

PENGARUH FOMO DAN INTENSITAS PENGGUNAAN TIKTOK TERHADAP IDENTITAS DIRI GENERASI Z

Oleh

Isfah Ayu Faradillah¹, Ni Nyoman Sri Wisudawati²

¹Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Nasional, Indonesia

² Fakultas Fakultas Pariwisata, Program Studi Destinasi Pariwisata, Universitas Pendidikan Nasional, Indonesia

E-mail: ¹adillahfara@gmail.com, ²Sriwisuda@undiknas.ac.id

Article History:

Received: 08-11-2025

Revised: 24-11-2025

Accepted: 11-12-2025

Keywords:

Fear of Missing Out, TikTok Usage Intensity, Self-Identity, Generation Z, Digital Communication.

Abstract: TikTok has become one of the most influential digital platforms shaping the behavior and identity formation of Generation Z. The rise of the Fear of Missing Out (FoMO) phenomenon encourages individuals to remain constantly connected to online social activities. This study aims to examine the effect of FoMO on self-identity, as well as the mediating role of TikTok usage intensity. A quantitative approach was employed using purposive sampling, involving 100 Generation Z respondents residing in Denpasar City. Data were analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) through SmartPLS 3. The findings indicate that FoMO has a positive and significant effect on self-identity ($p = 0.000$) and TikTok usage intensity ($p = 0.000$). Usage intensity also significantly influences self-identity ($p = 0.030$). Furthermore, usage intensity was proven to mediate the relationship between FoMO and self-identity ($p = 0.002$). These results suggest that FoMO plays a dominant role in shaping the digital identity of Generation Z, while usage intensity strengthens this process. The study contributes to digital communication research and provides practical insights for promoting more mindful social media engagement

PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, terutama bagi Generasi Z yang tumbuh dalam lingkungan digital dengan akses luas terhadap teknologi dan informasi (Afifah & Kuntari, 2025). Perkembangan teknologi komunikasi turut mendorong munculnya berbagai platform digital, salah satunya TikTok, yang kini digunakan secara masif sebagai sarana mengekspresikan diri, memperoleh hiburan, dan memenuhi berbagai kebutuhan psikologis serta sosial (Ronzon et al., 2025). TikTok menawarkan beragam fitur interaktif yang memungkinkan penggunaanya membangun hubungan sosial, menampilkan identitas diri, serta memperoleh informasi secara cepat. Hal ini menjadikan

TikTok sebagai platform yang relevan dalam proses pembentukan identitas diri Generasi Z (Putra et al., 2024).

Popularitas TikTok tercermin dari data unduhan aplikasi tersebut di Indonesia pada tahun 2024 yang mencapai 773 juta kali unduhan, menjadikannya sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh pada tahun tersebut. Selain itu, laporan GoodStats Data.AI (2025) menunjukkan bahwa pengguna TikTok di Indonesia menghabiskan rata-rata 44 jam 54 menit per bulan dengan intensitas akses sekitar 360 kali per bulan atau 12 kali per hari. Tingginya frekuensi penggunaan ini menunjukkan bahwa TikTok menjadi bagian signifikan dari aktivitas digital generasi muda.

Seiring dengan meningkatnya penggunaan TikTok, muncul fenomena psikologis yang dikenal sebagai *Fear of Missing Out* (FoMO), yaitu perasaan takut, khawatir, atau gelisah ketika seseorang merasa tertinggal dari aktivitas atau pengalaman sosial yang dilakukan orang lain (Hafizoh & Tama, 2024). FoMO atau Fears of Missing Out pertama kali oleh Przybylski et al., pada tahun 2013. Fitur TikTok yang menampilkan konten secara terus-menerus, memperlihatkan momen terbaik dari kehidupan pengguna lain, serta notifikasi instan yang diberikan aplikasi, memperkuat kecenderungan individu untuk tetap terhubung secara konstan demi menghindari perasaan tertinggal (Chairunnisa, 2021)

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa FoMO berhubungan erat dengan meningkatnya intensitas penggunaan media sosial, termasuk TikTok. Semakin tinggi tingkat FoMO yang dialami seseorang, semakin besar kecenderungan mereka untuk terus membuka platform digital tersebut agar tidak merasa tertinggal dari informasi atau pengalaman sosial (Rahmadani & Handayani, 2024 ; Febrian et al., 2025). Pada konteks Generasi Z yang mendominasi populasi pengguna TikTok di Indonesia, intensitas penggunaan yang tinggi berpotensi memengaruhi pembentukan identitas diri. Interaksi dengan konten, norma sosial digital, serta umpan balik yang diperoleh melalui likes, komentar, dan *shares* dapat membentuk bagaimana individu memandang dirinya serta bagaimana mereka ingin dipersepsikan oleh orang lain (Babu & Abdul Ghafar, 2025).

Berdasarkan kajian tersebut, terdapat celah penelitian (*gap analysis*) terkait hubungan antara FoMO, intensitas penggunaan TikTok, dan pembentukan identitas diri pada Generasi Z. Meskipun telah banyak penelitian yang membahas FoMO maupun identitas diri secara terpisah, masih terbatas penelitian yang menguji peran intensitas penggunaan TikTok sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut, khususnya dengan konteks Generasi Z di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki urgensi untuk dilakukan dalam rangka memahami bagaimana FoMO berpengaruh terhadap pembentukan identitas diri Generasi Z, serta bagaimana intensitas penggunaan TikTok memediasi hubungan tersebut. Dengan menggunakan perspektif teori media baru dari Littlejohn, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap kajian komunikasi digital, serta memberikan pemahaman empiris mengenai dinamika psikologis dan sosial yang muncul pada penggunaan media sosial modern. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pendekatan komunikasi yang lebih bijak, edukatif, dan relevan dengan perkembangan media digital, serta memberikan rekomendasi praktis bagi pengguna, pendidik, pembuat kebijakan, dan platform media sosial.

LANDASAN TEORI

Teori Media Baru (*New Media Theory*)

Menurut Littlejohn & Foss teori media baru yaitu teori yang menjelaskan pergeseran dari model komunikasi massa tradisional yang bersifat satu-ke-banyak menuju komunikasi yang interaktif, personal, dan berbasis jaringan (Kholizha et al., 2024). Media baru dicirikan oleh interaktivitas, jaringan global, digitalisasi dan konvergensi, personalisasi berbasis algoritma, serta demassifikasi pesan. TikTok sebagai salah satu bentuk media baru memungkinkan pengguna tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga produsen konten. Fitur seperti *For You Page* (FYP), komentar, duet dan *stitch* membuat komunikasi berlangsung *real-time*, terpersonalisasi, dan sangat intens. Kondisi ini mendorong munculnya *Fear of Missing Out* (FoMO), meningkatkan intensitas penggunaan, sekaligus menjadi ruang penting bagi Generasi Z dalam membentuk dan menegosiasikan identitas diri di ranah digital.

Fears of Missing Out (FoMO)

Menurut Przybylski et al. (2013) dalam Balkis and Mayyadah (2025) *Fear of Missing Out* (FoMO) adalah ketakutan atau kekhawatiran seseorang akan tertinggal dari pengalaman sosial yang dianggap menyenangkan atau penting, khususnya yang ditampilkan di media sosial. Menurut penelitian Groenestein et al., (2024) FoMO memiliki dua dimensi utama, yaitu dimensi kognitif emosional dan dimensi perilaku. Dimensi kognitif emosional berkaitan dengan pemikiran negatif berulang, rasa cemas, dan perasaan tertinggal ketika melihat orang lain menikmati suatu pengalaman. Dimensi perilaku tercermin dalam dorongan untuk terus memeriksa media sosial, selalu terhubung, dan memantau aktivitas orang lain agar tidak merasa ketinggalan. Dalam konteks TikTok, FoMO muncul saat pengguna merasa harus mengikuti tren, tantangan, atau konten viral agar tetap diakui dan tidak tertinggal dari lingkungan sosialnya.

Identitas Diri

Identitas diri merupakan kesadaran individu mengenai siapa dirinya, apa perannya, serta tujuan hidup yang ingin dicapai, sehingga ia merasa unik dan berbeda dari orang lain (Purnamasari et al., 2021). Penelitian ini mengacu pada teori perkembangan psikososial Erikson yaitu identitas diri dibentuk melalui proses panjang yang dipengaruhi oleh faktor genetik, kemampuan adaptif, rencana struktural masa depan, dinamika interaksi dengan orang dewasa, hubungan timbal balik dengan lingkungan sosial, serta kebutuhan akan pengakuan eksistensial (Rohadatul, 2023). Di era digital, proses pembentukan identitas tidak hanya terjadi di dunia nyata, tetapi juga di media sosial. Melalui konten yang dibuat, cara menampilkan diri, dan respon yang diterima seperti like, komentar dan *followers*. Generasi Z membangun identitas digital yang sering kali menjadi rujukan bagi identitas dirinya secara keseluruhan.

Intensitas Penggunaan

Intensitas penggunaan media sosial menggambarkan sejauh mana individu terlibat dalam menggunakan suatu platform, yang tercermin dari frekuensi, durasi, perhatian, dan penghayatan terhadap konten (Larasati & Sunarto, 2020). Del Barrio dalam Ronzon et al., (2025) membagi intensitas penggunaan ke dalam empat indikator, yaitu: (1) perhatian (*attention*), yakni sejauh mana seseorang tertarik dan fokus pada aktivitas di media sosial; (2) penghayatan (*comprehension*), yaitu proses memahami dan menyimpan informasi yang diperoleh; (3) durasi (*duration*), yaitu lamanya waktu yang dihabiskan dalam satu hari; dan

(4) frekuensi penggunaan, yakni seberapa sering seseorang mengakses media sosial dalam sehari. Dalam penelitian ini, intensitas penggunaan TikTok dimaknai sebagai tingkat keterlibatan Generasi Z dalam mengakses, menikmati, dan berinteraksi dengan konten di TikTok, yang berpotensi memengaruhi cara mereka memandang dan membentuk identitas dirinya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) serta intensitas penggunaan TikTok terhadap identitas diri Generasi Z di Kota Denpasar. Selain itu, penelitian ini juga menyelidiki peran intensitas penggunaan TikTok sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut.

Populasi target penelitian terdiri dari individu Generasi Z berusia 10-29 tahun yang berdomisili di Kota Denpasar, dengan jumlah total mencapai 226.400 jiwa berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Denpasar tahun 2024. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus *Slovin*, mengindikasikan tingkat kesalahan 10%, sehingga dihasilkan sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang dipilih adalah *purposive sampling*, dengan kriteria responden yang berusia 13-28 tahun, berdomisili di Denpasar, dan memiliki akun TikTok yang aktif.

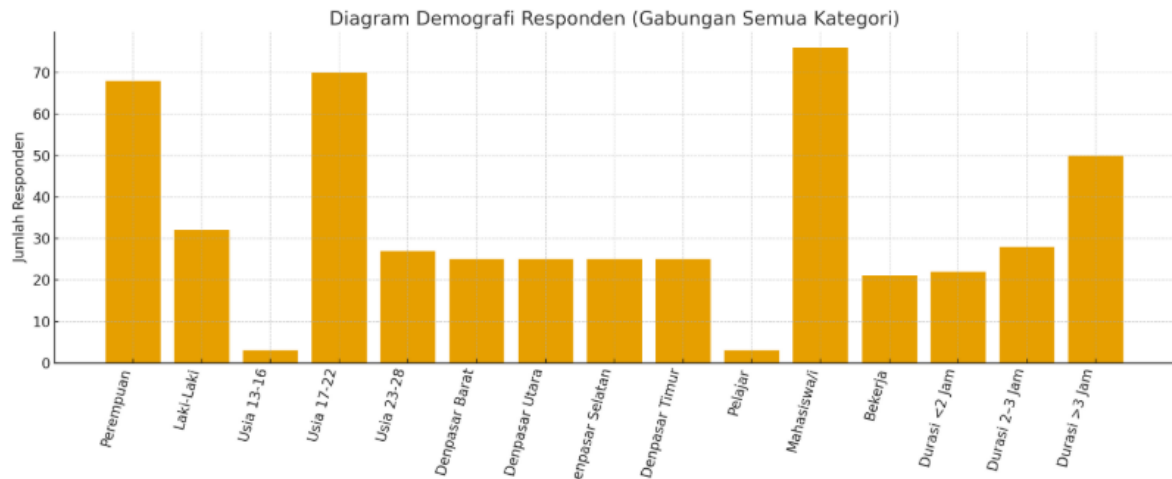
Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada responden, yang diukur menggunakan skala Likert 1-5 untuk variabel FoMO, intensitas penggunaan TikTok, serta identitas diri. Data sekunder diperoleh melalui kajian literatur yang meliputi jurnal ilmiah, buku, laporan statistik, serta dokumen resmi yang berkaitan dengan penggunaan media sosial dan profil Generasi Z di Denpasar.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui survei kuesioner daring, di mana responden diminta untuk mengisi pernyataan tertutup yang sesuai dengan indikator dari masing-masing variabel penelitian. Analisis data dilaksanakan dengan pendekatan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) menggunakan *software* SmartPLS 3. Tahap outer model melibatkan pengujian validitas konvergen, validitas diskriminan, keandalan komposit, *Average Variance Extracted* (AVE), dan *Cronbach's Alpha*, untuk memastikan validitas dan reliabilitas konstruk yang digunakan. Sedangkan pada tahap inner model, analisis terdiri dari pengujian nilai *R-Square*, *F-Square*, dan *Q-Square* untuk menilai kekuatan model struktural, serta analisis jalur (*path analysis*) menggunakan prosedur *bootstrapping* untuk menguji hipotesis yang diajukan, termasuk pengaruh mediasi intensitas penggunaan TikTok dalam hubungan antara FoMO dan identitas diri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Demografi Responden

Kuesioner dilakukan penyebaran pada tanggal 25 Oktober 2025 s/d 28 Oktober 2025 (3 hari) menggunakan *google form*. Penelitian melibatkan 100 responden yaitu Generasi Z yang berusia antara 13 hingga 28 tahun berdomisili di Kota Denpasar (Denpasar Barat, Denpasar Selatan, Denpasar Timur, dan Denpasar Utara). Dengan demografi responden sebagai berikut:



Gambar 1

Keterangan : 100 Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan responden di dominasi oleh perempuan sebanyak 68 orang (68%), sementara laki-laki berjumlah 32 orang (32%). Dalam kategori usia, sebagian besar responden didominasi oleh dua klasifikasi usia yaitu berada pada rentang usia 17-22 tahun (70%) dan rentang usia 23-28 tahun (27%). Dari status atau profesi, mayoritas responden adalah mahasiswa (76%), dan yang statusnya bekerja (21%). Dari durasi intensitas penggunaan TikTok menunjukkan bahwa 50% responden menggunakan aplikasi ini lebih dari 3 jam per hari, 28% selama 2-3 jam, dan 22% kurang dari 2 jam.

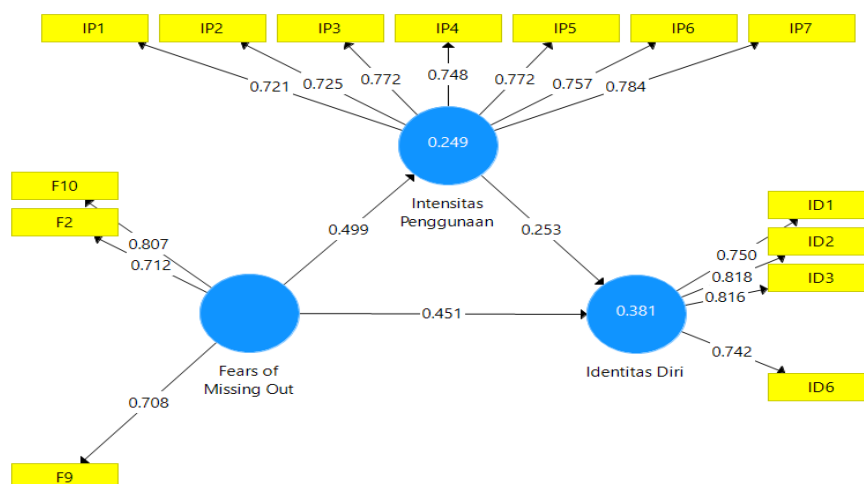
Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Loading Factor	Keterangan
Fears of Missing Out (X)	X1	0.807	Valid
	X	0.712	Valid
	X	0.708	Valid
Identitas Diri (Y)	Y1	0.750	Valid
	Y2	0.818	Valid
	Y3	0.816	Valid
	Y6	0.742	Valid
Intensitas Penggunaan (Z)	Z1	0.721	Valid
	Z2	0.725	Valid
	Z3	0.772	Valid
	Z4	0.748	Valid
	Z5	0.772	Valid
	Z6	0.757	Valid
	Z7	0.784	Valid

Sumber : Output SmartPLS3

Outer loading adalah ukuran kontribusi masing-masing indikator (item pertanyaan) terhadap konstruk (variabel laten). Berdasarkan pedoman Hair et al. (2021), nilai dari *outer loading* yang baik adalah di atas 0,70 hasil ini terlihat bahwa indikator memiliki korelasi yang kuat terhadap konstruk yang diukurnya. Seluruh indikator dalam setiap variabel

menunjukkan validitas konvergen yang baik, dengan nilai *outer loading* di atas 0,70. Dari hasil uji diatas terlihat semua item kuesioner layak digunakan dalam model pengukuran dan dapat dilanjutkan ke tahap pengujian struktural (*inner model*).



Gambar 2 Uji Model Composite Reability dan Cronbach's Alpha

Nilai gabungan reabilitas untuk setiap variabel ditunjukkan dalam tabel 3. Nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,7 menunjukkan bahwa variable tersebut dianggap reliabel.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_a)</i>	<i>Composite reliability (rho_c)</i>	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
<i>Fears of Missing Out</i>	0.604	0.787	0.787	0.553
Identitas Diri	0.788	0.863	0.862	0.611
Intensitas Penggunaan	0.875	0.902	0.902	0.568

Sumber : Output SmartPLS3

Semua konstruk memenuhi syarat reliabilitas (CA dan CR > 0.7). Semua konstruk juga memenuhi syarat validitas konvergen (AVE > 0.5). Sehingga, instrumen yang digunakan dapat diandalkan dan valid untuk mengukur masing-masing variabel. Berdasarkan pengujian bootstrapping prosedur dalam PLS 4.0 hasil uji hipotesis penelitian secara keseluruhan ditunjukkan sesuai dalam tabel 3 dibawah ini.

Tabel 4 Path Coefficient

Hipotesis	Original Sampel (O)	Sampel Mean (M)	Standart Deviation (STDEV)	T Statisties (O/STDEV)	P Values
F – IDE	0,451	0,455	0,106	4,251	0,000
F – IP	0,499	0,516	0,071	7,052	0,000
IP – IDE	0,253	0,261	0,116	2,179	0,030
F-IP-IDE	0.126	0.129	0.041	3.070	0.002

Sumber : Output SmartPLS3

Hipotesis pertama mengindikasikan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO), memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap identitas diri Generasi Z. Hal ini didasarkan pada nilai original sample sebesar 0,451 dengan *t-statistics* 4,251 dan *p-value* 0,000 ($p < 0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat FoMO yang dialami oleh individu, semakin besar kecenderungan mereka untuk membangun identitas diri melalui keterlibatan di media sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian Servidio et al., (2024) yang menunjukkan bahwa bagaimana FoMO bisa mempengaruhi citra identitas diri.

Hipotesis kedua menunjukkan hasil yang signifikan, di mana FoMO berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan TikTok dengan nilai original sample 0,499, *t-statistics* 7,052, dan *p-value* 0,000. Temuan ini memperkuat argumen bahwa FoMO berfungsi sebagai faktor pendorong yang meningkatkan intensitas penggunaan, karena individu merasa perlu untuk tetap terhubung dan mengikuti aktivitas pengguna lain di TikTok. Temuan ini sejalan dengan penelitian Aresti et al., (2023), bahwa FoMO berpengaruh signifikan terhadap kecanduan dengan intensitas penggunaan TikTok.

Hipotesis ketiga menunjukkan bahwa intensitas penggunaan TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap identitas diri, dengan nilai original sample 0,253, *t-statistics* 2,179, dan *p-value* 0,030. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin sering dan lama individu menggunakan TikTok, semakin besar dampaknya terhadap pembentukan identitas diri, meskipun kontribusinya terbilang moderat. Dalam penelitian Mudzaki (2023), penggunaan TikTok secara intens berpengaruh positif signifikan terhadap identitas diri.

Hipotesis keempat menguji peran mediasi intensitas penggunaan TikTok dalam hubungan antara FoMO dan identitas diri. Hasil analisis menunjukkan nilai original sample sebesar 0,126, *t-statistics* 3,070, dan *p-value* 0,002, yang menegaskan keberadaan mediasi yang signifikan. Dengan demikian, intensitas penggunaan TikTok terbukti sebagai jalur penting yang memperkuat pengaruh FoMO terhadap identitas diri Generasi Z. Temuan ini sejalan dengan Zhang (2025), menunjukkan bahwa individu dengan tingkat FoMO yang tinggi tidak hanya terpengaruh secara langsung, tetapi juga melalui peningkatan intensitas penggunaan aplikasi tersebut. Studi terbaru yang meninjau mediasi antara FoMO, penggunaan media sosial, dan outcome psikososial ini mendukung bahwa jalur mediasi seperti di penelitianmu relevan dan mendapat dukungan empiris.

Tabel 5 Koefisien Determinasi (R-Square)

VARIABEL DEPENDEN	R-SQUARE	R-SQUARE ADJUSTED
Identitas Diri	0.380	0.367
Intensitas Penggunaan	0.249	0.241

Sumber : Output SmartPLS3

Menurut Hair et al. (2017), nilai *R-square* $\geq 0,75$ menandakan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang kuat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model struktural dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel keputusan investasi dengan sangat baik.

Tabel 6. Uji F-Square

Variabel	<i>Fears of Missing Out</i>	Identitas Diri	Intensitas Penggunaan
<i>Fears of Missing Out</i>		0.246	0.332
Identitas Diri			

Intensitas Penggunaan			0.077
-----------------------	--	--	-------

Sumber : *Output SmartPLS3*

Berdasarkan hasil uji *F-Square*, diperoleh informasi mengenai besarnya kontribusi masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam model penelitian. Mengacu pada kriteria Hair et al. (2017), nilai *F-Square* sebesar 0.246 pada hubungan *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap identitas diri menunjukkan kategori pengaruh sedang, sehingga dapat disimpulkan bahwa FoMO memberikan kontribusi moderat dalam membentuk identitas diri Generasi Z. Sementara itu, nilai *F-Square* sebesar 0.332 pada hubungan FoMO terhadap intensitas penggunaan TikTok juga berada pada kategori pengaruh sedang menuju besar, yang mengindikasikan bahwa FoMO memiliki peran yang cukup kuat dalam mendorong peningkatan intensitas penggunaan TikTok. Adapun nilai *F-Square* pada hubungan intensitas penggunaan TikTok terhadap identitas diri sebesar 0.077 termasuk dalam kategori pengaruh kecil, yang berarti intensitas penggunaan TikTok memiliki kontribusi yang relatif rendah dalam memengaruhi identitas diri. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa FoMO memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan intensitas penggunaan dalam memengaruhi pembentukan identitas diri Generasi Z.

KESIMPULAN

Kesimpulan ditulis secara singkat yaitu mampu menjawab tujuan atau permasalahan penelitian dengan menunjukkan hasil penelitian atau pengujian hipotesis penelitian, tanpa mengulang pembahasan. Kesimpulan ditulis secara kritis, logis, dan jujur berdasarkan fakta hasil penelitian yang ada, serta penuh kehati-hatian apabila terdapat upaya generalisasi. Bagian kesimpulan dan saran ini ditulis dalam bentuk paragraf, tidak menggunakan penomoran atau *bullet*. Pada bagian ini juga dimungkinkan apabila penulis ingin memberikan saran atau rekomendasi tindakan berdasarkan kesimpulan hasil penelitian. Demikian pula, penulis juga sangat disarankan untuk memberikan ulasan terkait keterbatasan penelitian, serta rekomendasi untuk penelitian yang akan datang.

SARAN

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar Generasi Z sebagai pengguna aktif TikTok meningkatkan kesadaran digital dan mampu mengelola penggunaan media sosial secara lebih bijak agar tidak terjebak dalam kondisi *Fear of Missing Out* (FoMO) yang berlebihan. Penggunaan TikTok perlu diimbangi dengan aktivitas positif di dunia nyata untuk menjaga kesehatan mental dan keseimbangan kehidupan sosial. Bagi pendidik dan orang tua, penting untuk memberikan literasi digital yang memadai mengenai dampak psikologis media sosial, khususnya terkait FoMO dan pembentukan identitas diri pada remaja maupun dewasa muda. Saran bagi peneliti selanjutnya adalah untuk memperluas cakupan sampel, menambahkan variabel psikologis lain seperti *self-esteem* atau regulasi diri, serta mempertimbangkan penggunaan metode campuran (*mixed-method*) agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai fenomena ini. Selain itu, pihak platform TikTok diharapkan dapat mengembangkan fitur yang mendukung penggunaan media sosial yang lebih sehat, seperti pengingat durasi penggunaan atau penyediaan konten edukatif guna meningkatkan kesejahteraan digital penggunaannya.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan penelitian ini. Penghargaan khusus disampaikan kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan yang sangat berarti selama proses penelitian berlangsung. Penulis juga berterima kasih kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

Tidak lupa, penulis menyampaikan apresiasi kepada keluarga dan rekan-rekan atas doa, motivasi, serta dukungan moral yang terus menguatkan selama proses penyusunan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam kajian komunikasi digital dan perilaku pengguna media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Afifah, N., & Kuntari, S. (2025). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Gen Z Di Aplikasi TikTok dan Instagram. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 4409–4415.
- [2] 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. *Jurnal Interaksi Online*, 11(3), 272–284. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/39961>
- [3] Babu, N. N., & Abdul Ghafar, N. N. (2025). Exploring Identity Development Through Social Media: the Impact on Self-Perception, Body Image and Social Comparison in Generation Z. *International Journal of Education, Psychology and Counseling*, 10(58), 401–415. <https://doi.org/10.35631/ijepc.1058028>
- [4] Balkis, A. S., & Mayyadah, S. (2025). DAMPAK MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU FEAR OF MISSING OUT (FOMO) MINAT BELI BONEKA LABUBU (Metode Survei Pada Komunitas Bermain Tangerang). *Jurnal Penelitian Multidisiplin Terpadu*, 9(1), 401–408.
- [5] Chairunnisa, G. (2021). *Tingkat Kepuasan Remaja Dalam Menggunakan Podcast Pada Spotify di Pekanbaru*.
- [6] Febrian, L., Ritonga, M., Ginting, E., Komunikasi, I., & Islam Negeri Raden Fatah Palembang, U. (2025). *Fear Of Missing Out (FOMO) Sebagai Perilaku Eksistensi Diri Di Kalangan Remaja (Studi Pada Gamers Mobile Legends Di Kecamatan Kalidoni)*. 4(2), 3141–3145.
- [7] Groenestein, E., Willemsen, L., van Koningsbruggen, G. M., & Kerkhof, P. (2024). Exploring the Dimensionality of Fear of Missing Out: Associations With Related Constructs. *Cyberpsychology*, 18(1). <https://doi.org/10.5817/CP2024-1-4>
- [8] Hafizoh, R., & Tama, M. M. L. (2024). Hubungan Harga Diri Dengan Fear of Missing Out Video Pendek di Tik Tok Pada Siswa. *Jurnal Psikologi : Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan*, 11(2), 417–434. <https://doi.org/10.35891/jip.v11i2.4940>
- [9] Kholizha, N., Fahsyah, P. A., & Junaidi, A. (2024). Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) pada Generasi Z dalam Mengikuti Trend Tiktok Fenomena Fear of Missing Out (FOMO)

- pada Generasi Z dalam Mengikuti Trend Tiktok. *Kiwari*, 4(1), 61–70.
- [10] Larasati, D., & Sunarto. (2020). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Tingkat Konformitas Kelompok Teman Sebaya Terhadap Tingkat Perilaku Cyberbullying. *Interaksi Online*, 8(4), 44–52. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/28650>
- [11] Mudzaki, A. A. (2023). Pengaruh Intensitas Penggunaan Sosial Tiktok Dan Citra Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Indonesia (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. *Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*, 1–135. <http://etheses.uin-malang.ac.id/54527/6/19410100.pdf>
- [12] Przybylski et al. (2013). *Korelasi motivasi, emosional, dan perilaku dari rasa takut ketinggalan*. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563213000800?utm_source=chatgpt.com
- [13] Purnamasari, N. E., Supriatna, E., & Manuardi, A. R. (2021). Profil Self Confidence Siswa Mts Al Bidayah. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 291. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7551>
- [14] Rahmadani, D. D., & Handayani, A. (2024). *Hubungan Antara Self-Compassion Dengan Resiliensi Pada Penyintas Covid-19 Di RW 03 Kelurahan Pendrikan Lor Semarang*. 01(04), 42–54.
- [15] Ronzon, T., Gurria, P., Carus, M., Cingiz, K., El-Meligi, A., Hark, N., Iost, S., M'barek, R., Philippidis, G., van Leeuwen, M., Wessler, J., Medina-Lozano, I., Grimplet, J., Díaz, A., Tejedor-Calvo, E., Marco, P., Fischer, M., Creydt, M., Sánchez-Hernández, E., ... Miras Ávalos, J. M. (2025). HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DENGAN FEAR OF MISSING OUT PADA REMAJA 12-16 TAHUN SISWA MTS DI PATI. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28459981/%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.resenv.2025.100208%0Ahttp://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.abrep.2024.100536>
- [16] Servidio, R., Soraci, P., Griffiths, M. D., Boca, S., & Demetrovics, Z. (2024). Fear of missing out and problematic social media use: A serial mediation model of social comparison and self-esteem. *Addictive Behaviors Reports*, 19(February), 100536. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2024.100536>
- [17] Studi, P., Sosial, K., Dakwah, F., Ilmu, D. A. N., Islam, U., & Syarif, N. (2023). *Rohadatul 'Aisy-Fdk*.
- [18] Zhang, Y. (2025). Caught in the loop: the role of volitional control in the FoMO and social media addiction cycle. *Frontiers in Psychology*, 16(July), 1–9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1583921>
- [19] Afifah, N., & Kuntari, S. (2025). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Gen Z Di Aplikasi TikTok dan Instagram. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 4409–4415.
- [20] 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. *Jurnal Interaksi Online*, 11(3), 272–284. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/39961>
- [21] Babu, N. N., & Abdul Ghafar, N. N. (2025). Exploring Identity Development Through Social Media: the Impact on Self-Perception, Body Image and Social Comparison in Generation Z. *International Journal of Education, Psychology and Counseling*, 10(58), 401–415. <https://doi.org/10.35631/ijepc.1058028>
- [22] Balkis, A. S., & Mayyadah, S. (2025). DAMPAK MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU FEAR OF MISSING OUT (FOMO) MINAT BELI BONEKA LABUBU (Metode Survei Pada Komunitas Bermain Tangerang). *Jurnal Penelitian Multidisiplin Terpadu*, 9(1), 401–408.
- [23] Chairunnisa, G. (2021). *Tingkat Kepuasan Remaja Dalam Menggunakan Podcast Pada Spotify di Pekanbaru*.
- [24] Febrian, L., Ritonga, M., Ginting, E., Komunikasi, I., & Islam Negeri Raden Fatah Palembang, U. (2025). *Fear Of Missing Out (FOMO) Sebagai Perilaku Eksistensi Diri Di Kalangan Remaja (Studi Pada Gamers Mobile Legends Di Kecamatan Kalidoni)*. 4(2), 3141–3145.
- [25] Groenestein, E., Willemsen, L., van Koningsbruggen, G. M., & Kerkhof, P. (2024). Exploring the Dimensionality of Fear of Missing Out: Associations With Related Constructs. *Cyberpsychology*, 18(1). <https://doi.org/10.5817/CP2024-1-4>
- [26] Hafizoh, R., & Tama, M. M. L. (2024). Hubungan Harga Diri Dengan Fear of Missing Out Video Pendek di Tik Tok Pada Siswa. *Jurnal Psikologi : Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan*, 11(2), 417–434. <https://doi.org/10.35891/jip.v11i2.4940>
- [27] Kholizha, N., Fahsyah, P. A., & Junaidi, A. (2024). Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) pada Generasi Z dalam Mengikuti Trend Tiktok Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) pada Generasi Z dalam Mengikuti Trend Tiktok. *Kiwari*, 4(1), 61–70.
- [28] Larasati, D., & Sunarto. (2020). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Tingkat Konformitas Kelompok Teman Sebaya Terhadap Tingkat Perilaku Cyberbullying. *Interaksi Online*, 8(4), 44–52. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/28650>
- [29] Mudzaki, A. A. (2023). Pengaruh Intensitas Penggunaan Sosial Tiktok Dan Citra Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Indonesia (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. *Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*, 1–135. <http://etheses.uin-malang.ac.id/54527/6/19410100.pdf>
- [30] Przybylski et al. (2013). *Korelasi motivasi, emosional, dan perilaku dari rasa takut ketinggalan*. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563213000800?utm_source=chatgpt.com
- [31] Purnamasari, N. E., Supriatna, E., & Manuardi, A. R. (2021). Profil Self Confidence Siswa Mts Al Bidayah. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 291. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7551>
- [32] Rahmadani, D. D., & Handayani, A. (2024). *Hubungan Antara Self-Compassion Dengan*

- Resiliensi Pada Penyintas Covid-19 Di RW 03 Kelurahan Pendrikan Lor Semarang. 01(04), 42–54.*
- [33] Ronzon, T., Gurria, P., Carus, M., Cingiz, K., El-Meligi, A., Hark, N., Iost, S., M'barek, R., Philippidis, G., van Leeuwen, M., Wessler, J., Medina-Lozano, I., Grimplet, J., Díaz, A., Tejedor-Calvo, E., Marco, P., Fischer, M., Creydt, M., Sánchez-Hernández, E., ... Miras Ávalos, J. M. (2025). HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DENGAN FEAR OF MISSING OUT PADA REMAJA 12-16 TAHUN SISWA MTS DI PATI. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28459981/%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.resenv.2025.100208%0Ahttp://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.abrep.2024.100536>
- [34] Servidio, R., Soraci, P., Griffiths, M. D., Boca, S., & Demetrovics, Z. (2024). Fear of missing out and problematic social media use: A serial mediation model of social comparison and self-esteem. *Addictive Behaviors Reports*, 19(February), 100536. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2024.100536>
- [35] Studi, P., Sosial, K., Dakwah, F., Ilmu, D. A. N., Islam, U., & Syarif, N. (2023). *Rohadatul 'Aisy-Fdk*.
- [36] Zhang, Y. (2025). Caught in the loop: the role of volitional control in the FoMO and social media addiction cycle. *Frontiers in Psychology*, 16(July), 1–9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1583921>
- [37] Afifah, N., & Kuntari, S. (2025). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Gen Z Di Aplikasi TikTok dan Instagram. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 4409–4415.
- [38] 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. *Jurnal Interaksi Online*, 11(3), 272–284. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/39961>
- [39] Babu, N. N., & Abdul Ghafar, N. N. (2025). Exploring Identity Development Through Social Media: the Impact on Self-Perception, Body Image and Social Comparison in Generation Z. *International Journal of Education, Psychology and Counseling*, 10(58), 401–415. <https://doi.org/10.35631/ijepc.1058028>
- [40] Balkis, A. S., & Mayyadah, S. (2025). DAMPAK MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU FEAR OF MISSING OUT (FOMO) MINAT BELI BONEKA LABUBU (Metode Survei Pada Komunitas Bermain Tangerang). *Jurnal Penelitian Multidisiplin Terpadu*, 9(1), 401–408.
- [41] Chairunnisa, G. (2021). *Tingkat Kepuasan Remaja Dalam Menggunakan Podcast Pada Spotify di Pekanbaru*.
- [42] Febrian, L., Ritonga, M., Ginting, E., Komunikasi, I., & Islam Negeri Raden Fatah Palembang, U. (2025). *Fear Of Missing Out (FOMO) Sebagai Perilaku Eksistensi Diri Di Kalangan Remaja (Studi Pada Gamers Mobile Legends Di Kecamatan Kalidoni)*. 4(2), 3141–3145.
- [43] Groenestein, E., Willemsen, L., van Koningsbruggen, G. M., & Kerkhof, P. (2024).

- Exploring the Dimensionality of Fear of Missing Out: Associations With Related Constructs. *Cyberpsychology*, 18(1). <https://doi.org/10.5817/CP2024-1-4>
- [44] Hafizoh, R., & Tama, M. M. L. (2024). Hubungan Harga Diri Dengan Fear of Missing Out Video Pendek di Tik Tok Pada Siswa. *Jurnal Psikologi : Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan*, 11(2), 417–434. <https://doi.org/10.35891/jip.v11i2.4940>
- [45] Kholizha, N., Fahsyah, P. A., & Junaidi, A. (2024). Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) pada Generasi Z dalam Mengikuti Trend Tiktok Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) pada Generasi Z dalam Mengikuti Trend Tiktok. *Kiwari*, 4(1), 61–70.
- [46] Larasati, D., & Sunarto. (2020). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Tingkat Konformitas Kelompok Teman Sebaya Terhadap Tingkat Perilaku Cyberbullying. *Interaksi Online*, 8(4), 44–52. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/28650>
- [47] Mudzaki, A. A. (2023). Pengaruh Intensitas Penggunaan Sosial Tiktok Dan Citra Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Indonesia (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. *Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*, 1–135. <http://etheses.uin-malang.ac.id/54527/6/19410100.pdf>
- [48] Przybylski et al. (2013). *Korelasi motivasi, emosional, dan perilaku dari rasa takut ketinggalan*. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563213000800?utm_source=chatgpt.com
- [49] Purnamasari, N. E., Supriatna, E., & Manuardi, A. R. (2021). Profil Self Confidence Siswa Mts Al Bidayah. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 291. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7551>
- [50] Rahmadani, D. D., & Handayani, A. (2024). *Hubungan Antara Self-Compassion Dengan Resiliensi Pada Penyintas Covid-19 Di RW 03 Kelurahan Pendrikan Lor Semarang*. 01(04), 42–54.
- [51] Ronzon, T., Gurria, P., Carus, M., Cingiz, K., El-Meligi, A., Hark, N., Iost, S., M'barek, R., Philippidis, G., van Leeuwen, M., Wesseler, J., Medina-Lozano, I., Grimplet, J., Díaz, A., Tejedor-Calvo, E., Marco, P., Fischer, M., Creydt, M., Sánchez-Hernández, E., ... Miras Ávalos, J. M. (2025). HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DENGAN FEAR OF MISSING OUT PADA REMAJA 12-16 TAHUN SISWA MTS DI PATI. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28459981/%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.resenv.2025.100208%0Ahttp://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.abrep.2024.100536>
- [52] Servidio, R., Soraci, P., Griffiths, M. D., Boca, S., & Demetrovics, Z. (2024). Fear of missing out and problematic social media use: A serial mediation model of social comparison and self-esteem. *Addictive Behaviors Reports*, 19(February), 100536. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2024.100536>
- [53] Studi, P., Sosial, K., Dakwah, F., Ilmu, D. A. N., Islam, U., & Syarif, N. (2023). *Rohadatul*

'Aisy-Fdk.

- [54] Zhang, Y. (2025). Caught in the loop: the role of volitional control in the FoMO and social media addiction cycle. *Frontiers in Psychology*, 16(July), 1–9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1583921>