

Dampak Penggunaan Fitur For You Page (FYP) Tiktok Pada Perilaku Fear Of Missing Out (FoMO) Dikalangan Remaja Di Kota Gorontalo

Padli Polone¹, Sukarman Kamuli², Ariyanto Nggilu³

^{1,2,3}Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Gorontalo

Corresponding Author: fadlipolone630@gmail.com

Published: Agust , 2025

ABSTRAK

Media sosial telah mengubah cara remaja mengakses informasi, salah satunya melalui TikTok dengan fitur For You Page (FYP) yang menampilkan konten sesuai minat pengguna. Fitur ini dinilai berpengaruh terhadap munculnya Fear of Missing Out (FOMO), yaitu rasa takut tertinggal dari tren atau aktivitas orang lain. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam terhadap remaja pengguna TikTok di Kota Gorontalo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan FYP secara intensif dapat memicu FOMO, mendorong remaja untuk selalu mengikuti tren dan mencari validasi sosial. Dampaknya bervariasi tergantung durasi penggunaan, kepribadian, dan lingkungan sosial. Penelitian ini diharapkan menjadi acuan untuk mendorong penggunaan media sosial yang bijak di kalangan remaja.

Kata Kunci: TikTok, FYP, FOMO, Remaja, Media Sosial

ABSTRACT

Social media has changed the way teenagers access information, one example being TikTok's For You Page (FYP) feature, which displays content tailored to users' interests. This feature is thought to contribute to the emergence of Fear of Missing Out (FOMO), the fear of being left behind by trends or other people's activities. This study used a qualitative approach with in-depth interviews with teenage TikTok users in Gorontalo City. The results indicate that intensive FYP use can trigger FOMO, encouraging teenagers to constantly follow trends and seek social validation. The impact varies depending on the duration of use, personality, and social environment. This study is expected to serve as a reference to encourage wise social media use among teenagers.

Keywords: TikTok, FYP, FOMO, Teenagers, Social Media

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman telah membawa berbagai macam perubahan didalam kehidupan manusia. Ada berbagai macam aspek yang mempengaruhi perkembangan zaman diantaranya adalah revolusi industri, Globalisasi, Sosial Budaya dan juga kebutuhan manusia untuk terus berusaha mencari kemudahan dalam berinteraksi sosial. Salah satu bentuk nyata yang dapat dilihat dari perkembangan zaman adalah dengan mudahnya setiap orang mengakses informasi dan berkomunikasi melalui media sosial. Saat ini, media sosial telah menjadi salah satu kebutuhan manusia untuk mempermudah kehidupan, baik dalam kehidupan sosial maupun kehidupan pribadi.

Menurut (Ayub & Sulaeman, 2022) menjelaskan bahwa kehadiran media sosial merupakan hasil dari perpaduan kemajuan teknologi dan kebutuhan manusia terhadap arus komunikasi untuk membangun dan menciptakan jejaring sosial sehingga dapat membentuk relasi dalam hubungan sosial. Media sosial telah berkembang menjadi salah satu kebutuhan manusia, sebagai platform yang menjadi tempat untuk mendapatkan informasi, berbagai macam jenis media sosial hadir untuk menjawab kebutuhan setiap manusia. Misalnya adalah kebutuhan manusia untuk memperoleh dan berbagi informasi maka dihadirkan media sosial yang berfokus pada akses informasi. Ada juga media sosial yang berfokus untuk berinteraksi secara instant dengan orang lain.

Hadirnya berbagai macam media sosial untuk memungkinkan orang-orang makin mudah untuk memperoleh informasi. Salah satu media sosial yang saat ini menjadi platform besar yang menyediakan fitur untuk orang-orang saling berbagi informasi dan juga saling berkomunikasi ialah TikTok. TikTok merupakan sebuah platform media sosial yang saat ini menjadi salah satu media yang banyak digunakan oleh banyak orang untuk menyebarkan informasi, mencari informasi dan juga saling berinteraksi. TikTok sendiri berupa aplikasi yang memungkinkan seseorang untuk membuat video pendek dan kemudian bisa dibagikan yang nantinya video tersebut akan disebarluaskan melalui beranda pengguna atau yang biasa disebut sebagai For You Page (FYP). Menurut (Fitri et al., 2021) menjelaskan bahwa TikTok adalah sebuah platform media sosial dimana seseorang dapat membagikan video dengan durasi pendek yang berisi informasi atau tren terkini dan dapat dilihat secara umum oleh pengguna media sosial TikTok.

TikTok sendiri pada awalnya dirilis pada tahun 2016 oleh perusahaan ByteDance yang fokus pasarnya di Negara Tiongkok, akan tetapi pada tahun 2017 TikTok kemudian bisa diakses secara Internasional. Tidak membutuhkan waktu lama aplikasi media sosial ini mendapat banyak pengguna di seluruh dunia dan menjadi salah satu media sosial terpopuler. (Azizah et al., 2021) menjelaskan bahwa TikTok telah menjadi tren dunia sejak diluncurkan, pada tahun 2020 TikTok telah mendapat lebih dari 1 miliar pengguna di berbagai belahan dunia.

Di Indonesia sendiri TikTok merupakan media sosial yang paling digemari. Hal ini dikarenakan karakter masyarakat Indonesia yang dikenal sebagai masyarakat sosial. TikTok yang merupakan platform media sosial dimana seseorang dengan cara bebas berselancar untuk memperoleh kebutuhan informasi dan juga interaksi sosial, sehingga sangat sesuai dengan karakter masyarakat Indonesia yang menyebabkan aplikasi media sosial ini mendapat banyak pengguna di Indonesia. Hal ini selaras seperti yang dijelaskan oleh (Ferira, 2022) bahwa TikTok menjadi representatif masyarakat Indonesia yang merupakan masyarakat sosial yang suka berbagi dan juga menyalurkan hobi sebagai tontonan umum atau lebih condong ke arah narsis.

TikTok telah menjadi platform besar media sosial yang digunakan oleh banyak orang saat ini, sama seperti media sosial lainnya, terlepas dari media yang dapat memberikan informasi dan alat komunikasi, TikTok memiliki peran yang cukup besar dalam mempengaruhi berbagai aspek

kehidupan manusia seperti aspek sosial, budaya dan kebiasaan. Dengan adanya para influencer atau yang sering disebut sebagai artis TikTok, yakni orang-orang yang membuat konten dengan berbagai macam tren lifestyle yang membuat para pengguna tiktok ikut terbawa arus atau terpengaruh dengan apa yang ditampilkan oleh influencer tersebut terutama bagi para remaja. Hal ini sesuai pendapat (Mahdia, 2018) bahwa Influencer memiliki kekuasaan mempengaruhi remaja melalui tontonan yang mereka tampilkan sehingga membuat remaja menjadi kagum dan menjadikan mereka sebagai teladan.

Keadaan seperti ini tentu saja tidak selamanya baik, dengan hadirnya Tiktok sebagai media sosial yang dapat memberikan pengaruh terhadap kebiasaan dan karakter masyarakat akan menyebabkan masalah tersendiri bagi penggunanya termasuk masalah di kalangan remaja. Fase remaja yang merupakan keadaan dimana seseorang berada pada tahap pencarian jati diri dimana mereka akan mencoba untuk memahami siapa mereka sebenarnya dan dimana mereka berada dalam masyarakat. Masa remaja adalah periode perkembangan yang kritis dimana mereka mulai mengeksplorasi identitas mereka sendiri melalui pengalaman, hubungan sosial dan berbagai peran serta perilaku. (Listiyandini et al., 2021) menjelaskan bahwa Remaja dalam tahap perkembangannya membutuhkan adanya pengetahuan mengenai diri mereka sendiri, yang meliputi pemahaman bagaimana diri mereka serta kekuatan karakter yang dimilikinya dan upaya mereka dalam mengoptimalkan dan memaksimalkannya. Dalam keadaan ini, remaja biasanya menggunakan platform media sosial untuk menjawab kebutuhan informasi mereka dan salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh remaja adalah TikTok.

Pengguna internet di Indonesia termasuk tiktok didalamnya terus mengalami kenaikan, berdasarkan data APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada 2024 lebih dari 220 juta orang di Indonesia merupakan pengguna internet aktif. angka tersebut mewakili lebih dari 70% populasi Indonesia. Lebih lanjut pengguna media sosial aktif di Indonesia yang diterbitkan oleh Datareportal.com pada laporan “Digital 2024 Indonesia” menunjukkan angka 167 juta atau 60,4% dari total populasi masyarakat Indonesia. Menurut data komdigi (Kementrian Komunikasi Dan Digital) pengguna aktif internet oleh remaja yang didalamnya termasuk media sosial mencapai 79,5 persen. Hal ini memberikan gambaran mengenai penggunaan media sosial seperti TikTok dimasyarakat termasuk remaja sudah menjadi bagian yang sulit untuk dipisahkan.

Remaja pengguna TikTok di Indonesia cukup banyak, hal ini tidak lepas dari aplikasi tiktok sendiri yang menjadi wadah untuk kalangan remaja mencari dan mendapatkan informasi sesuai dengan kebutuhan yang mereka perlukan. Selain itu, tingkat kecenderungan ingin tahu dikalangan remaja sangat tinggi, sehingga banyak remaja yang menjadikan tiktok sebagai tempat atau wadah untuk menjawab rasa keingintahuan mereka. TikTok menjadi sumber informasi tentang berbagai topik, mulai dari berita aktual hingga tren gaya hidup mulai dari musik, fashion, seni dan banyak lagi. Remaja dapat menemukan konten edukatif dan informatif melalui TikTok, yang membantu mereka

untuk mendapatkan pengetahuan baru dan memahami situasi yang sedang terjadi disekitar mereka atau bahkan yang sedang terjadi di dunia.

Banyaknya informasi yang dapat diakses oleh remaja melalui TikTok tanpa ada batasan yang ada, akan menyebabkan pengaruh buruk baik secara kebiasaan dan juga perilaku. Banyaknya konten yang tersedia di TikTok tidak semuanya memberikan edukasi atau informasi yang baik, sebaliknya ada banyak konten di TikTok yang mengarah pada perilaku buruk seperti konten yang menampilkan gaya hidup berlebihan atau konten yang bahkan berpotensi mempengaruhi seseorang untuk melakukan atau bertindak yang tidak sejalan dengan norma – norma baik secara pribadi maupun didalam kehidupan sosial. Konsumsi konten TikTok yang tidak tepat akan berdampak pada perilaku tidak sehat bagi remaja, mereka akan terpengaruh dan mengikuti apa saja yang mereka lihat pada konten TikTok. Hal ini didukung oleh pendapat (Khansa & Putri, 2022) yang menjelaskan bahwa meskipun TikTok terlihat memiliki manfaat dan pelajaran, namun kenyatannya penggunaan TikTok secara berlebihan dapat membawa pengaruh buruk bagi seseorang terutama bagi remaja yang masih labil dalam memuaskan keinginan mereka sendiri.

Salah satu perilaku atau kebiasaan buruk yang dapat terjadi akibat terlalu sering mengonsumsi konten TikTok adalah terciptanya perilaku Fear Of Missing Out (FoMO). FOMO, atau "Fear of Missing Out" adalah istilah yang merujuk pada rasa takut atau kekhawatiran seseorang akan melewatkan sesuatu yang menarik atau penting yang sedang terjadi atau dialami oleh orang lain. Istilah ini sering kali digunakan dalam konteks media sosial dan kehidupan digital, di mana orang sering membagikan momen-momen positif atau prestasi mereka. FoMO merujuk pada keadaan seseorang yang selalu merasa tertinggal dengan apa yang sedang menjadi trend di media sosial. Kekhawatiran ini yang kemudian menjadikan seseorang untuk terus update dan banyak meluangkan waktunya untuk berselancar di media sosial dengan tujuan tidak akan ketinggalan informasi atau trend yang sedang berlangsung. Secara umum, individu yang mengalami FoMO sering kali merasa cemas karena khawatir akan ketinggalan informasi terbaru atau merasa gelisah jika tidak terhubung atau mengikuti tren yang sedang berlangsung di dunia maya. (Akbar et al., 2019).

Salah satu faktor penting yang harus disadari adalah bahwasanya konsumsi media sosial secara berlebihan dikalangan remaja akan menimbulkan keadaan dimana seseorang remaja akan terus merasa haus terhadap tren yang sedang terjadi. Media sosial memainkan peran krusial dalam membentuk perilaku FoMO (Fear of Missing Out) bagi remaja, yaitu kecemasan akan ketinggalan momen-momen penting atau menarik dalam kehidupan. Dengan kurasi kehidupan terbaik yang dipamerkan oleh pengguna, seperti gaya hidup atau kehidupan sehari-hari yang dipamerkan di media sosial. (Akbar et al., 2019) berpendapat bahwa Media sosial telah menjadi salah satu faktor utama yang memicu sensasi FoMO, Individu merasakan emosi negatif seperti iri dan cemburu terhadap postingan dan kehidupan orang lain yang mereka lihat di platform-platform tersebut.

Dikalangan remaja penggunaan media sosial terutama TikTok menjadi salah satu pemicu terciptanya perilaku Fear Of Missing Out. Remaja yang sering menggunakan TikTok cenderung rentan terhadap perilaku FoMO karena platform ini memungkinkan konten viral dan tren berkembang dengan cepat. Seorang remaja yang terus melihat konten TikTok akan berpotensi besar berpiraaalku FoMO dengan mengikuti apa saja yang mereka lihat di TikTok. Ketika melihat video-videonya, mereka dapat merasa takut ketinggalan konten atau tren terbaru yang sedang mendapat perhatian di TikTok. Hal ini dapat meningkatkan kecemasan dan gelisah mereka jika mereka merasa tidak mampu mengikuti atau menangkap tren tersebut.

Permasalahan yang ditimbulkan oleh perilaku fear of missing out (FoMO) yang tumbuh akibat penggunaan TikTok pada remaja diantaranya mencakup masalah sosial, ekonomi hingga akademik. Pada ranah sosial, implikasinya dapat berupa dorongan untuk terus mengikuti tren yang sedang terjadi sehingga menyebabkan persaingan tidak sehat diantara remaja dan bisa memicu konflik sosial. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh (Kristiani et al., 2019) bahwa media sosial dapat membawa perubahan perilaku sosial pada remaja seperti meningkatnya perilaku suka pamer dan persaingan diantara remaja. Selain itu, pada ranah ekonomi implikasi yang terjadi akibat perilaku Fear Of Missing Out (FoMO) dapat mendorong remaja untuk membeli barang atau layanan tertentu yang tidak terlalu dibutuhkan demi untuk mengikuti tren. Menurut (Hunaifi et al., 2024) media sosial dapat mendorong remaja untuk membeli barang yang sebenarnya tidak diperlukan namun hanya untuk mencapai standar yang mereka lihat di media sosial, lebih lanjut ia juga berpendapat bahwa remaja yang sepenuhnya belum dapat mengatur pengeluaran akan sangat rentan terhadap perilaku konsumtif. Selanjutnya implikasi pada ranah akademik mengakibatkan berkurangnya aktivitas produktif belajar karena adanya keinginan untuk terus online sehingga para remaja yang pada umumnya adalah pelajar menghabiskan banyak waktu di media sosial yang merupakan bagian dari ketidakinginan mereka untuk tertinggal hal – hal yang sedang terjadi di media sosial dan keadaan ini akan mempengaruhi waktu tidur bahkan waktu belajar mereka sehingga akan berpengaruh pada prestasi akademik. Menurut (Nadiva Putri Ananda, 2024) seringnya penggunaan media sosial oleh siswa menyebabkan berkurangnya waktu belajar, ia juga berpendapat bahwa hal ini menyebabkan siswa mengalami penurunan prestasi akademik dan kurangnya pertumbuhan pribadi.

Adanya perilaku Fear Of Missing Out dikalangan remaja yang sebagian besar diakibatkan oleh Tikok sebagai media sosial yang sering dikonsumsi oleh remaja akan menimbulkan masalah moralitas dalam kehidupan sosial maupun pribadi. Misalnya adalah kurangnya interaksi sosial secara langsung dikarenakan kehidupan sehari-hari mereka digunakan hanya untuk melihat dan mengikuti trend yang ada di Tikok, hal ini tentu saja akan berdampak buruk bagi remaja salah satunya adalah kemampuan komunikasi sosial mereka dengan lingkungan tidak akan terjalin dengan baik. Selain itu, masalah lain yang dapat ditimbulkan oleh perilaku Fear Of Missing Out ini adalah akan menciptakan rasa tidak percaya diri bagi remaja apabila mereka tidak dapat mengikuti gaya atau trend yang

sedang terjadi di media sosial termasuk TikTok. Rasa kurang percaya diri inilah yang akan membatasi para remaja dalam mengekspresikan diri mereka ke dalam kedai sosial. (Syauqii, 2022) mengungkapkan bahwa Foto atau video yang diposting di media sosial dapat memicu perasaan tidak percaya diri, Tidak hanya tentang penampilan, tetapi juga tentang prestasi, postingan semacam itu bisa membuat seseorang merasa kurang percaya diri tentang kemampuan mereka sendiri.

Fenomena Fear Of Missing Out (FoMO) yang saat ini cukup banyak terjadi pada anak remaja menyebabkan permasalahan yang cukup krusial. Di era media sosial, FoMO sering kali dipicu oleh kebutuhan untuk selalu online agar tidak melewatkan postingan, cerita, atau tren terbaru di platform seperti TikTok. TikTok menjadi salah satu media sosial yang sering diakses oleh remaja memiliki peran dalam pembentukan sikap FoMO melalui video yang muncul di halaman beranda (FYP). Bentuk perilaku FoMO (Fear of Missing Out) dapat ditemukan dalam berbagai tren yang berkembang di lingkungan sosial. Salah satu contohnya adalah maraknya tren Dalgona Coffee pada tahun 2020, yang dengan cepat diikuti oleh masyarakat Indonesia. Selain itu, pada tahun 2023, tren baju berwarna hijau sage juga meningkatkan fenomena FOMO di kalangan masyarakat Indonesia, termasuk pada kalangan remaja di Kota Gorontalo. Hingga tahun 2024, tren Cromboloni terus membuat orang merasa tidak ingin ketinggalan tren terbaru, menunjukkan bagaimana FOMO terus berkembang di tengah masyarakat. Selain itu, permasalahan nyata yang terjadi pada remaja di Kota Gorontalo adalah kecenderungan untuk mengikuti tren rokok elektrik yang setiap tahun terus berkembang. Fenomena ini merupakan hasil dari perasaan FoMO (Fear of Missing Out) yang dipicu oleh tren yang sering muncul di For You Page (FYP) TikTok. Melalui platform ini, masyarakat sosial terutama remaja dengan mudah terpengaruh oleh konten-konten yang menampilkan tren terbaru sebagai sesuatu yang keren atau populer, sehingga mereka merasa terdorong untuk ikut mencoba agar tidak merasa tertinggal atau tidak "gaul". Untuk melihat keadaan ini lebih dalam, peneliti merasa perlu untuk menelaah dan mengetahui secara mendalam mengenai peran for you page (FYP) TikTok terhadap perilaku Fear Of Missing Out (FoMO). Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan riset tentang “Dampak Penggunaan Fitur For You Page (FYP) Tiktok Pada Perilaku Fear Of Missing Out (Fomo) Dikalangan Remaja Di Kota Gorontalo”.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan dalam latar belakang, diketahui bahwa remaja saat ini banyak yang terpapar fenomena perilaku Fear of Missing Out (FoMO), yaitu perasaan cemas atau takut tertinggal terhadap informasi atau tren yang sedang berlangsung, yang salah satunya dipengaruhi oleh fitur For You Page (FYP) di aplikasi TikTok. FYP TikTok menampilkan berbagai konten menarik dan viral yang secara tidak langsung mendorong remaja untuk terus aktif mengikuti perkembangan tren agar tidak merasa tertinggal dari teman sebaya atau lingkungan sosialnya. Oleh karena itu, untuk memahami secara mendalam mengenai bagaimana

fenomena ini terjadi dan memengaruhi perilaku remaja, pendekatan yang paling tepat digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Menurut (Djam'an Satori, 2011: 23) dalam (Hanyfah et al., 2022), pendekatan kualitatif deskriptif merupakan metode penelitian yang mengolah data secara deskriptif, dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, sehingga mampu menggambarkan secara menyeluruh dan mendalam realitas sosial yang terjadi di lapangan, khususnya terkait perilaku FoMO pada remaja akibat penggunaan media sosial seperti TikTok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keterkaitan For You Page (FYP) TikTok terhadap perilaku Fear Of Missing Out (FoMO) dikalangan remaja di Kota Gorontalo

a. Frekuensi dan motivasi penggunaan TikTok

Frekuensi merupakan ukuran yang digunakan untuk menunjukkan seberapa sering suatu peristiwa terjadi dalam rentang waktu tertentu. Frekuensi dalam konteks penggunaan media sosial TikTok merujuk pada seberapa sering seseorang mengakses dan berinteraksi dengan platform TikTok pada periode waktu tertentu, misalnya dalam satu hari atau dalam satu minggu. Menurut (Kartikasari et al., 2023) Frekuensi penggunaan media sosial merujuk pada durasi waktu yang dihabiskan seseorang dalam mengaksesnya selama periode tertentu.

Berdasarkan hasil penelitian diatas didapatkan bahwa waktu yang digunakan oleh remaja di Kota Gorontalo dalam mengakses TikTok berkisar 5 – 6 jam dalam sehari. Hasil penelitian ini berdasarkan temuan melalui wawancara yang dilakukan dengan beberapa remaja yang ada di Kota Gorontalo. Waktu yang dihabiskan mereka dalam mengakses TikTok dilakukan setelah pulang sekolah oleh remaja yang sedang berada ditingkatan sekolah menengah atas dan biasanya dilakukan pada saat malam hari. Selain itu, bagi remaja akhir yakni yang sedang berada pada tingkatan mahasiswa/mahasiswi waktu yang digunakan untuk mengakses TikTok adalah ketika mereka memiliki waktu luang.

Motivasi adalah dorongan atau energi yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu demi mencapai tujuan tertentu. Motivasi bisa berasal dari dalam diri sendiri seperti keinginan untuk berkembang atau rasa puas setelah menyelesaikan sesuatu, maupun dari luar seperti penghargaan, pujian, atau tekanan sosial. Motivasi menurut (Siregar, 2020) adalah dorongan yang timbul dalam diri manusia, baik secara sadar maupun tidak sadar, untuk melakukan sesuatu yang berhubungan dengan tujuan tertentu. Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa remaja di Kota Gorontalo termotivasi untuk menggunakan TikTok didorong oleh beberapa alasan. Alasan utama adalah kebutuhan terhadap media sosial, adanya media sosial pada kehidupan masyarakat termasuk remaja sebagai alat komunikasi, mendapatkan informasi, dan berinteraksi serta mengekspresikan diri. Selain itu, perkembangan zaman juga menjadi alasan mengapa remaja termotivasi untuk menggunakan TikTok,

hal ini tidak lepas dari TikTok yang merupakan media sosial populer saat ini serta dengan banyaknya trend yang dihasilkan dari media sosial ini menjadikan TikTok tidak terpisahkan dari kehidupan remaja.

Selain itu melalui temuan diatas, alasan mengapa remaja memiliki motivasi yang kuat untuk menggunakan TikTok adalah sebagai sarana hiburan untuk diri mereka. Konten yang ditampilkan pada FYP TikTok memiliki banyak variasi dan dengan adanya fitur personalisasi algoritma pada TikTok yang menyesuaikan konten sesuai minat pengguna juga membuat pengalaman menggunakan TikTok semakin menarik dan membuat remaja terus kembali ke platform tersebut. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori konstruksi sosial oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann (1966), yang menyatakan bahwa realitas dibentuk melalui interaksi sosial dan proses interpretasi yang terus-menerus. Dalam konteks ini, apa yang dianggap menghibur, menarik, dan relevan oleh remaja tidak lepas dari konstruksi sosial yang terbentuk melalui pengalaman mereka di media digital, khususnya TikTok. Dengan kata lain, preferensi hiburan dan perilaku penggunaan aplikasi tersebut dibentuk oleh lingkungan sosial digital yang terus mereka konsumsi dan internalisasi sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari.

b. Relevansi Sosial Pada Trend FYP TikTok

Relevansi merupakan segala sesuatu yang memiliki hubungan dan saling berkaitan. Menurut (Putri et al., 2023) Relevansi dalam bahasa merujuk pada keterkaitan, kemiripan, atau kesesuaian. Sesuatu yang dianggap relevan berarti memiliki hubungan atau kecocokan dengan hal lainnya. Relevansi sosial merupakan fenomena ketika individu merasa terdorong untuk mengikuti tren yang sedang berkembang, seperti tren di FYP TikTok, hal ini mencerminkan adanya kebutuhan untuk mempertahankan keberadaan diri dalam masyarakat digital. Dalam konteks ini, relevansi sosial merujuk pada sejauh mana seseorang merasa dirinya terhubung, diterima, dan diakui keberadaannya oleh lingkungan sosialnya.

Media sosial menciptakan ruang interaksi yang menuntut eksistensi dan keterlibatan aktif, oleh karena itu, mengikuti tren menjadi salah satu strategi yang digunakan individu untuk menunjukkan bahwa dirinya adalah bagian dari arus utama budaya populer. Keinginan untuk tidak terlihat "kudet" (kurang update) atau ketinggalan zaman menjadi bentuk tekanan sosial yang bersifat implisit namun kuat bagi masyarakat di zaman modern termasuk remaja, salah satu bentuk untuk mempertahankan keberadaan di tengah masyarakat dan agar tetap terus dianggap relevan adalah dengan mengikuti trend yang sedang berjalan. Pengguna TikTok memiliki beberapa karakteristik utama yang menjelaskan mengapa fenomena ini begitu kuat di kalangan mereka:

1 Didominasi oleh generasi muda

Pengguna aktif TikTok sebagian besar adalah remaja dan dewasa muda yang sedang dalam masa pencarian identitas dan membutuhkan pengakuan sosial.

2 Mudah mengalami FOMO (fear of missing out)

Mereka cenderung takut tertinggal informasi atau tren yang sedang ramai, sehingga merasa terdorong untuk selalu terhubung.

3 Interaktif dan partisipatif

Remaja tidak hanya menonton, tapi juga terlibat langsung dalam membuat konten dan mengikuti challenge

4 Mudah terpengaruh oleh tren dan influencer

Keberadaan FYP dan algoritma TikTok membuat mereka sangat terbuka terhadap tren baru dan konten viral.

5 Punya dorongan untuk eksistensi dan validasi sosial

Mereka ingin menunjukkan bahwa mereka "ikut arus", dikenal, dan dianggap ada oleh lingkungannya.

Banyak remaja merasa perlu untuk tetap mengetahui apa yang sedang ramai diperbincangkan atau dilakukan oleh orang lain di media sosial. Hal ini bukan semata-mata karena mereka ingin ikut-ikutan, tetapi lebih karena adanya dorongan untuk tidak merasa tertinggal dari lingkungan sosialnya. Ketika sebuah tren dilakukan oleh banyak orang, remaja cenderung merasa bahwa mereka juga harus memahami tren tersebut agar tetap dianggap relevan dan bisa terhubung dengan pembicaraan yang sedang berlangsung di sekitar mereka.

Hasil penelitian diatas menunjukan bahwa untuk mempertahankan relevansi sosial bagi para remaja yang ada di Kota Gorontalo adalah dengan cara mengikuti trend yang ada di FYP TikTok. Mereka mengikuti dan bahkan ikut terlibat dalam trend yang sedang berlangsung yang sesuai dengan minat mereka. Hal ini sejalan dengan pernyataan yang diberikan oleh beberapa remaja sebagai informan bahwa mereka mengikuti trend yang ada di TikTok yang sesuai dengan minat mereka atau yang sedang ramai dilakukan walaupun tidak semua trend yang diikuti.

Di usia yang penuh dengan pencarian identitas dan kebutuhan untuk diterima dalam kelompok, TikTok menawarkan ruang di mana remaja bisa menunjukkan bahwa mereka "terhubung" dengan apa yang sedang populer. Dengan mengikuti tren yang viral, baik itu tantangan, tarian, atau meme, remaja merasa bahwa mereka tidak tertinggal dan tetap menjadi bagian dari dinamika sosial yang berkembang. TikTok, yang dipenuhi oleh konten yang cepat berubah, menciptakan semacam "harus ikut" agar tetap terlihat eksis di mata teman-teman maupun pengikut mereka. Ini bukan hanya soal hiburan, tetapi lebih kepada kebutuhan untuk tetap relevan, diakui, dan merasa bagian dari kelompok yang lebih besar. Oleh karena itu, mengikuti tren di TikTok bagi remaja bukan sekadar kegiatan ringan, tetapi sebuah strategi untuk mempertahankan posisi mereka dalam jejaring sosial yang semakin terhubung ini.

faktor – faktor yang menyebabkan perilaku Fear Of Missing Out (FoMO) dikalangan remaja di Kota Gorontalo

a) Faktor Konten TikTok

Konten TikTok adalah segala bentuk video pendek yang diunggah dan dibagikan oleh pengguna di platform TikTok. Konten ini bisa berupa tarian, lip sync, komedi, edukasi, tantangan (challenges), review, hingga vlog keseharian. TikTok memungkinkan penggunanya untuk menambahkan musik, filter, dan efek khusus, sehingga konten yang dihasilkan menjadi lebih menarik dan mudah untuk viral. Dengan durasi yang singkat dan tampilan yang interaktif, konten TikTok sangat diminati, terutama oleh kalangan remaja yang gemar mencari hiburan cepat dan tren terbaru.

Salah satu faktor yang menyebabkan perilaku fear Of Missing Out adalah karena konten yang ditampilkan pada halaman beranda atau For You Page TikTok. Menurut (Asyikhan et al., 2023) Sifat FoMO timbul akibat kecanduan terhadap TikTok sebagai hiburan harian, serta paparan terhadap konten-konten yang sedang tren, kerap muncul karena mereka merasa tertekan atau takut melewatkan pengalaman atau peluang yang tengah berlangsung di lingkungan sekitar. Konten yang ditampilkan oleh influencer atau pengguna TikTok lainnya dapat memicu perasaan ikut - ikutan oleh remaja, hal ini karena sifat konten TikTok yang cepat, menarik, dan sangat personal. Algoritma TikTok secara otomatis menampilkan konten yang relevan dengan minat pengguna, sehingga pengguna mudah tenggelam dalam arus video yang memperlihatkan gaya hidup ideal, tren terbaru, hingga pencapaian orang lain. Ketika seseorang melihat orang lain traveling, menghadiri konser, ikut tren viral, atau mencoba hal-hal baru yang sedang hype, muncul perasaan takut tertinggal atau tidak "up to date." Selain itu, budaya TikTok yang sangat responsif—dengan komentar, like, dan tantangan—menciptakan tekanan sosial terselubung untuk ikut serta demi merasa diterima atau dianggap relevan. Kombinasi visual yang menarik, durasi pendek, dan kemudahan akses membuat orang terus terpapar, sehingga FOMO pun semakin kuat.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, Konten TikTok memberikan dampak pada perilaku Fear Of Missing Out dikalangan remaja di Kota Gorontalo. Diantaranya adalah timbulnya rasa takut apabila tidak ikut terlibat dalam trend TikTok yang sedang ramai dilakukan. Selain itu, Algoritma konten TikTok yang ditampilkan berdasarkan minat mereka semakin memberikan dorongan kuat bagi remaja di Kota Gorontalo untuk turut serta terlibat didalamnya. Temuan tersebut, memberikan gambaran bagaimana remaja di Kota Gorontalo terus update dengan berbagai konten yang sedang ramai dan menciptakan trend di media sosial terutama konten TikTok yang sesuai dengan minat mereka seperti musik atau game. Ketakutan akan ketinggalan trend merupakan perilaku Fear Of Missing Out (FoMO) yang dapat menimbulkan masalah bagi remaja itu sendiri, ketakutan mereka untuk tertinggal trend di TikTok menyebabkan adanya upaya untuk ikut serta didalamnya. Konten

TikTok tidak selamanya baik bagi remaja apalagi jika menciptakan trend yang dapat membahayakan atau merugikan diri mereka sendiri.

b) Faktor Lingkungan

Faktor lingkungan adalah segala sesuatu di sekitar individu yang bisa memengaruhi sikap, perilaku, dan keputusan mereka. Pada remaja, faktor lingkungan sangat kuat pengaruhnya karena masa remaja adalah fase mencari jati diri dan penerimaan sosial. Apa yang mereka lihat, dengar, dan alami dari teman, keluarga, sekolah, dan media sosial bisa mendorong munculnya rasa takut tertinggal (FOMO — Fear of Missing Out). Faktor lingkungan ini bisa membawa berbagai dampak terhadap remaja, apalagi dalam konteks penggunaan TikTok dan munculnya perilaku FOMO. Misalnya, tekanan dari teman sebaya membuat remaja merasa harus terus mengikuti tren terbaru, supaya mereka tetap dianggap "keren" atau "nyambung" dalam pergaulan. Kalau ada challenge baru di TikTok, mereka merasa wajib ikut, meskipun kadang sebenarnya tidak begitu tertarik. Ini memicu rasa cemas dan ketakutan ketinggalan momen penting yang sedang ramai dibicarakan.

Di sekolah atau kampus, interaksi sosial antar teman sebaya sangat intens, sehingga tren yang berkembang di media sosial cepat sekali menyebar dan menjadi topik pembicaraan sehari-hari. Ketika banyak teman di sekolah atau kampus membicarakan, membuat, atau mengikuti tren TikTok tertentu, remaja yang tidak ikut serta bisa merasa tersisih atau kurang update. Situasi ini menumbuhkan tekanan sosial tidak langsung, di mana remaja merasa harus aktif di TikTok agar tetap bisa terhubung dengan kelompok pertemanannya. Selain itu, adanya ekspektasi untuk terlihat mengikuti perkembangan zaman atau tampil menarik di media sosial memperkuat dorongan mereka untuk terus memantau dan membuat konten. Akibatnya, lingkungan sekolah atau kampus bukan hanya menjadi tempat belajar, tetapi juga arena persaingan eksistensi di dunia digital, yang tanpa disadari memperbesar rasa takut tertinggal atau FOMO di kalangan remaja. Menurut (Mayasari & Nurrahmi, 2023) lingkungan sehari-hari yang menggunakan media sosial seperti TikTok mengakibatkan sindrom FoMO pada siswa apalagi kebutuhan saat ini yang mengharuskan seseorang menggunakan gadget untuk media belajar.

Pada penelitian diatas dapat dilihat bahwa lingkungan pertemanan remaja memberikan pengaruh terhadap persepsi mengenai trend. Mereka mencoba untuk tetap merasa relevan dengan mengikuti gaya atau pakaian yang digunakan oleh temannya. Sesederhana make up seperti lipstik yang digunakan oleh temannya yang berasal dari trend make up TikTok. Apabila hal ini dilakukan oleh remaja sebagai sesuatu yang harus dilakukan maka akan menyebabkan tekanan. Tekanan ini bisa menimbulkan stres, kecemasan sosial, bahkan rasa tidak percaya diri kalau mereka merasa tidak mampu mengikuti standar yang diciptakan lingkungan sekitar. Hal ini akan tentu berbahaya, karena membentuk pola pikir bahwa nilai diri hanya diukur dari apa yang ditampilkan di media sosial dan lingkungan, bukan dari pencapaian atau kualitas pribadi yang sebenarnya.

Menurut teori perbandingan sosial yang dikemukakan oleh Leon Festinger (1954), yang menyatakan bahwa individu memiliki kecenderungan untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain sebagai cara untuk mengevaluasi diri sendiri, terutama dalam hal kemampuan dan pendapat. Ketika remaja melihat bahwa teman-temannya mengikuti tren tertentu, mereka terdorong untuk melakukan hal yang sama agar tidak merasa tertinggal atau berbeda. Apabila hal ini dilakukan oleh remaja sebagai sesuatu yang harus dilakukan maka akan menyebabkan tekanan. Tekanan ini bisa menimbulkan stres, kecemasan sosial, bahkan rasa tidak percaya diri kalau mereka merasa tidak mampu mengikuti standar yang diciptakan lingkungan sekitar. Hal ini tentu berbahaya, karena membentuk pola pikir bahwa nilai diri hanya diukur dari apa yang ditampilkan di media sosial dan lingkungan, bukan dari pencapaian atau kualitas pribadi yang sebenarnya.

KE SIMPULAN

Fitur For You Page (FYP) pada platform TikTok memiliki keterkaitan langsung terhadap pembentukan perilaku Fear of Missing Out (FOMO) di kalangan remaja. FYP yang dirancang untuk menampilkan konten viral dan relevan secara algoritmis mendorong pengguna, khususnya remaja, untuk terus mengikuti tren yang sedang populer agar tetap merasa terhubung dengan lingkungannya. Proses ini menciptakan tekanan sosial tidak langsung, di mana remaja merasa perlu mengakses dan berpartisipasi dalam konten-konten yang sedang naik daun agar tidak tertinggal secara sosial. Dengan demikian, kombinasi antara penggunaan fitur FYP, motivasi personal, daya tarik konten TikTok, dan tekanan dari lingkungan sosial menciptakan ekosistem yang mempercepat lahirnya perilaku FOMO pada remaja.

Perilaku FOMO ini dipicu oleh dua faktor utama, yaitu karakteristik konten TikTok dan pengaruh lingkungan sosial. Konten TikTok yang bersifat singkat, cepat viral, serta dikemas secara menarik membuat pengguna ingin terus menonton dan ikut ambil bagian. Sementara itu, lingkungan, baik itu teman sebaya, sekolah, maupun komunitas digital—menciptakan tekanan sosial untuk tetap mengikuti arus tren yang ada. Ketika remaja melihat orang-orang di sekitar mereka aktif berpartisipasi dalam tren TikTok, mereka terdorong untuk ikut serta agar tidak merasa tersisih atau dianggap “tidak gaul”. Kombinasi dari kedua faktor ini memperkuat dorongan internal untuk terus terhubung, yang pada akhirnya membentuk perilaku FOMO secara konsisten.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. S., Aulya, A., Psari, A. A., & Sofia, L. (2019). Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FoMo) Pada Remaja Kota Samarinda. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*.
- Ayub, M., & Sulaeman, S. F. (2022). Dampak Sosial Media terhadap Interaksi Sosial pada Remaja: Kajian Sistematis. *Jurnal Penelitian Bimbingan Dan Konseling*, 21–32.
- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap

- Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*.
- Ferira, R. (2022). Analisis Aplikasi TikTok sebagai Platform Membangun Jaringan Bisnis Generasi Millenial. *Munazzama: Journal of Islamic Management and Pilgrimage*, June, 1–15.
- Fitri, A. N., Pertiwi, L. B., & Sary, M. P. (2021). Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 37–46.
- Hanyfah, S., Fernandes, G. R., & Budiarmo, I. (2022). Penerapan Metode Kualitatif Deskriptif Untuk Aplikasi Pengolahan Data Pelanggan Pada Car Wash. *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset Dan Inovasi Teknologi)*, 339–344.
- Hunaifi, N., Mauliana, P., Firmansyah, R., Komalasari, Y., Sulastriningsih, R. D., & Dewi, S. W. K. (2024). Dampak Media Sosial Terhadap Interaksi Remaja Di Era Digital. *Artikel Faiha, Fikriyyah* 161–174.
- Kartikasari, F., Mardiana, S., Masitoh, A. R., & Mubarakah, N. A. (2023). Perbedaan Frekuensi Penggunaan Media Sosial dengan Prestasi Belajar pada Remaja di SMP. *Indonesia Jurnal Perawat*, 7–23.
- Khansa, S. D., & Putri, K. Y. S. (2022). Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 133–141.
- Listiyandini, R. A., Karimulloh, K., & Kumalasari, D. (2021). Pengembangan Pengenalan Diri dan Karakter bagi Remaja melalui Program SADARI (Sadar dan Kenali Diri). *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 634–639.
- Mahdia, A. (2018). Pengaruh Konten Influencer Di Media Sosial Terhadap Kesejahteraan Psikologis Remaja Akhir. *Jurnal Psikologi*, 172–179.
- Mayasari, F., & Nurrahmi, N. (2023). Menilik Fenomena FoMO (Fear of Missing Out) pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*.
- Nadiva Putri Ananda. (2024). Dampak Media Sosial Terhadap Pendidikan di SD. *Protasis: Jurnal Bahasa, Sastra, Budaya, Dan Pengajarannya*, 71–78.
- Putri, A. S., Azzahra, F., Rahmah, H., & Anggraeni, L. T. (2023). Relevansi Moral dan Karakter Siswa Sekolah Dasar Ditinjau dari Aspek Kehidupan Sosial. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*.
- Siregar, L. Y. S. (2020). Motivasi Sebagai Pengubahan Perilaku. *Forum Paedagogik*, 81–97.
- Syauqii, F. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keberadaan Insecure: Sebuah Analisis. *Communication & Social Media*, 74–78.