang meliputi persepsi terhadap penampilan, perasaan dan pemikiran terkait tubuh, serta bagaimana rasanya berada dalam tubuh yang memiliki fungsi dan kemampuan tertentu. *Body image* merupakan suatu persepsi seseorang terhadap penampilan fisiknya, yang dapat mencakup

berbagai hal seperti penilaian terhadap bentuk tubuh, berat badan, dan bentuk fisik lainnya. Menurut Maryam dan Ifdil (2019) *body image* adalah pandangan subjektif yang dimiliki oleh seseorang tentang dirinya sendiri, yang mencakup penilaian sosial dan sejauh mana individu merasa diterima dengan menyesuaikan diri pada standar yang ditentukan oleh masyarakat.

Menurut Rengga dan Soetjningsih (2022) *body image* merupakan konstruksi yang terdiri dari beberapa dimensi yang mencakup persepsi diri, emosi, dan perilaku yang berkaitan dengan penampilan fisik seseorang. Terdapat faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan *body image* menurut Cash dan Pruzinsky (2002) yaitu jenis kelamin, hubungan interpersonal, dan media massa. Salah satu faktor media massa ini dapat menjadi faktor yang penting dalam menurunnya *body image* karena menyediakan platform bagi individu untuk melakukan perbandingan sosial terus-menerus yang seringkali menghasilkan ketidakpuasan terhadap diri sendiri. Hal ini didukung dengan teori Festinger yang menjelaskan bahwa manusia memiliki dorongan alami untuk menilai diri mereka dengan cara membandingkan diri mereka dengan orang lain (Fakhri, 2017). Di era digital saat ini, ketika individu melihat postingan ideal dari teman di media sosial, mereka akan melakukan perbandingan diri sendiri, hal ini yang akan memicu fenomena *fear of missing out* (FoMO).

Kemudian, *body image* pada dewasa awal di tengah tren menikah muda ini dapat mempengaruhi standar ideal dimana dengan melihat konten-konten pasangan muda yang menikah hal ini akan membuat dewasa awal menciptakan tekanan untuk memenuhi standar fisik yang dianggap lebih menarik.

selanjutnya, dewasa awal akan memiliki keinginan untuk membandingkan diri mereka dengan pasangan lain yang terlihat sempurna sehingga hal ini akan mempengaruhi kepercayaan diri serta *body image* mereka. Hasil wawancara menunjukkan bahwa dewasa awal menganggap fenomena menikah muda ini menarik karena memiliki hubungan yang halal dan adanya teman berbagi, namun juga memiliki kekhawatiran akan tanggung jawab seperti bangun pagi, memasak, masalah ekonomi, perubahan gaya hidup, dan perubahan fisik selama masa kehamilan dan sesudah melahirkan yang akan mempengaruhi penampilan.

Selanjutnya, di tengah tren menikah muda ini, dewasa awal seharusnya memiliki *body image* yang positif dan sehat sehingga mereka dapat membedakan mana yang baik dan kurang baik untuk diri mereka sendiri. Menurut Ayodya dan Jayanti (2023) individu dengan *body image* positif tidak mudah terpengaruh oleh standar kecantikan yang ditetapkan masyarakat dan dapat menerima perubahan alami pada tubuhnya, sebaliknya individu dengan *body image* negatif dapat menyebabkan ketidakpuasan karena adanya kesenjangan antara bentuk tubuh yang dimiliki dengan standar ideal yang dipromosikan oleh media dan lingkungan. Namun dengan adanya tren ini, banyak dari mereka yang semakin kurang percaya diri dengan tubuh mereka sendiri karena terlalu sering melihat konten-konten sehingga mereka ikut fokus untuk memenuhi standar kecantikan yang ideal. Seperti hasil wawancara yang telah dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa mereka sering membeli produk kecantikan yang dipromosikan di media sosial dan mereka sering dibohongi

oleh iklan yang mengatakan setelah memakai produk ini maka bekas jerawat hilang, bisa memutihkan badan, menghilangkan bau badan, menurunkan berat badan. Hal ini dilakukan karena ingin memenuhi standar kecantikan yang menurutnya ideal dan dengan melakukan ini akan meningkatkan kepercayaan diri mereka.

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi *body image* seperti jenis kelamin, hubungan interpersonal, dan media massa. Faktor media massa ini sering menampilkan standar kecantikan yang tidak realistis melalui konten-konten sehingga menciptakan ketidakpuasan fisik dan terciptanya *fear of missing out* (FoMO). Peneliti menyimpulkan bahwa salah satu yang dapat mempengaruhi *body image* adalah *fear of missing out* (FoMO) karena FoMO menciptakan tekanan sosial bagi mereka dan keinginan untuk selalu terlibat dalam tren yang sedang populer termasuk standar kecantikan yang mereka lihat di media sosial sehingga hal ini menciptakan perasaan tidak puas dan kurang percaya diri dengan penampilan fisik mereka sendiri.

Fear of Missing Out (FoMO) menurut Przybylski, Murayama, DeHaan, dan Gladwell (2013) merupakan keinginan yang kuat untuk selalu terhubung dengan aktivitas orang lain di sosial media. Menurut Przybylski dkk. (2013) FoMO adalah sindrom kecemasan sosial yang ditandai oleh keinginan untuk selalu terhubung dengan aktivitas yang dilakukan oleh orang lain. Istilah FoMO diperkenalkan pada tahun 2004 oleh Patrick J. McGinnis, yang menulis sebuah artikel opini di *The Harbus*, majalah *Harvard Business School*, dengan judul McGinnis Two FO's : Social Theory di HBS, dimana artikel tersebut membahas

tentang FoMO dan kondisi terkait lainnya. Secara umum, individu yang mengalami FoMO merasakan ketakutan untuk ketinggalan informasi terbaru dan merasa cemas jika tidak terhubung atau mengikuti tren di media sosial.

Survey FoMO yang oleh *Australian Psychological Society* (APS) menunjukkan bahwa remaja menghabiskan rata-rata 2,7 jam per hari di media sosial, dengan prevalensi FoMO mencapai 50% di kalangan remaja dan 25% di kalangan orang dewasa. Sehingga Penelitian menunjukkan bahwa remaja memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk mengalami FoMO dibandingkan dengan kelompok dewasa, yang menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh besar dalam membentuk identitas diri. Seseorang yang mengalami FoMO akan sering merasakan cemas serta takut jika ketinggalan informasi baru lalu tidak terhubung dengan orang-orang terdekatnya atau tidak dapat mengikuti tren yang ada disekitarnya (Akbar, Aulya, Apsari, & Sofia, 2018). Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Przybylski dkk (2013) menunjukkan bahwa orang yang memiliki tingkat FoMO yang tinggi biasanya lebih mudah dan cenderung memiliki kepuasan hidup yang rendah. Penderita FoMO ini akan lebih cenderung untuk terus melihat ponselnya agar tidak ketinggalan informasi baru dan tren-tren baru yang ada di sekitar lingkungannya.

Dapat disimpulkan bahwa FoMO merupakan kondisi yang semakin umum di kalangan remaja, dewasa awal dan generasi milenial yang mencerminkan ketakutan untuk ketinggalan informasi, tren-tren baru atau pengalaman yang ada di media sosial. Perasaan cemas dan takut yang muncul

disebabkan oleh penggunaan media sosial yang berlebihan, sehingga akan memunculkan FoMO dan memengaruhi *body image*, karena individu akan lebih sering membandingkan diri mereka sendiri dengan orang lain. Dari uraian di atas bahwa FoMO dapat mempengaruhi proses psikososial dalam individu dan menciptakan kecemasan terkait penampilan dan memperburuk pandangan diri. Menurut Jarman dkk. (2023) menjelaskan bahwa masalah psikososial, termasuk kecemasan yang berfokus pada penampilan dapat menciptakan FoMO yang berdampak pada *body image* seseorang, sehingga menghasilkan ketidakpuasan terhadap tubuh, serta rasa tidak aman mengenai penampilan fisiknya.

Dari uraian yang sudah disampaikan, disimpulkan bahwa FoMO memiliki hubungan yang signifikan terhadap *body image*. Sehingga peneliti merumuskan masalah apakah ⁸⁴ *Fear of Missing Out* (FoMO) memiliki hubungan yang signifikan terhadap *body image* pada dewasa awal di tengah tren menikah muda?.

⁵⁹ B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memahami adanya hubungan antara *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan *Body Image* pada dewasa awal ditengah tren menikah muda.

²⁴ C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman baru dan menjadi referensi dalam bidang psikologi klinis dan psikologi siber. Oleh

sebab itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi terhadap pengembangan yang berkaitan dengan topik *Fear of Missing Out* (FoMO) dan *Body Image*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Dewasa Awal

Penelitian ini semoga memberikan pemahaman baru dan membantu meningkatkan kesadaran di kalangan dewasa awal tentang bagaimana FoMo dapat mempengaruhi *body image* serta dapat memberikan kesadaran bagaimana media sosial dapat memicu terjadinya FoMO.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini semoga bisa memberikan wawasan baru serta mampu memberikan pengalaman baru dalam melakukan penelitian dan menulis penelitian.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini memberikan referensi bagi peneliti lain yang berkeinginan melakukan peneliti mengenai FoMO dan *Body Image*.

D. Keaslian Penelitian

Penelitian tentang *Fear of Missing Out* (FoMO) dan *Body Image* tentunya sudah sangat banyak dilakukan oleh peneliti lain namun pada penelitiannya tersebut dikaitkan dengan variabel-variabel yang berbeda-beda. Berdasarkan

dari banyaknya penelitian yang peneliti baca dan pahami, tidak ada penelitian yang menghubungkan kedua variabel yaitu *Fear of Missing Out* (FoMO) dan *Body Image* pada dewasa awal.

Tabel 1.1 Keaslian Penelitian

Penulis	Tahun	Perbedaan dengan Penelitian Lain
Rahayu Intan Dinata & Mario Pratama	2022	Penelitian sebelumnya menggunakan <i>social comparison</i> sebagai variabel bebas dan <i>body image</i> sebagai variabel tergantung. Subjek dewasa awal pengguna tiktok, teori yang digunakan Thompson (2001) untuk <i>body image</i> , pengumpulan data menggunakan skala <i>body image</i> dan <i>skala social comparison</i> yang dimodifikasi. Sedangkan penelitian ini menggunakan <i>Fear of Missing Out</i> sebagai variabel bebas
Edytia Prameswari Aisyah, Marhisar Simatupang, & Dinda Aisha	2023	Pada penelitian sebelumnya menggunakan <i>Optimism</i> sebagai variabel bebas dan <i>body image</i> sebagai variabel tergantung, subjek penelitian remaja putri yang bertempat di Kabupaten Karawang. Teori <i>body image</i> menggunakan Cash dan Simolak. Alat ukur <i>body image</i> menggunakan MBRSQ-AS. Sedangkan penelitian ini variabel FoMO sebagai variabel bebas serta penelitian ini menggunakan sampel dewasa awal.
Komariah, Yanti Tayo, & Wahyu Utamidewi	2022	Pada penelitian sebelumnya menggunakan teori dependensi oleh Melvin DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach dengan subyek remaja SMA 2 Cikarang Pusat. Alat ukur menggunakan analisis statistik berupa survey. Sedangkan penelitian ini menggunakan teori dari Cash dan Pruzinsky untuk <i>body image</i> dan teori dari Przybysky untuk Fomo.
Rizki Setiawan Akbar, Audry Aulya, Adra Apsari, & Lisda Sofia	2018	Pada penelitian sebelumnya, pendekatan yang dipakai dalam penelitian adalah kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Subjek remaja. Sementara itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan skala FoMO untuk pengambilan data.
Genny Gustina Sari, Welly	2021	Pada penelitian sebelumnya <i>body image</i> sebagai variabel bebas dan <i>Public Relations</i> sebagai variabel tergantung dengan subjek

Wirman, & Andella Dekrin	mahasiswa, pengumpulan data menggunakan kuesioner, teori <i>body image</i> yang digunakan yaitu teori Hurlock. Sementara itu, penelitian ini <i>body image</i> digunakan sebagai variabel tergantung dan Fomo sebagai variabel bebas.
Nicho Alinton Sianipar & Dian Veronika Sakti Kaloeti	2019 Pada penelitian sebelumnya regulasi diri sebagai variabel bebas dan <i>Fear of Missing Out</i> sebagai variabel tergantung dan menggunakan subjek mahasiswa psikologi universitas diponegoro, pengumpulan data menggunakan skala <i>likert</i> dan skala <i>FoMO</i> memodifikasi. Sedangkan penelitian ini menggunakan <i>Fear of Missing Out</i> sebagai variabel bebas dan subjek penelitian dewasa awal.

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya, peneliti tidak menemukan kesamaan antara penelitian-penelitian sebelumnya dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti ini. Oleh karena itu, peneliti akan menjelaskan beberapa perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini:

1. Keaslian Topik

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang telah dijabarkan diatas, dimana topik penelitian ini adalah “Hubungan Antara *Fear of Missing Out* (FOMO) Dengan *Body Image* Pada Dewasa Awal di Tengah Tren Menikah Muda”. Penelitian ini variabel tergantung menggunakan *body image* dan variabel bebas menggunakan *fear of missing out* (FoMO) sedangkan pada penelitian sebelumnya seperti penelitian yang dilakukan oleh Dinata dan Pratama (2022) variabel terikat sama sama menggunakan *body image* namun pada variabel bebas menggunakan *social comparison*.

³⁷ 2. Keaslian Teori

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori FoMO dari Przybylski dkk. (2013) dan ¹³ *body image* menggunakan teori Cash dan Pruzinsky (2002). Pada ¹ penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aisyah, Simatupar, dan Aisha (2023) teori untuk ¹ *body image* dari Cash dan Pruzinsky (2002). Penelitian Komariah, Tayo, & Dewi (2022) teori FoMO menggunakan teori dari Przybylski dkk (2013).

¹ 3. Keaslian Alat Ukur

Penelitian yang dilakukan sebelumnya, alat ukur yang digunakan berbeda-beda, seperti penelitian Aisyah dkk. (2023) menggunakan alat ukur skala psikologi dimana untuk ⁵⁸ *body image* menggunakan skala *Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire-Appearance Scale* (MBSRQ-AS). Penelitian Akbar, Aulya, Apsari, & Sofia (2018) menggunakan alat ukur observasi, wawancara dan skala ⁶ *fear of missing out*.

4. Keaslian Subjek Penelitian

Penelitian ini, subjek memakai dewasa awal secara umum dengan kriteria yang memiliki akun media sosial. Sedangkan, ³ pada penelitian sebelumnya subjek yang digunakan berbeda-beda, seperti penelitian yang dilakukan oleh Sianipar dan Kaloeti (2019) menggunakan subjek ⁴ Mahasiswa tahun pertama Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. Penelitian Sari, Wirman, & Dekrin (2021) menggunakan subjek Mahasiswi *Public Relations* di Kota Pekanbaru.

Berdasarkan dari uraian di atas, disimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan peneliti merupakan penelitian terbaru dan tidak sama dengan penelitian sebelumnya. Pada penelitian ini memiliki keaslian topik dan keaslian subjek.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Pada penelitian ini variabel yang digunakan pada pengujian hipotesis ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Tergantung : *Body Image*
2. Variabel Bebas : *Fear of Missing Out*

B. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan untuk dapat menggambarkan sifat atau karakteristik dari suatu yang bisa didefinisikan, diamati, atau diteliti. Menurut Sugiyono (2019) definisi operasional akan menunjukkan alat pengambilan data yang tepat dan menunjukkan bagaimana cara mengukur suatu variabel.

1. *Body Image*

Body image merupakan suatu penilaian dewasa awal pada dirinya sendiri, hal ini mencakup bagaimana dirinya menilai, merasakan, dan melihat tubuhnya sendiri. Menurut Cash dan Pruzinsky (2002) *Body image* memiliki lima aspek yaitu *Appereance Evaluation*, *Appereance Orientation*, *Body Area Satisfication*, *Overweight Preoccupation*, dan *Self-Classified Weight*. Variabel *body image* dalam penelitian ini di ukur dengan

menggunakan skala *body image* berdasarkan teori Cash dan Pruzinsky (2002),

²¹ 2. *Fear of Missing Out*

Fear of Missing Out (FoMO) merupakan rasa cemas, rasa khawatir atau takut dewasa awal ketika mereka tidak dapat terhubung terhadap ² aktivitas orang lain di media sosial atau internet, karena mereka tidak ingin tertinggal atau kehilangan momen berharga yang ada di internet. Menurut ⁷⁰ Przybylski dkk. (2013) *Fear of Missing Out* (FoMO) memiliki dua dimensi yaitu ⁸ *Relatedness* dan *Self*. Variabel *fear of missing out* diukur dengan menggunakan skala FoMO berdasarkan teori Przybylski dkk (2013).

C. Subjek Penelitian

Studi ini menerapkan teknik purposive sampling, suatu pendekatan penarikan sampel berdasarkan pertimbangan kriteria spesifik yang telah ditetapkan sebelumnya untuk memilih sampel yang sesuai, dengan metode ini, jumlah sampel yang diambil disesuaikan berdasarkan yang memenuhi kriteria tersebut (Sugiyono, 2019). Penelitian ini populasinya adalah seluruh dewasa awal berusia 19-30 tahun. Menurut Sugiyono (2019) populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang menjadi fokus dalam suatu penelitian. Selanjutnya, subjek pada penelitian ini adalah dewasa awal umur 19-30 tahun. Sugiyono (2019) menjelaskan ⁸² subjek penelitian adalah sampel dari populasi yang dianggap mewakili populasi secara keseluruhan. Maka dari itu, kriteria subjek penelitian ini yaitu:

1. Dewasa awal berusia 19-30 Tahun
2. Belum pernah menikah
3. Memiliki media sosial
4. Pernah melihat konten terkait pernikahan muda

¹**D. Metode Pengumpulan Data**

Metode pada penelitian ini menggunakan skala. Skala psikologi merupakan instrumen untuk dapat mengukur atribut kognitif dan non-kognitif, ¹⁰⁹ dalam penelitian ini menggunakan skala psikologi non-kognitif (Azwar, 2022). Penelitian ini memanfaatkan kuesioner yang berisi pernyataan yang dibuat melalui *Google form* untuk diberikan kepada subjek. ⁴¹ Penelitian ini juga menggunakan skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2019), skala *Likert* adalah alat ukur yang digunakan untuk menilai sikap, pendapat, atau persepsi individu terhadap pernyataan tertentu. Skala ini memiliki dua kategori, yaitu *favourable* (mendukung subjek) dan *unfavourable* (tidak mendukung subjek). Skala *likert* memiliki ¹⁷ lima pilihan jawaban, yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), netral (N), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS). Kemudian untuk penilaian *unfavourable*, skala dimulai dari point satu (sangat sesuai) hingga poin lima ² (sangat tidak sesuai).

Tabel 3.1 *Blueprint Skala Likert*

Kategori	Skor <i>Favorable</i>	Skor <i>Unfavorable</i>
	(F)	(UF)
Sangat Sesuai (SS)	5	1
Sesuai (S)	4	2
Netral (N)	3	3
Tidak Sesuai (TS)	2	4
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	5

²⁸ Dalam penelitian ini digunakan instrument berupa skala *body image* dan skala *Fear of missing out* (FoMO). Skala *body image* ini di modifikasi dari Narotin dan Satwika (2024) yang menggunakan teori Cash dan Pruzinsky (2002) yang memiliki lima aspek yaitu *appereance evaluation*, *appereance orientation*, *body area satisfaction*, *overweight preoccupation* dan *self-classified weight*. Modifikasi yang dilakukan adalah menyesuaikan item untuk dewasa awal yang memahami tren menikah muda karena pada skala sebelumnya subjek yang digunakan adalah remaja.

² **Tabel 3.2** *Blueprint* Skala *Body Image* Sebelum Uji Coba

No	Aspek	Indikator	Aitem		Σ
			F	UF	
1.	<i>Appearance Evaluation</i> (Evaluasi Penampilan)	Perasaan menarik dan tidak menarik diri sendiri	1, 2, 3, 4, 5, 6	7, 8, 9, 10	10
		Perasaan puas dan tidak puas terhadap diri sendiri	11, 12	13, 14	4
2.	<i>Appearance Orientation</i> (Orientasi Penampilan)	Usaha untuk meningkatkan penampilan	15, 16	17, 18	4
		Perilaku untuk menjaga penampilan	19, 20, 21	22, 23, 24	6
3.	<i>Body Areas Satisfaction</i> (Kepuasan pada Bagian Tubuh)	Kepuasan terhadap bagian-bagian tubuh	25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34	35, 36, 37	13
4.	<i>Overweight Preoccupation</i> (Kecemasan akan Kelebihan Berat Badan)	Pemikiran berulang terkait berat badan berlebih	38, 39	40, 41	4

15 5.	<i>Self-Classified Weight</i> (Pengkategorian Ukuran Tubuh)	Penilaian diri sendiri terkait berat badan	42, 43	44, 45	4
Total					45

8 Penelitian ini, skala *fear of missing out* (FoMO) diterapkan dengan memanfaatkan skala yang dimodifikasi dari Kurniawati dan Prawita (2024) yang berdasarkan pada teori Przybylski dkk. (2013) yang menggunakan dua dimensi yaitu *relatedness* dan *self*. Modifikasi yang dilakukan adalah menyesuaikan item untuk dewasa awal yang memahami tren menikah muda karena pada skala sebelumnya subjek yang digunakan adalah mahasiswa.

2 **Tabel 3.3** *Blueprint Fear of Missing Out (FoMO) Sebelum Uji Coba*

No	Aspek	Indikator	Aitem		Σ
			F	UF	
1.	Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan <i>relatedness</i>	Ketakutan	6, 7, 8, 9, 10	1, 2, 3, 4, 5	10
		Kekhawatiran	14, 15, 16, 17	11, 12, 13	7
2.	Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan <i>self</i>	Kecemasan	18, 19, 20	21, 22, 23, 24	7
Total					24

10 E. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data dibantu oleh perangkat lunak SPSS versi 25.0 *Windows*. Berikut adalah tahapan-tahapan yang dilakukan dalam proses analisis data.

1. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah proses pengujian data untuk menentukan apakah distribusi data mengikuti pola distribusi normal atau tidak (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini, uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan dibantu program SPSS versi 25.0 untuk *Windows*. Data dikatakan normal jika nilai signifikansi (sig) $> 0,05$, yang menandakan bahwa data mengikuti distribusi normal. Sebaliknya, jika nilai $\text{sig} < 0,05$, maka data dianggap tidak berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas berfungsi sebagai teknik analisis guna mengevaluasi ada tidaknya korelasi berbentuk linier di antara beberapa variabel (Sugiyono, 2019). Penelitian ini, peneliti menggunakan uji linearitas untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *fear of missing out* (FoMO) dengan *body image*. Jika kedua variabel tersebut memiliki hubungan linier, maka nilai signifikansi (sig) akan lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, jika nilai sig kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan linier antara kedua variabel yang diuji.

2. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis korelasi *Pearson Product Moment* dan sebelum melakukan uji hipotesis, peneliti terlebih dahulu melakukan uji asumsi terhadap variabel (X) *fear of*

missing out (FoMO) dan variabel (Y) *body image*. Metode statistik *Pearson Product Moment* digunakan dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis. Metode ini⁹⁹ mengukur kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel yang memiliki data serupa, sehingga diperoleh koefisien korelasi yang membantu dalam memahami dan mendukung asumsi mengenai keterkaitan antara variabel tersebut (Sugiyono, 2019).

F. Kredibilitas

Penelitian ini, kredibilitas yang digunakan mencakup uji validitas, uji reliabilitas. Pengujian ini sebagai syarat agar memperoleh hasil penelitian yang berkualitas dan untuk menilai apakah setiap aitem pernyataan pada skala yang digunakan layak atau tidak untuk pengumpulan data.

1. Uji Validitas

Azwar (2022), validitas adalah ukuran sejauh mana instrumen tersebut efektif dalam mengukur variabel yang ingin diteliti dan mendapatkan data yang representatif dan sesuai dengan maksud penelitian. Penelitian ini⁹⁶ menggunakan uji validitas isi berupa penilaian ahli atau *expert judgement* untuk mengevaluasi kevalidan pengukuran dalam penelitian ini. *Expert judgement* adalah metode untuk menilai validitas dengan membandingkan alat ukur yang dikembangkan oleh peneliti dengan ketepatan isi tes, melalui analisis logis yang dilakukan oleh individu yang memiliki keahlian atau kompetensi di bidang. Dalam penelitian ini, digunakan uji validitas isi dengan teknik statistik yang dikenal sebagai Aiken's V. Koefisien Aiken's

V didasarkan pada penilaian yang diberikan oleh beberapa ahli terhadap item untuk melihat seberapa baik item tersebut dapat mewakili struktur yang akan diukur. Menurut Azwar (2021) suatu item dianggap valid jika nilai validitasnya mendekati 1,00, dan semakin tinggi nilai *Aiken's V*, maka semakin baik validitas item tersebut. Berikut adalah rumus untuk *Aiken's V*.

$$V = \frac{\text{jumlah } s}{n(c-1)}$$

Keterangan:

S = $r - l_o$

l_o = Angka penilaian validitas terendah

C = Angka penilaian validitas tertinggi

R = Angka yang diberikan oleh seorang ahli

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dapat diartikan sebagai seberapa tingkat kepercayaan terhadap suatu instrumen pengukuran ditunjukkan melalui kemampuan alat tersebut dalam menghasilkan data yang konsisten dan tepat, maka data tersebut dianggap dapat diandalkan, bahkan jika diukur berulang kali (Azwar, 2022).²⁵ Penelitian ini, peneliti memakai teknik *Alpha Cronbach's* untuk mengukur reliabilitas. Suatu instrumen dianggap reliabel jika skor reliabilitasnya berada antara 0,00 sampai 1,00. Semakin mendekati 1,00 maka nilai reliabilitasnya memuaskan dan nilai reliabilitas dianggap baik jika minimal berada di kisaran 0,80.¹²

3. Daya Diskriminasi

Azwar (2022) menyampaikan bahwa daya diskriminasi dianggap memuaskan jika nilai mencapai 0,3. Kemudian apabila daya diskriminasi $\leq 0,3$ atau bernilai negatif, maka aitem dapat dikatakan rendah. Sedangkan apabila daya diskriminasi $\geq 0,3$, maka dapat dikatakan aitem memiliki daya deskriminasi tinggi.

G. Rancangan Penelitian

1. Prosedur Penelitian

Penelitian ini, memiliki empat tahap yang harus dilakukan, seperti:

¹⁰¹ a. Tahap Persiapan

Tahap persiapan ini peneliti melakukan identifikasi permasalahan, mencari referensi dan membuat judul dengan konsultasi kepada dosen sampai mendapatkan judul yang tepat, menentukan subjek. Kemudian, peneliti mencari berbagai jurnal atau teori yang relevan dan mencari skala *body image* dan *Fear of Missing Out*.

b. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan tahap ini peneliti akan melakukan sebuah uji coba instrumen penelitian pada subjek dewasa awal dengan kriteria yang sudah ditentukan untuk melihat ¹¹ validitas dan reliabilitas skala yang digunakan. Peneliti melakukan *Expert judgement* untuk menilai validitas dan memastikan apakah semua aspek sudah relevan untuk digunakan, kemudian peneliti melakukan uji coba untuk menguji

reliabilitas menggunakan *Alpha Cronbach's*. Selanjutnya peneliti akan melakukan pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner yang sudah di uji validitas dan reliabilitasnya dengan bantuan *google form* untuk mempermudah.

c. Tahap Pengolahan Data

Pada tahap ini peneliti akan melakukan pengelolaan secara statistik dengan bantuan SPSS 25.0 berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner sebelumnya. Selanjutnya, dari data yang sudah didapatkan maka peneliti akan menganalisis hasil dan mulai menyusun pembahasan yang sesuai dengan hasil data tersebut sehingga dari pembahasan tersebut akan menghasilkan sebuah kesimpulan mengenai “apakah ada hubungan antara *Fear of Missing Out (FoMO)* dengan *Body Image*”

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

BAB IV

PELAKSANAAN DAN PENELITIAN

A. Orientasi Kacah dan Persiapan

1. Orientasi Kacah

Tren menikah muda di Indonesia beberapa tahun terakhir sangat umum terjadi, hal ini dikarenakan perubahan norma sosial dan ekonomi yang menganggap bahwa menikah muda itu hal yang wajar. Meski tren menikah muda sempat booming beberapa tahun lalu namun dalam beberapa tahun terakhir hingga tahun 2025 tren menikah muda mulai mengalami pergeseran dimana anak muda mulai banyak menunda pernikahan untuk fokus pada pendidikan, karier, dan kesiapan finansial.

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti dari tanggal 6 Juni hingga 17 Juni 2025 dan peneliti memilih mengumpulkan data secara *online* melalui *link google form* yang disebarluaskan ke sosial media seperti seperti *WhatsApp*, *Instagram*, *Tiktok*, *Facebook*, dan *Telegram*. Selanjutnya, peneliti memilih mengumpulkan data secara *online* karena penelitian ini memakai teknik pemilihan sampel *purposive sampling* yang memilih responden sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan sehingga tidak memerlukan lokasi tempat secara spesifik. Selain itu pada penelitian ini responden memiliki karakteristik yaitu dewasa awal usia 19-30 tahun baik laki-laki maupun perempuan yang belum pernah menikah dan mengetahui adanya tren menikah muda baik di media sosial atau secara langsung. Sehingga

pengambilan data secara *online* dapat mempermudah dan bisa mendapatkan data secara merata.

2. Persiapan Penelitian

a. Persiapan Administrasi

Pada tahap ini, peneliti mengidentifikasi responden berdasarkan kriteria, yaitu ⁴ dewasa awal berusia 19 sampai 30 tahun yang belum pernah menikah dan memiliki kesadaran terhadap tren pernikahan muda. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung dengan menghubungi individu tersebut dan juga dengan bantuan teman-teman untuk menyebarkan kuesioner melalui media sosial. Penelitian ini tidak ada surat izin yang berkaitan pada administrasi, penelitian ini dilakukan secara daring melalui ⁴ *Google Form* yang disebarkan lewat platform media sosial seperti *WhatsApp*, *Instagram*, *Tiktok*, *Facebook*, dan *Telegram*. Selain itu, di dalam *form* yang disebarkan terdapat pernyataan ketersediaan partisipan sehingga dalam penelitian ini tidak terdapat unsur paksaan. Tujuannya adalah untuk memastikan kesiapan responden sebagai peserta penelitian serta menjaga kerahasiaan data yang diberikan.

b. Persiapan ⁵² Alat Ukur

Alat ukur pada penelitian ini yaitu skala *body image* dan skala *fear of missing out* (FoMO)

1) Skala *Body Image*

Penelitian ini memakai skala *body image* yang telah dimodifikasi dari Norotin dan Satwika (2024) berdasarkan teori Cash dan Pruzinsky (2002). Skala ini mencakup lima aspek, yaitu evaluasi penampilan (*appearance evaluation*), orientasi penampilan (*appearance orientation*), kepuasan terhadap bagian tubuh (*body area satisfaction*), kekhawatiran terhadap kelebihan berat badan (*overweight preoccupation*), dan klasifikasi berat badan diri sendiri (*self-classified weight*). Skala *body image* terdiri dari 45 pernyataan atau item, di mana terdapat 27 item yang bersifat positif (*favorable*) dan 18 item yang bersifat negatif (*unfavorable*). Penilaian jawaban kuesioner pada setiap item menggunakan kriteria berikut: Sangat Tidak Sesuai (STS) diberi skor 1, Tidak Sesuai (TS) skor 2, Netral (N) skor 3, Sesuai (S) skor 4, dan Sangat Sesuai (SS) skor 5.

2) Skala *Fear of Missing Out (FoMO)*

Penelitian ini skala *fear of missing out (FoMO)* menggunakan skala yang di modifikasi dari Kurniawati dan Prawita (2024) berdasarkan teori dari Przybylski, dkk. (2013) yang menggunakan dua dimensi yaitu *relatedness* dan *self*. Skala *fear of missing out (FoMO)* terdiri dari 24 aitem pernyataan dengan 12 aitem *favorable* dan 12 *unfavorable*. Kriteria penilaian jawaban kuesioner yaitu Sangat Tidak Sesuai (STS) memiliki skor 1, Tidak

Sesuai (TS) memiliki skor 2, Netral (N) memiliki skor 3, Sesuai (S) memiliki skor 4, dan Sangat Sesuai (SS) memiliki skor 5.

c. Uji Validitas Isi

Sebelum dilakukan uji coba alat ukur peneliti melakukan uji validitas isi yang ditentukan melalui penilaian para ahli (*expert judgement*) dan dianalisis memakai koefisien *Aiken's V*. Uji validitas dilakukan untuk menguji kemampuan suatu instrumen apakah mampu mengukur sesuai tujuan yang diinginkan. Kemudian, proses *expert judgement* dimulai tanggal 8 Mei 2025 hingga 19 Mei 2025 yang memakai 10 orang yang terdiri dari 2 dosen lulusan S2 Psikologi dan 4 orang menempuh profesi psikologi dan 4 orang lulusan S1 Psikologi. Para rater ini dipilih karena memiliki latar belakang akademik dan pengetahuan yang memadai dalam bidang psikologi, sehingga mampu menilai kesesuaian, kelayakan, dan kejelasan isi instrumen secara objektif.

Proses membuat skala pada penelitian ini diawali dengan mencari dan mempelajari instrumen yang relevan dari penelitian terdahulu kemudian memodifikasi dan menyesuaikan aitem agar sesuai dengan konteks dan tujuan penelitian. Kemudian, dilakukan penilaian validitas isi oleh para ahli untuk memastikan relevansi dan kejelasan aitem. Setelah itu dilakukan uji coba awal pada sampel kecil untuk melihat pemahaman responden. Terakhir, analisis reliabilitas dan validitas aitem dilakukan secara statistik untuk memastikan aitem konsisten dan valid.

d. Hasil Analisis Validitas Isi

Hasil analisis menggunakan koefisien *Aiken's V* dapat menunjukkan bahwa semua aitem pada skala FoMO dan *body image* dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan tidak memiliki aitem gugur karena keseluruhan aitem dapat memenuhi nilai batas minimal *Aiken's V* sebesar 0,70 (Aiken, 1985). Rentang nilai validitas pada skala FoMO berada antara 0,725 hingga 0,95, sedangkan pada skala *body image* berada diantara 0,70 hingga 0,95.

e. Uji Coba Alat Ukur Penelitian

Penyusunan skala yang dilakukan oleh peneliti akan di uji coba (try out) terlebih dahulu sebelum melakukan pengambilan data. Peneliti melakukan uji coba (try out) alat ukur tanggal 28 Mei 2025 sampai 30 Mei 2025 yang melibatkan 61 responden berdasarkan kriteria penelitian dan dari 61 responden tersebut tidak ada yang digugurkan karena semua telah memenuhi syarat penelitian. Pengumpulan data dilakukan secara daring dengan Google Form. Uji coba alat ukur pada penelitian ini terdapat pengujian reliabilitas dan seleksi aitem dengan analisis menggunakan SPSS for windows 25.

f. Hasil Analisis Reliabilitas Skala dan Seleksi Aitem

Hasil dari uji reliabilitas dan seleksi aitem pada kedua skala dalam penelitian yaitu sebagai berikut:

1) Skala *Body Image*

Skala ini terdapat 45 aitem yang terdiri dari 27 aitem *favorable* dan 18 aitem *unfavorable*. Berdasarkan hasil analisis uji coba pada skala *body image*, ditemukan bahwa dari 45 aitem pernyataan terdapat 12 aitem dinyatakan gugur atau dihilangkan, sedangkan 33 aitem sisanya diterima atau memenuhi batas aitem total. Analisis dilakukan dengan melibatkan 61 responden dan menggunakan batas koefisien aitem-total minimal 0,3. Kemudian, analisis pada skala *body image* dilakukan analisis sebanyak 2 kali putaran.

Putaran pertama, reliabilitasnya adalah 0,928 dan pada putaran ini terdapat aitem yang gugur yaitu aitem nomor 15 (-0,610), aitem 16 (-0,286), aitem 17 (-0,398), aitem 18 (0,029), aitem 19 (-0,287), aitem 20 (0,020), aitem 21 (0,036), aitem 22 (0,017), aitem 38 (-0,379), aitem 39 (0,135), aitem 41 (0,073), dan aitem 44 (0,153). Setelah menggugurkan aitem hanya tersisa 33 aitem. Kemudian pada putaran kedua, reliabilitasnya adalah 0,968, untuk koefisien daya diskriminasi aitem bergerak dari 0,371 hingga 0,896 semuanya diatas 0,3. Berikut *blueprint* akhir dari skala *body image*.

Tabel 4.1 *Blueprint* Skala *Body Image* Setelah Uji Coba

No	Aspek	Indikator	Aitem		Σ
			F	UF	
1.	<i>Appearance Evaluation</i> (Evaluasi Penampilan)	Perasaan menarik dan tidak menarik diri sendiri	1,2, 3, 4, 5, 6	7, 8, 9,10	10

	¹³ Perasaan puas dan tidak puas terhadap diri sendiri	11, 12	13, 14	4	
2.	<i>Appearance Orientation</i> (Orientasi Penampilan)	Usaha untuk meningkatkan penampilan	*15, *16	*17, *18	4
		Perilaku untuk menjaga penampilan	*19, *20, *21	*22, 23, 24	6
3.	<i>Body Areas Satisfaction</i> (Kepuasan pada Bagian Tubuh)	Kepuasan terhadap bagian-bagian tubuh	25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34	35, 36, 37	13
4.	<i>Overweight Preoccupation</i> (Kecemasan akan Kelebihan Berat Badan)	Pemikiran berulang terkait dengan berat badan berlebih	*38, *39	40, *41	4
5.	²² <i>Self-Classified Weight</i> (Pengkategorian Ukuran Tubuh)	Penilaian diri sendiri terkait berat badan	42, 43	*44, 45	4
Total					45

Aitem-aitem yang diberi tanda Bintang * pada daftar di atas merupakan aitem yang gugur atau tidak lolos dalam proses validasi dan analisis reliabilitas, sehingga tidak digunakan dalam instrumen akhir.

2) ² Skala *Fear of Missing Out* (FoMO)

Skala pengukuran ini terdiri atas ⁷² 24 butir aitem yang terbagi merata menjadi 12 aitem *favorable* dan 12 aitem *unfavorable*. Hasil analisis uji coba instrumen FoMO menunjukkan bahwa dari total 24 butir pernyataan, terdapat 4 aitem yang tidak memenuhi kriteria

validitas, sementara 20 aitem lainnya dinyatakan diterima atau memenuhi batas aitem total. Analisis dilakukan dengan melibatkan 61 responden dan menggunakan batas koefisien aitem-total minimal 0,3. Kemudian, analisis pada skala *body image* dilakukan analisis sebanyak 2 kali putaran.

Putaran pertama, reliabilitasnya adalah 0,889 dan pada putaran ini terdapat aitem yang gugur yaitu aitem nomor 12 (0,232), aitem 18 (-0,190), aitem 19 (0,126), dan aitem 20 (0,173). Setelah menggugurkan aitem hanya tersisa 20 aitem. Kemudian pada putaran kedua, reliabilitasnya adalah 0,905, untuk koefisien daya diskriminasi aitem bergerak dari 0,316 hingga 0,736 semuanya diatas 0,3. Dalam uji reliabilitas FoMO secara konstruk Przybylski. dkk (2013) menyebutkan bahwa FoMO itu sebagai dimensi tetapi menurut Przybylski. Dkk (2013) FoMO ini bisa dihitung atau dianalisis sebagai satu kesatuan sehingga reliabilitas pada variabel FoMO hanya akan ada satu, dan dalam uji analisis juga sehingga dalam proses analisis menggunakan *Product Moment*. Berikut *blueprint* akhir dari skala FoMO.

¹⁹**Tabel 4.2** *Blueprint* Skala *Fear of Missing Out* (FoMO) Setelah Uji Coba

No	Aspek	Indikator	Aitem		Σ
			F	UF	
1.	Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan <i>relatedness</i>	Ketakutan	6, 7, 8, 9, 10	1, 2, 3, 4, 5	10
		Kekhawatiran	14, 15, 16, *17	11,12, 13	7

2.	Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan <i>self</i>	Kecemasan	*18, *19, *20	21, 22, 23, 24	7
Total					24

Aitem-aitem yang diberi tanda Bintang * pada daftar di atas merupakan aitem yang gugur atau tidak lolos dalam proses validasi dan analisis reliabilitas, sehingga tidak digunakan dalam instrumen akhir.

B. Laporan Pelaksanaan Penelitian

Peneliti memulai proses pengumpulan data pada tanggal 6 Juni 2025 sampai 17 Juni 2025. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner melalui *Google Form* kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Kuesioner tersebut berisi informasi terkait penelitian, identitas responden, *informed consent*, petunjuk pengisian, serta skala psikologis berupa skala *body image* dan skala FoMO yang sudah melalui proses uji coba sebelumnya.

Peneliti melakukan penyebaran *link google form* melalui media sosial, seperti *WhatsApp*, *Instagram*, *Tiktok*, *Facebook*, dan *Telegram*. Kemudian peneliti juga menyebarkan kuesioner secara langsung dengan mendatangi tempat wisata seperti Malioboro, Alkid. Hal ini dilakukan dengan harapan bahwa peneliti dapat memperoleh subjek yang sesuai dengan kriteria dan tepat sasaran. Subjek yang dapat mengisi kuesioner tersebut yaitu perempuan dan laki-laki usia 19-30 tahun, belum pernah menikah, dan mengetahui tren menikah muda. Peneliti secara berkala memantau perkembangan pengumpulan data melalui *Google Form* untuk mengetahui jumlah responden yang telah

mengisi kuesioner. Hal ini dilakukan agar jumlah responden sesuai dengan target penelitian yang telah ditetapkan. Dari pengambilan data yang dilakukan peneliti memperoleh 400 responden dan terdapat 9 data yang tidak memenuhi kriteria penelitian sehingga dalam penelitian ini menggunakan 391¹ subjek.

C. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Subjek Penelitian

Hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti menggunakan *google form* diperoleh sebanyak 391 subjek yang mengisi kuesioner penelitian sesuai dengan karakteristik subjek penelitian dengan rentan usia 19-30 tahun, belum pernah menikah dan mengetahui adanya tren menikah muda. Berikut merupakan gambaran mengenai subjek¹ penelitian ini :

Tabel 4.3 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Usia

Usia	N	Persentase
19	28	7,1%
20	35	8,95%
21	52	13,3%
22	80	20,5%
23	41	10,5%
24	27	6,9%
25	30	7,7%
26	32	8,2%
27	22	5,6%
28	17	4,35%
29	20	5,1%
30	7	1,8%
Total	391	100%

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh informasi terkait dengan usia responden sesuai dengan kriteria pada penelitian. Responden dalam penelitian ini menggunakan kriteria usia dalam rentang 19-30 tahun yang

dimana sudah ditentukan oleh peneliti. Tabel diatas terdapat responden dengan usia 19 tahun 28 responden persentase 7,1%, usia 20 tahun 35 responden persentase 8,95%, usia 21 terdapat 52 responden persentase 13,3%, usia 22 tahun 80 responden persentase 20,5%, usia 23 tahun ada 41 responden persentase 10,5%, usia 24 tahun terdapat 27 responden persentase 6,9%, usia 25 tahun 30 responden persentase 7,7%, usia 26 ada 32 responden memiliki persentase 8,2%.

Selanjutnya, responden usia 27 terdapat 22 responden persentase 5,6%, usia 28 terdapat 17 responden persentase 4,35%, usia 29 ada 20 responden persentase 5,1%, dan terakhir usia 30 tahun 7 responden persentase 1,8%.

Tabel 4.4 Deskripsi ¹⁶ Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	N	Persentase (%)
Perempuan	259	66,24 %
Laki-Laki	132	33,76 %
Total	391	100 %

Berdasarkan data dari subjek penelitian dari jenis kelamin, dapat diketahui 259 responden perempuan yang ikut serta di penelitian ini memiliki nilai persentase sebesar 66,24%. Sedangkan laki-laki terdapat 132 subjek dengan nilai persentase sebesar 33,76%, dimana jumlah subjek lebih sedikit daripada perempuan.

Tabel 4. 5 Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Wilayah

No	Provinsi	N	Persentase
1	Nanggroe Aceh Darussalam	4	1%
2	Sumatera Utara	13	3,3%
3	Sumatera Selatan	4	1%
4	Sumatera Barat	2	0,5%
5	Bengkulu	9	2,3%

6	Riau	9	2,3%
7	Kepulauan Riau	6	1,5%
8	Jambi	7	1,8%
9	Lampung	57	14,6%
10	Bangka Belitung	6	1,5%
11	Kalimantan Barat	4	1%
12	Kalimantan Timur	4	1%
13	Kalimantan Selatan	5	1,4%
14	Kalimantan Tengah	3	0,8%
15	Kalimantan Utara	3	0,8%
16	Banten	19	4,9%
17	DKI Jakarta	51	13%
18	Jawa Barat	52	13,3%
19	Jawa Tengah	33	8,4%
20	Daerah Istimewa Yogyakarta	30	7,7%
21	Jawa Timur	29	7,4%
22	Bali	11	2,8%
23	Nusa Tenggara Timur	3	0,8%
24	Nusa Tenggara Barat	2	0,5%
25	Gorontalo	3	0,8%
26	Sulawesi Barat	4	1%
27	Sulawesi Tengah	6	1,5%
28	Sulawesi Tenggara	3	0,8%
29	Sulawesi Utara	3	0,8%
30	Sulawesi Selatan	2	0,5%
31	Maluku	2	0,5%
32	Papua	2	0,5%
	Total	391	100%

Berdasarkan data berdasarkan wilayah diatas, diketahui masing- masing memiliki 1% dengan jumlah 4 responden untuk Provinsi Aceh, Sulawesi Barat, Kalimantan Timur, Kalimantan Barat, dan Sumatera Selatan. Provinsi Sumatera Utara berjumlah 13 responden dengan persentase 3,3%, Provinsi dengan masing-masing 0,5% dengan jumlah responden 2 yaitu Provinsi Papua, Maluku, Sulawesi Selatan, NTB, dan Sumatera Barat. Provinsi dengan masing-masing 0,8% dengan jumlah responden 3 yaitu Provinsi Kalimantan Tengah, Kalimantan Utara, NTT, Gorontalo, Sulawesi

Tenggara, dan Sulawesi Utara. Kemudian Provinsi dengan masing-masing memiliki 1,5% dengan jumlah responden 6¹⁰⁰ yaitu Provinsi Kepulauan Riau, Bangka Belitung dan Sulawesi Tengah. Provinsi Jambi berjumlah 7 responden dengan persentase 1,8%, Provinsi Lampung berjumlah 57 responden dengan persentase 14,6%, Provinsi Kalimantan Selatan berjumlah 5 responden dengan persentase 1,4%. Provinsi masing-masing memiliki 2,3% dengan jumlah responden 9 yaitu Provinsi Bengkulu dan Riau.

Selanjutnya, Provinsi Banten berjumlah 19 dengan persentase 4,9%, Provinsi DKI Jakarta berjumlah 51 dengan persentase 13%, Provinsi Jawa Barat berjumlah 52 dengan persentase 13,3%, Provinsi Jawa Tengah berjumlah 33 dengan persentase 8,4%, Provinsi DIY Yogyakarta berjumlah 30 dengan persentase 7,7%, Provinsi Jawa Timur berjumlah 29 dengan persentase 7,4%, Provinsi Bali berjumlah 11 dengan persentase 2,8%. Penelitian ini hanya mencakup 32 Provinsi sehingga belum mencakup keseluruhan Provinsi, namun setiap pulau di Indonesia telah terwakili dalam cakupan penelitian.

2. Deskripsi Data Penelitian

Proses pendeskripsian data dalam studi ini⁷³ bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai Seluruh data yang diperoleh dalam penelitian ini dimanfaatkan sebagai dasar untuk memfasilitasi proses interpretasi hasil penelitian.

Tabel 4.6 Deskripsi ⁹⁵ Data Penelitian

Variabel	Hipotetik				Empirik			
	Min	Max	Mean	SD	Min	Max	Mean	SD
FoMO	20	100	60	13,3	35	93	61,9	9,8
Body Image	33	165	99	22	48	155	117,1	18,3

Keterangan:

Skor hipotetik : diperoleh dari hasil skala

Skor empirik : diperoleh dari hasil penelitian

Berdasarkan dengan tabel di atas, diketahui bahwa variabel FoMO mempunyai mean pada skor hipotetik sebesar 60 dengan standar deviasi 13,3 serta nilai mean pada skor empirik 61,9 dengan standar deviasi 9,8. Pada variabel *body image* memiliki mean pada skor hipotetik sebesar 99 dengan standar deviasi 22 serta mean pada skor empirik sebesar 117,1 standar deviasi 18,3.

Hasil analisis deskriptif berfungsi untuk mengkategorikan nilai yang diperoleh tiap ¹⁰² responden sesuai dengan variabel penelitian yang telah ditetapkan. Kategorisasi menurut Azwar (2022) merupakan salah satu metode untuk mengklasifikasikan data penelitian ke dalam kelompok-kelompok tertentu berdasarkan skor yang diperoleh. Kategorisasi ini dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian termasuk kategori rendah, sedang, atau tinggi. Cara menghitungnya menggunakan rumus berikut:

Tabel 4.7 Rumus Norma Kategorisasi

Kategorisasi	Rumus Norma
Sangat Tinggi	$X > M + 1,8 \text{ SD}$
Tinggi	$M + 0,6 \text{ SD} < X \leq M + 1,8 \text{ SD}$
Sedang	$M - 0,6 \text{ SD} < X \leq M + 0,6 \text{ SD}$
Rendah	$M - 1,8 \text{ SD} < X \leq M - 0,6 \text{ SD}$
Sangat Rendah	$X \leq M - 1,8 \text{ SD}$

Keterangan:

X : Skor Total

M : Mean / Rata-Rata

SD : Standar Deviasi

Menurut rumus **norma kategorisasi**, peneliti mengkategorisasikan subjek ke dalam lima kategori untuk masing-masing skala, sehingga diperoleh hasil kategorisasi **3** sebagai berikut:

Tabel 4.8 Kriteria Kategorisasi Tiap Variabel

Kategorisasi	Fomo	Body Image
Sangat Tinggi	$X > 83,9$	$X > 138,6$
Tinggi	$67,9 < X \leq 83,9$	$112,2 < X \leq 138,6$
Sedang	$52,1 < X \leq 67,9$	$85,8 < X \leq 112,2$
Rendah	$36,1 < X \leq 52,1$	$59,4 < X \leq 85,8$
Sangat Rendah	$X \leq 36,1$	$X \leq 59,4$

Tabel 4.9 Kategorisasi Data Penelitian Tiap Variabel

Kategori	Fomo		Body Image	
	Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tinggi	4	1,02%	55	14,1%
Tinggi	105	26,85%	168	43%
Sedang	221	56,52%	150	38,3%
Rendah	59	15,11%	16	4,1%
Sangat Rendah	2	0,5%	2	0,5%
Total	391	100%	391	100%

Berdasarkan perhitungan tabel kategorisasi data di atas, dapat dikatakan bahwa besarnya skor pada variabel FoMO menandakan responden mengalami FoMO dikategori sedang. Hal ini terbukti dari 391 responden terdapat 221 yang mengalami FoMO dalam kategori sedang persentase 56,52%. Responden pada kategorisasi tinggi berjumlah 105 orang dengan persentase 26,85%. Kemudian untuk responden pada kategorisasi sangat tinggi berjumlah 4 orang persentase 1,02%. Sedangkan, pada kategorisasi rendah terdapat 59 responden dengan persentase 15,11%.

Selain itu, terdapat 2 responden berada pada kategori sangat rendah dengan persentase 0,5%.

Besarnya skor *body image* menunjukkan bahwa responden mengalami *body image* pada kategori tinggi. Hal ini terbukti dengan hasil data kategorisasi *body image* yaitu sebanyak 150 responden mengalami *body image* dalam kategori sedang persentase 38,3%. Kemudian, sebanyak 168 responden berada dikategori tinggi persentase 43%. Selanjutnya 55 responden pada kategori sangat tinggi persentase 14,1%. Sedangkan pada kategorisasi rendah ada 16 responden persentase 4,1% dan sebanyak 2 responden berada dikategori sangat rendah dengan persentase 0,5%.

3. Uji Asumsi

Pengujian asumsi adalah serangkaian tes pendahuluan yang dilakukan sebelum pengujian hipotesis, bertujuan memeriksa hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian. Jenis-jenis pengujian asumsi yang umum dilakukan meliputi uji normalitas dan uji linearitas. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan SPSS versi 25.0 *Windows* sebagai alat untuk melaksanakan pengujian asumsi tersebut. Berikut adalah hasil dari pengujian asumsi yang dilakukan oleh peneliti:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini digunakan untuk menentukan apakah data penelitian terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 25.0 *for windows* dengan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*.

Apabila nilai signifikansi (sig) diperoleh $>0,05$ maka data dianggap terdistribusi normal. Sedangkan, jika nilai (sig) $<0,05$ maka dapat dikatakan tidak terdistribusi normal (Sugiyono, 2019).

Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig.	Interpretasi
FoMO	0.092	Normal
Body Image	0.107	Normal

Melihat hasil uji normalitas yang telah dilakukan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test*, didapatkan nilai signifikansi untuk variabel FoMO sebesar $0,092 > 0,05$. Ini menandakan bahwa data pada variabel FoMO berdistribusi normal. Sedangkan, pada variabel *body image* nilai signifikansi yang diperoleh adalah $0,107 > 0,05$, yang menunjukkan bahwa data pada variabel *body image* juga terdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Analisis linearitas dilaksanakan guna menguji keberadaan hubungan linear antar variabel FoMO dan *body image*. Proses pengujian memanfaatkan aplikasi SPSS 25.0 untuk *Windows*. Hasil uji menunjukkan bahwa apabila nilai (sig) melebihi $0,05$, maka dapat diinterpretasikan bahwa hubungan linear antara kedua variabel tersebut terkonfirmasi (Sugiyono, 2019).

Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas

Variabel	F	Sig Deviation form linearity	Sig linearity	Interpretasi
FoMO*Body Image	1.378	0.055	0,000	Linear

²³ Berdasarkan hasil uji linearitas yang dilakukan, disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang bersifat linear antara FoMO dan *body image*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai p ⁶³ pada *deviation form linearity* sebesar 0,055, yang lebih besar dari 0,05, sehingga hubungan tersebut dapat dianggap linear. Selanjutnya berdasarkan hasil dari *linearity* ($p < 0,000$) sehingga hasil linear secara utuh.

4. ³ Uji Hipotesis

Setelah uji asumsi klasik meliputi uji normalitas dan linearitas, tahap penelitian dilanjutkan dengan pengujian hipotesis menggunakan teknik korelasi *Pearson* untuk mengukur hubungan antar variabel. Alasan menggunakan analisis korelasi ini karena sebelumnya setelah melakukan uji asumsi yaitu uji normalitas, data terdistribusi normal.

⁸ **Label 4.12** Hasil Uji Hipotesis *Product Moment*

Variabel Bebas	Variabel Tergantung	Koefisien Korelasi <i>Pearson</i>	Koefisien Sig. (p)
FoMO	<i>Body Image</i>	0.725	0.000

Berdasarkan pengolahan data statistik yang dilakukan dengan metode korelasi *Pearson Product Moment* berbantuan program SPSS 25 for Windows, diperoleh temuan bahwa FoMO berkorelasi positif dengan *body image* dengan koefisien korelasi sebesar 0,725 dan nilai signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hasil uji hipotesis diatas dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan antara FoMO dengan *body image* semakin tinggi FoMO pada individu maka semakin tinggi juga *body image* pada dewasa awal, begitupun sebaliknya semakin rendah FoMO maka semakin rendah juga *body image*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang peneliti

ajukan **diterima**. Adapun penafsiran tingkat koefisien korelasi yang terbagi menjadi lima kriteria (Sugiyono, 2019) yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.13 Kriteria Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Analisis table kriteria koefisien korelasi yang telah disajikan, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,725. Nilai ini menunjukkan hubungan yang positif dengan kekuatan kategori kuat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang kuat antara variabel FoMO dan *body image* di tengah tren menikah muda. Selanjutnya, peneliti melakukan analisis determinasi, yaitu metode statistik yang digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung.

Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Determinasi

Variabel	Nilai Korelasi (r)	Nilai R Square (R ²)	Keterangan
<i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	0,725	0,526	52,6%

Berdasarkan tabel diatas, nilai R square sebesar 0,526 yang artinya bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) memberikan sumbangan terhadap *body image* sebesar 52,6%. Kemudian 47,4% variabel *body image* dipengaruhi oleh faktor lain yang berada diluar penelitian ini.

5. Uji Beda Berdasarkan Jenis Kelamin

Dalam penelitian ini, uji tambahan ini dilakukan untuk memastikan bahwa adanya perbedaan korelasi antara variabel *fear of missing out* (FoMO) dengan variabel *body image* berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki dan perempuan.

Label 4. 15 Hasil Uji *Independent Sample T Test*

Variabel	Jenis Kelamin	Mean	Sig.	Sig. (2-tailed)	Keterangan
FoMO	Laki-Laki	63,14	0,265	0,068	Tidak Signifikan
	Perempuan	61,23			
<i>Body Image</i>	Laki-Laki	120,08	0,717	0,023	Signifikan
	Perempuan	115,64			

Hasil uji *independent sample t-test* mengungkap beberapa temuan penting. Pada variabel FoMO, diperoleh nilai signifikansi (sig. 2-tailed) sebesar 0,068 yang melebihi nilai kritis 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik dalam tingkat FoMO antara kelompok laki-laki dan perempuan. Di sisi lain, analisis terhadap variabel *body image* menunjukkan hasil yang berbeda, dengan nilai signifikansi 0,023 yang kurang dari 0,05. Temuan ini membuktikan adanya perbedaan yang signifikan secara statistik dalam skor *body image* antara responden laki-laki dan perempuan.

Hasil uji analisis diatas memperlihatkan bahwa variabel FoMO pada responden laki-laki memiliki rata-rata sebesar 63,14 kemudian untuk responden perempuan memiliki rata-rata yang lebih rendah yaitu 61,23. Selanjutnya pada variabel *body image* pada responden laki-laki memiliki

rata-rata sebesar 120,08 dan responden perempuan memiliki rata-rata 115,64.

D. Pembahasan

Peneliti melakukan penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat hubungan antara *fear of missing out* (FoMO) dengan *body image* pada dewasa awal di tengah tren menikah muda. Pada penelitian ini terdapat hubungan antara FoMO dengan *body image*. Hipotesis penelitian ini diterima bahwa terdapat hubungan positif antara FoMO dengan *body image* pada dewasa awal di tengah tren menikah muda di Indonesia. Artinya semakin tinggi FoMO semakin tinggi juga *body image* begitupun sebaliknya semakin rendah FoMO maka semakin rendah juga *body image* pada dewasa awal di tengah tren menikah muda. Besaran koefisien korelasi yang diperoleh dalam penelitian ini masuk ke dalam kategori kuat sebesar 0,725. Hal ini menunjukkan bahwa FoMO berperan signifikan dalam mempengaruhi persepsi dan perhatian individu terhadap *body image* pada kelompok dewasa awal yang secara sosial dipengaruhi oleh tren menikah muda.

Berdasarkan dengan pernyataan tersebut, diartikan bahwa semakin tinggi tingkat FoMO pada seseorang, maka akan semakin tinggi juga pengaruhnya terhadap persepsi *body image* mereka di tengah tren menikah muda, begitupun dengan sebaliknya. Ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Amelia dan Akbar (2023) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh FoMO secara positif dimana FoMO dapat mempengaruhi dewasa awal sebesar 51,1%, secara umum

tingkat kecanduan media sosial pada subjek berada pada kategori tinggi dan tingkat FoMO pada subjek juga tergolong tinggi dan dari hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa hampir setengah responden dalam fase masa dewasa awal mengalami FoMO. Sehingga dari ⁸⁷ hasil penelitian ini semakin tinggi FoMO maka semakin tinggi juga pengaruhnya terhadap *body image*. Seperti yang dikemukakan sebelumnya ⁷⁹ bahwa, penggunaan media sosial yang berlebihan dapat berdampak negatif terhadap kesejahteraan psikologis seseorang, terutama terkait dengan meningkatkan tingkat kecemasan dan ketakutan yang berlebihan. Hal ini didukung dengan penelitian ² Abel. dkk (2016) yang menyatakan bahwa individu dengan FoMO tinggi cenderung mengalami gangguan citra tubuh akibat paparan konten idealistik di media sosial. Menurut JWT Intelligence (2012) FoMO tergolong sebagai salah satu bentuk kecemasan sosial, dan seiring dengan cepatnya perkembangan media sosial saat ini, peluang seseorang untuk mengalami FoMO pun semakin meningkat.

Hal ini disebabkan karena paparan konten yang ada di media sosial, yang bisa mendorong seseorang untuk melakukan perbandingan dirinya dengan orang lain (Keles, McCrae, & Grealish, 2020). Hal ini sejalan dengan penelitian ⁸⁶ Przybylski dkk. (2013) menyatakan bahwa FoMO berhubungan dengan kebutuhan psikologis akan keterhubungan sosial, yang dapat meningkatkan kecemasan sosial dan perhatian pada citra diri, termasuk *body image*. Semakin tinggi FoMO yang dialami oleh individu, biasanya diikuti dengan peningkatan perhatian pada penampilan fisik mereka (*body image*). Pada penelitian yang

dilakukan oleh Marfita, Fitriyasari, dan Ni'mah (2024) dengan 191 responden terdapat hasil bahwa FoMO dan *body image* ⁷¹ memiliki hubungan yang signifikan positif dimana semakin tinggi FoMO maka semakin tinggi juga *body image*.

Berdasarkan hasil ¹⁰ analisis korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan kuat antara FoMO dengan *body image*. Serta pada uji determinasi penelitian ini memiliki ⁸⁵ R^2 sebesar 0,526 yang menandakan bahwa FoMO memberikan pengaruh yang kuat dengan 52,6% terhadap *body image*, dapat disimpulkan bahwa 52,6% variasi dalam *body image* dapat dijelaskan oleh FoMO dan sisanya dijelaskan oleh faktor lain, sehingga FoMO memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi dan kesadaran individu terhadap citra tubuh mereka. Besaran pengaruh ini mengindikasikan bahwa tingkat ketakutan untuk terlewat (FoMO) mampu mempengaruhi persepsi individu terhadap *body image*. Hal ini sejalan dengan penelitian Fardouly dan Vartanian (2015) dimana ketakutan ketinggalan (FoMO) dapat memicu perbandingan sosial yang berlebihan, terutama di media sosial sehingga hal ini dapat memperburuk ketidakpuasan terhadap tubuh. Apalagi dengan adanya tren menikah muda, hal ini akan memberikan tekanan untuk memenuhi standar yang tidak realistis. Dengan kata lain, semakin tinggi intensitas FoMO yang dirasakan, semakin besar kemungkinan individu mengalami perubahan atau ketidakpuasan terhadap *body image* mereka di tengah tren menikah muda.

Penelitian ini menemukan bahwa variabel FoMO memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap persepsi *body image* pada dewasa awal, dengan koefisien

korelasi *pearson* sebesar 0,725 dan signifikansi $p=0,000$. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara FoMO dan *body image*. Kemudian, dalam penelitian ini berdasarkan kategorisasi tiap variabel terdapat 221 mayoritas responden dewasa awal mengalami tingkat FoMO dalam kategori sedang dengan persentase 56,52%, kemudian terdapat 105 responden dalam kategori tinggi dengan persentase 26,85%. Hal ini dapat dilihat bahwa para responden cukup sering merasakan kecemasan takut ketinggalan informasi, tren, atau pengalaman sosial. Kondisi ini sangat dipengaruhi peran media sosial yang semakin dominan dalam menghubungkan individu dengan dunia luar, terutama pada masa dewasa awal dimana kebutuhan untuk terhubung sosial sangat tinggi. Hal ini didukung penelitian dari Przybylski dkk. (2013) menjelaskan bahwa kebutuhan psikologis untuk tetap terhubung secara sosial, yang dapat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan termasuk keputusan penting seperti menikah muda.

Selain itu, hasil kategorisasi *body image* menunjukkan bahwa terdapat 150 responden di dalam kategori sedang memiliki persentase 38,3%, serta terdapat 168 responden di kategori tinggi persentase 43% dan 55 responden berada di kategori sangat tinggi dengan persentase 14,1%. Sehingga dalam hal ini mereka memiliki kesadaran dan perhatian yang cukup tinggi terhadap penampilan fisik mereka. Pernyataan diatas sejalan dengan penelitian Setiawati (2020) dimana menyatakan bahwa tingkat *body image* sedang cenderung memiliki rasa tidak puas terhadap tubuhnya, namun hal ini tidak mengganggu sehingga tidak menyebabkan rasa cemas berlebihan terhadap kegemukan dan perilaku diet. Hal

ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marfita dkk. (2024) dimana sebagian besar level FoMO berada di level sedang dengan 130 responden (68,1%). FoMO level tinggi adalah 52 responden (27,2%) dan FoMO level rendah adalah 9 responden (4,7%). Tingkat *body image* tertinggi responden adalah positif dengan 175 responden (91,6%) dan citra tubuh negatif dengan 16 responden (8,4%).

Selanjutnya pada penelitian Sari (2022) tingkat citra tubuh pada remaja putri di desa Sepulu, terdapat 13 remaja (15,7%) yang masuk dalam kategori tinggi, 56 remaja (67,5%) pada kategori sedang, kemudian 14 remaja (16,9%) dalam kategori rendah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar remaja putri di desa Sepulu termasuk dalam kategori sedang, yang menandakan kecenderungan penilaian yang cukup positif terhadap bentuk tubuh mereka. Dengan demikian, para remaja tersebut umumnya merasa puas dengan penampilan tubuhnya dan tidak membandingkannya secara negatif dengan standar bentuk tubuh ideal.

Berdasarkan data kategorisasi menunjukkan bahwa FoMO dan *body image* berada di kategori sedang ke tinggi, hal ini bisa terjadi karena beberapa sebab yaitu pada tahap dewasa awal menurut Erik Erikson, individu menghadapi tahap perkembangan yang disebut *intimacy vs isolation* dimana kebutuhan akan hubungan sosial dan penerimaan kelompok sangat kuat. Tekanan untuk diterima, ekspektasi sosial untuk tampil menarik dan kebutuhan menjaga citra diri menjadi faktor penting yang meningkatkan rasa ketakutan akan kehilangan sesuatu (FoMO). Ini menjelaskan kenapa FoMO cenderung sedang ke tinggi

karena individu dewasa awal aktif berinteraksi di media sosial dan lingkungan sosialnya.

FoMO akan mendorong individu untuk selalu memperhatikan penampilan dan bagaimana citra tubuh mereka dipersepsikan oleh orang lain, terutama dalam konteks sosial yang menuntut penampilan tertentu. Dalam dewasa awal yang sedang menjalani proses adaptasi peran sosial baru seperti persiapan menikah (tren menikah muda) individu merasa perlu menjaga dan memaksimalkan *body image* karena tekanan untuk siap secara fisik dan sosial. Hal ini didukung dengan teori Arnett (2007) dewasa awal adalah masa eksplorasi identitas dan focus besar pada hubungan sosial dan pemenuhan peran dewasa yang baru, sehingga tekanan sosial sangat berpengaruh terhadap perilaku dan persepsi diri.

Selanjutnya, deskripsi data pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel FoMO pada skor hipotetik memiliki nilai mean sebesar 60 dengan standar deviasi 13,3 sedangkan pada skor empirik nilai mean sebesar 61,9 dengan standar deviasi 9,8. Hal ini dapat menunjukkan bahwa nilai rata-rata FoMO pada responden penelitian sedikit lebih tinggi dibandingkan hipotetik. Kemudian *body image* menunjukkan mean skor hipotetik sebesar 99 dengan standar deviasi 22, dan mean skor empirik sebesar 117,1 dengan standar deviasi 18,3. Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa rata-rata skor empirik FoMO berada dalam kategori sedang ke tinggi, demikian pula dengan *body image* yang cenderung pada kategori sedang ke tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden pada tahap dewasa awal menunjukkan *Fear of*

Missing Out (FoMO) yang cukup tinggi sekaligus memiliki citra tubuh yang cukup positif. Santrock menjelaskan bahwa dewasa awal adalah fase eksplorasi yang intens dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sosial dan personal. Kebutuhan eksplorasi ini dapat meningkatkan keinginan untuk mendapatkan sensasi dan pengalaman baru, yang berpotensi meninggikan FoMO.

Berdasarkan data yang diperoleh dari 391 responden yang mengisi kuesioner penelitian, terlihat bahwa penelitian ini telah mencakup responden dari berbagai provinsi di seluruh Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa secara geografis, semua pulau utama Indonesia sudah terwakili dalam sampel penelitian, mulai dari Sumatera, Jawa, Kalimantan, Sulawesi, Bali, hingga Papua dan Maluku. Namun, jika dilihat pada tingkat provinsi, representasi responden belum merata, karena sebagian besar provinsi hanya memiliki jumlah responden yang sangat kecil, bahkan kurang dari 5 orang di beberapa provinsi. Sementara itu, provinsi dengan jumlah responden relatif besar seperti Lampung (57 responden, 14,6%), Jawa Barat (52 responden, 13,3%), dan DKI Jakarta (51 responden, 13%) menunjukkan kecenderungan penumpukan responden di beberapa wilayah tertentu. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun cakupan wilayah sudah luas, generalisasi hasil penelitian terhadap populasi di setiap provinsi perlu dilakukan dengan hati-hati karena jumlah sampel dari beberapa provinsi masih dalam cakupan yang sangat terbatas. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Lampung memiliki jumlah responden paling banyak dibandingkan yang lain, hal ini dapat dijelaskan dengan mempertimbangkan beberapa faktor utama seperti menurut

data BPS yang ada Lampung adalah salah satu provinsi dengan populasi yang cukup besar di Indonesia, yakni sekitar 9 juta jiwa pada sensus 2020, yang dapat memberikan potensi besar.

Adapun terkait jenis kelamin responden, penelitian ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden perempuan (259 orang, 66,24%) dibandingkan laki-laki (132 orang, 33,76%). Kondisi ini bisa jadi disebabkan oleh beberapa faktor, seperti ketertarikan yang lebih besar dari perempuan terhadap topik penelitian, atau perilaku perempuan yang lebih responsif dalam mengisi kuesioner *online* seperti *Google Form*. Selain itu, faktor demografis lain seperti jumlah populasi usia muda perempuan yang aktif dalam jaringan sosial digital juga bisa berkontribusi pada dominasi responden perempuan.

Pada penelitian ini, ⁵³usia yang paling banyak mengisi adalah usia 22 tahun memiliki persentase 20,5%, usia 21 persentase 12,3%, dan usia 23 persentase 10,55. Pada usia 21-23 tahun merupakan rentang usia yang umumnya bertepatan dengan masa selesainya pendidikan tinggi atau perguruan tinggi bagi banyak individu di Indonesia dan banyak negara lain, pada fase ini mulai menghadapi tahap transisi penting yang disebut *emerging adulthood* menurut Arnett (2000). Pada tahap ini, individu mengalami ketidakpastian dan krisis peran terutama terkait pencarian pekerjaan, stabilitas ekonomi, dan kesiapan untuk membangun keluarga. Berdasarkan Digital 2024 *Global Overview Report*, usia 20-24 tahun termasuk kelompok dengan tingkat penggunaan media sosial yang sangat tinggi, hampir menyamai kelompok usia 18-29 tahun yang secara umum menunjukkan pengguna aktif media sosial mencapai 93% di

YouTube, 76% di *Instagram*, 68% di *Facebook*, dan 65% di *Snapchat*. Walaupun statistik spesifik untuk usia 20-24 tahun tidak dijabarkan secara eksplisit, laporan ini menegaskan bahwa kelompok usia ini memiliki *engagement digital* yang sangat tinggi, menghabiskan rata-rata 2 jam 23 menit per hari di berbagai platform sosial dan mengunjungi rata-rata hampir 7 platform setiap bulannya. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan media sosial pada rentang usia tersebut memang sangat intensif sehingga media sosial menjadi tempat utama untuk interaksi sosial yang kerap memicu fenomena FoMO dan perhatian pada *body image*.

Pada hasil uji tambahan yaitu uji beda berdasarkan jenis kelamin Pada variabel FoMO, hasil uji t memperlihatkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,068 yang lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Ini berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan dalam tingkat FoMO. Dengan kata lain, persepsi rasa takut kehilangan momen atau informasi tidak dipengaruhi oleh jenis kelamin pada sampel penelitian ini. Sedangkan pada variabel *body image*, terdapat perbedaan signifikan antara kedua kelompok dengan nilai signifikansi 0,023 ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa persepsi *body image* pada laki-laki dan perempuan berbeda secara statistik. Rata-rata skor *body image* laki-laki lebih tinggi dibandingkan perempuan, yang mengindikasikan bahwa laki-laki cenderung memiliki persepsi *body image* yang lebih positif dibandingkan perempuan pada subjek penelitian ini. Menurut Baker, Krieger, dan LeRoy (2016) laki-laki cenderung lebih terpengaruh oleh FoMO dalam konteks kompetisi sosial, sementara perempuan lebih fokus pada

tekanan penampilan fisik. Kemudian menurut Frederick dkk. (2022) menunjukkan bahwa perempuan lebih rentan terhadap ketidakpuasan tubuh karena standar kecantikan yang lebih ketat. Hal ini didukung dengan penelitian Safitri dan Jayanti (2023) menjelaskan bahwa wanita pada masa dewasa awal sering kali kesulitan menilai diri secara objektif, mereka masih terbiasa ¹⁵ membandingkan diri dengan orang lain dan merasa tidak memiliki pencapaian yang berarti. Hal ini dapat memicu munculnya perasaan inferior serta rasa malu terhadap diri sendiri.

Berdasarkan pembahasan ⁵ yang telah dijelaskan, dapat diketahui bahwa FoMO memiliki **hubungan** dengan *body image* pada dewasa awal di tengah tren menikah muda. Kemudian terdapat beberapa kelemahan dalam penelitian ini yaitu pada adaptasi skala FoMO maupun *body image* kurang sempurna sehingga proses pengambilan maupun analisis data kurang maksimal. Pada penelitian ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan. Selanjutnya, keterbatasan literatur pendukung variabel FoMO, karena topik penelitian ini masih tergolong baru dan jurnal ilmiah yang relevan masih sulit ditemukan, hal ini membatasi kedalaman kajian pustaka dan pengembangan teori yang dapat diadopsi dalam penelitian. Kemudian pada penelitian ini hanya mencakup 32 Provinsi yang tersebar di seluruh Indonesia, meskipun belum mencakup seluruh Provinsi yang ada, penelitian ini telah memastikan adanya representasi dari setiap pulau utama di Indonesia. Selain itu, karena pengambilan data secara daring yang membuat peneliti tidak mengetahui bagaimana kesungguhan responden dalam mengisi skala.

¹⁴ BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima. hal ini berarti ada hubungan antara FoMO dan *body image* pada dewasa awall di tengah tren menikah muda. Hubungan antara keduanya tergolong kuat dan positif, yang artinya semakin tinggi FoMO seseorang maka semakin tinggi pula *body image*. Selain itu, rata-rata nilai FoMO dan *body image* pada responden penelitian termasuk dalam kategori yang kuat.

B. Saran

Setelah menyelesaikan penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Subjek Penelitian

Peneliti memberikan masukan kepada subjek penelitian, yaitu dewasa awal agar lebih mampu mengelola dan mengendalikan perasaan *fear of missing out* (FoMO) yang muncul, terutama yang berdampak pada persepsi terhadap *body image*. Kemudian diharapkan subjek dapat lebih sadar terhadap pengaruh media sosial dan tekanan sosial yang memicu timbulnya FoMO sehingga dapat meningkatkan kesadaran diri serta pengelolaan citra tubuh yang positif. Kesadaran ini penting agar dewasa awal mampu tetap

mempertahankan citra tubuh yang sehat dan mengurangi stres atau kecemasan yang berkaitan dengan FoMO dalam konteks sosial.

2. **5 Bagi Peneliti Selanjutnya**

Panelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas variabel yang diteliti terkait dengan FoMO dan *body image*, misalnya dukungan sosial, tingkat stres atau pengguna media sosial spesifik agar dapat memperdalam pemahaman hubungan anatar FoMO dan *body image*. Selain itu, penting untuk memilih karakteristik subjek yang lebih spesifik, misalnya berdasarkan latar belakang budaya, tempat daerah atau status sosial ekonomi, guna mendapatkan gambaran yang lebih mendalam. Penyusunan instrumen penelitian juga perlu diperhatikan agar data yang diperoleh lebih valid dan reliabel.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

HUBUNGAN ANTARA FEAR OF MISSING OUT DENGAN BODY IMAGE PADA DEWASA AWAL DI TENGAH TREN MENIKAH MUDA

ORIGINALITY REPORT

22% SIMILARITY INDEX	21% INTERNET SOURCES	10% PUBLICATIONS	10% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	dspace.uii.ac.id Internet Source	2%
2	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
3	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia II Student Paper	1%
4	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
5	repository.usd.ac.id Internet Source	1%
6	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	1%
7	www.scribd.com Internet Source	<1%
8	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1%
9	Submitted to Universitas Dian Nuswantoro Student Paper	<1%
10	id.123dok.com Internet Source	<1%

repository.unjaya.ac.id

11	Internet Source	<1 %
12	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
13	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1 %
14	Submitted to Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Student Paper	<1 %
15	repository.uhn.ac.id Internet Source	<1 %
16	123dok.com Internet Source	<1 %
17	adoc.pub Internet Source	<1 %
18	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1 %
19	Submitted to Universitas Islam Riau Student Paper	<1 %
20	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1 %
21	Submitted to Sultan Agung Islamic University Student Paper	<1 %
22	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
23	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	<1 %
24	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %

25	repository.unika.ac.id Internet Source	<1 %
26	Submitted to Badan PPSDM Kesehatan Kementerian Kesehatan Student Paper	<1 %
27	ojs.uho.ac.id Internet Source	<1 %
28	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
29	j-innovative.org Internet Source	<1 %
30	Eza Amanda, Muhammad Fauzi, Mursal Mursal. "Gender Parity in Riba Literacy: A Comparative Study Among Residents of Sebukar Village", Cakrawala: Jurnal Studi Islam, 2024 Publication	<1 %
31	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
32	lib.unnes.ac.id Internet Source	<1 %
33	proceedings.unisba.ac.id Internet Source	<1 %
34	Submitted to Universitas PGRI Madiun Student Paper	<1 %
35	core.ac.uk Internet Source	<1 %
36	digilib.uns.ac.id Internet Source	<1 %

37	docplayer.info Internet Source	<1 %
38	Submitted to itera Student Paper	<1 %
39	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1 %
40	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
41	www.journal.stiemb.ac.id Internet Source	<1 %
42	ejurnal.unisan.ac.id Internet Source	<1 %
43	idr.uin-antasari.ac.id Internet Source	<1 %
44	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
45	repository.unibos.ac.id Internet Source	<1 %
46	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1 %
47	Submitted to UIN Walisongo Student Paper	<1 %
48	Submitted to Unika Soegijapranata Student Paper	<1 %
49	Submitted to Universitas Merdeka Malang Student Paper	<1 %
50	ejournal.unesa.ac.id Internet Source	<1 %

51	elisatjahayoe.blogspot.com Internet Source	<1 %
52	Kus Hanna Rahmi. "Fear of Missing Out dengan Nomophobia pada Mahasiswa", <i>Social Philanthropic</i> , 2022 Publication	<1 %
53	Luthfi Octaviani Arrafi, Milla Evelianti Saputri, Intan Asri Nurani. "Hubungan Body Image dan Komparasi Sosial dengan Kecemasan Sosial pada Remaja di SMK Kesehatan Mulia Karya Husada Jakarta Selatan", <i>Malahayati Nursing Journal</i> , 2023 Publication	<1 %
54	Submitted to Universitas Hang Tuah Surabaya Student Paper	<1 %
55	Submitted to Universitas Negeri Malang Student Paper	<1 %
56	Submitted to Universiti Kebangsaan Malaysia Student Paper	<1 %
57	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	<1 %
58	repository.unair.ac.id Internet Source	<1 %
59	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1 %
60	Submitted to Christian University of Maranatha Student Paper	<1 %
61	Submitted to IAIN Padangsidempuan Student Paper	<1 %

62 Veny Desvian Adiningsih, Lilis Ratnasari. <1%
"PENGARUH FEAR OF MISSING OUT
TERHADAP PERILAKU PHUBBING PADA
REMAJA PENGGUNA MEDIA SOSIAL", Jurnal
Sosial Humaniora dan Pendidikan, 2024
Publication

63 Yosina Weisemina Unmehopa, Jemadi Jemadi. <1%
"Persepsi Konsumen Atas Kualitas Layanan,
Kualitas Produk, dan Harga terhadap
Loyalitas Pelanggan Caffe Legend Jogja",
Jurnal Manajemen Strategis: Jurnal Mantra,
2024
Publication

64 jurnalfpk.uinsby.ac.id <1%
Internet Source

65 www.grafiati.com <1%
Internet Source

66 Tugimin Supriyadi, Zahra Afifah Rahman,
Tiara Anggita Perdini. "Variabel Forgiveness
Ditinjau Dari Religiusitas Pada Remaja", Jurnal
Kajian Ilmiah, 2021
Publication

67 lifestyle.kompas.com <1%
Internet Source

68 repository.fisip-untirta.ac.id <1%
Internet Source

69 vdokumen.com <1%
Internet Source

70 www.kajianpustaka.com <1%
Internet Source

71 Adinda Fobi Safitri, Rinaldi Rinaldi. "Pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Pembeli Barang Diskon Aplikasi Shopee", AHKAM, 2023
Publication <1 %

72 es.scribd.com
Internet Source <1 %

73 perpustakaan.iaiskjmalang.ac.id
Internet Source <1 %

74 pojokbanua.com
Internet Source <1 %

75 repository.uksw.edu
Internet Source <1 %

76 umimukaromah23.blogspot.com
Internet Source <1 %

77 www.msn.com
Internet Source <1 %

78 Submitted to LPPM
Student Paper <1 %

79 Nur Ainiyah, Listyati Setyo Palupi. "FEAR OF MISSING OUT DAN PSYCHOLOGICAL WELL-BEING PADA INDIVIDU USIA EMERGING ADULTHOOD", Jurnal Psikologi Malahayati, 2022
Publication <1 %

80 Submitted to Padjadjaran University
Student Paper <1 %

81 barakallahulana.blogspot.com
Internet Source <1 %

docobook.com

82	Internet Source	<1 %
83	id.scribd.com Internet Source	<1 %
84	jipkm.com Internet Source	<1 %
85	jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source	<1 %
86	repository.stikeshangtuah-sby.ac.id Internet Source	<1 %
87	repository.stitmadani.ac.id Internet Source	<1 %
88	repository.ung.ac.id Internet Source	<1 %
89	repository.unsoed.ac.id Internet Source	<1 %
90	repository.uph.edu Internet Source	<1 %
91	www.kompas.com Internet Source	<1 %
92	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
93	Fibriyanti Karim. "The Effect of Marriage Age Limit Changes on Marriage Dispensation Granting by the Limboto Religious Court", Reformasi Hukum, 2024 Publication	<1 %
94	Submitted to Universitas Jenderal Soedirman Student Paper	<1 %

95	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	<1 %
96	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1 %
97	issuu.com Internet Source	<1 %
98	jurnalmahasiswa.unesa.ac.id Internet Source	<1 %
99	mafiadoc.com Internet Source	<1 %
100	media.neliti.com Internet Source	<1 %
101	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	<1 %
102	repository.maranatha.edu Internet Source	<1 %
103	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
104	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
105	vdocuments.net Internet Source	<1 %
106	vinaislamicom.files.wordpress.com Internet Source	<1 %
107	Siti Fati Hatussaadah, Elvin Rosalina. "Hubungan Citra Tubuh (Body Image) dengan Status Gizi Remaja di Smart Fast Global Education", Jurnal Akademika Baiturrahim Jambi, 2024 Publication	<1 %

108 Hidayatul Fitri, Dyta Setiawati Hariyono, Ghea Amalia Arpandy. "Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fear Of Missing Out (Fomo) pada Generasi Z Pengguna Media Sosial", Jurnal Psikologi, 2024 <1%
Publication

109 Rahmawati Herlinda Putri, Marisya Pratiwi, Dewi Anggraini. "Dukungan Sosial Terhadap Resiliensi Pada Karyawan Yang Mengalami PHK Dimasa Pandemi Covid- 19", Psychology Journal of Mental Health, 2021 <1%
Publication

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA