

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era digital perkembangan teknologi berkembang secara pesat, utamanya di bidang teknologi komunikasi sehingga hal ini dapat memberi pengaruh terhadap perilaku dan kebiasaan sosial yang ada di masyarakat, khususnya pada Generasi Z. Salah satu fenomena dari perkembangan teknologi yang pada akhir-akhir ini banyak terjadi adalah *Fear of Missing Out* (FOMO), merupakan kondisi dimana seseorang dalam dirinya merasa tidak tenang, cemas dikarenakan individu tersebut merasa takut tertinggal pada momen ataupun tren yang sedang berlangsung di media sosial.

Individu bisa dikatakan memiliki perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) apabila didalam dirinya muncul rasa penasaran dan ingin tahu yang tinggi terhadap pengalaman hidup yang orang lain alami dan bagikan di media sosial. Keadaan individu dimana dia merasa khawatir, takut cemas, serta rasa ingin mendapat perhatian yang membuat mereka selalu ingin mencari tau aktivitas maupun pengalaman yang orang lain bagikan sehingga membuat dirinya selalu tertarik untuk mengikuti perkembangan yang ada di media sosial. Dari karekteristik tersebut dapat menggambarkan definisi perilaku dari individu yang mengalami FOMO.¹

¹ Abdul Mutib, *Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok dengan Fear of Missing Out Remaja Awal* (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2023).

Seseorang dengan perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) biasanya akan cenderung merasa bahwa dirinya sangat perlu untuk mengikuti perkembangan yang ada di media sosial dan ada rasa ingin terlibat didalamnya. Sehingga hal ini bisa saja dapat menimbulkan perasaan cemas dan stress berlebih. Beberapa orang menganggap FOMO menjadi salah satu faktor dari rasa cemas tersebut. *Fear of Missing Out* (FOMO) juga diartikan sebagai perasaan takut akan tertinggal tren yang ada hingga muncul rasa cemas karena takut apabila ketinggalan momen yang orang lain lakukan tanpa ada keterlibatan dia di dalamnya.²

Dampak dari *Fear of Missing Out* (FOMO) seringkali membuat individu jadi merasa tertekan karena ada rasa ingin terus terhubung di media sosial hingga mau mengorbankan waktu istirahatnya.³ Individu yang mengalami *Fear of Missing Out* (FOMO) bukan hanya merasa khawatir apabila tertinggal informasi di media sosial, namun juga ada rasa ingin memamerkan dirinya dengan membagikan postingan agar terlihat update.⁴

Sedangkan menurut Abel, dkk mengemukakan gejala dari individu yang mengalami *Fear of Missing Out* (FOMO) itu cenderung sulit jauh

² Mohammad Ali Hasan Abdullah, *Gambara Fear of Missing Out (FOMO) Pada Mahasiswa Pekanbaru* (Skripsi Sarjana, UIN Riau, 2021) hal.6.

³ Jannah & Rosyidiani, *Gejala Fear of Missing Out*, (Banten: Departemen Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah, 2022).hal.2.

⁴ S. Nadzirah, W. Fitriani, dan P. Yeni, “Dampak Sindrom FOMO Terhadap Interaksi Sosial Pada Remaja,” *Intelegensia: Jurnal Pendidikan Islam*, vol. 10, no. 1 (2022): 54–60.

dari handphone, merasa cemas jika tidak mengecek media sosial, selalu merasa tertarik dan penasaran pada apa yang orang lain posting, merasa ingin selalu bisa membagikan postingan yang sedang tren dengan menampilkan dirinya di media sosial, ada rasa gelisah apabila dia mendapat sedikit *like* dan sedikit yang melihat postingannya.⁵

Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) merupakan fenomena sosial yang pada saat ini banyak terjadi dikalangan anak muda, terutama mahasiswa Generasi Z. Menurut Ali Hasan dalam skripsinya menggambarkan bahwa mahasiswa yang memiliki tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) sedang berjumlah 41,8% dan kategori sangat tinggi sebesar 3,4% dari 409 subjek dari penelitian. Dari hasil tersebut menunjukkan jika adanya fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) yang terjadi di kalangan mahasiswa.⁶

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi terhadap beberapa mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, terlihat bahwa FOMO dimaknai sebagai suatu keadaan di mana individu merasa perlu untuk selalu mengikuti tren yang sedang populer di media sosial, khususnya TikTok. Beberapa mahasiswa berinisial CM, EG, dan ALF mengungkapkan bahwa mereka merasa "tertinggal" atau "kurang update" apabila tidak mengetahui atau tidak terlibat dalam tren-tren viral, seperti

⁵ Abdullah, *Gambaran Fear of Missing Out(FoMO) Media Sosial pada Mahasiswa Pekanbaru*, hal.6.

⁶ Abdullah, *Gambaran Fear of Missing Out(FoMO) Media Sosial pada Mahasiswa Pekanbaru*, hal.39.

tren *velocity* (video dengan efek gerak cepat dan musik dramatis) atau vidio- vidio yang sedang trend berlangsung di TikTok.

Sehingga mahasiswa yang mengalami FOMO cenderung menunjukkan perilaku seperti sering membuka TikTok untuk mencari tren terbaru, segera membuat konten serupa agar tidak ketinggalan, dan merasa cemas atau tertinggal jika tidak segera terlibat. Hal ini menunjukkan bahwa FOMO bukan hanya berkaitan dengan keinginan untuk mengetahui informasi, tetapi juga dorongan untuk berpartisipasi dalam budaya populer agar tetap merasa terhubung dengan lingkungan sosialnya.

Pada era digital, media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, khususnya pada anak muda kalangan Generasi Z yang merupakan kelompok usia yang tumbuh di era digital yang pada saat ini kebanyakan dari mereka adalah pelajar dan mahasiswa. Aplikasi TikTok menjadi salah satu aplikasi yang saat ini populer karena menyediakan fitur bagi pengguna untuk membuat dan membagikan vidio dengan berbagai efek kreatif didalamnya. Dengan tersedianya fitur yang menarik membuat mereka aktif dalam menggunakan TikTok guna mengekspresikan diri, berkomunikasi, serta mengikuti tren terkini.⁷

Menurut data statistik pada Juli 2024, Aplikasi TikTok di Indonesia mengalami peningkatan jumlah pengguna yang signifikan. Dalam data tersebut Indonesia memiliki 157,6 juta pengguna, sehingga menjadikannya

⁷ Devi Junita dan Yulian Dwi Putra, *Realitas Keterlibatan Gen Z dalam Media Sosial TikTok: Perspektif Sosiokultural*, INTERCODE – Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 04, No. 01 (Maret 2024), hlm. 33–55.

sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak di dunia. Jumlah tersebut melampaui jumlah pengguna yang ada di Amerika yang mencatat sebanyak 12,5 juta pengguna dalam waktu yang sama.⁸ Jumlah pengguna TikTok yang tinggi di Indonesia juga dapat terjadi karena mereka menggunakan TikTok tidak hanya sebagai sarana hiburan saja, namun juga sebagai media untuk berbagi informasi dan berbagi kreativitas karena di dukung dengan adanya kelebihan pada fitur di aplikasi yang menarik dan mudah untuk diakses. Seperti menurut Pangestu jika TikTok merupakan aplikasi sosial yang memungkinkan penggunanya untuk membuat, mengedit, dan berbagi video dengan memanfaatkan fitur yang ada didalamnya seperti filter video, efek khusus, sticker, musik, dan lainnya.⁹ Hal ini menjadikan Aplikasi TikTok sebagai aplikasi yang populer dikalangan masyarakat Indonesia utamanya Generasi Z.¹⁰ Menurut aplikasi TikTok merupakan salah satu aplikasi yang berguna untuk mengekspresikan diri maupun mencari informasi yang dibutuhkan melalui konten yang ada di TikTok.

Selain itu, faktor jenis kelamin juga berperan dalam hubungan antara *Fear of Missing Out* (FOMO) dan intensitas penggunaan TikTok. Beberapa penelitian dan data statistik mengungkapkan bahwa laki-laki dan

⁸ Galuh Putri R. (2024, Oktober 28). *Indonesia Pengguna TikTok Terbesar di Dunia, Kalahkan AS*. Kompas.com.

⁹ Aresti, N. G., Lukmantoro, T., & Ulfa, N. S. (2023). *Pengaruh tingkat Fear of Missing Out (FOMO) dan tingkat pengawasan orang tua terhadap tingkat kecanduan penggunaan TikTok pada remaja*. *Interaksi Online*.

¹⁰ Shani Ramadhan R., "Arti POV TikTok, Penggunaan dan Dampaknya di Media Sosial," *Liputan6.com*, 19 Maret 2025.

perempuan memiliki tingkat penggunaan media sosial yang berbeda.¹¹ Oleh karena itu, analisis terhadap perbedaan jenis kelamin dapat memberikan wawasan lebih bagaimana *Fear of Missing Out* (FOMO) memengaruhi intensitas penggunaan Aplikasi TikTok secara berbeda pada mahasiswa laki-laki dan perempuan.

Dalam survey data statistik penggunaan media sosial oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2024 menurut databoks.katadata.co.id mayoritas pengguna media sosial di Indonesia berasal dari kelompok usia 18-34 tahun, yang mewakili 54,1% dari seluruh pengguna. Berdasarkan jenis kelamin, perempuan lebih dominan dengan persentase 51,3%, sedangkan laki-laki sebesar 48,7%. Secara rata-rata, masyarakat Indonesia menggunakan media sosial sekitar 3 jam 14 menit per hari, dan 81% di antaranya mengakses media sosial setiap hari. Kemudian persentase khususnya pada pengguna Aplikasi TikTok sebesar 89 juta pengguna 34,7% dari banyaknya populasi. Hal ini menggambarkan bahwa tingkat pengguna sosial media TikTok di Indonesia relatif banyak dengan pengguna berkisar umur 18-35 tahun.¹² Dari hasil data statistik tersebut bisa dikatakan bahwa kalangan Generasi Z relatif banyak yang menjadi pengguna aktif media sosial TikTok.

Menurut beberapa pengguna aktif TikTok, konten viral yang dibuat oleh pembuat konten kreator merupakan hal yang penting untuk diikuti,

¹¹ Rizqa Sabrina Sabir, "Penggunaan Media Sosial dan Fenomena *Fear of Missing Out* di Kalangan Siswa SMAIT PERSIS Palu," *Journal of Islamic Community and Development* 3, no. 2 (2024).

¹² Andreas Daniel Panggabean, "Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024," RRI.co.id, 29 Mei 2024.

supaya individu bisa juga ikut menjadi viral, serupa dengan pembuat konten yang sukses. Hal ini mendorong individu untuk terus berpartisipasi dalam konten yang sedang menjadi tren dengan harapan juga bisa menjadi lebih terkenal ataupun terlihat populer. Ketika seseorang dikenal oleh banyak orang, maka ia akan memperoleh popularitas dan pengakuan.¹³

Perasaan ingin untuk tetap terhubung dan mengikuti tren di media sosial *Fear of Missing Out* (FOMO) bisa menjadi dampak munculnya perilaku baru dalam bermedia sosial seperti intensitas penggunaan media sosial khususnya di aplikasi TikTok. Pengguna media sosial yang merasa perlu untuk tetap terhubung dan memanfaatkan fitur-fitur platform yang terus berkembang dapat mempengaruhi durasi dan frekuensi penggunaan TikTok, yang kemudian hal ini dapat berdampak pada aspek lain dalam kehidupan mereka, seperti dalam bidang akademis, dan produktivitas mereka akan cenderung menurun.¹⁴

Mahasiswa merupakan sebagian dari kalangan Generasi Z yang dapat lebih rentan mengalami *Fear of Missing Out* (FOMO) apabila mendapat tekanan sosial untuk tetap eksis dikampus dengan mengikuti perkembangan tren digital seperti TikTok yang menjadi salah satu platform yang menawarkan konten viral dan interaktif, dan menjadi salah

¹³ Yanuartuti,S. “Karya Tari ‘FOMO on TikTok’ sebagai Ungkapan Takut Tertinggal Tren TikTok dalam Bentuk Tipe Dramatik,” Solah 1, no. 1 (2023): 39–50.

¹⁴ *Penyalahgunaan TikTok di Lingkungan Pendidikan: Dampak Negatif pada Konsentrasi Siswa*, S-2 Pendidikan Luar Sekolah UNESA, 1 Februari 2025.

satu aplikasi yang paling sering digunakan oleh mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan sosial dan psikologis mereka.¹⁵

Berdasarkan temuan oleh Linda Kusuma dalam penelitiannya, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara *Fear of Missing Out* (FOMO) dan penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa Kristen Satya Wacana. Semakin tinggi tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO), semakin besar kecenderungan untuk menggunakan media sosial. Dengan demikian, ketika tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) meningkat, konsumsi media sosial juga mengalami peningkatan.¹⁶ Sehingga TikTok, yang merupakan salah satu platform media sosial populer saat ini, berpotensi juga dapat memperkuat adanya *Fear of Missing Out* (FOMO) di kalangan mahasiswa pengguna TikTok.

Fear of Missing Out (FOMO) sering kali muncul akibat adanya dorongan untuk selalu mengikuti pembaruan dan aktivitas teman-teman di platform-platform seperti Instagram, TikTok, dan Facebook. Sehingga kondisi ini dapat mengganggu keseimbangan hidup, karena mahasiswa yang mengalami FOMO akan merasa ingin untuk terus memeriksa ponsel mereka dan akan cenderung merasa cemas jika kehilangan ataupun tidak terlibat dalam momen yang orang lain bagikan secara online. Akibatnya mahasiswa dapat mengalami gangguan dalam konsentrasi belajar, penurunan kualitas interaksi sosial secara langsung, dan bahkan masalah

¹⁵ Andi Cahyadi, "Gambaran Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) pada Generasi Z di Kalangan Mahasiswa," *Widya Warta* 45, no. 2 (2021): 147.

¹⁶ L. K. D. Rahardjo dan C. H. Soetjiningasih, "*Fear of Missing Out* (FOMO) dengan Kecanduan Media Sosial pada Mahasiswa," *Bulletin of Counseling and Psychotherapy* 4, no. 2 (2022): 456–46.

kesehatan mental.¹⁷ Gejala ini seringkali ditemukan pada Generasi Z, termasuk pengguna media sosial pada kalangan mahasiswa, yang dalam kehidupannya erat dengan dunia digital, serta cenderung aktif dalam bersosialisasi secara online. Kondisi ini tentunya mendorong individu untuk terus ingin aktif menggunakan media sosial seperti TikTok secara berlebih, hingga dapat berdampak pada konsentrasi belajar, interaksi sosial secara langsung, serta kestabilan emosi.¹⁸

Dalam Bimbingan dan Konseling Islam hal ini perlu menjadi perhatian penting, karena diharapkan sebagai konselor mampu merespon persoalan di era digital saat ini, seperti kecanduan media sosial, melalui pendekatan-pendekatan yang sesuai. Oleh karenanya penting untuk mengkaji seberapa besar pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap intensitas penggunaan aplikasi TikTok, guna mendukung pengembangan layanan bimbingan konseling Islam yang sesuai di era masa kini.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah ada pengaruh dari *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap intensitas penggunaan Aplikasi TikTok di kalangan mahasiswa Generasi Z, serta perbedaan tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) berdasarkan jenis kelamin sehingga dapat mempengaruhi intensitas penggunaan aplikasi TikTok. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk memahami hubungan antara faktor psikologis dan penggunaan media sosial, serta nantinya dapat

¹⁷ *Penyalahgunaan TikTok di Lingkungan Pendidikan: Dampak Negatif pada Konsentrasi Siswa*, S-2 Pendidikan Luar Sekolah UNESA, 1 Februari 2025

¹⁸ Z. Nuryana, "Media Sosial dan Generasi Z: Antara Peluang dan Tantangan Pendidikan Karakter," *Jurnal Pendidikan* 22, no. 2 (2021): 145–155.

memberikan inisiatif program yang lebih efektif guna diberikan kepada mahasiswa dalam penggunaan media sosial TikTok.

Berdasarkan penjelasan di atas dan dari beberapa teori termasuk TikTok, *Fear of Missing Out* (FOMO) menjadi masalah baru yang menimbulkan gangguan, baik positif maupun negatif. Fenomena yang dikenal dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) ini dapat mengakibatkan munculnya rasa takut, cemas, khawatir karena kurangnya informasi atau tren yang terjadi di media sosial khususnya pada pengguna Aplikasi TikTok pada mahasiswa Generasi Z. Sehingga hal ini dapat menjadi pemicu individu sering membuka maupun menggunakan aplikasi TikTok. Oleh karena itu, peneliti ingin menyelidiki adakah pengaruh terkait *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap intensitas penggunaan Aplikasi TikTok di kalangan mahasiswa Generasi Z yang menggunakan TikTok sebagai platform media sosial aktif.

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diuraikan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Banyaknya kalangan Generasi Z yang merupakan pengguna aktif media sosial khususnya di lingkungan mahasiswa, hal ini seringkali membuat mereka mengalami rasa cemas berlebih jika tidak mengikuti suatu tren, informasi, ataupun aktivitas yang dilakukan oleh orang lain di media sosial. Kondisi ini disebut juga dengan *Fear of Missing Out* (FOMO).

2. Aplikasi TikTok menjadi salah satu aplikasi yang saat ini populer dikalangan mahasiswa Generasi Z. Adanya dorongan untuk selalu mengoperasikan Aplikasi TikTok yang disebabkan oleh beberapa faktor yaitu adanya rasa takut tertinggal informasi, konten terbaru ,hiburan maupun interaksi sosial. Sehingga hal ini bisa menjadi salah satu faktor intensitas penggunaan Aplikasi TikTok meningkat.
3. Adanya perbedaan jumlah pengguna media sosial antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan, sehingga memungkinkan terdapat perbedaan dari tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) antara laki-laki dan perempuan sehingga mempengaruhi intensitas penggunaan aplikasi TikTok.

Berdasarkan hasil identifikasi masalah dalam penelitian ini, diperlukan adanya pembatasan ruang lingkup agar pembahasan dapat lebih terarah dan fokus pada permasalahan utama yang ingin diselesaikan. Penelitian ini menetapkan batasan masalah yaitu hanya fokus pada pembahasan pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap intensitas penggunaan Aplikasi TikTok dikalangan mahasiswa aktif Generasi Z yang lahir antara tahun 1997-2012 dan merupakan pengguna aktif Aplikasi TikTok. Dalam penelitian ini juga membatasi analisis penelitian berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) pada mahasiswa Generasi Z di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung?

2. Bagaimana tingkat intensitas penggunaan Aplikasi TikTok pada mahasiswa Generasi Z di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung?
3. Apakah ada pengaruh yang signifikan *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap intensitas penggunaan Aplikasi TikTok pada mahasiswa Generasi Z di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung?
4. Apakah ada perbedaan signifikan tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) pada mahasiswa Generasi Z berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) pada mahasiswa Generasi Z di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
2. Mengetahui tingkat intensitas penggunaan Aplikasi TikTok pada mahasiswa Generasi Z di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
3. Mengetahui pengaruh yang signifikan dari *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap intensitas penggunaan Aplikasi TikTok pada mahasiswa.
4. Mengetahui perbedaan tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan sehingga mempengaruhi intensitas penggunaan Aplikasi TikTok pada mahasiswa Generasi Z di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung berdasarkan jenis kelamin.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adakah pengaruh dari *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap intensitas penggunaan Aplikasi TikTok pada mahasiswa, serta agar hasil penelitian ini dapat bermanfaat baik secara teoritik maupun praktik.

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori Psikologi dan Bimbingan Konseling Islam, terutama pada fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam konteks mahasiswa Generasi Z.
- b. Penelitian ini dapat memperdalam pemahaman tentang fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam konteks mahasiswa Generasi Z, terutama bagaimana perasaan takut ketinggalan mempengaruhi perilaku penggunaan media sosial. Hal ini dapat membantu dalam mengidentifikasi dan memahami faktor-faktor psikologis yang mendorong intensitas penggunaan media sosial seperti Aplikasi TikTok pada mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian dapat digunakan oleh konselor maupun calon konselor dalam memahami bagaimana *Fear of Missing Out* (FOMO) mempengaruhi pengguna Aplikasi TikTok sehingga diharapkan konselor dapat merancang program bimbingan yang

tepat dalam upaya membantu mahasiswa mengelola kecemasan akibat dari media sosial.

- b. Bagi pengguna TikTok diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan pada mahasiswa pengguna TikTok bahwasanya *Fear of Missing Out* (FOMO) memberikan dampak yang signifikan terhadap intensitas penggunaan Aplikasi TikTok, sehingga pengguna Aplikasi TikTok dapat memiliki kesadaran akan pengaruh dari *Fear of Missing Out* (FOMO), kesadaran ini juga diharapkan dapat mendorong pengguna Aplikasi TikTok supaya lebih bijak dalam mengelola waktu bermedia sosial dan dapat memanfaatkan platform TikTok secara efektif dan positif sehingga tidak menimbulkan dampak buruk.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap intensitas penggunaan Aplikasi TikTok pada mahasiswa Generasi Z. Penelitian ini dilakukan di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung pada tahun 2025 dengan melibatkan mahasiswa aktif yang pada saat ini merupakan mahasiswa Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 - 2012 dan menjadi pengguna aktif Aplikasi TikTok sebagai populasi penelitian. Variabel independent (bebas) dalam penelitian ini adalah fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) yang terjadi pada mahasiswa Generasi Z di UIN Sayyid Ali

Rahmatullah Tulungagung. Variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini adalah intensitas penggunaan Aplikasi TikTok Mahasiswa Generasi Z di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Kemudian penelitian ini juga ingin mengetahui perbedaan tingkat *Fear of Missing Out* (FOMO) berdasarkan jenis kelamin (Laki-laki dan Perempuan). Fokus penelitian ini terletak pada ada tidaknya pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap intensitas penggunaan aplikasi TikTok.

G. Penegasan Variabel

a. Variabel X (Bebas) *Fear of Missing Out*

Secara Konseptual : Menurut Przybylski et al., *Fear of Missing Out* (FOMO) merupakan suatu bentuk perasaan cemas yang muncul ketika merasa tertinggal atau tidak ikut terlibat dalam pengalaman menyenangkan yang dilakukan oleh orang lain yang ditandai adanya rasa cenderung ingin terhubung dengan apa yang dilakukan oleh orang lain di media sosial.¹⁹

Secara Operasional : *Fear of Missing Out* (FOMO) merupakan perasaan cemas yang muncul karena takut tertinggal dari pengalaman yang orang lain bagikan. Hal ini timbul karena adanya rasa ketidakpuasan atau tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis yang akhirnya memunculkan perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO). Adapun aspek yang menjadi faktor munculnya perilaku FOMO

¹⁹ Andrew K. Przybylski et al., "Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out," *Computers in Human Behavior* 29, no. 4 (2013): 1841–1848.

meliputi *relatedness* (kebutuhan untuk selalu merasa terhubung secara sosial dengan orang lain) dan *self* (kebutuhan akan kompetensi dan otonomi). Ketika kedua kebutuhan tersebut tidak terpenuhi, individu akan cenderung memantau aktivitas orang lain melalui media sosial supaya tetap bisa terhubung dan mengikuti apa yang terjadi di lingkungan sosialnya.

b. Variabel Y (Terikat) Intensitas Penggunaan Aplikasi TikTok

Secara Konseptual : Intensitas penggunaan Aplikasi TikTok merupakan tingkat keterlibatan individu dalam menggunakan aplikasi tersebut yang diukur dari segi frekuensi penggunaan, durasi lamanya penggunaan, perhatian, penghayatan sebagai bentuk keterlibatan emosional individu dalam aktivitas yang dilakukan di media sosial TikTok.²⁰

Secara Operasional : Intensitas penggunaan TikTok menggambarkan sejauh mana individu terlibat dalam aktivitas menggunakan aplikasi tersebut. Pengukuran dilakukan berdasarkan empat indikator, yaitu perhatian terhadap aplikasi, penghayatan terhadap konten dan tren, durasi waktu penggunaan per hari, serta frekuensi mengakses dalam harian. Semakin tinggi skor pada keempat aspek ini, semakin tinggi pula intensitas penggunaan TikTok oleh individu.

²⁰ Mutib, *Hubungan intensitas penggunaan media sosial TikTok*, 2023.

H. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun secara sistematis dalam enam bab, yaitu:

a. BAB I: Pendahuluan

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup, identifikasi dan batasan masalah, penegasan variabel, serta sistematika penulisan.

b. BAB II: Landasan Teori

Memuat teori-teori yang relevan mengenai FOMO, intensitas penggunaan TikTok, generasi Z, serta penelitian terdahulu dan kerangka teori.

c. BAB III: Metode Penelitian

Menjelaskan jenis dan desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan data, instrumen, serta teknik analisis data.

d. BAB IV: Hasil Penelitian

Menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dari pengolahan data.

e. BAB V: Pembahasan

Berisi pembahasan secara deskriptif dari hasil temuan penelitian.

f. BAB VI Kesimpulan dan Saran

Berisi kesimpulan dari hasil penelitian, saran-saran untuk pihak terkait, dan keterbatasan penelitian.