

## Abstrak

Era digital telah membuat manusia memasuki gaya hidup baru yang tidak bisa dilepaskan dari perangkat yang serba elektronik dan terhubung melalui internet. Pengguna media sosial mendominasi pengguna internet di Indonesia yang merupakan pengguna internet terbesar ke-5 di dunia. Selain kemudahan yang ditawarkan, media sosial justru memberikan boomerang dengan adanya perasaan takut dan gelisah untuk tetap terhubung dengan orang lain yang disebut FoMO. Salah satu faktor yang diduga berpengaruh terhadap FoMo adalah kepribadian, khususnya tipe kepribadian *agreeableness*. Namun, peneliti menduga hubungan antara tipe kepribadian *agreeableness* tersebut dimoderatori oleh variabel lain, salah satunya adalah *self esteem*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *agreeableness* dan FoMO dengan *self esteem* sebagai variabel moderator pada mahasiswa Bandung. Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan hasil modifikasi skala *Big Five Inventory* Ramdhani (2012), skala SLCS-R Tafarodi & Swann (2001), dan skala *Fear of Missing Out about Social Media* Przybylski, dkk (2013) yang disebar secara online melalui google form. Subyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Bandung berjumlah 536 orang. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan *agreeableness* dan *self esteem* dapat mempengaruhi FoMO,  $R^2 = .066$ ,  $F(2) = 18772$ ,  $p = .000$ . Analisis lebih lanjut menjelaskan bahwa *self esteem* dapat menjadi variabel moderator,  $\Delta R^2 = .073$ ,  $F(2, 533) = 21.480$ ,  $p = .000$ .

**Kata kunci:** *Agreeableness*, *Self esteem*, FoMO, Mahasiswa