

**HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK
DENGAN *FEAR OF MISSING OUT* PADA REMAJA 12-16 TAHUN
SISWA MTS DI PATI**

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh derajat Sarjana Psikologi



Disusun oleh:

Lintang Maharani

(30702100233)

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2025**

PERSETUJUAN PEMBIMBING
HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK
DENGAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) PADA REMAJA DI MTS
MANAHIJUL ULUM PLAOSAN PATI

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Lintang Maharani

30702100233

Telah disetujui dan dipertahankan di depan Dewan Penguji guna memenuhi
persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Psikologi

Pembimbing

Tanggal

Zamroni, S.Psi., M.Psi., Psikolog

22 Mei 2025

Semarang, 22 Mei 2025

UNISSULA

Mengetahui
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang



Dr. Joko Runcoro, S.Psi., M.Si
NIK. 210799001

HALAMAN PENGESAHAN

**Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok dengan
Fear of Missing Out (FoMO) pada Remaja di MTs Manahijul Ulum
Plaosan Pati**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Lintang Maharani

30702100233

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada 2 Juni 2025

Dewan Penguji

1. Agustin Handayani, S.Psi., M.Si
2. Dwi Wahyuningsih Choiriyah, S.Psi., M.Psi.,
Psikolog
3. Zamroni, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Tanda Tangan

Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Semarang, 2 Juni 2025

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi UNISSULA



Dr. Joko Hincoro, S.Psi., M.Si

NIDN. 210799001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya Lintang Maharani dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun
2. Sepanjang pengetahuan saya, skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka
3. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini, maka saya bersedia derajat kesarjanaan saya dicabut.



MOTTO

“Jangan pernah merasa tertinggal, semua orang punya proses dan rezekinya masing-masing”

(QS. Ali ‘Imran : 160)

“Stay in your own lane. Comparison kills creativity and joy”

(Brene Brown)

“Jangan terlalu memikirkan apa yang belum kamu miliki, tetapi syukurilah apa yang sudah kamu miliki”

(Ali bin Abi Thalib R.A)



PERSEMBAHAN

Penulis persembahkan karya ini kepada:

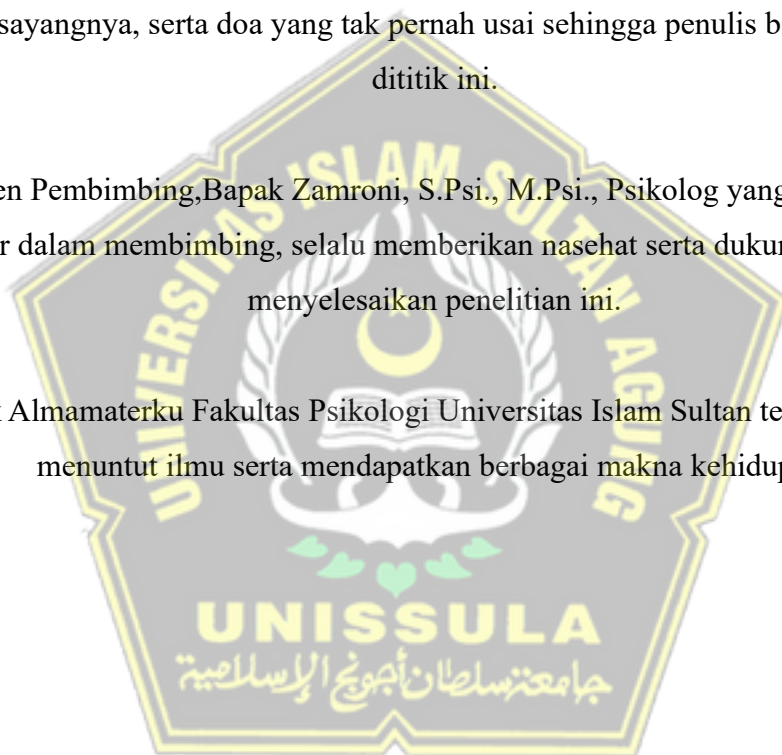
Allah SWT

Yang telah memberikan segala Rahmat, hidayah, dan kekuatan yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ini.

Kedua orangtua, Bapak dan Ibu yang telah merawat, membimbing, memberikan kasih sayang, serta doa yang tak pernah usai sehingga penulis bisa mencapai titik ini.

Dosen Pembimbing, Bapak Zamroni, S.Psi., M.Psi., Psikolog yang senantiasa sabar dalam membimbing, selalu memberikan nasehat serta dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini.

Untuk Almamaterku Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan tempat penulis menuntut ilmu serta mendapatkan berbagai makna kehidupan.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan karya ini sebagai salah satu syarat guna mencapai derajat S1 Sarjana Psikologi di Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Dalam penyusunan karya ini, tidak luput dari berbagai pihak yang telah membantu, memberikan semangat, mendukung penulis dan doa yang diberikan sehingga karya ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang paling dalam kepada:

1. Bapak Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Bapak Zamroni, S.Psi., M.Psi., Psikolog. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia untuk meluangkan waktu, mengajari, dan membimbing penulis dalam proses penyusunan karya ini hingga selesai.
3. Ibu Anisa Fitriani, S.Psi., M.Psi., Psikolog selaku dosen wali yang telah membimbing penulis.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang sebagai tenaga pengajar yang telah memberikan segenap ilmu sehingga penulis mendapatkan berbagai pengetahuan dan pengalaman baru.
5. Segenap staff administrasi dan tata usaha Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang, penulis mengucapkan banyak terimakasih atas bantuan yang telah diberikan.
6. Terimakasih kepada Kepala Sekolah beserta guru dan staff sekolah yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di MTs Plaosan Pati.
7. Seluruh siswa MTs Plaosan Pati yang telah bersedia meluangkan waktu untuk melakukan wawancara dan mengisi kuisioner penelitian secara langsung.
8. Kedua orang tua saya, Bapak Sajuri dan Ibu Kasanah yang telah mendukung apapun yang telah penulis lakukan serta selalu memberikan kasih sayang yang tak terhingga. Terimakasih karena selalu berjuang dan mengusahakan apapun untuk penulis. Meskipun beliau tidak sempat merasakan pendidikan yang

tinggi, namun beliau mampu mendidik dan selalu berusaha untuk memberikan pendidikan yang terbaik untuk penulis.

9. Nenek saya Sri Mugi, yang telah memberikan kasih sayang, selalu ada untuk penulis dan membesarkan penulis dari kecil. Terimakasih sudah sabar dalam merawat penulis dari bayi hingga saat ini.
10. Terimakasih kepada sahabat saya Dia Amalia dan Melisa Setya Ningrum yang selalu memberikan dukungan, semangat dan motivasi yang diberikan kepada penulis.
11. Teman-teman penulis Delvi, Zahira, Candra, Alika, Vita, Sari, Salwa, dan Yolanda yang sudah memberikan dukungan dan bantuan ketika penulis mengalami kesulitan.
12. Kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, penulis mengucapkan banyak terimakasih.
13. Terakhir, terimakasih kepada perempuan sederhana yang memiliki banyak impian besar, diriku sendiri Lintang Maharani. Apresiasi yang sebesar-besarnya untuk setiap lelah yang dipendam dan setiap langkah kecil yang akhirnya membawa penulis sampai dititik ini. Perjalanan ini bukanlah hal yang mudah, terimakasih karena sudah bertahan sampai sejauh ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan masukan, kritik dan saran dari berbagai pihak guna penyempurnaan skripsi ini. Semoga dengan ketidaksempurnaan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Psikologi dan semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, 22 Mei 2025

Lintang Maharani
(30702100233)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
A. <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	8
1. Pengertian <i>Fear of Missing Out</i>	8
2. Faktor-faktor yang Memengaruhi <i>Fear of Missing Out</i>	9
3. Aspek-Aspek <i>Fear of Missing Out</i>	11
B. Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok.....	12
1. Pengertian Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	12
2. Faktor-faktor Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	14
3. Aspek-aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	15
C. Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok dengan <i>Fear of Missing Out</i>	16
E. Hipotesis.....	18

BAB III METODE PENELITIAN.....	19
A. Identifikasi Variabel Penelitian	19
B. Definisi Operasional.....	19
1. Fear of Missing Out (FoMO)	19
2. Intensitas Penggunaan Sosial Media.....	20
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	20
1. Populasi	20
2. Sampel.....	21
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	21
D. Metode Pengumpulan Data	21
1. Skala Fear of Missing Out (FoMO)	22
2. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	23
E. Validitas, Uji Daya Beda Aitem, dan Estimasi Reliabilitas Alat Ukur.....	24
1. Validitas.....	24
2. Uji Beda Aitem.....	24
3. Reliabilitas Alat Ukur.....	25
F. Teknik Analisis Data	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	26
A. Orientasi Kacah dan Persiapan Penelitian.....	26
1. Orientasi Kacah Penelitian.....	26
2. Persiapan Penelitian	26
B. Pelaksanaan Penelitian.....	33
C. Analisis Data dan Penelitian	33
1. Uji Asumsi.....	33
2. Uji Hipotesis	34
D. Deskripsi Hasil Penelitian	35
1. Deskripsi Data Skor Intensitas Penggunaan Media Sosial	35
2. Deskripsi Data Skor <i>Fear of Missing Out</i>	37
E. Pembahasan.....	38
F. Kelemahan Penelitian.....	41
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	42
A. Kesimpulan	42

B. Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA.....	44
LAMPIRAN.....	49



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Siswa Mts Plaosan Pati Tahun 2025	21
Tabel 2. <i>Blueprint</i> Skala <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	22
Tabel 3. <i>Blueprint</i> Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial	23
Tabel 4. <i>Blueprint</i> Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial	28
Tabel 5. <i>Blueprint</i> Skala <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	28
Tabel 6. Data Subjek Uji Coba	29
Tabel 7. Sebaran Aitem Daya Beda Tinggi dan Daya Beda Rendah Pada Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial	30
Tabel 8. Sebaran Aitem Daya Beda Tinggi dan Daya Beda Rendah Pada Skala <i>Fear of Missing Out</i>	31
Tabel 9. Penomoran Ulang Aitem Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial	32
Tabel 10. Penomoran Ulang Aitem Skala <i>Fear of Missing Out</i>	32
Tabel 11. Data Subjek Penelitian	33
Tabel 12. Hasil Uji Normalitas	34
Tabel 13. Norma Kategori Skor	35
Tabel 14. Deskripsi Skor Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial	36
Tabel 15. Kategorisasi Skor Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial	36
Tabel 16. Deskripsi Skor Skala <i>Fear of Missing Out</i>	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kategorisasi Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok	36
Gambar 2. Kategorisasi <i>Fear of Missing Out</i>	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Skala Uji Coba	50
Lampiran B. Tabulasi Skala Uji Coba.....	60
Lampiran C. Uji Daya Beda Aitem dan Estimasi Reliabilitas Skala Uji Coba.....	71
Lampiran D. Skala Penelitian	78
Lampiran E. Tabulasi Data Skala Penelitian.....	86
Lampiran F. Analisis Data.....	97
Lampiran G. Surat dan Dokumentasi Penelitian.....	101



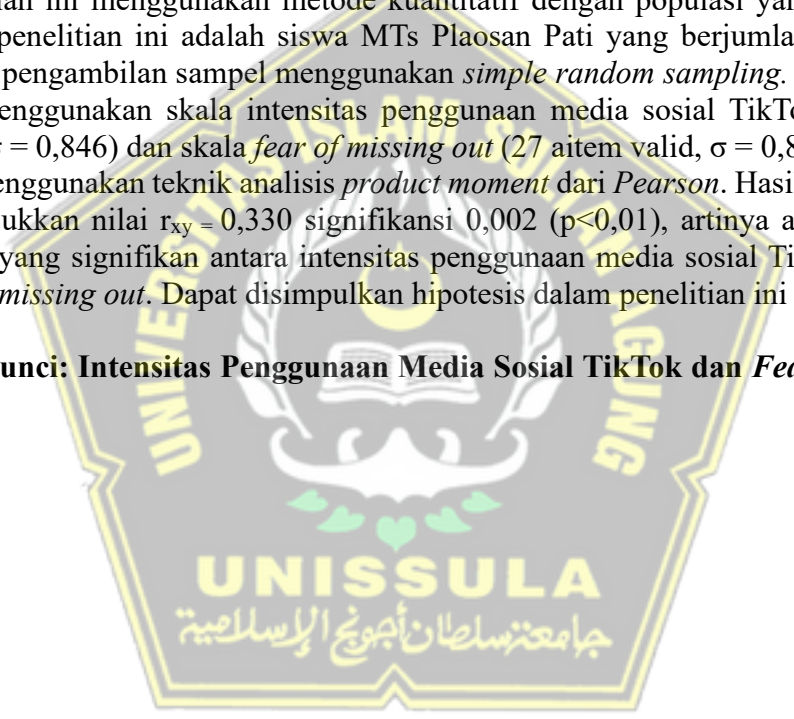
**HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK
DENGAN *FEAR OF MISSING OUT* PADA REMAJA 12-16 TAHUN
SISWA MTS DI PATI**

Lintang Maharani
Fakultas Psikologi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang
Email: lintangmaharani@std.unissula.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan *fear of missing out* pada remaja di MTs Plaosan Pati. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah siswa MTs Plaosan Pati yang berjumlah 141 siswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Pengambilan data menggunakan skala intensitas penggunaan media sosial TikTok (24 aitem valid, $\sigma = 0,846$) dan skala *fear of missing out* (27 aitem valid, $\sigma = 0,898$). Analisis data menggunakan teknik analisis *product moment* dari *Pearson*. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai $r_{xy} = 0,330$ signifikansi 0,002 ($p < 0,01$), artinya ada hubungan positif yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan *fear of missing out*. Dapat disimpulkan hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Kata kunci: Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok dan *Fear of Missing Out*



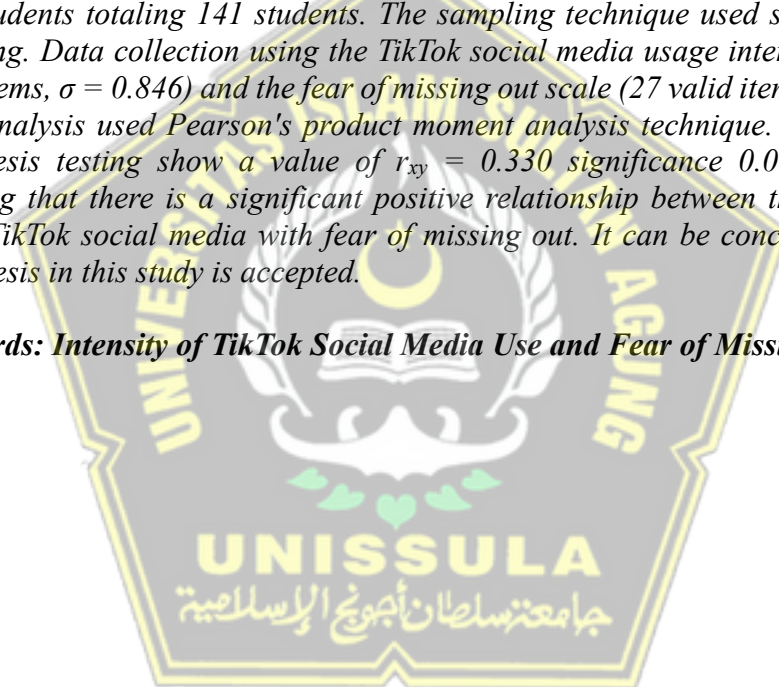
**RELATIONSHIP OF INTENSITY OF USING SOCIAL MEDIA TIKTOK
WITH FEAR OF MISSING OUT AMONG 12-16 YEAR OLD ADOLESCENTS
MTS STUDENTS IN PATI**

Lintang Maharani
Faculty of Psychology
Sultan Agung Islamic University Semarang
Email: lintangmaharani@std.unissula.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between the intensity of TikTok social media use and fear of missing out in adolescents at MTs Plaosan Pati. This study uses quantitative methods with the population used in this study are MTs Plaosan Pati students totaling 141 students. The sampling technique used simple random sampling. Data collection using the TikTok social media usage intensity scale (24 valid items, $\sigma = 0.846$) and the fear of missing out scale (27 valid items, $\sigma = 0.898$). Data analysis used Pearson's product moment analysis technique. The results of hypothesis testing show a value of $r_{xy} = 0.330$ significance 0.002 ($p < 0.01$), meaning that there is a significant positive relationship between the intensity of using TikTok social media with fear of missing out. It can be concluded that the hypothesis in this study is accepted.

Keywords: *Intensity of TikTok Social Media Use and Fear of Missing Out*



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masa remaja merupakan tahap transisi antara masa kanak-kanak dan masa dewasa yang ditandai oleh perubahan signifikan dalam aspek fisik, kognitif, dan psikososial (Papalia & Olds, 2008). Pada masa ini, remaja mengalami berbagai perubahan yang kompleks, baik secara internal maupun eksternal, sehingga sering disebut sebagai masa bermasalah yang dipenuhi oleh gejolak emosi, konflik, serta perubahan suasana hati (Santrock, 2012). Hurlock (2003) menekankan bahwa perubahan tersebut bersifat universal, mencakup meningkatnya emosi, perubahan minat dan nilai, serta sikap ambivalen terhadap tanggung jawab dan kebebasan.

Perilaku remaja menjadi sangat bervariasi seiring dengan berbagai perubahan yang dialami selama masa remaja. Berbagai permasalahan yang terjadi pada masa remaja yaitu kebingungan identitas, konflik dengan orang tua, persaingan antar kelompok dan kenakalan remaja (Putri, dkk., 2021). Remaja dalam masa perubahan, mulai memiliki ketertarikan dengan lawan jenis, timbul perasaan kurang percaya diri, suka berimajinasi, mencari pengakuan sosial, senang mengembangkan pemikiran yang baru, gelisah dan memiliki emosi yang tidak stabil (Filibiana & Wibowo, 2023).

Remaja dalam masa perkembangan dapat ditandai dengan meningkatnya kebutuhan yang kuat akan penerimaan diri dan keterlibatan sosial. Ketika kebutuhan psikologis seperti keterhubungan sosial tidak terpenuhi secara optimal, remaja beresiko mengalami *fear of missing out* (Przybylski, dkk., 2013). Dalam konteks ini, *fear of missing out* dapat dilihat sebagai respons terhadap ketidakpuasan terhadap kebutuhan sosial. FoMO merupakan kecemasan atau ketakutan tertinggal dari aktivitas sosial atau tren yang sedang berlangsung di lingkungan sekitar (Przybylski, dkk., 2013). Kondisi ini mendorong remaja untuk mengikuti perkembangan informasi dan aktivitas orang lain agar tidak merasa terasing atau kehilangan kesempatan berinteraksi sosial, terutama dalam konteks penggunaan media sosial.

Dampak yang dapat dirasakan akibat dari perilaku *fear of missing out* pada individu yaitu kurangnya rasa peduli dengan diri sendiri maupun lingkungan sekitar. Individu yang mengalami FoMO akan merasakan perasaan iri ketika melihat individu lain memiliki pengalaman yang lebih menyenangkan, sedangkan individu tersebut tidak mengalaminya. Sehingga, individu tersebut menganggap bahwa kehidupan yang dimiliki oleh individu lain lebih baik dan lebih menyenangkan dibanding dengan apa yang telah individu miliki saat itu (Kusumaisna & Satwika, 2023).

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan adanya hubungan antara penggunaan media sosial dengan perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) pada remaja dan mahasiswa. Penelitian Asyari & Fida (2023) menemukan bahwa remaja dengan tingkat FoMO dipengaruhi oleh intensitas penggunaan media sosial yang tinggi. Artinya, semakin sering individu menggunakan media sosial, maka semakin tinggi juga tingkat *fear of missing out* yang dialami individu. Penelitian lain oleh Ana & Maryam (2024) menunjukkan hasil penelitian bahwa penggunaan TikTok secara intensif dapat memicu emosi negatif seperti rasa iri dan kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain setelah melihat berbagai postingan yang menampilkan kehidupan ideal di media sosial. Semakin banyak waktu yang dihabiskan dalam penggunaan media sosial, semakin besar peluang individu mengalami FoMO. Selain itu, penelitian Solikha (2022) penelitian tersebut menemukan bahwa tingkat FoMO dipengaruhi oleh durasi penggunaan media sosial yang lama. Berdasarkan temuan ini, penting untuk mereplikasi penelitian pada konteks berbeda, seperti di MTs Plaosan Pati, guna menguji konsistensi hasil serta memperluas pemahaman tentang pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap FoMO pada remaja dengan latar belakang sosial dan pendidikan yang berbeda.

Penelitian pendahuluan tentang adanya fenomena FoMO pada remaja dilakukan dengan 3 narasumber, di MTs Plaosan Pati pada tanggal 12 Januari 2025. Hasilnya menunjukkan terdapat FoMO pada remaja dengan beberapa alasan yang mendasari perilaku tersebut. Salah satu alasan tersebut yaitu mengungkapkan bahwa narasumber merasa khawatir ketika narasumber tidak mengikuti tren terbaru

di TikTok. Narasumber pertama dengan inisial AA, berjenis kelamin perempuan, berusia 15 tahun dan bersekolah di Mts Plaosan Pati. Berikut kutipan hasil wawancara yang diperoleh sebagai berikut:

“Kalau nggak buka TikTok perasaan aku tuh kayak hampa terus gabut banget nggak bisa liat TikTok. Terus kalau misal ketinggalan tren tuh temen-temen suka ngatain katrok, itu kata-kata yang sering aku dengerin dari temenku sih. Aku juga sering live TikTok biar kayak seleb gitu”.

Narasumber kedua dengan inisial RNR, berjenis kelamin perempuan, berusia 15 tahun dan bersekolah di Mts Plaosan Pati, diperoleh hasil sebagai berikut:

“Kadang aku ngerasa takut sih mba kalo nggak buka TikTok gitu soalnya kan temenku pada main TikTok semua tuh. Jadi aku takut aja kalo misal ketinggalan info yang lagi viral. Nanti kalo misal aku nggak tau sendiri takutnya diejek sama temen”.

Narasumber ketiga dengan inisial ESM, berjenis kelamin perempuan, berusia 15 tahun dan bersekolah di Mts Plaosan Pati, diperoleh hasil sebagai berikut:

“Aku biasanya main TikTok bisa sampe 5 jam kalo misal lagi gabut gitu mba, apalagi kalo libur tuhh, aku kadang sampe ditegur ibuku gara-gara keseringan main hp. Terus kalo liat Tiktok gitu paling ya scroll beranda liat yang fyp atau video yang lagi ngetrend, kalo misal ada video yang menarik kadang aku ngikutin juga terus kuposting di TikTok ku”.

Hasil kutipan wawancara yang dilakukan dan data kuantitatif tersebut menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial yang tinggi sering kali menimbulkan rasa cemas dan iri ketika remaja membandingkan diri dengan orang lain yang dianggap lebih ideal atau populer. Fenomena ini sejalan dengan temuan Christina, dkk., (2019) yang menyatakan bahwa media sosial yang menampilkan berbagai postingan menarik dapat memicu perasaan iri dan menjadi bahan perbandingan sosial, sehingga individu yang aktif mengakses media sosial lebih rentan mengalami FoMO.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan Aisafitri dan Yusriyah (2021), pengaruh FoMO akibat penggunaan media sosial pada remaja dapat bersifat seimbang, dengan dampak positif dan negatif yang saling berdampingan. Perasaan iri, minder, atau tertekan saat melihat postingan orang lain memang kerap muncul, namun hal tersebut juga bisa mendorong individu untuk lebih bersyukur atas apa yang dimiliki dan menjadi motivasi untuk berkembang. Di sisi lain, meskipun

kecanduan media sosial sering dipandang negatif, beberapa individu justru merasakan manfaat positif, seperti bertambahnya teman dan meluasnya jaringan pergaulan secara daring. Dengan demikian, dampak FoMO sangat bergantung pada bagaimana seseorang merespons pengalaman yang ia temui di media sosial.

Fenomena FoMO tidak dapat dipisahkan dari pesatnya perkembangan media sosial yang kini telah menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan individu berinteraksi, berbagi informasi, dan mencari hiburan tanpa harus bertatap muka langsung (Permadi, 2022). Jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 204,8 juta orang pada tahun 2024 (Statista.com, 2024), dengan berbagai platform populer seperti Instagram, WhatsApp, TikTok, YouTube, dan lainnya yang menawarkan fitur berbeda sesuai kebutuhan pengguna (Kompas.com, 2023). Perkembangan media sosial, terutama yang berbasis video, semakin menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan digital generasi milenial (Cahyono, 2016).

Salah satu platform yang paling menonjol adalah TikTok. Aplikasi ini memungkinkan pengguna mengekspresikan diri lewat video singkat berdurasi sekitar 15 detik yang dilengkapi dengan efek visual dan filter menarik (Fajar, 2022). Pada tahun 2025, Indonesia diperkirakan menjadi negara dengan pengguna TikTok terbanyak kedua di dunia, yakni sebanyak 107,7 juta orang, setelah Amerika Serikat dan di atas Brazil (Statista.com, 2025). Popularitas TikTok di kalangan remaja menjadikannya lebih dari sekadar media hiburan, melainkan simbol tren dan pergaulan modern. Keterbatasan remaja dalam menyaring informasi menjadikan mereka lebih rentan terhadap pengaruh negatif dari konten yang dikonsumsi (Mutib, 2023).

Tingginya daya tarik TikTok di kalangan remaja turut mendorong meningkatnya intensitas penggunaan media sosial. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Umami & Rosdiana (2022), intensitas penggunaan media sosial merujuk pada seberapa sering dan lama individu terlibat dalam aktivitas tersebut, tidak hanya dilihat dari durasi waktu, tetapi juga dari kedalaman keterlibatan. Semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, semakin besar pula dampaknya

terhadap aspek psikologis dan sosial, seperti menurunnya kesadaran diri terhadap lingkungan sekitar.

Berdasarkan data yang didapatkan dari *Australian Psychological Society* (APS), melaporkan bahwa rata-rata remaja menghabiskan waktu sekitar 2,7 jam per hari di media sosial. Survei tersebut juga menemukan bahwa prevalensi FoMO pada remaja mencapai 50%, jauh lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok dewasa yang hanya sebesar 25%. Berbeda dengan hasil penelitian di Indonesia yang dilakukan oleh Hepilitia dan Gantas (2018) menunjukkan bahwa dari 88 siswa usia 12–14 tahun di SMPN 1 Langke Rembong, sebanyak 54,5% menggunakan media sosial selama 7–9 jam per hari, dan 23,9% selama 4–6 jam per hari, yang berdampak pada gangguan pola tidur.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Rizki (2017) menyatakan bahwa meningkatnya intensitas penggunaan media sosial juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kebutuhan mencari identitas diri, harga diri, keterikatan sosial, dorongan emosional, dan kebutuhan akan informasi, yang mendorong individu untuk terus terhubung secara aktif dengan media sosial. Penggunaan media sosial yang tidak terkontrol menjadi salah satu pemicu utama munculnya FoMO (Elhai, dkk., 2016). Kemudahan akses informasi dan rangsangan tanpa henti dari media sosial dapat menimbulkan dorongan kuat bagi remaja untuk terus terhubung, yang jika tidak diimbangi dengan kontrol diri yang baik, dapat berdampak negatif pada kesehatan emosional remaja (Wulandari, 2020).

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, peneliti ingin mengkaji lebih lanjut mengenai hubungan antara media sosial TikTok dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada remaja di MTs Plaosan Pati. Penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang menjadi bahan pertimbangan untuk mengkaji lebih lanjut pengaruh TikTok terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO) remaja. Terlebih penelitian ini berfokus kepada hubungan intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan mengkorelasi dampak intensitas penggunaan aplikasi TikTok dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada remaja.

Penelitian ini memiliki kebaharuan karena secara khusus meneliti hubungan antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan fenomena *Fear of*

Missing Out (FoMO) pada remaja di MTs Plaosan Pati. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya membahas media sosial secara umum atau platform lain, studi ini fokus pada TikTok sebagai aplikasi yang saat ini sangat populer di kalangan remaja. Selain itu, penelitian ini tidak hanya mengukur tingkat penggunaan, tetapi juga mengkaji bagaimana intensitas tersebut berpengaruh secara langsung terhadap munculnya FoMO, sehingga memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dampak psikososial penggunaan TikTok pada remaja di lingkungan sekolah tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, rumusan masalah penelitian yang akan dikaji berupa: “Apakah ada hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Tiktok dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada remaja di MTs Plaosan Pati?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empirik apakah terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Tiktok dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada remaja awal di MTs Plaosan Pati.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi keilmuan dalam memperkuat teori psikologi perkembangan, khususnya yang berkaitan dengan perilaku digital remaja, seperti hubungan antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO). Secara praktis, penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi tambahan untuk pihak sekolah, penyuluhan kepada orang tua mengenai dampak penggunaan media sosial, serta pengembangan kebijakan pembatasan waktu layar bagi remaja. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menambah referensi akademik dan menjadi pijakan bagi peneliti selanjutnya dalam mengkaji perilaku daring remaja di era digital secara lebih mendalam dan

kontekstual.

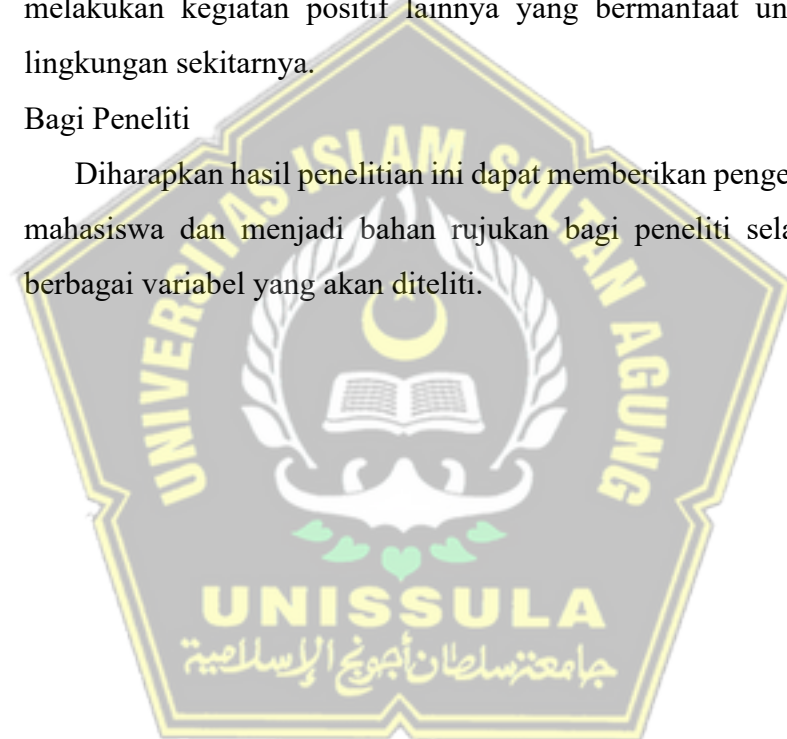
2. Manfaat Praktis

a. Bagi Subjek/Siswa

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan edukasi mengenai pengaruh dari intensitas penggunaan media sosial TikTok yang dapat memengaruhi perasaan individu, terutama terkait dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) yang banyak terjadi pada remaja di MTs Manahijul Ulum Plaosan Pati, siswa dapat mengembangkan diri dan mengatur waktu dengan melakukan kegiatan positif lainnya yang bermanfaat untuk dirinya dan lingkungan sekitarnya.

b. Bagi Peneliti

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan bagi para mahasiswa dan menjadi bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya dengan berbagai variabel yang akan diteliti.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Fear of Missing Out* (FoMO)

1. Pengertian *Fear of Missing Out*

Fear of Missing Out (FoMO) adalah perasaan takut dan cemas yang muncul karena kekhawatiran akan tertinggal dari momen menyenangkan atau penting yang dialami oleh orang lain. Perasaan ini mendorong seseorang untuk terus terlibat dalam aktivitas sosial, terutama melalui media sosial (Carolina & Mahestu, 2020). FoMO umumnya dialami oleh generasi Z yang aktif menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mengekspresikan diri, bergabung dalam kelompok yang membuat mereka merasa diterima, serta mengikuti tren yang sedang berkembang. Fenomena ini semakin menguat seiring dengan peran media sosial yang telah mengubah cara manusia berinteraksi, menjadikannya bagian penting dalam kehidupan sehari-hari dan mendorong remaja untuk membentuk citra diri yang ideal.

Fear of Missing Out (FoMO) merupakan kekhawatiran yang ada dalam diri seseorang ketika melihat pengalaman berharga yang dimiliki oleh orang lain, sementara individu tersebut tidak mengalaminya. FoMO ditandai dengan keinginan untuk terus terhubung dengan apa yang lakukan individu lain Przybylski dkk., (2013). Menurut (Abel dkk, 2016) FoMO adalah suatu kondisi ketika seseorang menjadi khawatir ketika individu tersebut mengamati bahwa orang lain mengalami peristiwa atau pengalaman yang menyenangkan, namun individu tersebut tidak.

Selain itu, FoMO ditandai oleh adanya perasaan keingintahuan yang tinggi untuk tetap terhubung dengan apa yang dilakukan oleh orang lain di media sosial. Bagi individu yang mengalami FoMO, partisipasi dalam media sosial mungkin sangat menarik. Media sosial seperti *Facebook*, *X* (sebelumnya *twitter*), *Instagram*, dan *TikTok* menjadi sangat menarik karena menyediakan akses terhadap informasi sosial yang terus diperbarui. Media sosial tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga menjadi alat penting untuk menjalin

hubungan sosial dan meningkatkan keterlibatan sosial dalam kehidupan sehari-hari (Akbar dkk, 2018).

Fear of Missing Out (FoMO) didefinisikan sebagai rasa takut akan kehilangan momen-momen penting dalam kehidupan seseorang atau kelompok lain ketika individu tersebut tidak dapat hadir didalamnya dan hal ini ditandai dengan kebutuhan untuk tetap terhubung dengan apa yang orang lain lakukan di dalam internet atau media sosial. FoMO juga dapat didefinisikan sebagai sebuah fenomena di mana seseorang selalu memiliki keinginan untuk terus terhubung dengan orang lain (Sirait, 2023).

Berdasarkan pengertian yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) merupakan suatu kondisi ketika seorang individu mengalami perasaan cemas dan khawatir ketika melihat pengalaman menyenangkan yang dialami oleh seseorang dan berkeinginan untuk terus terhubung dengan apa yang orang lain lakukan.

2. Faktor-faktor yang Memengaruhi *Fear of Missing Out*

Individu dapat dikatakan FoMO jika beberapa indikator muncul dalam diri tersebut. Menurut (Przybylski dkk, 2013) faktor FoMO dibagi menjadi tiga kategori, sebagai berikut:

a. Kompetensi (*Competence*)

Kompetensi merupakan kemampuan individu untuk melakukan suatu kegiatan secara efektif dan efisien dalam kehidupan sehari-harinya.

b. Otonomi (*Autonomy*)

Otonomi merupakan kemampuan seseorang dalam menemukan inisiatif dalam dirinya. Hal ini dapat merujuk pada kebutuhan seseorang dalam mengambil suatu keputusan tanpa terpengaruh oleh orang disekitarnya.

c. Kebutuhan psikologis *relatedness* yang tidak terpenuhi

Relatedness merupakan kebutuhan untuk terus berhubungan dengan orang lain. Apabila hal ini tidak terpenuhi, maka akan timbul perasaan cemas dalam diri.

Faktor pendorong yang mempengaruhi munculnya FoMO dibagi menjadi enam menurut JWT Intelligence (dalam Wulandari, 2020), yaitu:

a. Keterbukaan informasi di media sosial

Dengan adanya gadget, media sosial, dan fitur pemberitahuan lokasi menjadikan kehidupan sekarang lebih terbuka dengan cara membagikan apa yang terjadi saat ini. Halaman media sosial terus-menerus dibanjiri dengan pembaruan informasi yang *real-time*, obrolan hangat, serta foto dan video terbaru. Pengungkapan informasi saat ini akan mengubah budaya komunitas individu menjadi budaya yang lebih terbuka.

b. Usia

Masyarakat *digital natives* yaitu masyarakat yang dapat menggunakan dan mengintegrasikan teknologi internet, hal tersebut merupakan salah satu karakteristik kelompok usia muda yang saat ini berusia 13-33 tahun. Keberadaan kelompok masyarakat *digital natives* memiliki jumlah terbesar di media sosial dibandingkan dengan generasi lain, sehingga hal ini menjadikan dunia internet menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari generasi ini.

c. *Social one-upmanship*

Social one-upmanship adalah sebuah tindakan ketika seseorang mencoba melakukan sesuatu seperti perbuatan, perkataan, atau mencari suatu hal menarik untuk membuktikan bahwa individu tersebut lebih unggul dari orang lain. FoMO disebabkan oleh keinginan untuk menjadi orang yang paling hebat atau superior dibandingkan dengan yang lain.

d. Peristiwa yang disebarkan melalui fitur *hashtag*

Media sosial memiliki fitur *hashtag* (#) yang memungkinkan pengguna untuk memberikan info mengenai peristiwa terkini. Ketika seseorang menggunakan *hashtag* terkait dengan topik yang sedang dibicarakan, maka pengguna media sosial lainnya dapat mengetahui hal tersebut. Ini akan menyebabkan orang-orang yang tidak berpartisipasi dalam aktivitas tersebut merasa tertinggal dengan yang lain.

e. Kondisi *deprivasi relative*

Kondisi *deprivasi relative* adalah sebuah perasaan yang menjelaskan rasa tidak puas terhadap seseorang ketika membandingkan dirinya dengan

individu lain. Ketika pengguna membandingkan keadaan dirinya dengan orang lain di media sosial, mereka akan mengalami perasaan ketertinggalan dan ketidakpuasan.

f. Banyak stimulus untuk mengetahui suatu informasi

Di era digital saat ini, ada kemungkinan besar seseorang akan terus dipenuhi dengan topik menarik tanpa perlu upaya untuk mendapatkannya. Sementara itu, munculnya stimulus-stimulus baru menyebabkan rasa ingin tau untuk terus mengikuti perkembangan terkini. Keinginan untuk terus mengikuti perkembangan terbaru inilah yang menjadikan seseorang mengalami *Fear of Missing Out*.

3. Aspek-Aspek *Fear of Missing Out*

Fear of Missing Out (FoMO) memiliki dua aspek yang dikemukakan oleh (Przybylski dkk., 2013), yaitu:

a. Tidak Terpenuhi Kebutuhan Psikologis *Relatedness*

Relatedness adalah kebutuhan individu untuk terus terhubung dengan orang lain. Rasa cemas untuk mengetahui kegiatan atau aktivitas yang sedang dilakukan individu lain muncul akibat kebutuhan psikologis *relatedness* tidak terpenuhi. Salah satu cara melakukannya adalah dengan bermain media sosial.

b. Tidak Terpenuhi Kebutuhan Psikologi Mengenai *Self*

Self merupakan aspek SDT (*Self-Determination Theory*) yang mendasari terbentuknya aspek FoMO. Apabila kebutuhan psikologis terhadap *self* tidak terpenuhi maka dapat menyebabkan individu ingin mencari berbagai informasi mengenai orang lain melalui media sosial dan internet.

Reagle (2015) mengembangkan pengertian *Fear of Missing Out* (FoMO) dari (Przybylski dkk, 2013) menjadi aspek-aspek *Fear of Missing Out* (FoMO) yang dibagi menjadi empat yaitu, sebagai berikut:

a. *Comparison with friend*, emosi negatif yang muncul ketika membandingkan dirinya sendiri dengan teman atau orang lain.

- b. *Being left out*, menimbulkan perasaan negatif akibat diasingkan dalam suatu kegiatan atau diskusi.
- c. *Mixed experience*, mengacu pada emosi buruk yang muncul karena tidak dapat berpartisipasi dalam suatu kegiatan.
- d. *Compulsion*, perilaku mengamati secara berulang aktivitas yang dilakukan orang lain untuk mencegah perasaan terkucilkan.

Selain aspek-aspek yang telah disebutkan diatas, adapun dimensi FoMO menurut (Sette dkk, 2020) yang dibagi menjadi empat, yaitu:

- a. *Need to belong*, kebutuhan seseorang untuk menjadi bagian dari suatu komunitas atau kelompok. Seorang individu yang memiliki kebutuhan ini berusaha untuk membangun dan menjalin ikatan sosial supaya merasa diterima dan diakui.
- b. *Need for popularity*, keinginan untuk dikenal dan diakui oleh orang lain. Individu dengan kebutuhan tersebut menggunakan media sosial untuk meningkatkan ketenaran dan mencari perhatian orang lain.
- c. *Anxiety*, keadaan emosi berupa perasaan cemas dan khawatir yang dialami oleh individu ketika tidak menggunakan media sosial. Kecemasan inilah yang dapat mendorong individu untuk terus terhubung dengan aktivitas sosial supaya tidak merasa tertinggal.
- d. *Addiction*, ketergantungan pada interaksi sosial terutama media online. Individu yang mengalami kecanduan akan menunjukkan penggunaan media sosial dan internet yang berlebih untuk terus tetap terhubung dengan orang lain.

Berdasarkan aspek-aspek *Fear of Missing Out* (FoMO) yang disebutkan oleh tokoh-tokoh diatas, maka dari itu peneliti menggunakan dimensi *Fear of Missing Out* (FoMO) dari Sette, dkk (2020) yaitu *need to belong*, *need for popularity*, *anxiety*, dan *addiction*.

B. Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok

1. Pengertian Intensitas Penggunaan Media Sosial

Intensitas penggunaan media sosial dapat diartikan sebagai tingkat keterlibatan individu dalam mengakses media sosial yang diukur berdasarkan

frekuensi dan durasi aktivitasnya dalam jangka waktu tertentu. Intensitas ini mencerminkan upaya yang dilakukan individu dengan energi tinggi untuk mencapai tujuan tertentu melalui media sosial. Media sosial sendiri merupakan platform digital yang berorientasi pada keberadaan pengguna serta memungkinkan terjadinya interaksi dan kolaborasi Anjani & Prasetyoaji (2023). Dengan demikian, semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, semakin besar kemungkinan interaksi sosial remaja bergeser ke arah komunikasi tidak langsung, yang dalam jangka panjang dapat berdampak pada penurunan kualitas hubungan sosial secara tatap muka dan mengganggu perkembangan keterampilan sosial mereka.

Intensitas adalah suatu keadaan yang dapat dinilai dari jumlah waktu yang dihabiskan untuk melakukan suatu kegiatan. Intensitas penggunaan media sosial memiliki dampak terhadap berbagai aspek kehidupan Umami & Rosdiana (2022). Menurut Rizky (2017), intensitas pengguna media sosial ini ditentukan oleh beberapa faktor seperti kebutuhan internal seseorang yang mencari identitas dan harga diri, faktor rasa saling memiliki dan kebutuhan akan informasi dari orang lain serta faktor emosional seseorang.

Intensitas penggunaan media sosial mengacu pada keterlibatan seseorang ketika melakukan aktivitas sosial media seperti seberapa sering seseorang menggunakan media sosial, berapa lama waktu yang dibutuhkan dalam mengakses media sosial dan jumlah pertemanan yang dibentuk (Sandya, 2016). Intensitas penggunaan media sosial merupakan tingkat perhatian dan ketertarikan seseorang dalam menggunakan media sosial dilihat dari seberapa sering individu tersebut menggunakan media sosial dalam kesehariannya (Al Aziz, 2020).

Berdasarkan penjelasan, dapat didefinisikan bahwa intensitas penggunaan media sosial adalah seberapa sering waktu yang dihabiskan seseorang untuk mengakses media sosial khususnya komunikasi dengan orang lain tanpa batas ruang dan waktu.

2. Faktor-faktor Intensitas Penggunaan Media Sosial

Faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan media sosial menurut Shatuti (dalam Muna, 2016) yaitu:

a. Penanganan emosional (*Emotional Coping*)

Selain kesepian, keterasingan, kebosanan, ketegangan, relaksasi, kemarahan dan frustrasi, beberapa faktor yang membuat media sosial menjadi luar biasa dari waktu ke waktu dapat memengaruhi intensitas penggunaan media sosial.

b. Keluar dari dunia nyata

Individu dapat melarikan diri sementara dari dunia nyata yang tidak sesuai dengan mereka. Internet menyediakan banyak layanan lain yang menyenangkan.

c. Lingkungan yang mempengaruhi efektivitas penggunaan media sosial dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu lingkungan keluarga dan lingkungan sosial

d. Memuaskan kebutuhan sosial dan komunikasi interpersonal

Individu dapat menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan lebih efisien, menjalin pertemanan dengan orang baru, memperkuat persahabatan, mengembangkan rasa saling memiliki dan pengakuan.

Adapun tiga faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan media sosial menurut Casdari (dalam Hasibuan, 2019) yaitu:

a. Faktor kebutuhan dari dalam

Faktor ini terkait dengan kebutuhan psikologis manusia. Salah satunya adalah kebutuhan untuk membangun hubungan yang dekat dengan orang lain (*relatedness*).

b. Faktor motif sosial

Intensitas penggunaan media dapat dipengaruhi oleh orang lain atau faktor lingkungan sekitar, salah satunya yaitu konformitas remaja dengan teman sebayanya.

c. Faktor emosional

Intensitas penggunaan media sosial dapat dipengaruhi oleh faktor

emosional. Ketika seorang individu menggunakan media sosial yang menimbulkan perasaan senang, maka individu tersebut akan terus mengulang aktivitas penggunaan media sosial untuk mendapatkan perasaan yang sama.

3. Aspek-aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial

Del. Barrio, dkk (2004) menyatakan bahwa aspek-aspek terbentuknya intensitas ada empat yaitu:

a. Perhatian (*Attention*)

Minat merupakan sesuatu yang menarik perhatian seseorang. Ketika seseorang mendapatkan tugas yang disukai maka individu tersebut akan memberikan atensi dan energi yang lebih untuk mengerjakannya, sebaliknya jika tugas yang tidak disukai maka individu akan merasa bosan. Misalnya, seseorang menaruh perhatian lebih pada sebuah aplikasi media sosial.

b. Penghayatan (*Comprehension*)

Penghayatan merupakan proses memahami, mendalami, menikmati dan menyimpan informasi untuk memperluas pengetahuan individu. Apa yang diposting di media sosial memiliki potensi untuk mempengaruhi orang lain.

c. Durasi (*Duration*)

Durasi merupakan jangka waktu atau lamanya suatu peristiwa yang sedang berlangsung. Kriteria durasi menurut Judith (2011) dikategorikan sebagai berikut:

1) Tinggi : > 4 jam/hari

2) Rendah : 1 jam/hari

d. Frekuensi (*Frequency*)

Frekuensi merupakan banyaknya jumlah yang dilakukan pada suatu kegiatan atau perilaku yang dilakukan secara berulang baik disengaja maupun tidak disengaja. Frekuensi dapat diukur dengan hitungan nominal maupun waktu. Kategori kriteria pengukuran frekuensi dari Judith (2011) akan digunakan dalam penelitian ini. Kategorinya adalah sebagai berikut:

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

Aspek intensitas penggunaan media sosial menurut Ajzen (dalam Frisnawati, 2012), adalah sebagai berikut:

a. Perhatian

Aktivitas yang dinikmati seseorang ketika mengakses media sosial menentukan ketertarikan mereka terhadap sesuatu yang berhubungan dengan media sosial yang pada akhirnya akan menjadi fokus perhatian dalam waktu yang lama.

b. Penghayatan

Hal-hal yang dapat digunakan untuk memahami atau menerima informasi yang dapat dinikmati dan dijadikan pengalaman oleh individu itu sendiri.

c. Durasi

Kondisi ini terjadi dalam jangka waktu atau interval tertentu. Ketika menggunakan media sosial, seseorang sering kali begitu sibuk sehingga lupa waktu karena terlalu menikmatinya.

d. Frekuensi

Perilaku yang secara sengaja atau tidak sengaja diulang. Frekuensi menunjukkan sesuatu yang dapat diukur dengan hitungan atau waktu.

Berdasarkan aspek-aspek yang disebutkan oleh tokoh-tokoh diatas, maka dari itu peneliti menggunakan aspek-aspek intensitas penggunaan media sosial dari (Del Barrio, dkk., 2004) yaitu Perhatian (*Attention*), Penghayatan (*Comprehension*), Durasi (*Duration*), dan Frekuensi (*Frequency*).

C. Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok dengan

D. *Fear of Missing Out*

Media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi dan sumber informasi terkini yang penting secara *update*, tetapi media sosial juga digunakan untuk menampilkan kehidupan sehari-hari. Sesuai dengan pernyataan tentang media sosial yang saat ini telah menjadi kebutuhan, media sosial juga merupakan *platform* baru untuk melakukan komunikasi, pengetahuan, hiburan, bahkan tempat untuk mengekspresikan diri Abel dkk., (2016). Hal itulah yang saat ini membuat

pengguna media sosial menjadi tertarik untuk mengunggah berbagai kegiatan yang dilakukan maupun hanya untuk melihat kehidupan orang lain melalui foto, video, ataupun tulisan yang menarik untuk diunggah di media sosial (Marsya dkk., 2021).

Penggunaan media sosial tak bisa lepas dari intensitas pemakaian internet yang kini menjadi *trend* yang sedang banyak diperbincangkan dikalangan remaja sebagai alat untuk berkomunikasi dengan cara yang lebih menarik Hidayatun (2015). Memasuki perkembangan media sosial yang sedang marak sekarang ini, aplikasi sosial media yang mendominasi dan banyak digunakan pada kalangan remaja adalah aplikasi TikTok. Berdasarkan data penggunaan TikTok di Indonesia menyatakan bahwa pengguna TikTok didominasi oleh usia 14-24 tahun yang disebut dengan generasi Y dan Z, dimana usia tersebut merupakan usia remaja yang sedang dalam jenjang sekolah dan kuliah (Rahmayanti, 2020).

Namun penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menimbulkan dampak negatif bagi penggunanya. Semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial TikTok, semakin besar kemungkinan seseorang mengalami *Fear of Missing Out* (FoMO). Hal ini dikarenakan platform yang terus memberikan akses tanpa henti sebagai *trend*, maka dari itu dampak negatif yang ditimbulkan dapat berupa perasaan ketakutan yang dialami oleh seseorang ketika melihat momen orang lain lebih menyenangkan daripada dirinya, sehingga hal tersebut menimbulkan kecemasan dalam diri. Stead & Bibby (2017) menjelaskan bahwa FoMO dikaitkan dengan perasaan emosional negatif yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Menurut Przybylski (dalam Stead, 2017) individu dengan tingkat FoMO yang tinggi sering mengalami perasaan cemas, khawatir, rendah diri, dan merasa kurang mampu menjalani kehidupan yang lebih baik dibandingkan dengan apa yang mereka lihat dalam media sosial.

Konsep FoMO tidak hanya dilihat dari fokus pada media sosial yang aktif, tetapi juga makna yang ada dalam isi media sosial bagi pengguna. Salah satu alasan yang menjadi penyebab media sosial mengapa media sosial tidak dapat dihindari yaitu karena media sosial saat ini menjadi salah satu *platform* yang memudahkan individu untuk berinteraksi dari jarak jauh Al-Menayes (2016). Hal ini sesuai dengan pernyataan (Przybylski dkk, 2013) bahwa kemunculan FoMO didorong

oleh penggunaan internet dan media sosial, sehingga kepuasan dalam hidup yang rendah dapat meningkatkan kecenderungan FoMO yang dapat diakibatkan karena terlalu sering mengakses internet setiap waktu.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan menunjukkan hubungan antara intensitas penggunaan media sosial TikTok terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO) pada remaja. Intensitas penggunaan media sosial TikTok memiliki pengaruh yang cukup besar dalam meningkatkan perilaku FoMO pada remaja, karena dengan menggunakan media sosial TikTok secara *intens* dapat menimbulkan perasaan seseorang menjadi cemas dan khawatir. Sehingga individu tersebut memiliki keinginan untuk terus terhubung dengan apa yang orang lain lakukan dalam internet atau media sosial.

E. Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan perilaku FoMO pada remaja. Artinya, semakin tinggi tingkat penggunaan media sosial TikTok maka semakin tinggi juga tingkat perilaku FoMO yang dialami oleh remaja. Begitu juga sebaliknya, apabila individu memiliki intensitas penggunaan media sosial TikTok yang rendah maka tingkat FoMO juga rendah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Berdasarkan pendapat Azwar (2017), identifikasi variabel dapat membangun kerangka penelitian dengan menentukan elemen kunci yang akan digunakan. Dalam tahapan ini, peneliti akan menentukan variabel utama yang akan diteliti beserta dengan fungsinya. Sugiyono (2019) menyatakan bahwa variabel bebas adalah faktor yang mempengaruhi dan menyebabkan perubahan. Sebaliknya, variabel tergantung dapat dianggap sebagai faktor yang mudah dipengaruhi oleh variabel bebas. Peneliti akan menggunakan variabel-variabel yang ingin diteliti sebagai berikut:

1. Variabel Tergantung (Y) : *Fear of Missing Out* (FoMO)
2. Variabel Bebas (X) : Intensitas Penggunaan Sosial Media

B. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah batasan atau spesifikasi suatu variabel dalam penelitian. Definisi ini membantu peneliti secara spesifik mengukur variabel dan menghubungkannya dengan kondisi nyata yang ingin diteliti. Definisi operasional juga merupakan perwujudan dari masalah penelitian yang ingin dipecahkan Azwar (2017). Berikut adalah definisi operasional dari variabel-variabel yang akan diteliti:

1. Fear of Missing Out (FoMO)

Fear of Missing Out (FoMO) merupakan suatu kondisi ketika seorang individu mengalami perasaan cemas dan khawatir ketika melihat pengalaman menyenangkan yang dialami oleh seseorang dan berkeinginan untuk terus terhubung dengan apa yang orang lain lakukan. Penelitian ini menggunakan skala ON-FoMO yang diadaptasi dari (Kurniawan & Utami, 2022) berdasarkan dimensi yang dikemukakan oleh (Sette dkk, 2020) yaitu *need to belong*, *need for popularity*, *anxiety*, dan *addiction*. Tingkatan *Fear of Missing Out* (FoMO) yang dialami individu dapat dilihat dari total skor skala yang akan diperoleh. Tingkat FoMO meningkat seiring dengan semakin tingginya skor yang didapat, artinya mereka akan lebih cemas jika tertinggal dari aktivitas sosial. Sedangkan semakin rendah skor yang didapatkan, individu cenderung lebih tenang dan

tidak terlalu bergantung pada orang lain sehingga semakin rendah subjek mengalami *Fear of Missing Out* (FoMO).

2. Intensitas Penggunaan Sosial Media

Intensitas penggunaan media sosial adalah seberapa sering waktu yang dihabiskan seseorang untuk mengakses media sosial khususnya komunikasi dengan orang lain tanpa batas ruang dan waktu. Penelitian ini menggunakan skala yang diadaptasi dari (Rayyan, 2024) berdasarkan aspek-aspek intensitas penggunaan media sosial menurut (Del Barrio dkk, 2004) yaitu Perhatian (*Attention*), Penghayatan (*Comprehension*), Durasi (*Duration*), dan Frekuensi (*Frequency*). Tingkatan intensitas penggunaan media sosial yang dialami individu dapat dilihat dari total skor skala yang akan diperoleh. Semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial yang dilakukan, maka semakin tinggi skor yang didapat, yang berarti individu lebih sering mengakses dan menghabiskan waktu pada platform media sosial. Sebaliknya, individu yang tidak terlalu bergantung dengan media sosial ketika melakukan aktivitas sehari-hari akan mendapatkan skor yang rendah.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah kelompok umum yang memiliki kualitas dan karakter tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dijadikan sebagai subjek dalam penelitian (Sugiyono, 2019). Populasi tidak hanya berupa jumlah orang yang dipelajari atau objek saja, namun hal ini mencakup semua karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh siswa MTs Plaosan Pati yang berjumlah 141 siswa dari tingkatan kelas VII, VIII dan IX. Adapun karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Siswa Mts Manahijul Ulum Plaosan Pati Tahun 2025

Tingkat	Kelas	Jumlah Siswa	Jumlah
VII	A	21	43
	B	22	
VIII	A	21	41
	B	20	
IX	A	29	57
	B	28	
TOTAL			141

2. Sampel

Berdasarkan pendapat dari Sugiyono (2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel digunakan untuk mewakili jumlah populasi yang terlalu besar, sehingga hal itu dapat meminimalisir kendala dana, waktu, dan tenaga. Sampel yang didapatkan dari populasi harus dipilih secara representatif agar dapat dianggap sebagai sampel yang akurat dan dapat mewakili sampel penelitian.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel atau *sampling* adalah proses pemilihan dari sebagian populasi untuk dijadikan sebagai sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*. Teknik *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2019). Jenis *probability sampling* yang digunakan yaitu *cluster random sampling*. Teknik *cluster random sampling* merupakan metode yang digunakan untuk memilih sampel ketika data dan objek yang diteliti sangat luas.

D. Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini metode yang digunakan dalam proses pengumpulan data yaitu skala psikologi. Menurut Azwar (2017) skala psikologi merupakan kumpulan pertanyaan yang akan digunakan untuk mengukur penelitian psikologi dengan

menyajikan konsep-konsep psikologis yang berkaitan dengan aspek kepribadian individu. Dalam menentukan hasil penelitian ini, adapun beberapa jenis skala yang digunakan yaitu:

1. Skala Fear of Missing Out (FoMO)

Fear of Missing Out (FoMO) merupakan suatu kekhawatiran yang ada dalam diri seseorang ketika melihat pengalaman berharga yang dimiliki oleh orang lain. Selain itu, FoMO dapat dikatakan juga sebagai sebuah fenomena dimana seseorang selalu memiliki keinginan untuk terus terhubung dengan orang lain. Variabel *Fear of Missing Out* (FoMO) akan diukur menggunakan skala yang dimodifikasi dari (Kurniawan & Utami, 2022) berdasarkan dimensi yang dikemukakan oleh (Sette dkk, 2020) yaitu *need to belong*, *need for popularity*, *anxiety*, dan *addiction*.

Skala *Fear of Missing Out* (FoMO) ini menggunakan dua jenis aitem yaitu *favorable* (mendukung) dan *unfavorable* (tidak mendukung). Penelitian ini menggunakan model skala *Likert* yang terdiri dari empat jawaban dengan rentang nilai satu sampai empat, untuk aitem *favorable* yaitu: skor empat untuk respon Sangat Sesuai (SS), skor tiga untuk respon Sesuai (S), skor dua untuk respon Tidak Sesuai (TS), skor satu untuk respon Sangat Tidak Sesuai (STS). Sedangkan untuk aitem *unfavorable*, skor satu untuk respon Sangat Sesuai (SS), skor dua untuk respon Sesuai (S), skor tiga untuk respon Tidak Sesuai (TS), dan skor empat untuk respon Sangat Tidak Sesuai (STS). Skala *Fear of Missing Out* (FoMO) dapat dilihat pada tabel 2 *blueprint* sebagai berikut.

Tabel 2. *Blueprint* Skala *Fear of Missing Out* (FoMO)

No.	Aspek	Nomor Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	<i>Need to belong</i>	5	5	10
2.	<i>Need for popularity</i>	5	5	10
3.	<i>Anxiety</i>	5	5	10
4.	<i>Addiction</i>	5	5	10
TOTAL		20	20	40

2. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

Intensitas penggunaan media sosial merupakan keterlibatan seseorang ketika melakukan aktivitas sosial media termasuk seberapa sering seseorang menggunakan media sosial dan durasi waktu yang dibutuhkan dalam mengakses media sosial. Variabel intensitas penggunaan media sosial akan diukur menggunakan skala yang dimodifikasi dari (Rayyan, 2024) berdasarkan aspek-aspek intensitas penggunaan media sosial menurut (Del Barrio dkk, 2004) yaitu Perhatian (*Attention*), Penghayatan (*Comprehension*), Durasi (*Duration*), dan Frekuensi (*Frequency*).

Skala intensitas penggunaan media sosial ini menggunakan dua jenis aitem yaitu *favorable* (mendukung) dan *unfavorable* (tidak mendukung). Penelitian ini menggunakan model skala *Likert* yang terdiri dari empat jawaban dengan rentang nilai satu sampai empat, untuk aitem *favorable* yaitu: skor empat untuk respon Sangat Sesuai (SS), skor tiga untuk respon Sesuai (S), skor dua untuk respon Tidak Sesuai (TS), skor satu untuk respon Sangat Tidak Sesuai (STS). Sedangkan untuk aitem *unfavorable*, skor satu untuk respon Sangat Sesuai (SS), skor dua untuk respon Sesuai (S), skor tiga untuk respon Tidak Sesuai (TS), dan skor empat untuk respon Sangat Tidak Sesuai (STS). Skala intensitas penggunaan media sosial dapat dilihat pada tabel 3 *blueprint* sebagai berikut.

Tabel 3. *Blueprint* Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

No.	Aspek	Nomor Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Perhatian (<i>Attention</i>)	6	6	12
2.	Penghayatan (<i>Comprehension</i>)	5	4	9
3.	Durasi (<i>Duration</i>)	3	3	6
4.	Frekuensi (<i>Frequency</i>)	3	3	6
TOTAL		17	16	33

E. Validitas, Uji Daya Beda Aitem, dan Estimasi Reliabilitas Alat Ukur

1. Validitas

Menurut Azwar (2017) validitas adalah sejauh mana alat ukur psikologis mengukur variabel yang akan diukur. Validitas instrument merupakan salah satu alat ukur yang digunakan peneliti untuk memastikan bahwa instrument yang akan diukur dapat memberikan data yang akurat dan dapat dipercaya. Oleh karena itu, merupakan prasyarat penting untuk memperoleh hasil penelitian yang valid dan dapat menjelaskan keadaan yang sebenarnya (Sugiyono, 2019).

Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari uraian validitas yang dimaksudkan. Dalam penelitian ini, review ahli yaitu dosen pembimbing skripsi yang merupakan pakar di bidang terkait akan mengkaji instrument dan memberikan masukan mengenai kesesuaian dan relevansi unsur-unsur item instrument dengan teori Intensitas Penggunaan Media Sosial dan *Fear of Missing Out* (FoMO). Hal ini untuk memastikan bahwa instrument dapat memberikan data yang akurat dan valid sehingga dapat meningkatkan kredibilitas hasil penelitian.

2. Uji Daya Beda Aitem

Penelitian ini menggunakan uji daya beda untuk memilih aitem dalam skala kualitas. Uji daya beda disebut juga dengan diskriminasi aitem, hal ini dilakukan dengan menguji kemampuan setiap aitem untuk membedakan antara orang yang mempunyai sifat yang ingin diukur dan orang yang tidak mempunyai sifat tersebut (Azwar, 2017).

Menurut Azwar (2017) uji daya diskriminasi aitem dilakukan dengan menghitung koefisien korelasi antara sebaran skor aitem dengan sebaran skor skala itu sendiri, sehingga menghasilkan koefisien korelasi aitem secara keseluruhan dengan nilai batas $r_{ix} \geq 0,25$. Aitem yang mencapai koefisien korelasi 0,25 atau lebih tinggi dianggap memuaskan atau sesuai dengan ketentuan yang berlaku, namun aitem yang koefisien korelasinya kurang dari 0,25 maka dianggap mempunyai diskriminatif yang buruk atau gugur.

3. Reliabilitas Alat Ukur

Azwar (2017) mendefinisikan realibilitas sebagai daya konsistensi suatu skala psikologi. Reliabilitas alat ukur yaitu untuk mencari dan mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Secara teoritis menurut Azwar (2017), koefisien reliabilitas berada pada rentang angka dari 0 sampai 1,00 dan semakin dekat koefisien reliabilitas ke 1,00 maka semakin dapat dipercaya alat ukur tersebut.

Reliabilitas dalam penelitian ini meliputi skala intensitas penggunaan sosial media dan skala *Fear of Missing Out* (FoMO). Dalam penelitian ini akan dilakukan pengujian reliabilitas menggunakan metode reliabilitas *Alpha Cronbach* yang akan dibantu oleh program SPSS (*Stastical Product and Service Solution*) versi 29.0. Dengan menggunakan *Alpha Cronbach* diharapkan dapat membantu menentukan reliabilitas instrument dalam menghasilkan data yang valid dan konsisten.

F. Teknik Analisis Data

Metode analisis data merupakan suatu pendekatan yang diterapkan untuk mengatasi rumusan masalah atau menguji hipotesis dalam penelitian. Untuk mengetahui apakah intensitas penggunaan media sosial TikTok dan *Fear of Missing Out* pada siswa MTs Plaosan Pati berhubungan, teknik analisis yang diterapkan adalah korelasi *Product Moment*. Korelasi *Product moment* merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel dan menguji hipotesis terkait hubungan tersebut (Azwar, 2017).

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Orientasi Kancan dan Persiapan Penelitian

1. Orientasi Kancan Penelitian

Orientasi kancan penelitian merupakan salah satu langkah yang harus dilakukan sebelum melakukan penelitian supaya penelitian dapat berjalan lancar tanpa hambatan. Peneliti menentukan lokasi yang dipilih dalam penelitian ini yaitu MTs di Plaosan Pati yang beralamat di desa Plaosan, kecamatan Cluwak, kabupaten Pati. MTs ini didirikan oleh Al Ma'arif pada tanggal 1 Agustus 1980 dengan nomor SK resmi Wk/5.C/657/Pgm/Ts/1984. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan *fear of missing out* pada remaja di MTs Plaosan Pati.

Tahap awal yang dilakukan peneliti yaitu melakukan wawancara kepada tiga siswa kelas IX di MTs Plaosan Pati. Setelah itu peneliti meminta data jumlah keseluruhan siswa yang akan digunakan untuk menentukan jumlah sampel dan populasi. Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 141 siswa yang ada di MTs Plaosan Pati, ini terdiri dari 3 tingkatan yaitu kelas VII, VIII, IX dan masing-masing tingkatan memiliki 2 kelas. Selanjutnya, peneliti mencari teori-teori yang akan digunakan sebagai landasan penelitian. Adapun alasan peneliti memilih sekolah tersebut menjadi tempat penelitian antara lain:

- a. Lokasi belum pernah dilakukan penelitian serupa dengan variabel intensitas penggunaan media sosial TikTok dan *fear of missing out*.
- b. Memiliki kesesuaian dengan karakteristik subjek penelitian yaitu remaja.
- c. Pihak yang terkait bersedia untuk menjadi subjek penelitian.
- d. Peneliti mendapatkan izin dari kepala sekolah MTs Plaosan Pati untuk melakukan penelitian.

2. Persiapan Penelitian

Peneliti harus mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan sebelum memulai penelitian untuk meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan selama

proses penelitian berlangsung. Sebelumnya peneliti telah menyusun alat ukur yang akan digunakan untuk keperluan penelitian berupa skala dan melakukan perizinan kepada kepala sekolah MTs Plaosan Pati.

a. Persiapan Perizinan

Perizinan merupakan langkah penting sebelum melakukan uji coba dan penelitian. Peneliti meminta surat perizinan dari Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung dengan nomor surat 629/C.1/Psi-SA/III/2025 pada tanggal 13 Maret 2025 yang ditujukan kepada Kepala Sekolah MTs Plaosan Pati. Setelah surat perizinan disetujui oleh kepala sekolah, peneliti melakukan diskusi bersama kepala sekolah untuk menentukan waktu penelitian.

b. Penyusunan Alat Ukur

Penyusunan alat ukur merupakan proses untuk mempersiapkan alat yang akan digunakan peneliti untuk melakukan penelitian dengan menyusun skala psikologis. Alat ukur yang akan digunakan penelitian ini adalah skala ON-FOMO dan skala intensitas penggunaan sosial media. Penggunaan skala tersebut digunakan peneliti berdasarkan kebutuhan penelitian.

1) Skala Intensitas Penggunaan Sosial Media

Variabel intensitas penggunaan media sosial akan diukur menggunakan skala yang diadaptasi dari (Rayyan, 2024) berdasarkan aspek-aspek intensitas penggunaan media sosial menurut (Del Barrio dkk, 2004) yaitu Perhatian (*Attention*), Penghayatan (*Comprehension*), Durasi (*Duration*), dan Frekuensi (*Frequency*). Skala intensitas penggunaan sosial media dalam penelitian ini memiliki aitem sebanyak 33 aitem, dimana terdapat 17 aitem *favorabel* dan 16 aitem *unfavorabel*. *Blueprint* skala intensitas penggunaan media sosial terdapat pada tabel:

Tabel 4. *Blueprint* Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

No.	Aspek	Nomor Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Perhatian (<i>Attention</i>)	1, 3, 9, 12, 17, 19	2, 6, 8, 11, 18, 21	12
2.	Penghayatan (<i>Comprehension</i>)	5, 7, 10, 16, 22	4, 29, 30, 32	9
3.	Durasi (<i>Duration</i>)	13, 20, 24	23, 25, 28	6
4.	Frekuensi (<i>Frequency</i>)	15, 26, 31	14, 27, 33	6
TOTAL		17	16	33

2) Skala *Fear of Missing Out* (FoMO)

Variabel *Fear of Missing Out* (FoMO) akan diukur menggunakan skala yang diadaptasi dari (Kurniawan & Utami, 2022) berdasarkan dimensi yang dikemukakan oleh (Sette dkk, 2020) yaitu *need to belong*, *need for popularity*, *anxiety*, dan *addiction*. Skala *fear of missing out* dalam penelitian ini memiliki aitem sebanyak 40 aitem, yang terdiri dari 20 aitem *favorabel* dan 20 aitem *unfavorabel*. *Blueprint* skala *fear of missing out* terdapat pada tabel:

Tabel 5. *Blueprint* Skala *Fear of Missing Out* (FoMO)

No.	Aspek	Nomor Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	<i>Need to belong</i>	1, 3, 5, 20, 26	2, 4, 6, 24, 28	10
2.	<i>Need for popularity</i>	19, 21, 35, 37, 38	18, 22, 30, 32, 33	10
3.	<i>Anxiety</i>	7, 9, 10, 11, 14	8, 12, 16, 17, 23	10
4.	<i>Addiction</i>	25, 27, 36, 39, 40	13, 15, 29, 31, 34	10
TOTAL		20	20	40

c. Uji Coba Alat Ukur

Tujuan dilakukannya uji coba adalah untuk menentukan kelayakan sebuah alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian. Pelaksanaan uji

coba berlangsung hanya satu hari yaitu pada tanggal 22 April 2025. Uji coba alat ukur dilakukan secara *offline* menggunakan kertas *print out* yang dibagikan secara langsung kepada siswa. Jumlah populasi yang cukup banyak menjadi alasan mengapa peneliti untuk melakukan uji coba terlebih dahulu sebelum melakukan penelitian. Dari total sebanyak 41 subjek yang direncanakan, hanya 40 subjek yang memenuhi kriteria dan tersedia untuk uji coba. Hal ini disebabkan oleh ketidaksesuaian karakteristik pada calon partisipan sebanyak 1 siswa. Jumlah data responden uji coba adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Data Subjek Uji Coba

	Kelas	L	P	Jumlah Siswa
VIII	A	8	12	20
	B	9	11	20
	TOTAL	17	23	40

d. **Uji Daya Beda dan Estimasi Reliabilitas Alat Ukur**

Setelah membagikan skala kepada subjek, peneliti melakukan perhitungan uji daya beda aitem dan mengestimasi reliabilitas skala yang telah dibuat untuk menentukan seberapa besar perbedaan aitem dari distribusi yang ingin dibandingkan. Aitem yang memiliki nilai koefisien korelasi 0,25 atau lebih tinggi dianggap memuaskan atau sesuai dengan ketentuan yang berlaku, namun aitem yang koefisien korelasinya kurang dari 0,25 maka dianggap mempunyai daya beda yang lemah atau gugur (Azwar, 2017). Koefisiensi korelasi skor total dengan skor aitem dapat dicapai dengan dibantu SPSS versi 29.0 untuk windows. Hasil perhitungan uji daya beda aitem dan reliabilitas aitem pada setiap skala akan ditunjukkan sebagai berikut:

1. **Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial**

Hasil uji daya beda aitem dari 33 aitem menunjukkan bahwa 24 aitem memiliki daya beda tinggi dan 9 aitem memiliki daya beda yang rendah. Koefisien daya beda aitem yang tinggi memiliki skor berkisar antara 0,315–0,786. Sedangkan koefisien daya beda aitem rendah

memiliki skor berkisar antara $-0,072$ – $0,258$. Skala intensitas penggunaan media sosial memiliki nilai reliabilitas sebanyak $0,721$ sebelum digugurkan. Setelah digugurkan sebanyak 9 aitem, nilai reliabilitas yang didapatkan yaitu $0,846$. Sebaran aitem skala intensitas penggunaan media sosial berdasarkan uji daya beda aitem dapat dilihat dalam tabel dibawah.

Tabel 7. Sebaran Aitem Daya Beda Tinggi dan Daya Beda Rendah Pada Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

No.	Aspek	Aitem		DBR	DBT
		<i>Fav</i>	<i>Unfav</i>		
1.	Perhatian (<i>Attention</i>)	1, 3, 9, 12, 17, 19	2*, 6, 8, 11, 18, 21	2	1, 3, 9, 12, 17, 19, 6, 8, 11, 18, 21
2.	Penghayatan (<i>Comprehension</i>)	5, 7, 10, 16, 22*	4*, 29, 30*, 32*	22, 4, 30, 32	5, 7, 10, 16, 29
3.	Durasi (<i>Duration</i>)	13, 20, 24*	23, 25*, 28	24, 25	13, 20, 23, 28
4.	Frekuensi (<i>Frequency</i>)	15, 26, 31	14*, 27, 33*	14, 33	15, 26, 31, 27
TOTAL		17	16	33 9	24
Keterangan: DBR = Daya Beda Rendah				Fav = Favorabel	
DBT = Daya Beda Tinggi				Unfav = Unfavorabel	

2. Skala *Fear of Missing Out*

Hasil uji daya beda aitem dari 40 aitem menunjukkan bahwa 27 aitem memiliki daya beda tinggi dan 13 aitem memiliki daya beda yang rendah. Koefisien daya beda aitem yang tinggi memiliki skor berkisar antara $0,322$ – $0,754$. Sedangkan koefisien daya beda aitem rendah memiliki skor berkisar antara $0,147$ – $0,284$. Skala FoMO memiliki nilai reliabilitas sebanyak $0,734$ sebelum digugurkan. Setelah digugurkan sebanyak 13 aitem, nilai reliabilitas yang

didapatkan yaitu 0,898. Sebaran aitem FoMO berdasarkan uji daya beda aitem dapat dilihat dalam tabel dibawah.

Tabel 8. Sebaran Aitem Daya Beda Tinggi dan Daya Beda Rendah Pada Skala *Fear of Missing Out*

No.	Aspek	Aitem		DBR	DBT
		<i>Fav</i>	<i>Unfav</i>		
1.	<i>Need to belong</i>	1, 3, 5, 20, 26*	2, 4, 6*, 24, 28	26, 6	1, 3, 5, 20, 2, 4, 24, 28
2.	<i>Need for popularity</i>	19*, 21*, 35*, 37, 38	18, 22, 30, 32, 33	19, 21, 35	37, 38, 18, 22, 30, 32, 33
3.	<i>Anxiety</i>	7, 9*, 10, 11, 14	8, 12, 16, 17*, 23	9, 17	7, 10, 11, 14, 8, 12, 16, 23
4.	<i>Addiction</i>	25*, 27*, 36*, 39, 40	13, 15*, 29*, 31*, 34	25, 27, 36, 15, 29, 31	39, 40, 13, 34
TOTAL		20	20	13	27

Keterangan: DBR = Daya Beda Rendah Fav = Favorabel
DBT = Daya Beda Tinggi Unfav = Unfavorabel

e. Penomoran Ulang

1. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

Langkah selanjutnya setelah melakukan uji coba skala (*tryout*) yaitu penomoran ulang. Penomoran ulang dalam skala dilakukan dengan cara menghapus aitem yang memiliki daya beda rendah, kemudian aitem yang memiliki daya beda tinggi akan digunakan untuk pelaksanaan penelitian. Penomoran ulang dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 9. Penomoran Ulang Aitem Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

No.	Aspek	Nomor Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Perhatian (<i>Attention</i>)	1(4), 3(6), 9(13), 12(1), 17(18), 19(20)	6(9), 8(16), 11(19), 18(21), 21(23)	11
2.	Penghayatan (<i>Comprehension</i>)	5(2), 7(8), 10(14), 16(10)	29(15)	5
3.	Durasi (<i>Duration</i>)	13(7), 20(12)	23(3), 28(17)	4
4.	Frekuensi (<i>Frequency</i>)	15(5), 26(11), 31(22)	27(24)	4
TOTAL		15	9	24

Keterangan: (...) Nomor Aitem Baru Penelitian

2. Skala *Fear of Missing Out*

Peneliti melakukan penomoran ulang dengan cara menghapus aitem yang memiliki daya beda rendah, kemudian aitem dengan daya beda tinggi yang akan digunakan untuk pelaksanaan penelitian. Penomoran ulang dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 10. Penomoran Ulang Aitem Skala *Fear of Missing Out*

No.	Aspek	Nomor Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	<i>Need to belong</i>	1(5), 3(8), 5(14), 20(12)	2(1), 4(3), 24(6), 28(9)	8
2.	<i>Need for popularity</i>	37(2), 38(4)	18(7), 22(11), 30(16), 32(23), 33(25)	7
3.	<i>Anxiety</i>	7(10), 10(13), 11(15), 14(19)	8(17), 12(21), 16(22), 23(26)	8
4.	<i>Addiction</i>	39(18), 40(20)	13(24), 34(27)	4
TOTAL		12	15	27

Keterangan: (...) Nomor Aitem Baru Penelitian

B. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada tanggal 5 Mei 2025. Sampel dalam penelitian ini melibatkan 2 tingkatan kelas yaitu kelas VII dan kelas IX. Pelaksanaan penelitian dilakukan dengan cara siswa diminta untuk mengisi skala kertas yang dibagikan secara langsung di dalam kelas masing-masing. Sebelum menyebar skala, penulis melakukan pengenalan dan menjelaskan tata cara pengisian skala supaya tidak terjadi kesalahan dalam pengisian skala. Penelitian berlangsung dalam satu hari dan berhasil mengumpulkan sebanyak 87 subjek dari total target 100 subjek. Sebanyak 13 subjek tidak dapat berpartisipasi karena telah pulang lebih awal pada saat pengumpulan data dilakukan. Rincian data subjek penelitian dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 11. Data Subjek Penelitian

	Kelas	L	P	Jumlah Siswa
VII	A	11	10	21
	B	13	9	22
IX	A	6	16	22
	B	7	15	22
Total		37	50	87

C. Analisis Data dan Penelitian

1. Uji Asumsi

Dalam penelitian ini, uji asumsi digunakan untuk menentukan normalitas dan linearitas terhadap data yang sudah dikumpulkan dalam penelitian sebelumnya. Kemudian, peneliti juga melakukan uji hipotesis dan uji asumsi menggunakan menggunakan program SPSS versi 29.0.

a. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data sebaran dalam variabel penelitian telah terdistribusi secara normal atau tidak. Pada pengujian normalitas ini, peneliti menggunakan teknik *One Sample Kolmogrov-Smirnov*. Dari hasil uji normalitas yang dilakukan, mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 12. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Mean	Std. Deviasi	Sig.	<i>p</i>	Ket.
Intensitas	74,21	6,674	0,051	>0,05	Normal
FoMO	71,83	8,321	0,158	>0,05	Normal

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari uji normalitas pada data Intensitas penggunaan media sosial mendapatkan taraf signifikansi sebesar 0,051 ($p > 0,05$). Kemudian, data FoMO mendapatkan taraf signifikansi sebesar 0,158 ($p > 0,05$). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa sebaran data intensitas dan data FoMO sudah terdistribusi dengan normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk menentukan apakah variabel bebas dan variabel tergantung memiliki hubungan yang linier atau tidak. Uji linieritas ini dibantu oleh program SPSS versi 29.0. Berdasarkan uji linieritas hubungan intensitas penggunaan media sosial tiktok dengan FoMO memperoleh hasil sebesar 0,295 dengan signifikansi 0,002 ($p < 0,01$). Adapun hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan linier antara variabel intensitas penggunaan media sosial tiktok dengan variabel *fear of missing out*.

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk melihat apakah terdapat hubungan positif antara intensitas penggunaan media sosial tiktok dengan *fear of missing out* pada siswa di MTs Plaosan Pati. Peneliti menggunakan teknik analisis korelasi *product moment* dalam penelitian ini. Analisis data dalam penelitian ini mendapatkan koefisiensi korelasi sebesar 0,330 dengan signifikansi (p) 0,002 ($p < 0,01$). Dari hasil tersebut, menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial tiktok dengan *fear of missing out* memiliki hubungan yang signifikan. Berdasarkan data yang telah diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan oleh peneliti, diterima.

D. Deskripsi Hasil Penelitian

Deskripsi data penelitian dilakukan untuk mengetahui representasi skor yang dihasilkan dari hasil temuan skala yang telah diberikan kepada subjek. Selanjutnya, deskripsi penelitian juga dapat menjadi sumber data untuk mengetahui kondisi dari subjek yang berkaitan dengan variabel penelitian. Deskripsi data yang dipakai dalam penelitian ini memakai kategorisasi yang berlandaskan distribusi normal. Norma kategori yang digunakan yaitu:

Tabel 13. Norma Kategori Skor

Rentang Skor	Kategorisasi
$\mu + 1.5 \sigma < X$	Sangat Tinggi
$\mu + 0.5 \sigma < x \leq \mu + 1.5 \sigma$	Tinggi
$\mu + 0.5 \sigma < x \leq \mu + 0.5 \sigma$	Sedang
$\mu - 1.5 \sigma < x \leq \mu - 0.5 \sigma$	Rendah
$X \leq \mu - 1.5 \sigma$	Sangat Rendah

Keterangan: μ = *Mean* hipotetik; σ = standar deviasi hipotetik

1. Deskripsi Data Skor Intensitas Penggunaan Media Sosial

Skala intensitas penggunaan media sosial memiliki 24 aitem dengan daya beda tinggi, setiap aitem memiliki rentang skor yang berkisar antara 1-4. Skor minimum yang didapatkan subjek adalah 24 (1×24), kemudian skor maksimum yang didapatkan adalah 96 (4×24) dan rentang skor skala pada penelitian ini adalah 72 ($96 - 24$). Nilai standar deviasi yang didapatkan pada skala intensitas penggunaan media sosial yaitu 12 yang didapatkan dari $[(96-24)/6]$ dengan *mean* hipotetik sebesar 60 yang didapatkan dari $[(96+24)/2]$.

Berdasarkan data penelitian didapatkan skor minimum sejumlah 54 dan skor maksimum sejumlah 89 dengan *mean* empirik 74,21 dan standar deviasi sebesar 6,674. Berikut deskripsi skor dari skala intensitas penggunaan media sosial:

Tabel 14. Deskripsi Skor Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

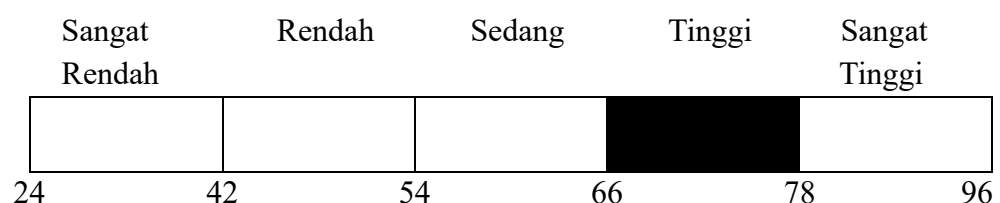
	Empirik	Hipotetik
Skor Minimum	54	24
Skor Maksimum	89	96
Mean (M)	74,21	60
Standar Deviasi (SD)	6,674	12

Berdasarkan hasil perhitungan dari skala intensitas penggunaan media sosial didapatkan skor minimum sebesar 54, skor maksimum 89, skor *mean* empirik 74,21 dan standar deviasi sebesar 6,674. Berikut norma kategorisasi yang digunakan pada variabel intensitas penggunaan media sosial:

Tabel 15. Kategorisasi Skor Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

Norma	Kategorisasi	Jumlah	Presentase
$78 < 96$	Sangat Tinggi	24	28%
$66 < X \leq 78$	Tinggi	50	57%
$54 < X \leq 66$	Sedang	12	14%
$42 < X \leq 54$	Rendah	1	1%
$24 \leq 42$	Sangat Rendah	0	0%
Total		87	100%

Berdasarkan pada tabel kategorisasi diatas, menunjukkan bahwa terdapat 24 subjek berada pada kategorisasi sangat tinggi, 50 subjek berada pada kategorisasi tinggi, 12 subjek berada pada kategorisasi sedang dan 1 subjek berada pada kategorisasi rendah. Namun, tidak terdapat subjek pada kategorisasi sangat rendah. Berikut gambar norma kategorisasi pada skala intensitas penggunaan media sosial tiktok:



Gambar 1. Kategorisasi Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok

Dapat disimpulkan bahwa kategori skor intensitas penggunaan media sosial tinggi yang berarti menunjukkan bahwa remaja memiliki ketertarikan yang besar terhadap aktivitas online.

2. Deskripsi Data Skor *Fear of Missing Out*

Skala *fear of missing out* memiliki 27 aitem dengan daya beda tinggi, setiap aitem memiliki rentang skor yang berkisar antara 1-4. Skor minimum yang didapatkan subjek adalah 27 (1×27), kemudian skor maksimum yang didapatkan adalah 108 (4×27) dan rentang skor skala pada penelitian ini adalah 81 ($108 - 27$). Nilai standar deviasi yang didapatkan pada skala intensitas penggunaan media sosial yaitu 13,5 yang didapatkan dari $[(108-27)/6]$ dengan *mean* hipotetik sebesar 67,5 yang didapatkan dari $[(108+27)/2]$.

Berdasarkan data penelitian didapatkan skor minimum sejumlah 51 dan skor maksimum sejumlah 87 dengan *mean* empirik 71,83 dan standar deviasi sebesar 8,321. Berikut deskripsi skor dari skala *fear of missing out*:

Tabel 16. Deskripsi Skor Skala Fear of Missing Out

	Empirik	Hipotetik
Skor Minimum	51	27
Skor Maksimum	87	108
Mean (M)	71,83	67,5
Standar Deviasi (SD)	8,321	13,5

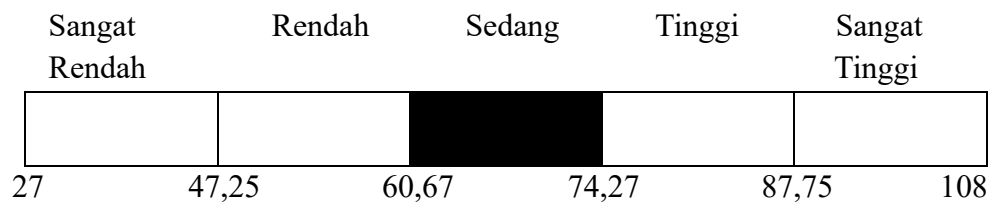
Berdasarkan hasil perhitungan dari skala intensitas penggunaan media sosial didapatkan skor minimum sebesar 51, skor maksimum 87, skor *mean* empirik 71,83 dan standar deviasi sebesar 8,321. Berikut norma kategorisasi yang digunakan pada variabel intensitas penggunaan media sosial:

Tabel 16. Kategorisasi Skor Skala *Fear of Missing Out*

Norma	Kategorisasi	Jumlah	Presentase
$87,5 < 108$	Sangat Tinggi	0	0%
$74,25 < X \leq 87,5$	Tinggi	35	40%
$60,67 < X \leq 74,27$	Sedang	44	51%
$47,25 < X \leq 60,67$	Rendah	8	9%
$27 \leq 47,25$	Sangat Rendah	0	0%
Total		87	100%

Berdasarkan pada tabel kategorisasi diatas, menunjukkan bahwa terdapat 35 subjek berada pada kategorisasi tinggi, 44 subjek berada pada kategorisasi

sedang dan 8 subjek berada pada kategorisasi rendah. Namun, tidak terdapat subjek pada kategorisasi sangat tinggi dan sangat rendah. Berikut gambar norma kategorisasi pada skala *fear of missing out*:



Gambar 2. Kategorisasi *Fear of Missing Out*

Dapat disimpulkan bahwa kategori skor *fear of missing out* sedang hingga tinggi, yang berarti menunjukkan bahwa remaja cenderung memiliki rasa khawatir atau takut tertinggal dari informasi, tren, atau aktivitas sosial yang berlangsung terutama di media sosial seperti TikTok.

E. Pembahasan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan *fear of missing out* pada siswa MTs Plaosan Pati. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji hipotesis menggunakan korelasi *product moment* untuk melihat apakah terdapat hubungan yang positif dari variabel yang diajukan atau tidak. Adapun hasil analisis data yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,330 dengan signifikansi (p) 0,002 ($p < 0,01$). Hasil uji data yang dilakukan, menunjukkan hipotesis yang diajukan oleh peneliti dapat diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan *fear of missing out* pada siswa MTs Plaosan Pati memiliki hubungan yang positif secara signifikan.

Temuan yang didapatkan penelitian ini mengindikasikan adanya sebagian besar siswa MTs Plaosan Pati menggunakan media sosial TikTok dengan presentase sebesar 30% yang berjumlah 87 subjek, hal ini menjelaskan bahwa seluruh subjek penelitian memiliki aplikasi TikTok di *handphone* mereka. Kemudian, media sosial *WhatsApp* sebesar 29% dengan jumlah 82 subjek, media sosial *Youtube* sebesar

20% dengan jumlah 56 subjek, media sosial *Instagram* sebesar 18% dengan jumlah 51 subjek, dan media sosial *Facebook* sebesar 4% dengan jumlah 11 subjek

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa intensitas penggunaan media sosial TikTok pada kategori tinggi, namun *fear of missing out* pada siswa MTs Plaosan Pati berada pada kategori sedang. Temuan ini menunjukkan bahwa tingginya intensitas penggunaan media sosial TikTok tidak selalu diikuti oleh tingkat FoMO yang tinggi. Artinya, meskipun siswa aktif menggunakan media sosial, individu tersebut tidak sepenuhnya terdorong oleh rasa takut tertinggal informasi atau aktivitas sosial teman-teman sekitar. FoMO sendiri dapat muncul disemua kelompok umur, namun lebih sering ditemukan pada usia remaja dan dewasa awal. Individu cenderung selalu terfokus pada apa yang dilakukan oleh orang lain, sehingga hal tersebut dapat mengganggu perhatian dari hal-hal yang bermanfaat (Dewi dkk., 2022).

Pada masa remaja, individu sedang dalam masa pencarian identitas diri. Dalam tahap ini, Individu berusaha untuk mengenal diri sendiri, membandingkan diri dengan teman sebaya, serta mulai mengembangkan nilai dan sikap pribadi (Fatmawaty, 2017). Masa remaja merupakan masa perubahan dan periode yang paling penting. Remaja sedang mengalami banyak perubahan dari segi fisik, emosional, dan sosial (Suryana, dkk., 2022). Media sosial dapat berfungsi sebagai sarana untuk mengekspresikan diri ditengah perubahan tersebut. Tingginya intensitas tidak selalu berarti adanya tekanan sosial, terutama jika remaja telah mampu mengembangkan identitas yang stabil dan memiliki kontrol diri terhadap penggunaan media sosial.

Berdasarkan hasil yang didapatkan, intensitas penggunaan media sosial TikTok remaja MTs Plaosan Pati berada dalam kategorisasi tinggi. Namun, intensitas tersebut tidak sepenuhnya terdorong oleh keinginan untuk mengikuti individu lain, melainkan lebih kepada penggunaan media sosial digunakan sebagai sarana hiburan, eksplorasi diri, ataupun mengisi waktu luang dalam sehari-hari. Hal tersebut berbeda dengan hasil penelitian serupa yang telah dilakukan oleh (Rahmawati & Lestari, 2024) menjelaskan bahwa individu cenderung sering

melihat media sosial karena adanya dorongan untuk terus terhubung dengan berita terkini dalam kehidupan teman dan lingkungan sosial.

Temuan dari hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa subjek memiliki kekhawatiran ketika merasa memiliki perbedaan pengalaman menyenangkan yang dialami oleh individu lain. Tingkat *fear of missing out* dalam penelitian ini berada dalam kategorisasi sedang, yang dapat diartikan bahwa remaja dalam penelitian ini memiliki kemampuan adaptasi sosial dan emosional yang cukup baik, serta tidak mudah terpengaruh oleh tekanan sosial atau tren yang ada. Individu tersebut dapat dikatakan sudah mencapai tahap perkembangan yang lebih matang secara psikologis sebagaimana disebutkan dalam Fatmawaty (2017) bahwa masa remaja merupakan masa transisi menuju kedewasaan. Dengan demikian, tingginya tingkat intensitas dan FoMO yang dialami dalam tingkat sedang mengindikasikan bahwa remaja dapat menggunakan media sosial tanpa harus mengalami tekanan sosial atau ketergantungan sosial secara ekstrim.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Przybylski dkk., (2013) yang menyatakan bahwa FoMO merupakan kekhawatiran seseorang ketika individu tersebut merasa memiliki perbedaan pengalaman menyenangkan yang dialami oleh individu lain. Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti, meskipun intensitas penggunaan media sosial TikTok tinggi, namun tidak diikuti dengan tingkat *fear of missing out* yang tinggi, sehingga ada banyak hal yang menjadi motivasi siswa menggunakan TikTok berasal dari berbagai faktor lain seperti hiburan atau kebiasaan, bukan hanya dari tekanan sosial. Perbedaan hasil yang didapatkan tersebut dapat disebabkan oleh konteks usia responden yang berbeda. Dalam penelitian ini, menggunakan subjek remaja yang mana belum memiliki tekanan sosial yang besar dalam media sosial dibandingkan dengan usia dewasa.

Menunjukkan pada data yang telah dikumpulkan, dapat ditarik kesimpulan bahwa siswa MTs Plaosan Pati memiliki tingkat intensitas penggunaan media sosial TikTok yang tinggi dan tingkat *fear of missing out* (FoMO) yang sedang. Artinya, dengan memiliki tingkat intensitas penggunaan media sosial TikTok yang tinggi, hal tersebut dapat mempengaruhi tingkat *fear of missing out* yang dialami pada siswa MTs Plaosan Pati meskipun sedang.

F. Kelemahan Penelitian

Adapun kelemahan yang dialami pada penelitian ini yang berpengaruh terhadap hasil penelitian, diantaranya:

1. Penulis belum menyertakan data demografi, sehingga beberapa informasi kontekstual tidak terduga secara optimal. Meskipun jenis media sosial yang digunakan dalam penelitian sudah relevan dengan konteks penelitian, namun penyajiannya masih kurang rinci. Sehingga, kurang dapat memberikan gambaran yang mendalam mengenai kaitannya dengan variabel yang diteliti.
2. Penelitian ini belum dapat mengukur skala intensitas secara mendalam, khususnya pada aspek durasi dan frekuensi. Hal ini dikarenakan alat ukur yang digunakan kurang mencerminkan konstruk dengan baik. Selain itu, penggunaan skala respon yang digunakan kurang sesuai, seperti menggunakan skala setuju-tidak setuju untuk mengukur frekuensi atau durasi.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil yang didapatkan dari pembahasan dan analisis penelitian, mengindikasikan bahwa terdapat keterkaitan antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan *fear of missing out* pada siswa MTs Plaosan Pati. Sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan *fear of missing out*. Artinya, semakin tinggi intensitas penggunaan TikTok, maka semakin tinggi pula tingkat FoMO yang dirasakan siswa. Intensitas media sosial siswa berada dalam presentase 57% dengan total 50 subjek berada pada kategorisasi tinggi. Namun, tingkat *fear of missing out* yang dialami siswa berada dalam presentase 51% dengan total 44 subjek pada kategorisasi sedang. Meskipun kekuatan korelasinya tergolong lemah hingga sedang, hasil yang didapatkan tersebut tetap bermakna secara statistik. Hal ini mengindikasikan bahwa intensitas penggunaan TikTok dapat menjadi salah satu faktor yang berkontribusi dalam munculnya FoMO pada remaja, meskipun terdapat faktor lain juga yang berpengaruh.

B. Saran

Menunjukkan pada data yang telah dikumpulkan, berikut beberapa saran yang didapatkan:

1. Bagi Siswa

Diharapkan para siswa dapat lebih bijak dalam menggunakan media sosial dan sadar akan dampak penggunaan TikTok yang berlebihan. Langkah awal yang bisa dilakukan yaitu membatasi waktu penggunaan media sosial harian dan memilih konten yang lebih bermanfaat. Selain itu, siswa juga bisa mengganti waktu online dengan mengisi berbagai kegiatan positif yaitu membaca buku, melakukan olahraga ringan, ataupun bersosialisasi dengan keluarga dan teman.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian serupa, diharapkan untuk menambahkan variabel lain. Selain itu, peneliti selanjutnya

juga dapat menganalisis lebih dari satu *platform* media sosial dan penelitian juga bisa dilakukan dengan metode yang berbeda seperti kualitatif ataupun campuran untuk menggali lebih dalam pribadi subjek terkait dengan penggunaan media sosial dan FoMO.



DAFTAR PUSTAKA

- Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Scale development and assessment. *Journal of Business & Economics Research*, 14(1), 33–44.
- Aisafitri, M., & Yusriah, Y. (2021). Pengaruh pola asuh orang tua terhadap perilaku sosial anak. *Jurnal Psikologi dan Pendidikan*, 8(1), 45-52.
- Al-Menayes, J. (2016). The fear of missing out scale: validation of the arabic version and correlation with social media addiction. *International Journal of Applied Psychology*, 6(2), 41–46. <https://doi.org/10.5923/j.ijap.20160602.04>
- Al Aziz, A. A. (2020). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan tingkat depresi pada mahasiswa. *Acta Psychologia*, 2(2), 92–107. <https://doi.org/10.21831/ap.v2i2.35100>
- Ana, I., & Maryam, E. (2024). The relationship beetwen using tiktok social media and fomo (fear of missing out) in students. 1.
- Asyari Dila Augusta, F. A. N. P. (2023). Pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perilaku fear of missing out (FoMO). *Applied Business and Administration Journal*, 2(2), 30–39. <https://doi.org/10.62201/abaj.v2i2.51>
- Azwar, S. (2017). Metode penelitian psikologi [*Psychology research methods*]. Yogyakarta, yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di indonesia. *Publicana*, 9, 140–157.
- Carolina, M., & Mahestu, G. (2020). Prilaku komunikasi remaja dengan kecenderungan fomo. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 11(1)
- Ceci, Laura. (2025). Countries with the largest tiktok audience as of february 2025. Diambil dari <https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/>
- Christian, L., & Smith, J. (2018). Understanding adolescent development. pearson, boston. Hurlock, E. B. (1980). Developmental Psychology: A Lifespan Approach. McGraw- Hill Education, New York.
- Christina, R., Yuniardi, M. S., & Prabowo, A. (2019). Hubungan tingkat neurotisme dengan fear of missing out (fomo) pada remaja pengguna aktif media sosial. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(2), 105–117. <https://doi.org/10.23917/indigenous.v4i2.8024>
- Del Barrio, V., Aluja, A., & García, L. F. (2004). Relationship between empathy and the big five personality traits in a sample of Spanish adolescents. *Social*

Behavior and Personality, 32(7), 677–681.
<https://doi.org/10.2224/sbp.2004.32.7.677>

Dewi, N. K., Hambali, I., & Wahyuni, F. (2022). Analisis intensitas penggunaan media sosial dan social environment terhadap perilaku fear of missing out (FoMO). *Jurnal Ilmu Keperawatan Jiwa*, 5(1), 11–20.

Elhai, J. D., Levine, J. C., Dvorak, R. D., & Hall, B. J. (2016). Computers in human behavior fear of missing out , need for touch , anxiety and depression are related to problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 63, 509–516. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.079>

Fajar, M. (2022). Analisis kepuasan media sosial tiktok dikalangan remaja di kecamatan mattirobulu kabupaten pinrang. Tesis.

Fatmawaty, R. (2017). Memahami psikologi remaja. *Jurnal Reforma*, 2(1), 55–65.
<https://doi.org/10.30736/rfma.v6i2.33>

Felix Setiadi, D. A. (2020). Hubungan antara durasi penggunaan jejaring sosial dan tingkat fear of missing out di kalangan mahasiswa kedokteran di jakarta the association between social network usage duration and fear of missing out level among medical students in jakarta. *Damianus Journal of Medicine*, 19(1), 62–69.

Filibiana, N. D., & Wibowo, D. H. (2023). Fear of Missing Out Dan Kecanduan Media Sosial Pada Remaja Awal. *Proyeksi*, 18(2), 157.
<https://doi.org/10.30659/jp.18.2.157-165>

Frisnawati, A. (2012). Hubungan antara intensitas menonton reality show dengan kecenderungan perilaku prososial pada remaja. *Jurnal Empahty*, 1(1), 48- 56.

Gunarsa, S.D., dan Gunarsa, Y.S. (2001) Psikologi praktis: anak, remaja dan keluarga, Jakarta: BPK Gunung Mulia

Hasibuan, E. A. (2019). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan interaksi sosial pada mahasiswa psikologi universitas medan area stambuk 2017-2018. *Universitas Medan Area Medan*, 73.

Hepilita, Y. & Gantas, A.A., 2018. Hubungan durasi penggunaan media sosial dengan gangguan pola tidur pada anak usia 12 sampai 14 tahun di SMP Negeri 1 Langke Rembong. *Jurnal Wawasan Kesehatan*, 3(2), pp.59–87.

Hidayatun, U. (2015). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan dukungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2014/2015. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan dan Konseling*.

Hurlock, E. B. (2003). Psikologi perkembangan suatu pendekatan sepanjang

rentang kehidupan, Edisi Kelima. Erlangga

- Kartono, K. (2010). Psikologi sosial untuk manajemen dan komunikasi. Mandar Maju.
- Kurniawan, R., & Utami, R. H. (2022). Validation of online fear of missing out (on-fomo) scale in indonesian version. *Jurnal Neo Konseling*, 4(3), 1. <https://doi.org/10.24036/00651kons2022>
- Kusumaisna, K., & Satwika, Y. W. (2023). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan fear of missing out (fomo) pada dewasa awal pengguna aktif media sosial di kota surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(2), 749–764.
- Marsya, T., Petrawati, B. A., & Handayani, P. (n.d.). Hubungan fear of missing out dengan subjective well- being pengguna sosial media dewasa awal. 1.
- Muna, K. (2017). Pengaruh interaksi teman sebaya terhadap perilaku penggunaan internet pada siswa kelas XI di SMK N 2 Yogyakarta. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan dan Konseling*, 3(1), 112-123.
- Mutib, A. (2023). Hubungan intensitas penggunaan media sosial tiktok dengan fenomena *fear of missing out* (*fomo*) pada remaja awal. Skripsi.
- Papalia, D. E., Olds, S.W., & Feldman, R. D. (2008) *Human development* (11th ed.). McGraw-Hill.
- Permadi, D. A. (2022). Kecemasan sosial dan intensitas penggunaan media sosial pada remaja. *Psycomedia: Jurnal Psikologi*, 2(1), 7–13. <https://doi.org/10.35316/psycomedia.2022.v2i1.7-13>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Computers in human behavior motivational , emotional , and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Putri, D. R., Desfi, A., Fillianto, C., & Iriyanto, J. B. (2021). Implementasi Art Therapy Untuk Meningkatkan Coping Stress Terkait Permasalahan Perkembangan Di Usia Remaja. *Jurnal Talenta Psikologi*, 2, 35–43.
- Rahmawati, A. Y. (2019). Pengaruh intensitas menggunakan aplikasi tiktok terhadap perilaku narsisme remaja muslim komunitas muser jogja squad (Doctoral dissertation, Uin Sunan Kalijaga). (Skripsi) Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Rahmawati, D. A., & Lestari, R. (2024). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan gratitude terhadap fomo pada mahasiswa. 2588–2593.

- Rahmayanti, F. (2020). Psikologi perkembangan remaja: teori dan praktik. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Rayyan, izzatur. (2024). Hubungan intensitas penggunaan media sosial tiktok dengan emotional focused coping pada mahasiswa program studi pendidikan dokter universitas syiah kuala.
- Reagle, J. (2015). Following the Joneses: FOMO and conspicuous sociality. First Monday.
- Rizki, A. I. (2017). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan harga diri [Skripsi]. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sandya, A. P. (2016). Hubungan intensitas penggunaan jejaring sosial dan faktor pendorong kehadiran publik terhadap partisipasi politik dalam perbincangan politik berbentuk meme. *Interaksi Online*, 4(3), 1–13. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/12302>
- Santina, R. O., Hayati, F., & Oktariana, R. (2021). Analisis peran orangtua dalam mengatasi perilaku sibling rivalry anak usia dini. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1), 1–13. [file:///Users/ajc/Downloads/319-File Utama Naskah-423-1-10-20210810.pdf](file:///Users/ajc/Downloads/319-File%20Utama%20Naskah-423-1-10-20210810.pdf)
- Santrock, J. W. (2012). Life-span development (13th ed.). McGraw-Hill
- Setiawan Akbar, Rizki. Aulya, Audry. Apsari, Adra. Sofia, L. (2018). Psikostudia. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, Vol 7, No(2), 38–47. <https://core.ac.uk/download/pdf/268076032.pdf>
- Sette, C. P., Lima, N. R. S., Queluz, F. N. F. R., Ferrari, B. L., & Hauck, N. (2020). The online fear of missing out inventory (on-fomo): development and validation of a new tool. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 5(1), 20–29. <https://doi.org/10.1007/s41347-019-00110-0>
- Sirait, P. N. S., & M.Brahmana, K. (2023). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku fear of missing out (fomo) pada remaja. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 6535–6548. Retrieved from <https://jinnovative.org/index.php/Innovative/article/view/4301>
- Solikha, I. (2022). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan fear of missing out (fomo) pada siswa smp n x. Skripsi, 33(1), 1–12.
- Stead, H., & Bibby, P. A. (2017). Personality, fear of missing out and problematic internet use and their relationship to subjective well-being. *Computers in Human Behavior*, 76, 534–540. doi:10.1016/j.chb.2017.08.016.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d. Bandung: Alfabeta.

- Suryana, E., Hasdikurniati, A. I., Harmayanti, A. A., & Harto, K. (2022). Perkembangan remaja awal, menengah dan implikasinya terhadap pendidikan. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 8(3), 1917–1928. <https://doi.org/10.58258/jime.v8i3.3494>
- Umami, M., & Rosdiana, A. M. (2022). Intensitas bermedia sosial dan self awareness pada remaja. *Jurnal Psikologi : Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan*, 9(1), 133–145. <https://doi.org/10.35891/jip.v9i1.2674>
- Utami, S.N. (2023). Jenis-jenis media sosial dan contohnya. Diambil dari <https://www.kompas.com/skola/read/2023/01/27/150000469/jenis-jenis-media-sosial-dan-contohnya?page=all>
- Wulandari, A. (2020). Hubungan kontrol diri dengan fear of missing out pada mahasiswa pengguna media sosial. (Skripsi). Ushuluddin dan Studi Agama. UIN Raden Intan Lampung, Lampung.

