



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 3 Tahun 2025 Page 8526-8535

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

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

Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) Pengguna Media Sosial Tiktok pada Mahasiswa Dewasa Awal di Prodi Psikologi UNIMA

Marssel Michael Sengkey^{1✉}, Nova Lisye Sinaulan², Tesselonica Septriani Kokalinso³,
Agatania Rilly Gwyneth⁴, Joshua Natanael Tiwa⁵

Program Studi Psikologi Jurusan Psikologi Pendidikan dan Bimbingan Fakultas Ilmu Pendidikan
dan Psikologi, Universitas Negeri Manado

Email: mmsengkey@unima.ac.id^{1✉}

Abstrak

Perkembangan pesat media sosial sangat penting dan berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari, khususnya di kalangan dewasa awal. Sejak 2020 aplikasi TikTok menjadi platform media sosial yang sangat populer di Indonesia. Berdasarkan data yang ditemukan, dalam urutan ketiga TikTok telah menempati urutan ketiga media sosial yang digemari dan menjadi perhatian generasi Z, yang mencapai angka 46,84% dari total 75,49 juta penduduk Indonesia. Fenomena munculnya Fear of Missing Out (FoMO) adalah masalah psikologis yang signifikan, yang di mana perasaan cemas dan takut ketinggalan tren dan aktivitas sosial yang berlangsung muncul dalam diri individu. Tujuan dari penelitian ini untuk menggali pengalaman FoMO yang di alami oleh mahasiswa dewasa awal Prodi Psikologi UNIMA akibat penggunaan TikTok, beserta dampak bagi kesehatan mental mereka. Peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif yang sifatnya fenomenologis, data yang dikumpulkan melalui teknik observasi yang dilalui selama 2 bulan dan wawancara selama 10 menit dari kedua responden. Selanjutnya menggunakan metode Collaizi untuk melakukan analisis data. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan mengungkapkan bahwa ketergantungan terhadap TikTok bukan semata sebagai hiburan melainkan sumber informasi bagi kedua responden. Mereka selalu merasa tertekan untuk terus mengikuti tren yang ada dan informasi terkini, sehingga muncul rasa cemas serta gelisah ketika tidak bisa mengakses aplikasi. Fenomena FoMO dari kedua responden dapat mencerminkan kebutuhan sosial dan emosional agar tetap terhubung dengan lingkungan sosial.

Kata kunci: Fear Of Missing Out (FoMO), Tiktok, Dewasa Awal

Abstrack

The rapid development of social media is very important and influential in everyday life, especially among young adults. Since 2020, the TikTok app has become a very popular social media platform in Indonesia. According to the data found, TikTok ranks third among the most popular social media platforms and has become a focus of attention for Generation Z, accounting for 46,84% of Indonesia's total population of 75,49 million. The phenomenon of Fear of Missing Out (FoMO) is a significant psychological issue, where feelings of anxiety and Fear of Missing Out on trends and social activities arise within individuals. The purpose of this study is to explore the FoMO experiences of early adult psychology students at Unima due to TikTok usage, along with its impact on their mental health. The researcher employed a qualitative descriptive method with a phenomenological approach, collecting data through observation over two months and 10-minute interviews with both respondents. The Collaizi that dependence on TikTok is not merely for entertainment but also as a source of information for both respondents. They constantly feel pressured to keep up with current trends and information, leading to feelings of anxiety and restlessness when unable to access the app. The FoMO phenomenon observed in both respondents reflects their social and emotional need to remain connected to their social environment.

KeyWord: Fear of Missing Out (FoMO), TikTok, Early Adulthood

PENDAHULUAN

Di zaman serba digital dan terhubung seperti sekarang, media sosial sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan dewasa awal. Platform media sosial TikTok sejak 2020 hingga saat ini platform TikTok meledak menjadi sangat digemari di Indonesia. Berdasarkan data dari Asosiasi penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024), TikTok menempati urutan ketiga sebagai media sosial yang paling disukai generasi Z, dengan angka mencapai 46,84% dari total 75,49 juta penduduk Indonesia yang tergolong generasi Z (Badan pusat statistik, 2024 dalam Pardede dkk, 2025). Tiktok, adalah wadah bagi para pengguna untuk membagikan video singkat sebagai cara untuk menunjukkan kreativitas, berbagi ilmu, dan mengabadikan momen. TikTok, yang didirikan oleh Zhang Yiming pada tahun 2012, merupakan produk dari ByteDance, sebuah Perusahaan teknologi yang berpusat di Beijing. Tren ini tak hanya mengubah cara orang berinteraksi, tetapi juga memengaruhi tingkah laku dan kondisi mental para penggunanya. Salah satu efek yang timbul akibat penggunaan TikTok adalah Fear of Missing Out (FoMO), yang oleh JWT Intelligence (2012) diartikan sebagai perasaan takut ketinggalan tren atau aktivitas yang sedang dilakukan orang lain. Mahasiswa di usia dewasa awal berada dalam masa peralihan dari remaja ke dewasa, di mana mereka mencari jati diri, menemukan hal baru, meneguhkan diri, serta mengalami masa reproduktif dengan beradaptasi dengan

gaya hidup baru, terutama bagi mahasiswa program studi Psikologi Universitas Negeri Unima (UNIMA), yang rentan terkena dampak FoMO. Sebagai generasi yang tumbuh besar bersama teknologi dan media sosial, mereka punya akses luas terhadap informasi dan interaksi di platform tersebut, yang bisa memperkuat perasaan tertinggal jika tidak ikut serta dalam kegiatan sosial tertentu.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dan dilaksanakan, terungkap adanya kaitan antara penggunaan TikTok dengan Tingkat FoMO (Fear of Missing Out) seseorang. Riset sebelumnya, contohnya dari (Mahardhika dkk, 2024), menunjukkan bahwa pengguna media sosial merasa gelisah jika ketinggalan informasi penting yang beredar, yang sejalan dengan ide FoMO. Lalu, menurut (Akbar dkk, 2018), media sosial bisa memicu FoMO karena rasa takut muncul akibat kurangnya kebutuhan psikologis akan keterhubungan; individu merasa tidak dekat dengan orang lain.

Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menelusuri lebih jauh mengenai fenomena ini. Dengan pemahaman yang lebih mendalam, diharapkan muncul cara-cara pencegahan dan penanganan yang ampuh untuk meningkatkan kesehatan mental mahasiswa, mendukung pembelajar, dan menciptakan suasana akademik yang suportif. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini juga diharapkan memberi kontribusi bagi pengembangan ilmu psikologi dengan menyoroti FoMO di kalangan pengguna TikTok, serta memberikan saran praktis bagi mahasiswa, pendidik, dan staf pendidikan dalam menghadapi tantangan psikologis yang muncul di era digital ini. Terutama bagi mahasiswa dewasa awal di Prodi Psikologi UNIMA.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti memakai metode pendekatan kualitatif deskriptif, dikarenakan isu yang diteliti erat kaitannya dengan manusia yang secara fundamental bergantung pada pengamatan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat fenomenologis, dimana fenomenologis sendiri merupakan suatu metode yang bertujuan untuk mendeskripsikan, mengkaji, serta memahami suatu kejadian yang dilakukan dan dialami oleh seseorang berupa perubahan sikap. Dalam hal ini, fokusnya adalah Fear of Missing Out (FoMO) pada mahasiswa Dewasa Awal di prodi Psikologi UNIMA.

Menurut (Mulyana, 2008) penelitian kualitatif adalah penelitian yang memakai metode ilmiah untuk meguak fenomena dengan menjabarkan data dan fakta lewat rangkaian kata secara mendalam pada subjek penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah individu Dewasa Awal yang terdaftar di program studi Psikologi di UNIMA, yang terdiri dari 2 subjek. Fear Of Missing Out (FOMO) mengacu pada rasa khawatir karena ketidakpastian dalam

berinteraksi, yang mendorong seseorang ikut serta dalam kegiatan sosial atau menelan informasi secara berlebihan, agar tidak ketinggalan pengalaman, informasi, atau peluang yang dianggap penting oleh orang lain. Penelitian ini bertujuan untuk menggali pengalaman subjektif mahasiswa Dewasa Awal di prodi Psikologi UNIMA terkait dengan Fear of Missing Out (FoMO) sebagai wujud kecemasan sosial. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam studi ini meliputi observasi dan wawancara. Dimana peneliti melakukan observasi selama 2 bulan dan wawancara sekitar 10 menit. Untuk analisis data, penelitian fenomenologi ini menggunakan metode Collaizi yang terdiri dari tujuh langkah yaitu (Polit dan Beck, 2012 dalam Maria Nurdiani dkk 2019): 1. Membaca semua catatan atau pernyataan dari partisipan, 2. Meninjau ulang setiap pernyataan dan meringkas poin pentingnya, 3. Menginterpretasi makna dari tiap pernyataan yang dianggap penting, 4. Mengelompokkan makna yang dirumuskan ke dalam tema-tema, 5. Mengintegrasikan hasil menjadi narasi lengkap mengenai fenomena yang diteliti, 6. Menyusun uraian komprehensif tentang fenomena tersebut dengan identifikasi yang jelas, 7. Meminta partisipan memvalidasi hasil akhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap kedua responden menunjukkan indikasi adanya FoMO terkait penggunaan media sosial tiktok. Kedua responden memperlihatkan pola perilaku yang menggambarkan rasa takut untuk tertinggal dari tren atau informasi yang sedang ramai diperbincangkan, serta dorongan kuat untuk terus mengikuti perkembangan yang terjadi di media sosial. Hal ini sangat berkaitan dengan konsep FoMO sebagaimana dijelaskan oleh JWT Intelligence (2012), yang meliputi beberapa aspek utama seperti rasa takut akan kehilangan momen penting yang dibagikan orang lain, ketergantungan pada informasi media sosial, perasaan tertinggal saat tidak aktif, kecemasan ketika tidak bisa mengakses internet, dan keinginan untuk selalu terhubung secara sosial.

Responden pertama, NM, secara langsung menyatakan bahwa ia paling merasa perlu membuka TikTok ketika sedang mencari sesuatu atau saat melihat trend yang baru muncul. Ia bahkan menambahkan bahwa, "Kita hidup di zaman modern jadi kebanyakan berita di luar sana semua ada di TikTok", yang menandakan bahwa TikTok telah menjadi sumber informasi utama baginya. Hal ini menunjukkan adanya ketergantungan yang cukup kuat terhadap informasi di media sosial, serta adanya kekhawatiran untuk tertinggal dari apa yang sedang ramai di lingkungan sosialnya. Ketergantungan ini menjadi bagian dari aspek

FoMO terkait ketergantungan pada informasi media sosial dan rasa takut kehilangan momen yang dibagikan oleh orang lain.

Sementara itu, responden kedua, MR, juga menunjukkan kecenderungan yang serupa. Ia mengatakan bahwa ia merasa terdorong untuk membuka TikTok "saat penasaran dengan tren yang sedang dibicarakan" dan ingin segera mengetahuinya "agar saya tidak ketinggalan informasi dan dapat membahas tren tersebut dengan teman saya. "Meskipun pada awalnya MR menyebutkan bahwa ia "tidak merasa apa-apa" jika orang lain lebih dulu tahu tren tertentu, ia kemudian mengakui bahwa, "kadang kita merasa kok bisa ketinggalan tren padahal tiap 1x24 jam itu membuka TikTok." Ini menunjukkan adanya perasaan tertinggal saat tidak aktif di media sosial, yaitu salah satu indikator penting dari FoMO menurut JWT Intelligence.

Kedua responden juga mengucapkan bahwa mereka mengikuti kreator tertentu di TikTok seperti Woop, Dafa Arik, dan Abe Cekut. Mereka menyatakan bahwa ketika tidak sempat melihat konten dari kreator favorit ini, mereka merasa seperti ada yang kurang dan langsung terdorong untuk mencari tahu konten atau tren terbaru. Hal ini mencerminkan perasaan takut kehilangan momen (fear of missing out), yang muncul ketika mereka merasa tertinggal dibandingkan orang lain yang sudah lebih dulu menonton atau mengetahui tren dari kreator-kreator tersebut.

Dalam aspek lainnya, fenomena FoMO juga tercermin dari reaksi emosional kedua responden ketika tidak bisa mengakses TikTok. Meskipun tidak secara langsung menyebutkan perasaan cemas atau panik, tersirat adanya kegelisahan atau ketidaknyamanan ketika tidak bisa membuka aplikasi, misalnya karena kesibukan atau kendala teknis seperti sinyal buruk atau kuota internet habis. Reaksi semacam ini sesuai dengan indikator perasaan cemas saat tidak dapat mengakses internet dan reaksi negatif terhadap kendala teknis, sebagaimana dirumuskan dalam kerangka FoMO oleh JWT Intelligence (2012).

Lebih lanjut, keterlibatan mereka dalam perform ini juga menunjukkan adanya kebutuhan untuk tetap terhubung dengan lingkungan sosial mereka. Responden MR secara langsung menyatakan bahwa mengetahui tren sangat penting agar dapat membahasnya dengan teman. Hal ini mengarah pada aspek keinginan untuk terus terhubung dengan orang lain, terutama dalam konteks sosial yang lebih luas. Dorongan ini didukung oleh perasaan nyaman saat berinteraksi dan kebutuhan untuk menjalin komunikasi secara rutin, karena mengetahui dan mengikuti tren membuat mereka merasa menjadi bagian dari lingkungan sosial dan percakapan yang sedang berlangsung.

Secara keseluruhan, hasil wawancara ini memperlihatkan bahwa penggunaan TikTok oleh kedua responden tidak hanya bersifat hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai sarana penting untuk menjaga keterhubungan sosial, memperoleh informasi terkini, dan menjaga relevansi dalam percakapan sehari-hari. Keduanya memperlihatkan bentuk-bentuk FoMO yang kompleks dan beragam, seperti kecemasan akan tertinggal informasi, ketergantungan pada media sosial sebagai sumber berita, hingga dorongan sosial untuk tetap terlibat dalam komunitas digital. Fenomena ini menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi bagian integral dari kehidupan sosial mereka, di mana akses cepat terhadap informasi dan keterlibatan dalam tren menjadi suatu kebutuhan emosional dan sosial, bukan sekedar aktivitas hiburan semata.

Dengan demikian, pola penggunaan TikTok yang ditunjukkan oleh kedua responden sangat sesuai dengan aspek-aspek FoMO menurut JWT Intelligence (2012), yang memperkuat bahwa media sosial, khususnya TikTok, memiliki peran penting dalam memengaruhi cara individu memproses informasi, merasakan keterhubungan, dan membentuk identitas sosial mereka di era digital ini.

Pembahasan

Dari hasil penelitian ini berdasarkan aspek Fear of Missing Out (FoMO) dan faktornya menurut JWT Intelligence (2012) ditemukan bahwa:

A. Aspek

1. Rasa takut akan kehilangan momen yang dibagikan oleh orang lain, terutama di media sosial.

Responden menceritakan kekhawatiran mereka akan ketertinggalan berbagai hal yang dibagikan orang lain, terutama berita dan tren terkini di TikTok. Hal ini tampak dari pernyataan seperti:

“Saya merasa ketertinggalan tren yang sedang dibicarakan di TikTok,” “Saya merasa saya akan ketinggalan tren terbaru,” dan “saya merasa ketertinggalan informasi tersebut dan merasa tidak dapat berbaur dengan teman saya.”

Pernyataan – pertanyaan ini menegaskan bahwa TikTok menjadi wadah penting untuk tetap “tersambung” dengan lingkungan sosial, dan tidak tahu tren sama saja dengan kehilangan kesempatan bersosialisasi dengan optimal. Konten yang viral, tren yang ramai dibicarakan, dan isu-isu terbaru yang menyebar melalui video singkat di TikTok menciptakan dorongan untuk selalu update supaya tidak merasa asing dalam obrolan dengan teman-teman. Ini sesuai dengan gagasan Fear of Missing Out (FoMO) yang wujudnya berupa perasaan was-was akan terisolasi dari

pergaulan, yaitu perasaan gelisah karena tidak ikut serta dalam kegiatan sosial yang sedang berjalan.

2. Kegelisahan atau kekhawatiran ketika individu tidak dapat mengakses internet. Kekhawatiran responden terlihat juga ketika mereka tak bisa membuka TikTok karena kendala teknis seperti baterai habis, paket data menipis, atau sinyal jelek. Beberapa responden mengungkapkan: "Saya merasa gelisah," "Saya takut tidak dapat mengikuti pembahasan teman-teman karena saya ketinggalan informasinya," dan "Saya menyibukkan diri dengan keluar kamar/kos."

Ungkapan ini mencerminkan ketidaknyamanan emosional yang muncul karena terputus dari informasi yang dianggap penting. Internet dan media sosial bukan sekedar sarana bersenang-senang, melainkan juga sumber pengakuan sosial dan sarana terhubung dengan dunia. Ketika akses terhambat, timbul perasaan gundah karena responden sadar bahwa orang lain tetap bisa menikmati TikTok dan mengikuti perkembangan zaman.

3. Keinginan untuk terus terhubung dengan orang lain.

FOMO juga didorong oleh Hasrat para responden untuk terus terhubung secara sosial dan menjalin komunikasi aktif dengan pengguna lainnya. Contohnya, ungkapan seperti: "Seru merasa seperti ada teman bicara," "Berkomentar positif," dan "Untuk update informasi atau tren terbaru."

Para responden juga merasa nyaman berinteraksi lewat kolom komentar, siaran langsung, dan menyaksikan konten dari kreator idola seperti Abe Cekut. Hal ini mengindikasikan bahwa TikTok bukan sekedar sarana untuk menonton, tetapi juga wadah sosial tempat para peserta membangun dan memelihara hubungan antarpersonal secara online.

B. Faktor

1. Keterbukaan informasi di media sosial

TikTok telah berkembang menjadi wadah yang memungkinkan penyebaran informasi secara instan dan menjangkau khalayak luas. Hal ini tercermin dari jawaban responden, contohnya:

"Agar saya tidak ketinggalan informasi dan dapat membahas tren tersebut," dan "Untuk update informasi atau tren terbaru."

Para responden melihat TikTok sebagai sumber penting untuk memperoleh informasi sosial yang relevan. Akses informasi yang mudah ini mendorong untuk terus membuka aplikasi agar tetap mengikuti perkembangan sosial.

2. Social one-upmanship (kompetisi sosial terselubung)

Terlihat bahwa responden merasa wajib untuk selalu tahu perkembangan terkini agar tidak dianggap kurang gaul dibandingkan teman-temannya:

“Saya merasa ketinggalan informasi dan merasa tidak dapat beaur dengan teman saya.”

Ini adalah contoh kompetisi sosial yang tidak kentara, yaitu keinginan untuk tidak terlihat bodoh di mata orang lain. Ketinggalan informasi dianggap sebagai kerugian dalam pergaulan, dan FoMO memicu keinginan untuk terus bersaing dalam hal informasi.

3. Umur

Kebiasaan yang diceritakan oleh responden, seperti asyik main TikTok di kamar, nonton live streaming, dan ikut meramaikan tren dengan komentar, adalah ciri khas anak muda (mulai dari remaja sampai dewasa awal) yang sangat dekat dengan media sosial sebagai bagian penting dari diri dan kegiatan sehari-hari.

4. Topik tertentu melalui hashtag

Pendapat responden tentang perlunya mencari tahu tren tertentu menunjukkan betapa menariknya konten viral yang menyebar lewat hashtag atau fitur eksplorasi di TikTok. Contohnya:

“Saya mencari tahu secepat mungkin..”

Ini menandakan bahwa hashtag berperan penting dalam menumbuhkan rasa ingin tahu dan keterlibatan sosial, sekaligus menjadi penanda penting dalam penyebaran tren yang cepat sehingga memicu FoMO.

5. Kondisi deprivasi relatif

Pernyataan seperti:

“Saya takut tidak dapat mengikuti pembahasan teman-teman,” “Saya tidak dapat menonton live streaming blindbox,”

Menggambarkan bahwa peserta merasakan deprivasi relatif, yaitu merasa tertinggal atau kurang beruntung karena tidak bisa menikmati apa yang bisa dinikmati orang lain. Hal ini memperkuat FoMO, terutama saat mereka sadar bahwa orang lain tetap bisa mendapatkan informasi dan hiburan, sementara mereka tidak.

6. Banyaknya stimulus sosial

Kreator seperti Abe Cekut dan aktivitas live streaming menjadi pemicu eksternal yang membuat orang semakin aktif di TikTok. Responden secara aktif mencari dan mengikuti konten tertentu, dan kehilangan akses ke konten ini menimbulkan rasa kehilangan yang besar:

“Saya tidak dapat menonton live streaming,” “Konten kreator Tiktok seperti Abe Cekut.”

Ini menunjukkan bahwa konten di TikTok berfungsi sebagai pengikat emosional dan sosial, serta menjadi faktor utama yang memperkuat FoMO ketika seseorang tidak bisa mengaksesnya.

SIMPULAN

Di era digital ini, media sosial telah menjadi bagian penting di dalam kehidupan sehari-hari, terutama sejak adanya media sosial TikTok. Penelitian ini mengungkap perilaku dan pengalaman subjektif dari mahasiswa dewasa awal Prodi Psikologi UNIMA yang berhubungan dengan FoMO. Individu merasa harus selalu up-to-date agar dianggap gaul, karena banyak konten viral yang menimbulkan dorongan untuk segera mengetahui tren baru, sehingga dapat menambah intensitas FoMO yang dirasakan. Berdasarkan hasil wawancara mendalam pada kedua responden, menunjukkan bahwa mereka memiliki ketergantungan pada TikTok sebagai sumber utama memperoleh informasi, bukan semata hanya bersifat hiburan, sehingga muncul perasaan cemas serta gelisah ketika tidak dapat mengakses aplikasi TikTok. Kondisi ini menegaskan bahwa FoMO bukan hanya sekedar perasaan ingin tahu, melainkan sebagai kebutuhan sosial dan emosional agar tetap menjadi bagian dari percakapan yang sedang berlangsung.

Dengan begitu, fenomena FoMO yang dialami mahasiswa dewasa awal di Prodi Psikologi UNIMA menunjukkan bahwa penggunaan media sosial TikTok telah memengaruhi cara individu memaknai bagaimana hubungan sosial, mengakses informasi, dan menyesuaikan diri dengan dinamika tren digital. TikTok menjadi media yang secara emosional signifikan dalam kehidupan mereka, di mana keterlibatan digital tidak lagi bersifat opsional, melainkan menjadi bagian dari rutinitas dan kebutuhan psikososial sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, D. T. (2025). Fear of Missing Out (FoMO) Pada Masa Dewasa Awal. *CAUSALITA: Journal Of Psychology*, 28-37.
- dkk, A. (2018). KETAKUTAN AKAN KEHILANGAN MOMEN (FOMO) PADA REMAJA KOTA SAMARINDA. *Psikostudia*, 38-78.
- dkk, B. (2024). Hubungan Antara Harga Diri dan Regulasi Diri Dengan FoMO Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial. *Pendidikan Sosial dan Konseling*, 1071-1078.
- dkk, K. (2024). FENOMENA FEAR OF MISSING OUT (FOMO) PADA MAHASISWA PENGGUNA MEDIA SOSIAL DI PROGRAM STUDI BIMBINGAN DAN KONSELING UIN SJECH M.DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI. *Pendidikan Islam*, 345-351.
- dkk, K. (2024). Kecemasan pada Dewasa Awal Akibat Fear of Missing Out (FoMO). *Flourishing*, 296-303.
- dkk, M. (2024). Dampak FoMO pada Kecemasan Mahasiswa Pengguna Media Sosial. *Ilmiah Wahana Pendidikan*, 18-24.
- dkk, N. (2019). IMPLEMENTASI FUNGSI PENGORGANISASIAN DAN SUPERVISI OLEH KEPALA RUANGAN DI RUMAH SAKIT IBU DAN ANAK CINTA KASIH CIPUTAT STUDY PHENOMENOLOGY. *JUIPERDO*.
- dkk, P. (2025). Pengaruh Motif Hiburan, Pencarian Informasi, dan Pemeliharaan Hubungan terhadap Niat Mahasiswa Menggunakan TikTok. *Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 69-79.
- <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/F11A/2019/F.111.19.0008/F.111.19.0008-15-File-Komplit-20230914022910.pdf>
- Krisnani, F. I. (2020). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Social Work Jurnal*, 199-208.
- Kristinawati, M. A. (2025). PENGARUH GRATITUDE TERHADAP FOMO (Fear of Missing Out) PADA REMAJA PENGGUNA MEDIA SOSIAL TIKTOK DI KOTA WAINGAPU. *Jurnal of Innovation and Knowledge*, 193-206.
- Maharani, S. d. (2023). Peran Fear of Missing Out (FoMO) dalam Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Economics and Digital Business Review*, 349-356.
- Putri, A. F. (2019). Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya. *Indonesian Journal of School Counseling*, 35-40.