



Fear of Missing Out (FoMo) Pada Remaja Putri Pengguna Skin Care Di Gereja GMIM Galilea Teling

EUNIKE ANASTASYA LOMBOK¹, MELISSA M. F. WATURANDANG², ANTHONINO C.W. SANGKAEN³

¹Institut Agama Kristen Negeri Manado, Minahasa, Indonesia

²Institut Agama Kristen Negeri Manado, Minahasa, Indonesia

³Institut Agama Kristen Negeri Manado, Minahasa, Indonesia

¹eunikelombok@gmail.com, ²melissawaturandang@iaknmanado.ac.id, ³antoninosangkaen@iaknmanado.ac.id

Artikel history

Received	Revised	Accepted	Published
Kata Kunci : <i>Fear of Missing Out, Skin Care, Remaja Putri</i>	Abstrak <i>Penelitian bertujuan untuk mengetahui Fear of Missing Out pada remaja putri pengguna skin care di gereja GMIM Galilea Teling. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang dilaksanakan di gereja GMIM Galilea Teling pada tahun 2024. Dalam penelitian ini peneliti melakukan beberapa tahap yaitu observasi, wawancara serta dokumentasi. Yang dilakukan dari bulan juni sampai bulan juli 2024. Peneliti melakukan pengumpulan data dari observasi, selanjutnya mengumpulkan data dari wawancara dengan subjek yang sesuai dengan kebutuhan penelitian, dan mengumpulkan berbagai dokumentasi untuk mendukung penelitian ini. Dari hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang FoMO yang dapat dilihat dari adanya ketakutan akan ketinggal suatu hal sedang tren, tidak bisa terlepas dari sosial media, mudah terpengaruh oleh teman sebaya, lingkungan dan media sosial, menggunakan produk kecantikan yang tidak sesuai dengan kebutuhan kulit hanya karena ingin coba-coba. Upaya yang dilakukan kelima informan untuk menghadapi FoMO khususnya pada pembelian skin care adalah fokus dalam memperbaiki diri, berani berkata tidak, tidak menggunakan media sosial terlalu sering. Hal ini memberikan pemahaman yang lebih lagi terkait FoMO khususnya pada pembelian skin care yang dialami remaja putri.</i>		
*Corresponding Author: EUNIKE ANASTASYA LOMBOK¹ Institut Agama Kristen Negeri Manado Email : eunikelombok@gmail.com			

Eunike Anastasya Lombok, Melissa M. F. Waturandang, Anthonino C.W. Sangkaen. *Fear of Missing Out (FoMo) Pada Remaja Putri Pengguna Skin Care Di Gereja GMIM Galilea Teling*. (2025). *Endunamou: Jurnal Psikologi*, 1 (1), 59-76.

PENDAHULUAN

Pada setiap tahapan perkembangan dalam kehidupan manusia, setiap individu akan melewati periode penting yang harus dilewati. Periode perpindahan dari masa anak-anak keremaja ditandai dengan berbagai perubahan signifikan yang terlihat seperti fisik, psikologis maupun sosial. Maka dari itu masa remaja adalah tahap yang penting dalam kehidupan individu. Pada masa remaja, individu mengalami kebingungan dalam mencari jati dirinya dan sering kali terpengaruh dengan segala hal yang terjadi dalam kehidupannya, seperti takut ketinggalan setiap momen yang terjadi, dan cenderung dipengaruhi oleh lingkungan sosial sekitarnya. Menurut Tamri dan Slamet, remaja adalah periode dimana terjadi perubahan pada individu dalam

kemampuan proses pemecahan masalah, berpikir, serta memahami orang lain bahkan dirinya sendiri (Tamri et al., 2023). Meskipun demikian pada masa remaja banyak individu yang mengalami *Fear of Missing Out* (FoMO), yakni kepercayaan seseorang tentang momen yang tidak boleh terlewatkan. *Fear of Missing Out* (FoMO) pada remaja dapat terjadi karena berbagai faktor seperti lingkungan, teman sebaya dan media sosial. *Fear of Missing Out* (FoMO) didefinisikan sebagai rasa takut yang mendalam disaat orang lain mempunyai pengalaman berharga yang tidak bisa dilewatkan (Mufidah et al., 2023). FoMO dapat berdampak pada kondisi emosional individu seperti mengalami perasaan yang negatif ketika membandingkan kehidupan sendiri dengan apa yang orang lain tampilkan dalam sosial media, merasa cemas, dan tidak mau ketinggalan momen.

Fenomena yang ditemukan pada remaja putri GMIM Galilea Teling, banyak remaja yang mengalami *Fear of Missing Out* (FoMO) khususnya pada remaja putri yang sudah mulai menggunakan *skin care*. Beberapa faktor penyebab adalah media sosial yang digunakan para remaja sering menampilkan kegiatan penggunaan *skin care* untuk merawat dan mempercantik diri, lingkungan pertemanan yang sudah mulai menggunakan *skin care*, takut menjadi hitam, takut menjadi berjerawat, mencoba berbagai produk pencerah wajah dan badan, serta berbagai macam variasi *skin care* tanpa mengetahui secara pasti cara pemakaian dan efek samping yang akan didapatkan. Hal ini menyebabkan banyak remaja putri yang sering melakukan pembelian *skin care* hanya untuk coba-coba karena melihat iklan di media sosial dan terpengaruh oleh lingkungan.

Remaja Gmim Galilea Teling merujuk pada sebuah kelompok remaja yang tergabung dalam Gereja Masehi Injili di Minahasa (GMIM). Kelompok ini terdiri dari 120 anggota, yang berusia antara 12-17 tahun. Remaja Gmim Galilea teling memiliki peran penting untuk memajukan gereja GMIM di masa yang akan datang, dengan mengajak dan merangkul remaja-remaja untuk terlibat dengan kegiatan gerejawi, melakukan pelayanan sosial, mengembangkan potensi diri, dan menampilkan contoh sebagai orang beriman kepada Yesus Kristus.

Fenomena yang terjadi pada remaja Gmim Galilea Teling sejalan dengan pendapat Patrick J. McGinnis menyatakan FoMO yang asalnya dari telepon ataupun interaksi dengan teman, memiliki bukti ilmiah yang banyak menyatakan bahwa FoMO menyebabkan risiko yang nyata terhadap kehidupan dan aktivitas kita. Ketika dorongan dari setiap keputusan kita yang dilatar belakangi oleh teman, lingkungan sekitar atau internet itu berarti kita menyerahkan kendali kehidupan kita pada hal tersebut (McGinnis, 2020).

METODE

Penelitian yang digunakan yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian dilakukan dengan berbagai tahapan mulai dari tahap deskripsi atau tahap orientasi dimana peneliti medeskripsikan apa yang dilihat, didengar dan dirasakan, kemudian tahap reduksi dimana peneliti mereduksi semua informasi yang ditemukan pada tahap sebelumnya dan memfokuskan pada

masalah tertentu. Lalu selanjutnya tahap seleksi pada tahap ini peneliti menguraikan fokus yang sudah ditetapkan kemudian melakukan analisis yang mendalam mengenai fokus masalah. Lokasi yang telah diteliti oleh peneliti bertempat di Kota Manado tepatnya Kelurahan Teling Atas Lingkungan 1, Kecamatan Wanea di Gereja GMIM Galilea Teling. Sumber data yang didapatkan oleh peneliti berdasarkan wawancara dan observasi langsung kepada anggota remaja di gereja Gmim Galilea Teling yang mengalami *Fear of Missing Out* yang berjumlah 5 orang. Peneliti memilih sesuai dengan kriteria yang ingin ditemukan. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, studi dokumentasi dan teknik analisis data yang digunakan yaitu pengumpulan data, reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN DISKUSI

Paparan Data

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti hendak memberikan paparan data berdasarkan hasil yang telah diperoleh berdasarkan dokumen yang telah dikumpulkan peneliti seperti sejarah Gereja GMIM Galilea Teling, observasi, serta wawancara dengan 5 remaja di Gereja GMIM Galilea Teling.

1. Berdasarkan Dokumentasi

Jemaat GMIM Galilea Teling merupakan bagian dari Gereja Masehi Injili di Minahasa (GMIM), yang secara teritorial berada di wilayah Manado Teling yang terletak di Kecamatan wanea, Kota Manado.

a. Sejarah Gereja

Sejarah berdirinya Jemaat Gmim Galilea Teling bermula dari Tentara KNIL dan TNI AD 1974. Dari sebuah kantin yang terbuat dari dinding pilate yang ditutupi oleh rumbia sebagai atapnya yang merupakan awal mula sejarah berdirinya jemaat GMIM Galilea Teling, pada tahun 8 september 1974. Gereja GMIM Galilea Teling kemudian berkembang seiring berjalannya waktu dengan pebentukan jemaat baru yang dahulu adalah gereja untuk para TNI. Pembangunan gedung gereja yang baru dilakukan untuk menampung dan melengkapi kapasitas jemaat yang berjumlah 20 kolom.

2. Profil Partisipan

Partisipan pertama

Nama : (inisial) : M.T

Umur : 15 tahun Jenis kelamin : Perempuan

Status : Siswi

Partisipan kedua

Nama : (inisial) : J.T

Umur : 14 tahun

Jenis kelamin : Perempuan

Status : Siswi

Partisipan ketiga

Nama : (inisial) : T.K

Umur : 16 tahun

Jenis kelamin : Perempuan

Status : Siswi

Partisipan keempat

Nama : (inisial) : R.S

Umur : 16 tahun

Jenis kelamin : Perempuan

Status : Siswi

Partisipan kelima

Nama : (inisial) : L.S

Umur : 16 tahun

Jenis kelamin : Perempuan

Status : Siswi

3. Berdasarkan Observasi

Setelah peneliti mengumpulkan data dan dokumen di gereja, peneliti kemudian melanjutkan dengan observasi pada remaja GMIM Galilea Teling. Dalam observasi yang dilakukan ini, peneliti terlibat dalam kegiatan peribadatan serta berbagai latihan yang dilakukan oleh para remaja yang akan mengikuti lomba.

Observasi awal yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan melakukan pengamatan terhadap remaja putri yang ada di gereja GMIM Galilea Teling untuk menemukan adanya remaja putri yang memiliki permasalahan terkait *Fear of Missing Out* atau (FoMO). Pengamatan dilakukan saat adanya ibadah, pelatihan saat akan mengikuti lomba. Setelah mendapat informasi dan kriteria yang diinginkan oleh peneliti tentang remaja putri yang memiliki gejala FoMO.

Peneliti mendapati 5 dari 15 remaja yang peneliti amati selama beberapa pertemuan ibadah dan saat pelatihan untuk mengikuti lomba, para remaja putri ini menunjukkan tanda-tanda seperti merasa cemas setelah melihat teman sebaya menggunakan *skin care* terbaru yang sering terlihat di sosial media, takut untuk tertinggal setiap moment seperti tidak mau tertinggal dalam mencoba produk *skin care* terbaru yang sudah dimiliki oleh teman sebayanya.

Merasa takut dan khawatir untuk bersosialisasi dengan teman yang dipikirkan lebih cantik atau lebih baik dari diri sendiri dan cenderung memiliki harga diri yang rendah atas dirinya sendiri sehingga sering merasa insecure dengan diri sendiri yang mungkin dirasa tidak lebih baik atau lebih cantik dari orang lain. Juga sering merasa tidak puas akan diri sendiri seperti kurang terlihat menarik, memiliki wajah atau kulit yang gelap, memiliki jerawat sehingga kulit tidak terlihat bagus dan selalu ingin terlihat menarik, tidak merasa puas akan dirinya sendiri yang tidak lebih baik dari orang lain.

4. Berdasarkan Wawancara

a. Paparan data sesuai dengan rumusan masalah I: “Bagaimana gambaran *Fear of Missing Out* pada remaja putri GMIM Galilea Teling?”

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada kelima partisipan ditemukan jawaban yang hampir serupa satu dengan yang lain. Pertanyaan ini mengacu pada indikator ketakutan, kekhawatiran dan kecemasan. Berdasarkan jawaban dari kelima partisipan menunjukkan perasaan takut, khawatir dan cemas yang berhubungan dengan aktivitas sehari-hari dan dalam lingkup pergaulan.

Peneliti kemudian menanyakan kepada partisipan M.T, J.T, T.K, R.S, L.S Peneliti memberikan pertanyaan terkait indikator “Ketakutan” yang merupakan keadaan emosional yang terjadi ketika individu merasa tidak terlibat dalam suatu pengalaman dan mengacu pada pembelian *skin care*.

Kemudian peneliti menggali informasi dengan memberikan pertanyaan “Apakah kamu merasa takut ketika tidak menjadi bagian dari orang-orang yang mengikuti tren produk *skin care*?”. Jawaban yang diperoleh sebagai berikut :

M.T “iya karena saya selalu ingin menjadi orang yang *ter up to date* tentang produk *skin care* yang sedang tren”. Selanjutnya bertanya pada partisipan sama dengan sebelumnya.

Partisipan *T.K* “saya takut karena saya tidak bisa kalau tidak mengikuti tren produk *skin care*. Saya merasa itu sebuah keharusan. Dan partisipan *J.T* “iya saya takut kalau tidak mengikuti produk *skin care* yang sedang tren karena saya tidak bisa melihat orang lain sudah memiliki dan mencobanya tapi saya belum.”

Kemudian partisipan *L.S* “saya takut dan saya merasa terbebani karena merasa malu karena saya tidak mengikuti tren *skin care*.” Lalu peneliti bertanya pada partisipan *R.S* “tentunya saya takut dan saya merasa gelisah kalau tidak menggunakan *skin care* yang sedang tren. Karena saya harus tetap dan tidak mau ketinggalan”

Peneliti kemudian menggali lagi dengan pertanyaan mengenai “Apakah kamu merasa takut ketika tidak ingin kehilangan momen untuk memiliki suatu produk *skin care* yang sedang ramai dibicarakan oleh orang-orang yang ada di aplikasi Tik-Tok, Instagram, dan Youtube ?”.

Partisipan *M.T* “*tentu saya merasa takut, saya harus ikut karena bisa dibilang tren bagus untuk diikuti dan menarik. Apalagi sudah sering lewat di FYP*”. Kemudian pada partisipan *T.K* “*iya saya takut kalau ketinggalan, karena saya merasa exited untuk tren skin care yang sedang viral di sosmed karena semua hal baru harus ada saya.*”

Selanjutnya partisipan *J.T* “*saya takutlah karena saya harus mencari tahu sampai memiliki skin care yang sedang tren dan tidak mau kehilangan momen dan tidak boleh tertinggal.*”

Kemudian partisipan *L.S* “*aduh saya takutlah, saya tidak mau untuk tidak ketinggalan sesuatu yang baru apalagi dimedsos, dan tidak bisa ketinggalan tentang skin care yang tren saya merasa pasti itu produk yang bagus*”. Dan partisipan *R.S* “*Saya merasa takut sekali. Pokoknya saya tidak boleh ketinggalan informasi tentang tren skin care. Saya harus selalu up date*”.

Lalu peneliti mencari lebih dalam lagi mengenai “*Apakah kamu merasa takut ketika ketinggalan informasi terbaru terkait skin care yang sedang tren di sosial media?*”.

Partisipan *M.T* “*iya takut karena merasa saya harus selalu up to date tentang skin care yang sedang tren pokoknya, jadi kalau ketinggalan informasi saya takut*”. Lalu partisipan *T.K* “*saya merasa takut kalau saya ketinggalan informasi skin care dan saya merasa gelisah. Saya harus mengetahui tren skin care jadi saya harus tau tren skin care setiap hari*”.

Kemudian partisipan *J.T* “*ya saya merasa kalau saya ketinggalan informasi terbaru, pasti merasa malu dan merasa tidak menerima, jadi saya haru selalu tetap mengikuti tren terbaru tentang skin care*”.

Jawaban lainnya dari partisipan yaitu *L.S* “*saya merasa takut, karena saya tidak mau ketinggalan informasi terbaru tentang skin care yang sedang tren*”.

Kemudian jawaban dari partisipan *R.S* “*saya takut dan saya merasa kalau tidak mengikuti tren skin care di media sosial saya takut dan merasa tidak pantas*”.

Selanjutnya peneliti mencari informasi lebih dalam dengan memberikan pertanyaan “*Apakah kamu merasa takut ketika tidak membeli produk skin care yang sedang tren meskipun kamu tidak terlalu membutuhkannya?*”.

Partisipan *M. T* “*takutlah karena membeli produk skin care yang sedang tren itu suatu keharusan buat saya*”. Kemudian partisipan *T.K* “*saya takut kalau saya tidak membeli produk skin care terbaru karena saya tidak mau kalau saya ketinggalan*”.

Lalu partisipan *J.T* “*Pasti saya merasa takut saat saya tidak membeli skin care yang sedang tren karena saya selalu merasa membutuhkan skin care yang sedang tren saat ini.*”

Selanjutnya partisipan *L.S* “*Tentunya saya merasa takut karena kalau tidak membeli jadinya saya tidak up date, walaupun sudah punya skin care sih tapi tetap tidak boleh ketinggalan skin care yang sedang*”.

tren.” Dan partisipan R.S “aduh saya takut pastinya dan tetap saya harus membeli produk skin care yang sedang tren. Pokoknya harus dan menurut saya kalau tentang skin care yang sedang tren harus dimiliki”.

Selanjutnya peneliti mencari informasi tentang indikator dari kekhawatiran dengan pertanyaan “*Apakah kamu merasa khawatir jika teman sebaya kamu sudah mencoba produk skin care yang sedang tren sedangkan kamu belum ?*”

Partisipan M.T “*memberikan jawaban “tentunya saya akan merasa khawatir karena saya merasa ketinggalan dari teman sebaya saya yang sudah mencoba produk skin care yang sedang tren”.* Sama halnya dengan jawaban partisipan T.K “*saya merasa khawatir karena saya merasa malu dan merasa teman sebaya saya lebih up date tentang tren skin care dari pada saya”.*

Kemudian partisipan J.T “*iya saya merasa khawatir. Kenapa teman sebaya saya sudah mencoba skin care yang sedang tren, aduh saya merasa ketinggalan dan malu”.* Partisipan lain juga memberikan jawaban yang serupa

L.S “*tentunya saya merasa khawatir dan sedih karena mengapa saya tidak seperti teman sebaya saya yang lebih up to date tentang tren skin care karena sudah memiliki produk skin care yang sedang tren”.*

Kemudian partisipan R.S “*pasti saya merasa mersa khawatir, saya ketinggalan dan tidak sama dengan teman sebaya saya”.*

Kemudian peneliti mencari informasi yang berkaitan dengan indikator kekhawatiran dengan pertanyaan “*Apakah kamu merasa khawatir karena di anggap tidak up to date karena belum membeli dan menggunakan produk skin care yang sedang tren?”.*

Partisipan M.T “*iya karena saya merasa khawatir karena menjadi up to date tentang tren skin care itu sebuah keharusan buat saya, jadi saya khawatir kalau saya belum membeli dan mencoba produk skin care yang sedang tren dan dianggap tidak up to date”.*

Hampir sama dengan partisipan sebelumnya partisipan T.K “*iya rasa khawatir karena mereka mungkin tidak suka dengan saya dan saya merasa diri saya tertinggal dari teman sebaya yang sudah menggunakan skin care yang sedang tren”*

Tidak jauh berbeda dengan partisipan sebelumnya yaitu : J.T “*khawatir iyaa, saya merasa merasa gelisah kalau saya belum memiliki skin care yang sedang tren makanya saya ingin selalu up to date tentang tren skin care”.*

L.S “*selalu merasa khawatir pastinya, dan saya merasa tidak lengkap dan tidak aman kalau tidak up to date dan membeli produk skin care kalau ketahuan oleh teman sebaya saya belum memiliki skin care yang sedang tren saya khawatir dan gelisah.”*

R.S “saya khawatir tentunya dan saya merasa kurang jika tidak menggunakan skin care dan saya ingin selalu up to date tentang skin care yang sedang tren. Saya tidak mau ketinggalan tentang tren skin care dari teman sebaya saya”.

Kemudian peneliti mencari informasi lebih lanjut dengan pertanyaan yang berkaitan dengan indikator “Kecemasan” yang dimana kecemasan merupakan reaksi individu terhadap sesuatu hal yang tidak menyenangkan. Kemudian peneliti menggali lebih dalam dengan memberikan pertanyaan “Apakah kamu merasa cemas ketika dibatasi oleh orang tua kamu dalam berbelanja skin care terbaru yang sedang tren?”.

Partisipan *M.T* “iya merasa cemas karena saya masih meminta uang dari orang tua sehingga saya cemas kalau tidak diberikan kebebasan dalam membeli skin care yang sedang tren saya pasti ketinggalan tren dan saya tidak mau”.

Partisipan *T.K* pun menjawab “cemas pastinya karena akan menghalangi saya untuk selalu up to date tentang skin care terbaru”. Hampir sama dengan partisipan sebelumnya, partisipan *J.T* menjawab “iya cemas, saya tidak mau dibatasi untuk membeli skin care”.

Kemudian partisipan *L.S* “merasa cemas tentunya dan tidak mau dibatasi oleh orang tua karena saya tidak mau tertinggal untuk membeli dan menggunakan skin care yang sedang tren”. Lalu partisipan *R.S* menjawab “tentunya iya saya merasa cemas karena saya merasa terhalangi untuk mendapatkan keinginan saya untuk tetap eksis dalam mengikuti tren skin care”.

Kemudian peneliti memberikan pertanyaan Partisipan “Apakah kamu merasa cemas ketika tidak ikut membeli produk skin care yang sedang tren, meskipun kamu harus menghabiskan biaya yang lumayan banyak untuk membeli skin care tersebut sedangkan kamu masih remaja?”.

M.T “saya cemas kalau tidak bisa membeli skin care terbaru yang sedang tren dan saya merasa baik-baik saja jika menghabiskan uang untuk membeli skin care”. Sedikit berbeda dengan partisipan sebelumnya, *T.K* menjawab “iya cemas kalau tidak membeli skin care yang sedang tren, saya suka menabung untuk membeli skin care tujuannya agar saya dapat membeli skin care yang sedang tren saat ini”.

Kemudian partisipan *J.T* mengungkapkan “menurut saya iya saya cemas kalau tidak membeli produk baru, tapi saya merasa biasa saja jika menghabiskan uang untuk membeli skin care yang penting saya tidak ketinggalan tren”.

Sama halnya dengan partisipan berikut yaitu *L.S* “ya cemas kalau tidak membeli skin care yang sedang tren, saya merasa tidak masalah kalau menghabiskan biaya yang banyak untuk membeli skin care”

Lalu *R.S* “iya cemas kalau tidak membeli skin care, kalau untuk biaya yang mungkin lumayan banyak ya tidak masalah juga yang penting saya tidak hanya melihat dan berkeinginan dalam hati saya saja”.

b. Paparan data sesuai dengan rumusan masalah II yaitu faktor- faktor apa saja yang mempengaruhi *Fear of Missing Out* khususnya terhadap pembelian *skin care* yang dilakukan oleh remaja putri di gereja GMIM Galilea Teling?

Peneliti melakukan wawancara kepada kelima partisipan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi FoMO. Faktor pertama adalah *Self-Esteem* yang berkaitan dengan "*Self-Esteem*" adalah perasaan rendah diri yang menunjukkan sikap negatif pada seorang individu. Dengan demikian peneliti dapat mengembangkan pertanyaan dengan menanyakan "*Apakah kamu merasa rendah diri karena ketika kamu tidak mempunyai produk skin care terbaru yang sedang tren?*" Partisipan pun menjawab :

M.T "iya karena jika tidak mempunyai skin care pasti tidak bagus dan pasti dilihat orang tidak menarik karena seperti tidak terawat". Begitupun halnya dengan partisipan *T.K "yah saya merasa tidak ingin untuk bertemu dengan orang lain karena merasa rendah dan tidak percaya diri.*

Perasaan tidak percaya diri juga dirasakan oleh partisipan

J.T "saya merasa kalau saya tidak pantas bersama dengan teman teman yang sudah mempunyai skin care yang sedang tren sedangkan saya tidak". Sama halnya dengan partisipan *L.S "kalau saya jujur merasa tidak menarik sekali dan tidak mau kemana-mana.*

R.S "saya merasa tidak cantik dan merasa tidak ada yang akan menyukai saya jika tidak menggunakan skin care yang sedang tren"

Kemudian peneliti menggali informasi yang lebih mendalam lagi mengenai "*Mengapa kamu merasa harus selalu menggunakan skin care yang sedang tren saat ini?*". Partisipan memberikan jawaban yaitu :

M.T"iya saya harus selalu menggunakannya supaya bisa lebih percaya diri". T.K "harus, karena saya masih memiliki banyak kekurangan dan saya merasa tidak cantik makanya saya harus menggunakan skin care apalagi yang sedang tren saat ini".

Kemudian pada partisipan *J.T* menjawab "*banyak hal yang kurang dalam diri saya seperti banyak jerawat, dan masalah kulit lainnya. Saat ini skin care yang sedang tren itu bisa mengatasi masalah kulit saya dan banyak orang yang menggunakannya, saya sering lihat di sosial media.*" Partisipan yang *L.S* dan *R.S* juga merasakan hal yang sama yaitu : *L.S "kalau dari saya sendiri merasa saya bukan yang terbaik dari segala sisi baik wajah maupun badan saya sehingga saya harus selalu menggunakan skin care yang sedang tren karena banyak cewe cantik dan mulus yang menggunakannya".* Kemudian partisipan *R.S "ya karena saya sering melihat orang kulitnya terawat di sosial media yang menggunakan skin care yang terbaru dan sedang tren sehingga saya harus memilikinya juga".*

Selanjutnya peneliti mencari lagi informasi dengan dengan pertanyaan mengenai "*Apakah kamu merasa harus selalu menggunakan skin care yang sedang tren saat ini?*".

Partisipan *M.T* “*ya, karena saya rasa malu kalau saya tidak menggunakan skin care yang sedang tren saat ini*”. Hampir sama dengan sebelumnya partisipan *T.K* “*ya tentunya harus selalu karena nanti saya dianggap ketinggalan oleh teman sebaya saya*”.

Lalu partisipan *J.T* “*menurut saya iya, karena itu kan sedang tren jadi saya harus membelinya, saya merasa tidak percaya diri kalau tidak menggunakannya*”. Kemudian *L.S* “*iya harus, saya merasa bukan yang paling keren kalau belum memiliki skin care yang sedang tren saat ini dan merasa malu juga pada orang lain yang sudah punya*”.

Hampir sama juga dengan partisipan sebelumnya *R.S* memberikan jawaban yaitu “*saya harus punya yang paling baru pokoknya, karena saya merasa saya sangat terbelakang dari teman sebaya saya kalau belum mempunyai skin care yang tren saat ini*”.

Selanjutnya peneliti mencari informasi yang lebih dalam dengan mengacu pada pertanyaan mengenai “Kepuasan Hidup” yang dimana pada individu yang terkena FoMO individu tersebut merasa selalu ada saja yang kurang dalam hidupnya dan sering merasa tidak puas pada dirinya karena merasa keinginannya belum terpenuhi atau merasa tidak lebih baik dari orang lain. Peneliti kemudian mencari tau lebih dalam dengan memberikan pertanyaan “*Apakah kamu merasa produk skin care yang kamu miliki saat ini sudah cukup untuk kamu?*”.

Partisipan *M.T* memberikan jawaban “*saya rasa belum cukup karena masih ada produk skin care yang belum saya miliki dan saya merasa tertinggal*”. Kemudian partisipan *T.K* “*belum cukup dan saya merasa masih banyak orang yang punya skin care yang sedang tren lebih lengkap dari saya*”.

Hampir sama dengan partisipan sebelumnya partisipan *J.T* menjawab “*belum cukup pastinya, tren skin care selalu ada yang baru dan saya selalu ingin memiliki semuanya*”. Selanjutnya partisipan *L.S* “*sangat tidak cukup lah, masih kalah dengan mereka yang punya lebih banyak dari saya, makanya saya selalu ingin memiliki lebih banyak agar saya tidak ketinggalan tren*”. Kemudian partisipan *R.S* menjawab “*belum cukup, saya merasa skin care saya belum lengkap dan masih sedikit dibandingkan orang-orang yang ada di sosial media saya*”.

Kemudian saya menggali lebih dalam lagi dengan pertanyaan mengenai “*Apakah kamu merasa diri kamu cantik karena sudah menggunakan skin care?*”

Partisipan *M.T* memberikan jawaban “*saya merasa diri saya sama sekali tidak karena saya merasa perempuan yang ada di sosial media mereka mempunyai skin care yang lengkap dan sedang tren saat ini, sedangkan skin care saya masih ada yang sudah lama dan belum lengkap yang sedang tren saat ini*”.

Sama halnya dengan partisipan *T.K*, *J.T* dan *L.S* yang merasa dirinya jelek dan tidak menarik. Mereka menjawab *T.K* “*tidak karena saya memiliki banyak kekurangan di wajah saya dan saya merasa sangat tidak mengingini wajah saya*”. Kemudian partisipan *J.T* menjawab “*saya masih sangat jauh dibawah*

untuk dibilang cantik. Kulit saya masih berjerawat dan sering kusam, apalagi kalau saya melewatkan untuk menggunakan produk skin care yang sedang tren, saya merasa tidak cantik sama sekali. Jawaban yang hampir sama dikatakan oleh partisipan L.S dan R.S dimana partisipan L.S menjawab “meskipun saya sudah menggunakan skin care tapi masih banyak kekurangan di wajah saya”. Kemudian partisipan R.S menjawab “wajah saya masih sering mengalami masalah, wajah saya tidak semulus orang-orang yang ada di sosial media dan teman sebaya saya, jadi saya tidak merasa cantik sama sekali walaupun sudah menggunakan skin care”.

Peneliti kemudian mencari informasi lebih dalam lagi dengan menanyakan tentang pertanyaan yang mengacu pada “Kepribadian”. Kepribadian merupakan karakteristik yang dapat mempengaruhi perilaku negatif pada seorang individu. Untuk menggali informasi lebih dalam, peneliti memberikan pertanyaan mengenai “Apakah kamu sering merasa tidak percaya diri ketika kamu tidak mempunyai skin care yang sedang tren saat ini?”.

Kemudian partisipan M.T memberikan jawaban “iya saya sering merasa tidak percaya diri. Hal itu karena saya merasa saya belum memiliki skin care yang sedang tren dalam jumlah yang banyak”. Lalu partisipan T.K menjawab : “iya karena saya merasa ketinggal dari orang lain”. Hal sama juga disampaikan oleh partisipan J.T, L.S dan R.S dimana mereka menjawab : J.T “sering dan selalu karena saya selalu merasa ada saja yang kurang karena tidak memiliki skin care yang sedang tren”.

Kemudian L.S “iya, dan saya bahkan sering merasa down karena kalau saya tidak punya skin care yang sedang tren saat ini, pasti saya merasa malu dan tidak percaya diri”. Lalu R.S memberikan jawaban yang hampir sama juga “iya saya sering tidak percaya diri karena kalau tidak memiliki skin care yang sedang tren saya merasa terkucilkan dari teman sebaya saya, dan saya tidak percaya diri”.

Selanjutnya peneliti kemudian mencari informasi yang lebih dalam dengan memberikan pertanyaan “Apakah kamu sering melakukan tindakan yang sebetulnya tidak perlu kamu lakukan seperti memaksakan untuk membeli produk skin care yang sedang tren secara berulang-ulang, sementara masih ada kebutuhan yang lebih penting untuk kamu penuhi?”.

Partisipan M.T menjawab “iya saya sering berulang kali membeli skin care yang sedang tren karena setiap membuka sosial media, pasti ada skin care baru yang sedang tren”.

Kemudian partisipan T.K “iya sering tapi saya tidak masalah, yang penting saya tidak ketinggalan tren skin care”. Selanjutnya partisipan J.T “iya saya sering membeli skin care yang sedang tren secara berulang-ulang karena saya merasa itu sebuah keharusan dan saya tidak apa-apa mengenai kebutuhan lainnya”.

Hampir sama dengan partisipan sebelumnya, L.S dan R.S menjawab L.S “iya karena saya merasa ada yang kurang saja begitu kalau tidak membeli skin care yang sedang tren”. Lalu R.S “iya karena membeli skin care yang sedang tren kan suatu keharusan buat saya jadi biarpun berulang-ulang saya tidak merasa apa-apa meskipun ada kebutuhan lainnya”.

Temuan Penelitian

Berdasarkan data dan temuan yang dijelaskan di atas, adapun temuan-temuan yang akan di uraikan berdasarkan rumusan masalah yang diperoleh dengan melakukan observasi dan wawancara. Peneliti melakukan observasi dan wawancara terhadap 5 subjek dengan hasil temuan sebagai berikut :

1. Berdasarkan Observasi

Hasil observasi yang di lakukan menunjukkan bahwa terdapat 5 orang remaja yang memenuhi kriteria yang dibutuhkan oleh peneliti. Dari kelompok remaja tersebut terdapat 5 orang remaja putri yang sudah mengetahui mengenai Fear Of Missing Out (FoMO). Ke Lima remaja ini memiliki latar belakang keluarga dan lingkungan pertemanan yang berbeda-beda, melakukan pembelian dan menggunakan *skin care* yang berbeda-beda, sehingga dapat mempengaruhi apakah mereka sedang mengalami *Fear of Missing Out* (FoMO). Para remaja ini melakukan kegiatan yang menjerumus pada perilaku FoMO yang selalu ingin *skin care* terbaru, menyukai dan membuat postingan cerita di sosial media mengenai kegiatan menggunakan *skin care*, suka mencoba *skin care* milik teman yang dibawa saat mengikuti kegiatan latihan sebelum lomba, dan sering melakukan pembelian *skin care* online maupun offline.

2. Berdasarkan Wawancara

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada kelima partisipan ditemukan jawaban yang hampir serupa satu dengan yang lain. Pertanyaan ini mengacu pada indikator ketakutan, kekhawatiran dan kecemasan. Berdasarkan jawaban dari kelima partisipan menunjukkan perasaan takut, khawatir dan cemas yang berhubungan dengan aktivitas sehari-hari dan dalam lingkup pergaulan.

a. Ketakutan

“Peneliti memberikan pertanyaan “Apakah kamu merasa takut ketika tida menjadi bagian dari orang-orang yang mengikuti tren produk skin care? “Apakah merasa takut ketinggalan informasi terbaru terkait skin care yang sedang tren di sosial media?” “Apakah kamu merasa takut ketika tidak membeli produk skin care yang sedang tren meskipun kamu tidak terlalu membutuhkannya?”

Setiap partisipan memberikan jawaban yang hampir sama yaitu “mereka merasa takut, merasa gelisah, merasa bahwa mengikuti tren merupakan sebuah keharusan, dan selalu ingin memiliki setiap *skin care* yang sedang tren”.

b. Khawatir

Peneliti memberikan pertanyaan *“Apakah kamu merasa khawatir jika teman sebaya kamu sudah mencoba produk skin care yang sedang tren sedangkan kamu belum?”*

“Apakah kamu merasa khawatir karena dianggap tidak up to date karena belum membeli dan menggunakan skin care yang sedang tren?”

“Apakah kamu merasa cemas ketika dibatasi oleh orang tua kamu dalam berbelanja skin care terbaru yang sedang tren?”

“Apakah kamu merasa cemas kalau tidak ikut membeli produk skin care yang sedang tren, meskipun kamu harus menghabiskan biaya yang lumayan banya untuk membeli skin care sedangkan kamu masih remaja?”

Setiap partisipan memberikan jawaban yang hampir sama yaitu *“mereka merasa khawatir jika mereka tidak up to date mengenai skin care yang sedang tren, dan merasa ada yang kurang jika tidak memiliki skin care yang terbaru dan sedang tren”*.

c. Kecemasan

Peneliti memberikan pertanyaan *“Apakah kamu merasa cemas ketika dibatasi oleh orang tua kamu dalam berbelanja skin care terbaru yang sedang tren?”*

“Apakah kamu merasa cemas kalau tidak ikut membeli produk skin care yang sedang tren, meskipun kamu harus menghabiskan biaya yang lumayan banya untuk membeli skin care sedangkan kamu masih remaja?”

Setiap partisipan menjawab dengan jawaban yang hampir sama yaitu *“merasa cemas dan tidak mau ketika dibatasi orang tua untuk membeli skin care yang sedang tren, dan tidak mempermasalahkan jika menghabiskan biaya untuk membeli skin care yang sedang tren meskipun mereka memiliki kebutuha nlainnya yang tidak kalah penting”*.

d. Self-Esteem

Peneliti memberikan pertanyaan *“Apakah kamu merasa rendah diri karena kamu tidak mempunyai produk skin care terbaru yang sedang tren?”*

“Mengapa kamu harus selalu menggunakan skin care yang sedang tren saat ini?”

“Apakah kamu merasa harus selalu menggunakan skin care yang sedang tren saat ini?”

Berdasarkan jawaban yang di berikan oleh partisipan, mereka memiliki jawaban yang hampir sama yaitu, *“mereka merasa rendah dan tidak percaya diri ketika tidak mengikuti tren produk skin care yang terbaru, dan merasa bahwa mereka memiliki banyak kekurangan hanya karena tidak memiliki skin care yang sedang tren”*.

e. Kepuasan Hidup

Peneliti memberikan pertanyaan *“Apakah kamu merasa produk skin care yang kamu miliki saat ini sudah cukup untuk kamu?”*

“Apa kamu merasa diri kamu cantik karena sudah menggunakan skin care?”

Berdasarkan jawaban yang diberikan para partisipan mereka merasa tidak puas dengan produk *skin care* yang sudah miliki dan untuk selalu memiliki setiap produk *skin care* yang sedang tren. Para partisipan sering merasa insecure dengan wajah ataupun badan mereka, dan menganggap orang lain yang mereka lihat di sosial media ataupun teman sebaya dari pada mereka.

f. Kepribadian

Peneliti memberikan pertanyaan “Apakah kamu sering merasa tidak percaya diri ketika kamu tidak mempunyai *skin care* yang sedang tren saat ini? “Apakah kamu sering melakukan tindakan yang sebetulnya tidak perlu kamu lakukan seperti memaksakan untuk membeli produk *skin care* yang sedang tren secara berulang-ulang, sementara masih ada kebutuhan yang lebih penting untuk kamu penuhi?”

Berdasarkan jawaban yang diberikan para partisipan mereka “merasa sering tidak percaya diri, dan melakukan pembelian *skin care* yang berulang-ulang karena tidak mau untuk ketinggalan setiap tren *skin care* walaupun ada kebutuhan yang lebih penting”.

Dapat disimpulkan bahwa para partisipan tidak ingin ketinggalan tren *skin care*, mereka merasa harus menjadi bagian dari tren tersebut, karena adanya indikator ketakutan, kekhawatiran, dan kecemasan. Serta didukung oleh faktor yang mempengaruhi yaitu *Self-Esteem* yang rendah, kepuasan hidup yang rendah, dan kepribadian yang menunjukkan sikap negatif.

Berdasarkan *Pattern Matching*

Penelitian ini menggunakan *pattern matching*, yang dimana temuan penelitian ini bisa dikaitkan dengan pola-pola *Fear of Missing Out*.

Tabel Hasil *Pattern Matching*

Komponen Teoritik	Temuan Penelitian				
	M.T	T.K	J.T	L.S	R.S
Gambaran <i>Fear of Missing Out</i> pada remaja					
1. Merasa cemas	✓	✓	✓	✓	✓
2. Merasa takut	✓	✓	✓	✓	✓
3. Merasa rendah diri	✓	✓	✓	✓	✓
Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Fear of Missing Out</i>					
1. <i>Self-Esteem</i>	✓	✓	✓	✓	✓
2. Kepuasan hidup	✓	✓	✓	✓	✓
3. Kepribadian	✓	✓	✓	✓	✓

Sumber data : hasil wawancara dengan partisipan, 2024.

Dari hasil *pattern matching* yang diambil dari wawancara, menunjukkan kesesuaian bahwa terdapat 5 remaja putri yang ada di Gereja GMIM Galilea Teling saat ini, sebanyak 5 remaja sedang mengalami *Fear of Missing Out*. Mereka selalu berusaha untuk mengikuti tren dan melakukan pembelian khususnya *skin care* yang mereka lihat di media sosial yaitu produk yang di review bagus oleh para influencer ataupun yang digunakan oleh teman sebaya dan orang-orang sekitar mereka.

Selain itu mereka menunjukkan adanya ketakutan, kekhawatiran dan kecemasan yang berdasarkan pada indikator *Fear of Missing Out* para partisipan sering merasa takut untuk tidak memiliki *skin care* terbaru yang sedang tren, merasa takut ketinggalan tren *skin care*, merasa khawatir jika tidak up to date tentang *skin care* dan merasa cemas ketika tidak memiliki *skin care* yang terbaru dan sedang tren.

Kemudian terlihat faktor-faktor yang menyebabkan para partisipan tidak mau ketinggalan atau FoMO. Faktor tersebut diantaranya adalah *Self-Esteem*, kepuasan hidup, dan kepribadian yang menyebabkan rasa rendah diri ketika tidak mengikuti tren *skin care*, sering merasa insecure ketika tidak memiliki *skin care* terbaru sementara orang lain sudah memilikinya, dan merasa ketidakpuasan akan dirinya sendiri sehingga merasa dirinya memiliki banyak kekurangan dan munculnya perilaku atau sifat yang negatif yang mempengaruhi aktivitas sehari-hari.

Dengan demikian, hasil *pattern matching* tersebut menggambarkan dan memberikan pemahaman tentang kondisi pada remaja GMIM Galilea Teling yang sedang mengalami ciri-ciri *Fear of Missing Out*, serta faktor-faktor terjadinya Fear Of Missing pada remaja.

Gambaran *Fear of Missing Out* pada remaja putri penggun *skin care* di gereja GMIM Galilea Teling

Gambaran *Fear of Missing Out* yang ditemui pada remaja putri GMIM Galilea Teling antara lain yaitu merasa khawatir, merasa cemas, merasa takut ketinggalan dan tidak bisa untuk melewatkan suatu hal yang baru ditandai dengan selalu mengecek media sosial.

Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Rizki dkk yang mengatakan bahwa dengan meningkatnya penggunaan media sosial pada remaja, membuat para remaja menjadi dengan mudah terpapar apa yang di pakai atau yang digunakan oleh teman sebaya lingkungan dan lingkungan, serta memicu untuk selalu terhubung dengan apa yang orang lain lakukan baik di dunia maya ataupun dunia nyata yang dapat memunculkan kegelisahan dan ketakutan untuk kehilangan suatu momen (Akbar et al., 2019).

1) Ketakutan

Rasa takut yang dialami oleh para partisipan mengacu pada perspektif mereka tentang takut untuk tertinggal hal baru dan menarik dalam hal ini adalah *skin care* yang sedang tren. Media sosial dan teman sebaya menjadi pemicu dan dorongan munculnya keinginan untuk mengikuti tren *skin care* yang ada. Para partisipan merasa tidak ingin tertinggal setiap tren *skin care*.

Mereka merasa takut jika tidak memiliki *skin care* yang sedang tren, apalagi *skin care* yang sedang tren tersebut sering dilihat di sosial media dan digunakan oleh teman sebaya partisipan. Ketakutan yang dialami oleh partisipan M.T, T.K, J.T, L.S, dan R.S yang memiliki jawaban yang selaras yaitu takut untuk tidak up to date tentang *skin care* yang sedang tren, takut tidak memiliki produk *skin care* yang sedang tren. Para partisipan merasa takut untuk ketinggalan setiap momen, setiap informasi tentang *skin care* yang sedang tren. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rizki, Audy, Adra, dan Lisda. Mereka mengemukakan ketakutan akan kehilangan momen pada remaja (Akbar et al., 2019).

2) **Kekhawatiran**

Kekhawatiran yang dialami oleh para partisipan muncul ketika mereka mengetahui hal mengembirakan yang dialami oleh individu lainnya. Hal tersebut mengacu pada individu yang memiliki rasa khawatir akan tertinggal informasi atau momen mengenai *skin care* yang sedang tren.

Rasa khawatir muncul pada partisipan ketika teman sebaya sudah mencoba dan menggunakan *skin care* yang sedang tren sedangkan partisipan belum memiliki dan menggunakannya, menjadi gambaran yang dapat dilihat seperti yang diungkapkan oleh para partisipan M.T, T.K, J.T, L.S, dan R.S mereka merasa khawatir, malu dan merasa tertinggal dari orang lain.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Irandha Meiveara, dan Nanik, mereka mengemukakan kekhawatiran apabila tidak ikut serta dalam pengalaman yang dianggap penting dalam kehidupannya (Hammi & Kholifah, 2024).

3) **Kecemasan**

Kecemasan terjadi pada partisipan ketika tidak terlibat dalam suatu momen atau pengalaman yang terjadi disekitar partisipan, misalnya ketinggalan membeli produk *skin care* yang sedang tren. Seperti yang dialami partisipan M.T, T.K, J.T, L.S, dan R.S. Para partisipan merasa cemas ketika tidak ikut membeli *skin care* yang sedang tren dan partisipan tidak mempermasalahakan jika harus menghabiskan biaya untuk tidak ketinggalan dalam membeli *skin care* yang sedang tren. Kemudian cemas karena keinginan untuk membeli *skin care* yang sedang tren dibatasi oleh orang tua partisipan, dan partisipan merasa tertinggal akan hal itu.

Dapat disimpulkan bahwa gambaran tersebut diakibatkan karena para remaja putri tersebut tidak ingin tertinggal tentang *skin care* yang sedang tren, cenderung belum mampu dalam mengendalikan keinginannya dan menjadi terpengaruh dengan ransangan yang diakibatkan oleh apa yang dilihat.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nadya, Dyah, dan Friska mereka mengemukakan bahwa kecemasan apabila ketinggalan momen dengan orang sekitar terutama teman sebaya, yang menyebabkan individu merasa cemas dan gelisah (Khairina et al., 2024).

Faktor-faktor yang mempengaruhi *Fear of Missing Out* terhadap pembelian *skin care* yang dilakukan oleh remaja putri di Gereja GMIM Galilea Teling

1) **Faktor *Self-Esteem***

Individu yang memiliki *Self-Esteem* yang rendahakan menunjukkan perilaku tidak yang percaya diri dan tidak memiliki motivasi yang tinggi untuk tampil lebih baik daripada orang lain. Faktor ini menyebabkan rasa tidak percaya diri dan rendah diri yang timbul pada setiap partisipan yang mengalami FoMO. Seperti yang dapat dilihat dari apa yang dialami oleh partisipan M.T, T.K, J.T, L.S dan R.S. Partisipan merasa rendah diri karena tidak memiliki produk *skin care* yang sedang tren, merasa harus selalu menggunakan *skin care* yang sedang tren.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Farida, Weni dan Lutfi individu yang memiliki *Self-Esteem* atau sikap positif yang tinggi akan menunjukkan perilaku yang percaya diri dan memiliki motivasi yang tinggi untuk tampil lebih baik dari pada orang lain (Farida et al., 2021).

2) **Faktor Kepuasan hidup**

Kepuasan hidup yang rendah bisa meningkatkan terjadinya FoMO Pada partisipan yang sering tidak memiliki jalinan pertemanan yang tidak dekat sama seperti para partisipan yang memiliki rasa kepercayaan diri yang rendah dan memiliki rasa insecure yang tinggi. Hal yang dialami oleh partisipan M.T, T.K, J.T, L.S dan R.S. Para partisipan merasa produk *skin care* yang dimilikinya belum cukup, merasa dirinya tidak cantik meskipun sudah menggunakan *skin care*.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Farida, Weni dan Lutfi, Individu yang tidak memiliki jalinan pertemanan yang dekat akan mengalami kepuasan hidup yang rendah, sehingga hal tersebut bisa memunculkan terjadinya FoMO (Farida et al., 2021).

3) **Faktor Kepribadian**

Kepribadian mempengaruhi perilaku yang negatif pada partisipan yang mengalami FoMO. Kepribadian mempengaruhi motivasi dan perilaku dari individu sama halnya dengan para partisipan yang kepribadiannya cenderung memiliki sifat yang negatif. Para partisipan tidak memiliki rasa percaya diri ketika tidak mempunyai *skin care* yang sedang tren, sering melakukan pembelian *skin care* yang sedang tren secara berulang-ulang, melakukan tindakan yang sebetulnya tidak perlu dilakukan sementara masih ada keperluan lainnya yang lebih perlu. Hal tersebut memperlihatkan bahwa FoMO berpengaruh terhadap sifat para individu.

Dapat disimpulkan bahwa partisipan yang FoMO memiliki rasa percaya diri yang rendah dan, tidak puas akan apa yang dimilikinya, dan melakukan pembelian yang impulsive. Hal tersebut berpengaruh pada aktivitas, lingkungan pertemanan, dan kehidupan partisipan.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rivaldi dan Suryaningrum kepribadian merupakan karakteristik dari seseorang yang bisa untuk mempengaruhi perilaku positif maupun negatif pada individu (Ramadhani & Suryaningrum, 2023).

KESIMPULAN

Berdasarkan dengan temuan penelitian maka peneliti menarik kesimpulan bahwa *Fear of Missing Out* Pada Remaja Putri Pengguna *Skin care* ini memiliki gambaran yaitu memiliki rasa khawatir, cemas dan takut jika tertinggal dari sesuatu hal atau produk yang baru contohnya pada produk *skin care*, mereka sering merasa tidak percaya diri, merasa rendah diri, dan selalu mengecek media sosial. Hal tersebut berdampak terhadap pembelian *skin care* yang dilakukan oleh remaja putri yang ditemui pada remaja putri yang ada di Gereja GMIM Galilea Teling.

Faktor-faktor seperti *Self-Esteem*, kepuasan hidup, dan kepribadian menciptakan dampak yang besar pula terhadap terciptanya FoMO pada remaja yang berdampak pada pembelian *skin care*.

REFERENSI

- Akbar, R. S., Aulya, A., Psari, A. A., & Sofia, L. (2019). Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FoMO) Pada Remaja Kota Samarinda. *Psikostudia J. Psikol*, 7(2), 38.
- Farida, H., Warni, W. E., & Arya, L. (2021). *Self-Esteem* dan kepuasan Hidup Dengan *Fear of Missing Out* (foMO) pada remaja. *Jurnal Psikologi Poseidon*, 60–76.
- Hammi, I. M. F., & Kholifah, N. (2024). *Fear of Missing Out* (FoMO) Ditinjau Dari Kesejahteraan Psikologis Remaja. *Jurnal Psikologi: Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan*, 11(2), 289–301.
- Khairina, N., Rahmawati, D. S. R., & Indriani, F. (2024). Kecemasan pada Dewasa Awal Akibat *Fear of Missing Out* (FoMO). *Flourishing Journal*, 4(7), 296–303.
- McGinnis, P. J. (2020). *Fear of Missing Out*. Gramedia Pustaka Utama.
- Mufidah, W., Nursanti, E., & Maknun, L. (2023). *Fear of Missing Out* (FoMO) Pada Remaja Pengguna Instagram. *IDEA: Jurnal Psikologi*, 7(1), 46–57.
- Ramadhani, R. I., & Suryaningrum, C. (2023). Pengaruh Kepribadian *Neuroticism* Dan *Extraversion* Terhadap *Fear of Missing Out* Pada Remaja. *Cognicia*, 11(2), 85–92.
- Tamri, T., Erwandi, R., & Slamet, J. (2023). Implikasi *Fear of Missing Out* Terhadap Perilaku Phubbing (Studi Kasus Anak Remaja). *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 6(2), 343–349.