

**HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
TIKTOK DENGAN FENOMENA *FEAR OF MISSING OUT*
(FOMO) PADA REMAJA AWAL**

SKRIPSI



Oleh :

Abdul Mutib

NIM. 17410210

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2023

HALAMAN JUDUL

**HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK
DENGAN FENOMENA *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) PADA
REMAJA AWAL**

Diajukan Kepada

Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Untuk Memenuhi
Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh

Abdul Mutib

NIM. 17410210

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG 2023**

HALAMAN PERSETUJUAN
HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK
DENGAN FENOMENA *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) PADA
REMAJA AWAL

SKRIPSI

oleh

Abdul Mutib
NIM. 17410210

Telah Disetujui Oleh

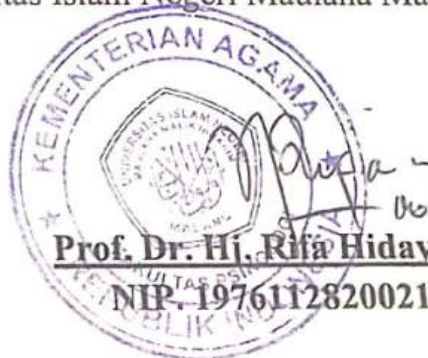
Dosen Pembimbing



Aprilia Mega Rosdiana, M.Si.
NIP. 199004102020122004

Malang, 07 Desember 2022

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



Prof. Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si.
NIP. 197611282002122001

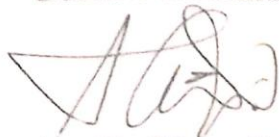
SKRIPSI

**HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK
DENGAN FENOMENA *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) PADA
REMAJA AWAL**

Oleh:

Abdul Mutib

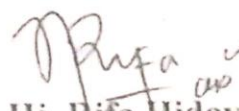
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal, 05 Januari 2023

Susunan Dewan Penguji**Dosen Pembimbing****Aprilia Mega Rosdiana, M.Si.****NIP. 199004102020122004****Anggota Penguji Lain**

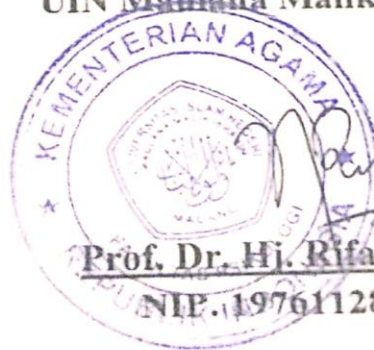
Penguji Utama

**Dr. Fathul Luhahin Nuqul, M.Si.****NIP. 197605122003121002**

Ketua Penguji

**Prof. Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si.****NIP. 197611282002122001**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi
Tanggal, 05 Januari 2023

Mengesahkan**Dekan Fakultas Psikologi****UIN Maulana Malik Ibrahim Malang****Prof. Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si.****NIP. 197611282002122001**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Abdul Mutib
Nim : 17410210
Fakultas : Psikologi
Jurusan : Psikologi
Judul : HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
TIKTOK DENGAN FENOMENA *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) PADA
REMAJA AWAL

Menyatakan bahwa penelitian ini merupakan karya sendiri dan tidak melakukan plagiasi yang diambil dari karya milik orang lain. Baik itu Sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini yang telah saya buat sebagaimana mestinya dan sebnar-benarnya. Apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik.

Malang, 05 Januari 2023



Abdul Mutib
NIM. 17410210

MOTTO

"Seseorang yang berani membuang waktu 1 jam dari hidupnya bukanlah seseorang yang menghargai kehidupan." – Charles Darwin

"Jangan berkata anda tidak punya cukup waktu. Anda memiliki jumlah waktu yang sama setiap hari dengan waktu yang diberikan pada Helen Keller, Pasteur, Michelangelo, Mother Teresa, Leonardo da Vinci, Thomas Jefferson, dan Albert Einstein." – H. Jackson Brown

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Alloh SWT yang senantiasa memberikan ketabahan, kekuatan dan kemudahan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dan saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Ibu, Bapak dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan dukungan penuh kepada saya baik berupa materi ataupun doa yang selalu di panjatkan untuk saya agar bias menyelaikan program studi S1 ini. Semoga beliau selalu di berikan kesehatan dan selalu berada dalam lindunganNya.
2. Segenap Dosen dan Sivitas Akademika Fakultas Psikologi UIN Malang yang sudah membimbing saya selama kuliah dari awal sampai sekarang ini.
3. Segenap sahabat-sahabat yang sudah membantu dan memberikan support dalam menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil 'alamin puji syukur saya haturkan kepada Allah *subhanahu wa ta'ala* karna rahmad dan karunianya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DENGAN FENOMENA *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) PADA REMAJA AWAL”** sebagai persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan S1 jurusan psikologi di UIN Malang. Solawat dan salam saya haturkan kepada baginda Rosululloh SAW yang telah menjadi contoh yang baik untuk kita semua.

Karya peneilitian ini dapat terselesaikan karna berkat bantuan, bimbingan, dan support dari berbagai pihak, maka dari itu saya ucapkan beribu terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Zainuddin, MA selaku rektor dari Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Rifa Hidayah, M.Si, selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Zamroni, S.Psi, M.Pd, selaku Kepala Jurusan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Aprilia Mega Rosdiana, M.Si, dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya, dan membimbing saya dengan sabar serta banyak memberikan masukan selama bimbingan skripsi.
5. Drs. Zainul Arifin, M.Ag, selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dengan penuh ketabahan.

6. Yusuf Ratu Agung, MA, selaku wali dosen yang telah membimbing saya dari awal hingga akhir semester.
7. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan ilmu dan mendidik selama kuliah.
8. Seluruh karyawan Bagian Akademik Fakultas yang senantiasa selalu sabar dalam melayani segala administrasi selama penulisan skripsi.

Demikian, semoga karya penelitian ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan, dan semoga semua pihak yang sudah membantu mendapatkan balasan yang setimpal dari Alloh SWT.

Malang, 05 Januari 2023

Abdul Mutib
NIM. 17410210

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT.....	xvi
الخلفية.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	13
1. Manfaat Teoritis	13
2. Manfaat Praktis.....	14
BAB II.....	15
KAJIAN TEORI	15
A. Fenomena FOMO	15
1. Pengertian Fenomena <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO).....	15
2. Aspek-aspek Fenomena <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	19
3. Ciri-ciri gejala Fenomena <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	20
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Fenomena <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	21
B. Pengertian Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	21
1. Aspek-Aspek intensitas penggunaan media sosial	22
C. Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok dengan Fenomena <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) Pada Remaja Awal.....	23

D. Hipotesis.....	26
BAB III	27
METODE PENELITIAN.....	27
A. Rancangan Penelitian	27
B. Identifikasi Variabel.....	27
C. Definisi Operasional.....	28
D. Populasi Dan Sampel	29
E. Metode Pengumpulan Data	30
F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	31
G. Metode Analisis Data.....	32
BAB IV	35
PEMBAHASAN	35
A. Pelaksanaan Penelitian.....	35
1. Profil SMP Wachid Hasyim	35
2. Visi dan Misi SMP Wahid Hasyim	35
3. Waktu Penelitian	36
4. Tempat dan Subjek Penelitian	36
B. Hasil Penelitian	37
1. Uji Validitas	37
2. Uji Reliabilitas.....	41
3. Analisis Statistik Deskriptif.....	41
4. Kategorisasi Data	42
5. Uji Asumsi Klasik	44
6. Uji Hipotesis.....	46
C. Pembahasan.....	47
1. Tingkat Fenomena <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) Pengguna Media Sosial TikTok Pada Remaja Awal	47
2. Tingkat Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Remaja Awal.....	49
3. Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok Dengan Fenomena <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) Pada Remaja Awal	52

BAB V.....	56
PENUTUP.....	56
A. Kesimpulan	56
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Keterangan Aspek <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO).....	37
Tabel 4.2 Blueprint Setelah Uji Coba	38
Tabel 4.3 Blueprint Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok	39
Tabel 4.4 Blueprint Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok	40
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.6 Hasil uji statistik deskriptif	42
Tabel 4.7 Kategorisasi Data	43
Tabel 4.8 Kategorisasi <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	43
Tabel 4.9 Kategorisasi Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok.....	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas	45
Tabel 4.12 Hasil Uji Korelasi	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rancangan Penelitian28

ABSTRAK

Abdul Mutib, 17410210, Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Dengan Fenomena *Fear Of Missing Out* (FOMO) Pada Remaja Awal, Skripsi, Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2022.

Fear of Missing Out (FOMO) merupakan fenomena media sosial dimana pelakunya mengakses media sosial melebihi batas waktu wajar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan intensitas penggunaan media sosial tiktok dengan Fenomena *Fear Of Missing Out* (FOMO) pada remaja awal. *Fear of Missing Out* (FOMO) ditandai dengan adanya perasaan takut, kekhawatiran, ingin mendapatkan perhatian, kecemasan apabila tidak dapat mengikuti perkembangan media sosial.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian yang menguji hipotesis. Adapun subjek dari penelitian ini adalah siswa-siswi SMP Wahid Hasyim. 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 siwa. Penelitian ini menggunakan angka, hasil olah data statistik, struktur serta percobaan terkontrol sebagai maksimalisasi objektivitas desain penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji hipotesis menunjukkan adanya hubungan positif antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) pada remaja awal. nilai signifikansi pada variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO) yaitu 0,000 yang memiliki arti nilai signifikansi pada variabel tersebut lebih kecil dari 0,05. Maka variabel tersebut menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel intensitas penggunaan media sosial TikTok (X) dengan variabel (Y) *Fear of Missing Out* (FOMO).

Kata Kunci : Intensitas, TikTok, Fear of Missing Out (FOMO).

ABSTRACT

Abdul Mutib, 17410210, The Relationship between the Intensity of the Use of Social Media Tiktok and the Phenomenon of Fear of Missing Out (FOMO) in Early Adolescents, Thesis, Faculty of Psychology, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2022.

Fear of Missing Out (FOMO) is a social media disease where the culprit accesses social media beyond reasonable time limits. This study aims to determine the relationship between the intensity of the use of social media Tiktok and the phenomenon of Fear Of Missing Out (FOMO) in early adolescents. Fear of Missing Out (FOMO) is characterized by feelings of fear, worry, wanting to get attention, anxiety if you can't keep up with social media developments.

This research is a quantitative research with the type of research that tests the hypothesis. The subjects of this study were students of SMP Wahid Hasyim. The data collection method used by the researchers was to distribute questionnaires that had been prepared to 120 Wahid Hasyim Middle School students, consisting of 63 students and 57 students. This study uses numbers, the results of processing statistical data, structure and controlled experiments as maximizing the objectivity of the research design.

The results of this study indicate that the results of hypothesis testing indicate a positive relationship between the intensity of social media use TikTok and the phenomenon of Fear of Missing Out (FOMO) in early adolescents. the significance value of the Intensity of Use of Social Media TikTok variable on Fear of Missing Out (FOMO) is 0.000, which means the significance value of this variable is less than 0.05. So these variables show a significant relationship between the variable intensity of social media use TikTok (X) and the variable (Y) Fear of Missing Out (FOMO).

Keywords: *Intensity, TikTok, Fear of Missing Out (FOMO).*

الخلفية

عبد المطيب ، ١٧٤١٠٢١٠ ، العلاقة بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تيك توك وظاهرة الخوف من الضياع (فومو) لدى المراهقين الأوائل ، أطروحة ، كلية علم النفس ، جامعة الدولة الإسلامية مولانا مالك إبراهيم مالانج ، ٢٠٢٢ .

الخوف من الضياع (فومو) هو أحد أمراض وسائل التواصل الاجتماعي حيث يصل الجاني إلى وسائل التواصل الاجتماعي بما يتجاوز الحدود الزمنية المعقولة. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد العلاقة بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تيك توك وظاهرة الخوف من الضياع (فومو) لدى المراهقين الأوائل. يتميز الخوف من الضياع (فومو). بمشاعر الخوف والقلق والرغبة في جذب الانتباه والقلق إذا لم تتمكن من مواكبة تطورات وسائل التواصل الاجتماعي.

هذا البحث هو بحث كمي مع نوع البحث الذي يختبر الفرضية. شارك في هذه الدراسة طلاب مدرسه صغار وحيد حسيم. وكانت طريقة جمع البيانات التي استخدمها الباحثون تتمثل في توزيع الاستبيانات التي تم إعدادها على ١٢٠ طالبًا من مدرسة وحيد حسيم الإعدادية ، تتكون من ٦٣ طالبًا و ٥٧ طالبًا. تستخدم هذه الدراسة الأرقام ونتائج معالجة البيانات الإحصائية والهيكل والتجارب المضبوطة لتعظيم موضوعية تصميم البحث.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن نتائج اختبار الفرضيات تشير إلى وجود علاقة إيجابية بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تيك توك وظاهرة الخوف من الضياع (فومو) لدى المراهقين الأوائل. قيمة أهمية متغير كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي تيك توك على الخوف من الضياع (فومو) هي ٠,٠٠٠ ، مما يعني أن قيمة أهمية هذا المتغير أقل من ٠,٠٥ . لذلك تُظهر هذه المتغيرات علاقة مهمة بين الكثافة المتغيرة لاستخدام الوسائط الاجتماعية تيك توك (X) والمتغير (Y) الخوف من الضياع (فومو).

الكلمات الرئيسية: كثافة ، تيك توك ، الخوف من الضياع (فومو).

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Isu terkait kecanduan internet di Indonesia sudah bukan hal baru lagi, banyak fenomena, kelainan, bahkan penyakit yang disebabkan karena perilaku kecanduan terhadap internet. Dalam perkembangan klasifikasi gangguan penggunaan internet yang semakin marak dikalangan masarakat ini timbul gejala baru yang disebut dengan *Fear Of Missing Out* (FOMO). Di era yang semakin maju dengan berbagai perkembangan teknologi dan kemudahan akses dimasyarakat bukan hal yang baru jika membawa dampak yang negative bagi sebagian kelompok masyarakat, salah satunya adalah fenomena *Fear Of Missing Out* (FOMO) ini. *Fear Of Missing Out* (FOMO) diartikan sebagai timbulnya rasa cemas dalam diri seseorang akan kehilangan sebuah momen atau ketakutan dalam hal tidak dilibatkan dalam suatu kegiatan atau momen yang dilakukan oleh individu lain di sekitarnya.

Alt dan Boniel Nissim (dalam Zanah & Rahardjo, 2020) memberikan definisi FOMO merupakan kecemasan seseorang karena khawatir tidak dapat berinteraksi sosial. Kontribusi *Fear of Missing Out* (FOMO) berimpulsif kepada ketergantungan media sosial dan tidak mau tertinggal berita sedikitpun. Individu mengalami determinasi di bidang teknologi untuk tetap berkomunikasi dengan orang lain. *Przyblylski, dan Gladwell* (2013) menjelaskan definisi *Fear of Missing Out* (FOMO) merupakan ketakutan yang dialami seseorang karena kehilangan momen berharga, karena dirinya tidak terlibat langsung bersama kelompok atau orang lain sehingga membuatnya terus memiliki keinginan tetap terhubung bersama mereka didunia maya. Sedangkan menurut *JWTIntelligence* (2012) *Fear of Missing Out* (FOMO) merupakan ketakutan karena orang tersebut tidak ikut berpartisipasi atau melewatkan kejadian menyenangkan.

Menurut abel (dalam Aisafitri & Yusriyah, 2021) individu yang menjadikan media sosial sebagai candu dan tergolong *Fear of Missing Out*

(FOMO) apabila terdapat tanda-tanda sebagai berikut: tidak dapat melepaskan dirinya dari handphone atau ponsel di kehidupan sehari-hari, merasakan kecemasan dan kekhawatiran jika dalam sehari tidak mengecek media sosialnya, lebih dominan berkomunikasi menggunakan media sosial dari pada interaksi secara langsung, suka mengekspos atau ingin tetap eksis di medsos, menshare setiap kegiatan dan depresi ketika sedikit jumlah tayangnya.

Fear of Missing Out (FOMO) merupakan fenomena media sosial dimana pelakunya mengakses media sosial melebihi batas waktu wajar. Beberapa penelitian menunjukkan remaja yang tidak terhubung di medsos akan mengalami kecemasan dan kegelisahan. Kebiasaan yang berujung *Fear of Missing Out* (FOMO) dilakukan berulang-ulang sehingga menjadi ketergantungan bahkan ketika makan dan berinteraksi remaja masa kini tidak dapat melepaskan diri dari media sosial atau gadget yang dimiliki (Putri, 2019).

Ketika remaja dihadapkan pada fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO), kesadaran diri remaja lebih cenderung mengikuti kebutuhan orang lain. Perkembangan Internet dan berbagai kecanggihannya telah menciptakan kesenjangan antar individu, menunjukkan apa yang dimiliki setiap orang, dan mempublikasikan kehidupan sehari-hari mereka di media sosial. Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) adalah remaja karena kehidupan orang lain yang diikuti tidak sama dengan kehidupannya, berdasarkan studi korelasi diri *Fear of Missing Out* (FOMO). Fenomena Rasa Percaya Diri Remaja SMP Muhammadiyah 2 Koefisien Korelasi Godean $-0,472$, sig.: $0,000 < \text{It}; 0,05$ (Tiara Dewi, 2016).

Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) ini membuat seseorang akan merasakan sebuah perasaan tidak nyaman ketika kehilangan momen berharga yang terjadi pada orang lain. Seseorang akan cenderung membandingkan dirinya dengan orang lain dan akan timbul emosi negatif apabila ada orang lain yang lebih unggul dari dirinya. Disisi lain seseorang yang terindikasi fenomena fomo ini akan merasa tidak nyaman apabila tidak

dilibatkan dalam sebuah aktivitas serta akan selalu memeriksa aktivitas dari orang-orang sekitarnya semata-mata hanya untuk memastikan bahwa dirinya tidak tertinggal dalam berita terbaru. Salah satu siswa berinisial KN yang peneliti wawancarai pada tanggal 05 Desember di SMP Wahid Hasyim menyatakan bahwa ia akan merasakan ketertinggalan pada saat teman-teman yang lain membicarakan kegiatan atau trend yang sedang viral sementara ia tidak mengetahui tentang kegiatan atau trend tersebut. Menurut KN dirinya akan selalu memantau media sosial dengan alasan agar bisa mengikuti trend yang sedang dibahas oleh teman-temannya di sekolah.

Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) ini juga membuat siswa di SMP Wahid Hasyim tidak ingin tertinggal dengan trend di TikTok yang sedang viral, bahkan seorang siswa dengan inisial IN menyatakan bahwa ia dan teman-temannya sering menirukan gerakan dan bahasa terbaru yang sedang viral di TikTok supaya dirinya tidak ketinggalan dari teman-temannya yang lain. Berdasarkan data kominfo seorang remaja berinisial K terkena sindrom TikTok dengan melakukan gerakan refleksi TikTok yang berulang-ulang. Perbuatan yang sering dilakukan termasuk menari dan meniru TikTokers dapat menjadi kebiasaan dan tersimpan di otak serta mempengaruhi jaringan otak karena diakibatkan rasa senang (Aprilia, 2020). Berdasarkan riset *Harvard University* seseorang yang mengalami kecanduan terhadap media sosial terdapat kerusakan di bagian otak dopamine akan tercipta ketika keasyikan bermain media sosial (Reni Utari, 2020).

Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) juga menyerang kalangan remaja awal perempuan yang berinisial T. remaja ini berusia 18 tahun yang kecanduan bermain TikTok untuk menghibur diri. ketika memeriksakan diri ke rumah sakit remaja ini didiagnosis terkena sindrom TikTok hal ini terjadi karena ia tidak dapat mengontrol untuk selalu membuka aplikasi TikTok dan meniru gerakan TikTokers. Gejala yang dialami remaja ini adalah tubuh yang bergerak-gerak dan harus minum obat dokter untuk mengatasi gejala ini (Aryandi, 2021).

Para pengidap Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) tidak dapat menyadari bahwa dirinya terkena dan mengidap sindrom media sosial. *Fear of Missing Out* (FOMO) merupakan suatu gangguan psikologis yang dialami oleh pecandu media sosial. Dr. Andrew K. Przybylski pada tahun 2013 menemukan bahwa Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) merambah kepada pemikiran para pecandu media sosial yang melebihi batas normal. Sekitar 8-10 jam remaja menghabiskan kehidupan sehari-hari di media sosial hal ini diteliti di Amerika Serikat. Gejala Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dapat berupa ketertarikan untuk berinteraksi di dunia maya dan membatasi interaksi di dunia nyata serta mengunggul-unggulkan dirinya dengan memposting video atau foto yang menarik perhatian orang lain untuk mendapatkan tanda suka dari orang yang melihat. Ciri kedua pengguna merasa gatal untuk selalu mengecek gadget dan mengikuti update dari berita-berita netizen di media sosial. Terakhir seseorang yang akut terkena Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) merasa ingin mengungguli orang lain dan depresi jika tidak seperti yang dia harapkan. Dampak negatif dari adanya Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) ini dapat meretakan hubungan antara sesama teman, mengganggu psikologis dan mental serta berpengaruh kepada finansial orang yang menjadi pengguna gadget (Irene Radius Saretta, 2020).

Karakteristik yang dialami remaja terkait Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) memiliki korelasi dengan penelitian terdahulu Risdiyanti pada tahun 2019 dengan judul Peranan *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap Permasalahan Sosial Media. Penelitian tersebut menggunakan teknik *volunteer* (op in) panel dengan mengambil sampel dari internet dan menyebarkan kuesioner ke media sosial. Karakteristik dari partisipan mengambil remaja dengan rentang 12-22 tahun ($M=18.65$, $SD=2.818$), dengan jumlah partisipan sebanyak 54 orang remaja berjenis kelamin laki-laki dan sebanyak 200 orang remaja berjenis kelamin perempuan, sehingga total keseluruhan adalah sebanyak 254 partisipan. Alat ukur yang digunakan Wegmann, Oberst, Stodt dan Brand (2017) yang terdiri dari 12 item skala

likert dari sangat tidak sesuai, sampai pada sangat sesuai. Wegmann, Oberst, Stodt dan Brand. Untuk mengukur PSMU, peneliti menggunakan Xanidis and Brignell (2016) *Social Media Usage Questionnaire* (SMUQ) yang memiliki 9 item dengan lima skala pengukuran Likert mulai dari “Tidak Pernah” hingga “Selalu”. SMUQ mengandung dua komponen yaitu susut dan tegangan. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya oleh Francina, Vanden Abeele, van Rooij, Lo Coco & De Marez (2018). *Fear of Missing Out* (FOMO) mempengaruhi seseorang sehingga menjadi permasalahan penggunaan sosial media. Ketika individu terkena *Fear of Missing Out* (FOMO) kecemasan yang dialami dialihkan dengan mengikuti kehidupan orang lain. 2 variabel menunjukkan hasil R Square sebesar 0,358 sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa peranan yang diberikan oleh *Fear of Missing Out* (FOMO) kepada problematic sosial media use sebanyak 35,8%, sedangkan 64,2% dipengaruhi oleh penyebab yang lain. Faktor-faktor tersebut adalah tipe kelekatan hubungan, tipe kepribadian, *subjective well-being*, *self-esteem*, kecemasan serta depresi (Risdyanti, 2019).

Penelitian lain mengenai Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dari Revinda Devika Anggraeni pada tahun 2021 yang berjudul Hubungan Antara Subjective Well-Being dan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada Emerging Adulthood. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif, dan analisisnya menggunakan uji Product Moment menggunakan program IBM Version 20 *Statistics Package for Social (SPSS) for Windows*. Sebanyak 146 orang berusia 18 hingga 25 tahun dari kota Surabaya mengikuti survei ini. Data survei dijalankan melalui skala yang didistribusikan dalam bentuk Google Forms. Dan hasil akhir penelitian menunjukkan adanya hubungan negatif yang terlihat antara subjektif well-being dan *Fear Of Miss Out* (FOMO), dengan koefisien korelasi sebesar -0,596 dan nilai signifikansi $p = 0,000$. Kota Surabaya menunjukkan tingkat kesejahteraan subjektif yang tinggi dalam penelitian ini, dengan FOMO lebih rendah dari kota-kota lain, (Anggraeni, 2021).

Keberadaan teknologi yang dapat menjangkau segala Batasan usia tentu memiliki dampak positif dan juga negatif. Keberadaan teknologi bagi kalangan remaja merupakan sebuah hiburan yang terkadang digunakan secara berlebihan. Akhir-akhir ini sering ditemukan fenomena kecanduan teknologi utamanya pada media sosial yang terjadi pada kalangan anak-anak, remaja, bahkan pada orang dewasa. Pada tahun 2017 yang lalu di Bali terjadi kecelakaan lalu lintas yang menyebabkan 2 korban yaitu pengendara sepeda motor dan seorang balita yang diboncengnya meninggal dunia di tempat kejadian yang diduga disebabkan pengendara sepeda motor tersebut asyik bermain *gadget* dan sedang menelpon pada saat mengendarai sepeda motor. Menurut saksi mata, kecelakaan lalu lintas ini terjadi antara pengendara sepeda motor dengan truk. Supir truk mengungkapkan bahwa ia telah memperingatkan pengendara sepeda motor untuk mengurangi laju kecepatannya dengan cara membunyikan klakson. Namun karena focus pengendara sepeda motor tersebut terpecah dengan *handphone* nya mengakibatkan kecelakaan yang tidak bisa dihindari lagi. (Waskita, 2017).

Selain fenomena di atas, fenomena lain juga terjadi di Jembatan Suramadu pada juli 2020 yang lalu yaitu 3 orang ibu-ibu berbaju kuning sedang asyik berjoget di jembatan suramadu untuk konten TikTiknya. Hal tersebut spontan mendapat cibiran dari berbagai pihak karena 3 ibu-ibu tersebut telah melanggar aturan bahwa penumpang kendaraan dilarang turun di Jembatan Suramadu. Kasus tersebut mendapat perhatian dari kepolisian kenjeran dan pada akhirnya 3 ibu-ibu tersebut harus menanggung konsekuensinya yaitu membayar denda. Dampak dari adanya teknologi ini memang sangat bisa dirasakan bahkan seseorang yang tidak mengikuti trend terkini tidak jarang mengalami *bullying* di lingkungannya (Gunandha, 2020).

Pada penelitian skripsi ini, peneliti sempat melakukan wawancara dengan guru Bimbingan Konseling (BK) di SMP Wahid Hasyim yang menyatakan bahwa *adanya perasaan takut ketinggalan tren yang dirasakan oleh anak didiknya dalam hal berpenampilan. Namun guru BK tersebut*

menyatakan bahwa sumber dari tren yang diikuti oleh peserta didiknya masih belum diketahui melalui TikTok atau media sosial yang lainnya. Selain itu guru BK SMP Wahid Hasyim juga menyatakan adanya pengaruh dari penggunaan media sosial dalam hal Bahasa. Jadi selain trend berpenampilan yang berupa penggunaan riasan wajah dan aksesoris yang dibawa ke sekolah, penggunaan Bahasa siswa-siswi di SMP Wahid Hasyim juga update mengikuti tren di media sosial. (Wawancara BK SMP Wahid Hasyim, 2022).

Di era digitalisasi teknologi yang berkembang pesat ini, Media sosial menjadi kebutuhan yang begitu penting bagi masyarakat sehingga penggunaan media sosial menjadi intens. Sebagai alat komunikasi, media sosial menjadikan masyarakat modern mampu mendapatkan dan menyebarkan informasi dengan cepat. Pemilihan media sosial tidak terbatas hanya pada ruang dan waktu. Kaplan dan Haenlein mendefinisikan media sosial adalah aplikasi yang berbasis internet yang didalamnya terdapat pertukaran *user generated content*. Aplikasi media sosial dilengkapi dengan kecanggihan fitur-fitur yang dapat menjadi media penghibur bagi penggunanya (Mela Rahmayani, 2021).

Intensitas penggunaan media sosial adalah perhatian dan minat seseorang dalam menggunakan media sosial yang diukur dari kedalaman atau kekuatan penggunaan media sosial. Perilaku penggunaan media sosial didasarkan pada keinginan untuk menanggapi kepuasan atau kebutuhan pengguna. Kebutuhan atau keinginan yang berhubungan dengan tujuan penggunaan media sosial. Pengguna media sosial yang tinggi menggunakan media sosial mereka dalam waktu yang lama berdasarkan durasi dan frekuensi penggunaan (Tubb & Moss dalam Nurjan et al., 2016). Akibat maraknya penggunaan media sosial, para remaja semakin bisa terpapar berbagai informasi dari berbagai media sosial yang ada, termasuk media sosial TikTok. Chaplin (2011) mendefinisikan intensitas sebagai kekuatan perilaku atau bisa juga pengalaman, seperti kekuatan respons emosional. Azwar (2000) menyatakan bahwa intensitas adalah suatu kekuatan ataupun

kedalaman terhadap penyikapan. Kartono & Gulo (2001) menyatakan terkait intensitas yang memiliki arti kecil maupun besarnya sebuah perilaku, jumlah energi fisik yang dibutuhkan untuk bisa membuat rangsangan terhadap salah satu indera.

Sejalan dengan hal tersebut Umami & Rosdiana (2022) mengartikan intensitas sebagai keadaan saat melakukan sesuatu yang dapat dilihat dari lamanya melakukan suatu kegiatan. Intensitas penggunaan media sosial memiliki pengaruh terhadap berbagai aspek kehidupan, menurut penelitian (Mafazatil Umami, 2021) menyatakan bahwa intensitas penggunaan media sosial memiliki hubungan yang negatif terhadap *self awareness*. Artinya, semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial maka *self awareness*-nya terhadap lingkungan semakin rendah.

Berdasarkan studi tahun 2021 oleh Mafazatil Umami, Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Kesadaran Diri pada Remaja Lombok Timur, di mana 100 responden menunjukkan bahwa 13 persen memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi. Frekuensi 13 orang. Selain itu, subjek dengan tingkat kategori sedang memiliki persentase 84 orang dan frekuensi 84 orang. Walaupun subjek termasuk dalam kategori rendah dengan persentase 3% dan frekuensi 3 orang, namun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar pemuda Lombok Timur cukup menggunakan media sosial karena persentasenya lebih tinggi yaitu 84%. Hasil persentase yang tinggi berarti remaja Lombok Timur tidak lepas dari penggunaan media sosial dan mereka cenderung menggunakan media sosial dengan intensitas tinggi meskipun sedang (Umami, 2021).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Panji Candra Ramadhan pada tahun 2022 dengan responden sebanyak 66 orang yang berjudul Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kepercayaan Diri Mahasiswa Jurusan Manajemen UIN Malang Angkatan 2021. Menunjukkan Subjek yang berada pada kategori sedang persentasenya sebanyak 54,8% dengan jumlah frekuensi sebanyak 40 individu. Sedangkan yang berada

pada kategori rendah persentasenya 35,6% dengan frekuensi sebanyak 26 individu. Pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa manajemen UIN Malang mempunyai kecenderungan menggunakan media sosial Instagram dengan intensitas tinggi walaupun masih berada dalam kategori sedang (Ramadhan, 2022).

Wawancara dilakukan tanggal 05 Desember pada siswa SMP Wahid Hasyim yang berinisial NM mengatakan bahwa waktu senggang setelah pulang sekolah kebanyakan dihabiskan untuk menjelajahi sosial media, NM mengakses berbagai sosial media salah satunya TikTok. NM mengatakan bahwa dirinya mengakses TikTok merupakan kegiatan yang mampu mengatasi rasa bosan pada saat pulang sekolah atau bahkan pada saat libur sekolah dan NM lebih suka menonton video yang sedang FYP di TikTok, NM bisa mengakses TikTok lebih dari 3 jam setiap harinya terutama Ketika hari libur sekolah yang diungkapkan dalam wawancaranya.

Pernyataan dari siswa lain yang berinisial NK yaitu KN juga merasakan hal yang sama, ia mengatakan bahwa jika waktu luang yang dimiliki digunakan untuk mengakses TikTok maka waktu yang ia habiskan selama beberapa jam akan terasa sangat sebentar. KN juga mengatakan bahwa ia berulang kali membuka aplikasi TikTok dalam sehari dan NK menyukai aplikasi TikTok karena terdapat video-video yang menarik menurutnya dan berbagai informasi yang didapatkan seperti berita terkini, hiburan, dan gaya hidup yang sedang viral di TikTok ujarnya dalam wawancara.

Platform media sosial yang banyak dipakai oleh kalangan remaja adalah TikTok. Di dalam aplikasi android ini banyak tersedia berbagai fitur-fitur canggih video, lagu, bermacam-macam filter menarik dan stiker sehingga dapat digunakan oleh pengguna dengan beradu gaya, membuat video, serta menjadi bahan kreativitas dalam berkreasi dan aplikasi tiktok juga bisa di jadikan sebagai ecommerce untuk belanja secara online. Aplikasi TikTok pernah diblokir oleh KOMINFO (Kementerian Komunikasi dan Informasi). Sebagai platform buatan Tiongkok China,

TikTok eksis di kalangan pemuda dan pemudi dengan berbagai kemudahan dalam mengaksesnya (Madhani, 2021).

Kecanggihan media sosial terutama media sosial TikTok dimanfaatkan oleh kalangan remaja untuk memenuhi rasa keingintahuannya terhadap pembaharuan media sehingga menjadi trend dan terdapat stigma gaul bagi remaja yang aktif media sosial. Keadaan yang masih labil dan belum mampu menyaring informasi yang didapatkan membuat remaja terkena dampak negatif dan positif dari adanya media sosial. Remaja awal kebanyakan tidak mampu mengontrol dirinya untuk memanfaatkan media sosial dalam kesehariannya yang terlalu sering sehingga mengakibatkan afeksi terhadap media sosial (Aprilia, 2020).

Keingintahuan remaja diakibatkan oleh kemudahan dalam mengakses TikTok dan menjadi daya tarik bagi generasi milenial. Informasi yang diterima begitu cepat menjadikan remaja awal menjadi dewasa sebelum waktunya. Menurut Przbyski (2013) tingginya penggunaan media sosial terjadi karena didorong oleh Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) yang mencakup remaja awal 13-16 tahun. Kelompok remaja awal tanpa pengawasan orang tua menjadi tidak terkontrol dan menjadi deretan kelompok rentan yang bergantung kepada internet. Dampak negatif dari adanya media sosial adalah sifat kepo kepada keseharian orang lain bahkan sampai kepada tahap membanding-bandingkan kelebihan dan kekurangannya. Fenomena yang disertai rasa khawatir karena dirinya dianggap tertinggal atau tidak up to date dikenal dengan *Fear of Missing Out* (FOMO). Fenomena ini adalah salah satu komunikasi interpersonal dimana penderitanya merasakan kekhawatiran, ketakutan diiringi ketertinggalan terhadap info dan komunikasi yang terdapat di media sosial. Karena individu terlalu banyak menggunakan sosial media tanpa jeda waktu bahkan dari bangun tidur sampai tidur lagi akan berdampak kepada kecanduan media sosial termasuk didalamnya TikTok sebagai aplikasi medsos yang banyak digunakan di Indonesia (Aisafitri & Yusriyah, 2021).

TikTok diluncurkan pertama kali oleh ByteDance Douyin yang memiliki 100 juta orang yang membuat akun dan 1 Milyar tayangan video. Kemudian Karena didukung dengan popularitas Douyin meluas ke China dan dikenal dengan TikTok. Aplikasi TikTok mengungguli aplikasi lainnya sebagai peringkat ke 2 setelah Whatsapp yang diunduh sekitar 1,5 Miliar pengguna setiap hari. Konten-konten TikTok dimanfaatkan remaja untuk menari dan menyanyi. Konten yang bernilai negatif akan memberikan pengaruh psikologis pada remaja. Menurut para ahli remaja berada di usia 15-18 th yang diiringi dengan kematangan emosional, spiritual dan fisik dengan melewati perkembangan yang signifikan dalam menentukan jati dirinya (Adawiyah, 2020).

Kemunculan berbagai platform aplikasi pembuat video menjadi hal yang lumrah di kalangan milenial dan di era digital. Kemajuan teknologi mendorong adanya kemudahan dalam mengekspos video dengan berbagai pilihan yang mampu menarik minat netizen untuk menonton. Menurut Aji dan Setiyadi (dalam Bulele & Wibowo, 2020) TikTok diminati oleh kalangan milenial atau yang sekarang disebut dengan generasi Z. TikTok menjadi aplikasi yang dilengkapi dengan effect special yang dapat menarik penggunanya dengan video pendek sehingga dapat dipamerkan atau dibagikan di fyp TikTok (Eka Putri, 2009).

TikTok melonjak naik di tahun 2019 dengan peminatnya di kalangan artis. Sebagai media hiburan TikTok menjajah kalangan remaja hingga dewasa dan orang tua. Kemajuan dan viralnya aplikasi TikTok menjadi media dalam eksistensi yang berbentuk video kurang lebih berdurasi 15 detik yang dilengkapi dengan effect dan filter yang mendukung konten video TikTok. Meluasnya pengguna TikTok tidak hanya di daerah perkotaan akan tetapi melebar ke daerah-daerah yang terpencil (Arventin, 2019).

Menurut Zaputri (dalam Media, 2021) media sosial TikTok menjadikan generasi remaja masa kini menari secara tidak wajar dan tidak mencerminkan usianya. Remaja menghabiskan waktu bermain dengan

berinteraksi di dunia maya dan membatasi berinteraksi secara langsung di dunia nyata. Afeksi dari adanya aplikasi TikTok remaja menjadi peniru sejati dan membanding-banding ataupun body shaming sebagai akibat dari adanya kecanduan TikTok. Karena kebanyakan menari yang tidak sesuai usia ada salah satu hal yang dapat menjadi perhatian orang tua yaitu Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO).

Berdasarkan permasalahan diatas maka peneliti tertarik melakukan pengkajian ulang terhadap hubungan media sosial TikTok terhadap Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) pada masa remaja awal. Pada masa transisi remaja berusaha menemukan jati dirinya dan melakukan tahap meniru terhadap gaya orang lain hal ini didukung dengan adanya digitalisasi teknologi yang dapat diakses kapanpun, siapapun, dan tidak terbatas di daerah dan siapa yang mengakses. Para remaja yang terlalu labil dapat mengakses konten-konten yang melebihi usia mereka, semua informasi yang sedang trend bisa di dapatkan dengan mudah di TikTok mulai dari berita terupdate, tempat refreshing yang bagus, makanan yang lagi viral, fashion dan lainnya, dan juga media sosial tiktok sudah menjadi ecommerce sehingga penggunanya bisa langsung membeli secara online barang yang di sukainya, dari semua kemudahan yang di berikan media sosial tiktok inilah yang menjadi salah satu penyebab kecanduan TikTok. Kecanduan terhadap TikTok dapat menyebabkan Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO). Fenomena ini menyerang remaja yang menjadi pengguna TikTok dibatas normal sehingga mempengaruhi mental dan psikologi remaja awal. Penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang menjadi bahan pertimbangan untuk mengkaji lebih lanjut pengaruh TikTok terhadap Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) remaja awal. Terlebih penelitian ini berfokus kepada hubungan intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dengan mengkorelasi dampak intensitas penggunaan aplikasi TikTok dengan Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) pada remaja awal.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan kepada latar belakang penelitian ini maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut ini.

1. Bagaimana tingkat Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) pengguna media sosial TikTok pada remaja awal?
2. Bagaimana tingkat intensitas penggunaan media sosial TikTok terhadap remaja awal?
3. Bagaimana hubungan intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) pada remaja awal?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat disusun tujuan penelitian sebagai berikut ini:

1. mengetahui tingkat Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) pengguna media sosial TikTok pada remaja awal
2. mengetahui tingkat intensitas penggunaan media sosial TikTok terhadap remaja awal
3. membuktikan hubungan intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) pada remaja awal

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat yang diberikan secara teoritis dari penelitian ini adalah:

- a. Hasil dari penelitian diharapkan mampu menjadi bahan pengembangan keilmuan yang berhubungan dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) pada remaja awal
- b. Penelitian ini diharapkan mampu memperluas bidang penelitian *Fear of Missing Out* (FOMO)

- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan baru terkait Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) pada remaja awal

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Remaja dan Pengguna TikTok

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan edukasi mengenai dampak dari kecanduan media sosial TikTok terhadap fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) yang banyak terjadi pada remaja sehingga dapat mengembangkan diri dan melakukan kegiatan positif lainnya yang bermanfaat untuk dirinya dan lingkungan sekitarnya.

- b. Bagi Institusi

Hasil penelitian yang berlokasi di SMP Wahid Hasyim ini diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan dalam membuat kebijakan tentang penggunaan media sosial dan *gadget* di lingkungan sekolah.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Fenomena FOMO

1. Pengertian Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO)

Fear of Missing Out (FOMO) merupakan kondisi cemasnya seorang remaja atau generasi milenial karena tidak dapat update, tidak mengikuti trend, tidak gaul dan tertinggal dari berita yang sedang trending. Rasa cemas yang dialami akan berakibat kepada fisik terutama psikologis. 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 ia jalani. Hal ini karena teknologi menjadi bagian dalam dirinya yang tidak dapat dipisahkan.

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. Kemajuan dan kecanggihan internet membuat para penggunanya tidak harus bertatap secara langsung dalam berkomunikasi. (Abel, Cheryl & Sarah, 2016). Menurutnya komunikasi saat ini tidak mengharuskan untuk bertatap muka langsung karena dapat melalui perantara media sosial yang memungkinkan gambar terlihat jelas. Ketertinggalan informasi di sosial media memberikan efek samping kecemasan *Fear of Missing Out* (FOMO) atau keadaan ketika seseorang kurang update dan kehilangan momen yang cukup berharga di media sosial (Marlina, 2017).

Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) terjadi pada masyarakat modern karena obsesinya pada *being connected*. *Przyblylski, Murayama, DeHaan dan Gladwell* (2013) menjelaskan definisi *Fear of Missing Out* (FOMO) merupakan ketakutan yang dialami seseorang karena kehilangan

momen berharga karena dirinya tidak terlibat langsung bersama kelompok atau orang lain sehingga membuatnya terus memiliki keinginan tetap terhubung bersama mereka di dunia maya. Sedangkan menurut *JWTIntelligence* (2012) *Fear of Missing Out* (FOMO) merupakan ketakutan karena orang tersebut tidak ikut berpartisipasi melewatkan kejadian menyenangkan. *Przyblyski* merujuk pada *Self Determinant Theory* atau SDT, yang memberikan gambaran bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) terbentuk akibat rendahnya kebutuhan psikologis pecandu internet atau media sosial. *Fear of Missing Out* (FOMO) menimbulkan determinasi sosial dimana terjadi perbandingan tingkat kebahagiaan antara individu. Hal ini diliputi kekepoan jika individu tidak mengetahui apa yang dilakukan orang lain (Marlina, 2017).

Berdasarkan penelitian *Patrick J. McGinnis* dalam majalah *Harvard Business School*, berjudul *McGinnis 'Two FO's: Sosial Theory in HBS'*, yang merujuk pada *Fear of Missing Out* (FOMO) didefinisikan sebagai perasaan gelisah dan ketakutan yang dialami seseorang apabila ia melihat orang lain dan menganggap orang lain tersebut tingkat bahagiannya dari dirinya. Perasaan itu diiringi dengan keadaan yang menjadikan *McGinnis* khawatir ketika tidak mampu menjadi seperti orang lain dan ketinggalan trend dari style masa kini. (Przyblyski, 2013) mendefinisikan bahwa Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) adalah kecemasan sosial yang dapat dilihat dengan adanya keinginan untuk tetap terhubung dengan orang lain. Individu mengalami determinasi di bidang teknologi untuk tetap berkomunikasi dengan orang lain.

Przyblyski (dalam psychcentral.com, 2013) menyatakan bahwa tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) yang tinggi dapat menimbulkan problematika individu untuk selalu mengecek akun media sosial demi mengikuti orang lain dan mengabaikan aktivitas yang ia jalani. Akibat dari intensitas tinggi dalam mengakses media sosial maka mengakibatkan perubahan yang cukup signifikan dalam berinteraksi dengan orang lain.

Perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) yang tidak tanggap cepat ditangani akan berakibat negatif bahkan kerusakan mental. *Fear of Missing Out* (FOMO) juga dapat berpengaruh pada kebahagiaan dan tingkat kepuasan hidup akibat perilaku irrasional dalam menggunakan media sosial. Berdasarkan hasil penelitian semakin tinggi seseorang yang diliputi rasa cemas, gelisah, khawatir apabila tidak ikut kegiatan seseorang di kehidupan sosial maka individu tersebut akan cenderung memiliki ketertarikan tinggi pada media sosial sehingga menimbulkan *consensus* negatif. Peranan yang diberikan oleh *Fear of Missing Out* (FOMO) kepada permasalahan penggunaan sosial media sebesar 35,8%.

Peneliti Calhaun dan Acocella (M. Nur Ghufroon dan Rini Rismawati, 2012) memaparkan konsep diri yang terkena sindrom *Fear of Missing Out* (FOMO) atau kecanduan media sosial bisa mempengaruhi mental dan cara hidup orang yang tidak terlepas dari gadget dalam kesehariannya. Sesuatu yang dipertontonkan di media sosial kemudian diterapkan dan menjadi aktivitas di kehidupan nyata. Pengaruh media sosial yang turut menjadi perhatian adalah penerapan yang menjadi pembentuk karakter seseorang serta menjadi konsepsi dalam berinteraksi dengan orang lain. *Fear of Missing Out* (FOMO) yang berada di batas wajar akan menimbulkan bahaya seperti penelitian dari *Department of Psychology, School of Social Sciences, Nottingham Trent University, England* bahwa seseorang yang berusaha mencari perhatian di media sosial terlihat tidak mau tertinggal dari berita-berita terbaru baik dari kalangan artis, teman sebaya bahkan kelompok bermain dengan kesengajaan mengupload gambar, foto dirinya, caption, dan hal ini tentunya menimbulkan berbagai tanggapan dari orang yang melihat postingan seperti dianggap mencari sensasi, dan kebahagiaan palsu yang tidak berada dalam kondisi sebenarnya di dunia nyata. Sebanyak 19.6 % pengguna internet dengan rentang waktu 8 jam ke atas, 14.1% berdurasi 3-4 jam pengguna internet. Hal tersebut tidak dapat dipungkiri dengan mengakses

berbagai platform media sosial sebagai media informasi dan komunikasi (Imaddudin, 2020).

Penelitian oleh Riska Christina, dengan judul Hubungan Tingkat Neurotisme dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada Remaja yang menggunakan Media Sosial secara aktif mengungkapkan bahwa remaja yang memiliki tingkat neurotisme tinggi mengalami kesulitan dalam berperilaku di media sosial. Sehingga beresiko terkena kecemasan apabila tidak melihat media sosial (Tiara Dewi, Muhammad Amir Masruhim, 2016). *Fear of Missing Out* (FOMO) merupakan kategori gangguan jiwa yang merupakan perasaan meronta-ronta untuk mengikuti trend secara berlebihan di media sosial. (W, 2020). Berdasarkan liputan6.com Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dikategorikan penyakit gangguan mental yang mempengaruhi emosi, pengambilan keputusan, dan pola pikir upnormal. Penyakit ini ditandai dengan adanya kecanduan dengan koneksi jaringan internet.

Berdasarkan pada pemaparan diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) adalah perasaan takut, kekhawatiran, ingin mendapatkan perhatian, kecemasan apabila tidak dapat mengikuti perkembangan media sosial. Keadaan ini menimbulkan rasa ingin tahu terhadap pengalaman dan kegiatan yang orang lain lakukan. Dalam media sosial TikTok individu yang memiliki kecenderungan *Fear of Missing Out* (FOMO) cenderung menghabiskan waktunya mengakses dan ingin selalu terhubung dengan akun media sosial.

2. Aspek-aspek Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO)

Menurut Przybylski, Murayama, DeHaan dan Gladwell (2013) Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) memiliki beberapa aspek, yaitu sebagai berikut:

1. Kebutuhan psikologis yang tidak terpenuhi untuk konektivitas Koneksi, keintiman, dan keinginan untuk tetap terhubung dengan orang lain dapat membuat orang merasakan kehangatan, rasa persatuan, dan minat pada orang lain. Ketakutan muncul karena mereka ingin tahu tentang yang dilakukan orang ketika mereka tidak dapat memenuhi kebutuhan hubungan individu. Salah satunya adalah media yang menghubungkan seseorang dengan individu lainnya, atau media sosial.

2. Tidak terpenuhi kebutuhan psikologis (self)

Kebutuhan psikologis dalam diri dikenal dengan self terbagi menjadi dua yaitu *competence* yang mana individu merasa efektif dalam mencari tantangan dan melatih kemampuan dengan berinteraksi bersama orang lain. (Reeve&Sickenius dalam Tekeng,2015). Kedua *automy* yang bermakna bahwa individu bebas mengekspresikan dirinya tanpa terikat dan dikontrol oleh orang lain sebagai inisiator sumber perilakunya (Nuemic, Lynch, Vensteenkistecm Benstein, Deci& Ryan dalam Tekeng,2015).

JWT Intelligence (2011) juga menjelaskan aspek *Fear of Missing Out* (FOMO):

1. *Comparison with friends*, Perbandingan dengan teman adalah munculnya emosi negatif dengan membandingkan dengan teman dan orang lain.
2. *being left out*, Tertinggal adalah timbulnya emosi negatif dengan tidak terlibat dalam aktivitas atau percakapan.
3. *missed experience*, Pengalaman yang terlewatkan adalah munculnya emosi negatif karena tidak bisa dimasukkan ke dalam aktivitas.

4. *Compulsion*, dipaksa untuk berulang kali memeriksa tindakan dan aktivitas orang-orang di sekitar saya sehingga saya tidak merasa tertinggal dalam berita terbaru. (JWT Intelijen, 2011)

Dari pemaparan aspek diatas, maka peneliti menjadikan aspek *Comparison with friends, being left out, missed experience*, dan *compulsion*. (JWT Intelijen, 2011) sebagai aspek *Fear of Missing Out* (FOMO). Peneliti memilih 4 aspek ini sebagai aspek fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) karena aspek-aspek tersebut sesuai dengan karakteristik fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) yaitu munculnya rasa tidak nyaman ketika tidak terlibat atau tidak mengikuti suatu hal (*Przyblyski, 2013*). Fenomena *Fear of Missing Out* sendiri memiliki karakteristik kecenderungan seseorang yang merasa tidak nyaman apabila tidak mengikuti *trend* terkini baik dari segi bahasa, penampilan, dan lainnya.

3. Ciri-ciri gejala Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO)

Berikut ciri-ciri umum orang yang terkena Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) (Yemima Hutapea, 2018) :

1. Keterbiasaan mengecek handphone berlebih
Seseorang terus-menerus memeriksa media sosial untuk melihat notifikasi dan update teman media sosial agar tidak tertinggal berita.
2. Sikap ingin tahu kehidupan orang lain
Sikap ini dikenal dengan kepo seperti ingin tahu tentang perilaku orang lain, kehidupan mereka, tempat *hangout* dan pasangan yang orang lain miliki.
3. Kesal kepada candaan yang tidak dapat dimengerti
Ketika teman atau orang lain bercanda *inside jokes* merasa marah dan kesal karena tidak diperhatikan, selalu tahu dan paham tentang yang mereka lakukan.
4. Rela mengeluarkan finansial

Tidak mau ketinggalan zaman sehingga rela membeli barang baru dan mengikuti tren kekinian dengan model baru ex. Membeli *handphone* untuk mengikuti trend dan tidak memperhatikan kebutuhan yang lebih mendesak.

5. Ingin tahu gosip terbaru

Penyuka media sosial senang membicarakan berita orang lain bersama kelompok mereka.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO)

Seseorang dapat dikatakan terkena Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) ini dapat dilihat dari beberapa indikasi yang tampak pada diri individu tersebut. Menurut (Przybylski, 2013) adalah sebagai berikut:

1. Kompetensi (*Competence*)

Merupakan kapasitas dari individu untuk melaksanakan kegiatan secara efektif dan efisien dalam kehidupan sehari-hari nya.

2. 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.

3. Kebutuhan psikologis relatedness yang tidak terpenuhi.

Timbul perasaan cemas apabila kebutuhan akan terhubung dengan orang lain tidak dapat terpenuhi.

B. Pengertian Intensitas Penggunaan Media Sosial

Intensitas penggunaan media sosial merupakan kualitas perhatian yang diliputi dengan perasaan tertarik terhadap seseorang dalam berinteraksi di media sosial mengacu kepada kedalaman atau kekuatan dalam menggunakan media sosial. Aspek-aspek yang dapat dilihat dari penggunaan media sosial dapat berupa perhatian dan penghayatan serta

dikaitkan dengan jumlah durasi dan frekuensi dalam menggunakan media sosial *Del Barrio* dalam (Aziz, 2020). Intensitas menurut (Yuniar & Nurwidawari, 2013) merupakan tingkat keseringan yang dilakukan seseorang atas dasar rasa senang terhadap pekerjaan yang dilakukan.

Berdasarkan pengertian diatas intensitas penggunaan media sosial merupakan suatu perasaan tertarik terhadap sesuatu sehingga menimbulkan kecanduan dan keinginan untuk mengakses sesuatu karena rasa senang. Intensitas juga berkaitan dengan durasi atau lama waktu seseorang melakukan kegiatan tertentu.

1. Aspek-Aspek intensitas penggunaan media sosial

Aspek-aspek intensitas penggunaan media sosial yang dikemukakan oleh Ajzen (dalam Frisnawati, 2012) adalah sebagai berikut:

a. Perhatian

Adalah sebuah ketertarikan suatu individu pada sesuatu atau objek yang menjadi target tujuan.

Pada mulanya perhatian merupakan sebuah kegiatan kesenangan pada saat mengakses internet yang kemudian terbentuk rasa nyaman. Kegiatan tersebut akan membuatnya nyaman dan pada akhirnya akan terus menjadi pusat perhatiannya jika dilakukan dalam kurun waktu yang lama. Contoh apabila anak-anak sudah dibiasakan memegang *gadget* sejak dini maka aktivitas bermain *gadget* akan menjadi zona nyaman bagi anak tersebut dan pada akhirnya akan menjadi pusat perhatian anak tersebut apabila dilakukan secara berkala dalam jangka waktu yang lama.

b. Penghayatan

Penghayatan merupakan pendalaman pemahaman dan filterisasi kepada berbagai informasi yang baru bagi individu. Seseorang akan menjadi peniru, menerapkannya dan bahkan akan terpengaruh pada trend yang terdapat di media sosial dalam kehidupan sehari-harinya. Contoh seorang usia remaja akan cenderung meniru gaya berpakaian artis

korea yang mereka sukai dan menerapkannya di kehidupan sehari-hari.

c. Durasi

Durasi merupakan perhitungan seberapa lama seorang individu saat melakukan penelusuran di media sosial. Adapun Kategori kriteria pengukuran durasi sebagai berikut:

- 1) Tinggi : ≥ 3 jam/hari
- 2) Rendah : 1-3 jam/hari

Contoh seseorang pada usia remaja akan cenderung melakukan kegiatan di media sosial dari pagi hingga malam dan jika diakumulasikan kegiatan tersebut melebihi dari 3 jam, maka remaja tersebut termasuk dalam kategori pengguna media sosial yang tinggi.

d. Frekuensi

Frekuensi merupakan banyaknya waktu yang diulang untuk mencapai target dalam kurun waktu satu hari. Adapun Kategori kriteria pengukuran adalah sebagai berikut:

- 1) Tinggi : ≥ 4 kali/hari
- 2) Rendah : 1-4 kali/hari

Contoh seseorang pada usia remaja cenderung membuka aplikasi TikTok lebih dari 4 kali dalam sehari, sehingga remaja tersebut merupakan pengguna TikTok dengan frekuensi yang tinggi.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti memilih aspek-aspek dalam intensitas penggunaan media sosial berdasarkan penghayatan, perhatian, durasi dan frekuensi karena aspek-aspek diatas dapat mengukur pengaruh antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO).

C. Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok dengan Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) Pada Remaja Awal

Media sosial membawa dampak baru terhadap perkembangan anak-anak dan remaja awal. Dengan adanya *interconnection network* yang dapat

menghubungkan individu ke individu yang lain tanpa terbatas jarak dan waktu informasi dapat berkembang cepat dan pesat. Jejaring sosial bermunculan salah satunya TikTok. Karena media sosial tidak dapat dilepaskan dalam kehidupan masyarakat sebagai media edukasi bahkan hiburan membuat siapapun yang menjadi pengguna merasa media sosial sebagai suatu kebutuhan.

Penelitian dari (Stillman, 2019) bahwa teknologi berpengaruh kepada adaptasi remaja awal karena teknologi telah menjadi bagian dari kehidupan dan mengalir menjadi pola sehingga manusia tidak mampu hidup tanpa adanya teknologi (Ngafifi,2014). Pengaruh dari kecanggihan teknologi buatan manusia menyebabkan ketergantungan dengan smartphone dan durasi yang sangat banyak dihabiskan individu untuk bermain gadget. (Ozkan&Solmaz,2015). Orang yang terlanjur adiksi kepada internet menyebabkan adanya kegagalan dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain. (Young& Abreu,2011). Dengan 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. Dorongan untuk selalu terhubung dengan orang lain disertai dengan perasaan khawatir, ketakutan, ketidaknyamanan, rasa risau dan kecemasan apabila tidak dapat mengakses media sosial dikenal dengan Fenomena FOMO atau singkatan dari *Fear of Missing Out*.

Fear of Missing Out (FOMO) merupakan fenomena media sosial dimana pelakunya mengakses media sosial melebihi batas waktu wajar. Beberapa penelitian menunjukkan remaja yang tidak terhubung di medsos akan mengalami kecemasan dan kegelisahan. Kebiasaan yang berujung *Fear of Missing Out* (FOMO) dilakukan berulang-ulang sehingga menjadi ketergantungan bahkan ketika makan dan berinteraksi remaja masa kini tidak dapat melepaskan diri dari media sosial atau gadget yang dimiliki (Putri, 2019).

Remaja menjadi masa untuk menentukan jati dirinya ketika dihubungkan dengan kecanggihan teknologi maka terdapat kecenderungan untuk terus menjadi *followers* aktif dan apabila tidak dapat terhubung dengan internet dapat menyebabkan stres bagi remaja. Banyak disebutkan dalam penelitian bahwa Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dapat menyebabkan gangguan psikologis dan kesehatan mental (Fathadhika & Afriani, 2018). Keinginan untuk selalu mengeksplor dan bermain media sosial TikTok memberikan pengaruh buruk pada perilaku remaja. Perilaku yang marak terjadi membuat remaja awal terus memiliki dorongan dan tidak dapat melepaskan diri dalam beraktivitas di media sosial tanpa memperhitungkan waktu. Hal inilah yang dikenal dengan kecanduan sosmed (sosial media).

Smartphone canggih yang dilengkapi dengan berbagai aplikasi media sosial dan fitur-fitur yang menarik dengan resolusi tinggi menyebabkan penggunaannya dapat membuat video, menulis, dan berkreasi dengan TikTok. Aplikasi TikTok dijadikan ajang dalam mengeksiskan diri dengan membangga-banggakan diri hal ini tidak terlepas dari ketidakstabilan emosi dan kemampuan menyaring berbagai informasi pada remaja. Rasa ingin tahu yang tinggi membuat remaja menggunakan *gadget* sesukanya tanpa mementingkan waktu untuk belajar dan menghabiskan waktu bersama orang tuanya (Bulele & Wibowo, 2020).

Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) juga menyerang kalangan remaja awal perempuan yang berinisial T. remaja ini berusia 18 tahun yang kecanduan bermain TikTok untuk menghibur diri. ketika memeriksakan diri ke rumah sakit remaja ini didiagnosis terkena sindrom TikTok hal ini terjadi karena ia tidak dapat mengontrol untuk selalu membuka aplikasi TikTok dan meniru gerakan TikTokers. Gejala yang dialami remaja ini adalah tubuh yang bergerak-gerak dan harus minum obat dokter untuk mengatasi gejala ini (Aryandi, 2021).

Penelitian oleh (Aisyah Firdaus Hariadi, 2018) berjudul “Hubungan antara *Fear of Missing Out* (FOMO) dengan kecanduan media sosial pada remaja” menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *Fear of Missing Out* (FOMO) dengan media sosial telah dibuktikan oleh Semakin tinggi skor *Fear of Missing Out* (FOMO), maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan diri seseorang dalam mengakses media sosial. Penelitian oleh (Dwiyanti, 2020) menunjukkan bahwa rasa ingin tahu untuk mengakses jejaring sosial dapat mewakili rasa takut kehilangan. Oleh karena itu, TikTok media sosial dapat mempengaruhi diagnosis saat ini Ketakutan akan ketinggalan pada remaja.

D. Hipotesis

Berdasarkan kajian teori dan fakta-fakta yang terdapat di lapangan pengaruh media sosial TikTok terhadap Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) remaja awal dalam pemaparan analisis diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini antara lain:

1. H_0 : Tidak terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial TikTok terhadap Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) pada remaja awal
2. H_1 : Terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial TikTok terhadap Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) pada remaja awal.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu penelitian yang didasarkan pada filsafat *positivisme* dengan tujuan untuk mengkaji dan menganalisis populasi dan sampel dalam bentuk statistik untuk diambil sebuah kesimpulan sementara atau biasa disebut dengan hipotesis penelitian. (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menggunakan angka, hasil olah data statistik, struktur serta percobaan terkontrol sebagai maksimalisasi objektivitas desain penelitian. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 2 variabel. Variabel sendiri adalah setiap hal dalam bentuk apa saja yang telah dipilih dan ditetapkan oleh peneliti dengan tujuan untuk dipelajari agar dapat memperoleh informasi mengenai variabel tersebut dan pada akhirnya bisa didapatkan sebuah kesimpulan.

B. Identifikasi Variabel

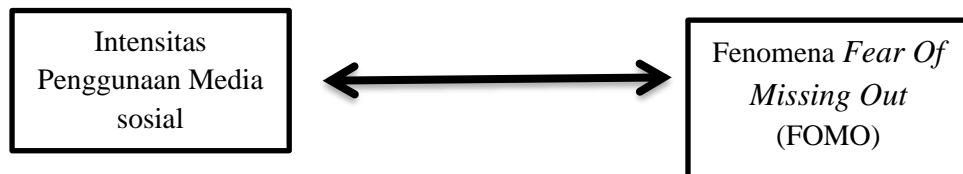
Variabel adalah atribut seseorang atau suatu objek satu sama lain (Hatch dan Farhady, Kerlinger, 1981) yang menunjukkan bahwa variabel adalah suatu konstruk atau karakteristik yang perlu dipelajari. Variabel diidentifikasi oleh peneliti untuk dipelajari dan diteliti sehingga dapat ditarik kesimpulan (Deni Darmawan, 2013). Pada penelitian ini terdapat variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X):

1. Variabel terikat

Merupakan variabel yang tidak dapat mempengaruhi variabel lain namun dipengaruhi dan diterangkan oleh variabel lain. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) (Y).

2. Variabel bebas

Variabel bebas merupakan variabel yang dapat mempengaruhi, menjelaskan dan menerangkan variabel yang lain. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah intensitas penggunaan media sosial TikTok (X)



Gambar 3.1
Rancangan Penelitian

C. Definisi Operasional

1. Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO)

Fear of Missing Out (FOMO) pada remaja awal dalam penelitian ini memiliki definisi yaitu meliputi perasaan seseorang yang muncul serta emosi negatif pada saat membandingkan dirinya dengan orang lain, adanya rasa takut tertinggal dalam sebuah aktivitas atau percakapan, timbulnya emosi negatif apabila tidak dilibatkan dalam sebuah kegiatan, serta keinginan untuk selalu memeriksa aktivitas dari orang-orang disekitar. Pada penelitian ini untuk mengetahui tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) diukur menggunakan aspek-aspek yang dikemukakan oleh *JTW Intelligence* (2011) yaitu *Comparison With Friends, Being Left Out, Missed Experiences Dan Compulsion*.

2. Intensitas Penggunaan Media Sosial

Intensitas penggunaan media sosial merupakan kualitas perhatian seseorang yang diliputi dengan perasaan tertarik dalam berinteraksi dalam media sosial mengacu pada kedalaman pemahaman, lamanya mengakses dan banyak waktu dalam penggunaan media sosial. Alat ukur yang digunakan menggunakan aspek-aspek yang dikemukakan

oleh Ajzen (dalam Frisnawati, 2012) yang meliputi perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi.

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari subjek yang ada di lapangan. (Sugiyono, 2013). Menurut (Arikunto, 2010) memaparkan bahwa populasi merupakan semua yang terlibat sebagai subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja awal siswa SMP yang aktif bermain media sosial TikTok. Adapun jumlah populasi dari penelitian ini adalah 280 siswa SMP Wahid Hasyim.

2. Sampel

Menurut (Azwar, 2012) memaparkan bahwa sampel ialah bagian dari populasi dan mempunyai ciri khas yang berkenaan dengan populasi. Peneliti menggunakan teknik *sampling purposive* sehingga penelitian ini mengacu kepada karakteristik subjek peneliti (Sugiyono, 2018). Karakteristik subjek penelitian adalah: remaja awal smp berusia 12-15 Tahun remaja yang memiliki akun TikTok, berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Peneliti memilih menggunakan lokasi atau objek penelitian di smp karena minat dan pengguna aplikasi TikTok sebagai remaja awal disana cukup tinggi. Terbukti dengan antusiasme siswa mengikuti trend-trend di TikTok.

Jika subjek dalam populasi tidak lebih dari 100 maka diprioritasnya diambil semua subjek populasi. Penelitian seperti ini dikenal dengan penelitian populasi. Sebaliknya jika dalam subjek lebih dari 100 maka dapat digunakan sebanyak 10-15% atau 20-25% bisa juga lebih dari jumlah populasi (Arikunto, 2006).

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 25% dari populasi yang ada yaitu sebanyak 120 siswa SMP Wahid Hasyim mulai dari kelas VII sampai kelas IX yang menggunakan media sosial TikTok, terdiri dari 63 siswi dan 57 siswa.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara peneliti memperoleh data penelitian dengan menggunakan variabel tertentu (Arikunto,2006).

1. Skala

Metode skala termasuk ke dalam pengumpulan data yang berupa seperangkat pertanyaan tertulis untuk subjek penelitian (Sugiyono,2011). Dalam penelitian ini menggunakan bentuk skala likert yaitu subjek diminta untuk memilih dari beberapa jawaban tanpa takut salah yaitu. SS (Sangat setuju), S (Setuju), Tidak Setuju (TS, STS Sangat Tidak Setuju. Jawaban ragu-ragu dihilangkan untuk menghindari subjek penelitian memilih jawaban netral. Pernyataan terdiri dari dua yaitu favourable dan unfavourable. Favourable adalah pernyataan yang mendukung sedangkan unfavourable tidak mendukung sikap individu. Skala likert (Sugiyono,2014) mengemukakan skala likert menggunakan pendapat, persepsi dan fenomena sosial di dalam masyarakat.

Adapun Teknik penilaian yang digunakan oleh pernyataan favourable adalah sebagai berikut :

- a. 4 = Sangat Setuju (SS)
- b. 3 = Setuju (S)
- c. 2 = Tidak Setuju (TS), dan
- d. 1 = Sangat Tidak Setuju (STS).

Sedangkan untuk pernyataan unfavourable penilaian yang digunakan adalah :

- a. 1 = Sangat Setuju
- b. 2 = Setuju
- c. 3 = Tidak Setuju
- d. 4 = Sangat tidak setuju.

F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

1. Validitas

Menurut (Azwar,2017) Validitas adalah perhitungan kecepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam menjalankan fungsi ukurnya. Untuk memperoleh ketinggian validitas dalam menggunakan alat ukur maka dapat dikatakan bahwa tes yang dilakukan dapat memiliki tingkat validitas tinggi apabila hasil yang didapatkan sesuai dengan kriteria. Dalam arti terdapat ketepatan antara tes dan kriteria.

Diadopsi dari Cicilia Sedy Seta Ardari (2016), mahasiswa Universitas Senata Dharma Yogyakarta, pada skala intensitas penggunaan media sosial. Dengan judul “Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Kekuatan Penggunaan Media Sosial Pada Masa Remaja Awal” menunjukkan bahwa 34 dari 21 item favourable dan 13 item unfavourable dinyatakan tidak valid. Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) skala skala diadopsi dari penelitian Chilmiyatuk Mudrikah (2019), mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Tren di kalangan anak muda." Buktikan bahwa 30 elemen tertentu adalah 7 elemen dengan koefisien tertentu. Ini adalah 0,3 atau bisa disebut elemen yang dijatuhkan. Dua puluh tiga item telah dipilih dan dapat digunakan untuk mengukur fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO). Terdiri dari 22 item favorit dan 1 item *favourable*.

2. Reliabilitas

Menurut (Azwar, 2002), pengukuran dapat menjadi intensitas tinggi jika hasil pengukuran yang andal dapat diberikan. Uji keyakinan merupakan alat ukur kuesioner yang merupakan indikator antar variabel dan komponen. Hasil kuesioner konsisten dan reliabel jika tidak berubah. Azwar (2003) membangun kriteria pemilihan item berdasarkan korelasi item total dengan batas rix 0,30. Semua item yang mencapai koefisien korelasi 0,30 atau lebih tinggi dianggap memuaskan. Item dengan koefisien korelasi kurang dari 0,30 akan memiliki kekuatan yang lebih rendah.

Uji reabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus alpha cronbach dan dibantu perhitungan dengan *Software SPSS*. Dan adapun rumus *Alpha Cronbach* dari (Saiful Azwar,2012) sebagai berikut:

$$\alpha = 2 \left(1 - \frac{s_{y1}^2 + s_{y2}^2}{s_x^2} \right)$$

Keterangan:

α : koefisien reliabilitas alpha
 $s_{y1}^2 + s_{y2}^2$: varians skor belahan 1 dan varians skor belahan 2
 s_x^2 : varians skor skala

Tinggi rendahnya faktor kepercayaan suatu alat dapat dilihat dari faktor kepercayaan suatu alat yang angkanya berkisar antara 0 sampai 1,00, semakin mendekati faktor kepercayaan suatu alat dengan 1, 00 maka reliabilitasnya semakin tinggi. Di sisi lain, semakin dekat faktor kepercayaan alat ke nol, semakin rendah keandalannya. (Azwar, 2012)

Cicilia Sendy Setya Ardari menyatakan skala intensitas penggunaan media sosial bahwa mendapatkan hasil koefisien mendekati 0,900. Dan ini dianggap memuaskan menurut (Azwar,2003).

Skala *Fear of Missing Out* (FOMO) yang diadopsi dari Chilmiyah Mudrikah menghasilkan uji analisis koefisien Cronbach Alpha dari skala *Fear of Missing Out* (FOMO) sebesar 0,885 dari 23 item, dimana nilai koefisien kepercayaan menjadi mendekati 1,00 dan skala dapat dianggap dapat diandalkan.

G. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyederhanaan, mengorganisasikan data secara sistematis, tidak menimbulkan ambigu serta bersifat rasional sesuai dengan tujuan awal penelitian, hasil analisis data dideskripsikan dengan tabel dan alat yang dapat membantu untuk interpretasi dan menyederhanakan data. Analisis data dari masing-masing tabel

diinterpretasikan dalam bentuk naratif dan ditarik kesimpulan. Di dalam penelitian ini memakai dua variabel yang terdiri dari variabel bebas intensitas penggunaan media sosial TikTok dan satu variabel terikat Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO).

1. Uji Asumsi

Pengujian normalitas data berguna untuk memeriksa data setiap variabel apakah variabel tersebut berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini digunakan uji normalitas menggunakan aplikasi IBM SPSS (*Statistical Registry for Windows*). Jika suatu data sebanyak variabel mempunyai nilai signifikansi 0,05 atau tidak, jika terlampaui maka dapat dikatakan data yang diperoleh berdistribusi normal. Di sisi lain, jika variabel menampilkan nilai kurang dari 0,05, kita dapat mengatakan bahwa distribusinya tidak normal.

2. Uji Linearitas

Uji linieritas adalah suatu proses untuk mengetahui apakah hubungan linier antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) adalah linier. Untuk menguji hubungan linier ini, dilakukan uji-F pada taraf signifikansi 5%. Jika nilainya signifikan < 0,05, maka kedua variabel yang terlibat dapat dikatakan linier. Penelitian ini menggunakan uji linieritas dengan bantuan program IBM SPSS *Statistical Registry for Windows*.

3. Uji Deskriptif

Penelitian ini menggunakan tes deskriptif dengan menggunakan Microsoft Excel. Metode tersebut digunakan untuk mengetahui nilai mean dan standar deviasi yang nilainya dapat diketahui setelah mengetahui mean. Dan setelah kedua nilai diketahui, rumus klasifikasi tinggi, sedang, dan rendah dapat digunakan, menggunakan pendaftar IBM SPSS Statistics for Windows.

4. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi atau dugaan tentang sesuatu yang diajukan untuk menjelaskannya dan diperlukan untuk memverifikasinya. Langkah-langkah untuk menguji hipotesis ini dimulai dengan menetapkan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), memilih uji statistik dan komputasinya, menentukan tingkat signifikansi, dan menentukan tingkat signifikansi, menetapkan kriteria pemeriksaan.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi sederhana. Digunakan analisis korelasi sederhana dimaksudkan untuk menguji antara variabel bebas dan variabel terikat. Adapun rumus yang diterapkan adalah *Product Moment. Time-Product Correlation* dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial (X) dan *Fear of Missing Out* (FOMO) (Y). Dengan analisis korelasi sederhana ini, hubungan antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dan fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dapat diperiksa menggunakan IBM SPSS (*Registration Statistics for Windows*).

BAB IV PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Penelitian

1. Profil SMP Wachid Hasyim

SMP Wahid Hasyim merupakan salah satu sekolah tingkat menengah yang terletak di Jl. MT Haryono Gg. 10 No.165, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur. SMP Wahid Hasyim adalah Lembaga yang bercirikan budaya islami dan telah berdiri mulai tahun 1966. SMP Wahid Hasyim ini merupakan salah satu bagian dari Yayasan Taman Pendidikan Al Islam Wachid Hasyim yang didukung oleh Departemen Pendidikan Nasional dengan Lembaga Pendidikan Al-Maarif

Awalnya SMP Wahid Hasyim merupakan sebuah sekolah dengan status berbantuan dari Lembaga Pendidikan Ma'arif Pusat Jakarta, namun pada saat ini SMP Wachid Hasyim sudah berstatus Terakreditasi A. Dengan status terakreditasi A ini, SMP Wahid Hasyim menjadi Lembaga yang terpercaya yang memiliki tujuan menghasilkan lulusan yang berkualitas dan memiliki dasar-dasar keislaman, kebangsaan serta kecendekiawanan.

2. Visi dan Misi SMP Wahid Hasyim

VISI

Berprestasi, Berbudaya dan Ber-IPTEK Berlandaskan Iman dan Taqwa

MISI

- A. Meningkatkan SDM secara profesional.
- B. Melengkapi sarana dan prasarana secara memadai.
- C. Melaksanakan pembelajaran kontekstual/ PAKEM secara optimal.

- D. Meningkatkan pengamalan ajaran agama Islam, budaya baik bangsa sehingga berperilaku akhlaqul karimah di setiap lingkup kegiatan keluarga, sekolah, dan masyarakat.
- E. Menyelenggarakan manajemen berbasis sekolah dengan mengoptimalkan keterlibatan PSM.
- F. Meningkatkan penguasaan TIK secara memadai bagi warga sekolah sesuai dengan tuntutan zaman.
- G. Meningkatkan layanan bimbingan dan pengembangan potensi siswa dalam bidang akademik dan non-akademik sehingga dapat berkembang secara optimal.

3. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan sejak bulan November 2022 Dalam pengambilan data peneliti menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada siswa dan siswi SMP Wahid Hasyim mulai dari tanggal 23 November 2022 sampai tanggal 28 november 2022

4. Tempat dan Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SMP Wahid Hasyim yang merupakan salah satu sekolah menengah pertama yang terletak di Jl. MT Haryono Gg. 10 No.165, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur. Jumlah populasi siswa dan siswi SMP Wahid Hasyim adalah sebanyak 280 Dan diambil sampel sebanyak 120 orang dari kelas VII – IX yang terdiri dari 63 siswi dan 57 siswa yang mempunyai akun tiktok, terdapat 17 siswa dan siswi yang tidak mempunyai akun tiktok akan tetapi peneliti tidak memasukan dalam pengolahan data penelitian dikarenakan tidak memenuhi kategori dalam pengambilan data.

B. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan IBM SPSS *Statistics 26* menggunakan korelasi item total yang dapat dihitung dengan menggunakan rumus koefisien *corelasi product-moment* dari Pearson. Saat menentukan validitas objek, dasar keputusan digunakan, yaitu. H. nilai $r_{ix} \geq 0,30$ maka barang tersebut dapat dinyatakan valid, dan jika nilai $r_{ix} < 0,30$ maka produk tersebut dinyatakan cacat atau tidak valid (Azwar, 2012).

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan dengan variabel *Fear of Missing Out* (FOMO) terdiri dari 30 item yang diujikan pada 54 responden. Hasil uji validitas skala FOMO (*Fear of Missing Out*) dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.1 Keterangan Aspek *Fear of Missing Out* (FOMO)

Aspek	Nomor Aitem		Gugur	Jumlah Item Valid
	Favorable	Unfavorable		
<i>Comparison with friends</i>	1, 3, 6, 7, 8, 12, 16	2, 4, 5, 9, 10, 11, 13, 14, 15	2, 3, 5, 7, 10, 11	10
<i>Being left out</i>	17, 18, 19	20	20	3
<i>Missed experience</i>	21, 22, 24	23	-	3
<i>Compulsion</i>	25, 26, 28	27, 29, 30	29, 30	5
Jumlah	16	14	9	21

Berdasarkan Tabel diatas, Terdapat 9 Aitem yang dinyatakan gugur dan harus dibuang. Sehingga Total keseluruhan Aitem yang valid dari skala *Fear of Missing Out* (FOMO) sebanyak 21 Aitem. Berikut Blue

Print dari skala skala *Fear of Missing Out* (FOMO) setelah dilakukan uji coba tertera pada tabel 4.2:

Tabel 4.2 Blueprint Setelah Uji Coba

Aspek	Indikator	Nomor Aitem	
		Favorable	Unfavorable
<i>Comparison with friends</i>	Membandingkan dirinya dengan orang lain	1	4
	Mebutuhkan validasi dari orang lain atas apa yang dilakukan	6, 8	9
	Merasa dirinya kurang	12, 16	13, 14, 15
<i>Being left out</i>	Timbulnya emosi negatif dengan tidak terlibat dalam aktivitas atau percakapan	17, 18, 19	-
<i>Missed experience</i>	Munculnya emosi negatif karena tidak bisa dimasukkan ke dalam aktivitas.	21, 22, 24	23
<i>Compulsion</i>	Dipaksa untuk berulang kali memeriksa tindakan dan aktivitas orang-orang di sekitar	25, 26, 28	27
Jumlah		14	7

Uji validitas juga dilakukan terhadap variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok yang terdiri dari 33 aitem yang dilakukan pengujian kepada 54 responden. Adapun hasil uji validitas pada skala Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok akan diuraikan pada tabel 4.3:

Tabel 4.3 Blueprint Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok

Aspek	Nomor Aitem		Gugur	Jumlah Item Valid
	Favorable	Unfavorable		
Perhatian	1, 2, 4, 6, 7, 8	3, 5, 9	9	8
Penghayatan	11, 12, 14, 15, 18, 19, 20, 21	10, 13, 16, 17, 22, 23	10, 11, 13, 15, 16, 18	8
Durasi	24, 26	25, 27	25, 27	2
Frekuensi	29, 30, 31	28, 32, 33	-	6
Jumlah	19	14	9	24

Berdasarkan Tabel diatas, Terdapat 9 Aitem yang dinyatakan gugur dan harus dibuang. Sehingga Total keseluruhan Aitem yang valid dari skala Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok sebanyak 24 Aitem. Berikut Blue Print dari skala skala Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok setelah dilakukan uji coba tertera pada tabel 4.4 :

Tabel 4.4 Blueprint Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok

Aspek	Indikator	Nomor Aitem	
		Favorable	Unfavorable
Perhatian	Ketertarikan	1, 2, 4	3, 5
	Skala Prioritas	6, 7, 8	-
Penghayatan	Pendalaman pemahaman dan filterisasi kepada berbagai informasi yang baru bagi individu	12, 14	17
	Menerapkan trend di kehidupan sehari-hari	19, 20, 21	22, 23
Durasi	Perhitungan seberapa lama seorang individu saat melakukan penelusuran di media sosial	24, 26	-
Frekuensi	Banyaknya waktu yang diulang untuk mencapai target dalam kurun waktu satu hari	29, 30, 31	28, 32, 33
Jumlah		16	8

Hasil dari Uji Validitas terdapat 45 aitem valid dan layak untuk dijadikan sebagai skala instrumen penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Penggunaan Teknik koefisien Alpha Cronbach merupakan salah satu metode untuk melakukan uji reliabilitas. Hasil uji reliabilitas yaitu H. nilai koefisien alpha untuk skala *Fear of Missing Out* (FOMO) yang meliputi 21 item adalah 0,825. Sedangkan skor uji reliabilitas 24 poin pada skala intensitas penggunaan media sosial TikTok adalah 0,929.

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha	Jumlah Aitem Valid	Kategori
<i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	0,825	21	Tinggi
Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok	0,929	24	Tinggi

Dari pengujian yang telah dilakukan, kedua skala dalam penelitian yaitu, *Fear of Missing Out* (FOMO), dan Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok merupakan skala yang memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

3. Analisis Statistik Deskriptif

Data yang dihasilkan setelah melakukan penelitian ini kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis statistik deskriptif yang memiliki fungsi untuk memberikan gambaran tentang data yang ada di dalam penelitian. Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk menentukan skor minimum, skor maksimum, *mean* (M), dan *standar deviasi* (SD). Adapun hasil dari analisis statistic deskriptif pada penelitian ini tertera pada tabel 4.6:

Tabel 4.6 Hasil uji statistik deskriptif

Variabel	Min	Max	Mean	SD	Range	N
<i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	37	62	51,57	5,208	25	120
Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok	36	81	59,13	8,781	45	120

Berdasarkan tabel hasil dari analisis statistik deskriptif yang telah dilakukan kepada 120 responden, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada skala *Fear of Missing Out* (FOMO), skor terendah atau minimum (Min) yang diperoleh oleh responden adalah sebesar 37 sedangkan untuk skor tertinggi (Max) yang diperoleh oleh responden adalah sebanyak 62. Adapun nilai rata-rata (mean) yang diperoleh pada penelitian ini adalah sebesar 51,57 dan terakhir nilai standar deviasi (SD) adalah sebesar 5,208 dengan nilai range sebesar 25.
2. Pada skala Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok, skor terendah (Min) yang diperoleh oleh responden adalah 36 dan skor tertinggi (Max) adalah 81 dengan nilai rata-rata (mean) yang diperoleh adalah 59,13 sedangkan untuk nilai standar deviasi adalah 8,781 dan nilai range adalah 45.

4. Kategorisasi Data

Kategorisasi digunakan untuk mengetahui kategori dari subjek penelitian yang meliputi, kategori skor skala rendah, sedang, dan tinggi. Maka dari itu peneliti menggunakan pengkategorian yang dikemukakan oleh Azwar dalam karyanya yaitu penyusunan skala psikologi (Azwar, 2012) yang tertera pada tabel 4.7:

Tabel 4.7 Kategorisasi Data

Kategori	Dasar
Rendah	$X < M - 1SD$
Sedang	$M - 1SD < X < M + 1SD$
Tinggi	$M + 1SD < X$

Kategorisasi yang dilakukan oleh peneliti guna untuk mengetahui tingkatan kategori pada variabel *Fear of Missing Out* (FOMO) dan Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok maka untuk menghitung kategori tersebut dihitung menggunakan bantuan SPSS 26. Adapun hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO)

Hasil dari kategorisasi pada perhitungan skor empirik pada variabel *Fear of Missing Out* (FOMO) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Kategorisasi *Fear of Missing Out* (FOMO)

Kategori	Frekuensi	Prosentase(%)
Sedang	116	96.7
Rendah	4	3.3
Total	120	100

Tabel diatas menunjukkan kategorisasi bahwa dari total responden yang berjumlah 120 responden, sebanyak 4 siswa dengan persentase 3,3% berada dalam kategori rendah dan 116 siswa dengan persentase 96,7% berada dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) siswa siswi SMP Wahid Hasyim berada dalam kategori sedang karena nilai frekuensinya paling tinggi yaitu sebanyak 116 orang.

2. Tingkat Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok

Hasil dari kategorisasi pada perhitungan skor empirik pada variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok tertera pada tabel 4.9:

Tabel 4.9
Kategorisasi Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok

Kategori	Frekuensi	Prosentase(%)
Tinggi	8	6.7
Sedang	102	85.0
Rendah	10	8.3
Total	120	100

Berdasarkan hasil kategorisasi yang diuraikan pada tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa dari total responden yang berjumlah 120 responden, sebanyak 10 siswa dengan persentase 8,3% berada dalam kategori rendah, 102 siswa dengan persentase 85% berada dalam kategori sedang dan 8 siswa dengan persentase 6,7% berada dalam kategori tinggi.

5. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah dalam sebaran data suatu penelitian merupakan data yang mempunyai nilai distribusi normal atau tidak normal. SPSS 26 merupakan alat yang digunakan untuk membantu melakukan uji normalitas dengan menggunakan Teknik *One-*

Sample Kolmogorov-Smirnov dengan melihat nilai residual dalam data tersebut. Berikut adalah hasil dari uji normalitas yang diuraikan dalam tabel 4.10.

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig	Keterangan
<i>Fear of Missing Out (FOMO)</i>		
– Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok	0,200 ^{c.d}	Normal

Berdasarkan hasil dari uji normalitas yang terdapat pada tabel diatas, dapat dilihat jika nilai signifikansi sebesar 0,200 yang memiliki arti jika nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Maka data tersebut dapat dinyatakan sebagai data yang berdistribusi normal dengan dasar pengambilan keputusan nilai sig > 0,05. Sehingga persyaratan untuk melakukan uji korelasi dapat terpenuhi.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah pada variabel bebas dan variabel terikat memiliki hubungan yang linear atau tidak. Dalam melakukan uji linearitas menggunakan cara *test of linearity* yang ada pada SPSS. Adapun hasil dari uji linearitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Linearitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Intensitas Penggunaan TikTok <i>Fear of Missing Out (FOMO)</i>	0,491	linier

Berdasarkan hasil dari uji linearitas yang terdapat pada tabel diatas, dapat dilihat jika nilai signifikansi pada variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap *Fear of Missing Out (FOMO)* sebesar 0,491 yang memiliki arti nilai signifikansi pada variabel tersebut lebih besar dari 0,05. Maka hubungan pada variabel tersebut dapat dinyatakan sebagai variabel yang memiliki hubungan bersifat linear, dengan dasar pengambilan keputusan yakni, nilai $\text{sig} > 0,05$. Sehingga persyaratan untuk melakukan uji korelasi dapat terpenuhi.

6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini yaitu untuk mengukur ada tidaknya hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok dengan *Fear of Missing Out (FOMO)*. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi menggunakan *SPSS 26 for windows*. Adapun hasil dari analisis data penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Korelasi

Variabel	Signifikansi	Korelasi	Keterangan
Intensitas Penggunaan TikTok dan FOMO	0,000	0,475	Hubungan Positif

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu adanya hubungan atau korelasi positif antara Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok dengan *Fear of Missing Out (FOMO)*. Hasil dari uji korelasi tersebut yaitu terdapat nilai korelasi sebesar $r,475^{**}$ yaitu terdapat korelasi positif antara kedua variabel tersebut. Korelasi positif merupakan hubungan antara 2 variabel dimana kenaikan satu variabel dapat menyebabkan penambahan pada variabel lainnya.

Signifikansi korelasi pada penelitian ini yaitu senilai $p < 0,000 < 0,005$ Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal

ini berarti bahwa adanya hubungan atau korelasi positif antara Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok dengan *Fear of Missing Out (FOMO)* pada siswa SMP Wahid Hasyim. Korelasi positif merupakan suatu hubungan dimana ketika suatu variabel meningkat maka variabel lain akan meningkat juga, begitupun sebaliknya ketika salah satu variabel menurun maka variabel lain menurun. Dalam artian bahwa ketika Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok meningkat maka Fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* akan meningkat begitupun ketika Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok menurun maka *Fear of Missing Out (FOMO)* akan menurun.

C. Pembahasan

1. Tingkat Fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* Pengguna Media Sosial TikTok Pada Remaja Awal

Penelitian yang telah dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada siswa dan siswi di SMP Wahid Hasyim membuahkan hasil yang sesuai dengan rumusan masalah serta tujuan dari penelitian ini. Tingkat fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* pengguna media sosial TikTok pada remaja awal yang dibagi menjadi 3 kategori yaitu tinggi, rendah, dan sedang. Hasil penelitian ini menunjukkan data bahwa sebesar 96,7% dari subjek yaitu sebanyak 116 orang berada dalam kategori sedang. Sedangkan sebanyak 3,3% dari subjek yaitu sebanyak 4 orang berada dalam kategori rendah. Hasil ini menunjukkan bahwa siswa dan siswi SMP Wahid Hasyim memiliki rata-rata tingkat fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* sedang Dengan hasil persentase yang dominan tersebut artinya bahwa remaja di SMP Wahid Hasyim memiliki tingkat fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* yang cenderung tinggi walaupun berada dalam kategori sedang.

Hasil penelitian tersebut sesuai dengan salah satu factor yang mempengaruhi *Fear of Missing Out (FOMO)* yaitu adanya teknologi

yang sudah modern. Teknologi sangat berkembang pesat dalam kehidupan masyarakat di era glocalisasi ini (Juwita, 2015). Adanya teknologi ini dapat mengakses internet yang bertujuan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat seperti kebutuhan bersosialisasi, mendapat informasi sampai kebutuhan memberikan hiburan (Soliha S.F., 2015). Salah satu manfaat internet tersebut dapat dinikmati dengan menggunakan media sosial. Media sosial adalah sebuah media yang mengutamakan pada eksistensi penggunaannya dalam beraktivitas maupun berkolaborasi dengan orang lain (Riyanti YAV, 2016). Selain itu, menurut Hidayatun (2015) berpendapat bahwa media sosial merupakan aplikasi yang berbasis internet untuk menjalin komunikasi dengan orang lain dan tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Berdasarkan pendapat dari Rahayu (2015).

Hal ini sejalan dengan pendapat dari pakar informasi teknologi (IT) yaitu Nukman Luthfi yang menyatakan bahwa generasi ini mudah mengadopsi tren yang ada di dunia karena adanya akses internet yang sangat mudah. Dengan adanya berbagai sosial media salah satunya TikTok yang banyak digunakan oleh remaja membuat keberagaman eksistensi remaja di dunia maya juga, sehingga Nukman Luthfi membagi menjadi 2 kategori pengguna internet yaitu sebagai *creator* dan *conversationalist* (CNN Indonesia, 2018). Di kalangan remaja pengguna TikTok juga terdapat kategori pembuat konten dan kalangan remaja yang menggunakan TikTok untuk melihat saja. Kehidupan dunia sosial bagi para remaja merupakan konsep hidup yang ideal sehingga banyak dari kalangan remaja yang berlomba-lomba untuk melakukan sesuatu yang membentuk citra diri sesuai dengan apa yang diinginkannya di media sosial (Beyens, Frison, & Eggermont, 2016).

Menurut Monica Carolina dan Gayes Mahestu pada penelitiannya yang berjudul perilaku komunikasi remaja dengan kecenderungan *Fear of Missing Out* (FOMO) menyatakan bahwa media sosial dijadikan

sebagai *platform* untuk memamerkan kehidupannya untuk mencapai kepuasan tersendiri dan sebagai upaya aktualisasi diri di lingkungannya, dianggap unik. Ketika melakukan sosial media editing, thematic dan lainnya. Namun kecenderungan terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO) ini tidak selamanya berkonotasi negatif, adanya kecenderungan *Fear of Missing Out* (FOMO) ini juga dianggap dapat memperluas relasi pada kalangan remaja (Monica Carolina dan Gayes Mahestu, 2020).

Gaya hidup dari remaja yang memiliki kecenderungan terhadap fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) membentuk seseorang untuk selalu memiliki koneksi dengan internet dan dunia digital sehingga membuat seseorang kehilangan momen yang sedang dijalaninya (Seprianus Kiding dan Andik Matulesy, 2019). Sehingga remaja yang memiliki kecenderungan terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO) akan terus mengalihkan perhatiannya terhadap telepon genggamnya pada saat berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya di dunia nyata. Hal ini wajar terjadi pada remaja yang memiliki kecenderungan *Fear of Missing Out* (FOMO) memiliki rasa takut akan tertinggal atau melewatkan sesuatu yang sedang terjadi di media sosial. Tidak jarang para remaja melakukan aktivitas di kehidupan nyata semata-mata untuk membuat konten yang bisa dipamerkan di TikTok atau hanya sekedar membuat konten hiburan untuk akun TikToknya. Maka dari itu, segala kegiatan yang dilakukan oleh remaja dengan kecenderungan *Fear of Missing Out* (FOMO) bertujuan untuk membuat dirinya merasa eksistensinya di dunia TikTok dan dunia nyata tidak redup.

2. Tingkat Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Remaja Awal

Hasil penelitian mengenai tingkat intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap remaja awal dikelompokkan menjadi 3 kategori yaitu rendah, sedang dan tinggi. Data menunjukkan 8,3% persen dari jumlah keseluruhan responden yaitu sebanyak 10 siswa berada di

kategori rendah. Sedangkan 85% dari keseluruhan responden yaitu sebanyak 102 siswa berada dalam kategori sedang dan 6,7% yaitu sebanyak 8 siswa berada dalam kategori tinggi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa siswa dan siswi di SMP Wahid Hasyim memiliki 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. Penggunaan TikTok pada remaja tidak lepas dari fitur dan video-video yang dapat menarik perhatian remaja sehingga remaja sering lupa waktu. Tingginya intensitas penggunaan TikTok pada remaja akan membuat remaja sulit mengendalikan diri dan berdampak buruk pada kegiatan sehari-hari seperti kegiatan belajar, kurangnya interaksi, dan sosialisasi dengan lingkungan sekitar.

Intensitas penggunaan media sosial TikTok pada remaja awal di SMP Wahid Hasyim dipengaruhi oleh control diri, Menurut (Nadela Dwi Afrelia dan Masnida Khairat, 2022) Intensitas penggunaan TikTok yang tinggi disebabkan karena kontrol diri yang rendah, maksudnya apabila remaja tidak mampu mengendalikan dirinya maka penggunaan TikTok dengan intensitas tinggi akan terjadi pada diri remaja. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni, Praherdhiono, dan Sulthoni (2019), menyatakan bahwa kemampuan individu dalam mengendalikan diri dan mengarahkan perilakunya dalam penggunaan internet dapat menghindarkan individu dari kecanduan. Hal tersebut dapat mempengaruhi perilaku remaja ke arah negatif dan berdampak buruk terhadap kesehatan atau jiwa remaja serta remaja malas untuk mengerjakan tugas dan kewajibannya di kehidupan sehari-hari.

Selain itu factor yang dapat mempengaruhi intensitas penggunaan media sosial tiktok seseorang yaitu addiction. Menurut Zelfiah (2019) remaja yang sudah kecanduan terhadap media sosial akan cenderung lupa

waktu, tugas, serta kewajibannya dalam kehidupan sehari-hari. Apabila remaja tersebut dibatasi dan dihentikan untuk menggunakan media sosial maka remaja tersebut akan merasakan ketidaknyamanan dan ras stress yang tinggi. Penelitian yang dilakukan oleh Sariyani pada tahun 2017 juga menyatakan bahwa terdapat keterkaitan antara intensitas penggunaan media sosial dengan kemampuan bersosialisasi pada remaja. Keterkaitan yang dimaksud adalah apabila seorang remaja memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi maka kemampuan bersosialisasinya semakin rendah begitupula sebaliknya, apabila intensitas penggunaan media sosial rendah maka semakin baik kemampuan bersosialisasi (Sariyani, 2017).

Menurut Ajzen (2005) intensitas merupakan besarnya usaha seseorang dalam melakukan suatu tindakan. Tingkat kedalaman usaha seseorang dalam menggunakan sesuatu dapat dilihat dari durasi, frekuensi, perhatian dan penghayatan. Tingginya antusias remaja dalam mengakses TikTok membuat remaja terlena bahkan sampai lupa waktu. Remaja dikatakan normal mengakses TikTok apabila penggunaannya dibawah 3 jam per hari, namun jika penggunaan TikTok sudah melebihi dari 3 jam maka hal ini sudah melebihi batas normal dan akan mengganggu aktivitas lainnya di kehidupan sehari-harinya seperti proses bermain, belajar, dan bahkan akan mengganggu waktu istirahatnya.

Menurut Soeparno dan Sandra (2011) yang menjelaskan bahwa dunia maya adalah seperti lingkungan sosial yang telah mengalami perubahan besar sehingga dapat mengubah perilaku individu dan hubungan antar teman, yang semuanya terjadi melalui internet yang dikuasai. situs media sosial. Oleh karena itu, hal ini juga sesuai dengan pendapat Efendi (2017) bahwa remaja menggunakan media sosial dengan intensitas tinggi, kecenderungan sosialnya rendah, dan kepekaan lingkungannya juga rendah. Hal ini dapat disebut sebagai sikap apatis (Efendi, 2017). Berdasarkan teori kecanduan media, individu yang

bergantung pada media untuk kebutuhannya tidak menyadari bahwa media sangat penting untuk memenuhi kebutuhan tersebut (Ara, 2015). Umami & Rosdiana (2022) menyampaikan bahwa ada empat aspek yang membuat intensi terbentuk dan ini kaitannya dengan media sosial yakni, penghayatan, perhatian, durasi, dan frekuensi. Apa yang dimaksud dengan intensitas merupakan kecil besarnya suatu perilaku, ataupun kedalaman penyikapan. Lebih lanjut, intensitas maupun banyak atau tidaknya kegiatan dilihat dari frekuensi. Jika ditarik dalam penelitian ini, maka aspek yang dibutuhkan berdasarkan kuantitas dari intensitas dapat dilihat dari durasi dan frekuensinya.

3. Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok Dengan Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) Pada Remaja Awal

Berdasarkan hasil penelitian, mengungkapkan bahwa intensitas penggunaan media sosial TikTok memiliki hubungan yang signifikan terhadap fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) pada remaja awal. Hal dibuktikan dengan nilai signifikansi variabel *Fear of Missing Out* (FOMO) intensitas media sosial di TikTok sebesar 0,000 yang berarti nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Maka dari itu, hasil penelitian ini membuktikan adanya hubungan yang signifikan antara variabel Intensitas (X) penggunaan media sosial TikTok dengan variabel (Y) *Fear of Missing Out* (FOMO). Dari sini dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada hubungan atau korelasi yang positif antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada siswa SMP Wahid Hasyim. Korelasi positif adalah hubungan dimana satu variabel meningkat, variabel lainnya meningkat, dan sebaliknya, ketika satu variabel menurun, variabel lainnya menurun. Dalam artian fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) pada remaja awal di SMP Wahid Hasyim meningkat ketika intensitas penggunaan media sosial TikTok mereka tinggi, dan sebaliknya, fenomena *Fear of Missing*

Out (FOMO) berkurang ketika intensitas penggunaan media sosial TikTok remaja awal di SMP Wahid Hasyim berkurang.

Hubungan tersebut disebabkan oleh frekuensi yang tinggi dalam mengakses media sosial TikTok di kegiatan sehari-hari, sehingga timbul kecemasan apabila tidak mengakses TikTok dan memberikan pengaruh signifikan terhadap kecenderungan fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO). Durasi melihat dan mengakses TikTok yang tinggi memberikan efek kecanduan terhadap mengakses TikTok juga timbul. Menurut (Sianipar & Kaloeti, 2019) *Fear Of Missing Out* (FOMO) juga didefinisikan dengan adanya rasa sepi dan bosan yang dirasakan oleh seseorang Ketika menjalani kehidupan sehari-harinya. Perasaan tidak Bahagia akan muncul bagi seseorang yang terindikasi *Fear Of Missing Out* (FOMO) yang disebabkan tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis dalam diri individu tersebut. Adanya dunia digital merupakan stimulus utama yang membuat individu terdistraksi oleh aktivitas di media sosial sehingga terindikasi *Fear Of Missing Out* (FOMO)

Sedangkan menurut Elhai, Levine, Dvorak dan Hall (2016), yang menjelaskan bahwa orang yang melakukan kesalahan saat menggunakan gawai menghasilkan kecemasan, terutama jika dilakukan terlalu sering, dan hal ini dapat menyebabkan depresi dan *Fear Of Missing Out* (FOMO). Studi Trian dan Ramadhan (2017) menjelaskan bahwa semakin banyak waktu yang dihabiskan untuk menggunakan media sosial, semakin besar kecenderungan FOMO di antara individu pengguna media sosial. Hal ini juga dikemukakan oleh (Timbung, 2017) yang menemukan bahwa *Fear Of Missing Out* (FOMO) memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan intensitas penggunaan media sosial Instagram oleh mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana. Artinya mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana memiliki tingkat *Fear Of Missing Out* (FOMO) dan intensitas penggunaan media sosial sebanding.

Pernyataan Abel dalam (Aisafitri & Yusriyah, 2021) menyebutkan bahwa individu yang menjadikan media sosial sebagai candu dan

tergolong *Fear of Missing Out* (FOMO) apabila terdapat tanda-tanda sebagai berikut: tidak dapat melepaskan dirinya dari handphone atau ponsel di kehidupan sehari-hari, merasakan kecemasan dan kekhawatiran jika dalam sehari tidak mengecek media sosialnya, lebih dominan berkomunikasi menggunakan media sosial dari pada interaksi secara langsung, suka mengekspos atau ingin tetap eksis di medsos, menshare setiap kegiatan dan depresi ketika sedikit viewnya. Kebiasaan yang berujung *Fear of Missing Out* (FOMO) dilakukan berulang-ulang sehingga menjadi ketergantungan bahkan ketika makan dan berinteraksi remaja masa kini tidak dapat melepaskan diri dari media sosial atau gadget yang dimiliki (Putri, 2019).

Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) memiliki gejala berupa ketertarikan untuk berinteraksi di dunia maya dan sebaliknya mereka membatasi interaksi di dunia nyata bahkan mengunggulkan dirinya dengan memposting video atau foto yang menarik perhatian orang lain untuk mendapatkan tanda suka dari orang yang melihat. Ciri kedua pengguna merasa gatal untuk selalu mengecek gadget dan mengikuti update dari berita-berita netizen di media sosial. Gejala terakhir seseorang yang akut terkena Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) merasa ingin mengungguli orang lain dan depresi jika tidak seperti yang dia harapkan.

Gejala tersebut sangat berhubungan dengan intensitas penggunaan media sosial yang tinggi. Trend yang marak di media sosial tentu membuat seseorang merasa harus berpartisipasi dalam trend tersebut. Salah satunya dengan membuat konten hingga menjadi viral dan terkenal karena trend tersebut. Seseorang akan terus berusaha membuat konten sebanyak-banyaknya untuk mendapatkan apresiasi berupa tanda suka atau semacamnya dari orang lain. Tentu dengan membuat banyak konten, seseorang harus sering kali mengakses media sosial. Baik dalam proses mencari trend, membuat konten, hingga saling share dan komen untuk mendapatkan atensi pengguna media sosial lainnya. Perasaan yang gatal

untuk selalu melihat gadget dan mengikuti update di dunia maya tentu memaksa seseorang untuk terus meningkatkan intensitas mereka dalam mengakses media sosial. Terutama dalam hal ini media sosial yang sangat trend yaitu TikTok.

Adanya Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) tentu memberikan dampak negative terhadap seseorang yang mengalaminya. Salah satunya berdampak dapat meretakan hubungan antara sesama teman, mengganggu psikologis dan mental serta berpengaruh kepada finansial orang yang menjadi pengguna gadget (Irene Radius Saretta, 2020). Maka dari itu, untuk mengurangi dampak negatif dari fenomena tersebut, remaja awal di remaja awal di SMP Wahid Hasyim dan remaja lainnya harus senantiasa menjaga control diri mereka dan mengakses media sosial secukupnya. Ketika intensitas penggunaan media sosial mereka sangat tinggi tentu sangat mungkin mereka akan mengalami fenomena *Fear of Missing* (FOMO). Tentunya Ketika remaja awal di SMP Wahid Hasyim mengurangi intensitas penggunaan media sosial, kemungkinan untuk mengalami fenomena tersebut menjadi berkurang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai hubungan intensitas penggunaan media sosial TikTok terhadap fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* yang dilakukan di SMP Wahid Hasyim dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. 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 prosentase 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.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa siswa dan siswi di SMP Wahid Hasyim memiliki 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.
3. Berdasarkan hasil dari uji linearitas yang terdapat pada tabel diatas, dapat dilihat jika nilai signifikansi pada variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap *Fear of Missing Out (FOMO)* sebesar 0,491 yang memiliki arti nilai signifikansi pada variabel tersebut lebih besar dari 0,05. Maka hubungan pada variabel tersebut dapat dinyatakan sebagai variabel yang memiliki hubungan bersifat linear yaitu adanya hubungan yang linear antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)*.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian yang dilakukan di SMP Wachid Hasyim, peneliti merumuskan saran sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

penelitian ini di harapkan bisa menjadi refrensi untuk penelitian selanjutnya khususnya penelitian yang menggunakan metode penelitian kuantitatif dan di harapkan Peneliti selanjutnya mampu mengembangkan penelitian mengenai variabel fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* baik menggunakan metodologi kuantitatif ataupun dengan metode yang lainnya.

2. Bagi Remaja

Berdasarkan hasil penelitian tentang tingginya intensitas penggunaan media sosial TikTok dan adanya kecenderungan terhadap fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* diharapkan para remaja dimasa kini dapat memilah dan memilih konten atau informasi yang baik untuk dirinya dan bisa disebarakan kepada lingkungannya. Dengan adanya kemudahan penggunaan internet, para remaja juga diharapkan dapat menggunakan internet terhadap hal-hal yang bermanfaat seperti untuk pembelajaran, melihat berita dan lainnya sehingga penggunaan internet tidak berdampak negatif bagi dirinya.

3. Bagi Pihak Sekolah

Pihak sekolah diharapkan mampu memberikan kebijakan mengenai penggunaan sosial media di sekolah sehingga tidak mendistraksi proses pembelajaran dan tidak membuat siswa lupa akan tugas dan kewajibannya baik di sekolah maupun dirumah, dan juga pihak sekolah bisa memberikan kegiatan-kegiatan yang bisa mengalihkan siswa siswi tidak terlalu intens dalam penggunaan media sosial baik di sekolah maupun di rumah seperti memberikan PR (Pekerjaan Rumah), Olahraga, dan kegiatan-kegiatan lainnya.

4. Bagi Orang Tua

Orang tua di harapkan mampu mengontrol kegiatan anak bermain media sosial yang berlebihan sehingga anak tidak terlalu intens dalam bermain media sosial, dan orang tua bisa mengetahui informasi-informasi apa saja yang yang anaknya lihat di media sosial, dan juga orang tua di harapkan mampu mengalihkannya dengan kegiatan-kegiatan seperti menerapkan jam belajar di rumahnya, bermain dengan teman sebayanya secara tatap muka, dan kegiatan-kegiatan lainnya yang tidak berbasis online.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Ubaidillah. (2021). *4 Aplikasi Edit Video TikTok Terbaik, Siap-siap Viral!* Retizen Republika Blogger. <https://retizen.republika.co.id/posts/16003/4-aplikasi-edit-video-TikTok-terbaik-siap-siap-viral>
- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Afriluyanto, T. R. (2018). Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(2), 184–197. <https://doi.org/10.24090/komunika.v11i2.1365>
- Aisafitri, L., & Yusriyah, K. (2021). KECANDUAN MEDIA SOSIAL (FOMO) PADA GENERASI MILENIAL. *Jurnal Audience*, 4(01), 86–106. <https://doi.org/10.33633/ja.v4i01.4249>
- 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>
- Anggraeni, R. D., Meiyuntariningsih, T., & Aristawati, A. R. (2021). Hubungan antara Subjective Well-Being dan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada Emerging Adulthood. *Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*, 45. www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Anwar, F. (2017). Perubahan dan Permasalahan Media Sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(1), 137. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i1.343>
- Aprilia, R., Sriati, A., & Hendrawati, S. (2020). Tingkat Kecanduan Media Sosial pada Remaja. *Journal of Nursing Care*, 3(1), 41–53. <https://jurnal.unpad.ac.id/jnc/article/view/26928>
- Arventin, C. V. (n.d.). *PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK PADA REMAJA DI MADIUN SEBAGAI MEDIA EKSISTENSI DIRI*. 1–25.
- Aryandi, D. (2021). *Pengakuan Perempuan 18 Tahun Viral Terkena Sindrom Tik Tok Hingga Sulit Kontrol Diri Artikel ini telah tayang di PosBelitung.co dengan judul Pengakuan Perempuan 18 Tahun Viral Terkena Sindrom Tik Tok Hingga Sulit Kontrol Diri*, <https://belitung.tribunnews>.

<https://belitung.tribunnews.com/2021/11/29/pengakuan-perempuan-18-tahun-viral-terkena-sindrom-tik-tok-hingga-sulit-kontrol-diri>

Aziz, A. A. Al. (2020). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan tingkat depresi pada mahasiswa. *Acta Psychologia*, 2(2), 92–107.

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’ sosial needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083>

Bulele, Y. N., & Wibowo, T. (2020). Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus TikTok. *Conference on Business, Sosial Sciences and Innovation Technology*, 1(1), 565–572. <http://journal.uib.ac.id/index.php/cbsit>

Carolina, M., & Mahestu, G. (2020). Prilaku Komunikasi Remaja dengan Kecenderungan FOMO . *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 11(1). <https://doi.org/10.31506/jrk.v11i1.8065>

CNNIndonesia. (2018). Radikalisme, Facebook dan “Hujan” Informasi Generasi Milenial. Retrieved November 20, 2022, from <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180616170023-192-306607/radikalisme-facebook-danhujan-informasi-generasi-milenial>

Deni Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*.

Dwiyanti, R. (2020). *Pengaruh Fear of Missing Out Terhadap Kecenderungan Adiksi Media Sosial Pada Generasi Z*. 1–126.

Eka Putri, N. L. W. (2009). Interaksi Simbolik dalam Proses Komunikasi Nonverbal pada Aplikasi TikTok. *Widya Duta: Jurnal Ilmiah Ilmu Agama Dan Ilmu Sosial Budaya*, 14(1), 11. <https://doi.org/10.25078/wd.v14i1.1039>

Fajarini, F., & Khaerani, N. M. (2014). Kelekatan aman, religiusitas, dan kematangan emosi pada remaja. *Jurnal Psikologi Integratif*, 2(1), 22–29. <https://media.neliti.com/media/publications/126264-ID-kelekatan-aman-religiusitas-dan-kematang.pdf>

Fatma Priyanka. (2019). *Optimisme remaja awal akibat perceraian orang tua* [UIN Sunan Ampel Surabaya]. http://digilib.uinsby.ac.id/31473/1/FatmaPriangka_J01215012.pdf

Gustam Rizky Ramanda. (2015). *Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk*

- Budaya Populer Korean Pop Di Kalangan Komunitas Samarinda Dan Balikpapan. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 224–242. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/02/Jurnal - Rizky Ramanda Gustam \(02-25-15-06-07-31\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/02/Jurnal - Rizky Ramanda Gustam (02-25-15-06-07-31).pdf)
- Hager, G., & Wellein, G. (2021). Pppp. *Introduction to High Performance Computing for Scientists and Engineers*, 194–210. <https://doi.org/10.1201/ebk1439811924-14>
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren penggunaan media sosial selama pandemi di indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 7(2), 13–23.
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19. *Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70–80. <https://doi.org/10.36341/cmv.v5i2.1278>
- Herlina. (n.d.). *Masa Perkembangan Remaja Awal usia 11/12-18 Tahun*. Retrieved December 4, 2021, from https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjxWm-8n0AhX97HMBHQ48AxUQFnoECBYQAQ&url=http%3A%2F%2Ffile.upi.edu%2FDirektori%2FFIP%2FJUR._PSIKOLOGI%2F196605162000122-HERLINA%2FPERKEMBANGAN%2520MASA%2520REMAJA.pdf
- Ikhsan Tila Mahendra. (2017). *Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Imaddudin. (2020). *Fear of Missing Out (FOMO) Dan Konsep Diri Generasi-Z: Ditinjau Dari Aspek Komunikasi*. 2(1), 24–39.
- Irene Radius Saretta. (2020). FOMO , *Sindrom akibat Adiksi Media Sosial*. Cermati.Com. <https://www.cermati.com/artikel/FOMO -sindrom-akibat-adiksi-media-sosial>
- Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas. *EduLib*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.10208>
- M Prawiro. (2018). *Pengertian Media Sosial Secara Umum, Fungsi, Tujuan, Jenis Sosmed*. Maxmanroe.Com. <https://www.maxmanroe.com/vid/teknologi/internet/pengertian-media->

sosial.html

- Madhani, L. M., Sari, I. N. B., & Shaleh, M. N. I. (2021). Dampak Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Islami Mahasiswa Di Yogyakarta. *At-Thullab Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 604–624. <https://journal.uui.ac.id/thullab/article/view/20315>
- Marlina, R. D. (2017). Hubungan Anatar *Fear of Missing Out* (FOMO) Dengan Kecenderungan Kecanduan Internet Pada Emerging Adulthood. *Diglib Universitas Mercu Buana*, 14–47. <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/130>
- Media, K., Aplikasi, S., Tok, T., Damayanti, N. C., Supriyanto, A., Hartini, S., & Dahlan, U. A. (2021). *Analisis Konseptual: Peran Konseling Kedamaian Strategi untuk Mereduksi Kecanduan Media Sosial Aplikasi Tik Tok*. 1201–1212.
- Mela Rahmayani, Muhamad Ramdhani, F. O. L. (2021). PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASITIKTOKTERHADAP PERILAKU KECANDUAN MAHASISWA. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(7), 6.
- Putri, L. S., Purnama, D. H., & Idi, A. (2019). Gaya Hidup Mahasiswa Pengidap *Fear of Missing Out* di kota palembang. *Jurnal Masyarakat & Budaya*, 21(2), 129–148. <https://jmb.lipi.go.id/jmb/article/view/867>
- Reni Utari. (2020). *Heboh Remaja Terkena TikTok Fenomena, Apakah Sungguh Terjadi?* Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. <https://www.sehatq.com/artikel/heboh-remaja-terkena-TikTok-Fenomena-apaakah-sungguh-terjadi>
- Risdyanti, K. S., Faradiba, A. T., & Syihab, A. (2019). Peranan *Fear of Missing Out* Terhadap Problematic Sosial Media Use. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 3(1), 276. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v3i1.3527>
- Simon Kemp. (2021). No Title. *DIGITAL 2021: INDONESIA*.
- Tiara Dewi, Muhammad Amir Masruhim, R. S. (2016). HUBUNGAN ANTARA FENOMENA FOMO (*FEAR OF MISSING OUT*)DENGAN KEPERCAYAAN DIRI SISWA PADA SISWA KELAS VII DI SMP MUHAMMADIYAH 2 GODEAN SLEMAN TAHUN AJARAN 2019/2020. *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*, 5(April),

5–24.

W, R. N. W., M.B.P., R. L., & Saputra, W. T. (2020). Penggunaan Media Sosial Sehat Untuk Mencegah Gangguan Mental menjadi penyakit dengan angka menyepelan penting dalam beberapa dekade hanya bebas dari penyakit fisik , Sebuah studi dari The Global Burden of Disease yang dilakukan oleh IMHE (The Institute. *Ikraith-Abdimas*, 3(3), 189–197.

Yemima Hutapea. (2018). *10 Gejala Kamu Memiliki FOMO !* Cosmopolitan Indonesia. <https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/10/2018/14854/10-gejala-kamu-memiliki-FOMO>

Zanah, F. N., & Rahardjo, W. (2020). Peran kesepian dan *Fear of Missing Out* terhadap kecanduan media sosial: Analisis regresi pada mahasiswa. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 9(2), 286–301. <https://doi.org/10.30996/persona.v9i2.3386>

LAMPIRAN

Tabel Blueprint Uji Coba Aitem

Aspek	Indikator Perilaku	Pertanyaan / Aitem	Nomor Aitem	
			Favourable	Unfavourable
<i>Comparison with friends</i>	Membandingkan dirinya dengan orang lain	Saya selalu membandingkan hasil yang saya dapatkan dengan hasil yang didapatkan oleh teman saya dalam setiap kegiatan	1	
		Saya merasa terpengaruh dengan adanya <i>trend fashion</i> , Bahasa, dan lainnya yang sedang viral di TikTok		2
		Saya merasa setiap konten yang ada diTikTok lebih baik daripada konten yang saya unggah	3	
		Menurut saya, trend fashion di TikTok membawa pengaruh buruk untuk saya		4
	Membutuhkan validasi dari orang lain atas apa yang dilakukan	Saya tidak membutuhkan pengakuan dari orang atas kegiatan yang saya lakukan		5
		Saya termotivasi untuk melakukan kegiatan karena pengakuan dan apresiasi dari orang disekitar saya	6	
		Setiap mengunggah konten, saya mengharapkan bisa mendapatkan banyak like dan komen dari teman saya	7	

		Saya senang ketika mendapatkan pujian atas kegiatan yang saya lakukan atau karya yang saya hasilkan	8	
		Saya tidak terobsesi menjadi populer di dunia nyata ataupun dunia maya		9
		Menurut saya tidak semua komentar orang lain harus ditanggapi		10
		Saya merasa kesal ketika pekerjaan atau karya yang saya hasilkan tidak mendapatkan pujian		11
	Merasa dirinya kurang	Saya merasa diri saya kurang dalam beberapa aspek kehidupan jika dibandingkan dengan teman saya	12	
		Saya merasa percaya diri dengan kemampuan dan potensi yang saya miliki		13
		Saya merasa cukup dengan setiap hasil kerja dan kreativitas yang saya miliki		14
		Saya tetap tenang ketika mendapatkan komentar negatif dari orang disekitar		15
		Saya selalu minder ketika melihat kreativitas teman lebih baik dari saya	16	

<i>Being left out</i>	timbulnya emosi negatif dengan tidak terlibat dalam aktivitas atau percakapan	Saya merasa kesal Ketika seseorang melontarkan candaan yang tidak saya mengerti	17	
		Saya merasa tidak nyaman apabila tidak dilibatkan dalam sebuah aktivitas atau kegiatan	18	
		Saya merasa selalu <i>update</i> mengenai hal-hal yang sedang diperbincangkan oleh orang lain	19	
		Menurut saya, Tidak semua aktivitas atau percakapan orang lain harus diikuti		20
<i>Missed experience</i>	munculnya emosi negatif karena tidak bisa dimasukkan ke dalam aktivitas.	Saya merasa cemas apabila tidak dapat mengikuti trend yang sedang viral di TikTok	21	
		Saya selalu membuat konten dan mengunggah konten yang sedang trend di TikTok	22	
		Saya terlambat mengetahui konten-konten yang sedang FYP di TikTok		23
		Saya merasa <i>down</i> Ketika konten yang saya buat dengan usaha keras tidak mendapatkan banyak perhatian berupa like, comment dari <i>followers</i>	24	
<i>Compulsion</i>	dipaksa untuk berulang kali memeriksa	Saya sering memastikan setiap kegiatan orang lain disekitar saya agar tidak ketinggalan berita terbaru	25	

tindakan dan aktivitas orang-orang di sekitar	Saya akan terus-menerus memeriksa media sosial untuk melihat notifikasi dan update teman di media sosial agar tidak ketinggalan berita.	26	
	Saya mengabaikan notifikasi dari smartphone pada saat ada pertemuan secara tatap muka dengan orang lain		27
	Saya selalu mendokumentasikan kegiatan yang saya lakukan dan di unggah di akun TikTok seperti membuat vidio kegiatan sehari-hari	28	
	Saya hanya membuat konten TikTok dari kegiatan tertentu saja		29
	Menurut saya, membuat dan mebagikan konten TikTok hanya tentang kegiatan yang bersifat public (bukan aktivitas pribadi)		30
Jumlah		16	14

Tabel Blueprint Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO)

Aspek	Indikator Perilaku	Pertanyaan / Aitem	Nomor Aitem	
			Favourable	Unfavourable
Perhatian	ketertarikan	Saya merasa TikTok merupakan sarana komunikasi dan informasi yang tepat di jaman sekarang	1	
		Saya merasa <i>good mood</i> setelah mengakses TikTok	2	
		Saya tidak mendapatkan manfaat dari aktivitas mengakses TikTok selama sehari		3
		Saya selalu mengikuti konten yang sedang FYP di TikTok	4	
		Saya sering merasa bosan ketika mengakses TikTok		5
	Skala Prioritas	Kebutuhan membeli kuota internet merupakan kebutuhan yang wajib saya prioritaskan supaya bisa mengakses TikTok.	6	
		Saya selalu mendahulukan notifikasi yang muncul dari TikTok dibandingkan	7	

		dengan media sosial lain.		
		Saya sering mengabaikan pesan atau telfon dari teman Ketika sedang asyik mengakses TikTok.	8	
		Saya mengakses TikTok pada saat membutuhkan informasi		9
Penghayatan	pendalaman pemahaman dan filterisasi kepada berbagai infomasi yang baru bagi individu	Saya mengakses TikTok pada saat tertentu atau pada saat butuh saja		10
		Saya merasa gelisah apabila tidak membawa <i>gadget</i> saat perjalanan	11	
		Saya senang membagikan status atau konten di TikTok	12	
		Saya hanya membagikan konten yang telah teruji kebenarannya.		13
		Saya sering membagikan konten yang saya dapatkan dari TikTok tanpa memeriksa kebenarannya	14	
		Saya sering membagikan konten dengan tema hiburan diTikTok kepada teman-teman.	15	

		Menurut saya, konten yang ada diTikTok sulit untuk dipahami		16
		Menurut saya konten yang ada di TikTok kurang menarik dan tidak memberi informasi		17
	Menerapkan trend di kehidupan sehari-hari	Saya cenderung melakukan sesuatu yang saya lihat sebelumnya di TikTok dan menerapkan di kehidupan sehari-hari	18	
		Saya akan membeli barang-barang Setelah melihat barang yang sedang trend di TikTok agar tidak ketinggalan trend	19	
		Saya menggunakan gaya berpakaian (<i>fashion</i>) sesuai dengan trend yang sedang viral di TikTok	20	
		Saya sering terpengaruh dengan Gaya Bahasa dan cara berkomunikasi selebgram TikTok	21	
		Saya memiliki ciri khas tersendiri yang tidak terpengaruh dengan trend yang sedang viral di TikTok		22

		Saya tidak terpengaruh dengan adanya trend apapun yang sedang viral di TikTok		23
Durasi	perhitungan seberapa lama seorang individu saat melakukan penelusuran di media sosial	Saya menghabiskan waktu lebih dari 3 jam dalam sehari untuk mengakses TikTok	24	
		Saya menghabiskan waktu lebih dari 3 jam dalam sehari untuk mengakses media sosial selain TikTok		25
		Menurut saya, waktu 3 jam terasa sangat singkat apabila digunakan untuk mengakses TikTok	26	
		Saya tidak pernah membatasi waktu yang saya habiskan dalam mengakses TikTok		27
Frekuensi	banyaknya waktu yang diulang untuk mencapai target dalam kurun waktu satu hari	Menurut saya satu kali sehari merupakan waktu yang cukup untuk mengakses TikTok		28
		Saya mengakses TikTok berulang-ulang kali dalam sehari	29	
		Saya menjadikan aplikasi TikTok sebagai aplikasi teratas dengan	30	

		penggunaan paling sering di handpone atau gadget		
		Saya merasa senang apabila waktu luang yang saya miliki digunakan untuk mengakses TikTok	31	
		Saya membuka aplikasi TikTok hanya pada saat hari libur dan waktu senggang saja		32
		Menurut saya, mengakses TikTok lebih dari 3 jam dalam sehari merupakan kegiatan yang tidak bermanfaat		33
Jumlah			19	14

Tabel Blueprint Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok

Kuesionir Uji Coba Aitem

Sebelum mengisi kuesioner, isilah kolom identitas terlebih dahulu:

Nama :

Jenis kelamin :

Syarat Responden

Mempunyai TikTok: Ya / Tidak

Petunjuk Pengisian

Dibawah ini ada beberapa pernyataan yang harus dibaca dan dipahami dengan tepat. Anda diminta untuk mengisi sesuai dengan pendapat Anda. Berikan tanda centang (✓) pada salah satu dari 4 alternatif jawaban, dengan ketentuan :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Setiap orang dapat mempunyai jawaban yang berbeda karena itu pilihan jawaban yang paling sesuai dengan diri saudara, karena tidak ada jawaban yang salah sejauh itu penilaian pribadi saudara.

-----Selamat mengerjakan-----

Instruksi

Isilah pernyataan dibawah ini sesuai dengan kondisi saudara senyatanya pada saat ini

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya selalu membandingkan hasil yang saya dapatkan dengan hasil yang didapatkan oleh teman saya dalam setiap kegiatan				
2	Saya merasa terpengaruh dengan adanya <i>trend fashion</i> , Bahasa, dan lainnya yang sedang viral di TikTok				

3	Saya merasa setiap konten yang ada diTikTok lebih baik daripada konten yang saya unggah				
4	Menurut saya, trend fashion di TikTok membawa pengaruh buruk untuk saya				
5	Saya tidak membutuhkan pengakuan dari orang atas kegiatan yang saya lakukan				
6	Saya termotivasi untuk melakukan kegiatan karena pengakuan dan apresiasi dari orang disekitar saya				
7	Setiap mengunggah konten, saya mengharapkan bisa mendapatkan banyak like dan komen dari teman saya				
8	Saya senang ketika mendapatkan pujian atas kegiatan yang saya lakukan atau karya yang saya hasilkan				
9	Saya tidak mempunyai keinginan untuk menjadi terkenal di dunia nyata ataupun dunia maya				
10	Menurut saya tidak semua komentar orang lain harus ditanggapi				
11	Saya merasa kesal ketika pekerjaan atau karya yang saya hasilkan tidak mendapatkan pujian				
12	Saya merasa diri saya kurang dalam beberapa aspek kehidupan jika dibandingkan dengan teman saya				
13	Saya merasa percaya diri dengan kemampuan dan potensi yang saya miliki				
14	Saya merasa cukup dengan setiap hasil kerja dan kreativitas yang saya miliki				
15	Saya tetap tenang ketika mendapatkan komentar negatif dari orang disekitar				
16	Saya selalu minder ketika melihat kreativitas teman lebih baik dari saya				
17	Saya merasa kesal Ketika seseorang melontarkan candaan yang tidak saya mengerti				
18	Saya merasa tidak nyaman apabila tidak dilibatkan dalam sebuah aktivitas atau kegiatan				
19	Saya merasa selalu <i>update</i> mengenai hal-hal yang sedang diperbincangkan oleh orang lain				
20	Menurut saya, Tidak semua aktivitas atau percakapan orang lain harus diikuti				
21	Saya merasa cemas apabila tidak dapat mengikuti trend yang sedang viral di TikTok				

22	Saya selalu membuat konten dan mengunggah konten yang sedang trend di TikTok				
23	Saya terlambat mengetahui konten-konten yang sedang FYP di TikTok				
24	Saya merasa <i>down</i> Ketika konten yang saya buat dengan usaha keras tidak mendapatkan banyak perhatian berupa like, comment dari <i>followers</i>				
25	Saya sering memastikan setiap kegiatan orang lain disekitar saya agar tidak ketinggalan berita terbaru				
26	Saya akan terus-menerus memeriksa media sosial untuk melihat notifikasi dan update teman di media sosial agar tidak ketinggalan berita.				
27	Saya mengabaikan notifikasi dari smartphone pada saat ada pertemuan secara tatap muka dengan orang lain				
28	Saya selalu mendokumentasikan kegiatan yang saya lakukan dan di unggah di akun TikTok seperti membuat vidio kegiatan sehari-hari				
29	Saya hanya membuat konten TikTok dari kegiatan tertentu saja				
30	Menurut saya, membuat dan mebagikan konten TikTok hanya tentang kegiatan yang bersifat public (bukan aktivitas pribadi)				
31	Saya merasa TikTok merupakan sarana komunikasi dan informasi yang tepat di jaman sekarang				
32	Saya merasa <i>good mood</i> setelah mengakses TikTok				
33	Saya tidak mendapatkan manfaat dari aktivitas mengakses TikTok selama sehari				
34	Saya selalu mengikuti konten yang sedang FYP di TikTok				
35	Saya sering merasa bosan ketika mengakses TikTok				
36	Kebutuhan membeli kuota internet merupakan kebutuhan yang wajib saya prioritaskan supaya bisa mengakses TikTok.				
37	Saya selalu mendahulukan notifikasi yang muncul dari TikTok dibandingkan dengan media sosial lain.				

38	Saya sering mengabaikan pesan atau telfon dari teman Ketika sedang asyik mengakses TikTok.				
39	Saya mengakses TikTok pada saat membutuhkan informasi				
40	Saya mengakses TikTok pada saat tertentu atau pada saat butuh saja				
41	Saya merasa gelisah apabila tidak membawa <i>gadget</i> saat perjalanan				
42	Saya senang membagikan status atau konten di TikTok				
43	Saya hanya membagikan konten yang telah teruji kebenarannya.				
44	Saya sering membagikan konten yang saya dapatkan dari TikTok tanpa memeriksa kebenarannya				
45	Saya sering membagikan konten dengan tema hiburan diTikTok kepada teman-teman.				
46	Menurut saya, konten yang ada diTikTok sulit untuk dipahami				
47	Menurut saya konten yang ada di TikTok kurang menarik dan tidak memberi informasi				
48	Saya cenderung melakukan sesuatu yang saya lihat sebelumnya di TikTok dan menerapkan di kehidupan sehar-hari				
49	Saya akan membeli barang-barang Setelah melihat barang yang sedang trend di TikTok agar tidak ketinggalan trend				
50	Saya menggunakan gaya berpakaian (<i>fashion</i>) sesuai dengan trend yang sedang viral di TikTok				
51	Saya sering terpengaruh dengan Gaya Bahasa dan cara berkomunikasi selebgram TikTok				
52	Saya memiliki ciri khas tersendiri yang tidak terpengaruh dengan trend yang sedang viral di TikTok				
53	Saya tidak terpengaruh dengan adanya trend apapun yang sedang viral di TikTok				
54	Saya menghabiskan waktu lebih dari 3 jam dalam sehari untuk mengakses TikTok				
55	Saya menghabiskan waktu lebih dari 3 jam dalam sehari untuk mengakses media sosial selain TikTok				

56	Menurut saya, waktu 3 jam terasa sangat singkat apabila digunakan untuk mengakses TikTok				
57	Saya tidak pernah membatasi waktu yang saya habiskan dalam mengakses TikTok				
58	Menurut saya satu kali sehari merupakan waktu yang cukup untuk mengakses TikTok				
59	Saya mengakses TikTok berulang-ulang kali dalam sehari				
60	Saya menjadikan aplikasi TikTok sebagai aplikasi teratas dengan penggunaan paling sering di handphone atau gadget				
61	Saya merasa senang apabila waktu luang yang saya miliki digunakan untuk mengakses TikTok				
62	Saya membuka aplikasi TikTok hanya pada saat hari libur dan waktu senggang saja				
63	Menurut saya, mengakses TikTok lebih dari 3 jam dalam sehari merupakan kegiatan yang tidak bermanfaat				

Data Skoring Uji Coba Aitem *Fear of Missing Out* (FOMO)

RESPONDEN	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22	Y23	Y24	Y25	Y26	Y27	Y28	Y29	Y30	TotalY
Responden01	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	67
Responden02	2	3	2	3	1	3	3	3	2	1	3	2	1	1	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	64
Responden03	3	1	4	3	3	3	2	3	3	2	2	4	3	4	3	4	3	2	3	1	2	2	4	2	2	3	3	1	2	80	
Responden04	2	2	3	3	1	3	3	3	1	2	3	2	1	1	2	1	2	3	3	1	1	2	2	2	3	3	2	1	1	61	
Responden05	2	4	3	4	1	2	4	2	2	2	3	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	3	3	2	1	4	67
Responden06	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	72	
Responden07	2	3	2	3	2	4	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	66	
Responden08	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	72	
Responden09	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	73	
Responden10	2	3	2	3	2	4	3	4	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	65	
Responden11	3	1	4	2	2	4	4	4	2	1	2	3	3	2	2	4	4	4	4	1	4	4	4	2	4	4	1	3	1	85	
Responden12	3	1	4	2	2	4	4	4	2	1	2	3	3	2	2	4	4	4	4	1	4	4	4	3	4	4	1	3	1	86	
Responden13	2	3	4	2	3	2	2	3	2	1	3	2	2	2	2	2	3	3	2	1	1	1	4	2	2	2	2	2	2	66	
Responden14	2	3	4	2	3	3	3	3	2	1	3	2	2	2	2	3	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	67	
Responden15	3	2	3	3	3	4	3	4	4	1	2	4	2	2	2	3	3	3	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	3	78	
Responden16	2	2	2	2	1	2	4	4	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	3	66	
Responden17	3	1	3	2	3	4	4	3	4	2	2	3	2	2	2	3	3	4	2	1	1	1	3	3	2	2	1	3	2	73	
Responden18	3	1	4	2	2	3	3	4	2	1	4	3	1	4	3	2	2	4	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	77	
Responden19	3	1	4	4	2	4	4	4	2	2	2	3	2	1	4	2	3	3	4	1	4	4	4	3	3	3	3	3	1	85	
Responden20	3	3	2	2	2	3	3	3	1	1	4	3	1	1	1	2	4	3	3	1	1	2	4	2	2	3	1	2	3	68	
Responden21	3	2	3	4	3	4	3	3	3	1	3	4	2	3	2	3	3	3	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	70	
Responden22	2	1	3	2	2	2	4	4	3	2	2	3	1	1	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	71	
Responden23	2	4	3	4	3	3	3	4	4	2	3	3	1	1	4	2	3	2	3	2	1	1	4	1	2	2	3	1	4	77	
Responden24	3	2	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	76	
Responden25	2	3	4	1	2	2	4	3	2	1	3	1	1	1	1	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	58	
Responden26	2	3	4	1	2	2	4	3	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	57	
Responden27	2	2	3	2	2	2	3	3	3	1	2	4	2	1	2	1	2	3	2	1	1	2	2	1	2	3	3	1	2	61	
Responden28	2	3	4	1	2	2	4	3	2	1	3	1	1	1	1	2	2	2	3	4	1	2	2	2	2	2	1	1	1	60	
Responden29	2	2	3	3	2	4	3	2	2	1	1	3	2	2	3	2	3	3	3	1	2	2	4	1	3	2	2	2	2	69	
Responden30	2	3	1	1	1	2	2	3	3	1	4	3	2	2	1	2	2	2	2	3	1	1	1	2	2	2	3	2	3	61	
Responden31	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	72	
Responden32	2	3	3	1	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	1	4	70	
Responden33	2	3	2	4	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	1	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4	72	
Responden34	2	3	3	3	1	2	3	3	2	3	3	3	1	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	1	66	
Responden35	2	3	3	3	1	2	3	3	2	3	3	3	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	66	
Responden36	2	3	3	1	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	3	2	3	2	2	1	4	68	
Responden37	3	2	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	75	
Responden38	3	2	2	3	2	3	4	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	75	
Responden39	3	3	3	2	1	3	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	3	4	3	1	4	3	2	4	3	2	1	3	3	71	
Responden40	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	1	1	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	3	66	
Responden41	3	2	4	3	3	3	3	2	3	1	2	3	1	2	1	3	3	3	3	2	2	4	2	2	4	3	3	2	3	78	
Responden42	3	2	3	1	3	2	4	2	3	1	2	3	1	1	2	3	3	3	3	2	2	4	2	3	3	4	3	3	2	75	
Responden43	3	1	3	3	1	3	3	4	2	2	2	2	1	1	2	3	2	3	4	2	2	1	2	3	1	3	2	3	2	68	
Responden44	3	1	3	4	2	3	3	3	4	1	2	3	1	2	2	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	2	3	2	80	
Responden45	2	3	3	1	1	3	4	4	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	74	
Responden46	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	3	71	
Responden47	2	2	2	2	3	2	4	3	3	2	3	4	2	1	3	2	3	3	2	3	2	3	1	2	3	3	2	2	2	73	
Responden48	3	3	3	2	2	2	3	1	3	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	3	4	3	3	2	1	4	69	
Responden49	1	2	4	3	3	2	1	2	1	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	1	1	64	
Responden50	3	4	3	2	2	3	3	3	1	1	3	3	1	1	1	2	4	2	2	1	2	2	3	2	2	4	1	2	3	68	
Responden51	3	1	3	4	1	3	3	3	4	1	2	3	1	2	2	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	2	3	2	79	
Responden52	3	2	3	2	2	2	4	4	1	3	4	3	1	1	4	4	2	2	1	1	1	2	3	3	3	3	3	4	2	75	
Responden53	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	4	2	1	2	2	3	3	3	4	2	3	2	77	
Responden54	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	1	1	2	4	2	2	3	2	1	4	72	

Hasil Uji Coba Validitas *Fear of Missing Out* (FOMO)

Correlations								
		TotalY		r=0.266				
Y1	Pearson Correlation	.575**	V		Y11	Pearson Correlation	-0,257	T
	Sig. (2-tailed)	0,000				Sig. (2-tailed)	0,060	
	N	54				N	54	
Y2	Pearson Correlation	-.530**	T		Y12	Pearson Correlation	.459**	V
	Sig. (2-tailed)	0,000				Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	54				N	54	
Y3	Pearson Correlation	0,216	T		Y13	Pearson Correlation	.326*	V
	Sig. (2-tailed)	0,117				Sig. (2-tailed)	0,016	
	N	54				N	54	
Y4	Pearson Correlation	.358**	V		Y14	Pearson Correlation	.319*	V
	Sig. (2-tailed)	0,008				Sig. (2-tailed)	0,019	
	N	54				N	54	
Y5	Pearson Correlation	0,261	T		Y15	Pearson Correlation	.470**	V
	Sig. (2-tailed)	0,056				Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	54				N	54	
Y6	Pearson Correlation	.447**	V		Y16	Pearson Correlation	.673**	V
	Sig. (2-tailed)	0,001				Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	54				N	54	
Y7	Pearson Correlation	0,181	T		Y17	Pearson Correlation	.398**	V
	Sig. (2-tailed)	0,190				Sig. (2-tailed)	0,003	
	N	54				N	54	
Y8	Pearson Correlation	.281*	V		Y18	Pearson Correlation	.500**	V
	Sig. (2-tailed)	0,040				Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	54				N	54	
Y9	Pearson Correlation	.337*	V		Y19	Pearson Correlation	.387**	V
	Sig. (2-tailed)	0,013				Sig. (2-tailed)	0,004	
	N	54				N	54	
Y10	Pearson Correlation	0,012	T		Y20	Pearson Correlation	-0,122	T
	Sig. (2-tailed)	0,931				Sig. (2-tailed)	0,379	
	N	54				N	54	
					Y21	Pearson Correlation	.656**	V
						Sig. (2-tailed)	0,000	
						N	54	

Y22	Pearson Correlation	.608**	V	
	Sig. (2-tailed)	0,000		
	N	54		
Y23	Pearson Correlation	.541**	V	
	Sig. (2-tailed)	0,000		
	N	54		
Y24	Pearson Correlation	.327*	V	
	Sig. (2-tailed)	0,016		
	N	54		
Y25	Pearson Correlation	.457**	V	
	Sig. (2-tailed)	0,001		
	N	54		
Y26	Pearson Correlation	.495**	V	
	Sig. (2-tailed)	0,000		
	N	54		
Y27	Pearson Correlation	.288*	V	
	Sig. (2-tailed)	0,035		
	N	54		
Y28	Pearson Correlation	.497**	V	
	Sig. (2-tailed)	0,000		
	N	54		
Y29	Pearson Correlation	-0,025	T	
	Sig. (2-tailed)	0,858		
	N	54		
Y30	Pearson Correlation	0,166	T	
	Sig. (2-tailed)	0,231		
	N	54		
TotalY	Pearson Correlation	1		
	Sig. (2-tailed)			
	N	54		
**.	Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			
*.	Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).			

Hasil Uji Coba Validitas Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok

Correlations									
		TotalX		r=0.266					
X1	Pearson Correlation	.603**	V		X11	Pearson Correlation	0,211	T	
	Sig. (2-tailed)	0,000				Sig. (2-tailed)	0,126		
	N	54				N	54		
X2	Pearson Correlation	.643**	V		X12	Pearson Correlation	.637**	V	
	Sig. (2-tailed)	0,000				Sig. (2-tailed)	0,000		
	N	54				N	54		
X3	Pearson Correlation	.466**	V		X13	Pearson Correlation	0,229	T	
	Sig. (2-tailed)	0,000				Sig. (2-tailed)	0,096		
	N	54				N	54		
X4	Pearson Correlation	.660**	V		X14	Pearson Correlation	.458**	V	
	Sig. (2-tailed)	0,000				Sig. (2-tailed)	0,000		
	N	54				N	54		
X5	Pearson Correlation	.501**	V		X15	Pearson Correlation	0,239	T	
	Sig. (2-tailed)	0,000				Sig. (2-tailed)	0,082		
	N	54				N	54		
X6	Pearson Correlation	.575**	V		X16	Pearson Correlation	0,252	T	
	Sig. (2-tailed)	0,000				Sig. (2-tailed)	0,066		
	N	54				N	54		
X7	Pearson Correlation	.446**	V		X17	Pearson Correlation	.419**	V	
	Sig. (2-tailed)	0,001				Sig. (2-tailed)	0,002		
	N	54				N	54		
X8	Pearson Correlation	.656**	V		X18	Pearson Correlation	0,235	T	
	Sig. (2-tailed)	0,000				Sig. (2-tailed)	0,088		
	N	54				N	54		
X9	Pearson Correlation	0,056	T		X19	Pearson Correlation	.731**	V	
	Sig. (2-tailed)	0,685				Sig. (2-tailed)	0,000		
	N	54				N	54		
X10	Pearson Correlation	-0,004	T		X20	Pearson Correlation	.677**	V	
	Sig. (2-tailed)	0,974				Sig. (2-tailed)	0,000		
	N	54				N	54		
					X21	Pearson Correlation	.824**	V	
						Sig. (2-tailed)	0,000		
						N	54		

X22	Pearson Correlation	.573**	V	
	Sig. (2-tailed)	0,000		
	N	54		
X23	Pearson Correlation	.756**	V	
	Sig. (2-tailed)	0,000		
	N	54		
X24	Pearson Correlation	.769**	V	
	Sig. (2-tailed)	0,000		
	N	54		
X25	Pearson Correlation	-.512**	T	
	Sig. (2-tailed)	0,000		
	N	54		
X26	Pearson Correlation	.737**	V	
	Sig. (2-tailed)	0,000		
	N	54		
X27	Pearson Correlation	-.745**	T	
	Sig. (2-tailed)	0,000		
	N	54		
X28	Pearson Correlation	0,145	V	
	Sig. (2-tailed)	0,297		
	N	54		
X29	Pearson Correlation	.674**	V	
	Sig. (2-tailed)	0,000		
	N	54		
X30	Pearson Correlation	.749**	V	
	Sig. (2-tailed)	0,000		
	N	54		
X31	Pearson Correlation	.724**	V	
	Sig. (2-tailed)	0,000		
	N	54		
X32	Pearson Correlation	.516**	V	
	Sig. (2-tailed)	0,000		
	N	54		
X33	Pearson Correlation	.601**	V	
	Sig. (2-tailed)	0,000		
	N	54		
TotalX	Pearson Correlation	1		
	Sig. (2-tailed)			
	N	54		
**	Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			
*	Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).			

Hasil Uji Coba Reliabilitas

Reliabilitas	
SEBELUM PENGGUGURAN AITEM	
Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok (X)	
Cronbach's Alpha	0.870
N of Item	33
<i>Fear Of Missing Out (Y)</i>	
Cronbach's Alpha	0.665
N of Item	30
SETELAH PENGGUGURAN AITEM	
Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok (X)	
Cronbach's Alpha	0.929
N of Item	24
<i>Fear Of Missing Out (Y)</i>	
Cronbach's Alpha	0.825
N of Item	21

Hasil Uji Coba Blueprint

VARIABEL X							VARIABEL Y						
Aspek	No Item	R Tabel	R Hitung	Sig.	Valid	Gugur	Aspek	No Item	R Tabel	R Hitung	Sig.	Valid	Gugur
Perhatian	X1	0,266	.603**	0,000	✓		Comparison with friends	Y1	0,266	.575**	0,000	✓	
	X2	0,266	.643**	0,000	✓			Y2	0,266	-.530**	0,000		✓
	X3	0,266	.466**	0,000	✓			Y3	0,266	0,216	0,117		✓
	X4	0,266	.660**	0,000	✓			Y4	0,266	.358**	0,008	✓	
	X5	0,266	.501**	0,000	✓			Y5	0,266	0,261	0,056		✓
	X6	0,266	.575**	0,000	✓			Y6	0,266	.447**	0,001	✓	
	X7	0,266	.446**	0,001	✓			Y7	0,266	0,181	0,190		✓
	X8	0,266	.656**	0,000	✓			Y8	0,266	.281*	0,040	✓	
	X9	0,266	0,056	0,685		✓		Y9	0,266	-.337*	0,013	✓	
Penghayatan	X10	0,266	-0,004	0,974		✓		Y10	0,266	0,012	0,931		✓
	X11	0,266	0,211	0,126		✓		Y11	0,266	-0,257	0,060		✓
	X12	0,266	.637**	0,000	✓		Y12	0,266	.459**	0,000	✓		
	X13	0,266	0,229	0,096		✓	Y13	0,266	.326*	0,016	✓		
	X14	0,266	.458**	0,000	✓		Y14	0,266	.319*	0,019	✓		
	X15	0,266	0,239	0,082		✓	Y15	0,266	.470**	0,000	✓		
	X16	0,266	0,252	0,066		✓	Y16	0,266	.673**	0,000	✓		
	X17	0,266	.419**	0,002	✓		Being left out	Y17	0,266	.398**	0,003	✓	
	X18	0,266	0,235	0,088		✓		Y18	0,266	-.500**	0,000	✓	
	X19	0,266	.731**	0,000	✓			Y19	0,266	-.387**	0,004	✓	
X20	0,266	.677**	0,000	✓		Y20		0,266	-0,122	0,379		✓	
Durasi	X21	0,266	.824**	0,000	✓		Missed experience	Y21	0,266	.656**	0,000	✓	
	X22	0,266	.573**	0,000	✓			Y22	0,266	.608**	0,000	✓	
	X23	0,266	.756**	0,000	✓			Y23	0,266	.541**	0,000	✓	
	X24	0,266	.769**	0,000	✓			Y24	0,266	-.327*	0,016	✓	
Frekuensi	X25	0,266	-.512**	0,000		✓	Compulsion	Y25	0,266	.457**	0,001	✓	
	X26	0,266	.737**	0,000	✓			Y26	0,266	.495**	0,000	✓	
	X27	0,266	-.745**	0,000		✓		Y27	0,266	-.288*	0,035	✓	
X28	0,266	0,145	0,297	✓		Y28		0,266	.497**	0,000	✓		
X29	0,266	.674**	0,000	✓		Y29		0,266	-0,025	0,858		✓	
X30	0,266	.749**	0,000	✓		Y30		0,266	0,166	0,231		✓	
	X31	0,266	.724**	0,000	✓		TOTAL					21	9
	X32	0,266	.516**	0,000	✓								
	X33	0,266	.601**	0,000	✓								
TOTAL						24	9						

Blueprint Penelitian

Aspek	Indikator	Pertanyaan / Aitem	Nomor Aitem	
			Favourable	Unfavourable
<i>Comparison with friends</i>	Membandingkan dirinya dengan orang lain	Saya selalu membandingkan hasil yang saya dapatkan dengan hasil yang didapatkan oleh teman saya dalam setiap kegiatan	1	
		Menurut saya, trend fashion di TikTok membawa pengaruh buruk untuk saya		2
	Membutuhkan validasi dari orang lain atas apa yang dilakukan	Saya termotivasi untuk melakukan kegiatan karena pengakuan dan apresiasi dari orang disekitar saya	3	
		Saya senang ketika mendapatkan pujian atas kegiatan yang saya lakukan atau karya yang saya hasilkan	4	
		Saya tidak terobsesi menjadi populer di dunia nyata ataupun dunia maya		5
	Merasa dirinya kurang	Saya merasa diri saya kurang dalam beberapa aspek kehidupan jika dibandingkan dengan teman saya	6	

		Saya merasa percaya diri dengan kemampuan dan potensi yang saya miliki		7
		Saya merasa cukup dengan setiap hasil kerja dan kreativitas yang saya miliki		8
		Saya tetap tenang ketika mendapatkan komentar negatif dari orang disekitar		9
		Saya selalu minder ketika melihat kreativitas teman lebih baik dari saya	10	
<i>Being left out</i>	Timbulnya emosi negatif dengan tidak terlibat dalam aktivitas atau percakapan	Saya merasa kesal Ketika seseorang melontarkan candaan yang tidak saya mengerti	11	
		Saya merasa tidak nyaman apabila tidak dilibatkan dalam sebuah aktivitas atau kegiatan	12	
		Saya merasa selalu <i>update</i> mengenai hal-hal yang sedang diperbincangkan oleh orang lain	13	
<i>Missed experience</i>	Munculnya emosi negatif karena	Saya merasa cemas apabila tidak dapat mengikuti trend yang sedang viral di TikTok	14	

	tidak bisa dimasukkan ke dalam aktivitas.	Saya selalu membuat konten dan mengunggah konten yang sedang trend di TikTok	15	
		Saya terlambat mengetahui konten-konten yang sedang FYP di TikTok		16
		Saya merasa <i>down</i> Ketika konten yang saya buat dengan usaha keras tidak mendapatkan banyak perhatian berupa like, comment dari <i>followers</i>	17	
<i>Compulsion</i>	Dipaksa untuk berulang kali memeriksa tindakan dan aktivitas orang-orang di sekitar	Saya sering memastikan setiap kegiatan orang lain disekitar saya agar tidak ketinggalan berita terbaru	18	
		Saya akan terus-menerus memeriksa media sosial untuk melihat notifikasi dan update teman di media sosial agar tidak ketinggalan berita.	19	
		Saya mengabaikan notifikasi dari smartphone pada saat ada pertemuan secara tatap muka dengan orang lain		20
		Saya selalu mendokumentasikan kegiatan yang saya lakukan dan di unggah di akun TikTok seperti membuat vidio kegiatan sehari-hari	21	

Tabel Blueprint Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO)

Aspek	Indikator	Pertanyaan / Aitem	Nomor Aitem	
			Favourable	Unfavourable
Perhatian	Ketertarikan	Saya merasa TikTok merupakan sarana komunikasi dan informasi yang tepat di jaman sekarang	1	
		Saya merasa <i>good mood</i> setelah mengakses TikTok	2	
		Saya tidak mendapatkan manfaat dari aktivitas mengakses TikTok selama sehari		3
		Saya selalu mengikuti konten yang sedang FYP di TikTok	4	
		Saya sering merasa bosan ketika mengakses TikTok		5
	Skala Prioritas	Kebutuhan membeli kuota internet merupakan kebutuhan yang wajib saya prioritaskan supaya bisa mengakses TikTok.	6	

		Saya selalu mendahulukan notifikasi yang muncul dari TikTok dibandingkan dengan media sosial lain.	7	
		Saya sering mengabaikan pesan atau telfon dari teman Ketika sedang asyik mengakses TikTok.	8	
Penghayatan	Pendalaman pemahaman dan filterisasi kepada berbagai infomasi yang baru bagi individu	Saya senang membagikan status atau konten di TikTok	9	
		Saya sering membagikan konten yang saya dapatkan dari TikTok tanpa memeriksa kebenarannya	10	
		Menurut saya konten yang ada di TikTok kurang menarik dan tidak memberi informasi		11
	Menerapkan trend di kehidupan sehari-hari	Saya akan membeli barang-barang Setelah melihat barang yang sedang trend di TikTok agar tidak ketinggalan trend	12	

		Saya menggunakan gaya berpakaian (<i>fashion</i>) sesuai dengan trend yang sedang viral di TikTok	13	
		Saya sering terpengaruh dengan Gaya Bahasa dan cara berkomunikasi selebgram TikTok	14	
		Saya memiliki ciri khas tersendiri yang tidak terpengaruh dengan trend yang sedang viral di TikTok		15
		Saya tidak terpengaruh dengan adanya trend apapun yang sedang viral di TikTok		16
Durasi	Perhitungan seberapa lama seorang individu saat melakukan penelusuran di media sosial	Saya menghabiskan waktu lebih dari 3 jam dalam sehari untuk mengakses TikTok	17	
		Menurut saya, waktu 3 jam terasa sangat singkat apabila digunakan untuk mengakses TikTok	18	
Frekuensi	Banyaknya waktu yang diulang untuk	Menurut saya satu kali sehari merupakan waktu yang		19

	mencapai target dalam kurun waktu satu hari	cukup untuk mengakses TikTok		
		Saya mengakses TikTok berulang-ulang kali dalam sehari	20	
		Saya menjadikan aplikasi TikTok sebagai aplikasi teratas dengan penggunaan paling sering di handpone atau gadget	21	
		Saya merasa senang apabila waktu luang yang saya miliki digunakan untuk mengakses TikTok	22	
		Saya membuka aplikasi TikTok hanya pada saat hari libur dan waktu senggang saja		23
		Menurut saya, mengakses TikTok lebih dari 3 jam dalam sehari merupakan kegiatan yang tidak bermanfaat		24

Tabel Blueprint Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok

Kuesioner Penelitian

Sebelum mengisi kuesioner, isilah kolom identitas terlebih dahulu:

Nama :

Jenis kelamin :

Kelas :

Syarat Responden

Mempunyai TikTok: Ya / Tidak

Petunjuk Pengisian

Dibawah ini ada beberapa pernyataan yang harus dibaca dan dipahami dengan tepat. Anda diminta untuk mengisi sesuai dengan pendapat Anda. Berikan tanda centang (✓) pada salah satu dari 4 alternatif jawaban, dengan ketentuan :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Setiap orang dapat mempunyai jawaban yang berbeda karena itu pilihan jawaban yang paling sesuai dengan diri saudara, karena tidak ada jawaban yang salah sejauh itu penilaian pribadi saudara.

-----Selamat mengerjakan-----

Instruksi

Isilah pernyataan dibawah ini sesuai dengan kondisi saudara senyatanya pada saat ini

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya selalu membandingkan hasil yang saya dapatkan dengan hasil yang didapatkan oleh teman saya dalam setiap kegiatan				
2	Menurut saya, trend fashion di TikTok membawa pengaruh buruk untuk saya				

3	Saya termotivasi untuk melakukan kegiatan karena pengakuan dan apresiasi dari orang disekitar saya				
4	Saya senang ketika mendapatkan pujian atas kegiatan yang saya lakukan atau karya yang saya hasilkan				
5	Saya tidak mempunyai keinginan untuk menjadi terkenal di dunia nyata ataupun dunia maya				
6	Saya merasa diri saya kurang dalam beberapa aspek kehidupan jika dibandingkan dengan teman saya				
7	Saya merasa percaya diri dengan kemampuan dan potensi yang saya miliki				
8	Saya merasa cukup dengan setiap hasil kerja dan kreativitas yang saya miliki				
9	Saya tetap tenang ketika mendapatkan komentar negatif dari orang disekitar				
10	Saya selalu minder ketika melihat kreativitas teman lebih baik dari saya				
11	Saya merasa kesal Ketika seseorang melontarkan candaan yang tidak saya mengerti				
12	Saya merasa tidak nyaman apabila tidak dilibatkan dalam sebuah aktivitas atau kegiatan				
13	Saya merasa selalu <i>update</i> mengenai hal-hal yang sedang diperbincangkan oleh orang lain				
14	Saya merasa cemas apabila tidak dapat mengikuti trend yang sedang viral di TikTok				
15	Saya selalu membuat konten dan mengunggah konten yang sedang trend di TikTok				
16	Saya terlambat mengetahui konten-konten yang sedang FYP di TikTok				
17	Saya merasa <i>down</i> Ketika konten yang saya buat dengan usaha keras tidak mendapatkan banyak perhatian berupa like, comment dari <i>followers</i>				
18	Saya sering memastikan setiap kegiatan orang lain disekitar saya agar tidak ketinggalan berita terbaru				
19	Saya akan terus-menerus memeriksa media sosial untuk melihat notifikasi dan update teman di media sosial agar tidak ketinggalan berita.				

20	Saya mengabaikan notifikasi dari smartphone pada saat ada pertemuan secara tatap muka dengan orang lain				
21	Saya selalu mendokumentasikan kegiatan yang saya lakukan dan di unggah di akun TikTok seperti membuat vidio kegiatan sehari-hari				
22	Saya merasa TikTok merupakan sarana komunikasi dan informasi yang tepat di jaman sekarang				
23	Saya merasa <i>good mood</i> setelah mengakses TikTok				
24	Saya tidak mendapatkan manfaat dari aktivitas mengakses TikTok selama sehari				
25	Saya selalu mengikuti konten yang sedang FYP di TikTok				
26	Saya sering merasa bosan ketika mengakses TikTok				
27	Kebutuhan membeli kuota internet merupakan kebutuhan yang wajib saya prioritaskan supaya bisa mengakses TikTok.				
28	Saya selalu mendahulukan notifikasi yang muncul dari TikTok dibandingkan dengan media sosial lain.				
29	Saya sering mengabaikan pesan atau telfon dari teman Ketika sedang asyik mengakses TikTok.				
30	Saya senang membagikan status atau konten di TikTok				
31	Saya sering membagikan konten yang saya dapatkan dari TikTok tanpa memeriksa kebenarannya				
32	Menurut saya konten yang ada di TikTok kurang menarik dan tidak memberi informasi				
33	Saya akan membeli barang-barang Setelah melihat barang yang sedang trend di TikTok agar tidak ketinggalan trend				
34	Saya menggunakan gaya berpakaian (<i>fashion</i>) sesuai dengan trend yang sedang viral di TikTok				
35	Saya sering terpengaruh dengan Gaya Bahasa dan cara berkomunikasi selebgram TikTok				
36	Saya memiliki ciri khas tersendiri yang tidak terpengaruh dengan trend yang sedang viral di TikTok				

37	Saya tidak terpengaruh dengan adanya trend apapun yang sedang viral di TikTok				
38	Saya menghabiskan waktu lebih dari 3 jam dalam sehari untuk mengakses TikTok				
39	Menurut saya, waktu 3 jam terasa sangat singkat apabila digunakan untuk mengakses TikTok				
40	Menurut saya satu kali sehari merupakan waktu yang cukup untuk mengakses TikTok				
41	Saya mengakses TikTok berulang-ulang kali dalam sehari				
42	Saya menjadikan aplikasi TikTok sebagai aplikasi teratas dengan penggunaan paling sering di handpone atau gadget				
43	Saya merasa senang apabila waktu luang yang saya miliki digunakan untuk mengakses TikTok				
44	Saya membuka aplikasi TikTok hanya pada saat hari libur dan waktu senggang saja				
45	Menurut saya, mengakses TikTok lebih dari 3 jam dalam sehari merupakan kegiatan yang tidak bermanfaat				

Data skoring kuesioner penelitian *Fear of Missing Out (FOMO)*

Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Total Y	Y1	
Responden01	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	2	2	55	Y2
Responden02	3	1	4	4	3	4	1	1	2	2	3	1	3	1	1	3	3	2	3	3	3	3	51	Y3
Responden03	3	1	4	4	2	4	1	2	3	4	4	1	3	2	2	1	4	3	4	1	1	54	Y4	
Responden04	3	3	4	4	3	2	1	1	2	2	3	3	2	3	3	3	1	2	4	1	2	52	Y5	
Responden05	4	1	4	2	1	4	4	2	3	4	4	1	4	4	3	1	1	4	4	1	1	57	Y6	
Responden06	2	2	3	3	2	3	1	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	49	Y7	
Responden07	1	2	3	2	3	4	2	1	3	2	4	2	2	1	1	2	1	3	3	3	2	47	Y8	
Responden08	1	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	1	3	2	2	2	3	2	3	3	2	50	Y9	
Responden09	2	2	3	4	2	3	1	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	52	Y10	
Responden10	3	3	4	2	4	3	2	2	1	4	2	1	1	1	3	4	4	4	4	2	2	56	Y11	
Responden11	3	3	3	4	2	3	1	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	4	55	Y12	
Responden12	1	2	3	3	4	3	2	2	2	2	3	1	3	3	3	3	2	4	4	2	3	55	Y13	
Responden13	3	3	3	4	3	3	1	2	3	3	3	2	3	2	1	2	1	4	4	2	3	55	Y14	
Responden14	3	3	3	4	3	3	1	2	2	4	4	3	3	1	2	3	3	4	3	1	2	57	Y15	
Responden15	2	2	4	2	3	2	1	2	1	2	2	3	3	1	1	4	2	2	2	3	1	45	Y16	
Responden16	3	1	1	2	3	2	1	1	1	2	1	3	3	1	2	2	1	2	1	4	1	38	Y17	
Responden17	3	3	4	3	3	3	2	1	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	55	Y18	
Responden18	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	54	Y19	
Responden19	3	3	3	3	3	3	1	2	1	3	2	3	4	1	2	2	1	1	3	1	1	46	Y20	
Responden20	3	3	4	4	1	3	1	1	1	3	2	4	4	2	2	3	2	4	4	1	2	54	Y21	
Responden21	4	1	4	3	1	4	3	2	4	4	2	3	2	1	1	2	2	2	2	1	1	49	Total Y	
Responden22	4	3	4	4	2	4	1	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	58		
Responden23	2	3	3	4	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	4	3	4	3	2	59		
Responden24	3	4	1	4	2	4	3	2	4	2	3	2	2	1	1	2	1	4	4	3	1	53		
Responden25	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	54		
Responden26	4	4	4	4	4	1	1	1	2	1	2	4	4	1	1	3	1	4	4	2	1	53		
Responden27	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	54		
Responden28	3	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	1	2	1	2	3	2	1	51		
Responden29	2	3	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	42		
Responden30	3	2	4	4	1	4	1	1	2	2	3	2	2	1	1	2	3	2	2	1	1	44		
Responden31	3	2	3	4	1	4	1	2	3	4	3	3	2	2	2	3	2	3	2	1	2	52		
Responden32	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	47		
Responden33	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	47		
Responden34	4	3	3	2	2	4	2	2	1	4	4	3	2	2	3	1	2	2	3	3	2	54		
Responden35	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	60		
Responden36	2	3	3	3	3	1	1	1	2	1	2	3	1	1	1	4	2	2	2	1	2	41		
Responden37	3	4	3	2	4	3	2	2	4	2	2	3	3	3	2	3	3	2	4	2	2	58		
Responden38	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	51		
Responden39	2	3	2	0	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	47		
Responden40	3	3	1	4	3	2	3	1	2	4	1	2	3	2	2	3	1	3	4	2	2	51		
Responden41	2	2	3	4	3	3	2	2	3	2	1	2	3	2	2	2	2	2	3	1	2	48		
Responden42	2	4	3	3	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	4	3	1	3	49		
Responden43	3	0	3	4	3	3	1	2	2	2	2	3	3	2	1	3	2	3	3	3	1	49		
Responden44	3	3	2	4	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	4	2	2	3	2	53		
Responden45	3	3	2	4	2	3	3	2	3	3	4	2	2	2	2	3	4	2	2	3	2	56		
Responden46	4	3	3	3	3	4	3	2	2	4	4	4	2	3	1	3	1	2	2	1	2	56		
Responden47	4	3	3	3	3	4	3	2	2	4	4	3	2	3	2	4	4	2	2	1	2	60		
Responden48	2	4	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	51		
Responden49	2	3	3	4	1	2	1	1	1	2	1	3	2	1	1	1	1	1	4	1	1	37		
Responden50	3	3	2	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	1	3	1	2	3	2	1	46		

Responden51	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	1	2	4	2	3	3	2	2	52
Responden52	2	4	4	4	3	3	1	1	3	2	2	1	2	1	2	3	1	2	1	2	2	46
Responden53	2	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	56
Responden54	2	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	56
Responden55	1	3	3	3	3	3	1	1	2	2	2	3	2	2	1	3	2	2	2	2	2	45
Responden56	2	3	2	4	2	3	1	1	2	3	2	2	3	1	1	2	2	2	2	3	2	45
Responden57	4	3	3	4	2	4	3	1	3	4	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	59
Responden58	2	3	3	4	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	54
Responden59	2	3	3	4	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	53
Responden60	3	3	4	4	2	4	2	1	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	58
Responden61	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	51
Responden62	2	3	2	4	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	45
Responden63	3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59
Responden64	3	3	3	3	2	4	2	1	2	4	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	60
Responden65	3	3	3	3	2	4	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	53
Responden66	3	3	2	3	2	3	2	2	1	4	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	51
Responden67	2	4	3	4	4	2	1	2	1	2	4	3	4	2	2	4	4	3	4	1	2	58
Responden68	1	4	3	4	4	2	2	2	1	2	4	3	3	1	2	4	4	3	4	1	2	56
Responden69	3	3	3	3	2	3	1	1	2	4	4	3	4	1	4	1	3	4	4	3	3	59
Responden70	3	3	4	3	3	3	2	2	2	2	3	3	4	4	3	4	2	3	3	2	3	61
Responden71	3	3	3	4	2	3	1	2	1	2	3	4	2	1	2	3	1	3	4	2	1	50
Responden72	2	1	2	3	4	4	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	37
Responden73	3	3	2	4	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	1	4	2	1	2	2	1	52
Responden74	3	3	4	4	1	3	1	1	2	3	4	3	2	1	2	2	1	2	3	3	1	49
Responden75	1	3	4	4	1	3	2	1	2	4	4	3	2	1	1	1	2	2	3	4	1	49
Responden76	3	3	4	4	2	4	1	2	3	2	3	4	3	1	1	3	2	2	3	4	1	55
Responden77	2	4	3	4	3	1	1	1	4	2	3	4	3	1	2	3	1	3	4	2	2	53
Responden78	2	3	3	2	2	4	3	3	1	3	2	2	1	1	1	4	2	3	3	2	4	51
Responden79	4	3	4	4	3	4	2	3	3	4	2	3	2	1	1	2	2	3	2	1	2	55
Responden80	3	4	4	4	2	4	1	3	1	3	2	3	3	1	1	3	1	3	3	3	1	53
Responden81	4	4	3	4	2	3	2	2	2	4	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	1	56
Responden82	3	3	3	4	3	4	2	4	2	4	3	2	3	1	2	2	4	3	4	3	1	60
Responden83	3	2	3	4	1	3	1	3	2	3	2	2	2	2	3	2	4	3	4	3	2	54
Responden84	3	1	4	4	1	3	1	1	1	2	3	3	2	1	1	3	3	3	1	3	2	46
Responden85	3	1	3	3	2	1	1	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	47
Responden86	3	2	3	4	1	3	1	1	2	3	2	2	4	2	1	2	3	3	3	1	1	47
Responden87	2	3	2	3	2	3	2	4	2	3	2	2	3	1	1	3	1	1	3	1	1	45
Responden88	1	3	4	4	2	4	1	1	2	2	1	3	4	1	2	2	1	3	2	1	2	46
Responden89	3	3	3	4	4	3	1	2	1	3	2	3	3	1	2	2	3	2	2	2	2	51
Responden90	2	4	3	4	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	1	45
Responden91	2	3	4	2	2	4	2	1	2	2	1	1	4	1	1	2	1	2	3	3	2	45
Responden92	2	3	3	4	3	3	1	1	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	53
Responden93	4	2	3	3	1	3	2	2	1	2	2	2	3	1	2	3	1	4	2	1	1	45
Responden94	2	3	3	3	1	4	2	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	3	3	2	1	44
Responden95	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	4	3	2	4	4	2	56
Responden96	3	3	2	3	1	4	1	3	4	4	4	3	3	2	2	2	4	3	2	2	2	57
Responden97	2	3	3	3	1	4	2	3	4	4	4	2	3	3	1	3	2	2	3	3	1	56
Responden98	3	3	3	3	2	2	1	1	2	2	4	2	2	1	2	3	2	3	4	3	1	49
Responden99	3	2	3	4	2	4	3	2	1	3	2	2	4	1	1	4	1	3	3	4	1	53
Responden100	3	3	4	4	3	4	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	56

Data Skoring Kuesoner Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok

Responden	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	Total X		X1
Responden01	4	4	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	66		X2
Responden02	3	3	3	2	3	2	1	1	1	1	3	2	2	2	2	2	1	1	1	3	1	4	4	1	49		X3
Responden03	4	4	3	3	4	2	3	3	4	4	2	2	1	3	1	1	4	4	3	4	3	4	2	2	70		X4
Responden04	3	4	2	3	3	3	1	1	4	2	4	2	2	3	3	3	2	2	4	3	2	2	3	1	62		X5
Responden05	3	1	3	1	4	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	4	4	4	4	4	54		X6
Responden06	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	4	4	3	3	3	3	3	2	63		X7
Responden07	2	4	4	2	1	1	1	1	2	2	4	1	1	4	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3	59		X8
Responden08	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	59		X9
Responden09	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	1	3	3	2	2	2	2	1	2	55		X10
Responden10	1	2	4	3	4	1	2	2	3	1	2	1	1	3	2	3	3	3	1	2	2	1	2	3	52		X11
Responden11	4	3	2	3	1	3	3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	1	2	2	62		X12
Responden12	3	2	4	3	3	3	2	1	3	2	2	2	3	2	2	3	1	1	2	2	2	3	3	4	58		X13
Responden13	4	3	3	2	3	2	1	1	3	2	3	2	2	3	2	2	3	4	1	2	3	3	2	2	58		X14
Responden14	3	4	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	1	2	2	2	1	3	3	3	3	2	59		X15
Responden15	1	2	4	1	2	1	2	1	3	3	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	44		X16
Responden16	3	2	3	1	3	1	1	1	1	3	2	1	1	4	3	3	1	2	2	2	1	2	1	1	45		X17
Responden17	3	3	3	3	3	2	2	4	4	3	3	2	3	2	3	4	4	1	4	3	3	2	2	2	68		X18
Responden18	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	65		X19
Responden19	2	3	2	2	2	1	1	1	4	4	3	3	1	1	2	1	1	2	2	1	1	3	3	2	48		X20
Responden20	4	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	2	2	3	3	1	1	1	1	1	2	2	1	1	52		X21
Responden21	4	4	1	1	4	1	2	4	3	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	43		X22
Responden22	3	4	3	2	2	3	3	3	2	4	3	2	2	3	3	2	4	4	3	2	2	4	3	3	69		X23
Responden23	3	4	3	2	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	71		X24
Responden24	2	4	3	1	2	2	4	3	2	2	3	4	2	4	2	3	4	4	1	4	1	2	4	2	65		Total X
Responden25	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	62		
Responden26	3	3	3	1	1	1	1	2	1	1	2	3	3	1	1	4	3	2	3	3	1	2	1	4	50		
Responden27	3	3	3	2	3	3	2	2	1	1	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	61		
Responden28	1	1	3	1	2	1	1	1	3	3	3	1	1	1	1	1	3	4	2	3	2	1	2	1	43		
Responden29	2	3	2	2	2	1	1	1	3	3	2	1	1	1	1	1	2	2	2	3	2	2	2	2	44		
Responden30	2	2	3	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	36		
Responden31	3	4	3	2	3	2	2	2	2	4	3	2	2	3	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	71		
Responden32	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	55		
Responden33	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	55		
Responden34	4	3	3	2	3	1	2	4	3	3	4	2	2	3	4	3	4	4	3	1	2	2	3	3	68		
Responden35	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	60		
Responden36	3	4	3	1	1	2	1	1	3	2	3	2	2	2	2	1	4	4	3	3	1	2	1	1	52		
Responden37	3	4	3	2	3	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	61		
Responden38	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	55		
Responden39	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	56		
Responden40	2	2	3	2	3	2	2	2	1	4	4	1	3	2	3	3	1	2	1	3	3	2	3	3	57		
Responden41	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	4	3	3	2	2	3	3	3	2	2	61		
Responden42	3	3	4	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	52		
Responden43	3	3	3	1	3	2	1	1	4	1	2	2	2	1	3	3	3	2	1	3	3	2	4	1	54		
Responden44	3	3	3	2	2	2	2	2	2	4	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	2	67		
Responden45	3	3	3	2	2	1	1	3	2	4	4	1	2	3	3	3	4	4	3	3	1	3	3	1	62		
Responden46	4	3	3	2	4	2	2	3	2	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	68		
Responden47	4	3	3	2	4	2	2	3	4	2	3	2	2	4	3	4	3	3	3	4	4	2	2	3	71		
Responden48	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	2	3	2	1	4	4	4	1	4	4	4	4	4	80		
Responden49	4	4	4	4	3	2	4	2	2	2	3	4	3	4	2	3	2	4	1	4	4	4	3	3	75		
Responden50	3	3	3	2	3	1	1	2	2	2	3	1	1	1	1	1	3	3	3	4	4	2	4	3	56		

Responden51	4	4	3	2	4	1	3	3	2	2	3	2	1	3	3	1	4	4	2	2	3	4	4	4	68
Responden52	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	54
Responden53	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	4	4	1	3	2	4	3	3	64
Responden54	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	4	3	1	3	2	4	3	3	63
Responden55	3	2	2	2	2	4	2	2	3	3	2	2	2	1	2	3	3	3	2	4	3	3	2	1	58
Responden56	1	3	3	3	4	3	1	2	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	52
Responden57	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	61
Responden58	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	60
Responden59	3	3	2	3	3	1	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	59	
Responden60	3	3	2	3	2	2	2	1	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	4	4	3	4	2	64
Responden61	3	4	3	2	4	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	63
Responden62	3	4	2	1	2	2	2	1	3	2	3	2	1	1	2	1	3	2	2	1	2	3	2	3	50
Responden63	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	66
Responden64	3	4	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	1	70
Responden65	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	1	53
Responden66	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	61
Responden67	4	4	4	3	4	3	2	3	3	3	4	2	2	2	2	4	4	3	3	3	4	4	2	74	
Responden68	4	4	4	3	4	3	2	3	3	3	4	2	2	2	2	4	4	3	4	4	3	3	2	74	
Responden69	4	4	4	3	3	3	1	1	4	1	3	1	2	3	2	2	2	1	2	3	2	3	3	1	58
Responden70	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	2	2	2	2	4	4	3	4	4	3	3	2	76	
Responden71	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	2	1	3	4	3	2	2	1	1	40
Responden72	2	1	4	1	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	4	4	1	1	1	1	1	1	4	1	40
Responden73	3	3	3	2	3	3	2	3	1	3	3	2	1	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	54	
Responden74	4	4	3	1	3	1	3	2	1	2	4	3	1	2	2	1	2	2	2	2	2	3	1	1	52
Responden75	4	4	3	1	3	2	3	2	1	2	4	1	1	4	2	1	1	1	4	1	1	3	2	1	52
Responden76	3	4	3	3	3	1	1	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	4	4	3	4	1	64
Responden77	1	1	4	1	2	1	3	1	1	1	2	1	2	3	2	4	3	4	2	4	1	3	2	1	50
Responden78	3	3	3	1	4	2	1	1	1	1	3	2	1	3	1	3	2	2	2	3	1	3	3	3	52
Responden79	3	4	3	3	3	3	1	1	1	1	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	55	
Responden80	4	4	3	1	3	1	1	1	1	2	4	1	2	3	2	1	3	4	1	4	4	3	3	2	58
Responden81	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	71	
Responden82	3	4	4	3	3	2	4	4	3	4	4	2	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	2	4	81
Responden83	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1	63
Responden84	3	2	3	2	3	1	1	1	1	2	3	3	2	1	1	2	2	3	3	1	3	1	2	3	49
Responden85	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	3	3	3	2	4	3	1	4	4	2	1	2	3	4	53
Responden86	3	3	1	1	3	1	3	2	2	2	4	2	3	3	1	1	4	4	3	4	4	3	2	3	62
Responden87	3	3	4	1	2	1	2	2	1	1	3	1	1	1	4	4	3	2	3	1	3	1	3	2	52
Responden88	3	4	3	2	2	2	1	1	3	1	3	2	2	4	1	1	3	4	3	3	1	2	3	3	57
Responden89	3	4	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	3	3	2	3	4	2	2	2	3	4	55	
Responden90	3	2	3	2	2	2	1	3	2	3	2	2	3	2	4	3	2	2	3	2	3	2	3	2	58
Responden91	4	3	2	3	3	2	2	1	4	2	4	4	2	2	3	3	2	4	1	2	4	2	1	3	63
Responden92	2	3	2	3	1	2	2	3	4	2	3	1	3	4	2	2	2	2	4	3	4	3	2	2	61
Responden93	3	3	3	1	2	1	2	1	3	4	3	1	2	3	2	1	2	1	3	3	3	2	4	1	54
Responden94	2	3	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	1	2	4	1	1	3	2	2	3	1	3	2	49
Responden95	4	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	4	4	4	2	4	4	3	1	3	68
Responden96	4	3	3	2	4	2	2	2	2	2	4	2	2	4	2	2	2	3	2	2	2	3	2	1	59
Responden97	3	3	3	2	3	2	1	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	60
Responden98	2	1	1	1	3	1	3	2	1	2	3	3	3	2	2	1	1	2	2	2	1	3	2	1	45
Responden99	3	2	3	2	1	2	2	1	1	4	3	2	2	3	2	2	4	4	1	2	3	3	1	2	55
Responden100	3	4	3	2	2	1	2	4	3	2	3	2	2	3	3	2	3	4	2	4	4	4	3	3	68

Responden101	3	3	4	3	4	1	1	2	2	2	2	2	2	3	4	4	3	3	2	3	3	2	2	4	64
Responden102	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	4	1	4	4	3	3	3	72
Responden103	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	56
Responden104	3	4	3	2	3	1	1	1	1	1	3	1	2	3	2	3	2	2	2	2	2	1	2	1	48
Responden105	3	4	3	2	2	3	4	2	2	2	3	3	2	3	4	4	2	2	4	2	2	2	4	1	65
Responden106	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	64	
Responden107	4	4	4	2	4	1	1	4	1	1	3	1	3	4	2	2	3	4	2	3	4	4	1	4	66
Responden108	3	3	3	2	3	2	2	1	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	58
Responden109	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	60
Responden110	4	4	3	4	1	3	2	3	4	4	3	3	3	2	3	1	1	3	2	3	3	2	1	65	
Responden111	2	3	3	2	2	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	1	1	4	1	1	1	2	1	45
Responden112	3	3	4	2	2	1	2	2	2	2	3	1	3	2	2	2	4	4	3	4	4	4	3	4	66
Responden113	3	4	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	1	60
Responden114	3	2	3	2	2	3	1	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	52
Responden115	3	4	3	2	3	2	3	3	4	4	3	3	4	2	3	2	4	3	2	4	4	3	3	4	75
Responden116	4	4	4	2	4	4	2	4	3	2	4	3	2	4	2	4	4	3	1	3	4	4	1	3	75
Responden117	4	3	3	2	3	1	2	4	3	1	2	2	1	2	4	2	3	4	3	3	2	4	1	2	61
Responden118	3	2	3	2	3	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	56
Responden119	3	4	4	1	4	2	1	3	4	2	1	1	2	1	3	1	4	3	4	4	1	3	2	1	59
Responden120	4	1	4	1	4	1	1	2	1	1	4	1	1	1	1	1	1	4	4	4	1	4	4	1	52
																	24	47			24	96			
																	48	72			60	72			
																	73	96			12				

Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha	Jumlah Aitem	Kategori
<i>Fear of Missing Out (FOMO)</i>	0,825	21	Tinggi
Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok	0,929	24	Tinggi