



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 5104-5114

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Perilaku Fear Of Missing Out (Fomo) Pada Mahasiswa Pengguna Tiktok

Utami Niki Kusaini^{1✉}, Lusiana Wulandari², Reski Raja Guk Guk³, Bellin Dwi Indah Cahya⁴, Devi Fitriana⁵, Muhammad Regilsa⁶, Devi Anggraini⁷, Vivi Oktaviana⁸, Muhammad Alridho Lubis⁹,
Muhammad Ferdiansyah¹⁰

Bimbingan dan Konseling, Universitas Jambi

Email: Niki.utami@unja.ac.id^{1✉}

Abstrak

Studi ini menyelidiki perilaku Fear of Missing Out (FOMO) pada mahasiswa yang menggunakan TikTok. Melalui survei singkat dan wawancara, penelitian ini mengevaluasi dampak FOMO terhadap kebiasaan penggunaan TikTok, kesejahteraan emosional, dan produktivitas akademik. Tujuannya adalah untuk menganalisis bagaimana perilaku FOMO memengaruhi mahasiswa dalam menggunakan aplikasi TikTok. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk mengamati partisipan dan mengumpulkan informasi lebih lanjut melalui wawancara dengan mereka yang memenuhi kriteria penelitian. Hasilnya menunjukkan bahwa mahasiswa yang mengalami FOMO cenderung menghabiskan lebih banyak waktu di TikTok, mengalami tingkat stres yang lebih tinggi, dan memiliki kinerja akademik yang lebih rendah. Temuan ini menekankan pentingnya kesadaran akan dampak negatif FOMO serta perlunya strategi pengelolaan waktu yang efektif di kalangan mahasiswa. Selain itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan literasi digital dan kesejahteraan mental guna mengurangi dampak negatif penggunaan media sosial, khususnya TikTok, di antara mahasiswa. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan kesadaran akan risiko yang terkait dengan FOMO dan mengembangkan strategi pengelolaan waktu yang efektif di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci: *FOMO, Mahasiswa, Perilaku.*

Abstract

The study investigated Fear of Missing Out (FOMO) behavior in students using TikTok. Through short surveys and interviews, the study evaluated the impact of FOMO on TikToks usage habits, emotional well-being, and academic productivity. The aim is to analyze how FOMO behavior affects students in using the TikTok application. Qualitative research methods are used to observe participants and gather further information through interviews with those who meet the research criteria. The results show that students who experience FOMO tend to spend more time on TikTok, experience higher levels of stress, and have lower academic performance. The findings underline the importance of awareness of the negative impact of FOMO and the need for effective time management strategies among students. In addition, efforts are needed to improve digital literacy and mental well-being in order to reduce the negative impact of social media use, TikTok, among students. Therefore, it is important to raise awareness of the risks associated with FOMO and develop effective time management strategies among students.

Keyword: *Behavior; FOMO; College.*

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan teknologi yang semakin pesat, berbagai macam platform digital banyak bermunculan di Era saat ini. Salah satu platform yang menjadi trending dan banyak digunakan ialah aplikasi tiktok. Tiktok merupakan salah satu aplikasi yang dimana penggunanya dapat mengekspresikan dirinya dengan berbagai trend-trend yang bisa dilakukan dan diikuti oleh beberapa kalangan. Pengguna tiktok dapat dengan bebas mengupload konten.(Oktorika et al., 2023) Karena banyaknya muncul trend-trend dari beberapa konten kreator menyebabkan adanya ketakutan akan ketinggalan suatu informasi atau trend. Apabila kebutuhan psikologis akan self tidak terlaksana, maka seseorang akan terus mencari tahu berbagai macam informasi mengenai orang lain yang ia dapatkan melalui internet. Hal tersebut akan menyebabkan adanya perasaan yang tertinggal bagi seseorang yang tidak ikut serta dalam melakukan aktivitas itu sendiri.(Suhertina et al., 2022)

Aplikasi TikTok merupakan salah satu media sosial yang tengah populer dikalangan masyarakat Indonesia bahkan dunia. Berbagai fitur menarik yang ditawarkan oleh aplikasi TikTok menjadikan Tiktok sebagai media sosial yang banyak digunakan di Indonesia bahkan Dunia. Pengguna TikTok di Indonesia tahun 2023 sebanyak 99,1 juta jiwa yang kemudian mengukuhkan Indonesia menduduki peringkat kedua sebagai negara dengan pengguna TikTok terbesar di dunia.(Muharam et al., 2023)

Berbagai fitur tiktok yang menarik, membuat penggunanya semakin pesat terlebih lagi terdapat fitur tiktok shop yang dapat menarik para pengguna tiktok untuk berbelanja dengan mudah serta mencari informasi mengenai trend fashion ataupun berbagai macam kulineran

yang bisa ditemukan dalam FYP tiktok. Salah satu fitur tiktok yaitu Tiktok shop memberikan kemudahan bagi pengguna baik produsen maupun konsumen, dengan tiktok shop pengguna dapat mempromosikan dan memasarkan produknya yang banyak digemari dan sedang trend dikalangan masyarakat.(Komala & Rafiyah, 2022) Kemudian dengan adanya trend-trend dance tiktok yang sedang booming dapat menarik para konten kreator untuk mengikuti trend tersebut dan berusaha untuk mencari followers yang banyak. Tiktok juga sudah menyediakan fitur live untuk para pengguna tiktok, sehingga memudahkan para penggunanya untuk melakukan live bersama dengan tujuan tertentu sesuai dengan keinginan pengguna.(Maulidya et al., 2023)

Dalam perkembangannya, tiktok juga dapat menimbulkan perilaku kecemasan sosial baru yang di sebut sebagai *Fear of Missing Out* (FoMO), dimana seseorang yang mengalami hal tersebut merasakan ketakutan akan tertinggal ataupun kehilangan informasi (Przybylski, dkk, 2013. Munculnya berbagai trend baru menyebabkan adanya ketakutan akan ketertinggalan suatu informasi atau trend. (Przybylski et al., 2013) mendefinisikan *Fear of Missing Out* (FoMO) suatu kecemasan yang terjadi akibat adanya ketakutan akan tertinggal ketika orang lain mengalami berbagai hal seperti pengalaman mengesankan sedangkan seorang individu tersebut tidak merasakannya yang kemudian timbul keinginan untuk selalu terhubung atau mengikuti apa yang terjadi di sosial media. Adanya dorongan untuk selalu terhubung terhubung dengan siapapun terkhusus teman dan orang lain dalam hal apapun menjadi suatu ciri dari *Fear of Missing Out* (FoMO) ini. Keinginan untuk merasakan, mengikuti, dan selalu update dengan berbagai hal yang sosial media menjadikan seseorang bisa diindikasikan mengalami Fear of Missing Out.(Shodiq et al., 2020)

Fear of missing Out adalah rasa takut pada individu yang muncul karena tertinggal informasi, gosip, atau tren yang berkembang di lingkungan sosial individu tersebut, lalu timbul rasa takut akan penolakan dari lingkungan sosialnya, selain itu media sosial yang menyediakan kemudahan dalam berkomunikasi jarak jauh telah melahirkan suatu permasalahan baru yang membuat individu takut bila dirinya tidak mendapat pengalaman menyenangkan yang sama dengan oranglain (Przybylski, dkk., 2013).

Pada dasarnya FoMO merupakan sebuah masalah yang terjadi dalam kehidupan sosial dimana hal tersebut mengakibatkan seseorang bisa mengalami ketakutan, kekhawatiran, dan kecemasan. Dalam realita yang terjadi seseorang bisa melakukan berbagai hal untuk dapat memenuhi kebutuhan psikologisnya dalam hal mencari kesenangan untuk diri sendiri yang didapatkan dengan mengikuti trend yang muncul dari sosial media agar dirinya bisa selalu terhubung dengan orang lain atau dengan teman sebayanya.(Muharam et al., 2023)

Melalui tiktok, individu dapat memenuhi kebutuhan sosial, dan kesenangan yang mereka inginkan terpenuhi melalui aplikasi tiktok. Disamping itu, tiktok memiliki manfaat untuk memenuhi keinginan dan kesenangan individu, tidak menutup kemungkinan media sosial tersebut melahirkan suatu hal negatif bagi penggunanya. Bentuk komunikasi yang muncul dari media sosial dapat memicu timbulnya fear of missing out. Semua kemudahan dan trend yang muncul dari fitur ini kemudian membawa pengaruh terhadap kebiasaan atau perilaku seperti FoMO terkhusus pada generasi z dalam mengikuti trend dance, informasi kulineran, berbelanja di TikTok Shop dan masih banyak lagi yang lainnya.(Fani Apriliani Darusman & Utami Sumaryanti, 2022)

Tujuan penelitian ini ialah menganalisis bagaimana perilaku FoMO terhadap mahasiswa terhadap aplikasi tiktok. Peneliti menemukan fenomena terhadap perilaku ini seperti, perasaan terlalu cemas atau takut jika tidak menscroll aplikasi tiktok karena khawatir jika ketinggalan trend-trend terbaru. Di harapkan penelitian ini dapat menjadi sumber bagi peneliti selanjutnya.

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa banyaknya bermacam-macam aplikasi salah satunya tiktok dapat memberikan masalah baru yang mendorong perilaku baik positif maupun negatif, adanya perasaan yang memungkinkan munculnya rasa takut bila tertinggal informasi atau tren yang terjadi pada lingkungan sosial tersebut atau munculnya fear of missing out pada individu. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti mengenai permasalahan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada kalangan mahasiswa pengguna aktif media sosial Tiktok.

METODE PENELITIAN

Untuk melakukan penelitian mengenai perilaku fear of missing out atau biasa disebut dengan FoMO pada kalangan mahasiswa yang sering menggunakan tiktok, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan mengamati responden dan juga melakukan wawancara secara lebih lanjut untuk menggali informasi dari responden yang memiliki kriteria yang sesuai dengan judul penelitian yang akan diteliti.

Penelitian kualitatif menurut Creswell dalam (Murdiyanto, 2020) yaitu proses penyelidikan suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Penelitian kualitatif digunakan untuk mencari informasi dengan memanfaatkan teknik wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, perilaku, dan pandangan baik individu maupun sekelompok orang. Tidak hanya itu, pengambilan informasi yang digunakan dalam penelitian ini juga didapatkan

dari berbagai sumber yang diambil dari Google, Buku, jurnal dan referensi lainnya yang mendukung penelitian mengenai perilaku fear of missing out (FoMO).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Przybylski et al. (2023) menjelaskan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) adalah Keinginan untuk merasakan, mengikuti, dan selalu update dengan berbagai hal yang sosial media menjadikan seseorang bisa diindikasikan mengalami Fear of Missing Out. Kecemasan yang terjadi akibat adanya ketakutan akan tertinggal ketika orang lain mengalami berbagai hal, seperti pengalaman yang menyenangkan, sedangkan seorang individu tersebut tidak merasakannya. Ini ditandai dengan keinginan untuk selalu terhubung atau mengikuti apa yang terjadi di sosial media. (Anwar et al., 2020) Perilaku FoMO terkhususnya terhubung dengan aktivitas yang sedang dilakukan oleh individu atau kelompok terdekat mereka. Faktor penyebab FoMO dapat disebabkan oleh keterbukaan informasi di sosial media, sehingga individu merasa ketakutan ketika orang lain memperoleh pengalaman yang menyenangkan namun ia tidak terlibat. (Abel & Buff, 2016)

Beyens et al., (2016) menggambarkan FoMO sebagai dorongan untuk tetap terhubung secara terus-menerus dengan aktivitas yang dilakukan oleh individu lain, terutama melalui platform media sosial.

(Alt, 2015) menemukan bahwa FoMO secara signifikan berhubungan dengan kurangnya motivasi belajar seseorang. Sebaliknya, menurut (Beyens et al., 2016), tingkat FoMO yang rendah pada individu dapat mengurangi tingkat stres saat menggunakan media sosial. Hal ini karena individu akan lebih mampu memahami konsekuensi positif dan negatif dari penggunaan media sosial, tidak terlalu sensitif terhadap aktivitas orang lain di platform tersebut, dan mampu mengabaikan umpan balik yang diterima dari postingan mereka.

Gejala-gejala FoMO (Fear of Missing Out) yang terkait dengan TikTok menurut Abel (2020)

1. Tidak dapat melepaskan diri dari ponsel, cemas dan gelisah jika belum mengecek akun media sosial.
2. Lebih mementingkan berkomunikasi dengan rekan-rekan di media sosial.
3. Terobsesi dengan postingan orang lain atau dengan fyp yang ada.

Menurut Wegmann et al., (2017), remaja sering kali merasa cemas akan kehilangan berbagai aktivitas, pengalaman, dan interaksi sosial dengan teman sebaya mereka.

Pertumbuhan penggunaan media sosial yang pesat di kalangan remaja, terutama dengan berkembangnya fitur dari platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, telah menyebabkan munculnya fenomena yang dikenal sebagai *Fear of Missing Out* (FoMO).

Merujuk dari penejelasan mengenai *Fear of Missing Out* (FoMO), pada penelitian ini akan dijelaskan mengenai hal pokok yang menjadi kajian utama yaitu Bagaimana Fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) pada TikTok Pada Mahasiswa Pendidikan Sejarah angkatan 21, studi awal yang dilakukan peneliti dengan menyebarkan mini survey berupa angket melalui Google Form dengan membahas mengenai teori yang terkait yaitu mengenai gejala-gejala FoMO yaitu tidak dapat melepaskan diri dari ponsel, cemas dan gelisah jika belum mengecek akun media sosial, lebih mementingkan berkomunikasi dengan rekan-rekan di media sosial, terobsesi dengan postingan orang lain atau dengan fyp yang ada.(Susanti & Dianto, 2023)

Dari hasil mini survey juga menunjukkan bahwa lebih dari separuh responden adalah pengguna aktif sosial media terutama TikTok. Media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan remaja di berbagai belahan dunia, termasuk di Kalangan mahasiswa. Berdasarkan hasil survey tersebut peneliti memilih 5 responden dari 78 mahasiswa pendidikan sejarah angkatan 2021 Universitas Jambi yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan untuk dilakukan wawancara mendalam seputar bagaimana fenomena perilaku FoMO (Fear Of Missing Out) pada mahasiswa pengguna Tik Tok.

Adapun hasil wawancara yang dilakukan kepada RCL (21 tahun), adapun jawaban yang mewakili mengenai selalu menggunakan TikTok dalam waktu yang lama adalah sebagai berikut: RCL, sebagai pengguna aktif TikTok dimana menggunakan platform tersebut selama kurang lebih 8-10 jam sehari, di saat mengerjakan pekerjaan rumah pun tak jarang RCL membuka aplikasi TikTok untuk mendengarkan musik TikTok. Selain itu, ia juga mengikuti trend dance yang ada di TikTok dan membuat trend sendirian atau bersama teman-teman. RCL menggunakan TikTok untuk mendapatkan informasi dan tidak ingin ketinggalan informasi. Saat ketinggalan informasi, ia sering bertanya kepada teman dan mencari informasi di TikTok. Selain itu, RCL juga sering berbelanja di TikTok, khususnya produk fashion yang sedang trend. Namun, ada beberapa kekurangan yang dapat menurunkan minat beli, seperti saat kehabisan stok produk yang diinginkan." (wawancara dengan RCL, 11 April 2024).

Informan merasa ia adalah pengguna aktif TikTok yang menghabiskan banyak waktu di platform untuk mengikuti tren dance, mendapatkan informasi, dan berbelanja produk fashion yang sedang tren. Wawancara yang sama juga dilakukan pada AG (20 Tahun) ia menyatakan: "Bahwa ia seseorang pengguna Tik Tok aktif, terutama dalam hal siaran

langsung (live). Biasanya, dia melakukan siaran live dua kali sehari, pagi dan malam, tergantung pada kesibukan dan pekerjaannya. Meskipun demikian, jika dalam sehari tidak melakukan siaran live, AG tidak merasa kehilangan sesuatu yang penting. Dalam penggunaannya sehari-hari, AG menghabiskan waktu sekitar 12 jam untuk bermain TikTok, termasuk mengikuti tren-tren terbaru, terutama dalam hal dance. Dia juga aktif mengikuti tren fashion dan makanan yang viral di TikTok, meskipun lebih sering membeli makanan yang sedang tren daripada fashion. Baru-baru ini, AG membeli giant soft cookies, yang sedang populer di kalangan TikToker luar negeri. Namun, dia lebih suka membuat makanan sendiri karena latar belakangnya dalam bidang kuliner. Dalam hal mengunggah konten, AG tidak terlalu mengejar jumlah viewer dan like secara ekstrem, karena menurutnya cukup sulit mengikuti algoritma TikTok. Dia lebih menikmati proses upload dan menerima respons dari pengikutnya. Meskipun aktif di TikTok, AG tidak selalu membeli barang-barang yang sedang tren, terutama jika situasi keuangannya tidak mendukung. Dia lebih memprioritaskan kebutuhan yang lebih esensial terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli sesuatu yang sedang tren di TikTok." (wawancara dengan AG, 17 April 2024).

Dalam konteks komunikasi, penjelasan yang diberikan oleh informan selanjutnya yaitu SC (20 tahun) dimana ia menyatakan bahwa saat berkumpul dengan teman-teman, SC sering menggunakan TikTok dan bahkan membuat konten daripada hanya sekadar scroll, kegiatan lain yang sering dilakukan adalah siaran langsung (live) di platform TikTok. SC menghabiskan waktu sekitar 1 jam 30 menit setiap harinya untuk melakukan siaran langsung. SC melakukan siaran langsung karena mendapatkan keuntungan dari live tersebut, yaitu mendapatkan penghasilan tambahan. Namun, jika tidak melakukan live, SC tidak merasakan kerugian ataupun kecemasan. Berbeda dengan mengikuti tren, SC merasa tertarik dengan konten-konten yang ada di TikTok. (wawancara dengan SC, 11 April 2024).

Dalam konteks Terobsesi dengan apa yang trending, Adapun wawancara selanjutnya pada mahasiswa berinisial VR (20 tahun) menyatakan bahwa: ia selalu menyimak tren terbaru. Ketika menemukan konten menarik, dia tertarik untuk mencobanya sendiri atau membuat konten serupa. Meskipun begitu, tidak semua karya nya di posting secara publik. Terkadang, dia memilih menyimpannya untuk diri sendiri. Meskipun sering menggunakan TikTok, VR menganggap pentingnya bergantung pada prioritas. Namun, saat tidak ada kegiatan yang tidak berhubungan dengan TikTok seperti saat belajar, dia kadang-kadang tergoda untuk membuka aplikasi TikTok setelahnya. VR tidak pernah ketinggalan informasi terkini dari aplikasi TikTok. Terkait dengan tren fashion dan makanan, Nathan aktif mengikuti dan sering berbelanja barang-barang yang sedang viral di TikTok, terutama pakaian dan

makanan seperti sushi yang sedang populer belakangan ini. Meski kadang-kadang merasa ingin beli sesuatu yang sedang tren meski keuangannya sedang terbatas, VR tetap akan berusaha membelinya agar tidak ketinggalan tren. (wawancara dengan VR, 14 April 2024).

Di TikTok, ia merasa bisa mengetahui tren terbaru dan bisa memilih konten yang menarik untuk dibuat sesuai dengan ketertarikan pada konten. Ia merasa bisa mendapatkan informasi tentang fashion dan juga makanan yang sedang tren, mengenai hal tersebut ia pun selalu mengusahakan untuk mengikuti tren yang sesuai dengan ketertarikannya. Ini mencerminkan rasa mandiri dalam proses mencari informasi, di mana informan merasa memiliki kemampuan untuk mengeksplorasi dan memilih konten yang menarik. Hal yang sama juga disampaikan oleh informan selanjutnya yaitu NB (20 tahun) menyatakan bahwa ia pengguna aktif TikTok yang tidak selalu mengikuti tren yang sedang viral, tetapi lebih memilih konten yang menarik menurutnya, terutama dalam hal dance, makanan, dan fashion. Dia menghabiskan sekitar 10 jam setiap hari di TikTok dan merasa hampir kecanduan. Namun, saat bersama teman-temannya, dia jarang membuka TikTok. Bagi NB, TikTok tidak hanya mengisi waktu luang tetapi juga menjadi sumber penghasilan melalui live di platform tersebut. Meskipun begitu, dia tidak terburu-buru untuk membuka TikTok setelah melakukan kegiatan lain seperti belajar. Bagi NB, TikTok bukan hanya hiburan tetapi juga merupakan bagian dari pekerjaannya dan sumber penghasilan. (wawancara dengan NB, 17 April 2024).

Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui wawancara kepada beberapa mahasiswa Program Studi Pendidikan Sejarah yang dijadikan sebagai narasumber, dapat diketahui pengalaman subjektif mereka terkait fear of missing out (FOMO). Mereka telah mencapai konsep FOMO, yakni penggunaan intensif TikTok yang dialami oleh RCL, AG, dan NB, menghabiskan waktu yang signifikan di platform TikTok, bahkan hingga 8-12 jam sehari. Mereka terlibat dalam berbagai aktivitas seperti mengikuti tren dance, memperoleh informasi, berbelanja produk fashion, dan membuat konten sendiri.

Selanjutnya, ketergantungan pada tren dan informasi terbaru, seperti RCL, AG, dan NB, yang menyatakan kebutuhan mereka untuk selalu terhubung dengan tren terbaru di TikTok, termasuk tren fashion, makanan, dan konten lainnya yang sedang viral. Hal ini sejalan dengan pandangan dari ahli Imaduddin (2020) yang menyatakan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku tersebut termasuk rasa takut terlambat mendapatkan informasi terbaru dari media sosial dan perasaan senang saat menggunakan media sosial. Mereka menggunakan media sosial untuk melihat informasi dan postingan dari orang lain, yang terkait dengan aspek Fear of Missing a Moment atau Fear of Missing Out (FoMO), yang

menunjukkan kebutuhan psikologis yang tidak terpenuhi.

Stres ketika tidak terhubung dengan TikTok, beberapa responden, seperti RCL, AG, dan NB, menunjukkan bahwa mereka merasa cemas atau khawatir ketika tidak dapat mengakses TikTok. Hal ini mencerminkan dampak FoMO, di mana mereka takut melewatkan informasi atau pengalaman penting yang terjadi di platform tersebut. Dampak yang dirasakan oleh informan sejalan menurut penelitian (Akbar et al., 2019), akibat dari FoMO termasuk merasa rendah diri, gangguan kecemasan sosial, depresi, stres, penghinaan, dan merasa kesepian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa mahasiswa Program Studi Pendidikan Sejarah mengalami pengalaman subjektif terkait fear of missing out (FOMO) dalam penggunaan TikTok. Mereka menghabiskan waktu yang signifikan di platform tersebut, terlibat dalam berbagai aktivitas seperti mengikuti tren dance, memperoleh informasi, berbelanja produk fashion, dan membuat konten sendiri. Ketergantungan pada tren dan informasi terbaru, termasuk tren fashion, makanan, dan konten viral, juga terlihat. Ketika tidak terhubung dengan TikTok, responden menunjukkan perasaan cemas atau khawatir ketika tidak dapat mengakses platform tersebut yang, mencerminkan dampak FoMO. Kecemasan yang dirasakan saat tidak terhubung dengan TikTok dapat menjadi salah satu gejala dari dampak negatif FoMO pada kesejahteraan mental individu.

SIMPULAN

Penelitian ini menggarisbawahi bahwa Fear of Missing Out (FOMO) memiliki dampak signifikan terhadap perilaku mahasiswa pengguna TikTok. Mahasiswa yang mengalami FOMO cenderung stress, menghabiskan lebih banyak waktu di platform tersebut, mulai dari kecanduan informasi trend terkini seperti trend dance, fashion dan makanan. Faktor-faktor seperti ketergantungan pada media sosial tidak membuat mahasiswa merasakan kerugian. Mereka merasa bahwa itu merupakan kebutuhan akan hiburan seperti mengikuti berbagai trend dan melakukan live tiktok untuk mengisi waktu luang. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan kesadaran akan risiko yang terkait dengan FOMO dan mengembangkan strategi pengelolaan waktu yang efektif di kalangan mahasiswa. Selain itu, upaya untuk meningkatkan literasi digital dan kesejahteraan mental juga diperlukan guna mengurangi dampak negatif dari penggunaan media sosial, terutama TikTok, di antara mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abel, J. P., & Buff, C. L. (2016). Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment. In *Journal of Business & Economics Research-First Quarter* (Vol. 14, Issue 1).
- Akbar, R. S., Aulya, A., Psari, A. A., & Sofia, L. (2019). Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FoMo) Pada Remaja Kota Samarinda. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 7(2), 38. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v7i2.2404>
- Arrofi, A., & Hasfi, N. (2019). Memahami Pengalaman Komunikasi Orang Tua–Anak Ketika Menyaksikan Tayangan Anak-Anak Di Media Sosial Tik Tok. *Interaksi Online*, 7(3), 203–208.
- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111–119. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.057>
- Anwar, Z., Fury, E. D., & Fauziah, S. R. (2020). *The Fear of Missing Out and Usage Intensity of Social Media*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200120.038>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083>
- Fani Apriliani Darusman, & Utami Sumaryanti, I. (2022). Pengaruh FOMO terhadap Problematic Social Media Use pada Dewasa Awal Pengguna TikTok di Kota Bandung. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(1). <https://doi.org/10.29313/bcsp.v2i1.1034>
- Info, A. (2024). *HUBUNGAN SELF ACCEPTANCE DAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO)*. 59–73.
- Komala, K., & Rafiyah, I. (2022). Gambaran Fear of Missing Out (FoMO) pada mahasiswa fakultas keperawatan. *Journal of Nursing Care*, 5(1), 1–11.
- Maulidya, R., Safitri, D., & Istiqomah, N. (2023). *FoMO (Fear of Missing Out) pada Mahasiswa Penggemar Korea (Studi Deskriptif Mahasiswa Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta)*. 7(1), 27–35. <https://doi.org/10.21009/EIPS.007.1.04>
- Muharam, G. M., Sulistiya, D., Sari, N., Fahmy, Z., & Zikrinawati, K. (2023). Experimental Student Experiences The Effect of Fear of Missing Out (FoMO) and Peer Conformity on Impulsive Buying in Semarang City Students (Study on TikTok Shop Consumers). *Jurnal Sunan Doe*, 7(8), 2985–3877. <https://doi.org/10.58330/ese.v1i8.277>

- Murdiyanto. (2020). Penelitian Kualitatif. In *Journal Equilibrium* (Vol. 5, pp. 1–8).
- Oktorika, N., Pratikto, H., & ... (2023). Fear of Missing Out pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial: Bagaimana Peran Dukungan Sosial? *JiWA: Jurnal Psikologi ...*, 000(1), 7–16.
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Shodiq, F., Kosasih, E., & Maslihah, S. (2020). NEED TO BELONG DAN OF MISSING OUT MAHASISWA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. In *Jurnal Psikologi Insight Departemen Psikologi* (Vol. 4, Issue 1).
- Suhertina, S., Zatrachadi, M. F., Darmawati, D., & Istiqomah, I. (2022). Fear of missing out mahasiswa; analisis gender, akses internet, dan tahun masuk universitas. *Jurnal Konseling Dan Pendidikan*, 10(1), 143. <https://doi.org/10.29210/178000>
- Susanti, M., & Dianto, M. (2023). Gambaran Fear of Missing Out (FoMO) pada Mahasiswa Program Studi Bimbingan dan Konseling Universitas PGRI Sumatera Barat. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 13341–13346.
- Widjaja, D. (2022). Hubungan Antara Fear Of Missing Out (FOMO) Dengan Kecanduan Media Sosial (Doctoral dissertation)
- Wirman, W., Yozani, R. E., Angela, S., & Surbakti, R. S. (2023). Study of communication phenomenology of Tiktok users who have experienced fear of missing out on behavior. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 9(1), 53-66.
- Wegmann, E., Oberst, U., Stodt, B., & Brand, M. (2017). Online-specific fear of missing out and Internet-use expectancies contribute to symptoms of Internet-communication disorder. *Addictive Behaviors Reports*, 5(February), 33–42. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2017.04.001>