

PERAN *NEED TO BELONG* TERHADAP *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) PADA PENGGUNA TIKTOK



SKRIPSI

**Diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Psikologi**

OLEH :

PRISCILLA NATALLINY LUMENTA

04041282126053

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS KEDOKTERAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

INDERALAYA

2025

HALAMAN PENGESAHAN
PERAN *NEED TO BELONG* TERHADAP *FEAR OF MISSING OUT*
PADA PENGGUNA TIKTOK

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh
PRISCILLA NATALLINY LUMENTA
Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
Pada tanggal, 15 Juli 2025

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing I



Rosada Dwi Iswari, M.Psi., Psikolog.
NIP. 199010282018032001

Dosen Pembimbing II



Dewi Anggraini, S.Psi., M.A
NIP. 198311022023212022

Dosen Penguji I



Indra Prapto Nugroho, S.Psi., M.Si
NIP. 199407072018031001

Dosen Penguji II



Sayang Ajeng Mardhiyah, S.Psi., M.Si
NIP. 197805212002122004

Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi
Indralaya, 15 Juli 2025



Sayang Ajeng Mardhiyah, S.Psi., M.Si
NIP. 197805212002122004

LEMBAR PERSETUJUAN

UJIAN SKRIPSI

Nama : Priscilla Natalliny Lumenta
NIM : 04041282126053
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Kedokteran
Judul Skripsi : Peran *Need to Belong* terhadap *Fear of Missing Out* pada Pengguna TikTok

Indralaya, 07 Juli 2025

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Rosada Dwi Iswari, M.Psi., Psikolog.
NIP. 199010282018032001



Dewi Anggraini, S.Psi., M.A
NIP. 198311022023212022

Mengetahui,

Ketua Bagian Psikologi



Sayang Aeng Mardhiyah, S.Psi., M.Si
NIP. 197805212002122004

SURAT PERNYATAAN

Saya, Priscilla Natalliny Lumenta, dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab menyatakan bahwa skripsi ini sepenuhnya merupakan hasil pemikiran, analisis, dan penulisan saya sendiri. Karya ini belum pernah diajukan atau dipublikasikan sebelumnya untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi manapun. Segala teori, data, atau gagasan yang berasal dari penulis lain telah saya kutip secara benar dan lengkap, serta dicantumkan dalam daftar pustaka sesuai dengan kaidah ilmiah yang berlaku. Pernyataan ini dibuat di hadapan tim penguji skripsi sebagai saksi, dan apabila di kemudian hari terbukti ada ketidaksesuaian atau pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menerima konsekuensi berupa pencabutan gelar sarjana yang telah diperoleh.

Indralaya, 7 Juli 2025

The image shows an official stamp of the institution, which includes the text "METERAI TEMPEL" and a unique identification number "1AAMX376202710". To the right of the stamp is a handwritten signature in black ink.

Priscilla Natalliny Lumenta

NIM. 04041282126053

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur atas berkat dan kasih dari Tuhan Yesus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sampai selesai. Peneliti mempersembahkan hasil skripsi ini dengan penuh rasa syukur, serta mengucapkan terima kasih kepada:

1. Papa, Mama, Kakak dan Adik tercinta yang senantiasa mengiringi setiap langkah penulis dengan doa. Terima kasih atas segala dukungan dan kehadiran dalam kata penyemangat, nasihat bijak, maupun pelukan hangat membuat beban apapun ini terasa ringan dan harapan ini tetap menyala.
2. Untuk diriku sendiri, Terima kasih telah bertahan tanpa menyerah meskipun jalan ini penuh tantangan. Kamu telah menaklukkan keraguan, menyalakan keberanian saat takut datang, dan memahat keyakinan agar terus melangkah. Perjalanan ini panjang serta penuh liku getir yang tak sempat terungkap, namun kamu tetap berjuang.
3. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan yang telah kebersamai dari awal kuliah hingga selesai berkat kalian aku bisa merasakan punya keluarga di perantauan Jawa-Sumatera ini. Melewati suka dan duka, tawa dan tangis. Kalian selalu ada untuk melepas penat bersama.
4. Terimakasih juga kepada orang-orang baik di sekitarku yang sudah menemani dan membantuku dengan mendukungku selalu menjadi *support system*ku selama mengerjakan skripsi ini.

HALAMAN MOTTO

“Orang Yang Mengandalkan Tuhan Akan Berhasil, Jangan Menyerah”

“Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau;

janganlah bimbang, sebab Aku ini Allahmu;

Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau;

Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang membawa

kemenangan.”

(Yesaya 41:10)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti haturkan kepada Tuhan Yesus karena atas berkat dan karunia-Nya peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran *Need to Belong* terhadap *Fear of Missing Out* pada Pengguna Tiktok” ini dengan semaksimal mungkin. Selama penyusunan skripsi, peneliti banyak menghadapi tantangan dan kesulitan. Namun, dengan bantuan dari berbagai pihak hambatan tersebut dapat dilalui dan diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Sriwijaya, Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si.
2. Dekan Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya, Bapak Prof. Dr. dr. H. Muhammad Irsan Saleh, M.Biomed.
3. Ketua Bagian Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya, Ibu Sayang Ajeng Mardhiyah, S.Psi., M.Si.
4. Koordinator Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya, Ibu Marisya Pratiwi, M.Psi., Psikolog.
5. Dosen Pembimbing Skripsi I, Ibu Rosada Dwi Iswari, M.Psi., Psikolog yang telah memberi banyak bantuan dan arahan, sabar serta selalu semangat dalam membimbing peneliti selama pengerjaan hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Dosen Pembimbing Skripsi II, Ibu Dewi Anggraini, S.Psi., M.A atas dukungan dan masukan yang membantu penyelesaian skripsi ini.
6. Dosen Pembimbing Akademik, Ibu Angeline Hosana Z. Tarigan, S.Psi., M.Psi. yang selalu memberikan arahan dan motivasi bagi peneliti selama

menjadi mahasiswa Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya.

7. Segenap Dosen dan Staf Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya yang telah memberikan segenap ilmu, bantuan, serta dukungannya kepada peneliti.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai kekurangan, baik dari segi penyusunan maupun isi materi, sehingga belum sempurna. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan masukan berupa kritik yang membangun dan saran dari pembaca untuk memperbaiki skripsi ini. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi bidang Psikologi Sosial dan penerapannya di lapangan, serta memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut di masa depan.

Indralaya, 7 Juli 2025



Priscilla Natallinny Lumenta

NIM. 04041282126053

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
1. Manfaat Teoritis	10
2. Manfaat Praktis	11
E. Keaslian Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	18
A. <i>Fear of Missing out</i>	18
1. Pengertian <i>Fear of Missing out (FoMO)</i>	18
2. Faktor - faktor yang mempengaruhi <i>Fear of Missing out (FoMO)</i>	19
3. Aspek - aspek yang mempengaruhi <i>Fear of Missing out (FoMO)</i>	21
B. Need to Belong (NTB)	22
1. Pengertian <i>Need to Belong</i>	22

2. Aspek-aspek <i>Need to Belong</i>	23
C. Peran <i>Need to Belong</i> terhadap <i>Fear of Missing Out</i> pada Pengguna Tiktok ...	24
D. Kerangka Berpikir	26
E. Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
A. Identifikasi Variabel Penelitian	27
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian	27
1. <i>Fear of Missing out</i>	27
2. <i>Need to Belong</i>	28
C. Populasi dan Sampel Penelitian	29
1. Populasi	29
2. Sampel	29
D. Metode Pengumpulan Data	31
1. Skala <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	32
2. Skala <i>Need to Belong</i>	33
E. Validitas dan Reliabilitas	34
1. Validitas	34
2. Reliabilitas	35
F. Metode Analisis Data	36
1. Uji Asumsi	36
a. Uji Normalitas	36
b. Uji Linearitas	36
2. Uji Hipotesis	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Orientasi Kancan Penelitian	38
B. Laporan Pelaksanaan Penelitian	41
C. Hasil Penelitian	55
D Hasil Analisis Tambahan	62
E. Pembahasan	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
A. Kesimpulan	77

B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skor Skala Psikologi	32
Tabel 3.2 Blueprint Skala <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	33
Tabel 3.3 Blueprint Skala <i>Need to Belong</i>	34
Tabel 4.1 Distribusi Skala <i>Fear of Missing Out</i>	46
Tabel 4.2 Distribusi Penomoran Baru Skala <i>Fear of Missing Out</i>	47
Tabel 4.3 Distribusi Skala <i>Fear of Missing Out</i>	49
Tabel 4.4 Distribusi Penomoran Baru Skala <i>Fear of Missing Out</i>	50
Tabel 4.5 Penyebaran Skala <i>Try Out</i>	52
Tabel 4. 6 Penyebaran Skala Penelitian	55
Tabel 4.7 Deskripsi Jenis Kelamin Subjek Penelitian	55
Tabel 4.8 Deskripsi Usia Subjek Penelitian.....	56
Tabel 4.9 Deskripsi Asal Wilayah Subjek Penelitian	56
Tabel 4. 10 Deskripsi Tingkat Pendidikan Terakhir	57
Tabel 4.11 Deskripsi Pekerjaan Subjek Penelitian	57
Tabel 4.12 Deskripsi Durasi Penggunaan TikTok	96
Tabel 4. 17 Deskripsi Data Penelitian.....	58
Tabel 4. 18 Formulasi Kategorisasi	58
Tabel 4.19 Deskripsi Kategorisasi <i>Fear of Missing Out</i>	59
Tabel 4.20 Deskripsi Kategorisasi <i>Need to Belong</i>	60
Tabel 4.21 Hasil Uji Normalitas Variabel Penelitian.....	60
Tabel 4.22 Hasil Uji Linieritas Variabel Penelitian	61
Tabel 4.23 Hasil Uji Hipotesis Variabel Penelitian	62
Tabel 4.24 Hasil Uji Beda Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.25 Hasil Uji Beda Berdasarkan Usia	64
Tabel 4.26 Hasil Uji Beda Berdasarkan Asal Wilayah.....	65
Tabel 4.27 Hasil Uji Beda Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	66
Tabel 4.28 Hasil Uji Beda Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini.....	67
Tabel 4.29 Hasil Uji Beda Berdasarkan Durasi penggunaanTikTok dalam sehari	67
Tabel 4.30 Hasil Uji Posthoc Durasi penggunaanTikTok dalam sehari	67
Tabel 4.31 Data Perhitungan Sumbangan Efektif.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A.....	86
LAMPIRAN B.....	97
LAMPIRAN C.....	106
LAMPIRAN D.....	131
LAMPIRAN E.....	137
LAMPIRAN F.....	141
LAMPIRAN G.....	143

PERAN *NEED TO BELONG* TERHADAP *FEAR OF MISSING OUT* PADA PENGGUNA TIKTOK

Priscilla Natalliny Lumenta¹, Rosada Dwi Iswari²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *need to belong* terhadap *fear of missing out* pada pengguna TikTok. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada peran *need to belong* terhadap *fear of missing out* pada pengguna TikTok.

Penelitian ini melibatkan 208 pengguna TikTok berusia 18-25 tahun dan menggunakan TikTok setiap hari di Indonesia. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Variabel *fear of missing out* diukur menggunakan skala psikologi yang disusun oleh peneliti mengacu pada aspek dari Przybylski, Murayama, DeHaan, & Gladwell (2013) dan variabel *need to belong* yang disusun oleh peneliti berdasarkan aspek dari Baumeister & Leary (1995). Analisis data dilakukan dengan teknik regresi linear sederhana.

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai *R square* antara *need to belong* terhadap *fear of missing out* sebesar 0,020, nilai *F* sebesar 4,238 dan nilai signifikansi sebesar 0,041 ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa *need to belong* memiliki peran yang signifikan terhadap *fear of missing out* pada pengguna TikTok. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima.

Kata kunci: *Need to Belong, Fear of Missing Out, TikTok.*

¹Mahasiswa Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya

²Dosen Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya

Dosen Pembimbing I



Rosada Dwi Iswari, M.Psi., Psikolog.
NIP. 199010282018032001

Dosen Pembimbing II



Dewi Anggraini, S.Psi., M.A
NIP. 198311022023212022

Mengetahui,
Ketua Bagian Psikologi



Sayang Arong Marohiyah, S.Psi., M.Si
NIP. 197805212002122004

THE ROLE OF NEED TO BELONG ON FEAR OF MISSING OUT AMONG TIKTOK USERS

Priscilla Natalliny Lumenta¹, Rosada Dwi Iswari²

ABSTRACT

This study aims to examine the role of the need to belong in predicting the fear of missing out (FoMO) among TikTok users. The proposed hypothesis posits that the need to belong significantly influences fear of missing out (FoMO) in this population.

A total of 208 TikTok users aged 18 to 25 years and used TikTok everyday in Indonesia were recruited through purposive sampling. Fear of Missing Out (FoMO) was measured using a psychological scale developed by the researchers based on the aspects outlined by Przybylski, Murayama, DeHaan, & Gladwell (2013), while the Need to Belong was assessed via aspect adapted from Baumeister & Leary (1995). Data were analyzed using simple linear regression.

Results indicated a coefficient of determination (R^2) of 0.020, $F = 4.238$ and a significance level of $p = 0.041$ ($p < 0.05$), demonstrating that the need to belong has a significant effect on fear of missing out among TikTok users. Therefore, the hypothesis is supported.

Keywords: *Need to Belong, Fear of Missing Out, TikTok.*

¹ Student at Psychology Department of Medical Faculty, Sriwijaya University

² Lecturer at Psychology Department of Medical Faculty, Sriwijaya University

Dosen Pembimbing I



Rosada Dwi Iswari, M.Psi., Psikolog.
NIP. 199010282018032001

Dosen Pembimbing II



Dewi Anggraini, S.Psi., M.A
NIP. 198311022023212022

Mengetahui,
Ketua Bagian Psikologi

Savang Ajeng Mardhiyah, S.Psi., M.Si
NIP. 197805212002122004

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan media sosial telah membawa perubahan yang signifikan dalam pola interaksi sosial masyarakat Indonesia. Dengan kemudahan akses informasi dan komunikasi tanpa batas, media sosial memungkinkan individu untuk berhubungan dengan lebih banyak orang, memperluas jaringan sosial, serta menghilangkan hambatan ruang dan waktu. Hal ini tidak hanya mempercepat penyebaran informasi tetapi juga mengubah cara individu berinteraksi dan berpartisipasi dalam kehidupan sosial (Cahyono, 2016).

Salah satu platform media sosial yang berkembang pesat di Indonesia adalah TikTok, yang telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan digital banyak individu. Berdasarkan *survey* yang dilakukan oleh Statista.com (2025) yaitu hingga Juli 2024, Indonesia menjadi negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia, mencapai hampir 157,6 juta pengguna yang aktif berinteraksi melalui *platform* berbasis video pendek ini. Menurut laporan *We Are Social* dan *Meltwater* (2024), jumlah pengguna *TikTok* mayoritas berusia 18–34 tahun.

TikTok menjadi platform media sosial paling populer dan memiliki tingkat keterlibatan (*engagement*) tertinggi dibandingkan *platform* lain (mediaindonesia.com, 2025). Sepanjang 2024, terdapat 107.998.788 unggahan dari netizen dengan 17.329.380.404 tanggapan. TikTok menjadi salah satu platform media sosial paling populer karena kemampuannya menyajikan konten yang personal dan sesuai dengan preferensi pengguna melalui algoritma canggih

pada fitur *For You Page* (FYP) yang menganalisis berdasarkan durasi menonton, jumlah suka hingga komentar (Arjuna, Mulyadi, Asardan, Adristina, Sekarwangi, Ardana, & Khaerani, 2024). Format videonya yang pendek memungkinkan konten dikonsumsi secara cepat dan menarik perhatian (TikTok Business, 2024).

Zuo & Wang (2019) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa TikTok memberi peluang bagi pengguna untuk menunjukkan identitas diri, melepaskan emosi, serta berpartisipasi dalam tren yang sedang berkembang. Selain itu, TikTok dapat memperkuat interaksi sosial melalui fitur komentar, *share*, dan *repost* yang memungkinkan pengguna membentuk kelompok berdasarkan minat yang sama (Zuo & Wang, 2019). Arventine (2021) juga menyebutkan bahwa banyak pengguna mengakses TikTok untuk mengisi waktu luang, mendapatkan hiburan, serta memperoleh informasi praktis dan tren terkini. Selain berbagai dampak positif, Ramzi, Auliarahman, Andi dan Salat (2023) menemukan bahwa penggunaan TikTok juga dapat menyebabkan kecanduan, gangguan pola tidur, menurunnya kesehatan mental, dan risiko terpapar konten yang tidak sesuai dengan nilai sosial meskipun telah ada kebijakan moderasi.

TikTok dirancang untuk memberi pengguna pengalaman yang dipersonalisasi dan memperlihatkan konten yang relevan dengan minat pengguna pada fitur *For You Page* (FYP), sehingga memperkuat perasaan terhubung dengan orang lain dan mengikuti tren sosial (Barry, Berbano, Anderson, & Levy, 2024).

Keterikatan pengguna terhadap TikTok ini dapat disebabkan oleh Fenomena yang disebut dengan *fear of missing out* (FoMO). *Fear of missing out* merupakan ketakutan akan tertinggal dari tren sosial atau informasi terbaru, yang

dapat memicu peningkatan kecemasan dan tekanan psikologis (Vadincha & Arumi, 2024). Saat pengguna TikTok tidak dapat mengakses aplikasi Tiktok, pengguna dapat mengalami *fear of missing out*, yaitu ketika ketidakmampuan terhubung dengan media sosial dapat menimbulkan kecemasan dan prasangka kognitif tentang apa yang terlewat (Reer, Elhai, & Aboujaoude, 2020). Kondisi ini juga dapat memicu kecenderungan pengguna untuk mengalihkan perhatian dari tugas utama ke media sosial, sehingga menurunkan produktivitasnya (Koessmeier & Büttner, 2021). Selain itu, *fear of missing out* juga dikaitkan dengan dorongan kompulsif untuk mengecek *smartphone*, yang berhubungan erat dengan penggunaan ponsel yang problematik dan kecemasan yang meningkat (Elhai, Levine, Dvorak, & Hall, 2016).

Fear of missing out dapat terjadi pada pengguna aktif maupun pasif dengan menunjukkan perilaku yang berkaitan akan ketakutan akan tertinggal informasi atau tren. Menurut Öztürk, Gençoğlu dan Kırkgöz, (2020), penggunaan secara aktif (*active use*) dan *fear of missing out* memiliki kontribusi positif yang signifikan yaitu menggunakan media sosial secara aktif, seperti memposting konten sendiri, *like* atau *voting*, *share* konten orang lain, komentar atau menanggapi konten orang lain. Di sisi lain, penggunaan media sosial secara pasif (*passive use*) dan *fear of missing out* juga memiliki kontribusi positif yang signifikan seperti membaca diskusi, membaca komentar atau *reviews*, menonton video atau melihat gambar. Pada pengguna pasif, *fear of missing out* muncul karena kebutuhan akan keterhubungan sosial dan ketakutan terputus dari komunitas TikTok, serta dorongan mengikuti tren agar tidak ketinggalan konten di media sosial yang

memperoleh penayangan sangat tinggi dalam waktu singkat melalui berbagi antar pengguna dan replikasi masif (konten *viral*) (Scherr & Wang, 2021; Agustina, 2020).

Sejalan dengan penelitian Barry, Berbano, Anderson, & Levy, 2024 yaitu pengguna Tiktok cenderung lebih banyak menonton daripada mengunggah, menciptakan pengalaman pasif yang berpotensi meningkatkan perasaan tertinggal atau tidak mengikuti perkembangan sosial yang terjadi di platform, yang memicu kebutuhan untuk merasa terhubung dengan kelompok sosial dan mengikuti apa yang sedang tren. Kelompok sosial adalah komunitas pengguna TikTok meliputi teman, pengikut, dan pembuat konten atau *influencer* yang menjadi sumber konten dan acuan tren sosial bagi pengguna (Scherr & Wang, 2021).

Penelitian yang dilakukan Aresti & Ulfa (2023) menunjukkan bahwa pengguna dengan *fear of missing out* tinggi cenderung mengalami kebiasaan mengecek aplikasi secara berulang karena takut kehilangan interaksi sosial atau konten *viral*. Berdasarkan data hasil penelitian yang dilakukan oleh Manek dan Virlia (2025) mendukung pernyataan sebelumnya bahwa 63,81 % pengguna TikTok dewasa awal di Indonesia mengalami FoMO tinggi. Hal ini ditandai oleh penggunaan 4–5 jam per hari dengan alasan karena khawatir ketinggalan pengalaman sosial, sehingga individu terus-menerus membuka TikTok untuk mengikuti tren, *challenge*, atau berita *viral*. Hal ini juga sejalan dengan budaya kolektivistik Indonesia, yang dimana kebutuhan akan validasi dan afiliasi kelompok memperkuat *fear of missing out* dan menyumbang 70,4 % pola penggunaan TikTok pada kelompok usia dewasa awal. Hasil penelitian Purwanto

(2024) menunjukkan adanya hubungan timbal balik antara penggunaan TikTok dan *fear of missing out* yaitu semakin sering pengguna untuk menggunakan TikTok, maka semakin tinggi *fear of missing out* seseorang.

Fenomena *fear of missing out* juga diperkuat oleh pola konsumsi konten yang tidak disengaja (*mindless social media use*), dimana pengguna secara otomatis terus menggulir (*scrolling*) tanpa tujuan tertentu (Ji & Wood dalam Chan et al., 2022). TikTok memungkinkan penggunanya untuk membangun hubungan sosial, mendapatkan pengakuan, dan merasa terhubung dengan orang lain (Yang, 2023). Fitur seperti *likes*, komentar, dan *followers* dapat memicu dopamin yang menimbulkan rasa senang, sehingga membuat pengguna ingin terus kembali. Berbagai motivasi seperti mendapatkan pengakuan dari teman sebaya dan ingin menjalin hubungan dan berbagi minat yang sama secara *online*. Penelitian Yang (2023) menunjukkan bahwa rekomendasi dari teman sebaya merupakan cara utama mengenal TikTok. Konten TikTok telah menjadi bagian dari keseharian, membuat banyak orang sering menonton, membahas, dan ikut serta dalam tren. Akibatnya, pengguna sering merasa takut tertinggal informasi atau obrolan populer, sehingga terdorong untuk terus memeriksa TikTok agar tidak tertinggal dalam pergaulan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Asyahidda dan Azis (2024) menunjukkan bahwa TikTok secara aktif melalui fitur *autoplay* dan rekomendasi konten berbasis *engagement* yang membuat pengguna terus terpapar konten baru tanpa sadar telah menghabiskan waktu berjam-jam.

Przybylski, Murayama, DeHaan, dan Gladwell (2013) mendefinisikan *fear of missing out* (FoMO) sebagai kecemasan bahwa orang lain tengah mengalami

pengalaman berharga tanpa kehadirannya, sehingga individu terdorong untuk selalu terhubung dengan aktivitas sosial terutama melalui media sosial. *Fear of missing out* terdiri dari tiga aspek yaitu kekhawatiran tidak ikut serta dalam pengalaman sosial, kecemasan saat tidak mengetahui aktivitas teman-temannya, serta dorongan untuk terus terhubung dan berpartisipasi dalam percakapan sosial agar tetap merasa menjadi bagian dari lingkungannya di media sosial. Beberapa faktor yang mempengaruhi *fear of missing out* meliputi penggunaan media sosial, demografi, serta motivasi untuk pemenuhan kebutuhan psikologis.

Fear of missing out pada TikTok terbagi menjadi empat tingkatan, mulai dari ringan hingga ekstrem (Darmayanti, Arifin, & Inayah, 2023). Pada tingkat ringan, individu hanya merasa penasaran dengan tren *viral* tanpa merasa terganggu jika tidak mengikutinya, sementara pada tingkat sedang, kecemasan terhadap ketinggalan tren semakin besar, mendorong keinginan lebih kuat untuk berpartisipasi. Hal ini mendorong individu untuk mengikuti sesuatu yang *viral* di TikTok ketika mencari rekomendasi barang dan tempat, maka individu akan berusaha keras mengikuti konten yang sedang tren. Pada tingkat berat, individu mulai mengalami stres dan tekanan jika tidak selalu terhubung dengan TikTok, bahkan mengabaikan aktivitas sehari-hari. *Fear of missing out* ekstrem menjadi kondisi paling berbahaya, di mana individu merasa terjebak dalam perasaan tersebut hingga muncul keinginan untuk mengakhiri hidup. Dalam jangka panjang, *fear of missing out* yang tidak terkendali dapat memperkuat ketergantungan pada media sosial, menciptakan ketidakseimbangan dalam kehidupan individu, serta berpotensi menimbulkan dampak negatif terhadap kesejahteraan mental.

Penelitian Darmayanti, Arifin, & Inayah (2023) juga menunjukkan bahwa pengguna TikTok yang mengalami *fear of missing out* ekstrem bisa menyebabkan seorang individu sampai ingin mengakhiri hidupnya. Seorang remaja berusia 18 tahun yang merasa terpicu melakukan bunuh diri setelah melihat kasus *viral* pengguna TikTok lainnya yang meninggal. Konten di Tiktok tersebut membuatnya merasa lelah dengan kehidupannya sendiri yang menurutnya tidak mendapatkan perhatian dari orang terdekat, sementara di TikTok, ia melihat kehidupan orang lain tampak lebih baik dan dihargai. Ia mengomentari video bunuh diri dengan keinginan serupa, karena takut tertinggal dari tren komentar dan juga ingin mendapatkan perhatian seperti yang diterima korban bunuh diri.

Berdasarkan hal itu, terdapat berbagai hal yang menyebabkan terjadinya *fear of missing out* (FoMO). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *need to belong* berperan dalam meningkatkan *fear of missing out*. Shodiq, Kosasih, dan Maslihah (2020) menemukan bahwa individu dengan *need to belong* tinggi lebih rentan mengalami *fear of missing out*, khususnya pengguna yang aktif menggunakan media sosial. Hal ini dikarenakan individu dengan kebutuhan besar untuk diterima dalam kelompok sosial akan terus mencari cara agar tetap terhubung dan relevan, termasuk dengan selalu memperbarui informasi dan mengikuti tren yang berkembang.

Tujuan seseorang ingin diterima di TikTok adalah untuk merasa terhubung dengan kelompok sosial yang relevan dengan minat atau identitas pengguna. Sejalan dengan penelitian Herdani dan Ratnasari (2021) bahwa indikator pengalaman dari kelompok yaitu kelompok referensi (keluarga, teman, dan teman

virtual) tentang pengalamannya dalam menggunakan aplikasi TikTok dapat mempengaruhi pengguna dalam menggunakan aplikasi TikTok. Penelitian oleh Karizat, Delmonaco, Eslami dan Andalibi (2021) menunjukkan bahwa interaksi dengan algoritma *For You Page* (FYP) memberi rasa diterima dan dihargai, yang penting untuk membangun identitas sosial. Ketika pengguna merasa nilai-nilainya direpresentasi di TikTok, individu merasa menjadi bagian dari sesuatu yang lebih besar, mendorong individu untuk tetap terhubung dan relevan di TikTok.

Selain itu, menurut Stamenković dan Mitrović (2023), motivasi utama penggunaan TikTok adalah interaksi sosial dan koneksi. Pengguna terdorong untuk ikut tren, memperkuat ikatan sosial pengguna dengan orang-orang yang memiliki minat serupa. Arianto (2024) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa umpan balik positif, seperti suka atau komentar, memperkuat citra diri pengguna dalam kelompok. Oleh karena itu, mengikuti tren bukan hanya untuk hiburan, tetapi juga sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan afiliasi sosial dalam TikTok.

Alabri (2022) menjelaskan bahwa kebutuhan untuk diterima menjadikan pengguna media sosial lebih rentan terhadap *fear of missing out*. Hal ini disebabkan oleh paparan yang terus-menerus terhadap dinamika kelompok di platform media sosial dimana banyak individu ingin diterima dalam tren dan interaksi sosial yang sedang berkembang. Sejalan dengan itu, penelitian Putri dan Utami (2023) juga menyatakan bahwa semakin besar kebutuhan untuk diterima dalam kelompok, semakin tinggi pula kecenderungan individu mengalami *fear of missing out*. Tujuan seseorang untuk diterima di media sosial adalah untuk merasa berada dalam suatu kelompok dan terhubung dengan orang lain yang diwujudkan melalui pencarian

informasi, tren, atau berita *viral* yang dapat memicu interaksi dan membangun hubungan interpersonal.

Dari berbagai aktivitas di TikTok dapat mencerminkan aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Tiktok yang melibatkan keterlibatan sosial dan validasi dari pengguna lain (Omar & Dequan, 2020). Peran *need to belong* terhadap *fear of missing out* dalam penggunaan TikTok memunculkan adanya dorongan untuk menghindari rasa terpinggirkan membuat pengguna berusaha keras mengikuti tren dan terlibat secara berkelanjutan agar terus merasakan koneksi sosial (Alabri, 2022).

Yin, Wang, Nie, Guo, Feng, & Lei (2019) dalam hasil penelitiannya juga menunjukkan bahwa *need to belong* merupakan faktor utama dalam memprediksi *fear of missing out*, baik secara langsung maupun melalui intensitas keterlibatan dalam penggunaan media sosial. Lebih lanjut, Holte, Nixon, & Cooper (2024) menjelaskan bahwa *need to belong* merupakan motivasi intrinsik individu untuk membentuk dan mempertahankan ikatan sosial yang positif. Ketika kebutuhan ini tidak terpenuhi dapat meningkatkan kecenderungan terhadap individu untuk mengalami *fear of missing out*, yang menimbulkan perasaan terpinggirkan dan takut tertinggal dari pengalaman sosial yang berharga.

Menurut Baumeister & Leary (1995), *need to belong* merupakan motivasi dasar manusia untuk menjalin dan mempertahankan hubungan *interpersonal* yang bermakna. *Need to belong* terdiri dari dua aspek utama. *Social acceptance*, yaitu kebutuhan individu untuk diterima oleh orang lain dalam lingkungannya, dan

affiliate with others, yaitu kebutuhan individu untuk menjalin hubungan interpersonal dalam jangka waktu yang lama.

Berdasarkan latar belakang dan penjelasan diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai Peran *need to belong* terhadap *fear of missing out* pada Pengguna TikTok.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah ada Peran *need to belong* terhadap *fear of missing out* pada Pengguna TikTok?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Peran *need to belong* terhadap *fear of missing out* pada Pengguna TikTok.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik yang bersifat teoritis maupun praktis. Manfaat tersebut antara lain:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian dalam bidang psikologi sosial, khususnya terkait dengan peran antara *need to belong* terhadap *fear of missing out* dalam konteks penggunaan media sosial pada pengguna TikTok.

- b. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas dinamika psikologis pengguna media sosial Tiktok serta faktor-faktor yang mempengaruhi keterlibatan pengguna dalam platform digital.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat membantu pengguna TikTok memahami bagaimana kebutuhan untuk merasa diterima (*need to belong*) dapat berkontribusi terhadap *fear of missing out*. Dengan kesadaran ini, pengguna dapat lebih bijak dalam mengelola penggunaan media sosial untuk mengurangi dampak negatifnya terhadap kesehatan fisik dan kesejahteraan mental.

E. Keaslian Penelitian

Berdasarkan hasil temuan penelitian yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, peneliti belum menemukan penelitian yang mengangkat pembahasan mengenai peran *need to belong* terhadap *fear of missing out* pada pengguna TikTok. Namun, terdapat terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang serupa menggunakan variabel *need to belong* dan *fear of missing out* yang ditemukan baik yang berasal dari penelitian di dalam negeri maupun penelitian di luar negeri.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Utami (2023) berjudul “Pengaruh *need to belong* Terhadap *fear of missing out* Pada Remaja Akhir”. Fokus penelitian ini adalah bagaimana kebutuhan untuk merasa memiliki dapat mempengaruhi tingkat FoMO pada kelompok usia tersebut. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian adalah remaja akhir dengan rentang usia 18 - 21

tahun yang berada di kota padang dan menggunakan media sosial. Jumlah sampel penelitian 398 responden. Teknik dalam pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* dan analisis data menggunakan uji regresi sederhana dengan bantuan SPSS 25. Hasil uji statistik menggunakan SPSS menunjukkan nilai F sebesar 45,188 dan nilai P sebesar 0,000 ($P < 0,05$), yang berarti terdapat pengaruh *need to belong* terhadap *fear of missing out* pada remaja akhir. Artinya, semakin tinggi kebutuhan seseorang untuk merasa memiliki, maka akan semakin tinggi tingkat *fear of missing out* yang dialaminya.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Utami (2023) berbeda dengan penelitian ini karena fokus utamanya adalah remaja akhir di kota padang, sedangkan penelitian ini lebih spesifik meneliti pengguna TikTok yang memiliki karakteristik berbeda dibandingkan dengan pengguna media sosial secara umum. Penelitian tersebut melihat peran dari *need to belong* terhadap *fear of missing out*, sementara penelitian ini ingin melihat peran *need to belong* terhadap *fear of missing out*.

Penelitian yang dilakukan oleh Shodiq, Kosasih, dan Maslihah (2020) dalam "*need to belong* dan *fear of missing out* Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram". Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menginvestigasi hubungan antara *need to belong* dan *fear of missing out* pada mahasiswa pengguna Instagram di Kota Bandung yang berusia 18 - 25 tahun. Nilai kontribusi *need to belong* dengan *fear of missing out* sebesar 0.327 dengan tingkat signifikan sebesar 0.000 ($\alpha < 0,05$). Hasil tersebut memiliki makna bahwa terdapat hubungan antar variabel yang rendah dan positif. Artinya bahwa tingkat *need to belong* terhadap

fear of missing out pada mahasiswa pengguna instagram berada pada tingkat yang rendah namun berkontribusi positif.

Perbedaan utama dengan penelitian ini terletak pada platform media sosial yang dikaji. Penelitian ini lebih spesifik dalam meneliti pengguna TikTok, sementara penelitian Shodiq, Kosasih, dan Maslihah (2020) berfokus pada pengguna Instagram, yang memiliki dinamika sosial dan fitur yang berbeda. Selain itu, penelitian Shodiq dkk hanya berfokus pada mahasiswa di kota Bandung sementara penelitian ini tidak membatasi pada mahasiswa saja.

Penelitian yang dilakukan oleh Mandas dan Silfiyah (2022) berjudul "Hubungan *Social self-esteem* dan *fear of missing out* pada Generasi Z pengguna media sosial". Penelitian ini meneliti hubungan antara *social self-esteem* dan *fear of missing out* (FoMO) pada generasi Z yang aktif menggunakan media sosial. Jenis penelitian yang digunakan kuantitatif, teknik pengambilan data *accidental sampling*. Hasil Uji statistik kontribusi *pearson product moment* dengan menggunakan bantuan SPSS Versi 24.0 diperoleh koefisien kontribusi (r_{xy}) = -0,547 dengan taraf signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,01$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan yang negatif yang sangat signifikan antara *social self-esteem* dengan *fear of missing out* yang berarti semakin rendah *self-esteem* sosial seseorang, semakin tinggi kemungkinan individu mengalami *fear of missing out*.

Penelitian yang dilakukan oleh Mandas dan Silfiyah (2022) berbeda dengan penelitian ini karena fokus utamanya adalah hubungan antara *social self-esteem* dan *fear of missing out*, sedangkan penelitian ini meneliti peran *need to belong* terhadap *fear of missing out*. Selain itu, penelitian ini lebih spesifik dalam melihat bahwa

pengguna TikTok, yang memiliki karakteristik berbeda dibandingkan dengan pengguna media sosial secara umum. Teknik pengambilan data yang digunakan juga berbeda yakni peneliti menggunakan teknik pengambilan data *purposive sampling*.

Tresnawati (2016) dalam penelitiannya yang berjudul "Hubungan antara *the big five personality traits* dengan *fear of missing out about social media* pada mahasiswa", untuk melihat hubungan antara lima faktor kepribadian utama dengan FoMO pada mahasiswa pengguna media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis korelasional. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa/i Universitas Negeri Semarang yang terbagi dalam beberapa fakultas yang sedang menjalani perkuliahan. Pengambilan sampel dilakukan dengan *multistage cluster sampling*. Berdasarkan hasil perhitungan nilai $F = 10,390$ dengan signifikansi sebesar $p = 0,000 (<0,05)$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *conscientiousness*, *extraversion*, *agreeableness*, dan *neuroticism* secara simultan berpengaruh terhadap *fear of missing out about social media*. *R-Square* adalah 0,061 yang menunjukkan bahwa variabel dependen *fear of missing out about social media* dapat dijelaskan oleh variabel independen yakni, *conscientiousness*, *extraversion*, *agreeableness*, dan *neuroticism* sebesar 6,1%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor neurotisme memiliki hubungan positif yang signifikan dengan *fear of missing out*, sementara faktor ekstreversi dan kesadaran memiliki hubungan negatif dengan *fear of missing out*.

Penelitian ini berbeda dari penelitian Tresnawati (2016) karena peneliti tidak melakukan penelitian pada aspek kepribadian dalam kaitannya dengan *fear of*

missing out, melainkan berfokus pada peran *need to belong* terhadap *fear of missing out*. Selain itu, penelitian ini lebih spesifik dalam melakukan penelitian pada Pengguna Tiktok, yang merupakan platform berbasis video pendek yang memiliki dinamika sosial unik. Populasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan seluruh pengguna Tiktok, tidak hanya Mahasiswa. Teknik pengambilan sampel peneliti juga berbeda yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*.

Triyono dan Isnaini (2021) dalam "Hubungan Antara Kebutuhan Afiliasi Dengan *fear of missing out* Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram", meneliti hubungan antara kebutuhan afiliasi dan *fear of missing out* pada mahasiswa pengguna Instagram. Populasi dalam penelitian ini adalah 3.981 mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Raden Mas Said Surakarta yang memiliki akun Instagram aktif. Adapun sampel berjumlah 364 mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik *cluster random sampling*. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *product moment*, diketahui nilai $r = 0,453$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kebutuhan afiliasi dan *fear of missing out*, yang berarti semakin tinggi kebutuhan afiliasi seseorang, semakin besar kemungkinan individu mengalami *fear of missing out*.

Penelitian ini berbeda dari penelitian Triyono dan Isnaini (2021) karena penelitian ini menggunakan variabel *need to belong* dan berfokus pada pengguna TikTok, bukan Instagram. TikTok memiliki pola konsumsi konten yang lebih cepat dan algoritma yang berbeda, sehingga hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan baru terkait perilaku pengguna. Populasi penelitian yang dilakukan oleh

peneliti merupakan seluruh pengguna Tiktok, bukan hanya mahasiswa. Teknik pengambilan sampel peneliti juga berbeda yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*.

Dogan (2019) dalam penelitiannya yang berjudul "*Why do people experience the fear of missing out (FoMO)? Exposing the link between the self and the FoMO through self-construal*" meneliti keterkaitan antara konsep diri (*self-construal*) dan FoMO. Subjek penelitian adalah individu dari berbagai latar belakang budaya, dengan hipotesis bahwa konsep diri yang lebih independen akan berkorelasi negatif dengan *fear of missing out*, sedangkan konsep diri yang lebih interdependen akan berkorelasi positif. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode *mix method* yaitu kuantitatif dan eksperimen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *individuals with higher interdependent self-construal are more likely to experience fear of missing out, as they place greater emphasis on social relationships and peer approval*.

Penelitian Dogan (2019) lebih menekankan pada peran konsep diri dalam pengalaman *fear of missing out*, sedangkan penelitian ini berfokus pada hubungan antara *need to belong* dan *fear of missing out* dalam konteks penggunaan TikTok. Meskipun keduanya berkaitan dengan faktor sosial, penelitian Dogan tidak secara langsung mengukur *Need to belong* sebagai variabel tersendiri. Oleh karena itu, penelitian ini akan memberikan perspektif baru dengan menyoroti bagaimana *need to belong* sebagai faktor utama yang berkontribusi terhadap *fear of missing out* pada Pengguna Tiktok.

Browne, Aruguete, McCutcheon, & Medina (2018) dalam penelitian yang berjudul "*Social and emotional correlates of the fear of missing out*" meneliti faktor sosial dan emosional yang berkorelasi dengan *fear of missing out*. Subjek penelitian adalah mahasiswa dari universitas Georgia, Missouri, dan Washington. Metode penelitian dengan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *fear of missing out was positively correlated with social anxiety and negatively correlated with self-esteem*. Hal ini menunjukkan bahwa faktor emosional, seperti kecemasan sosial dan harga diri, memainkan peran penting dalam tingkat *fear of missing out* seseorang.

Berbeda dengan penelitian Browne et al. (2018) yang menyoroti peran faktor emosional seperti harga diri dan kecemasan sosial terhadap *fear of missing out*, penelitian ini akan lebih berfokus pada peran *need to Belong* dalam memprediksi *fear of missing out*. Selain itu, penelitian ini akan mempersempit ruang lingkup dengan mengkaji pengguna TikTok secara spesifik, bukan individu secara umum seperti dalam penelitian Browne et al. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan kontribusi unik dalam memahami bagaimana kebutuhan untuk merasa diterima dalam suatu kelompok *online* dapat memicu *fear of missing out* di platform TikTok.

DAFTAR PUSTAKA

- Agbaria, Q., Ronen, T., & Hamama, L. (2021). The link between developmental components and self-control among adolescents. *Child Indicators Research*, 14, 1995-2015.
- Agustina, L. (2020). Viralitas konten di media sosial. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 1(2), 149–160.
- Alabri, A. (2022). Fear of missing out (FOMO): The effects of the need to belong, perceived centrality, and fear of social exclusion. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2022(1), 4824256.
- 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.
- Alt, D. (2018). Students' wellbeing, fear of missing out, and social media engagement for leisure in higher education learning environments. *Current Psychology*, 37, 128-138.
- Andersan, J., & Darmapuspita, J. (2025). Pengaruh durasi penggunaan aplikasi TikTok terhadap meningkatnya perilaku fear of missing out. *Tarumanagara Medical Journal*, 7(1), 89-97.
- Andini Fahsyia, N. K. (2024). Fenomena fear of missing out (fomo) pada generasi z dalam mengikuti trend tiktok untuk memenuhi kebutuhan sosial.
- Aresti, N. G., Lukmantoro, T., & Ulfa, N. S. (2023). Pengaruh Tingkat Fear of Missing Out (FoMO) dan Tingkat Pengawasan Orang Tua terhadap Tingkat Kecanduan Penggunaan TikTok pada Remaja. *Interaksi o*, 11(3), 272284.
- Arianto, A. (2024). University students' self-presentation on Tiktok in the context of group communication. *Jurnal Studi Komunikasi*, 8(1), 151-162.
- Arjuna, B., Mulyadi, B. S., Asardan, M. H., Adristina, N., Sekarwangi, N., Ardana, R. A. Z., ... & Khaerani, S. (2024). Pengaruh Algoritma Rekomendasi terhadap Personalisasi Konten Digital di TikTok pada Mahasiswa Sistem Informasi UNNES. *Jurnal Potensial*, 3(1), 117-127.
- Arnett, J. J. (2000). *Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties*. *American Psychologist*, 55(5), 469–480.
- Arventine, C. V. (2021). Pemanfaatan Aplikasi TikTok pada Remaja di Madiun Sebagai Media Eksistensi Diri.
- Asyahidda, F. N., & Azis, A. (2024). Konformitas dan Penyimpangan: Perspektif Sosiologis tentang Pengalaman FoMO di Kalangan Generasi Z pada Media Sosial TikTok. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 11(2), 120-132.
- Azwar, S. (2013). *Penyusunan Skala Psikologi*. Pustaka Belajar
- Barry, C. T., Berbano, M. I., Anderson, A., & Levy, S. (2024). Psychology Tok: Use of TikTok, mood, and self-perception in a sample of college students. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 1-11.
- Barnes, C. D., Carvallo, M., Brown, R. P., & Osterman, L. (2010). Forgiveness and the need to belong. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36(9), 1148-1160.

- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497-529. <https://doi.org/10.1037/00332909.117.3.497>
- BBC News. (2024). *Why some countries are banning TikTok amid data-security fears*. Diakses pada tanggal 3 Juli 2025 dari <https://www.bbc.com/news/technology-63412326>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Chan, S. S., Van Solt, M., Cruz, R. E., Philp, M., Bahl, S., Serin, N., ... & Canbulut, M. (2022). Social media and mindfulness: From the fear of missing out (FoMO) to the joy of missing out (JOMO). *Journal of Consumer Affairs*, 56(3), 1312-1331.
- Chen, M. H., Agrawal, S., Lin, S. M., & Liang, W. L. (2023). Learning communities, social media, and learning performance: Transactive memory system perspective. *Computers & Education*, 203, 104845.
- Coetzee, M., Ferreira, N., & Potgieter, I. L. (2015). Assessing employability capacities and career adaptability in a sample of human resource professionals. *SA Journal of Human Resource Management*, 13(1), 1-9.
- Darmayanti, D. P., Arifin, I., & Inayah, M. (2023). FoMO: Kecemasan Digital di Kalangan Pengguna TikTok. *Emik*, 6(2), 198-215.
- DataReportal. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. Diakses pada tanggal 7 Juli 2025 dari <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Dogan, V. (2019). Why do people experience the fear of missing out (FoMO)? Exposing the link between the self and the FoMO through self-construal. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 50(4), 524-538.
- Elhai, J. D., Levine, J. C., Dvorak, R. D., & Hall, B. J. (2016). 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>
- Franchina, V., Vanden Abeele, M., Van Rooij, A. J., Lo Coco, G., & De Marez, L. (2018). Fear of missing out as a predictor of problematic social media use and phubbing behavior among Flemish adolescents. *International journal of environmental research and public health*, 15(10), 2319.
- Gori, A., Topino, E., & Griffiths, M. D. (2023). The associations between attachment, self-esteem, fear of missing out, daily time expenditure, and problematic social media use: A path analysis model. *Addictive Behaviors*, 141, 107633.
- Herdani, K. P., & Ratnasari, I. (2021). Pengaruh Budaya dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Tiktok di Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 1-14.
- Holte, A. J., Nixon, A., & Cooper, J. (2024). Attachment anxiety mediates the relationship of need to belong and Fear of Missing Out (FoMO). *Discover Psychology*, 4(1), 1-13.

- Karizat, N., Delmonaco, D., Eslami, M., & Andalibi, N. (2021). Algorithmic folk theories and identity: How TikTok users co-produce knowledge of identity and engage in algorithmic resistance. *Proceedings of the ACM on human-computer interaction*, 5(CSCW2), 1-44.
- Koessmeier, C., & Büttner, O. B. (2021). Why Are We Distracted by Social Media? Distraction Situations and Strategies, Reasons for Distraction, and Individual Differences. *Frontiers in Psychology*, 12, 711416. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.711416>
- Kusaini, U. N., Wulandari, L., Guk, R. R. G., Cahya, B. D. I., Fitriana, D., Regilsa, M., ... & Ferdiansyah, M. (2024). Perilaku Fear Of Missing Out (Fomo) Pada Mahasiswa Pengguna Tiktok. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 5104-5114.
- L. E., & Medina, A. M. (2018). Social and emotional correlates of the fear of missing out. *North American Journal of Psychology*, 20(2).
- Leary, M. R. (2013). Need to belong scale. *Journal of Personality Assessment*.
- Leary, M. R., Kelly, K. M., Cottrell, C. A., & Schreindorfer, L. S. (2013). Construct validity of the Need to Belong Scale: Mapping the nomological network. *Journal of Personality Assessment*, 95(6), 610-624.
- Leibovich, N. B., Schmidt, V. I., & Calero, A. D. (2018). The Need to Belong (NB) in Adolescence: Adaptation of a scale for its assessment. *Psychology and Behavioral Science International Journal*, 8(5), 1-7.
- Mandas, A. L., & Silfiah, K. (2022). Social self-esteem dan fear of missing out pada Generasi Z pengguna media sosial. *Jurnal Sinestesia*, 12(1), 19-27.
- Manek, T. A., & Virlia, S. (2025). The Impact of FoMO and TikTok Addiction Among Emerging Adults in Indonesia: A Social Psychological Analysis. *IJIP: Indonesian Journal of Islamic Psychology*, 7(1), 1-21.
- Marta, N. H., & Erdiansyah, R. (n.d.). *Optimalisasi fitur TikTok dan implikasinya pada personal branding*.
- McBride, M. (2021). The Fear of Missing Out Phenomenon and Belongingness in Secondary Students.
- Moore, K., & Craciun, G. (2021). Fear of missing out and personality as predictors of social networking sites usage: The Instagram case. *Psychological Reports*, 124(4), 1761-1787.
- Muharam, G. M., Sulistiya, D., Sari, N., Fahmy, Z., & Zikrinawati, K. (2023). Experimental Student Experiences The Effect of Fear of Missing Out (FoMO) and Peer Conformity on Impulsive Buying in Semarang City Students (Study on TikTok Shop Consumers). *Jurnal Sunan Doe*, 1(8), 2985–3877. <https://doi.org/10.58330/ese.v1i8.277>
- Nichols, A. L., & Webster, G. D. (2013). The single-item need to belong scale. *Personality and Individual Differences*, 55(2), 189-192.
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage.
- Onyeaka, H. K., Muoghalu, C., Baiden, P., Okine, L., Szlyk, H. S., Peoples, J. E., ... & Torous, J. (2022). Excessive screen time behaviors and cognitive difficulties among adolescents in the United States: Results from the 2017

- and 2019 National Youth Risk Behavior Survey. *Psychiatry Research*, 316, 114740.
- Öztürk, H., Gençoğlu, İ., & Kırkgöz, F. (2020). The Relationship between type of social media usage and depression with fear of missing out. *Koç University Undergraduate Psychology Journal*, 9, 1-10.
- Pittman, M., & Reich, B. (2016). Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in human behavior*, 62, 155-167.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848.
- Purwanto, A. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Fear Of Missing Out (Fomo) di Kalangan Siswa Sma Negeri 1 Wajo. *Precise Journal of Economic*, 3(1), 105-111.
- Putri, N., & Utami, R. H. (2023). Pengaruh Need to Belong Terhadap Fear of Missing Out Pada Remaja Akhir. *CAUSALITA: Journal of Psychology*, 1(2), 94-101.
- Ramsden, E., & Talbot, C. V. (2024). The role of TikTok in students' health and wellbeing. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-23.
- Ramzi, M., Auliarahman, T., Andi, M., & Salat, J. (2024). Dampak Positif & Negatif Dalam Penggunaan Aplikasi TikTok Dikalangan Masyarakat. *Jurnal TEKSAGRO*, 5(1), 12-17.
- Reer, F., Elhai, J. D., & Aboujaoude, E. (2020). Combating Fear of Missing Out (FoMO) on Social Media: The FoMO-R Method. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(17), 6128. <https://doi.org/10.3390/ijerph17176128>
- Republika. (2024). *Riset: TikTok Jadi Platform Media Sosial Paling Populer 2024*. Diakses pada tanggal 20 Februari 2025 dari <https://republika.co.id/berita//spay24430/riset-tiktok-jadi-platform-mediasosial-paling-populer-2024-part2>
- Rohmatika, L. (2022). Hubungan antara need to belong dengan presentasi diri daring pada remaja pengguna instagram di SMP Al Azhar Syifa Budi Solo.2.
- Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J. D., & Montag, C. (2021). Individual differences in Fear of Missing Out (FoMO): Age, gender, and the Big Five personality trait domains, facets, and items. *Personality and Individual Differences*, 171, 110546.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2017). *Self-Determination Theory*. New York: The Guilford Press.
- Scheinfeld, E., & Voorhees, H. L. (2022). How social media, FoMO, and isolation influence our perceptions of others who “break the rules”. *Social Media + Society*, 8(2). <https://doi.org/10.1177/20563051221103841>
- Scherr, S., & Wang, K. (2021). Explaining the success of social media with gratification niches: Motivations behind daytime, nighttime, and use of TikTok in China. *Computers in Human Behavior*, 124, 106893. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106893>

- Shahin, M. O., Mecdad, Y. A., Afifi, D. Y., & Ayoub, D. R. (2022). Problematic Internet Use and Fear of Missing Out (FoMO) Association among Adult Patients with Anxiety Disorders and Obsessive-Compulsive Disorder: An Exploratory Research. *Clinical Schizophrenia & Related Psychoses*, 16.
- Shodiq, F., Kosasih, E., & Maslihah, S. (2020). Need to belong dan fear of missing out mahasiswa pengguna media sosial Instagram. *Jurnal Psikologi Insight*, 4(1), 53-62.
- Sites, U. S. N. (2020). Peran harga diri terhadap fear of missing out pada remaja pengguna situs jejaring sosial. *Jurnal psikologi teori dan terapan*, 10(2), 127138.
- Stamenković, I., & Mitrović, M. (2023). The motivation for using the social media platform tiktok from the perspective of the uses and gratifications theory. *Media studies and applied ethics*, 4(2), 9-23.
- Statista. (2024). *Number of monthly unique TikTok users*. Diakses pada tanggal 24 Februari 2025 dari <https://www.statista.com/statistics/1299807/number-ofmonthly-unique-tiktok-users/>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. CV Alfabeta : Bandung
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. CV Alfabeta : Bandung.
- Tamonob, M. M., Wutun, M., & Swan, M. V. P. (2023). Aplikasi Tiktok Dan Perilaku Candu Remaja. *Deliberatio: Jurnal Mahasiswa Komunikasi*, 3(2), 251-264.
- TikTok. (2025). *Terms of service and community guidelines*. Diakses pada tanggal 5 Juli 2025 dari <https://www.tiktok.com/legal/terms-of-service?>
- TikTok for Business. (n.d.). *Top tips for SMBs*. TikTok. Retrieved from https://ads.tiktok.com/business/library/Top_Tips_SMB_ID.pdf
- Tresnawati, F. R. (2016). Hubungan antara the big five personality traits dengan fear of missing out about social media pada mahasiswa. *Intuisi: Jurnal Psikologi Ilmiah*, 8(3), 179-185.
- Triyono, T., & Isnaini, L. A. (2021). Hubungan Antara Kebutuhan Afiliasi Dengan Fear of Missing Out (FoMO) Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram. *ANFUSINA: Journal of Psychology*, 4(1), 43-58.
- Vadincha, A. L., & Arumi, M. S. (2024). Hubungan Antara Self-Control dengan Fear of Missing Out (FoMO) Pada Penggunaan Media Sosial TikTok. *Liberosis: Jurnal Psikologi dan Bimbingan Konseling*, 2(3), 81-90.
- Widhiarso, W. (2010). Catatan pada uji linieritas hubungan. Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada.
- Widhiarso, W., & UGM, F. P. (2012). Tanya jawab tentang uji normalitas. Fakultas Psikologi UGM, 1-5.
- Rollero, C., Daniele, A., & Tartaglia, S. (2019). Do men post and women view? The role of gender, personality and emotions in online social activity. *Cyberpsychology*, 13(1), 1-15.
- Yang, Y. (2023). Reasons for teenagers' habitual use of social media: a case study of tiktok. In SHS Web of Conferences (Vol. 155, p. 02006). EDP Sciences.

- Yang, Y., Xu, J., Land, L. P. W., Yang, S., & Chesney, T. (2024). Exploring active and passive interactions in social networking services: a psychological needs perspective. *Information Technology & People*, 37(5), 1918-1949.
- Yin, L., Wang, P., Nie, J., Guo, J., Feng, J., & Lei, L. (2021). Social networking sites addiction and FoMO: The mediating role of envy and the moderating role of need to belong. *Current Psychology*, 40, 3879-3887.
- Zhang, W., He, L., Chen, Y., & Gao, X. (2024). The relationship between Big Five personality traits and fear of missing out: A meta-analysis. *Personality and Individual Differences*, 230, 112788.
- Zhang, Z., Jiménez, F. R., & Cicala, J. E. (2020). Fear of missing out scale: A selfconcept perspective. *Psychology & Marketing*, 37(11), 1619-1634.
- Zuo, H., & Wang, T. (2019). Analysis of Tik Tok user behavior from the perspective of popular culture. *Frontiers in Art Research*, 1(3), 1-5.