

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Mahasiswa merupakan individu yang menempuh jenjang pendidikan tertinggi pada sistem pendidikan formal di Indonesia. Status ini melekat karena keterkaitannya dengan perguruan tinggi, dan menjadikan mahasiswa sebagai calon intelektual yang diharapkan mampu berkontribusi bagi masyarakat. Sebagai agen perubahan dan harapan bangsa, mahasiswa memiliki tanggung jawab besar, tidak hanya untuk pengembangan diri, tetapi juga untuk kepentingan masyarakat luas. Namun, tekanan akademik, tuntutan sosial, serta ekspektasi publik sering kali menyebabkan mahasiswa mengalami stres.

Mahasiswa dituntut untuk memiliki kemampuan beradaptasi yang tinggi dalam menghadapi sistem pembelajaran di perguruan tinggi yang cenderung lebih mandiri dan berbasis blok. Ketidaksiapan dalam menyesuaikan diri dengan sistem tersebut dapat memicu stres, terutama akibat tugas yang menumpuk dan gaya belajar yang berbeda dari jenjang pendidikan sebelumnya. Untuk meredakan tekanan tersebut, banyak mahasiswa mencari hiburan sebagai bentuk pelarian demi kenyamanan psikologis (Mustikawati dan Putri, 2018).

Memasuki tahap perkembangan *emerging adulthood* (usia 18–25 tahun), mahasiswa berada pada fase pencarian jati diri serta penyesuaian sosial yang intens. Dalam fase ini, individu ingin diakui eksistensinya, termasuk melalui cara berpenampilan dan mengikuti tren gaya hidup (Arnett, 2000; Monks, 2014). Hal ini tercermin dari kecenderungan mahasiswa dalam menggunakan barang bermerek, berbelanja di pusat perbelanjaan, serta menghabiskan waktu bersama

teman sebaya sebagai bentuk aktualisasi diri (Mangkunegara, 2005).

Salah satu dampak dari pencarian identitas sosial dan eksistensi tersebut adalah munculnya perilaku konsumtif impulsif, yaitu pembelian berdasarkan dorongan emosional tanpa pertimbangan kebutuhan (Ekowati, 2009). Dalam konteks ini, konsumsi tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan materi, tetapi juga sebagai cara pemenuhan psikologis dan hiburan. Ketertarikan terhadap tren yang terus berkembang serta paparan intens terhadap media sosial membuat mahasiswa rentan mengalami *Fear of Missing Out* (FoMO), yaitu perasaan takut tertinggal dari pengalaman sosial yang dialami orang lain.

FoMO merupakan fenomena psikologis yang ditandai dengan kecemasan akibat ketidakterlibatan dalam aktivitas sosial yang dilihat di media sosial (Przybylski dkk., 2023). Ketika seseorang menyaksikan teman-temannya membagikan momen menyenangkan, seperti liburan atau tren terkini, muncul rasa takut jika tidak ikut serta dalam pengalaman tersebut. Media sosial, sebagai sumber informasi dan hiburan, memperbesar kemungkinan munculnya FoMO, terutama pada mahasiswa yang aktif secara digital.

FoMO berkaitan erat dengan kecanduan media sosial. Putri (2019) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat FoMO yang dirasakan mahasiswa, semakin besar kecenderungan mereka mengalami ketergantungan terhadap media sosial. Hal serupa ditemukan oleh Fathadhika (2018) dan Pratiwi (2020), yang mengungkapkan bahwa FoMO mendorong intensitas penggunaan media sosial yang tinggi hingga pada tahap kecanduan. Wegmann dkk. (2017) menambahkan bahwa dorongan untuk terus terhubung dengan dunia digital menyebabkan peningkatan waktu penggunaan media sosial. Baker dkk. (2016)

pun menunjukkan bahwa individu dengan tingkat FoMO tinggi cenderung mengakses media sosial lebih lama dibanding yang tidak mengalami FoMO.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membawa perubahan yang besar dalam kehidupan manusia baik dari sisi sosial maupun budaya. Menurut Nuryanto (2012:1) Perkembangan teknologi dalam hal informasi begitu sangat berkembang salah satu buktinya dengan mudahnya kita dapat mengakses informasi di mana pun dan kapan pun dengan jaringan internet tersebar luas di mana-mana, dalam sumber. Dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat, memunculkan berbagai jenis akses jejaring sosial yang memberikan kemudahan dalam berkomunikasi satu dengan yang lainnya. Menurut Nasrullah (2017:8) media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Media sosial adalah situs jaringan sosial berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil dalam sistem publik dan melihat serta mengetahui data koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem (Cahyono, 2016). Selain itu juga menurut Mayfield (2008) bahwa media sosial adalah media yang penggunaannya mudah untuk bergabung, berbagi dan menciptakan sebuah peran dalam media. Seperti blog, jejaring sosial wikipedia atau ensiklopedia online, forum online, dan *virtual worlds* seperti karakter 3D. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa media sosial ini merupakan perantara antara individu dengan individu lainnya. Dalam media sosial juga memungkinkan untuk individu mempresentasikan diri, berinteraksi, bekerja sama, serta berkomunikasi dengan individu lainnya. Dalam hal ini dapat menjadi

sebuah kegelisahan jika individu selalu memiliki keinginan untuk mengecek akun media sosialnya dan tidak bisa untuk berhenti memantau kegiatan atau aktivitas apa saja yang dilakukan oleh individu lain di media sosial. Keadaan seperti itu merupakan salah satu bentuk dari kecanduan media sosial.

Kecanduan media sosial tidak hanya terbatas pada zat adiktif, tetapi juga mencakup aktivitas seperti penggunaan media digital. Hovart (1989, dalam Kibtyah dkk., 2023) menekankan bahwa kecanduan adalah kondisi ketergantungan yang membuat individu sulit melepaskan diri dari suatu kebiasaan. Kibtyah dkk. (2023) menambahkan bahwa individu yang kecanduan merasa aktivitas tersebut adalah keharusan yang tidak bisa ditinggalkan, meskipun menimbulkan dampak negatif.

Indriani dkk. (2022) menyebutkan bahwa kecanduan media sosial menyebabkan seseorang menghabiskan waktu secara berlebihan untuk mengakses platform digital. Kondisi ini memengaruhi kehidupan sosial, akademik, bahkan kesehatan mental. Individu menjadi sangat bergantung pada validasi sosial, seperti jumlah "like" dan komentar. Akibatnya, penggunaan media sosial tidak lagi sekadar hiburan, tetapi telah menjadi gangguan psikologis yang serius.

Penelitian Tamonob dkk. (2021) menunjukkan bahwa remaja yang sering menggunakan media sosial mengalami kesulitan dalam mengontrol penggunaan, dan rentan terhadap FoMO. Fuster dkk. (2017) juga menemukan bahwa penggunaan media sosial via ponsel meningkatkan risiko kecanduan yang berkorelasi dengan FoMO. Semakin tinggi tingkat FoMO, semakin besar dorongan untuk terus terhubung dan mengakses media sosial secara berlebihan. Trend penggunaan produk skincare semakin populer, terutama di kalangan

generasi muda, termasuk mahasiswi Universitas Negeri Medan Fenomena ini terkait erat dengan perkembangan media sosial yang semakin memperkenalkan berbagai produk perawatan kulit, serta mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam membeli suatu produk melalui pengaruh Influencer. Seiring bertambahnya jumlah peminat belanja online di TikTok, kata “direkomendasikan” pun muncul dan menjadi trend di kalangan pengguna TikTok, yang sering dikaitkan dengan influencer di media sosial. Maraknya skincare yang di jual secara mudah berdampak besar pada perilaku konsumtif mahasiswa.

Perubahan yang terjadi sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang semakin canggih dan informasi yang semakin cepat, membuat kebutuhan mahasiswa menjadi lebih kompleks. Dengan kebutuhan yang semakin kompleks membuat mahasiswa menjadi lebih konsumtif (Kanserina, 2015). Tasya Farasya merupakan salah satu influencer ternama di Indonesia dan terkenal di media sosial khususnya TikTok, Instagram, dan YouTube. Tasya Farasya telah mendapatkan reputasi sebagai selebriti digital berpengaruh dan penggiat kecantikan di kalangan muda. Dia memiliki 4,1 juta pengikut di TikTok, 7 juta di Instagram, dan 4,2 juta pelanggan di YouTube. Ia telah mengumpulkan banyak pengikut di platform media sosial dan menjadi salah satu selebriti industri kecantikan paling berpengaruh di Indonesia.

Di dunia digital TikTok, Tasya Farasya dikenal dengan gaya riasan khasnya yaitu riasan berani. Tasya Farasya menyajikan berbagai tutorial tata rias dengan berbagai topik, memberikan saran tentang perawatan wajah, dan memberikan spesifikasi berbagai produk kecantikan untuk membantu orang-orang yang menikmati kontennya dan menemukan produk kecantikan terbaik dengan mudah

dan cepat. Tasya Farasya Approve adalah segmen review kecantikan yang populer di kalangan pecinta skincare dan makeup, termasuk mahasiswa. Sebagai beauty influencer ternama di Indonesia, Tasya Farasya dikenal dengan ulasan produknya yang jujur, detail, dan informatif. Segmen "Tasya Farasya Approve" menjadi acuan bagi banyak orang dalam memilih produk kecantikan yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan. Bagi mahasiswa yang ingin tampil maksimal dengan budget yang efisien, ulasan dari Tasya membantu mereka menemukan produk yang benar-benar efektif dan layak untuk dicoba.

Dengan gaya penyampaian yang santai namun tetap profesional, Tasya mampu menarik perhatian audiens muda, menjadikan fenomena ini sebagai panduan kecantikan yang terpercaya di era digital. Popularitasnya menyebabkan banyak perusahaan dengan merek kecantikan ternama menggunakan celebrity endorsement (dukungan selebriti) yang dianggap efektif dalam mengevaluasi dan mempromosikan produknya (Shimp, 2003). Oleh karena itu, peneliti memilih influencer Tasya Farasya sebagai subjek penelitian ini. Fenomena dirinya mempromosikan produk kecantikan melalui media sosial TikTok menjadi pusat perhatian dan mempengaruhi cara para pengikutnya memandang produk kecantikan dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mereka. Mahasiswa merupakan calon konsumen yang memperhatikan produk kecantikan dan sering terinspirasi oleh influencer seperti Tasya Farasya dalam memilih produk yang akan digunakan. Penggunaan skincare yang marak saat ini merupakan bagian dari respon mahasiswa, namun apa yang dipromosikan melalui influencer belum tentu mencerminkan keunggulan produk atau memenuhi ekspektasi konsumen. Terdapat beberapa influencer yang sukses mengunggulkan produk yang direview

olehnya, hal ini bisa menimbulkan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif akibat FOMO (Fear of Missing Out) dalam konteks skincare, khususnya yang dipicu oleh influencer seperti Tasya Farasya, merupakan fenomena yang semakin marak di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Medan . Dampaknya, mahasiswi tidak hanya mengalami kecemasan, tetapi juga mengalami penurunan kepuasan hidup dan kesejahteraan psikologis.

Krisnadi dan Adhandayani (2022) menegaskan bahwa intensitas penggunaan media sosial yang tinggi meningkatkan kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain, yang berdampak pada rasa rendah diri, stres, dan isolasi sosial. Meskipun media sosial seperti TikTok memberikan manfaat dalam hal informasi dan hiburan, penggunaannya perlu dikontrol dengan bijak. Manajemen waktu, kesadaran diri, dan batasan digital menjadi kunci untuk menjaga keseimbangan antara kebutuhan hiburan, tanggung jawab akademik, serta kesehatan mental.

Platform TikTok menjadi contoh nyata media sosial yang populer di kalangan mahasiswa. Tik Tok merupakan salah satu aplikasi yang paling terpopuler dan diminati di dunia. Tik Tok memungkinkan penggunanya membuat video berdurasi 15 detik disertai musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya. Aplikasi ini diluncurkan oleh perusahaan asal Tiongkok, China, ByteDance pertama kali meluncurkan aplikasi yang memiliki durasi pendek yang bernama Douyin. Hanya dalam waktu 1 tahun, Douyin memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan video setiap hari. Popularitas Douyin yang tinggi membuatnya melakukan perluasan ke luar China dengan nama Tik Tok.

Menurut laporan dari Sensor Tower, aplikasi ini diunduh 700 juta kali

sepanjang tahun 2019. Hal ini membuat Tik Tok dapat mengungguli sebagian aplikasi yang berada dibawah naungan Facebook Inc. aplikasi ini menempati peringkat ke dua setelah Whatsapp yang memiliki 1,5 miliar pengunduh (Kusuma, 2020). Di Indonesia Pada tahun 2018 aplikasi ini dinobatkan sebagai aplikasi terbaik di Play store yang dimiliki oleh Google. Tidak hanya itu, Tik Tok juga menjadi kategori aplikasi paling menghibur (Imron, 2018). dalam waktu 1 tahun, Douyin memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan video setiap hari. Popularitas Douyin yang tinggi membuatnya melakukan perluasan ke luar China dengan nama Tik Tok.

Menurut laporan dari Sensor Tower, aplikasi ini diunduh 700 juta kali sepanjang tahun 2019. Hal ini membuat Tik Tok dapat mengungguli sebagian aplikasi yang berada dibawah naungan Facebook Inc. aplikasi ini menempati peringkat ke dua setelah Whatsapp yang memiliki 1,5 miliar pengunduh (Kusuma, 2020). Di Indonesia Pada tahun 2018 aplikasi ini dinobatkan sebagai aplikasi terbaik di Play store yang dimiliki oleh Google. Tidak hanya itu, Tik Tok juga menjadi kategori aplikasi paling menghibur (Imron, 2018). Pada Juli lalu Aplikasi buatan China itu sempat diblokir oleh Kementrian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) di pertengahan 2018, alasannya karena adanya konten-konten yang negatif, terutama bagi anak-anak. Pemblokiran pada aplikasi ini hanya berlangsung seminggu, mulai 3-10 Juli 2018. (Kusuma, 2020). Aplikasi ini banyak digemari oleh para remaja, anak kecil, bahkan sampai pada orang dewasa yang merasa mmbutuhkan hiburan. Konon aplikasi ini memiliki nama lain aplikasi “goblok”. Banyaknya anak muda maupun dewasa yang membuat dan memposting video diberbagai platform media sosialnya membuat tidak hanya

aplikasi ini semakin populer namun orang yang menggunakan aplikasi “goblok” ini ikut populer (Hariansyah, 2018). Tik Tok memiliki ciri khas sendiri. Video yang diunggah oleh Tik Tok memiliki “*watermark*” berupa username yang membedakannya dengan aplikasi lainnya. Aplikasi ini banyak digunakan oleh berbagai macam orang dari segala umur tidak menutup kemungkinan terdapat konten-konten yang mengandung unsur negatif di dalamnya.

Adanya konten-konten negatif tersebut tentunya dapat membahayakan untuk perkembangan mental penggunanya yang rata-rata remaja yang berusia di bawah 18 tahun karena belum stabilnya dari segi pendirian maupun pemikiran. Masa remaja merupakan masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa dalam hal ini terdapat perkembangan baik itu secara fisik maupun mental. Terdapat batasan usia yang umumnya digunakan oleh ahli antara 12 sampai 21 tahun, dapat dikelompokkan antara lain, remaja awal memiliki rentang usia 12-15 tahun, remaja pertengahan 15-18 tahun dan remaja akhir yang memiliki rentang usia 18- 21 tahun (Desmita, 2010). Aplikasi ini menawarkan konten video pendek yang interaktif dan informatif, sehingga banyak digunakan sebagai hiburan maupun referensi gaya hidup (Sianturi dan Hotpascaman, 2023). Namun, kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan TikTok juga membawa potensi kecanduan. Mahasiswa yang ingin terus mengikuti tren merasa terdorong untuk terus memantau media sosial agar tidak Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta. tertinggal informasi atau momen penting. Hal ini menjadi indikator utama munculnya FoMO.

Menurut Aisafitri dan Yusriyah (2021), FoMO akibat kecanduan media

sosial memiliki dampak positif dan negatif. Di satu sisi, individu dapat memperluas jaringan sosial dan lebih menghargai hal yang dimiliki. Namun, di sisi lain, kecanduan juga membuka peluang terhadap pengaruh lingkungan toxic, penyebaran hoaks, tekanan sosial, gangguan fokus, serta penurunan produktivitas.

Dengan demikian, penting untuk memahami dinamika antara FoMO dan kecanduan tiktok, terutama di kalangan mahasiswa. Hal ini menjadi semakin krusial bagi mahasiswa Bimbingan Konseling, yang di masa depan berperan sebagai konselor. Pemahaman mendalam terhadap pengaruh media sosial terhadap kesejahteraan psikologis akan menjadi bekal penting dalam membantu individu lain menghadapi persoalan serupa. Oleh karena itu, penelitian mengenai hubungan antara FoMO dan kecanduan media sosial pada mahasiswa menjadi relevan dan signifikan.

Berdasarkan pra-penelitian yang dilakukan di Universitas Negeri Medan Program Studi Bimbingan Konseling, pada 5 Mei 2025 ditemukan adanya fenomena FoMO di kalangan mahasiswa. Salah satu mahasiswa berinisial D mengungkapkan bahwa ia selalu bermain media sosial TikTok dan merasa terdorong untuk mengikuti setiap tren yang ada. Mahasiswa ini mengaku merasa resah dan takut apabila ketinggalan tren tertentu serta mengalami perasaan hampa jika tidak mengakses TikTok dalam waktu lama. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi tiktok secara berlebihan dapat menyebabkan ketergantungan dan berdampak negatif terhadap kesejahteraan psikologis mahasiswa.

Ditemukan bahwa penggunaan TikTok pada awalnya hanya dimaksudkan sebagai bentuk hiburan dan pelepas stres. Namun, seiring berjalannya waktu, penggunaan tersebut berubah menjadi kecanduan yang dipengaruhi oleh

dorongan untuk terus mengikuti tren make up dan skincare viral sehingga mereka membeli produk viral tersebut agar tidak merasa tertinggal. Kemudian Peneliti membagikan angket melalui google form yang dibagikan kepada mahasiswi yang dimana hasil angket tersebut memiliki hasil yang sama terhadap hasil wawancara dari beberapa mahasiswi, yang terdapat bahwa Dorongan ini merupakan salah satu ciri dari fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO). Akibatnya, apabila para mahasiswa tidak mengikuti tren make up dan skincare viral tersebut mereka akan mulai merasakan kecemasan, berkurangnya rasa percaya diri, serta munculnya kebiasaan membandingkan diri dengan orang lain di media sosial TikTok. Salah satu responden bahkan mengaku mengalami perilaku konsumtif yang tidak terkontrol demi mengikuti tren, yang kemudian menyebabkan stres akibat pengeluaran yang berlebihan.

Selain dampak psikologis, FoMO juga memengaruhi aspek sosial, seperti yang dialami oleh subjek lainnya yang menjadi korban *cyberbullying* sehingga merasa semakin tertekan. Temuan ini menunjukkan bahwa kecanduan terhadap media sosial seperti TikTok dapat memberikan dampak negatif yang cukup serius, baik dari sisi psikologis maupun sosial.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk memahami hubungan antara kecanduan TikTok dan FoMO, terutama bagi mahasiswa yang nantinya akan menjadi konselor dan berperan dalam membantu individu lain menghadapi masalah psikologis.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yaitu Penelitian oleh Mufarida dan Santosa (2024) bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *self-control* dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Generasi Z pengguna TikTok,

fenomena kecanduan TikTok perlu ditinjau kembali dengan memperhatikan aspek-aspek baru seperti tahun penelitian yang lebih mutakhir, jumlah sampel yang lebih representatif, serta penambahan variabel psikologis yang relevan, salah satunya yaitu *Fear of Missing Out* (FoMO). Dalam konteks Bimbingan dan Konseling, kecanduan terhadap media sosial dan munculnya FoMO dapat menjadi penghambat perkembangan tugas-tugas perkembangan mahasiswa, khususnya dalam hal pengelolaan waktu, pengendalian emosi, dan hubungan sosial. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Hubungan Kecanduan TikTok dengan *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Mahasiswa” sebagai upaya untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan layanan konseling preventif maupun intervensif bagi mahasiswa yang mengalami permasalahan serupa.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, perkembangan media sosial, khususnya TikTok, telah memengaruhi pola perilaku mahasiswa dalam berbagai aspek kehidupan. Salah satu fenomena yang muncul akibat tingginya intensitas penggunaan TikTok adalah *Fear of Missing Out* (FoMO), yaitu perasaan takut tertinggal dari informasi atau tren yang sedang berkembang. Mahasiswa yang mengalami FoMO cenderung menghabiskan waktu lebih lama di TikTok dan merasa terdorong untuk selalu mengikuti tren, meskipun hal tersebut tidak selalu relevan dengan kebutuhan mereka. Dalam konteks ini, penelitian ini mengidentifikasi beberapa masalah utama yang menjadi fokus kajian, yaitu:

1. Mahasiswa yang aktif menggunakan TikTok cenderung mengalami FoMO, di mana mereka merasa harus selalu mengikuti tren, tantangan, atau konten viral agar tidak tertinggal dari lingkungan sosialnya. Fenomena ini dapat memengaruhi pola pikir dan keseharian mereka dalam menggunakan TikTok.
2. Banyak mahasiswa yang mengalami kesulitan dalam mengontrol durasi penggunaan TikTok. Mereka menghabiskan waktu berlebihan untuk mengakses platform ini hingga mengabaikan aktivitas lain yang lebih produktif, seperti belajar atau berinteraksi secara langsung dengan teman dan keluarga. Gejala kecanduan ini dapat berdampak pada kesehatan mental, kualitas tidur, dan keseimbangan kehidupan sosial mahasiswa.
3. Mahasiswa yang mengalami FoMO cenderung memiliki persepsi bahwa mengikuti tren di TikTok adalah suatu keharusan agar tetap relevan di lingkungan sosialnya. Mereka merasa terdorong untuk terus memperbarui gaya hidup, cara berpakaian, hingga perilaku konsumtif berdasarkan tren yang berkembang. Hal ini dapat menimbulkan tekanan psikologis dan meningkatkan ketergantungan terhadap TikTok. Dengan adanya identifikasi masalah ini, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana kecanduan TikTok berhubungan dengan FoMO pada mahasiswa, serta dampaknya terhadap kesejahteraan psikologis dan sosial mereka. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dalam pengembangan program layanan Bimbingan dan Konseling yang adaptif terhadap kebutuhan psikososial mahasiswa di era digital.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini memiliki arah yang jelas maka perlu dilakukan pembatasan masalah pada penelitian dan lebih terfokus pada suatu pencapaian penelitian. Maka dibatasi permasalahan penelitian ini adalah hubungan antara kecanduan penggunaan aplikasi TikTok dengan perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap Trend Make up dan Skincare Viral pada Mahasiswi Jurusan Bimbingan dan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Medan.

Penelitian ini juga dibatasi oleh cakupan sampel, yaitu mahasiswi dari satu program studi dan angkatan tertentu, sehingga temuan tidak dapat digeneralisasi secara luas ke seluruh populasi mahasiswa. Dalam konteks Bimbingan dan Konseling, penelitian ini berupaya menjelaskan fenomena psikologis yang dialami oleh mahasiswa sebagai individu yang berada pada tahap perkembangan dewasa awal. Periode ini ditandai dengan pencarian identitas, kebutuhan akan afiliasi sosial, dan tekanan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi landasan bagi pengembangan layanan konseling preventif dan intervensi terhadap permasalahan psikososial mahasiswa, khususnya yang berkaitan dengan ketergantungan digital, kecemasan sosial, dan kesulitan dalam pengelolaan waktu serta emosi akibat dorongan FoMO.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang serta identifikasi masalah yang telah diuraikan, yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah :
“Apakah terdapat hubungan antara kecanduan dalam menggunakan aplikasi

TikTok dengan perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa, yang dapat menjadi perhatian dalam penyusunan strategi layanan Bimbingan dan Konseling di perguruan tinggi?”.

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang dituliskan, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah: “Untuk mengetahui hubungan antara kecanduan dalam menggunakan aplikasi TikTok dengan perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa, yang dapat menjadi perhatian dalam penyusunan strategi layanan Bimbingan dan Konseling di perguruan tinggi”.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.6.1 Manfaat teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan bagi perkembangan ilmu pengetahuan psikologi khususnya kontribusi pada bidang Psikologi Kepribadian, Psikologi Perkembangan dan Bidang Sosial.

1.6.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi Subjek Penelitian diharapkan dapat membantu dan memberikan edukasi pada mahasiswa/i yang mengalami kecenderungan kecanduan media sosial agar dapat memahami dampak yang diakibatkan oleh *Fear of Missing Out*.
- b. Bagi Peneliti Selanjutnya diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya pada kajian yang sama

tetapi pada ruang lingkup yang lebih luas dan mendalam.



THE
Character Building
UNIVERSITY