

**TREND FOMO DAN TIKTOK DI KALANGAN
MAHASISWA**

Mhd Yanzhuri

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan

Email: Mhd.0309212049@uinsu.ac.id

Yummy Jumiati Marsa

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan

Email: yummyjumiati marsa@uinsu.ac.id

Article History

Submitted: 7 Mei 2025

Revised: 30 Mei 2025

Accepted: 8 Juni 2025

How to Cite:

Yanzhuri, Mhd. Yummy Jumiati Marsa. "Trend Fomo Dan Tiktok Di Kalangan Mahasiswa" *NUANSA: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Dan Kegamaan Islam* 22 No. 1 (2025): 77-93



Abstrak:

This study examines the trend of FOMO and *Tiktok* among university students. It aims to describe how the phenomenon of Fear of Missing Out arises as a result of using *Tiktok*. This research uses a qualitative approach. The research method applied is descriptive-analytical, with data collected through observation, interviews, and documentation. The findings of this study indicate that the Fear of Missing Out (FOMO) phenomenon is a common psychological condition experienced by students in the digital era, particularly due to the use of *Tiktok*. FOMO is characterized by a fear of being left out of social trends, which drives students to follow viral content. *Tiktok* amplifies the FOMO phenomenon through behaviors such as imitating content creators, app addiction, and social comparison. The impacts include anxiety, procrastination, sleep disturbances, and decreased academic focus. The factors driving the FOMO phenomenon include the need for social validation, trend pressure, and *Tiktok*'s addictive algorithm. *Tiktok* plays a significant role in shaping the intensity of FOMO among students. Previous studies have focused more on the general impacts of social media, but few have specifically examined the Fear of Missing Out phenomenon caused by *Tiktok*. With its AI-based algorithm that presents content based on user interests, *Tiktok* creates a personalized experience that potentially triggers FOMO. Unlike earlier research, this study not only looks at the general effects of social media but specifically explores how *Tiktok* triggers Fear of Missing Out (FOMO) among university students.

Penelitian ini mengkaji tentang tren FOMO dan *Tiktok* di kalangan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana fenomena *Fear of Missing Out* yang timbul akibat *Tiktok*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, Metode penelitian yang diterapkan adalah deskriptif analitis dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* adalah kondisi psikologis yang wajar dialami mahasiswa di era digital, khususnya akibat penggunaan *Tiktok*. Fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* ditandai dengan rasa takut tertinggal dari tren sosial, sehingga mendorong mahasiswa mengikuti konten viral. *Tiktok* memperkuat Fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* lewat perilaku meniru kreator, kecanduan aplikasi, dan perbandingan sosial. Dampaknya meliputi kecemasan, penundaan tugas, gangguan tidur, dan turunnya fokus akademik. Faktor yang mendorong Fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* adalah kebutuhan validasi sosial, tekanan tren, dan algoritma *Tiktok* yang adiktif. *Tiktok* pun berperan besar dalam membentuk intensitas Fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* mahasiswa. Studi terdahulu lebih berfokus pada dampak media sosial secara umum, tetapi belum banyak yang membahas fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* yang disebabkan oleh *Tiktok* secara khusus. Dengan algoritma berbasis kecerdasan buatan

Kata Kunci:

Trend; Fear of Missing Out (FOMO); *Tiktok*

Pendahuluan

Kemajuan teknologi yang pesat telah memicu peningkatan penggunaan internet secara global. Menurut data dari ITU (International Telecommunication Union), pada tahun 2023 jumlah pengguna internet di dunia mencapai sekitar 5,4 miliar orang atau sekitar 67% dari total populasi, menunjukkan peningkatan sebesar 45% sejak tahun 2018, yakni sebesar 1,7 miliar pengguna tambahan (Psikologi, Islam, & Syarif, 2023). Seiring dengan perkembangan internet, penggunaan media sosial juga terus meningkat secara signifikan. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh We Are Social, dalam beberapa dekade terakhir jumlah pengguna media sosial mengalami pertumbuhan yang konsisten. Pada awal tahun 2024, jumlah pengguna media sosial di seluruh dunia telah mencapai 5,35 miliar orang, setara dengan 66,2% dari total populasi dunia yang berjumlah 8,08 miliar, mendorong lahirnya berbagai platform media sosial baru (Nina Nuraeni, Adam Hermawan, & Btari Mariska Purwaamijaya, 2024).

Tiktok saat ini menjadi salah satu platform media sosial yang sedang tren dan banyak digunakan secara global. Berdasarkan data dari Business of Apps, pada kuartal pertama tahun 2023, *Tiktok* berhasil mencapai lebih dari 1,67 miliar pengguna aktif bulanan, meningkat dari 1,6 miliar pada kuartal keempat tahun sebelumnya (Pokhrel, 2024). Pada April 2022, Indonesia menempati peringkat kedua setelah Amerika Serikat dengan jumlah pengguna bulanan sebanyak 112,97 juta, hanya terpaut 3,52 juta dari Amerika Serikat yang mencatatkan 116,49 juta pengguna (Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, 2020). Popularitas *Tiktok* terus meningkat di kalangan masyarakat dunia, termasuk di Indonesia.

Tiktok adalah platform media sosial yang dirancang untuk membuat dan menonton video, pertama kali diluncurkan pada September 2016 di Tiongkok oleh Zhang Yiming (Khaerunnisa 2024). Di Indonesia, platform ini mulai diperkenalkan pada Mei 2017 (Novitasari & Setyawati, 2023). *Tiktok* memungkinkan pengguna untuk mengunggah video mereka sendiri dan membagikannya kepada pengguna lain di platform tersebut. Dengan beragam konten video pendek yang menarik, *Tiktok* berhasil memikat perhatian penggunanya. Selain itu, *Tiktok* menawarkan berbagai fitur menarik yang mendukung dan mendorong kreativitas para penggunanya.

Tiktok menawarkan berbagai fitur menarik yang mendukung kreativitas penggunanya. Salah satu fitur utamanya adalah FYP (*For You Page*), yakni halaman beranda yang menampilkan video rekomendasi berdasarkan algoritma yang mempelajari preferensi pengguna. Fitur ini memungkinkan konten menjadi viral dan menjangkau audiens yang lebih luas (Putu Suparna & Purnama Sari, 2024). Ada juga fitur Duet, yang memungkinkan pengguna membuat video berdampingan dengan video orang lain, sering digunakan untuk kolaborasi, tantangan, atau memberikan reaksi terhadap video tertentu (Miftachul Taubah & Muhammad Nur Hadi, 2020). Selain itu, *Tiktok* menyediakan berbagai filter dan efek visual, seperti filter AR (Augmented Reality), efek transisi, dan fitur green screen yang memungkinkan pengguna mengganti latar belakang (Afdhal, Prawiro, & Fenia, 2022). *Tiktok* juga memiliki perpustakaan lagu dan audio yang sangat luas, mencakup lagu-lagu populer, suara viral, hingga cuplikan dialog film, yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya tarik video (Pertiwi, 2022). Fitur-fitur inilah yang membuat *Tiktok* semakin populer dan diminati oleh banyak pengguna.

Di balik popularitas *Tiktok*, platform ini membawa sejumlah tantangan sosial dan psikologis yang mempengaruhi interaksi di dalamnya, termasuk potensi kecanduan. Menurut Afdhal et al., sekitar 6,4% pengguna *Tiktok* berisiko mengalami kecanduan (Afdhal et al., 2022). Meskipun persentase ini tergolong kecil, dampaknya tetap signifikan dalam kehidupan sehari-hari, karena pengguna mungkin kesulitan mengendalikan keinginan untuk terus mengakses *Tiktok*. Bahkan, penggunaan *Tiktok* sering disamakan dengan konsep perjudian karena sifat adiktifnya yang dapat menyebabkan ketergantungan tinggi (Indah dan Maulana, 2022). Dr. Julie Albright, seorang sosiolog yang mempelajari komunikasi dan budaya digital, menjelaskan bahwa *Tiktok* dapat memicu pelepasan dopamin, mendorong pengguna untuk terus-menerus menggeser konten berikutnya. Hal ini diperparah oleh kehadiran tren yang diciptakan oleh para kreator konten, yang semakin memperkuat daya tarik dan potensi kecanduan (SHELEMO, 2023).

Karena banyaknya muncul tren-tren dari beberapa konten kreator, masyarakat sering kali merasa harus terus mengikuti perkembangan tersebut. Konten kreator yang aktif memproduksi konten menarik menjadi salah satu faktor utama penyebaran tren secara cepat. Akibatnya, banyak orang merasa terdorong untuk selalu terlibat dalam tren meskipun tidak sesuai dengan kebutuhan atau minat pribadi. Kondisi ini dapat mempengaruhi pola pikir, gaya hidup, hingga kebiasaan konsumsi seseorang. Hal ini juga memicu munculnya fenomena *fear of missing out (FOMO)*.

Fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* yang dipicu oleh *Tiktok* sangat erat kaitannya dengan kebutuhan akan koneksi sosial dan validasi dari orang lain (Pokhrel, 2024). Validasi dari orang lain adalah kebutuhan seseorang untuk mendapatkan pengakuan, persetujuan, atau dukungan dari orang lain sebagai bentuk penghargaan terhadap dirinya. Dalam konteks platform media sosial *Tiktok*, validasi sering datang dalam bentuk likes, komentar, shares, atau jumlah pengikut. Ketika seseorang menerima banyak respons positif pada unggahan mereka, hal itu bisa meningkatkan rasa percaya diri dan memberikan perasaan dihargai (Selviana dan Yulinar, 2022). Namun, ketergantungan pada validasi eksternal ini juga bisa menjadi masalah, banyak orang merasa cemas atau kecewa jika konten yang mereka bagikan tidak mendapatkan respons yang diharapkan akibatnya, mereka terus-menerus mengejar perhatian dan pengakuan, yang dapat berdampak negatif pada kesehatan mental, terutama jika validasi tersebut menjadi tolok ukur utama kebahagiaan dan harga diri mereka.

Fear of Missing Out (FOMO) yang dipicu oleh *Tiktok* juga mempengaruhi perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah pola perilaku di mana seseorang cenderung membeli dan menggunakan barang atau jasa secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya (Mujahidah, 2020). Perilaku ini didorong lebih oleh keinginan untuk mendapatkan kepuasan atau mengikuti tren, bukan karena kebutuhan fungsional. Contoh dari perilaku konsumtif adalah membeli barang-barang bermerek hanya untuk menunjukkan status sosial, mengganti gadget terbaru meskipun yang lama masih berfungsi dengan baik, atau sering berbelanja pakaian mengikuti mode terkini meskipun tidak terlalu diperlukan. Perilaku ini dapat menyebabkan pengeluaran yang tidak terkendali, yang pada akhirnya bisa berdampak negatif pada kondisi keuangan dan kesejahteraan seseorang.

Mahasiswa sering kali menjadi kelompok yang paling mudah terpengaruh oleh tren *Tiktok* dan mengalami *Fear of Missing Out (FOMO)* karena mereka berada pada fase hidup yang sangat terhubung dengan interaksi sosial dan teknologi (Aresti, Lukmantoro, & Ulfa,

2023). *Tiktok*, dengan kontennya yang serba cepat dan algoritma yang terus menampilkan video yang relevan dan menghibur, menciptakan tekanan bagi mahasiswa untuk terus mengikuti tren agar tidak merasa ketinggalan. Di lingkungan kampus, di mana hubungan sosial dan eksistensi digital memiliki peran penting, mahasiswa merasa terdorong untuk ikut serta dalam tantangan atau tren viral agar tetap relevan dan terlihat aktif di mata teman-teman mereka (Maulana dan Ulinnuha, 2023). Kecemasan bahwa mereka akan melewatkan momen-momen atau tren yang sedang populer membuat mereka terjebak dalam siklus scroll tanpa akhir, karena mereka khawatir tidak bisa ikut dalam percakapan sosial yang sedang hangat. Keinginan untuk mendapatkan validasi sosial dan menghindari perasaan tertinggal ini dapat menyebabkan mahasiswa menghabiskan banyak waktu untuk membuat konten atau terus memantau media sosial, sering kali tanpa menyadari dampaknya terhadap kesehatan mental dan keseimbangan waktu mereka.

Berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan bahwa sebagian besar mahasiswa—yang secara umum diposisikan sebagai kelompok intelektual dan agen perubahan sosial—ternyata belum sepenuhnya mampu memanfaatkan media sosial secara bijak, khususnya dalam penggunaan platform TikTok. Alih-alih memanfaatkan media ini sebagai sarana untuk pengembangan diri atau menyebarkan informasi edukatif, banyak dari mereka justru terbawa arus tren yang kurang konstruktif. Salah satu pola perilaku yang mencolok adalah partisipasi dalam tren-tren viral yang kontroversial dan bertentangan dengan nilai budaya lokal. Tindakan ini tidak hanya mengundang komentar negatif dari pengguna lain, tetapi juga meningkatkan potensi mahasiswa menjadi korban cyberbullying atau perundungan daring. Selain itu, keterlibatan mereka dalam konten yang bersifat sensasional dan provokatif dapat menciptakan citra diri yang keliru serta mencederai identitas akademis yang seharusnya melekat pada mahasiswa.

Lebih lanjut, sejumlah tren di TikTok yang mengedepankan gaya hidup konsumtif dan standar kecantikan yang tidak realistis turut memberikan tekanan psikologis dan sosial bagi mahasiswa. Misalnya, tren yang mempromosikan barang-barang mewah seperti pakaian bermerek, gadget terbaru, atau aksesoris mahal, secara tidak langsung mendorong mahasiswa untuk mengikuti gaya hidup tersebut meskipun bertentangan dengan kondisi finansial mereka yang terbatas. Hal ini menimbulkan tekanan ekonomi, rasa tidak puas terhadap diri sendiri, bahkan kecemasan sosial akibat perbandingan diri secara terus-menerus dengan figur publik atau kreator konten. Tidak sedikit pula mahasiswa yang mengalami penurunan kepercayaan diri karena merasa tidak mampu memenuhi ekspektasi sosial yang dibentuk oleh narasi-narasi visual di TikTok. Akumulasi dari faktor-faktor tersebut berisiko mengganggu stabilitas mental, memunculkan perasaan inferioritas, dan menurunkan kualitas kehidupan sosial maupun akademik mereka di lingkungan kampus.

Metode Penelitian

Penelitian dengan judul “*Trend FOMO dan Tiktok di Kalangan Mahasiswa*” ini dilakukan Jln Pancing, Kel. Sidorejo, Kec. Medan Tembung, Kab. Deli Serdang, Sumatera Utara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menerapkan metode deskriptif analitis. Menurut Moleong, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman menyeluruh terhadap fenomena yang dialami subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, melalui uraian dengan menggunakan kata-kata atau bahasa dan melibatkan aspek lain secara holistik (j. Moleong

Lexy, 2017). Menurut Anggoro metode deskriptif analitis adalah metode penelitian yang melibatkan pengumpulan data sesuai dengan keadaan sebenarnya, kemudian data tersebut disusun, diolah, dan dianalisis untuk memberikan gambaran mengenai masalah yang diteliti (Anggoro et al., 2013). Dengan kata lain, dalam penelitian deskriptif analitis, fokusnya adalah pada permasalahan yang ada pada saat penelitian dilakukan, yang kemudian hasilnya diolah dan dianalisis untuk mencapai kesimpulan yang relevan. Peneliti memutuskan untuk menggunakan metode deskriptif analitis karena fokus penelitian ini adalah pada proses deskripsi atau penjelasan mengenai Trend *FOMO* dan *Tiktok* di kalangan mahasiswa yaitu menggambarkan bagaimana *Tiktok* dapat menimbulkan fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* di kalangan mahasiswa. Metode ini juga mendalami makna, pola, dan implikasi yang muncul dari fenomena ini. Pendekatan deskriptif analitis cocok digunakan karena fenomena yang diteliti melibatkan aspek sosial dan psikologis yang kompleks, yang membutuhkan pemaparan yang jelas dan analisis berbasis data untuk menghasilkan kesimpulan yang komprehensif dan relevan.

Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih tiga bulan, yaitu dari Januari hingga Maret, dengan menggunakan teknik purposive sampling dalam pengambilan sampel. Data dikumpulkan melalui wawancara yang melibatkan 15 informan, observasi langsung yang dilakukan di lokasi penelitian dengan melihat bagaimana fenomena yang terjadi mengenai trend *FOMO* dan *Tiktok* di kalangan mahasiswa, dan dokumentasi berupa tangkapan layar video, komentar, serta rekaman suara atau video selama wawancara. Untuk menjamin keabsahan data dalam penelitian ini digunakan triangulasi teknik yang meliputi triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Pendekatan ini membantu memperoleh gambaran yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian ini berpegang pada prinsip etika penelitian dengan memastikan bahwa setiap partisipan memberikan persetujuan untuk berpartisipasi.

Hasil dan Pembahasan

Fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* di kalangan mahasiswa

Isilah *Fear of Missing Out (FOMO)* pertama kali diteliti oleh seorang ahli strategi pemasaran bernama Dr. Dan Herman pada tahun 1996 (Sosial, 2023). Meski begitu, kemungkinan konsep *FOMO* sendiri telah muncul jauh sebelum itu. Dalam ranah *cyberpsychology*, istilah *Fear of Missing Out (FOMO)* secara formal didefinisikan oleh Przybylski pada tahun 2013 sebagai perasaan takut, cemas, dan gelisah yang muncul ketika seseorang mengetahui bahwa orang lain, terutama di media sosial, sedang menjalani pengalaman atau kehidupan yang tampak lebih menyenangkan atau lebih baik daripada dirinya. Selanjutnya Menurut DeHaan dan Gladwell, *Fear of Missing Out (FOMO)* merupakan bentuk kecemasan yang ditandai dengan dorongan kuat untuk terus mengetahui apa yang dilakukan oleh orang lain, terutama melalui media sosial. Mereka mengidentifikasi tiga indikator utama *Fear of Missing Out (FOMO)*, yaitu rasa takut, kekhawatiran, dan kecemasan (SHELEMO, 2023).

Berdasarkan hasil wawancara, cara para partisipan mendeskripsikan atau memaknai *Fear of Missing Out (FOMO)*, yang tercermin melalui pendapat-pendapat mereka sebagai mahasiswa adalah sebagai berikut ini:

- a. Fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* di Kalangan Mahasiswa Merupakan Rasa Takut Ketinggalan

Fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* di Kalangan Mahasiswa merupakan rasa takut ketinggalan dijelaskan oleh beberapa informan dalam penelitian ini, pertama dijelaskan dalam wawancara dengan KF yang merupakan informan utama dalam penelitian ini, berikut Kf mendeskripsikan *Fear of Missing Out (FOMO)* "...Menurut aku, FOMO tuh kayak rasa ketakutan kehilangan momen-momen penting atau rasa takut ketinggalan momen seru yang orang lain udah tau duluan..." (Sumber wawancara KF). Selanjutnya Hal senada juga di sampaikan dalam wawancara bersama AR yang merupakan informan utama dalam penelitian ini, AR mendeskripsikan *Fear of Missing Out (FOMO)* "...Menurut aku, FOMO tuh rasa takut ketinggalan info, tren, atau kegiatan yang lagi rame dibahas. Kayak ada rasa gak mau kalah update aja gitu..." (Sumber wawancara AF). Lebih lanjut di sampaikan dalam wawancara bersama NJ yang merupakan informan tambahan dalam penelitian ini, Nj mendeskripsikan *Fear of Missing Out (FOMO)* "...Menurutku, FOMO itu rasa takut ketinggalan. Entah itu soal tren, info, atau kegiatan yang orang lain lagi bebobin, jadi kita kayak selalu pengen ikut biar gak merasa tertinggal..." (Sumber wawancara NJ).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* cukup kuat dirasakan oleh mahasiswa. Rasa takut tertinggal dari informasi, tren, atau kegiatan yang sedang hangat menjadi pemicu utama munculnya *Fear of Missing Out (FOMO)* dalam kehidupan mereka sehari-hari.

b. Fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* di Kalangan Mahasiswa Merupakan Sebuah *Trend* yang Harus Diikuti

Fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* di Kalangan Mahasiswa merupakan sebuah tren yang harus diikuti ini dijelaskan oleh beberapa informan dalam penelitian ini, pertama dijelaskan dalam wawancara dengan RA yang merupakan informan utama dalam penelitian ini, RA mendeskripsikan *Fear of Missing Out (FOMO)* "...Menurut aku FOMO itu jika ada tren terbaru orang-orang harus mengikuti..." (Sumber wawancara RA). Selanjutnya hal senada juga di sampaikan dalam wawancara bersama SK yang merupakan informan utama dalam penelitian ini, SK mendeskripsikan "...Kalau pandangan saya FOMO itu ada suatu hal yang sedang tren jadi semua orang mengikuti vidio itu...". ... (Sumber wawancara SK).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap sejumlah mahasiswa, ditemukan bahwa fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* memang menjadi bagian dari kehidupan sosial mahasiswa, khususnya dalam konteks mengikuti tren yang sedang berkembang di media sosial maupun dalam lingkungan pergaulan mereka. Observasi ini menunjukkan bahwa banyak mahasiswa merasa terdorong untuk mengikuti aktivitas atau fenomena yang sedang viral agar tetap dianggap "kekinian" dan tidak tertinggal dari teman-temannya. Seperti baru-baru ini sedang tren dance velocity mahasiswa beramai-ramai membuat dance velocity ini. Berikut merupakan mahasiswa yang membuat dance velocity dan di unggah di sosial media mereka:

Gambar 1.
Mengikuti Dance yang sedang Trend
Sumber Data: Hasil Temuan Penelitian Tahun 2025



Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di atas, peneliti menyimpulkan bahwa fenomena Fear of Missing Out (FOMO) di kalangan mahasiswa merupakan bagian dari kehidupan sosial mereka, di mana mahasiswa merasa terdorong untuk mengikuti tren yang sedang viral, baik di media sosial maupun lingkungan pergaulan, agar tetap dianggap kekinian dan tidak tertinggal dari teman-temannya. Hal ini tercermin dari pernyataan beberapa informan dalam penelitian yang menyebut FOMO sebagai keharusan mengikuti hal-hal yang sedang tren.

Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) atau Fear of Missing Out merupakan hal yang normal dialami oleh mahasiswa karena pada masa ini, mereka berada dalam fase perkembangan sosial dan emosional yang sangat aktif (Safitri, Roosyidah, & Wijaya, n.d.). Mahasiswa sedang dalam proses mencari jati diri, membangun hubungan sosial, serta membentuk identitas pribadi dan profesional. Dalam lingkungan kampus yang dinamis, mereka terus terpapar dengan berbagai aktivitas, tren, dan pencapaian teman sebaya, sehingga wajar jika muncul perasaan takut tertinggal dari apa yang sedang berlangsung di sekitar mereka. Selain itu, mahasiswa juga sangat dekat dengan dunia digital, terutama media sosial seperti *Tiktok* yang menyebarkan informasi dan tren dengan sangat cepat.

Fear of Missing Out (FOMO) yang disebabkan oleh Tiktok di kalangan mahasiswa

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan kepada mahasiswa yang berada di Jln Pancing, Kel. Sidorejo, Kec. Medan Tembung, Kab. Deli Serdang, Sumatera Utara, berikut merupakan beberapa perilaku yang muncul akibat fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* yang disebabkan oleh *Tiktok* di kalangan mahasiswa:

a. Mengikuti Gaya Hidup dari *Tiktok*

Tiktok kerap menampilkan gaya hidup konsumtif dan glamor dari para kreator. Mahasiswa cenderung meniru gaya hidup ini baik dari segi fashion, makanan, maupun gaya nongkrong, meskipun tidak sesuai dengan kemampuan finansial atau kebutuhan mereka. Seperti yang disampaikan oleh AR mengenai apakah dia meniru gaya hidup, ten belanja, atau kebiasaan dari keator *Tiktok* "...Iya, kadang suka kepancing juga, seringnya skincare, make

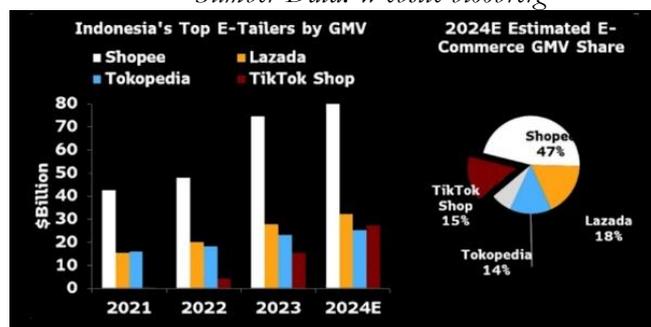
up, atau barang-barang lucu yang lagi trending...” (Sumber wawancara AR). Hal serupa juga di sampaikan oleh KF “...Pernah, apalagi kalo mereka review barang lucu, biasanya aku sering beli skincare, baju, aksesoris lucu, kadang makanan kekinian juga...” (Sumber wawancara KF). Hal ini di benarkan oleh NJ selaku teman KF yang mengatakan “...Iya, KF sering beli barang karena liat review di Tiktok, dari baju, skincare, sampe makanan pun dibeli karena racun Tiktok...” (Sumber wawancara NJ).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, terhadap sejumlah mahasiswa, terlihat bahwa banyak dari mereka terpengaruh oleh gaya hidup konsumtif yang ditampilkan di *Tiktok*. Mahasiswa cenderung meniru gaya hidup para kreator *Tiktok*, terutama dalam hal fashion, skincare, makanan, dan gaya nongkrong yang sedang tren, meskipun tidak selalu sesuai dengan kondisi finansial mereka. Hal ini tampak dari kebiasaan mereka membeli barang-barang yang sedang viral hanya karena terdorong oleh review atau tren yang muncul di platform tersebut (Gratia dkk, 2022). Misalnya, mahasiswa terlihat sering membeli produk-produk kecantikan, pakaian, hingga makanan kekinian setelah melihat kontennya di *Tiktok*. Fenomena ini menunjukkan bahwa *Tiktok* tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga memengaruhi pola konsumsi dan gaya hidup mahasiswa secara signifikan (Rahmawati, 2024). Hasil observasi berikut di dukung oleh bukti dokumentasi yang di kutip dari website bloombrerg Technoz yang menunjukkan penjualan di *Tiktok* Shop setiap tahunnya meningkat :

Diagram 1.

Penjualan *Tiktok* Shop setiap tahunnya

Sumber Data: Website bloombrerg



b. Sering Memeriksa *Tiktok*

Mahasiswa terus-menerus membuka *Tiktok* untuk memastikan tidak ketinggalan tren, tantangan, atau konten terbaru. Dari 15 informan dalam penelitian ini semua mahasiswa yang mengalami Fear of Missing Out (FOMO) rata-rata mereka menggunakan waktunya dalam sehari untuk membuka *Tiktok* hampir 6 hingga 12 jam. Seperti yang di sampaikan mengenai seberapa sering mereka menggunakan *Tiktok* oleh AR “...Bisa sampai 5-6 kali sehari, apalagi kalo lagi gabut atau sambil nunggu kelas...” (Sumber wawancara AR). Pernyataan tersebut di benarkan oleh AS sebagai saudara dari AR yang menyatakan “...AR bisa buka *Tiktok* sekitar kurang lebih 5 jam atau lebih...” (Sumber wawancara AS).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, menunjukkan sebagian mahasiswa pasti menggunakan waktu kasong mereka untuk membuka *Tiktok*, hal tersebut di lakukan agar mereka tidak ketinggalan tren, tantangan, atau konten terbaru. Hasil

observasi ini di buktikan dengan dokumentasi mahasiswa yang sedang membuka *Tiktok* waktu kuliah sedang berlangsung:

Gambar 2.
Mahasiswa Membuka *Tiktok* Di Kelas
Sumber Data : Hasil Temuan Penelitian Tahun 2025



c. Mengikuti Semua Tren Viral

Mahasiswa merasa wajib mengikuti tantangan atau tren yang sedang populer di *Tiktok*, bahkan jika tren tersebut tidak sesuai dengan minat atau nilai pribadi mereka. Tren yang biasa mahasiswa ikuti seperti tren dance, tren makanan terbaru, tren pakaian terbaru, tren make up terbaru, tren tempat-tempat terbaru. Alasan mereka mengikuti semua tren tersebut biasanya agar tidak ketinggalan apa yang sedang ramai di bicarakan seperti yang di sampaikan oleh AR "...Soalnya biar gak ketinggalan aja, terus kadang juga biar bisa nyambung ngobrol sama temen-temen..." (Sumber wawancara AR). Hal serupa juga di sampaikan oleh KF "...Biar gak ketinggalan, biar relate sama temen-temen juga..." (Sumber Wawancara KF).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap aktivitas mahasiswa, terlihat adanya kecenderungan kuat untuk mengikuti berbagai tantangan dan tren yang sedang populer di platform media sosial, khususnya *Tiktok*. Para mahasiswa secara aktif memproduksi dan membagikan konten yang berkaitan dengan tren tersebut, meskipun tren yang diikuti terkadang tidak mencerminkan minat atau nilai pribadi mereka. Selama pengamatan, tren yang paling banyak diikuti mahasiswa antara lain tren dance *Tiktok*, review makanan viral, OOTD (Outfit of The Day) dari brand yang sedang hype, tutorial make-up, hingga kunjungan ke tempat-tempat yang tengah ramai dibicarakan, seperti café atau destinasi wisata baru. Mereka terlihat berusaha tampil relevan dan mengikuti arus, bahkan jika harus keluar dari zona nyaman mereka.

d. Membandingkan Diri dengan Orang Lain

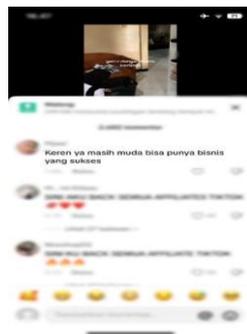
Mahasiswa sering membandingkan hidup mereka dengan kehidupan yang tampak sempurna di *Tiktok*, baik dari segi penampilan, pencapaian, atau gaya hidup. Padahal, konten di *Tiktok* sering kali hanya menampilkan sisi terbaik atau bahkan hasil manipulasi. Namun, perbandingan ini tetap dapat menimbulkan perasaan rendah diri, tidak puas, dan kecemasan. Seperti yang disampaikan oleh RA mengenai apakah dia membandingkan kehidupan, penampilan, atau pencapaian kamu dengan konten yang ditampilkan oleh kreator lain atau teman-teman kamu di *Tiktok* "...Aku ngebandimgin si buat reward diri

aku, jadi kalau aku bandingkan misa jadi motivasi aku buat lebih maju sama kayak kreator *Tiktok*...” (Sumber wawancara RA). Hal serupa juga di sampaikan oleh AR “...Aku pernah ngebandingin, apalagi kalo liat yang seumuran tapi udah sukses banget kadang gak sengaja kepikiran, "Kok mereka bisa ya sampai segitu? Aku ngapain aja selama ini?, Jadi ngebandingin tuh muncul gitu aja, apalagi kalo lagi overthinking...”. (Sumber wawancara AR). Pernyataan AR juga di benarkan oleh AS yang meruapakan saudara dari AR “...Kadang-kadang dia mau membandingkan kehidupan dia dengan kehidupan kreator lain di *Tiktok*...”. (Sumber wawancara AS)

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti, teridentifikasi bahwa dalam keseharian, baik dalam interaksi langsung maupun saat mengakses Tik Tok, mahasiswa menunjukkan reaksi emosional tertentu ketika menyaksikan video yang menampilkan citra kehidupan yang tampak ideal atau “sempurna.” Meskipun beberapa mahasiswa mengaku bahwa tayangan tersebut dapat memotivasi mereka untuk lebih giat meraih prestasi, namun tidak sedikit pula yang secara nyata menunjukkan gejala tekanan psikologis. Respons tersebut meliputi perasaan inferior, ketidakpuasan terhadap diri sendiri, hingga kecemasan terkait masa depan mereka. Salah satu bentuk nyata dari fenomena ini adalah kecenderungan mahasiswa untuk secara tidak sadar menyerap standar kesuksesan yang dibentuk oleh narasi visual di Tik Tok, sehingga mulai menilai keberhasilan berdasarkan pencapaian orang lain yang mereka konsumsi secara terus-menerus di platform tersebut, bukan dari parameter internal atau pencapaian personal.

Gejala ini tampak dalam pernyataan spontan mahasiswa, seperti "Keren ya, masih muda sudah punya bisnis sendiri," atau "Dia bisa liburan terus, sedangkan aku stres mikirin skripsi." Ungkapan semacam ini mencerminkan adanya proses perbandingan sosial yang intens, yang kemudian memengaruhi cara mahasiswa memaknai posisi dan perjalanan hidup mereka sendiri. Observasi ini diperkuat oleh dokumentasi peneliti terhadap sejumlah komentar mahasiswa terhadap pencapaian content creator di Tik Tok, yang menunjukkan adanya kecenderungan untuk mengidealisasi kehidupan orang lain tanpa mempertimbangkan faktor konteks dan realitas masing-masing individu. Temuan ini mengindikasikan bahwa paparan terhadap konten tertentu di media sosial tidak hanya membentuk persepsi, tetapi juga dapat mempengaruhi kesehatan mental mahasiswa, terutama jika tidak disertai dengan kemampuan reflektif dan literasi digital yang memadai. Hasil observasi ini didukung oleh dokumentasi komentar mahasiswa atas pencapaian creator di *Tiktok*:

Gambar 3.
Komentar Mahasiswa di *Tiktok*
Sumber Data: Hasil Temuan Tahun 2025



e. Menunda Tugas Atau Kewajiban

Karena terlalu fokus mengeksplorasi *Tiktok*, mahasiswa sering kali menunda mengerjakan tugas kuliah, pekerjaan rumah, atau aktifitas penting lainnya. Hal ini dapat berdampak pada penurunan prestasi akademik. Seperti yang disampaikan oleh KA mengenai kenapa dia menunda pekerjaan rumah, tugas kuliah atau aktivitas lainnya “...Karena kadang *Tiktok* lebih menarik dari tugas, apalagi kalo udah capek, jadi butuh hiburan dulu...” (Sumber wawancara KA). Pernyataan serupa juga di sampaikan oleh KF” ...Soalnya kadang pas scroll tuh ngerasa gak bisa berhenti, terus jadi males ngerjain tugas...” (Sumber wawancara KF). .

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di lingkungan kampus dan tempat tinggal mahasiswa seperti kos-kosan, ditemukan bahwa mahasiswa mengalokasikan waktu yang cukup besar untuk berinteraksi dengan aplikasi Tik Tok. Kegiatan tersebut meliputi menonton video, membuat konten, hingga melakukan aktivitas scrolling secara pasif tanpa tujuan yang jelas. Intensitas penggunaan ini secara nyata mulai menggeser skala prioritas mahasiswa, terutama dalam menyelesaikan kewajiban akademik. Terdapat kecenderungan di mana mahasiswa menunda pengerjaan tugas kuliah yang bersifat mendesak dan memiliki tenggat waktu dekat. Dalam beberapa kasus, mahasiswa terlihat menyelesaikan tugas secara tergesa-gesa atau hanya dalam waktu singkat menjelang batas akhir pengumpulan. Fenomena ini menunjukkan bahwa penggunaan Tik Tok yang berlebihan tidak hanya mempengaruhi pola waktu, tetapi juga berdampak pada kualitas produktivitas akademik mereka secara keseluruhan.

f. Pola Tidur Yang Terganggu

Mengurangi waktu tidur untuk terus menonton konten *Tiktok*, terutama di malam hari. Seperti yang di sampaikan oleh AW mengenai apakah mereka mengurangi waktu tidur untuk terus menonton konten *Tiktok*, terutama di malam hari “...Iya, karena menurut saya di malam hari semakin banyak muncul vidio-vidio yang menarik...”. Hal serupa juga di sampaikan oleh RA “...iya, kadang kecanduan gitu kalau udah buka tidak terakhirnya sampai malam-malam...” (Sumber wawancara RA). Pernyataan ini juga di benarkan oleh RA selaku saudara dari RA “...Iya, bahkan dia sampai ketiduran banyak untuk ngeliat *Tiktok* bahkan kadang dia tidur tapi aplikasi *Tiktok*nya masih nyala...” (Sumber wawancara RA).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap akun dari RA menunjukkan di malam hari RA masih melakukan siaran langsung, fitur yang di sediakan oleh *Tiktok*. Siaran langsung ini sekitar 1 sampai 2 Jam:

Gambar 4.

Sedang Live di *Tiktok*

Sumber Data : Hasil Temuan Tahun 2025



Berdasarkan wawancara dan observasi di atas peneliti menyimpulkan mahasiswa yang tinggal di Jln. Pancing, Kel. Sidorejo, Kec. Medan Tembung, Kab. Deli Serdang, Sumatera Utara, bahwa fenomena Fear of Missing Out (FOMO) akibat penggunaan *Tiktok* telah memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku, kebiasaan, dan keseharian mahasiswa. FOMO ini mendorong mahasiswa untuk selalu merasa harus terhubung dengan apa yang sedang viral di *Tiktok*, sehingga muncul berbagai dampak nyata dalam kehidupan mereka (Darmayati dkk,2023).

Faktor Pendorong mahasiswa mengalami *Fear of Missing Out (FOMO)* Dalam Menggunakan *Tiktok*

Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) tidak muncul begitu saja, tetapi dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berinteraksi dengan karakteristik pribadi pengguna dan fitur media sosial itu sendiri. *Tiktok* sebagai salah satu platform yang sangat populer di kalangan mahasiswa, memiliki daya tarik tersendiri yang mampu mendorong pengguna merasa takut tertinggal dari tren atau interaksi sosial. Berikut adalah beberapa faktor utama yang mendorong mahasiswa mengalami FOMO saat menggunakan *Tiktok*:

a. Validasi Sosial

Mahasiswa berada pada fase perkembangan yang sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan kebutuhan akan pengakuan (S, Ahmad, & Ridfah, 2017). *Tiktok* menyediakan ruang bagi mereka untuk membangun citra diri melalui konten-konten yang diunggah. Keinginan untuk terus mendapatkan validasi inilah yang memicu Fear of Missing Out (FOMO) mahasiswa merasa harus selalu aktif dan up to date agar tetap relevan. Validasi ini juga memperkuat perilaku aktif karena mahasiswa akan terus kembali ke *Tiktok* untuk mencari kepuasan sosial tersebut.

Beberapa mahasiswa memproduksi konten secara konsisten bukan semata-mata karena ingin mengekspresikan diri, melainkan karena mengharapkan respons sosial seperti likes, komentar, dan jumlah views. Mereka merasa dihargai ketika kontennya mendapatkan perhatian, dan sebaliknya merasa tidak cukup baik jika tidak mendapatkan interaksi yang diharapkan. Seperti yang di sampaikan dalam wawancara bersama KF mengenai seberapa penting likes, views dan komentar di *Tiktok* "...Penting juga sih, kadang jadi tolak ukur diterima atau enggakya kita di *Tiktok*..." (Sumber wawancara KF). Hal serupa juga disampaikan oleh AR "...Jujur penting sih, walau gak sepenting itu banget, tapi kalo dapet banyak like dan komen tuh rasanya seneng, ngerasa dibargain, apalagi kalo ada yang relate sama kontennya, makin semangat bikin lagi..." (Sumber wawancara AR).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, mahasiswa terlihat aktif memantau statistik unggahan mereka. Tidak jarang mereka juga mendiskusikan

Gambar 5.

Screenshot Chat Mahasiswa Mengajak Untersaksi

Sumber Data : Hasil Temuan Tahun 2025



algoritma *Tiktok*, waktu terbaik untuk posting, serta strategi agar kontennya masuk FYP (For You Page), yang semuanya menunjukkan bahwa motivasi utama bukan lagi ekspresi diri semata, melainkan pencarian validasi dan penerimaan sosial. Hasil observasi ini di dukung oleh bukti dokumentasi screenshot mahasiswa yang mengajak interaksi:

b. *Popularitas Trend dan Tantangan di Tiktok*

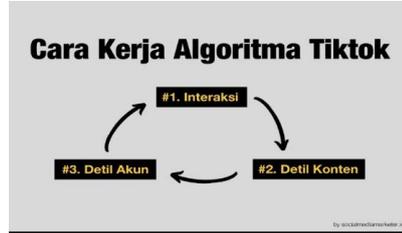
Tiktok dikenal sebagai platform yang sangat cepat menciptakan dan menyebarkan tren, baik itu dalam bentuk tantangan (challenge), gaya berpakaian, penggunaan lagu tertentu, hingga konten humor atau edukasi (Wareng, 2023). Mahasiswa merasa terdorong untuk mengikuti tren tersebut agar tidak tertinggal dari arus populer yang sedang berlangsung. Seperti yang disampaikan oleh AW mengenai mengapa dia mengikuti tren-tren terbaru di *Tiktok* "...Karena saya takut ketinggalan tren. Nanti saya bisa ketinggalan dengan teman-teman saya..." (Sumber wawancara AW). Hal tersebut juga disampaikan oleh AR "...Soalnya biar gak ketinggalan aja, terus kadang juga biar bisa nyambung ngobrol sama temen-temen..." (Sumber wawancara AR). Rasa takut ketinggalan tren inilah yang mendorong mahasiswa untuk terus mengakses *Tiktok* dalam waktu yang panjang. Ketika mereka tidak dapat ikut serta dalam tren, muncul kecemasan sosial karena merasa tidak bisa 'nyambung' saat berinteraksi dengan teman atau komunitas mereka. Hal inilah yang menjadi salah satu ciri khas Fear of Missing Out (FOMO).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, mahasiswa menghabiskan waktu yang cukup panjang hanya untuk mengkonsumsi konten *Tiktok* terbaru, bahkan dalam beberapa kasus mereka merasa tertekan jika belum bisa ikut tren tertentu misalnya belum sempat membuat video challenge terbaru, mencoba makanan viral, atau menggunakan audio yang sedang tren. Kondisi ini menunjukkan ciri khas dari FOMO, di mana mahasiswa merasa perlu terus terkoneksi agar tidak terasing dari lingkungan sosialnya (Zakiyatun dkk, 2025).

c. *Algoritma Tiktok Yang Adiktif*

Salah satu kekuatan utama *Tiktok* terletak pada algoritma canggihnya yang dirancang untuk menampilkan konten yang sangat relevan dengan minat pengguna. Dengan sistem For You Page (FYP), *Tiktok* mampu menghadirkan video yang sesuai dengan kebiasaan menonton pengguna, membuat mereka terus terdorong untuk menonton lebih banyak video tanpa terasa waktu berlalu. Algoritma ini menciptakan efek psikologis yang dikenal sebagai infinite scroll, di mana pengguna merasa penasaran dan terdorong untuk terus menggulir layar karena merasa selalu ada konten menarik berikutnya (Saputra, 2025). Bagi mahasiswa, hal ini menjadi masalah ketika mereka mengabaikan waktu belajar, tidur, atau aktivitas penting lainnya karena takut melewatkan konten yang sedang viral atau menghibur. Rasa ketergantungan terhadap sistem ini memperkuat gejala For You Page (FYP), karena mahasiswa merasa harus selalu membuka *Tiktok* agar tidak tertinggal. Berikut merupakan gambar algoritma For You Page (FYP) pada *Tiktok*:

Gambar 6.
Cara Kerja Algoritma *Tiktok*
Sumber Data : Website Social Media Marketer



Berdasarkan wawancara dan observasi di atas peneliti menyimpulkan Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) pada mahasiswa saat menggunakan *Tiktok* dipicu oleh interaksi antara karakter pribadi dan fitur platform. Tiga faktor utama yang mendorong FOMO adalah validasi sosial, popularitas trend dan tantangan di *Tiktok*, algoritma *Tiktok* yang adiktif. Ketiganya membuat mahasiswa merasa harus selalu aktif di *Tiktok* agar tidak merasa tertinggal

Penutup

Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) merupakan kondisi psikologis yang kian menonjol di kalangan mahasiswa pada era digital, terutama dipicu oleh tingginya intensitas penggunaan media sosial berbasis video singkat seperti TikTok. FOMO mencerminkan rasa cemas dan takut tertinggal dari tren sosial, informasi terkini, atau aktivitas yang dianggap penting oleh lingkungan sekitar. Mahasiswa cenderung terdorong untuk senantiasa terhubung dan mengikuti perkembangan konten viral guna mempertahankan eksistensi sosial dan identitas diri dalam komunitas digitalnya.

Platform TikTok, dengan sistem algoritma yang sangat personal dan bersifat adiktif, memainkan peran besar dalam memperkuat gejala FOMO. Mahasiswa kerap menunjukkan perilaku kompulsif seperti meniru gaya hidup para content creator, mengakses aplikasi secara berlebihan, mengikuti tren meski tidak sesuai dengan minat pribadi, dan membandingkan pencapaian diri dengan pengguna lain. Hal ini tidak hanya memicu ketergantungan, tetapi juga memunculkan dampak psikologis dan akademik yang serius seperti meningkatnya kecemasan, gangguan tidur, penundaan penyelesaian tugas, serta berkurangnya konsentrasi dalam kegiatan belajar. Faktor-faktor yang memengaruhi intensitas FOMO mencakup kebutuhan individu akan penerimaan sosial, tekanan kelompok sebaya untuk selalu up to date, serta paparan konten yang terus menerus melalui algoritma yang dirancang untuk mempertahankan perhatian pengguna. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan TikTok berkontribusi secara signifikan terhadap meningkatnya FOMO di kalangan mahasiswa, yang kemudian memengaruhi pola pikir, keseimbangan emosional, dan kualitas kehidupan sehari-hari mereka. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan edukatif dan penguatan literasi digital agar mahasiswa mampu mengelola penggunaan media sosial secara lebih bijak dan sehat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdhal, Muhammad, Prawiro, Radius, & Fenia, Selvi Zola. (2022). Sosialisasi Penggunaan Media Sosial *Tiktok* Untuk Meningkatkan Penjualan Di Kampung Akrilik Padang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dharma Andalas*, 1(1), 102–107. <https://doi.org/10.47233/jpmda.v1i1.544>
- Anggoro, M. Toha, Andriani, Durri, Puspitasari, Kristanti Ambar, Belawati, Tian, Kesuma, Ratna, & Wardani. (2013). Metode Penelitian. 324. Retrieved from [http://repository.unpas.ac.id/30173/5/BAB III METODE PENELITIAN.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30173/5/BAB%20III%20METODE%20PENELITIAN.pdf)
- Aresti, Nadia Gita, Lukmantoro, Triyono, & Ulfa, Nurist Surayya. (2023). Pengaruh Tingkat Fear of Missing Out (FOMO) dan Tingkat Pengawasan Orang Tua terhadap Tingkat Kecanduan Penggunaan *Tiktok* pada Remaja. *Jurnal Interaksi Online*, 11(3), 272–284. Retrieved from
- Darmayanti, D. P., Arifin, I., & Inayah, M. (2023). FoMO: Kecemasan Digital di Kalangan Pengguna TikTok. *Emik*, 6(2), 198-215.
- Gratia, G. P., Merah, E. L. K., Triyanti, M. D., Paringa, T., & Primasari, C. H. (2022). Fenomena Racun Tik-Tok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa di Masa Pandemi COVID-19. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksionline/article/view/39961>
- Indah, A. P., & Maulana, D. A. (2022). Model dinamika kecanduan media sosial: Studi kasus kecanduan tiktok pada mahasiswa fmipa unesa. *MATHunesa: Jurnal Ilmiah Matematika*, 10(1), 131-139.
- j. Moleong Lexy. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Maulana, M. A., & Ulinnuha, R. (2023). PERILAKU DUGEM MAHASISWA: IDENTIFIKASI PENYEBAB DAN METODE KONSELING Studi Kasus Event Senin Malam Party. *Al Irsyad: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 14(02), 1-11.
- Miftachul Taubah, & Muhammad Nur Hadi. (2020). Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Maharah Kalam. *Jurnal Mu'allim*, 2(1), 57–65. <https://doi.org/10.35891/muallim.v2i1.2201>
- Mujahidah, A. Nooriah. (2020). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makasar). *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan*, 4. Retrieved from <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/18970%0A>
- Nina Nuraeni, Adam Hermawan, & Btari Mariska Purwaamijaya. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Activities terhadap Consumer Brand Engagement : (Studi pada Akun *Tiktok* @alfamartku). *Jurnal Transformasi Bisnis Digital*, 1(5), 59–66. Retrieved from <https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUTRABIDI/article/view/318>
- Novitasari, T. N., & Setyawati, S. P. (2023). Penggunaan Aplikasi *Tiktok* Dalam Mengembangkan Rasa Percaya Diri. *Prosiding SEMDIKJAR ...*, 314–321.

- Retrieved from
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/semdikjar/article/view/3667%0Ahttps://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/semdikjar/article/download/3667/2438>
- Pertiwi, Shafirah. (2022). Konsumsi Media Sosial Tik Tok pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya. *Jurnal Empirika*, 6(2), 122–138. <https://doi.org/10.47753/je.v6i2.109>
- Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, Tryana. (2020). 濟無No Title No Title No Title. *Journal GEEJ*, 7(2).
- Pokhrel, Sakinah. 2024. Aplikasi *Tiktok* Dalam Penyampaian Pesan Edukasi Islam Pada Peserta Didik Kelas VIII SMPN 1 Mattiro Bulu Kab. Pinrang. *Αγχη* 15(1):37–48.
- Psikologi, Fakultas, Islam, Universitas, & Syarif, Negeri. (2023). Pengaruh fear of missing out, kontrol diri, narsisme, lonelines s dan jenis kelamin terhadap adiksi media sosial *Tiktok* pada remaja di jabodetabek.
- Putu Suparna, Oleh, & Purnama Sari, Indah. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial *Tiktok* (*Tiktok* Orlenalycious). Cetak) *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(2), 725–732.
- Rahmawati, L. (2024). Fenomena dan Perilaku Belanja Online Melalui Tiktok Shop pada Generasi Z Perspektif Konsumsi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(2), 1796-1806.
- S, Arham, Ahmad, Ahmad, & Ridfah, Ridfah. (2017). Penerimaan Diri Pada Mahasiswa Drop Out. *Psikoislamedia: Jurnal Psikologi*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.22373/psikoislamedia.v2i1.1819>
- Safitri, Dewi, Roosyidah, Aprilia, & Wijaya, Suhandy. (n.d.). Perilaku Fear of Missing Out (FOMO) Pada Gaya Hidup Generasi Z di Media Sosial. 1051–1061.
- Saputra, Ade Bayu. (2025). Eksistensi Bahasa di Tengah Globalisasi dan Realitas Sosial Penulis : Fariz Fatteqi Dinata Editor : Ade Bayu Saputra , M . Pd .
- Selviana, S., & Yulinar, S. (2022). Pengaruh self image dan penerimaan sosial terhadap kepercayaan diri remaja yang mengunggah foto selfie di media sosial instagram. *IKRA-ith humaniora: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 6(1), 37-45.
- SHELEMO, ASMAMAW ALEMAYEHU. (2023). No Titleبليب. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116. *Sosial, Jurnal Ilmiah Ilmu ilmu*. (2023). *E m i k*, 6, 198–215.
- Wareng, Di Kampung. (2023). Penggunaan Aplikasi *Tiktok* Membentuk Perilaku Sosial Anak Remaja Di Kampung Wareng (Studi Kualitatif Deskriptif Pada Perilaku Sosial Anak Remaja. (Doctoral Dissertation, UNIVERSITAS SANGGA BUANA YPKP).
- Zakiyatun Nisa, S., Nafisah, D., Hakim, F. A. M., & Halida, A. N. (2025). The Influence of FoMO (Fear of Missing Out) Culture on Social Adaptation of Migrant Students. *Humanitas (Jurnal Psikologi)*, 9(1), 132–142. <https://doi.org/10.28932/humanitas.v9i1.10213>