

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP
PERILAKU *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* PADA SISWA
KELAS VIII DI SMPN 16 BANDAR LAMPUNG**

Skripsi

Oleh

TIARA SHAFKA KAMILA

2053052001



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

2025

ABSTRAK

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* PADA SISWA KELAS VIII DI SMPN 16 BANDAR LAMPUNG

Oleh

TIARA SHAFKA KAMILA

Penelitian ini menemukan permasalahan yang bertujuan dengan perilaku *Fear Of Missing Out* pada siswa kelas VIII di SMPN 16 Bandar Lampung. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial tiktok terhadap perilaku *FOMO* pada siswa kelas VIII di SMPN 16 Bandar Lampung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel pada penelitian ini sebanyak 74 siswa dengan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini dianalisis menggunakan rumus regresi linier sederhana. Hasil perhitungan t_{hitung} sebesar 8,219 di atas dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu 1,666, dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Besarnya pengaruh media sosial TikTok terhadap perilaku *Fear Of Missing Out (FOMO)* yaitu sebesar 48% sedangkan sisanya 52% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Salah satu indikator yang paling menonjol dalam mendorong perilaku *Fear of Missing Out (FOMO)* pada siswa adalah indikator informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden perempuan memiliki kecenderungan pengaruh informasi yang lebih tinggi, terlihat dari persentase kategori tinggi yang lebih besar (14,71%) dibandingkan laki-laki (12,5%).

Kata kunci: Media Sosial, TikTok, *Fear of Missing Out (FOMO)*, Siswa Kelas VIII, Penelitian Kuantitatif

ABSTRACT

THE EFFECT OF TIKTOK SOCIAL MEDIA USE ON FEAR OF MISSING OUT (FOMO) BEHAVIOR IN GRADE VIII STUDENTS AT SMPN 16 BANDAR LAMPUNG

By

TIARA SHAFKA KAMILA

This study identified issues related to Fear of Missing Out (FOMO) behavior among eighth-grade students at SMPN 16 Bandar Lampung. The objective of this research was to examine the influence of TikTok social media usage on FOMO behavior in these students. The research employed a descriptive method with a quantitative approach. The sample consisted of 74 students, selected using purposive sampling. Data were analyzed using a simple linear regression formula. The calculation results showed that the t-count value was 8.219, which is higher than the t-table value of 1.666, with a significance value of $0.00 < 0.05$. Therefore, since $t\text{-count} > t\text{-table}$, the alternative hypothesis (H_a) is accepted and the null hypothesis (H_o) is rejected. The influence of TikTok social media on Fear of Missing Out (FOMO) behavior was found to be 48%, while the remaining 52% is influenced by other variables not examined in this study. One of the most prominent indicators driving FOMO behavior among students was the information indicator. The results also revealed that female respondents tended to be more influenced by information, as indicated by a higher percentage in the high category (14.71%) compared to male respondents (12.5%).

Keywords: *Social Media, TikTok, Fear of Missing Out (FOMO), Eighth Grade Students, Quantitative Research*

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP
PERILAKU *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* PADA SISWA
KELAS VIII DI SMPN 16 BANDAR LAMPUNG**

Oleh

TIARA SHAFKA KAMILA

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar

SARJANA PENDIDIKAN

Pada

Program Studi Bimbingan dan Konseling

Jurusan Ilmu Pendidikan

Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung



FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2025

Judul Skripsi : **PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
TIKTOK TERHADAP PERILAKU *FEAR OF
MISSING OUT (FOMO)* PADA SISWA KELAS
VIII DI SMPN 16 BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Tiara Shafa Kamila**

No. Pokok Mahasiswa : **2053052001**

Jurusan : **Ilmu Pendidikan**

Program Studi : **Bimbingan dan Konseling**

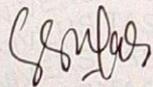
Fakultas : **Keguruan dan Ilmu Pendidikan**

MENYETUJUI

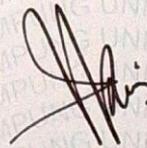
1. Komisi Pembimbing

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

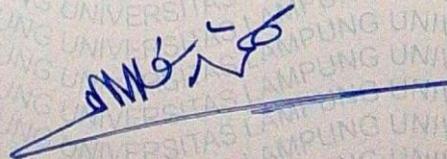


Shinta Mayasari, S.Psi., M.Psi., Psi.
NIP. 198005012008122002



Dr. Eka Kurniawati, S.H., M.Pd.I.
NIP. 231402730930201

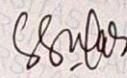
2. Ketua Jurusan Ilmu Pendidikan



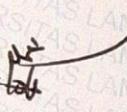
Dr. Muhammad Nurwahidin, M.Ag., M.Si.
NIP. 197412202009121002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

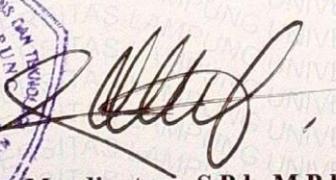
Ketua : **Shinta Mayasari, S.Psi., M.Psi., Psi.** 

Sekretaris : **Dr. Eka Kurniawati, S.H., M. Pd.I.** 

Penguji Utama : **Moch. Johan Pratama, S.Psi., M.Psi.** 

2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan



Dr. Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd. 
NIP. 198705042014041001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **28 April 2025**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tiara Shafa Kamila
NPM : 2053052001
Prodi/Jurusan : Bimbingan dan Konseling
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku *Fear Of Missing Out (Fomo)* Pada Siswa Kelas VIII di SMPN 16 Bandar Lampung”** tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebut dalam daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya. Atas perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

Bandar Lampung, 28 April 2025



Tiara Shafa Kamila
NPM 2053052001

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Tiara Shafa Kamila, lahir di bandar Lampung pada tanggal 01 September 2002. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara. Penulis merupakan anak dari pasangan Bapak Abas Nurhen dan Ibu Siti Sarah.

Pendidikan formal yang telah diselesaikan penulis sebagai berikut :

1. TK Kartika II-28 Bandar Lampung, lulus tahun 2007
2. SDN 2 PALAPA, lulus tahun 2014
3. SMP 25 Bandar Lampung, lulus tahun 2017
4. SMAN 6 Bandar Lampung tahun 2018 lalu penulis pindah sekolah ke SMAN 1 Bandar Lampung dan lulus Pada tahun 2020.

Pada tahun 2020 penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Mandiri Universitas Lampung (SIMANILA) dengan mengambil program studi Bimbingan dan Konseling Jurusan Ilmu Pendidikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung. Penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada tahun 2023 di Desa Sunsang, Kecamatan Negeri Agung, Kabupaten Way Kanan dan melaksanakan Program Lingkungan Persekolahan (PLP) di SDN 01 SUNSANG.

MOTTO

“Dialah Zat yang menciptakanmu dan menjadikan bagimu pendengaran, penglihatan, dan hati nurani. (Akan tetapi), sedikit sekali kamu bersyukur”

(surat At-Taubah 23:67)

“Segala sesuatu itu tak abadi, tak sempurna, dan tak utuh”

(Beth Kempton)

“Tak ada jalan yang selamanya menanjak. Kemarin naik, hari ini turun. Nanti naik lagi, kemudian turun lagi. Wajar saja, bukan?”

(Anonim)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah Robbil'alamin, Segala puji syukur kehadiran Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta pertolongan-Nya atas terselesaikannya penulisan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati kupersembahkan teruntuk yang paling berharga dari apa yang ada di dunia ini,

Ayahandaku Abas Nurhen dan Ibundaku Siti Sarah

Terima kasih atas cinta, kasih sayang, dukungan, dan motivasi yang tulus, terima kasih sudah sangat bekerja keras dan berjuang dari pagi hingga malam demi kesuksesan anak-anaknya, terima kasih atas doa-doa yang selalu diberikan dalam setiap langkahku dalam menggapai cita-cita yang tiada mungkin dapat kubalas dengan apapun hanya dengan sebuah karya sederhana ini dalam kata persembahan.

Kakak-kakaku Angga Rainus Julian dan Cella Oktaviany

Yang selalu memberikan semangat, bantuan, serta dukungan penuh atas cita-citaku agar dapat bermanfaat bagi orang lain dan telah bersedia adikmu repotkan selama masa kuliah. Terimakasih.

Almamaterku tercinta Universitas Lampung

SANWACANA

Puji syukur kehadiran Allah SWT. Yang telah melimpahkan segala nikmat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku *Fear Of Missing Out* (Fomo) Pada Siswa Kelas VIII di SMPN 16 Bandar Lampung”. Adapun skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.

Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan atas bantuan serta kerja sama berbagai pihak. Dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M. selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Muhammad Nurwahidin, M.Ag., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Pendidikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
4. Ibu Dr. Ranni Rahmayanthi Z, S.Pd., M.A. selaku Ketua Program Studi S1 Bimbingan dan Konseling Universitas Lampung.
5. Ibu Shinta Mayasari, S.Psi., M.Psi., Psi. selaku pembimbing utama. Terima kasih kepada ibu yang telah menyediakan waktunya dan memberikan bimbingan serta kritik dan saran dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Dr. Eka Kurniawati, S.H., M.Pd.I., selaku pembimbing kedua. Terima kasih atas kesediannya dalam memberikan bimbingan, saran, motivasi, nasihat dan kritik yang membangun dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak Moch. Johan Pratama, S.Psi., M.Psi. selaku Dosen Pembahas yang telah bersedia menjadi dosen pengganti. Terimakasih atas kesediannya dalam

memberikan bimbingan, saran, dan kritik yang membangun dalam penyelesaian skripsi ini.

8. Bapak dan Ibu Dosen Bimbingan dan Konseling FKIP Unila, terima kasih atas bimbingan dan ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
9. Kepala SMPN 16 Bandar Lampung yang bersedia memberikan izin serta Bapak dan Ibu dewan guru dan staf yang telah berkenan kesediaannya dalam membantu peneliti melakukan penelitian.
10. Siswa-siswi SMPN 16 Bandar Lampung terutama kelas VIII tahun ajaran 2025/2026 yang telah bersedia dan meluangkan waktunya untuk menjadi subjek dalam penelitian.
11. Kedua orangtuaku tersayang dan tercinta, terutama Ayah Abas Nurhen dan Mama Siti Sarah yang selalu tidak berhenti memberikan segalanya untuk penulis. Terima kasih juga selalu percaya dan sudah memberikan dukungan serta doa yang tiada henti untuk penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga mama dan ayah selalu diberikan kesehatan, keselamatan dan keberkahan Aamiin Yaa rabbal alamin.
12. Kakak Angga Rainus Julian dan Mba Cella Oktaviany serta kedua kakak iparku yang selalu ada di setiap situasi pada saat aku membutuhkan pertolongan serta bantuan dan telah menjadi teman bercerita, semoga beliau selalu diberikan kesehatan, keselamatan dan kemudahan dalam segala urusannya.
13. Ponakan tercinta Lathifa, Cikal, Fatih dan Faqih yang telah memberikan keceriaan, kebahagiaan selama masa kuliah hingga miya dapat menyelesaikan perkuliahan ini.
14. Ibu peri seperjuanganku, Jihan, Dila, Elvira, Fathiya terima kasih telah membantu proses penyusunan penelitian ini, terima kasih karena sudah bersedia bersabar mengajari dan memberikan dukungan disaat penulis berada di titik terendah dalam menyusun penelitian serta menemani dari awal perkuliahan hingga sekarang ini. Semoga kalian selalu diberikan sehat wal'afiat.
15. Teman-teman SMA. Sarah, Arla, Sinta, dan Salsa terima kasih untuk dukungan dan memberikan semangat kepada penulis. Semoga pertemanan ini selalu kompak dan ceria dimanapun kapanpun.

16. Teman-teman BK angkatan 2020 dan Terutama Wildah, Sophia, Alissa, Angel, Satria, Abid, terima kasih untuk kebersamaan selama proses perkuliahan dan semoga dilancarkan segala urusannya untuk kita semua.

17. Almamaterku tercinta.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Sehingga penulis mengharapkan pemberian kritik dan saran yang membangun agar menjadi skripsi yang lebih baik.

Bandar Lampung, 28 April 2025

Penulis



Tiara Shafa Kamila
2053052001

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.5.2 Manfaat Praktis	4
1.6 Kerangka Berpikir.....	5
1.7 Hipotesis Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO).....	6
2.1.1 Pengertian <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO)	6
2.1.2 Ciri-ciri <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO)	7
2.1.3 Dimensi <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO).....	7
2.1.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO).....	8
2.2 Media Sosial TikTok	8
2.2.1 Pengertian Media Sosial	8
2.2.2 Jenis-jenis Media Sosial.....	9
2.2.3 Karakteristik Media Sosial.....	10
2.2.4 Manfaat Media Sosial	11
2.3 Aplikasi TikTok.....	12
2.3.1 Pengertian Aplikasi TikTok.....	12
2.3.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi TikTok	13
2.3.3 Indikator Media Sosial TikTok.....	15
2.4 Keterkaitan Bimbingan dan Konseling Dalam Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku <i>Fear Of Missing Out</i> (<i>FOMO</i>)	15
2.5 Penelitian Relevan	16
III. METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	19
3.2 Metode Penelitian	19
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	19

3.3.1	Variabel Penelitian.....	19
3.3.2	Definisi Operasional	20
3.4	Populasi dan Sampel.....	21
3.4.1	Populasi Penelitian.....	21
3.4.2	Sampel Penelitian	22
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	27
3.6.1	Uji Validitas	27
3.6.2	Uji Reliabilitas	30
3.7	Teknik Analisis Data	32
3.8	Uji Prasyarat Analisis	32
3.8.1	Uji Normalitas Data	33
3.8.2	Uji Linearitas	33
3.8.3	Uji Hipotesis	34
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1	Hasil Penelitian	35
4.1.1	Deskripsi Sampel	35
4.2	Analisis Hasil Penelitian.....	40
4.2.1	Uji Regresi Berdasarkan Indikator Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku <i>Fear Of Missing Out (FOMO)</i>	40
4.2.2	Uji Normalitas.....	41
4.2.3	Uji Linearitas	42
4.2.4	Uji Hipotesis	42
4.3	Pembahasan	44
V.	SIMPULAN DAN SARAN.....	52
5.1	Kesimpulan	52
5.3	Saran	52
	DAFTAR PUSTAKA	54
	LAMPIRAN.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Rincian Jumlah Populasi	21
2. Perkiraan Sampel Populasi Normal dan Homogeny	22
3. Rincian Sebaran Sampel	24
4. Penskoran Skala Likert	25
5. Kisi-Kisi instrumen Penggunaan Media sosial TikTok	26
6. Kisi-Kisi instrumen Perilaku FOMO	26
7. Hasil Uji Validitas Instrumen Penggunaan Media Sosial TikTok.....	27
8. Hasil Uji Validitas Instrumen Perilaku <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO).....	29
9. Karakteristik Responden.....	35
10. Hasil Analisis Deskriptif Data Min, Max, Mean dan Standar Deviasi Pengaruh Media Sosial Tiktok	36
11. Rumus Kategori Variabel.....	36
12. Distribusi Kategori Frekuensi Pengaruh Media Sosial Tiktok	36
13. Hasil Analisis Deskriptif Data Min, Max, Mean dan Standar Deviasi Perilaku FOMO.....	37
14. Rumus Kategori Variabel.....	37
15. Distribusi Kategori Frekuensi Perilaku FOMO	38
16. Kategorisasi Pengaruh Media Sosial Tiktok Berdasarkan Jenis Kelamin	38
17. Kategorisasi Pengaruh Perilaku FOMO Berdasarkan Jenis Kelamin	39
18. Hasil Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku <i>Fear Of Missing Out</i> Berdasarkan Indikator Media Sosial TikTok	40
19. Interpretasi Hasil Uji Normalitas	41
20. Hasil Uji Linearitas	42
21. Hasil Koefisien Regresi.....	42
22. Hasil Uji Koefisien Determinasi	43
23. Hasil Uji t	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Alur Kerangka Berpikir.....	5
2. Diagram Batang Pengaruh Media Sosial Tiktok.....	39
3. Diagram Batang Perilaku FOMO.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Instrumen Penelitian Variabel Penggunaan Media Sosial Tiktok dan Perilaku <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO)	58
2. Data Penggunaan Media Sosial TikTok.....	64
3. Data Perilaku <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO)	68
4. Hasil Uji Validitas.....	72
5. Uji reliabilitas Penggunaan Media Sosial TikTok dan Perilaku <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO)	74
6. Uji Regresi Berdasarkan Indikator Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO)	75
7. Uji Normalitas.....	76
8. Uji Linearitas.....	77
9. Uji Regresi Sederhana.....	78
10. Koefisien Determinasi.....	79
11. Uji t	80
12. Surat Izin Adopsi Instrumen	81
13. Surat Izin Penelitian	83
14. Surat Balasan Izin Penelitian	84
15. Dokumentasi Kegiatan Penelitian	85

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Globalisasi adalah proses integrasi internasional yang terjadi karena perubahan pandangan dunia, produk, pemikiran, dan aspek-aspek kebudayaan. Globalisasi memiliki pengaruh yang besar terhadap teknologi, karena salah satu dampak dari terjadinya globalisasi adalah majunya teknologi dan terus berkembang menjadi canggih. Era globalisasi perkembangannya menyebabkan teknologi menjadi berkembang secara pesat, sehingga mengakibatkan munculnya berbagai media sosial yang beraneka ragam yang memiliki fitur yang berbeda-beda. Selain alat komunikasi, teknologi juga menghasilkan mesin-mesin yang canggih untuk memudahkan manusia mengerjakan pekerjaannya.

Salah satunya merupakan media sosial yang digunakan sebagai sarana atau tempat berinteraksi manusia, yang saling bertukar pikiran dari jarak yang jauh selain itu sebagai tempat untuk mengakses informasi dari berbagai belahan dunia. Pandangan lain menurut (Nasrullah, 2018) media sosial adalah suatu media internet yang memungkinkan untuk pengguna mempresentasikan atau berinteraksi, berbagi, bekerja sama, dan berkomunikasi dengan pengguna media lain dan bentuk sebuah ikatan sosial secara virtual. Salah satu media sosial yang banyak digunakan siswa saat ini adalah media sosial tik tok. Media sosial tik tok adalah media yang berupa audio visual, media ini sebuah media sosial yang dapat dilihat juga dapat didengar.

Aplikasi tik tok menurut pendapat (Aji, 2020) merupakan sebuah jejaring sosial dan platform video musik asal negeri Tiongkok. Tiktok merupakan platform media sosial yang relatif baru dan populer karena baru diluncurkan pada tahun 2016 di Tiongkok China. Tiktok sudah hadir di 141 negara dari total 155 negara yang mungkin ada.

Aplikasi ini telah diluncurkan di 91% dari semua negara yang mungkin mereka kunjungi. Pada Januari 2024, Amerika Serikat merupakan negara dengan pengguna

TikTok terbesar dengan hampir 150 juta pengguna yang menggunakan platform video sosial populer tersebut. Indonesia menyusul dengan sekitar 126 juta pengguna TikTok. Berhasil berada di posisi ketiga dengan hampir 99 juta pengguna TikTok yang menonton video pendek. Tentunya TikTok memiliki beberapa fungsi, sependapat dengan (Hidayah dan Nastiti, 2023) fungsi utama tiktok adalah sebagai media hiburan dan sumber informasi, memungkinkan pengguna untuk berbagi video singkat dengan beragam filter dan fitur pengeditan. Selain itu, tiktok menyajikan konten video terbaru, yang sedang viral, dan sesuai dengan minat pengguna melalui halaman *for your page* atau FYP.

Penggunaan media sosial tiktok juga memiliki dampak yang signifikan yang menyebabkan ketergantungan dalam mengakses hiburan menjadi aspek yang mencerminkan dampak penggunaan media sosial tiktok terhadap perilaku *fear of missing out* (Purwanto, 2024). Perilaku *FOMO* telah menjadi semakin umum di kalangan remaja saat ini. Mereka sering merasa perlu untuk terus mengikuti perkembangan terbaru di media sosial dan secara rutin memperbarui serta memeriksa akun sosial mereka untuk tidak tertinggal informasi. Adapun dampak dari perilaku *FOMO*, dengan penjelasan menurut pendapat (Fronika, 2019) dampak dari perilaku *FOMO* bisa mengalami perasaan cemas, kekhawatiran, dan menjadi hiperaktif dalam memantau aktivitas media sosial mereka.

Hal lainnya, minat mereka terhadap aktivitas dunia nyata dan interaksi sosial dengan teman-teman juga dapat mengalami penurunan. Tiga faktor yang menyebabkan individu mengalami *FOMO* antara lain: (1) tidak terpenuhinya kebutuhan akan kompetensi, (2) tidak terpenuhinya kebutuhan akan otonomi, (3) tidak terpenuhi kebutuhan akan keterhubungan (Riska Christina dkk, 2019). Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti menduga bahwa media sosial dapat mempengaruhi perilaku "*Fear of missing out*" (*FOMO*) di kalangan masyarakat terutama pada remaja yang duduk di bangku SMP. Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan pada hasil observasi yang menunjukkan bahwa siswa SMPN 16 Bandar Lampung secara umum memiliki tingkat aktivitas yang tinggi dalam menggunakan media sosial terutama Tiktok.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan di SMPN 16 Bandar Lampung pada hari 3 Oktober 2024 bersama siswa kelas VIII di SMPN 16 Bandar Lampung. Wawancara tersebut dilaksanakan secara langsung pada 5 siswa kelas VIII. Dari hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa perilaku *FOMO* sudah menjadi hal umum dikalangan siswa dan hal itu termasuk ke dalam hal negatif. (D) Menyebutkan bahwa ia selalu ingin mengikuti trend yang ada di Tiktok apabila tidak mengikuti trend tersebut merasa cemas, (I) mengatakan bahwa bermain Tiktok lebih menyenangkan daripada mengobrol dengan teman sebayanya, (R) mengatakan ia meniru trend Tiktok dan senang bermain game online memunculkan rasa tidak puas, (DL) menyebutkan bahwa ia pernah melakukan sindiran lewat postingan ulang Tiktok yang menyebabkan takut untuk bertemu dengan teman yg sedang berselesih dengannya, dan (DA) mengatakan bahwa bermain Tiktok menjadi individu yang tidak peduli terhadap lingkungan pertemanan.

Fenomena dilapangan terlihat bahwa perilaku *FOMO* dikalangan siswa SMPN 16 Bandar Lampung cukup tinggi. Peneliti juga mewawancara guru Bimbingan Konseling dengan inisial (H) dan (M) keduanya mengatakan bahwa siswa saat ini sudah ketergantungan pada sosial media karena siswa dapat meniru konten sosial media terutama Tiktok tanpa memikirkan dampak baik dan buruknya dalam trend tersebut, selain itu sikap siswa semakin tidak terkendali baik pada teman maupun pada guru.

Berdasarkan latar belakang yang terjadi di SMPN 16 Bandar Lampung maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku *Fear Of Missing Out (FOMO)* Pada Siswa Kelas VIII di SMPN 16 Bandar Lampung”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas yang telah dijabarkan, maka masalah masalah yang peneliti ajukan dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut:

- a. Perilaku siswa yang merasa takut ketinggalan *trend* sehingga mengikuti *lifestyle* yang sedang populer di TikTok.
- b. Berkurang interaksi secara langsung karena, lebih banyak berinteraksi di media sosial.

1.3 Rumusan Masalah

Permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagaimana diuraikan, maka peneliti merumuskan permasalahan dalam penelitian ini. Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial tiktok terhadap perilaku *FOMO* pada siswa kelas VIII di SMPN 16 Bandar Lampung?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh penggunaan media sosial tiktok terhadap perilaku *FOMO* pada siswa kelas VIII di SMPN 16 Bandar Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Peneliti berharap agar hasil dari penelitian ini dapat menjadi ilmu yang bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya. Hasil dari seluruh penelitian yang telah dilakukan diharapkan dapat menjadi sumber rujukan atau referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya untuk Program Studi Bimbingan dan Konseling.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat Praktis adalah manfaat yang berguna untuk memecahkan masalah praktis. Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

a. Bagi Siswa

Melalui penelitian ini peneliti berharap siswa semakin mengetahui tentang ilmu pengetahuan perilaku *FOMO* dalam menggunakan sosial media tiktok.

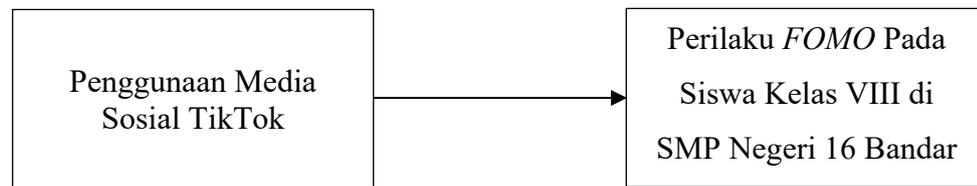
b. Bagi Guru Bimbingan dan Konseling

Penelitian ini dibuat agar guru bimbingan dan konseling semakin berperan aktif dalam mengawasi dan memberikan layanan untuk siswa di sekolah.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi contoh yang bermanfaat dan menjadi wawasan bagi peneliti selanjutnya.

1.6 Kerangka Berpikir



Gambar 1. 1 Alur Kerangka Berpikir

Berdasarkan gambar kerangka berpikir tersebut, media sosial tiktok yang bisa menjadi sarana informasi, komunikasi dan hiburan berpengaruh terhadap perilaku *FOMO* sehingga menghasilkan perasaan *relatedness* (perasaan nyaman) yang jika tidak terpenuhi maka akan merasakan cemas juga *self* (individu yang menginginkan komunikasi dengan lingkungannya secara efektif dan efisien) yang jika tidak terpenuhi dalam lingkungan sekitarnya maka akan menciptakan sendiri lingkungan yang di inginkan mau melalui media sosial.

1.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan bagian penting yang berisi sebuah pernyataan atau dugaan yang sifatnya sementara. Dari pernyataan dan dugaan tersebut akan diuji secara statistik. Terdapat hipotesis dalam penelitian ini adalah “Terdapat pengaruh penggunaan media sosial tiktok terhadap perilaku *FOMO* pada siswa VIII di SMPN 16 Bandar Lampung” yang selanjutnya akan diajukan ke dalam hipotesis statistik yaitu sebagai berikut:

Ho: Tidak Ada Pengaruh Antara media sosial TikTok Terhadap perilaku FOMO pada siswa kelas VIII SMPN 16 Bandar Lampung.

Ha: Ada Pengaruh Antara media sosial TikTok Terhadap perilaku FOMO pada siswa kelas VIII SMPN 16 Bandar Lampung.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Fear Of Missing Out* (FOMO)

2.1.1 Pengertian *Fear Of Missing Out* (FOMO)

Fear of Missing Out (FOMO) dianggap sebagai suatu kecemasan sosial (*social anxiety*) yang berawal dari kemajuan teknologi, dan aplikasi berbasis *website* serta sosial media yang semakin canggih menyajikan konten-konten. Rasa cemas yang dialami akan berakibat kepada fisik terutama psikologis. Pengaruh media sosial yang turut menjadi perhatian adalah penerapan yang menjadi pembentuk karakter seseorang serta menjadi konsepsi dalam berinteraksi dengan orang lain. Sesuatu yang dipertontonkan di media sosial kemudian diterapkan dan menjadi aktivitas di kehidupan nyata.

Konsepsi yang dirasakan oleh orang yang terkena fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dapat menjadi tolak ukur keadaan dirinya, kemampuan yang dimiliki dan masa depan yang akan dijalani. *Fear of Missing Out* (FOMO) juga dapat berpengaruh pada kebahagiaan dan tingkat kepuasan hidup akibat perilaku irrasional dalam menggunakan media sosial. FOMO (*Fear of Missing Out*) adalah ketika seseorang mengalami rasa takut jika tertinggal informasi yang sedang terjadi terutama yang berkaitan dengan apa orang atau kelompok lain sedang lakukan (Marlina, 2017).

Disisi lain *Fear Of Missing Out* yang didefinisikan (Przyblylski dkk, 2013) adalah rasa takut kehilangan momen berharga bagi orang ataupun kelompok lain yang menjadi miliknya, dibentuk oleh keinginan untuk tinggal tanpa mampu untuk tinggal di dalam. *Fear Of Missing Out* (FOMO) termasuk ke dalam bahasan ilmu sosial, yaitu psikologi sosial yang mengkaji mengenai tingkah laku seseorang dalam suatu situasi sosial.

Penjelasan menurut pendapat ahli bahwa *Fear of Missing Out (FOMO)* menurut (JWT Intelligence, 2012) merupakan ketakutan karena orang tersebut tidak ikut berpartisipasi melewatkan kejadian menyenangkan. Dapat disimpulkan dari beberapa pendapat ahli mengenai *Fear of Missing Out (FOMO)* adalah kecemasan sosial terpengaruh dari kemajuan teknologi berupa media sosial dan media internet. Selain itu, istilah *FOMO* adalah ketakutan seseorang akan tertinggalnya dan melewatkan kejadian yang sedang terjadi.

2.1.2 Ciri-ciri *Fear Of Missing Out (FOMO)*

Pada dasarnya Sebelum seseorang dikatakan terkena *FOMO*, tentunya terdapat ciri-ciri gejala yang didapatkan oleh seseorang tersebut. Menurut kutipan dari (Susanti dkk, 2023) ciri-ciri *Fear Of Missing Out (FOMO)* antara lain sebagai berikut:

- a. Individu akan terus mengecek media sosial orang lain yang akan terus melihat hal-hal yang telah dilakukan oleh orang lain agar *up to date*.
- b. Individu akan terus berpartisipasi dalam mengikuti kegiatan. Dalam hal ini individu yang mengalami *FOMO* agar dapat memposting apa saja kegiatan yang telah dilakukan dalam media sosial.
- c. Individu memiliki panggung tersendiri baik secara *online* maupun *offline*. Dalam hal ini individu yang mengalami *FOMO* akan beranggapan bahwa media sosial menjadi panggung pertunjukan untuk merasa lebih baik.
- d. Individu terus-menerus merasa akan kekurangan.

2.1.3 Dimensi *Fear Of Missing Out (FOMO)*

Dimensi merupakan indikator dari *Fear Of Missing Out (FOMO)*. Dimensi-dimensi yang terdapat dari *FOMO (Fear Of Missing Out)* menurut (Prybylski dkk, 2013) terbagi menjadi dua, antara lain:

- a) *Relatedness* diartikan sebagai suatu kedekatan kepada orang lain untuk merasakan kenyamanan dalam kebersamaan. Apabila kondisi *relatedness* tidak terpenuhi maka akan timbul rasa cemas dan mencari tau informasi dari individu yang melebihi dirinya akan suatu hal, sehingga membuat individu tersebut harus terhubung dengan dunia maya.

b) *Self*

Self (Diri sendiri) merupakan kebutuhan psikologis yang berkaitan dengan dua hal, yakni *competence* dan *autonomy*. *Competence* pada dasarnya berkaitan dengan keyakinan pada individu untuk merasa efektif dalam berinteraksi dengan lingkungannya secara efisien dan efektif. Sedangkan *autonomy* merupakan kebebasan dan kemandirian individu sebagai inisiator dan sumber dari perilakunya.

2.1.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi *Fear Of Missing Out* (FOMO)

Individu dapat dikatakan mengalami *Fear of Missing Out* (FOMO) apabila terdapat beberapa indikasi yang tampak pada dirinya. Menurut (Przybylski, 2013) adalah sebagai berikut:

- a. Kompetensi (*Competence*) merupakan kapasitas dari individu untuk melaksanakan kegiatan secara efektif dan efisien dalam kehidupannya sehari-harinya.
- b. Otonomi (*Autonomy*) merupakan kemampuan seseorang dalam menemukan inisiatif dari dalam dirinya. Hal ini merujuk pada kebutuhan seseorang dalam mengambil suatu keputusan tanpa pengaruh dari orang lain disekitarnya.
- c. Kebutuhan psikologis *relatedness* yang tidak terpenuhi. Timbul perasaan cemas apabila kebutuhan akan terhubung dengan orang lain tidak dapat terpenuhi.

2.2 Media Sosial TikTok

2.2.1 Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Media sosial menurut (Nasrullah, 2015) diartikan sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi *feedback* secara terbuka, memberikan komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat juga tak terbatas. Seperti penjelasan menurut (Debby, 2016) menuliskan bahwa media itu merupakan suatu jiplakan dari dalam diri seseorang dimana media tersebut dapat memberikan informasi tentang sifat-sifat dan pendapat yang diutarakan seseorang.

Media yang sering kali digunakan pada masa ini contohnya adalah televisi, radio, handphone, computer, gadget dan lainnya. Sependapat menurut (Fajar & Machmud, 2020) dengan media sosial ialah salah satu perangkat lunak dipergunakan untuk berinteraksi dan berkomunikasi antar sesama individu melalui dunia maya, pada penggunaan *platform* ini untuk membagikan cerita, kebahagiaan, berita, baik itu melalui tulisan, foto ataupun video.

Dari beberapa pendapat di atas dapat dirangkum bahwa media sosial adalah media yang menggunakan teknologi berbasis web ini dapat mendukung interaksi sosial yang paling umum digunakan masyarakat di seluruh dunia. Dalam *platform* ini, semua orang dapat ikut serta dengan memberi umpan balik, memberikan komentar secara terbuka pada saat membagi informasi melalui dunia maya.

2.2.2 Jenis-jenis Media Sosial

Media Sosial tentunya mempunyai berbagai jenisnya seperti halnya menurut (Setiadi, 2016), terdapat enam yang dapat dikategorikan untuk melihat pembagian media sosial, yaitu sebagai berikut:

1) Media Jejaring Sosial

Media ini adalah media yang sangat sering digunakan dalam kegiatan sehari-hari. Dimana pengguna untuk melakukan hubungan sosial secara virtual. Karakter dari situs jejaring sosial adalah dimana pengguna saling membentuk pertemanan, baik terhadap pengguna yang sudah dikenalnya secara nyata maupun pengguna yang baru dikenal lewat maya. Contoh dari jejaring sosial ini adalah instagram, facebook, whatsapp dan masih banyak lagi.

2) Jurnal Online (blog)

Di dalam blog memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktivitas kesehariannya, saling berkomentar satu sama lain, saling berbagi tautan maupun web, dan saling bertukar informasi. Pada mulanya blog merupakan suatu bentuk situs pribadi yang berisikan tentang beberapa kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan selalu ada pembaruan setiap harinya.

3) Jurnal *Online*

Sederhana (*micro-blogging*) Tidak jauh berbeda dengan blog, media sosial ini juga memfasilitasi penggunanya untuk menulis, mempublikasikan aktifitas, perasaan serta pendapatnya. Contohnya yang sering kali atau masih banyak digunakan sampai saat ini adalah twitter.

4) Media Berbagi (*sharing*)

Jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk berbagi media, seperti gambar, dokumen, video, audio, dan sebagainya. Contoh dari media ini adalah Youtube, Flickr, Photo-bucket, atau snapfish.

5) Penanda Sosial (*social bookmarking*)

Merupakan media sosial yang berfungsi untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi berita tertentu secara *online*. Contohnya adalah delicious.com, stumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com, dan Lintasme.

6) Media Konten bersama atau Wiki

Merupakan situs yang menampilkan dari berbagai kolaborasi para penggunanya. Wiki menampilkan pengguna tentang pengertian, sejarah hingga referensi buku atau tautan suatu kata.

2.2.3 Karakteristik Media Sosial

Karakteristik Media Sosial Dikutip oleh (Setiadi, 2016) bahwa Nasrulloh menyatakan media sosial memiliki karakter khusus yaitu sebagai berikut:

- 1) Jaringan (*Network*) merupakan suatu infrastruktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya. Diperlukan koneksi karena komunikasi bisa terjadi jika setiap computer terhubung dan juga termasuk di dalamnya ada perpindahan data.

- 2) Informasi (*information*), merupakan identitas yang sangat penting dalam sosial media karena penggunaannya memperkenalkan identitasnya, membuat suatu konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi yang ada.
- 3) Arsip (*archive*), dimana arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi sebelumnya telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun.
- 4) Interaksi (*interactivity*), pengguna satu dengan pengguna lainnya saling terhubung dan membentuk pertemanan atau hanya sekedar *followers* saja, namun adanya interaksi antara pengguna tersebut.
- 5) Simulasi Sosial (*simulation of society*), dimana media sosial merupakan keberlangsungan masyarakat secara virtual atau tidak nyata.
- 6) Konten oleh pengguna, konten sepenuhnya merupakan milik seorang pengguna atau pemilik akun.

2.2.4 Manfaat Media Sosial

Beragamnya manfaat dalam menggunakan media sosial, dimana media sosial adalah alat yang terdapat di internet dengan memungkinkan semua pengguna dapat mengakses, berinteraksi secara virtual, berkolaborasi, membentuk interaksi sosial dan sebagainya. Adapun manfaat dari media sosial menurut (Widada, 2018) yaitu:

- 1) Memperoleh inspirasi dengan mudah dan serta meningkatkan diri memiliki kreativitas.
- 2) Dapat berteman dan berjejaring dengan semua orang, tidak ada lagi hambatan komunikasi.
- 3) Mengeksplorasi berbagai kesempatan untuk menjalin sebuah bisnis.
- 4) Lebih mudah untuk mengikuti perkembangan yang terjadi di seluruh dunia.

Terdapat beberapa fungsi utama dari media untuk masyarakat diantaranya menurut McQuail sebagai berikut:

- 1) Informasi merujuk pada pengetahuan baru, proses adaptasi, dan perkembangan yang terjadi seiring dengan perubahan zaman.
- 2) Korelasi menjelaskan, menginterpretasikan, dan memberi komentar terhadap makna peristiwa serta informasi yang ada, mendukung otoritas dan norma yang sudah ada, mengkoordinasikan berbagai kegiatan, serta membentuk kesepakatan bersama.

- 3) Kesenambungan mengungkapkan budaya yang dominan dan mengakui eksistensi budaya lain, serta berperan dalam meningkatkan dan mempertahankan nilai-nilai yang telah diterapkan sebelumnya.
- 4) Hiburan berfungsi untuk menyediakan tontonan yang menyenangkan, mengalihkan perhatian, serta menjadi sarana relaksasi setelah aktivitas. Selain itu, hiburan juga berperan dalam meredakan ketegangan sosial.
- 5) Mobilisasi bertujuan untuk mengkampanyekan tujuan bersama dalam berbagai bidang, seperti politik, peperangan, pembangunan ekonomi, pekerjaan, dan terkadang juga dalam ranah agama.

Berdasarkan pada penjelasan para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa, media sosial mempunyai banyaknya manfaat dan memiliki fungsinya untuk para pengguna. Yang dimana berisi banyaknya informasi, menjadi inspirasi, sebagai media interaksi sosial, dapat dijadikan hiburan dan masih banyak hal lainnya.

2.3 Aplikasi TikTok

2.3.1 Pengertian Aplikasi TikTok

Tik Tok adalah sebuah jejaring sosial dan *platform* video dan musik yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi ini dikembangkan oleh *developer* asal Tiongkok. Aplikasi ini adalah aplikasi yang didukung dengan musik yang begitu menarik yang dimana sangat digemari oleh kalangan remaja maupun anak anak. Pada umumnya, di zaman sekarang yang dimana teknologi sudah semakin canggih, salah satunya yaitu media sosial yang merupakan sarana atau prasarana berbasis online yang dapat diakses dimanapun. Penggunaan aplikasi yang kurang pengawasan orang tua, bisa menyebabkan anak-anak tersebut dapat mencontoh perbuatan-perbuatan yang mungkin belum tepat dilakukan untuk seusia mereka.

Aplikasi Tik tok merupakan aplikasi yang memperbolehkan para pemakainya untuk membuat video musik pendek mereka sendiri. Selain itu, TikTok juga dapat membantu pengguna mendapatkan pengakuan atau popularitas. Dalam aplikasi Tik Tok mereka tidak hanya dapat menirukan dan melihat apa yang sedang tren. Tidak hanya melihat dan menirukan, mereka juga dapat menuangkan berbagai video-video yang kreatif sesuai dengan ide-ide mereka (Affandi dan Wijayani, 2022).

Mereka dapat membuat video tantangan terhadap dirinya. Beberapa video dapat menjadi terkenal karena kreativitasnya, lucunya, atau keunikan video tersebut. Semua ini tergantung pada sudut pandang setiap penonton atau pengguna lain di *platform* tersebut. Dapat ditarik kesimpulan dari penjelasan di atas, bahwa aplikasi tiktok ini sarana dan prasarana media sosial berbasis *online* yang sedang disukai oleh semua orang baik dari usia anak-anak hingga dewasa. Aplikasi ini juga memperbolehkan penggunaannya untuk membuat video-video baik musik maupun menirukan gaya yang sedang *trend*. Untuk itu, para pengguna aplikasi ini menuangkan kreativitas agar mendapat sebuah popularitas atau hiburan dari aplikasi Tiktok.

2.3.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi TikTok

Dalam penggunaan aplikasi tiktok terdapat pengaruh yang didasari oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Dijelaskan menurut (Demmy dan Fathul, 2018) bahwa Faktor internal seperti perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (*focus*), proses belajar, keadaan fisik, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi. Faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, hal-hal baru dan familiar atau tidak asingnya suatu objek. Untuk itu, dijelaskan sebagai berikut:

- a) Faktor internal dapat dikatakan sebagai faktor yang berasal dari dalam diri seseorang. Dimulai dari perasaan yang merupakan sentuhan melalui pengalaman. Seperti contoh media sosial Tiktok yang dapat mempengaruhi perasaan para pengguna dengan video, sehingga tiap pengguna dapat mengekspresikan dirinya dibandingkan hanya menulis di status.

Sependapat dengan Ahmadi, ia menjelaskan bahwa perasaan adalah faktor internal yang mempengaruhi penggunaan aplikasi TikTok. Karena, jika perasaan atau jiwa seseorang tidak menyukai atau tidak senang dengan penggunaan aplikasi tik tok ini maka seseorang tersebut tidak akan menggunakannya (Wisnu, 2020). Prasangka menurut (Gerungan, 2010) menjelaskan merupakan sikap perasaan orang-orang terhadap golongan manusia tertentu, golongan ras atau kebudayaan yang berbeda dengan

golongan orang yang berprasangka itu. Hal tersebut diartikan seseorang memiliki penilaian tersendiri dari penggunaan aplikasi TikTok. Seperti halnya, jika TikTok sebagai media hiburan hanya mengikuti Trend yang kemudian menjadi suka serta candu dan kemudian merubah pikiran negatif individu penggunaannya menjadi positif karena pada dasarnya sesuatu yang memberikan manfaat bagi diri individu akan membuat penilaian positif terhadap individu tersebut, walaupun sebenarnya Tik Tok juga terdapat hal yang negatif.

Keinginan merupakan segala kebutuhan terhadap barang ataupun jasa yang ingin dipenuhi setiap manusia pada sesuatu hal yang dianggap kurang. Faktor internal merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi TikTok. Faktor internal juga dikatakan sebuah proses belajar dalam penggunaan media sosial termasuk penggunaan aplikasi TikTok. Dalam penggunaan media sosial (Edy dan Fadly, 2021) menjelaskan seperti aplikasi TikTok tidak hanya untuk hiburan semata, melainkan bisa juga untuk belajar berinteraksi terhadap orang-orang baru, kemudian juga penggunaan aplikasi TikTok dapat meningkatkan kreatifitas setiap orang.

- b) Faktor Eksternal, dalam aplikasi Tik tok orang-orang dapat memperoleh informasi dari berbagai video contohnya kejadian yang bersifat video seperti kapal tenggelam atau dalam bentuk rekaman lainnya dengan begitu cepat informasi kejadian tersampaikan kepada pengguna lainnya. Dikaitkan dengan pendapat (Nasrullah, 2017) mengatakan mengatakan informasi menjadi identitas media sosial karena media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

Informasi adalah sesuatu yang sangat juga berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi Tik Tok. Jika seseorang tidak mendapatkan informasi tentang TikTok mungkin saja mereka tidak mengenal aplikasi TikTok, bahkan sampai menjadi penggunaannya. Maka dari itu informasi dikatakan penting sekali dalam penggunaan aplikasi TikTok. Pengaruh dari media sosial yang merupakan bagian dari media informasi salah satunya adalah dapat mempengaruhi

pengetahuan seseorang. Jadi dengan informasi juga seseorang bisa terpengaruh pengetahuannya mengenai media sosial seperti TikTok.

2.3.3 Indikator Media Sosial TikTok

Adapun indikator dari media sosial TikTok antara lain sebagai berikut:

- Informasi
- Komunikasi
- Hiburan

2.4 Keterkaitan Bimbingan dan Konseling Dalam Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku *Fear Of Missing Out (FOMO)*

Perkembangan teknologi mengakibatkannya kecanduan dan keinginan seseorang untuk mengakses sesuatu seperti di media sosial. Media sosial merupakan hal yang penting tidak hanya sebagai tempat memperoleh informasi yang menarik tetapi juga sudah menjadi *lifestyle* atau gaya hidup. Aplikasi TikTok menjadi salah satu aplikasi terpopuler di seluruh usia. Khususnya jenis media sosial TikTok yang saat ini berkembang pesat. Adanya media sosial TikTok yang banyak menyajikan fitur-fitur menarik dari mulai video berdurasi pendek, kisah hidup seseorang, berita-berita terkini, filter yang bagus untuk upload video, menyebabkan seseorang terdorong untuk terus mengakses media sosial TikTok.

Selain banyak hal-hal baik di dalamnya, tik tok juga menyajikan cukup banyak konten yang sebaiknya tidak dilihat oleh anak-anak dibawah umur. Penggunaan aplikasi yang minim pengawasan orang tua, bisa menyebabkan anak-anak tersebut dapat mencontoh perbuatan-perbuatan yang mungkin belum tepat dilakukan untuk seumurannya mereka. Gangguan penggunaan internet yang sering diartikan dengan sebuah gejala baru yang dinamakan *FOMO*. Sebuah akronim dari *Fear Of Missing Out*. Mengingat segala perilaku individu tidak akan terlepas dari kepribadian, oleh karena itu penelitian ini ingin mempelajari apakah ada hubungan antara salah satu kepribadian yakni *FOMO* yang dialami remaja pengguna aktif media sosial. Bila Bimbingan dan konseling dikaitkan dengan pengaruh penggunaan media sosial Tiktok terhadap perilaku *Fear Of Missing Out* pada siswa.

Peran/upaya yang dilakukan guru bimbingan dan konseling adalah dengan melakukan konseling individu kepada siswa yang mengalami kecanduan internet dan *FOMO* agar siswa tersebut dapat merubah perilakunya menjadi lebih baik. Pada dasarnya Guru Bimbingan dan Konseling sangat dibutuhkan, dalam artiannya bahwa guru bimbingan konseling merupakan seorang pendidik yang ditugaskan untuk memandirikan siswa, mengembangkan potensi siswa dan membantu siswa dalam menyelesaikan masalah-masalah yang dialaminya baik di lingkungan sekolah maupun di luar sekolah. Selain itu, guru bimbingan dan konseling juga bekerjasama dengan wali kelas dan orangtua siswa untuk memantau serta mengawasi kegiatan siswa agar masalah kecanduan internet ini tidak terulang kembali pada siswa.

2.5 Penelitian Relevan

Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilaksanakan sebagai berikut:

1. Penelitian Pertama oleh Rizky Fitriannisa Ayuningtyas dkk pada tahun 2020 dengan judul penelitian “STUDI MENGENAI KECANDUAN INTERNET DAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO) PADA SISWA DI SMK NEGERI 1 DRIYOREJO”. Metode yang digunakan pada penelitian di atas, menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk-bentuk kecanduan internet dan FOMO yang dialami oleh siswa, bagaimana dampak yang ditimbulkan serta peranan guru bimbingan dan konseling. Berdasarkan wawancara, observasi dan dokumentasi di SMK Negeri 1 Driyorejo, didapati 5 siswa yang mengalami kecanduan internet hingga menyebabkan Fear Of Missing Out. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa masing-masing siswa menampakkan bentuk-bentuk kecanduan dan perilaku FOMO yang cenderung beragam seperti melupakan kewajiban-kewajibannya sebagai pelajar, sering menanti waktu untuk mengakses internet ketika sedang tidak melakukannya serta durasi bermain internet semakin hari semakin bertambah. Persamaan pada penelitian yang dilakukan oleh Rizky Fitriannisa Ayuningtyas dkk, 2020 yaitu sama-sama meneliti mengenai FOMO pada siswa. Sedangkan perbedaannya

terletak pada metode yang digunakan, jenis penelitian, teknik yang dipakai, serta subjek yang diteliti.

2. Penelitian kedua dilakukan oleh Nur Ilahin pada tahun 2022 dengan judul penelitian “PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIK-TOK TERHADAP KARAKTER SISWA KELAS V MADRASAH IBTIDAIYAH”. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Peneliti tersebut menggunakan 3 cara yaitu wawancara dengan 2 orang guru dan 4 orang siswa, kemudian observasi ini dilakukan di MI Banin Banat Siman Lamongan, yang menjadi observernya adalah siswa kelas V MI Banin Banat Siman Lamongan. Dengan demikian penelitian ini pun menjadi bukti bahwa peserta didik banyak menghabiskan waktunya dirumah bermain handphone dengan membuat video-video media social tik tok yang menyebabkan perkembangan karakter mereka berubah. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Nur Ilahin yaitu sama-sama meneliti pengaruh penggunaan media sosial tiktok, perubahan perilaku pada siswa. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada metode dan jenis penelitian.
3. Penelitian ketiga oleh Abdul Mutib pada tahun 2023 dengan judul Skripsi “HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DENGAN FENOMENA FEAR OF MISSING OUT (*FOMO*) PADA REMAJA AWAL”. Metode pengambilan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan cara menyebarkan kuesioner yang telah disusun kepada siswa-siswi SMP Wahid Hasyim sebanyak 120 orang, terdiri dari 63 siswi dan 57 siswa. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian yang menguji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa siswa dan siswi SMP Wahid Hasyim memiliki tingkat fenomena Fear of Missing Out (*FOMO*) dalam kategori sedang karena nilai persentasenya yang tinggi yaitu 96,7% dari keseluruhan sampel. Dengan hasil persentase yang tinggi ini artinya bahwa remaja di SMP Wahid Hasyim memiliki kecenderungan tingkat fenomena Fear of Missing Out (*FOMO*) yang tinggi walaupun berada dalam kategori sedang. Adapun tingkat intensitas penggunaan media sosial TikTok yang sedang karena hasil persentasenya tertinggi yaitu sebanyak 85%. Kategori sedang

artinya remaja cukup intens dalam durasi, frekuensi, perhatian, dan penghayatan dalam menonton TikTok. Persamaan penelitian ini dengan peneliti yaitu sama-sama mengambil subjek siswa SMP. Adapun perbedaannya yaitu dalam penelitian hubungan informasi yang diperoleh hanya sebatas terdapat keterkaitan antara intensitas penggunaan media sosial tiktok dengan fenomena fomo, sedangkan penelitian pengaruh lebih terukur adakah perubahan atau tidaknya.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Peneliti memilih tempat yang dilakukan bertempat di SMP Negeri 16 Bandar Lampung, yang berlokasi di Jl. Dr. Cipto Mangunkusumo No.42, Sumur Batu, Kecamatan. Teluk Betung Utara, Kota Bandar Lampung, Lampung 35228. Waktu pada penelitian ini dilaksanakan pada Semester Ganjil tahun akademik 2025/2026.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasarkan pada data kuantitatif dimana data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan (Suliyanto, 2018). Dalam penelitian ini akan menggunakan bantuan *Software* aplikasi SPSS 24 yang merupakan program populer untuk olah data statistik bagi peneliti maupun mahasiswa yang menyusun skripsi. Dengan menggunakan metode deskriptif dalam penelitian yang peneliti laksanakan, merupakan metode yang relevan untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas, dan mendalam. Apakah terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial Tiktok terhadap perilaku *Fear Of Missing Out (FOMO)* pada siswa di SMPN 16 Bandar Lampung.

3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.3.1 Variabel Penelitian

Mengenai pengertian dari variabel, menurut (Sugiyono, 2018) Menjelaskan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, atau obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini terdiri atas variabel bebas, dan variabel terikat.

a. Variabel bebas (X)

Variabel bebas atau *independent variable* adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*Independent Variable*) adalah media sosial TikTok (X).

b. Variabel terikat (Y)

Variabel terikat atau *Dependent variable* Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (*Dependent Variable*) adalah perilaku *Fear Of Missing Out (FOMO)* (Y).

3.3.2 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penentuan konstruk atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur (Sugiyono, 2018). Suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang diamati. Definisi operasional dapat membantu peneliti yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama. Dalam penelitian ini, media sosial TikTok merupakan sebuah aplikasi penyedia video pendek. Seperti yang dijelaskan menurut (Kusnandar, 2023), TikTok telah berkembang menjadi platform utama bagi banyak remaja untuk mencari hiburan sekaligus informasi secara mudah dan cepat. TikTok memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan orang lain melalui komentar, *like*, serta video duet, serta berbagi konten dalam berbagai kategori, termasuk hiburan, edukasi, dan informasi.

Perilaku FOMO adalah kecemasan atau perasaan khawatir yang timbul karena takut kehilangan kesempatan atau informasi penting yang diketahui oleh orang lain. Penjelasan menurut (Prayoga, 2022) bahwa perilaku FOMO menjadi lebih intensif dalam penggunaan media sosial di kalangan remaja, terutama dengan munculnya berbagai konten yang menggambarkan pengalaman sosial yang seolah-olah harus diikuti untuk tidak merasa tertinggal.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dimensi *Fear Of Missing Out (FOMO)* yaitu *relatedness* dan *self* digunakan untuk mengukur dan mengetahui tingkat *Fear Of Missing Out*.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi Penelitian

Dalam menentukan suatu objek untuk mengumpulkan data terdapat yang namanya populasi. Populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan elemen dalam penelitian meliputi objek dan subjek dengan ciri-ciri dan karakteristik tertentu (Amin dkk, 2023). Sejalan dengan pendapat ahli (Handayani, 2020) populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti. Dalam sebuah penelitian populasi harus didefinisikan dengan jelas; apa atau siapa, dimana atau kapan. Apa atau siapa lebih kepada isi dari penelitian, sedangkan dimana diartikan sebagai luasan penelitian, dan kapan dimaksudkan sebagai waktu.

Adapun pendapat ahli lain menurut (Sugiyono, 2013) populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan beberapa pendapat dari ahli di atas, demikian disimpulkan bahwa populasi merupakan keseluruhan elemen dalam penelitian yang terdiri atas objek/subjek dimana mempunyai kuantitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulannya. Untuk itu populasi pada penelitian ini adalah siswa kelas VIII di SMP Negeri 16 Bandar Lampung yang menggunakan media sosial TikTok.

Tabel 3. 1 Rincian Jumlah Populasi

	Populasi		
	Kelas	Anggota Populasi	Jumlah Berdasarkan Kriteria
1	VIII A	30	30
2	VIII B	29	28
3	VIII C	30	26
4	VIII D	29	29
5	VIII E	32	31
6	VIII F	32	32
7	VIII G	29	29
8	VIII H	28	28
9	VIII I	30	30
	JUMLAH	269	263

Untuk itu jumlah berdasarkan kriteria dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas VIII SMP Negeri 16 Bandar Lampung tahun ajaran 2025/2026 dengan jumlah 263 siswa.

3.4.2 Sampel Penelitian

Pengambilan sampel pada penelitian ini bertujuan untuk menentukan berapa jumlah sampel yang akan diambil dan dilakukan dengan perhitungan intrapolasi yang berpedoman pada kategori dan diperkirakan populasi yang bersifat homogen, karena merupakan siswa pada satu sekolah dengan tingkat kelas yang sama. Dengan demikian diambil sampel untuk siswa adalah sebanyak 263 orang siswa seperti dikemukakan (Sutja dkk, 2017) bahwa teknik *purposive sampling* adalah pengambilan data atau sampel yang pengambilannya berdasarkan tujuan tertentu. Alasan memilih sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling* adalah karena peneliti memiliki kriteria tertentu dalam pemilihan sampel. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu:

1. Sampel yang dipilih hanya pengguna media sosial tiktok
2. Sampel yang dipilih hanya dari kelas VIII
3. Sampel bersekolah di SMPN 16 Bandar Lampung

Tabel 3. 2 Perkiraan Sampel Populasi Normal dan Homogeny

No	Populasi	Ukuran Sampel			
		Heterogen		Homogen	
		%	N	%	N
1	0-40	100%	40	90%	36
2	41-70	95-79%	39-55	89,9%-75%	37-53
3	71-120	78,9-60%	56-72	74,9-55%	53-66
4	121-280	59,9%-30%	72-84	54,9-25%	66-70
5	281-600	29,9-30%	84-120	24,9-15%	70-90
6	601-1200	28,9-20%	120-150	14,9-10%	90-120
7	>1200	<12,5%	>150	<10%	>120

Supaya jumlah sampel yang dibutuhkan terjamin tingkat representatifnya, maka besarnya presentase sampel dicari melalui rumus intrapolasi (Sutja dkk, 2017) adalah sebagai berikut:

$$\% \text{ Terbesar} = \left[\frac{\% \text{ besar} - \% \text{ kecil}}{\text{populasi besar} - \text{populasi kecil}} n - \text{populasi kecil} \right]$$

Berdasarkan rumus diatas maka dapat dicari jumlah *representative* dengan intrapolasi sebagai berikut:

$$\begin{aligned} &= 54.9 - \frac{54.9-25}{280-121} [263 - 121] \\ &= 54.9 - \frac{29.9}{159} [142] \\ &= 54.9 - [0.188050314] [142] \\ &= 54.9 - [26.7031447] = 28.19 \text{ dibulatkan menjadi } 28 \\ &= 28\% \times 263 = 73.64 \text{ dibulatkan menjadi } 74 \text{ orang} \end{aligned}$$

Jadi berdasarkan 263 siswa yang mengacu pada kriteria tersebut, maka jumlah sampel yang diambil adalah berjumlah 74 orang siswa. Untuk menentukan sampel yang akan diambil menggunakan rumus yang dikemukakan oleh (Yusuf, 2014).

$$\text{Sampel sub kelompok} = \frac{\text{jumlah masing - masing kelompok}}{\text{Total jumlah}} \times \text{Besar Sampel}$$

Perhitungan sub kelompok adalah sebagai berikut:

$$\text{Kelas A} = \frac{30}{263} \times 74 = 8.4 \text{ dibulatkan menjadi } 8$$

$$\text{Kelas B} = \frac{28}{263} \times 74 = 7.8 \text{ dibulatkan menjadi } 8$$

$$\text{Kelas C} = \frac{26}{263} \times 74 = 7.3 \text{ dibulatkan menjadi } 7$$

$$\text{Kelas D} = \frac{29}{263} \times 74 = 8.1 \text{ dibulatkan menjadi } 8$$

$$\text{Kelas E} = \frac{31}{263} \times 74 = 9.1 \text{ dibulatkan menjadi } 9$$

$$\text{Kelas F} = \frac{32}{263} \times 74 = 9.4 \text{ dibulatkan menjadi } 9$$

$$\text{Kelas G} = \frac{29}{263} \times 74 = 8.1 \text{ dibulatkan menjadi } 8$$

$$\text{Kelas H} = \frac{28}{263} \times 74 = 8.3 \text{ dibulatkan menjadi } 8$$

$$\text{Kelas I} = \frac{30}{263} \times 74 = 8.8 \text{ dibulatkan menjadi } 9$$

Tabel 3. 3 Rincian Sebaran Sampel

No	Populasi		
	Kelas	Jumlah berdasarkan kriteria	Jumlah/Kelas
1	VIII A	30	8
2	VIII B	28	8
3	VIII C	26	7
4	VIII D	29	8
5	VIII E	31	9
6	VIII F	32	9
7	VIII G	29	8
8	VIII H	28	8
9	VIII I	30	9
Total		263	74

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Langkah strategis untuk mendapatkan data dalam melakukan penelitian merupakan pengertian dari teknik pengumpulan data. Menurut penjelasan (Sutja dkk, 2017) mengatakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk menghimpun data dari lapangan. Sedangkan alat pengumpul data merupakan instrument yang digunakan dalam mencari data.

Seirama dengan pendapat menurut (Arikunto, 2012) yang dimaksud dengan teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data penelitiannya. Berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa metode penelitian adalah cara yang dipergunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen yang di adopsi sebagai metode pengumpulan data dengan menggunakan skala. Dengan memodifikasi item-item pertanyaan.

Skala pengukuran menurut (Sugiyono, 2012) berpendapat bahwa dalam penelitian merupakan kesepakatan yang digunakan untuk menentukan panjang pendeknya interval dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut digunakan dalam pengukuran yang menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan Skala Likert. Skala Likert adalah suatu skala psikometrik yang

umum digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Melalui skala likert, penyusunan awal dimulai berdasarkan identifikasi tujuan yang akan diukur yaitu, dengan menentukan definisi konsep, mengenali, dan memahami dengan seksama teori yang mendasar. Definisi konsep tersebut dirumuskan menjadi aspek perilaku kemudian aspek tersebut dapat dijadikan indikator perilaku.

Kemudian indikator tersebut menjadi titik untuk menyusun item-item instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan yang dirumuskan secara *favorable* dan *unfavorable* mengenai variabel yang akan diteliti. Pernyataan *favorable* memberikan nilai tertinggi pada pilihan yang sangat mendukung aspek, sedangkan pernyataan *unfavorable* memberikan nilai tertinggi pada pilihan yang sangat tidak mendukung aspek. Ada lima opsi jawaban pada skala Likert yaitu, sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS).

Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang diukur akan dijabarkan menggunakan indikator variabel yang kemudian dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun aspek-aspek atau instrumen yang berupa pernyataan atau pernyataan, baik yang sifatnya *favorable* atau positif dan yang sifatnya *unfavorable* atau yang sifatnya negatif.

Tabel 3. 4 Penskoran Skala Likert

Alternatif Jawaban	Skor <i>Favorable</i>	Skor <i>Unfavorable</i>
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

Terdapat Skala yang akan digunakan pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Skala Penggunaan Media Sosial TikTok

Pada skala ini, Penelitian ini mengadopsi dengan perubahan dan penambahan item pada skala penggunaan media sosial TikTok dari (Sofiatun Nisa, 2022). Oleh karena itu, peneliti menggunakan skala yang mengacu pada komponen

penting dalam penggunaan media sosial TikTok, yaitu informasi, komunikasi, dan hiburan.

Tabel 3. 5 Kisi-Kisi instrumen Penggunaan Media sosial TikTok

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item Soal	
			+	-
Media Sosial Tik Tok (X)	Informasi	1. Mencari sumber berita terkini	1,2,3	4,5
		2. Mencari referensi buku-buku bacaan	6,7	8,9
	Komunikasi	3. Berinteraksi dengan keluarga	10,11	12,13
		4. Saling bertukar sapa dengan teman virtual maupun teman real life	14,15	16,17
	Hiburan	5. Video game	18,19	20,21
		6. Video music	22,23	24,25
		7. Video meme	26,27,28	29,30,31
		8. Video anime/ animasi kartun	32,33	34,35
		9. Video drama/ film	36,37	38,39

Sumber (Mc Quail)

2. Skala Perilaku *Fear Of Missing Out (FOMO)*

Pada skala ini, peneliti menggunakan skala yang dikembangkan oleh Prybylski bernama *fear of missing out scale (FOMOS)*. Yang mengacu pada beberapa item dalam perilaku *FOMO* yang terdiri dari delapan item kemudian dibagi menjadi dua dimensi, yaitu *relatedness* dan *self*. Item-item tersebut selanjutnya diadaptasi dan diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia:

Tabel 3. 6 Kisi-Kisi instrumen Perilaku FOMO

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item Soal	
			+	-
<i>Fear Of Missing Out</i>	<i>Relatedness</i>	1. Rasa ingin terhubung dengan orang lain	2,4,8,9,10	1,3,5,6,7
		2. Ingin memiliki kesempatan	13,14,17,19	11,12,15, 16,18,20

		lebih untuk berinteraksi		
	<i>Self</i>	3. Tidak dapat membaur dengan orang lain	21,25,27,28	22,23,24,26,29,30

Sumber (Przyzblyski dkk)

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Dalam mengumpulkan data, peneliti harus melakukan pengujian terhadap terhadap instrumen yang akan digunakan untuk mengetahui valid dan reliabel atau tidaknya instrumen yang akan digunakan.

3.6.1 Uji Validitas

Valid berarti intrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono, 2012). Pendapat ahli lain (Azwar, 2016) mengemukakan bahwa untuk mengetahui apakah instrumen mampu menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuan ukurnya, maka diperlukan proses pengujian validitas atau validasi. Adapun penjelasan menurut (Arikunto, 2013) menyatakan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen.

Untuk menentukan validitas item, penelitian ini menggunakan logikal *validity* yaitu melalui kontrol langsung terhadap teori-teori yang melahirkan indikator-indikator dengan cara konsultasi kepada para pembimbing kemudian dilakukan perbaikan atau revisi sesuai dengan keperluan. Berikut ini merupakan tabel hasil uji coba validitas instrumen angket tingkat penggunaan media sosial tiktok dan angket perilaku *FOMO* pada siswa yang menggunakan bantuan SPSS 24:

Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Instrumen Penggunaan Media Sosial TikTok

Indikator	Sub Indikator	Item	rhitung	rtabel	Keterangan
Informasi	Mencari sumber berita terkini	1	0,433	0,361	Tidak Valid
		2	0,823	0,361	Valid
		3	0,593	0,361	Valid
		4	0,544	0,361	Valid

Indikator	Sub Indikator	Item	rhitung	rtabel	Keterangan
		5	0,708	0,361	Valid
	Mencari referensi buku-buku bacaan	6	0,823	0,361	Valid
		7	0,707	0,361	Valid
		8	0,708	0,361	Valid
		9	0,593	0,361	Valid
Komunikasi	Berinteraksi dengan keluarga	10	0,352	0,361	Tidak Valid
		11	0,823	0,361	Valid
		12	0,593	0,361	Valid
		13	0,363	0,361	Tidak Valid
	Saling bertukar sapa dengan teman virtual maupun teman real life	14	0,433	0,361	Tidak Valid
		15	0,544	0,361	Tidak Valid
		16	0,593	0,361	Valid
17		0,143	0,361	Tidak Valid	
Hiburan	Video game	18	0,823	0,361	Valid
		19	0,823	0,361	Valid
		20	0,644	0,361	Valid
		21	0,587	0,361	Valid
	Video music	22	0,544	0,361	Valid
		23	0,593	0,361	Valid
		24	0,708	0,361	Valid
		25	0,823	0,361	Valid
	Video meme	26	0,308	0,361	Tidak Valid
		27	0,441	0,361	Tidak Valid
		28	0,587	0,361	Valid
		29	0,433	0,361	Tidak Valid
		30	0,707	0,361	Valid
		31	0,352	0,361	Valid
	Video anime/animasi kartun	32	0,707	0,361	Valid
		33	0,823	0,361	Valid
		34	0,823	0,361	Valid
		35	0,708	0,361	Valid
	Video drama/film	36	0,707	0,361	Valid
		37	0,823	0,361	Valid
38		0,708	0,361	Valid	
39		0,587	0,361	Valid	

Hasil dari uji coba validitas instrumen dan reliabilitas instrumen penggunaan media sosial TikTok, diketahui instrumen yang akan digunakan yaitu item pernyataan nomor 2, 4, 5, 7, 8, 9, 11, 12, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 28, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, sedangkan 9 item pernyataan yang tidak valid akan digugurkan dan tidak diikutsertakan pada penelitian selanjutnya sehingga item pernyataan yang diambil dalam penelitian untuk variabel penggunaan media sosial TikTok adalah sebanyak 30 item. Dengan demikian, jika jumlah responden sebanyak 30, maka $r_{tabel} = 0,361$ dengan signifikansi 5%. Berdasarkan indikator-indikator dalam kisi-kisi angket dari variabel penggunaan media sosial TikTok setelah dilakukan pengujian validitas, 9 butir pernyataan yang gugur atau tidak valid memiliki nilai $r_{hitung} < r_{tabel} = 0,361$. Berdasarkan perhitungan nilai *Cronbach's Alpha* pada Variabel X_1 adalah 0,951, artinya pada kriteria yang dijelaskan di atas akan nilai lebih dari 0,6 dan mendapat angka 0,9 yaitu reliabel.

Tabel 3. 8 Hasil Uji Validitas Instrumen Perilaku *Fear Of Missing Out* (FOMO)

Indikator	Sub Indikator	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Relatedness</i>	Rasa Ingin Terhubung Dengan Orang Lain	1	0,739	0,361	Valid
		2	0,514	0,361	Valid
		3	0,540	0,361	Valid
		4	0,739	0,361	Valid
		5	0,375	0,361	Tidak Valid
		6	0,697	0,361	Valid
		7	0,721	0,361	Valid
		8	0,718	0,361	Valid
		9	0,660	0,361	Valid
	10	0,739	0,361	Valid	
	Ingin memiliki kesempatan lebih untuk berinteraksi	11	0,229	0,361	Tidak Valid
		12	0,721	0,361	Valid
		13	0,375	0,361	Tidak Valid
		14	0,229	0,361	Tidak Valid
		15	0,697	0,361	Valid
		16	0,721	0,361	Valid
		17	0,718	0,361	Valid
		18	0,660	0,361	Valid
		19	0,739	0,361	Tidak Valid

Indikator	Sub Indikator	Item	rhitung	rtabel	Keterangan
		20	0,718	0,361	Valid
<i>Self</i>	Tidak dapat membaur dengan orang lain	21	0,739	0,361	Valid
		22	0,455	0,361	Tidak Valid
		23	0,540	0,361	Valid
		24	0,739	0,361	Valid
		25	0,721	0,361	Valid
		26	0,660	0,361	Valid
		27	0,739	0,361	Valid
		28	0,718	0,361	Valid
		29	0,721	0,361	Valid
		30	0,718	0,361	Valid

Hasil dari uji coba validitas instrumen dan reliabilitas instrumen variabel Y, diketahui instrumen yang akan digunakan yaitu item pernyataan nomor 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 15, 16, 17, 18, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, sedangkan 6 item pernyataan yang tidak valid akan digugurkan dan tidak diikutsertakan pada penelitian selanjutnya sehingga item pernyataan yang diambil dalam penelitian untuk variabel Y adalah sebanyak 24 item. Dengan demikian, jika jumlah responden sebanyak 74, maka $r_{tabel} = 0,361$ dengan signifikansi 5%. Berdasarkan indikator-indikator dalam kisi-kisi angket dari variabel Y setelah dilakukan pengujian validitas, 6 butir pernyataan yang gugur atau tidak valid memiliki nilai $rhitung < r_{tabel} = 0,361$. Berdasarkan perhitungan nilai *Cronbach's Alpha* pada Variabel Y adalah 0,934, artinya pada kriteria yang dijelaskan di atas akan nilai lebih dari 0,6 dan mendapati angka 0,9 yaitu reliabel.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Suatu instrumen yang baik dalam penelitian harus dapat dikatakan layak dan reliabel. Reliabilitas menurut (Suharsimi, 2013) menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan suatu instrumen.

Sementara itu (Sugiyono, 2012) berpendapat bahwa instrumen dikatakan reliabel apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas angket dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a) Menyebarkan angket kepada 30 orang di luar responden.
- b) Hasil uji coba dikelompokkan dalam belahan ganjil dan genap.
- c) Hasil item ganjil dan genap dikorelasikan dengan product moment yaitu:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{n}}{\sqrt{\left(\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}\right)\left(\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n}\right)}}$$

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien korelasi antar gejala x dan y

xy : Product dari gejala x dan y

N : Jumlah Sampel. (Arikunto, 2010)

Untuk reliabilitas angket digunakan rumus Sperman Brown, yaitu:

$$R_{xy} = \frac{2(r_{gg})}{1+r_{gg}}$$

Dimana :

R_{xy} = Koefisien seluruh item

R_{gg} = Koefisien korelasi ganjil dan genap

(Arikunto, 2010)

Hasil analisis kemudian dibandingkan dengan tingkat reliabilitas sebagai berikut:

0,90 - 1,00 = Reliabilitas tinggi.

0,50 - 0,89 = Reliabilitas sedang.

0,00 - 0,49 = Reliabilitas rendah.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif yaitu dengan cara menangkap secara objektif temuan-temuan di lapangan yang dibantu dengan mempergunakan tabel distribusi frekuensi untuk kemudian diinterpretasikan dengan kalimat-kalimat atau pertanyaan-pertanyaan yang mudah dipahami. Selanjutnya disimpulkan untuk mengelola dan menganalisis data dengan menggunakan rumus interval yaitu:

$$I = \frac{NT - NR}{K}$$

Keterangan:

I : Interval

NT : Nilai Tertinggi

NR : Nilai Terendah

K : Kategori

Kemudian untuk mengetahui tingkat persentase digunakan rumus persentase sebagai berikut :

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P : Besarnya persentase

F : Jumlah skor yang diperoleh dari seluruh item

N : Jumlah perkalian dengan seluruh item dengan responden

Untuk menafsirkan banyaknya persentase yang diperoleh digunakan kriteria (Arikunto, 2010) Sebagai Berikut:

76%-100% : Baik

56%-75% : Cukup Baik

0%-55% : Kurang baik

3.8 Uji Prasyarat Analisis

Pada penelitian ini menggunakan uji prasyarat normalitas dan linieritas karena analisis akhir dari penelitian ini adalah analisis korelasi dan analisis regresi linier sederhana.

3.8.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan menggunakan SPSS 24 untuk memperoleh koefisien signifikansinya. Uji yang digunakan adalah uji *Kolmogorov Smirnov*. Menurut (Putri, 2020) “Metode uji *Kolmogorov Smirnov* adalah salah satu uji kesesuaian yang dapat diadopsi untuk menguji normalitas ketika *mean* dan variasinya ditentukan”. Rumus *Kolmogorov Smirnov* adalah sebagai berikut:

$$KD : 1,36 \frac{\sqrt{n_1 + n_2}}{n_1 n_2}$$

Keterangan :

KD = jumlah *Kolmogorov-Smirnov* yang dicari

n_1 = jumlah sampel yang diperoleh

n_2 = jumlah sampel yang diharapkan

(Sugiyono, 2013)

Data dikatakan normal, apabila nilai signifikan lebih besar 0,05 pada ($P > 0,05$). Sebaliknya, apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 pada ($P < 0,05$), maka data dikatakan tidak normal.

3.8.2 Uji Linearitas

Uji linearitas dipakai untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan (Sugiyono dan Susanto, 2015). Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah media sosial TikTok (variabel X) dan perilaku *FOMO* (variabel Y) memiliki hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Uji linearitas dilakukan menggunakan SPSS 24 untuk memperoleh koefisien signifikansinya. Dasar pengambilan keputusan hasil uji linearitas adalah sebagai berikut:

- a) jika nilai Sig. $> 0,05$, maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel X dan variabel Y.
- b) Jika nilai Sig. $< 0,05$, maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel X dan variabel Y.

3.8.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat digunakan jika data penelitian telah dianalisis dan telah memenuhi uji prasyarat analisis. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS versi 24. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh media sosial tiktok terhadap perilaku *FOMO* di SMP Negeri 16 Bandar Lampung. Dasar pengambilan keputusan hasil uji hipotesis adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil $<$ dari probabilitas 0,05, maka ada pengaruh media sosial TikTok (X) terhadap perilaku *FOMO* (Y).
- b. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar $>$ dari probabilitas 0,05, maka tidak ada pengaruh media sosial TikTok (X) terhadap perilaku *FOMO* (Y).

Dalam pengujian hipotesis pada penelitian, ada beberapa kriteria yang harus dilakukan, diantaranya:

- a. Apabila nilai t hitung $>$ t tabel dengan $dk = n-2$ atau $74-2$ dan $\alpha 0.05$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima.
- b. Apabila probabilitas (sig) $<$ 0,05 maka H_0 diterima dan sebaliknya H_a ditolak.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku *Fear Of Missing Out (FOMO)*. Dengan menggunakan teknik regresi sederhana diperoleh hasil, sehingga t_{hitung} sebesar 8.219, yang lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar 1,666, nilai signifikansi sebesar 0,00 ($< 0,05$) pada uji T, nilai R sebesar 0,696, dan nilai R^2 sebesar 0,484. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Pengaruh tersebut dapat dilihat dari tiga aspek (indikator) penggunaan media sosial TikTok yaitu informasi, komunikasi, dan hiburan menunjukkan bahwa seluruh siswa cenderung lebih *fomo* serta antusias terhadap indikator informasi. Seperti yang dijelaskan pada tabel 4.2 di halaman 39, dapat disimpulkan bahwa indikator Informasi memiliki pengaruh paling signifikan terhadap perilaku FOMO. Hal ini berarti bahwa aspek informasi yang diperoleh dari TikTok memainkan peran penting dalam meningkatkan rasa takut ketinggalan (FOMO) pada pengguna. Sementara itu, indikator komunikasi dan hiburan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Salah satu indikator yang paling menonjol dalam mendorong perilaku Fear of Missing Out (FOMO) pada siswa adalah indikator informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden perempuan memiliki kecenderungan pengaruh informasi yang lebih tinggi, terlihat dari persentase kategori tinggi yang lebih besar (14,71%) dibandingkan laki-laki (12,5%).

5.2 Saran

Berdasarkan temuan data, analisis dan kesimpulan di atas, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penelitian ini. Besar harapan melalui saran yang tertuang dalam penelitian ini. Maka peneliti memberikan saran yaitu:

- a) Bagi siswa, khususnya siswa/i SMP Negeri 16 Bandar Lampung yang aktif menggunakan media sosial khususnya TikTok, penting untuk bijak dalam bermedia sosial di era sekarang ini. Diharapkan sebelum membagikan atau menganggap suatu informasi sebagai kebenaran, siswa perlu memverifikasi informasi tersebut melalui sumber yang lebih dapat dipertanggungjawabkan, seperti situs web resmi, jurnal ilmiah, dan sebagainya memiliki kredibilitas yang terjamin.
- b) Bagi Guru, memberikan upaya semaksimal mungkin untuk meningkatkan kinerjanya dalam mengurangi perilaku *Fear Of Missing Out* pada siswa. Mengingat remaja di zaman sekarang dapat menjangkau seluruh isi di media sosial. Diharapkan guru menyediakan layanan informasi yang *up to date* sesuai dengan kebutuhan siswa.
- c) Bagi peneliti selanjutnya, melakukan penelitian dengan membuat jadwal agar lebih efisien dan menambahkan teknik pengumpulan data seperti observasi dan wawancara pada bab 3 metodologi penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, D., & Wijayani, I. 2022. *Social media as self existence in students using tiktok applications*. Da'watuna : Journal of Communication and Islamic Broadcasting, 2(3), 300-311.
- Aisafitri, L., & Yusriyah, K. 2021. *Kecanduan media sosial (fomo) pada generasi milenial*. Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi, 4(01), 86-106.
- Alutaybi, A., Al-Thani, D., McAlaney, J., & Ali, R. 2020. *Combating fear of missing out (FoMO) on social media: The FoMO-R method*. International journal of environmental research and public health, 17(17), 6128.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. 2023. *Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian*. Jurnal Pilar, 14(1), 15-31.
- Batoebara, M. U. 2020. *Aplikasi tik-tok seru-seruan atau kebodohan*. Jurnal Ilmu Komunikasi Network Media, 3(2), 59-65.
- Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. 2016. *"I don't want to miss a thing": Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress*. Computers in human behavior, 64, 1-8.
- Carolina, M., & Mahestu, G. 2020. *Prilaku Komunikasi Remaja dengan Kecenderungan FoMo*. Jurnal riset komunikasi, 11(1), 69-92.
- Christina, R., Yuniardi, M. S., & Prabowo, A. 2019. *Hubungan tingkat neurotisme dengan fear of missing out (FoMO) pada remaja pengguna aktif media sosial*. Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi, 4(2), 105-117.
- Darmayanti, D. P., Arifin, I., & Inayah, M. 2023. *FoMO: Kecemasan Digital di Kalangan Pengguna TikTok*. Emik, 6(2), 198-215.
- Dennis, M. 1987. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi kedua*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Deriyanto, D., & Qorib, F. 2019. *Persepsi mahasiswa universitas tribhuwana tunggadewi malang terhadap penggunaan aplikasi tik tok*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP), 7(2).
- Fajar, M., & Machmud, H. 2020. *Penggunaan Media Sosial di Kalangan Siswa Sekolah Dasar*. Diniyah: Jurnal Pendidikan Dasar, 1(1), 46-52.

- Fronika, W. 2019. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Sikap Remaja*. Fak. Ilmu Pendidik. Univ. Negeri Padang, 1, 15.
- Gerungan. 2010. *“Psikologi Komunikasi”*. Bandung: Rafika Aditama.
- Hidayah, A., & Nastiti, D. 2023. *The Relationship of Fear of Missing Out (FOMO) with Social Media TikTok Addiction in Adolescents: Hubungan Fear of Missing Out (FOMO) dengan Adiksi Media Sosial TikTok pada Remaja*.
- Hidayatun. 2015. *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Dukungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2014/2015*. (Skripsi). Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ibeng, P. 2020. *Pengertian Media Sosial, Karakteristik, Fungsi, Jenis dan Dampaknya*.
- Ilahin, N. 2022. *Pengaruh penggunaan media sosial tik-tok terhadap karakter siswa kelas v madrasah ibtidaiyah*. *IBTIDA'*, 3(1), 112-119.
- Juwita, E. P., Budimansyah, D., & Nurbayani, S. 2015. *Peran media sosial terhadap gaya hidup siswa*. *Sosietas: jurnal pendidikan sosiologi*, 5(1).
- Komariah, K., Tayo, Y., & Utamidewi, W. 2022. *Pengaruh Penggunaan Jejaring Sosial Terhadap Perilaku Fear of Missing Out (FoMO) pada Remaja*. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(9), 3463-3471.
- Kusnandar, S. 2023. *TikTok dan Perkembangan Pengguna Muda di Indonesia*. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 15(2), 124-135.
- Kiding, S., & Matulesy, A. 2020. *Dari Fomo ke Jomo: Mengatasi Rasa Takut akan Kehilangan (Fomo) dan Menumbuhkan Resiliensi terhadap Ketergantungan dari Dunia Digital*. *Psisula: Prosiding Berkala Psikologi*, 1, 173-182.
- Liany, Adha dkk. 2016. *Social Media Deviation*. Garuda Mas Sejahtera.
- Marini, R. 2019. *Pengaruh media sosial tik tok terhadap prestasi belajar peserta didik di SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung)*. (Skripsi). UIN Raden Intan Lampung.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ningtyas, R. F. A., & Wiyono, B. D. 2020. *Studi mengenai kecanduan internet dan fear of missing out (FoMO) pada siswa di smk negeri 1 driyorejo*. *ejournal.unesa.ac.id*.

- Prayoga, S. 2022. *FOMO pada Pengguna Media Sosial di Kalangan Remaja*. Jurnal Psikologi dan Sosial, 18(1), 98-110.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. 2013. *Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out*. Computers in human behavior, 29(4), 1841-1848.
- Purwanto, A. 2024. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Fear Of Missing Out (Fomo) di Kalangan Siswa Sma Negeri 1 Wajo*. Precise Journal of Economic, 3(1), 105-111.
- Riyanti YAV. 2016. *Hubungan intensitas mengakses sosial media terhadap perilaku belajar mata pelajaran produktif pada siswa Kelas XI Jasa Boga di SMK 3 Klaten*. (Skripsi). Universitas Negeri Yogyakarta.
- Setiadi, A. 2016. *Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi*. Cakrawala-Jurnal Humaniora, 16(2).
- Sofyan, E., & Kurniawan, F. R. 2021. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Anak Usia Sekolah*. Mores: Jurnal Pendidikan Hukum, Politik, dan Kewarganegaraan, 3(1), 47-56.
- Soliha, S. F. 2015. *Tingkat ketergantungan pengguna media sosial dan kecemasan sosial*. Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 4(1), 1-10.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D (2nd ed.)*. CV Alfabeta.
- Sutja, A. 2017. *Penulisan Skripsi untuk prodi bimbingan konseling*. Yogyakarta: Wahana Resolusi.
- Susanti, M., Dianto, M., & Triyono, T. 2023. *Gambaran Fear of Missing Out (FoMO) pada Mahasiswa Program Studi Bimbingan dan Konseling Universitas PGRI Sumatera Barat*. Jurnal Pendidikan Tambusai, 7(2), 13341-13346.
- Utami, H. 2010. *Teori dan pengukuran Pengetahuan, sikap dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta, Nuha Medika.
- Valiana, Lia. 2020. *Dampak Pengguna Aplikasi Tiktok Terhadap Perkembangan Siswa Kelas VI Min 1 Aceh Utara*. FTIK-PGMI: IAIN Lhokseumawe, Aceh.
- Widada, C. K. 2018. *Mengambil Manfaat Media Sosial dalam Pengembangan Layanan*. Journal of Documentation and Information Science, 2(1), 23–30.
- Wisnu Nugroho Aji. 2020. *Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia*. Metafora Jurnal Pembelajaran Bahasa dan Sastra, Vol. 6 No 1, E-ISSN : 2776- 6020, h. 52.