



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 4 Tahun 2023 Page 5420-5435

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

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

Hubungan Antara Fear Of Missing Out (FOMO) terhadap Konformitas pada Pengguna Media Sosial Tiktok pada Remaja

Rjekki Asroni Damuli Cibro^{1✉}, Hotpascaman Simbolon²

Fakultas Psikologi, Universitas HKBP Nommensen Medan, Indonesia

Email : rjekkiasronidamulicibro@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk untuk melihat apakah ada Hubungan Antara Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Konformitas pada Pengguna Media Sosial Tiktok Pada Remaja. Sesuai data yang dilansir dari badan pusat statistik kota Medan pada tahun 2020 total populasi remaja yang berusia 12-21 tahun adalah 580.771 jiwa dari jumlah popolasi tersebut dapat dihitung sampelnya dengan rumus slovin. Adapun teknik sampling dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan salah satu teknik non-probability sampling yaitu purposive sampling. Oleh karena itu responden yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah 400 orang remaja. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala psikologi. Pengujian hipotesa dalam penelitian ini menggunakan metode korelasi spearman's rho. Taraf signifikansi yang digunakan sebesar 5% (0,05). Jika $Sig > 0,05$ maka H_0 diterima namun jika $Sig < 0,05$ maka H_0 ditolak. Signifikansi atau p yang diperoleh sebesar 0,002 atau $p < 0,05$, dengan tingkat Berdasarkan hasil penelitian, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara Fear Of Missing Out (Fomo) terhadap konformitas pada pengguna media sosial tiktok pada remaja.

Kata Kunci: *Fear Of Missing Out (FOMO), Konformitas, Media Sosial*

Abstract

This study aims to see whether there is a relationship between fear of missing out (Fomo) and conformity in Tiktok social media users in adolescents. According to data reported by the central statistics agency for the city of Medan, in 2020 the total population of adolescents aged 12-21 years is 580,771 people. Of this population, the sample can be calculated using the slovin formula. The sampling technique in this study was to use a non-probability sampling technique, namely purposive sampling. Therefore, the respondents involved in this study were 400 teenagers. The data collection technique used to obtain data in this study is to use a psychological scale. Hypothesis testing in this study uses the Spearman's rho correlation method. The significance level used was 5% (0.05). If $Sig > 0.05$ then H_0 is accepted but if $Sig < 0.05$ then H_0 is rejected. The significance or p obtained was 0.002 or $p < 0.05$, with a level based on the results of the study, the hypothesis proposed in this study was declared accepted. So it can be concluded that there is a relationship between Fear Of Missing Out (Fomo) and conformity in Tiktok social media users in adolescents.

Keywords: *Fear Of Missing Out (FOMO), Conformity, Social Media*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia teknologi dan informasi pada saat ini telah membawa pengaruh besar dalam perubahan pada pola kehidupan manusia, perubahan ini dapat dirasakan melalui perkembangan dunia digital yang memudahkan setiap orang untuk mendapatkan informasi, kemudahan tersebut tidak lain atas bantuan internet. Internet yang ada ditengah-tengah masyarakat sekarang merupakan buah pemikiran dari seorang ilmuwan Levi C. Finch dan Robert W. Taylor yang mulai melakukan penelitian tentang jaringan global pada tahun 60-an. Hingga pada tahun 1980-an komersialisasi dan privatisasi internet Amerika Serikat mengizinkan Internet Service Provider (ISP) untuk beroperasi. Internet mulai booming pada tahun 1990-an dan menjadi kunci pemicu perubahan terhadap pola interaksi dan komunikasi antar individu (Juliana, 2023).

Media internet tidak lagi hanya sekedar menjadi media komunikasi semata, tetapi juga sebagai bagian yang tak terpisahkan dari dunia bisnis, industri, pendidikan, dan pergaulan sosial, khususnya pada media sosial yang pertumbuhannya sangat meningkat. Hal tersebut membuat banyak orang untuk ketergantungan akan pemakaian layanan internet berupa aplikasi-aplikasi yang kini sedang banyak diminati baik oleh anak-anak, kaum muda, remaja hingga dewasa (Wijaya et al., 2023).

Saat ini ada beberapa jenis aplikasi-aplikasi media sosial yang menyediakan layanan informasi seperti Facebook, YouTube, TikTok, Instagram, WhatsApp, game online dll yang kini banyak sekali peminatnya dikarenakan sangat mudah untuk diakses dan berbagai informasi bisa didapatkan dari aplikasi-aplikasi tersebut (Oktaviani, Dewi 2019).

Pengguna internet pada saat ini tidak bisa dibatasi melalui umur, karena setiap orang bisa mengaksesnya. Selain itu, perangkat yang digunakan untuk mengakses internet tidak hanya terbatas melalui komputer atau notebook saja melainkan juga sudah bisa diakses melalui smartphone. Dari akses internet tersebut orang dapat memperoleh informasi berupa artikel atau tulisan, gambar, dan video yang terkait dengan kebutuhan penggunanya. Keanekaragaman informasi inilah yang menyebabkan individu tahan berlama-lama menggunakan smartphone maupun berada di depan komputer (Alifah et al., 2022).

Berdasarkan data survey We Are Social and Hootsuite jumlah penggunaan internet pada April 2022, Penggunaan internet di seluruh dunia kini mencapai 5 miliar. Angka ini mewakili 63 persen populasi penduduk dunia yang kini diperkirakan mencapai 7,93 miliar orang pada April 2022. Angka tersebut meningkat dari tahun sebelumnya, dengan kenaikan sebesar 196 juta pengguna. Meski kenaikannya terbilang signifikan, masih ada 2,9 miliar orang yang belum menggunakan internet dalam periode yang sama. Angka ini mewakili 37 persen dari total populasi global (Kristanto et al., 2022).

Perkembangan penggunaan internet yang pesat ini didukung dengan telah tersedianya kemudahan-kemudahan yang beraneka ragam dalam mengaksesnya. Semua kemudahan-kemudahan tersebut saat ini tidak hanya dapat diakses melalui komputer atau laptop tetapi dapat diakses melalui smartphone yang dimiliki setiap orang (Abednego et al., 2021). Dengan berkembangnya teknologi tersebut menyebabkan seseorang tidak dapat terlepas dari berbagai aplikasi yang sudah diberikan.

Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), ada 210,026 juta pengguna internet di Indonesia pada periode 2021-2022. Dalam temuan survei terbaru APJII, tingkat penetrasi internet di RI tumbuh 77,02%, di mana ada 210.026.769 jiwa dari total 272.682.600 jiwa penduduk Indonesia yang terhubung ke internet pada tahun 2021. Dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, ada lonjakan penetrasi internet di tanah air. Pada tahun 2018, penetrasinya di angka 64,80% yang kemudian terus tumbuh di 2019-2020 dengan penetrasi internetnya 73,70% (Yulianto et al., 2023).

Penggunaan media sosial sekarang ini tentu bukanlah sesuatu yang aneh, bahkan pada taraf tertentu penggunaan media sosial sudah menjadi kebutuhan sehari-hari. Mengingat sudah banyak hal dalam kegiatan sehari-hari lebih mudah dilakukan melalui media sosial, demi keefektifan dan efisiensi waktu. Melalui media sosial penggunanya dapat dengan mudah melakukan komunikasi dengan orang-orang terdekat, menjalin pertemanan, baik dengan teman-teman lama atau teman barunya. Seiring berjalannya masa di era digital, terdapat berbagai platform aplikasi yang menyuguhkan hal menarik

seperti pembuatan video, salah satunya aplikasi TikTok yang saat ini sedang marak diunduh oleh masyarakat.

TikTok merupakan aplikasi media sosial berbasis video pendek yang dirilis secara resmi pada September 2016. Aplikasi media sosial ini dimanfaatkan untuk saling menunjukkan informasi, kreativitas, atau lelucon melalui video musik pendek berdurasi hingga tiga menit. Menurut perkiraan dari (Sensor Tower Store Intelligence Chapple, 2020), secara keseluruhan aplikasi TikTok telah diunduh lebih dari dua miliar kali di IOS dan Android.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Business Of Apps pada pengguna aplikasi TikTok berdasarkan usia pada tahun 2021. TikTok telah memiliki 1,4 miliar pengguna aktif bulanan (Monthly Active Users/MAU) secara demografi, mayoritas pengguna TikTok didominasi oleh kalangan generasi muda di bawah usia 30 tahun. pada kelompok usia 10 hingga 19 tahun menempati posisi ke-2 pengguna TikTok terbesar dengan raihan persentase sebesar 28 persen. Posisi ke-3 diraih oleh kelompok usia 30 hingga 39 tahun dengan raihan persentase pengguna sebesar 18 persen (Novalia et al., 2021).

Pada saat ini aplikasi TikTok sangat banyak digandrungi oleh masyarakat umum khususnya pada kalangan remaja, dimana masa remaja merupakan masa perkembangan yang akan dilewati oleh individu. Sedangkan masa perkembangan remaja ialah transisi antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan sosial emosional. Secara kronologis yang tergolong remaja memiliki usia berkisar 12-21 tahun bagi perempuan dan 13-22 tahun bagi laki-laki (Saputra, 2023).

Hal yang membuat TikTok meledak di Indonesia, yaitu TikTok merupakan aplikasi yang bisa membuat orang mendadak viral, baik dengan kelebihan yang dimiliki maupun karena sesuatu yang tidak disengaja. Sehingga pengguna TikTok semakin meningkat dikarenakan TikTok dapat membuat orang terobsesi untuk ingin viral atau terkenal di TikTok. TikTok juga mudah digunakan, didukung dengan berbagai fitur yang menarik, bersifat ceria dan menghibur, tidak menimbulkan rasa bosan, serta konten-kontennya bersifat universal (Ahdiyanti & Waluyati, 2021).

Media sosial Tiktok memungkinkan para penggunanya untuk saling berinteraksi, berbagi dengan pengguna yang lain dan mendirikan kelompok sosial secara virtual. Media sosial TikTok dapat merangsang sel dopamine pada otak dan memberikan perasaan senang dan ketagihan untuk menggunakannya sehingga hal tersebut dapat membuat seseorang susah untuk melepaskan dari smartponnya. Sehingga dapat mempengaruhi kondisi

sosial, emosional seseorang bahkan bisa mempengaruhi prestasi belajar seseorang (Azizah & Zahid, 2023).

Dengan mudah di aksesnya serta banyaknya pengguna aplikasi TikTok maka bisa mendorong seseorang untuk gemar bermain TikTok, niat yang datang dari dalam diri remaja untuk bermain media sosial TikTok merupakan dorongan yang mendasari perilaku remaja untuk menggunakan media sosial TikTok. Intensi atau niat seseorang dapat di tentukan oleh sikap, dan norma subjektif serta pengendalian perilaku yang di sadari (Salwanisa, 2023). Berdasarkan hal-hal tersebut orang-orang yang menggunakan aplikasi TikTok menjadi sangat tertarik bahkan menjadi kecanduan dalam menggunakannya.

Keanekaragam kondisi sosial tersebut, dalam suatu kelompok dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku remaja. Perubahan dalam masa perkembangan remaja bisa berasal dari pengaruh lingkungan sosial baik lingkungan keluarga, teman, sekolah, tempat kerja dan lain- lain. Adanya tuntutan dari dalam lingkungan pertemanan remaja mengakibatkan remaja ingin selalu terhubung dengan lingkungan sekitar, dalam tuntutan tersebut akan mengakibatkan adanya dorongan konformitas pada remaja.

Baron (dalam Utami, 2023) mengungkapkan bahwa konformitas adalah suatu jenis pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial yang ada. Dalam kondisi sosial yang beraneka ragam tersebut, kondisi suatu kelompok pertemanan remaja dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku remaja. Dimana remaja merupakan masa transisi dan pencarian jati diri, dalam masa ini remaja mengalami perubahan yang mencakup kematangan mental, emosional, sosial dan fisik. Perubahan dalam masa tersebut pada remaja juga dapat di pengaruhi oleh lingkungan sekitar baik dari lingkungan keluarga, teman sebaya, sekolah, tempat kerja dan lain-lain (Savira, 2022).

Konformitas dalam lingkungan pertemanan memiliki dua sifat, yaitu konformitas yang bersifat positif dan konformitas yang bersifat negatif. Salah satu faktor yang mempengaruhi intensi penggunaan media sosial TikTok di kalangan remaja adalah karakteristik kelompok di antara remaja itu sendiri (Muharam et al., 2023). Pandangan (Myers 2012) adalah perubahan perilaku atau kepercayaan sebagai hasil dari tekanan kelompok yang nyata atau hanya berdasarkan imajinasi agar selaras dengan orang lain.

Adapun faktor yang mempengaruhi konformitas dalam menghubungkan fear of missing out (FOMO) yaitu kohesitas dimana menurut Baron & Byrne kohesivitas didefinisikan sebagai derajat ketertarikan yang dirasa oleh individu terhadap suatu kelompok, ketika kohesivitas tinggi, ketika kita suka dan mengagumi suatu kelompok orang-orang tertentu, tekanan untuk melakukan konformitas besar. Salah satu cara untuk

diterima oleh orang-orang tersebut adalah dengan menjadi seperti mereka dalam berbagai hal. Sebaliknya, ketika kohesivitas rendah, tekanan terhadap konformitas juga rendah. Kohesivitas memunculkan efek yang kuat terhadap konformitas, sehingga hal ini jelas-jelas merupakan suatu penentu yang penting mengenai sejauh mana kita akan menuruti bentuk tekanan sosial ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Dona Widjaja (2022) yang berjudul Hubungan Antara Fear Of Missing Out (Fomo) Dengan Kecanduan Media Sosial, hasil menunjukkan bahwa penelitian yang dilakukan diketahui memiliki hubungan positif yang signifikan antara fear of missing out terhadap kecanduan media sosial pada mahasiswa/i di Universitas Kristen Satya Wacana. Dan hasil uji hipotesis penelitian menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,315 dengan nilai sig. = 0.003 ($p < 0.05$), yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat FoMO yang dialami oleh para mahasiswa/i maka akan semakin tinggi juga tingkat kecanduan media sosial yang mereka alami, dan berlaku sebaliknya (Astuti, 2021).

Variabel yang mempengaruhi Fear Of Missing Out (FoMO) lainnya yaitu konformitas. Penelitian terbaru yang dilakukan oleh (Sri Bulan Zahro Varisna Rohmadani 2022) yang berjudul Hubungan Konformitas Teman Sebaya Dengan Intensi Penggunaan Media Sosial TikTok pada Remaja di Yogyakarta menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara konformitas teman sebaya terhadap intensi penggunaan media sosial TikTok pada remaja (Aprianti & Wendari, 2022).

Berdasarkan fenomena diatas peneliti memilih subjek penelitian pada remaja rentang usia 12-23 tahun, karakteristik remaja yaitu memiliki kecenderungan terhadap kronologis yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan sosial-emosional dalam hal ini penulis ingin menggunakan variabel usia untuk memprediksi bahwa usia memiliki pengaruh terhadap Fear Of Missing Out (Santoso et al., 2021). Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul "Hubungan Antara Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Konformitas pada Pengguna Media Sosial Tiktok Pada Remaja"

METODE PENELITIAN

Sesuai data yang dilansir dari badan pusat statistik kota Medan pada tahun 2020 total populasi remaja yang berusia 12-21 tahun adalah 580.771 jiwa dari jumlah populasi tersebut dapat dihitung sampelnya dengan rumus slovin. Adapun teknik sampling dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan salah satu teknik non-probability sampling yaitu purposive sampling yang merupakan suatu teknik sampling yang didasarkan pada

pertimbangan terhadap kriteria atau ciri-ciri subjek atau obyek penelitian sesuai dengan yang ingin diteliti oleh peneliti untuk dipelajari dan dibuat kesimpulannya (SYALIS & Nurwati, 2020). Berdasarkan hasil pengumpulan data dapat diketahui jumlah sampel sebesar 399,72 dengan rentang usia 12-23 tahun, Maka jumlah responden dibulatkan menjadi 400 orang. Oleh karena itu responden yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah 400 orang remaja.

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala psikologi. Skala psikologi merupakan serangkaian item yang digunakan guna untuk mengungkapkan suatu atribut psikologi (Supratiknya, 2015). Dalam penyebaran skala ini nanti akan digunakan melalui Google form. Skala yang digunakan peneliti dalam pengumpulan datanya adalah dengan skala likert. Skala likert merupakan teknik pengukuran data dimana responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang di anggap sesuai atau menggambarkan dirinya. Penelitian ini menggunakan dua skala yaitu fear of missing out (FOMO) dan skala konformitas (Siti Rosmayati et al., 2021).

Teknik analisis data merupakan suatu langkah yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian dan juga menguji hipotesis yang telah ditentukan dengan tujuan untuk mendapatkan kesimpulan dari penelitian. Pengujian hipotesa dalam penelitian ini menggunakan metode korelasi spearman's rho. Taraf signifikansi yang digunakan sebesar 5% (0,05). Jika Sig > 0.05 maka Ho diterima namun jika Sig < 0,05 maka Ho ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Sesuai data yang dilansir dari badan pusat statistik kota Medan pada tahun 2020 total populasi remaja yang berusia 12-21 tahun adalah 580.771 jiwa dari jumlah populasi tersebut dapat dihitung sampelnya dengan rumus slovin. Berdasarkan hasil pengumpulan data dapat diketahui jumlah sampel sebesar 399,72 dengan rentang usia 12-23 tahun, Maka jumlah responden dibulatkan menjadi 400 orang. Melalui skala yang telah disebarkan kepada subjek diperoleh gambaran subjek penelitian berdasarkan jenis kelamin, batasan usia 12-21 tahun, dan penelitian di dasarkan dengan kepemilikan akun mediasosial (TikTok).

Pengkategorisasian Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat bahwa subjek yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 283 orang dan subjek yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 117 orang. Penyebaran skala ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Penyebaran Subjek berdasarkan Jenis Kelamin

N o	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Presentasi
1	Perempuan	283	70,8 %
2	Laki-laki	117	29,3%
	Jumlah	400	100

Uji Asumsi

Sebelum melakukan uji hipotesa antar variabel fear of missing out (fomo) dengan konformitas, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi terdiri dari uji normalitas, dimana data akan diolah menggunakan teknik product moment untuk melihat adanya hubungan fear of missing out (fomo) dengan konformitas, menggunakan bantuan IBM SPSS Statistic 25.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Uji normalitas ini dilakukan dengan menggunakan uji One-sample Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan SPSS for Windows 25. Ketentuan yang digunakan dalam uji normalitas ini adalah jika $p > 0,05$ maka dikatakan normal namun sebaliknya jika $p < 0,05$ maka dikatakan tidak normal.

Tabel 2. Hasil Uji Coba Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		<i>Fear Of Missing Out (Fomo) (X)</i>	Konformit as (Y)
N		400	400
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	43.34	26.40
	Std. Deviation	3.317	2.828
	Absolute	.096	.079
Most Extreme Differences	Positive	.078	.071
	Negative	-.096	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		1.918	1.584
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001	.013

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa hasil uji normalitas pada variabel Konformitas dalam penelitian ini menunjukkan signifikansi sebesar 0,013 dan untuk variabel Fear of missing out (Fomo) menunjukkan signifikansi sebesar 0,001

Maka sebaran data dalam penelitian ini dapat dikatakan tidak normal dikarenakan signifikansi variabel konformitas yaitu $p > 0,05$ dan variabel fear of missing out(fomo) $p < 0,05$.

Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel Fear Of Missing Out (FoMO) dan Konformitas memiliki hubungan yang linear atau tidak dengan menggunakan program SPSS for windows 25. Hasil uji linearitas hubungan variabel Fear Of Missing Out (FoMO) dan Konformitas pada remaja pengguna media sosial tiktok di kota medan diperoleh nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$, maka variabel Fear Of Missing Out (FoMO) dan Konformitas bersifat linear.

Table 3. Uji Linearitas

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Significance
1	Regression	3264.924	2	1632.462	576.327	.000 ^b
	Residual	1124.514	397	2.833		
	Total	4389.438	399			

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisien $F = 5.76.327$ dan $p = 0,000$. Signifikasi atau P yang diperoleh sebesar 0,000 atau $p < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara fear of missing out (fomo) dengan Konformitas

Uji Hipotesa

Uji hipotesa dalam penelitian yaitu uji korelasi. Uji korelasi bertujuan untuk menguji hubungan antara dua variabel yang berdata rasio ataupun data kuantitatif yaitu data yang berisi angka sesungguhnya. Uji korelasi digunakan dengan Uji Korelasi Spearman's rho bertujuan untuk membuktikan adanya hubungan yang signifikan antara fear of missing

out (fomo) dengan Konformitas. Untuk mengetahui terdapat hubungan atau tidak dapat dilihat dari nilai signifikan dan seberapa besar hubungannya dapat dilihat dengan nilai r.

Tabel 4. Hasil Uji Korelasi

Spearman's rho	FOMO	Correlation Coefficient	1.000	.157**
		Sig. (2-tailed)	.	.002
		N	400	400
	KONFORMITAS	Correlation Coefficient	.157**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.002	.
		N	400	400

Ancaman Produk Pengganti

Berdasarkan hasil dari tabel diatas maka dapat diketahui bahwa $r = 0.157$ dengan taraf signifikansi 0,002. Signifikansi atau p yang diperoleh sebesar 0,002 atau $p < 0,05$, dengan tingkat Berdasarkan hasil penelitian, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara Fear Of Missing Out (Fomo) terhadap konformitas pada pengguna media sosial tiktok pada remaja. Adapun arah dari hubungan pada penelitian ini adalah sementara nilai correlation di dapat sebesar 0,157, artinya menunjukkan hubungan yang positif bahwa semakin tinggi fear of missing out (fomo) maka semakin tinggi pula konformitas dan sebaliknya apabila fear of missing out (fomo) semakin rendah maka semakin pula konformitas.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara fear of missing out (fomo) terhadap konformitas pada pengguna media sosial tiktok pada remaja. Total subjek dalam penelitian ini adalah berjumlah 400 orang yang terdiri dari 283 orang remaja perempuan dan 117 orang remaja laki-laki dan data yang didapatkan dengan menyebarkan skala secara online dan mencari subjek yang berdomisili di kota medan yang sesuai dengan kebutuhan jumlah sampel.

Berdasarkan hasil uji korelasi spearman's rho penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat hubungan antara fear of missing out (fomo) terhadap konformitas pada pengguna media sosial tiktok pada remaja. Menunjukkan hasil nilai $r = 0,157$ dan signifikansi = 0,000 ($< 0,05$) maka dapat diambil keputusan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima, yang artinya semakin tinggi fear of missing

out(fomo) maka semakin tinggi juga konformitas, begitu juga sebaliknya semakin rendah fear of missing out(fomo) maka semakin rendah pula Konformitas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh fear of missing out secara signifikan pada kecanduan media sosial (Boecker, 2021). Sejalan dengan itu menurut Al-Menayes (2016) salah satu faktor yang mempengaruhi kecanduan media sosial yaitu fear of missing out. Menurut Griffith dan Kuss (2017), fear of missing out (FOMO) dapat berkontribusi pada kecanduan media sosial.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Sri (2021) yang berjudul Hubungan Konformitas Teman Sebaya Dengan Intensi Penggunaan Media Sosial TikTok pada Remaja di Yogyakarta menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara konformitas teman sebaya terhadap intensi penggunaan media sosial TikTok pada remaja. Menurut Myers (2010) menyatakan bahwa konformitas merupakan perubahan perilaku remaja sebagai akibat dari tekanan kelompok, hal ini dilihat dari kecenderungan individu untuk selalu menyesuaikan diri perilaku dengan kelompok acuan untuk menghindari kesalahan.

Peneliti melakukan pengkategorisasian setiap variabel yaitu variabel fear of missing out (fomo) dan konformitas, Pengkategorisasian variabel fear of missing out(fomo) berada pada kategorisasi sedang yang berarti pada sebagian remaja masih dapat mengontrol perilaku fear of missing out (fomo) dalam menggunakan aplikasi media sosial tiktok. Kemudian pada variabel konformitas berada pada kategori sedang yang berarti, Sebagian remaja masih dapat mengontrol dirinya dalam suatu kelompok pertemanan untuk tidak terlalu mengikuti perilaku atau aturan kelompok tersebut.

Kemudian peneliti melakukan pengkategorisasian kedua variabel berdasarkan aspek. Pengkategorisasian berdasarkan aspek pada variabel fear of missing our(fomo) yaitu pada aspek Sense of self, aspek ini berkaitan dengan persepsi individu dalam mengenai dirinya sendiri, seperti sejauh mana orang tersebut mengenal dirinya sendiri dan sejauh mana seseorang membatasi pengaruh lingkungan terhadap dirinya. Kategori aspek ini berada pada kategorisasi rendah, hal ini berarti remaja masih belum mengenal dirinya sendiri dan blum mampu membatasi pengaruh lingkungan terhadap dirinya (Fatmawati, 2018).

Kemudian pada aspek Social Interaction, hal ini meliputi seberapa menilai perasaan individu terhadap interaksi dengan orang lain, dalam masalah mereka dengan rasa malu, dan tingkat kenyamanan berbicara dengan anggota lain dari suatu kelompok. Kategori aspek ini berada pada kategorisasi sedang, hal ini berarti Sebagian remaja tidak sepenuhnya memiliki rasa malu dan tingkat kenyamanan ketika berinteraksi dengan dengan orang lain dan masih dapat mengontrol perasaan malu dan tingkat kenyamanan dalam kelompok.

Kemudian aspek Social Anxiety, hal ini meliputi individu memiliki Kecemasan yang disebabkan oleh penggunaan media sosial yang dimana individu merasa cemas pada situasi sosial, karena khawatir akan mendapatkan penilaian buruk bahkan evaluasi dari orang lain dan sebaliknya akan merasa aman jika sendirian. Kategori aspek ini berada pada kategorisasi sedang yang berarti aspek ini remaja tidak sepenuhnya memiliki perasaan cemas atau khawatir saat mendapatkan penilaian dari orang lain atau dari penggunaan media sosial. Menurut Abel, dkk (2016) social anxiety merupakan kecemasan yang disebabkan oleh penggunaan media sosial.

Kemudian pengkategorisasian berdasarkan aspek pada variabel Konformitas yaitu pada aspek Pengaruh Normatif dimana individu dapat menyesuaikan diri dengan keinginan atau harapan orang lain untuk mendapatkan penerimaan individu akan berusaha untuk mematuhi standar norma yang ada didalam kelompok tersebut. Apabila individu dilanggar norma atau aturan dalam kelompok tersebut, maka efeknya adalah penolakan maupun pengasingan dari kelompok terhadap individu tersebut (Hidayati & Warmansyah, 2021). Aspek ini berada pada kategorisasi sedang yang berarti, Sebagian remaja masih dapat menyesuaikan diri dengan keinginan atau harapan orang lain untuk mendapatkan penerimaan dari kelompok tersebut.

Kemudian pada aspek Pengaruh Informasional, dimana pada aspek ini individu berusaha penyesuaian diri dalam kelompok ataupun keinginan individu untuk memiliki pemikiran yang sama sebagai akibat dari adanya pengaruh menerima pendapat maupun asumsi pemikiran kelompok dan individu beranggapan bahwa informasi dari kelompok lebih kaya dari pada informasi milik pribadi. Kategorisasi aspek ini berada pada kategorisasi sedang yang berarti Sebagian remaja berusaha menyesuaikan diri dalam kelompok untuk memiliki pemikiran yang sama didalam kelompok tersebut.

Berdasarkan pembahasan diatas, didapatkan bahwa tingkat fear of missing out (fomo) dan konformitas pada remaja, dalam menggunakan aplikasi tiktok memiliki hubungan dalam konformitas, hal ini dikarenakan adanya sesuatu yang berkaitan dengan kecenderungan individu dalam mengubah pandangan atau sikap perilakunya dengan tujuan untuk menyesuaikan diri dengan tuntutan norma sosialnya. Bahwasanya dari penjelasan diatas individu dapat diartikan sebagai adanya niat atau keinginan individu untuk menggunakan media sosial TikTok berdasarkan pada sikap dan keyakinan atau keyakinan orang lain yang dapat mempengaruhinya untuk menggunakan media sosial TikTok.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan judul penelitian hubungan antara fear of missing out (fomo) terhadap konformitas pada pengguna media sosial tiktok pada remaja. Maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa adanya hubungan antara fear of missing out (fomo) terhadap konformitas pada pengguna media sosial tiktok pada remaja. namun memiliki arah hubungan yang positif. Adapun dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar $r = 0.157$ dengan taraf signifikansi 0,002. artinya menunjukkan hubungan yang positif bahwa semakin tinggi fear of missing out (fomo) media sosial tiktok maka semakin tinggi pula konformitas.
2. Berdasarkan hasil dari kategorisasi dari setiap variabel dalam penelitian yang telah dilakukan maka kategorisasi fear of missing out (fomo) pada kategorisasi sedang yaitu sebesar 97,5% kemudian pada variabel konformitas berada pada kategorisasi sedang yaitu sebesar 95%.

DAFTAR PUSTAKA

- Abednego, F. A., Kuswoyo, C., Cen Lu, & Wijaya, G. E. (2021). Analisis Pemilihan Social Media Influencer Instagram Pada Generasi Y Dan Generasi Z Di Bandung. *Jrb-Jurnal Riset Bisnis*, 5(1), 57–73. <https://doi.org/10.35814/Jrb.V5i1.2558>
- Ahdiyanti, I., & Waluyati, I. (2021). Perilaku Keberagamaan Dan Fenomena Media Sosial Tik-Tok Pada Generasi Z. *Sosioreligius: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama*, 6(2), 74–83. <https://doi.org/10.24252/Sosioreligius.V6i2.27617>
- Alifah, A., Herachwati, N., & Muhtadi, R. (2022). Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Kosmetik Halal Pada Aplikasi Tiktok Shop Pendekatan Theory Of Planned Behaviour: (Studi Pada Masyarakat Pamekasan). *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman*, 8(1), 186–210. <https://doi.org/10.36420/Ju.V8i1.6218>
- Aprianti, K., & Wendari, W. (2022). Fenomena Sindrom Fear Of Missing Out (Fomo) Pada Digital Natives: Kontribusi Positif Atau Negatif Bagi Kualitas Pembelajaran Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 8(2), 67–76. <https://doi.org/10.17509/Jpm.V8i2.58866>
- Astuti, C. N. (2021). Hubungan Kepribadian Neurotisme Dengan Fear Of Missing Out Pada Remaja Pengguna Aktif Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, 12(2). <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/21468>
- Azizah, O. V. N., & Zahid, A. (2023). Identitas Diri Perempuan Muslim Generasi Z (Studi

- Kasus Pengguna Tiktok Mahasiswa Febi 2019 Uin Satu Tulungagung). *Pute Waya: Sociology Of Religion Journal*, 4(1), 42–62.
<https://doi.org/10.51667/pwjsa.v4i1.1409>
- Boecker, L. (2021). One Group's Pain Is Another Group's Pleasure: Examining Schadenfreude In Response To Failures Of Football Teams During The World Cup 2018. *Psychology Of Sport And Exercise*, 56, 101992. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2021.101992>
- Fatmawati, I. (2018). *Hubungan Antara Regulasi Diri Dan Resiliensi Pada Remaja Di Keluarga Yang Bercerai*.
- Hidayati, W. R., & Warmansyah, J. (2021). Pendidikan Inklusi Sebagai Solusi Dalam Pelayanan Pendidikan Untuk Anak Berkebutuhan Khusus. *Aulad: Journal On Early Childhood*, 4(3), 207–212. <https://doi.org/10.31004/Aulad.v4i3.147>
- Jenkins, N., Ritchie, L., & Quinn, S. (2021). From Reflection To Diffraction: Exploring The Use Of Vignettes Within Post-Humanist And Multi-Species Research. *Qualitative Research*, 21(6), 975–989. <https://doi.org/10.1177/1468794120920258>
- Juliana, H. (2023). Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. *Sinomika Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1517–1538. <https://doi.org/10.54443/Sinomika.v1i6.754>
- Kristanto, D., Sushartami, W., & Irawanto, B. (2022). Realita Visualitas Generasi Z Dalam Mise En Scene Iklan Shopee Men Sale. *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual*, 15(1), 01–15. <https://doi.org/10.31937/Ultimart.v15i1.2410>
- Muharam, G. M., Sulistiya, D., Sari, N., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2023). The Effect Of Fear Of Missing Out (Fomo) And Peer Conformity On Impulsive Buying In Semarang City Students (Study On Tiktok Shop Consumers). *Experimental Student Experiences*, 1(8), 687–695. <https://doi.org/10.58330/Ese.v1i8.277>
- Novalia, N., Balqis, A., & Ramadhana, A. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Brand Awareness (Studi Kasus Pada Pt. Es Teh Indonesia). *Jurnal Akrab Juara*, 6(4), 84–98.
- Salwanisa, E. A. (2023). Digital Marketing Analysis On The Consumer Decision-Making Process Of Millennials And Gen Z Generation Groups On The Tiktok Application. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 11(2), 112–125. <https://doi.org/10.25273/Equilibrium.v11i2.17374>
- Santoso, I. H., Widyasari, S., & Soliha, E. (2021). Fomsumerism : Mengembangkan Perilaku Conformity Consumption Dengan Memanfaatkan Fear Of Missing Out Konsumen. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 15(2), 159–171.

<https://doi.org/10.32815/jibeka.v15i2.230>

- Saputra, M. A. (2023). *Perilaku Konsumtif Generasi Z Dalam Online Shopping Melalui Aplikasi Tiktok Shop (Studi Deskriptif Pada Kalangan Generasi Z Pengguna Aplikasi Tiktok Shop Di Desa Kedungwungu Kabupaten Banyuwangi)*. Universitas Muhammadiyah Malang. <https://etd.umm.ac.id/id/eprint/2271>
- Savira, A. K. (2022). *Perbedaan Fear Of Missing Out Dalam Penggunaan Media Sosial Ditinjau Dari The Big Five Personality Pada Remaja Di Medan*. Universitas Medan Area. <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/18454>
- Siti Rosmayati, Arman Maulana, Sofyan Sauri, & Ujang Cepi Barlian. (2021). Pengelolaan Pembelajaran Dalam Proses Pengembangan Sosial Emosional Standar Pendidikan Anak Usia Dini. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 45–54. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i1.215>
- Syalis, E. R., & Nurwati, N. N. (2020). Analisis Dampak Pernikahan Dini Terhadap Psikologis Remaja. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 3(1), 29. <https://doi.org/10.24198/focus.v3i1.28192>
- Utami, F. P. (2022). Peran Mindfulness Untuk Mengatasi Fear Of Missing Out (Fomo) Media Sosial Remaja Generasi Z: Tinjauan Literatur. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Borneo*, 4(2). <https://doi.org/10.35334/jbkb.v4i2.3261>
- Utami, F. P. (2023). Peran Mindfulness Untuk Mengatasi Fear Of Missing Out (Fomo) Media Sosial Remaja Generasi Z : Tinjauan Literatur. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Borneo*, 4(2). <https://doi.org/10.35334/jbkb.v4i2.3261>
- Wijaya, T. A., Yaslim, N. P., Permatasari, A. M. P., Yosevina, G. R., & Mamahit, H. C. (2023). Penerimaan Diri Generasi Z Di Era Perkembangan Media Sosial. *Psiko Edukasi*, 21(1), 41–49. <https://doi.org/10.25170/psikoedukasi.v21i1.4575>
- Yulianto, A., Wibowo, U. D. A., Kharismasyah, A. Y., Primadona, S. E., & Herniah Syamsudin, S. E. (2023). *Gen Z Marketing Menggali Potensi Dan Memahami Karakteristik Generasi Z Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran Digital*. Penerbit Lakeisha.