



ANALISIS PENGARUH TIKTOK TERHADAP KARAKTER (FOMO) PADA GEN Z

Angelita Khairani Asyikhan, Reny Jelita Dwi Nur Anggreani, Jamal Ken Katili, Nuril Fikri Almadani, Eni nurhayati

Abstract: *In the current era of democracy, the influence of digital mass media is very enthusiastic to be paid attention to, such as the treatment of children and ethics, with the cultural impact that is happening at this time. As with Gen Z, this is the generation that was born in 1996-2010 (today's teenagers). The Tik Tok application is an audio-visual media that can spread the creativity and uniqueness of its users, which can also have positive or negative effects or impacts on the perpetrators. The level of child consumption among teenagers in Indonesia is increasing so much that it can create a few problems that must be resolved in generation Z so that it can create a style of hedonism and awkwardness in themselves because this will create a sense of worry, fear of not being able to do it. have certain things which are usually called the fear of missing out. However, social interactions nowadays really need to be paid attention to in order to minimize the effects of using the Tik Tok application for teenagers who can deviate from religious law. But this social media also has an impact depending on how it is used, the influence of this tik tok application is because it is a physical behavior that was had before the tik tok application, only I can also influence poor time management and in essence it all depends from its use.*

Keywords: *Generation Z, Social media, TikTok, Self Concept.*

Abstrak: Pada masa demokrasi saat ini, pengaruh dengan adanya media massa digital ini sangatlah antusias untuk sangat diperhatikan seperti halnya pada perlakuan anak dan etika, dengan adanya dampak budaya yang terjadi pada saat ini. Seperti pada halnya Gen z ini merupakan generasi yang pada masa kelahirannya tahun 1996-2010 (remaja masa kini). Aplikasi tik tok merupakan sebuah media audio visual yang dapat menyebar luaskan berbagai kreativitas dan keunikan dari penggunanya, yang juga dapat memeberikan efek maupun dampak positif ataupun negative terhadap pelakunya. Tingkat konsumtif anak pada kalangan remaja di Indonesia ini sangat meningkat sehingga -dapat menjadikan timbulnya sedikit permasalahan yang harus diselesaikan pada generasi Z sehingga dapat menciptakan gaya hedonisme serta adanya kejanggalan pada diri sendiri karena dengan adanya hal tersebut akan menjadikan timbulnya rasa khawatir, takut karena tidak bisa memiliki barang tertentu yang biasa di sebut dengn fear of missing out, Namun pergaulan saat ini sangat perlu diperhatikan guna untuk meminimalisir dengan adanya efek penggunaan aplikasi tik tok tersebut bagi para remaja yang dapat menyimpangkan dari syariat agama. Tetapi Adapun juga media sosial ini memiliki dampak tergantung bagaimana penggunaannya, pengaruh dengan adanya aplikasi tik tok ini karena merupakan perilaku lahiriyah yang sudah dimiliki sebelum adanya aplikasi tik tok tersebut, hanya saya juga dapat berpengaruh terhadap pengelolaan waktu yang kurang baik dan pada intinya adalah semua tergantung dari penggunaannya.

Kata Kunci: Generasi Z, Media social, TikTok, Konsep Diri.

PENDAHULUAN

Fear of Missing Out atau biasa disingkat dengan FOMO adalah sindrom yang saat ini marak terjadi pada kalangan anak remaja hingga dewasa, khususnya Gen Z. Secara umum, Generasi Z yaitu seseorang yang lahir antara tahun 1996 dan 2010 dan berusia antara 11 dan 25 tahun pada 2011 (Adibah dewi satriani, 2023). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Konsep Diri dan Regulasi Diri terhadap Fear of Missing Out (FoMO). Fear Of Missing Out (FOMO) merupakan sindrom berupa ketakutan akan ketinggalan dalam hal tertentu. Gengsi seringkali menguasai seseorang dan menjadi gaya hidup. Gengsi bisa berupa kita tidak mau memakai baju murahan, tas tidak bermerk, mobil murah dan barang murah lainnya hanya demi gengsi. Namun apapun alasannya FOMO tetaplah sindrom yang dapat memberikan dampak negatif dan merugikan setiap individu yang memilikinya.

Dampak negatif dari FOMO bahkan tidak hanya dirasakan oleh pihak internal sebagai pelaku, tetapi juga bagi pihak eksternal. Dalam konteks umum, "dampak negatif" dan "kerugian" sering kali mengacu pada hasil yang tidak diinginkan atau konsekuensi negatif dari suatu peristiwa, keputusan, atau tindakan yang dilakukan. Adapun beberapa contoh dampak negatif dari munculnya sifat fomo, yaitu tidak memiliki interaksi yang baik dengan lingkungan di sekitarnya, rendahnya kesejahteraan psikologis, kecemasan dan ketakutan yang berlebihan, dan bahkan dapat menimbulkan stigma negatif terhadap keluarga dan negara dari si pelaku sifat FOMO tersebut. Sifat FOMO dapat muncul karena adanya pemicu, salah satu pemicu FOMO adalah sebuah konten yang ada pada aplikasi Tiktok.

Beberapa dampak positif dari penggunaan tiktok adalah ekonomi Indonesia semakin maju dan berkembang dan pemerintah Indonesia juga lebih terbuka terhadap rakyatnya. Sedangkan contoh dampak negatifnya adalah mengurangnya nasionalisme dan perubahan sosial serta budaya terhadap masyarakat. Yang paling menonjol adalah perubahan gaya hidup, dimana gaya hidup semakin hedon (Hedonisme), dimana seorang individu dominan menggunakan waktunya untuk bersenang-senang dan kepuasan tanpa batas hingga kerap kali pelakunya tidak berpikir panjang dalam mengambil suatu tindakan, selain itu pelaku juga selalu ingin menjadi sorotan utama di lingkungan sosialnya hanya untuk menuruti kesenangan tersebut. Tiktok cenderung digunakan Gen Z untuk mencari pengalaman baru dan beragam, baik itu perjalanan, acara musik, atau tren digital. Mereka sering mencari kebahagiaan melalui pengalaman positif dan kebebasan bereksplorasi.

Sikap hedonisme pada Gen Z dapat terbentuk dari lingkungan yang didominasi dengan orang-orang berkarakter FOMO. Karakter FOMO pada Gen Z yang diakibatkan dari kecanduan Tiktok sebagai hiburan sehari-hari serta konten-konten yang menjadi sebuah tren seringkali muncul karena pelaku merasa tertekan atau khawatir akan kehilangan pengalaman atau kesempatan yang sedang terjadi di sekitarnya. Faktor seperti media sosial, di mana orang sering melihat kehidupan positif orang lain, dapat memperkuat perasaan ini.

Meskipun FOMO mungkin umum terjadi pada banyak orang, FOMO dapat menimbulkan tekanan sosial yang tidak sehat dimana seseorang merasa perlu untuk berpartisipasi dalam suatu aktivitas atau tren tertentu hanya karena orang

lain melakukannya. Terlalu FOMO dapat mengakibatkan penggunaan waktu dan tenaga yang tidak efisien. Ketika Generasi Z menggunakan waktu mereka secara tidak efisien, tentu akan timbul dampak negatif yang merugikan, seperti menghambat produktivitas. Produktivitas yang terhambat tentunya sangat tidak bagus untuk Generasi Z, mengingat tugas dan proyek yang harus dikumpulkan sebelum atau tepat dengan deadline yang telah diberikan kepada guru, dosen, atau atasan.

Banyaknya dampak negatif yang merugikan akibat karakter FOMO pada Generasi Z perlu diatasi. Cara mengatasi perasaan FOMO dapat dilakukan dengan mengurangi atau membatasi diri dalam menggunakan media sosial, fokus pada diri sendiri, dan menghargai diri sendiri. Hal tersebut perlu dilakukan, sehingga perilaku atau karakter FOMO dapat berkurang pada suatu individu, khususnya Gen Z. Jika karakter FOMO berkurang pada suatu individu, maka individu tersebut dapat meminimalisir munculnya hal negatif seperti kelelahan, stress, depresi, bahkan masalah tidur.

Tinjauan Pustaka

Generasi Z pengguna media sosial Tiktok, seringkali merasa ada yang hilang atau ketinggalan suatu pengalaman baru ketika individu atau kelompok lain sedang menjalankan aktivitas yang terlihat lebih menyenangkan daripada aktivitas yang dia lakukan. Karakter pada Generasi Z tersebut dikenal sebagai Fear Of Missing Out (FOMO). Generasi Z cenderung mengadopsi sikap hedonisme, mencari kesenangan dan kepuasan dalam momen-momen sekarang serta mengikuti tren-tren tersebut karena ikut-ikutan. Generasi Z tergolong sebagai orang yang paling sering mengakses media sosial khususnya TikTok. Seringnya, mereka akan mengakses media sosial dengan alasan mengerjakan tugas. Media sosial juga mereka butuhkan sebagai hiburan agar tidak stress karena beban pikiran. Akan tetapi, karena hal itu, Gen Z justru banyak yang terbuai dengan media sosial TikTok. (Zahroh, L., & Sholichah, 2022)

Tiktok adalah salah satu platform media sosial yang saat ini menduduki nomor 4 sebagai platform paling banyak digunakan di Indonesia. Tiktok adalah suatu platform video musik singkat yang dikenalkan oleh Zhang Yiming pada tahun 2016 dan dimiliki oleh perusahaan ByteDance (Laila Fitriani, 2023). Terlebih lagi diberlakukannya kebijakan PPKM saat masa pandemi beberapa tahun kebelakang menjadi faktor platform tiktok sangatlah banyak dipergunakan. Layaknya mata pisau TikTok dapat memberikan dampak positif maupun dampak negatif, tergantung para pengguna menggunakan aplikasi tiktok untuk apa.

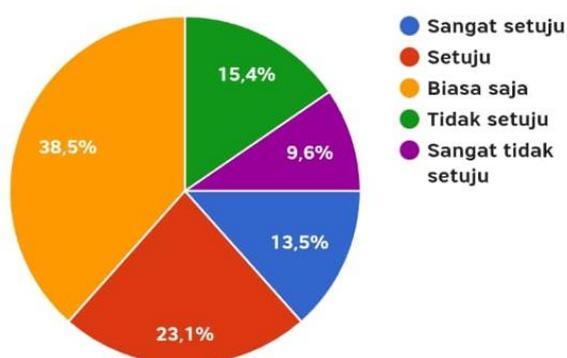
Media sosial juga dapat memicu keinginan untuk terus terlibat dalam apa yang sedang "trending" agar tidak merasa ketinggalan. Di platform seperti TikTok, di mana konten sering mengekspos gaya hidup yang dinilai menyenangkan, popularitas, atau trendy. Sikap ini dapat memicu FOMO (Fear of Missing Out) pada diri seseorang. Melihat orang lain menikmati pengalaman menyenangkan dan menarik dapat menciptakan rasa tekanan sosial pada diri seseorang untuk ikut serta atau merasa kehilangan momen yang serupa jika tidak ikut-ikutan melakukan konten yang menurut mereka menarik. Perasaan yang dirasakan oleh pelaku tersebut harus diatasi. (Hikmah, N., & Duryati, 2021).

Karakter FOMO atau Fear of Missing Out ialah bagian dari dampak kemajuan IPTEK. Hal ini tentu tidak bisa diremehkan. Karakter FOMO dapat dinilai dari adanya rasa cemas dan khawatir pada suatu individu jika tidak melakukan apa yang orang lain di media sosial lakukan. Untuk mengurangi perasaan cemas dan khawatir, Generasi Z akan sering mengakses media sosial untuk mencari informasi atau aktivitas orang-orang yang diikutinya di platform tersebut. Tingginya konektivitas di media sosial dapat memicu suatu individu sehingga individu dapat membuka lebih banyak peluang terjadinya karakter FOMO. (Dewi, dkk 2022).

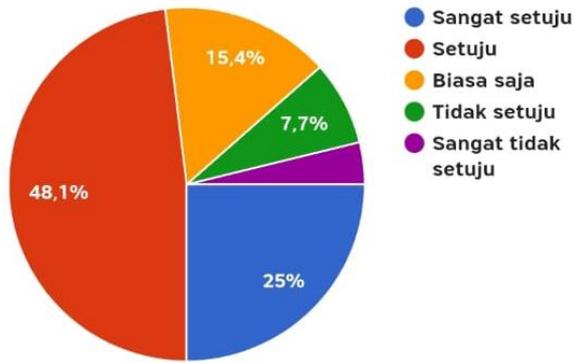
METODE

Penelitian ini termasuk dalam jenis kuantitatif yang mana menggunakan desain penelitian deskriptif korelasional, yakni mengeksplorasi atau menyelidiki keterkaitan antara dua atau lebih variabel dalam suatu situasi. Pada penelitian ini korelasi yang diselidiki keterkaitannya adalah sikap FOMO dengan para remaja yang menjadi pengguna aktif media sosial. Penelitian ini juga dilakukan dengan Cross Sectional atau kajian lintas seksional, yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan tujuan mencari informasi dinamika korelasi antara faktor risiko dan dampak dari pengumpulan data secara sekaligus (Notoatmodjo, 2012). Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan sebuah kuesioner pada responden. dua variabel yang disebutkan tadi adalah Kecanduan Tiktok dan FOMO (Fear Of Missing Out). Instrumen yang digunakan dalam metode penelitian ini adalah instrumen kuesioner. Kuesioner adalah teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data dengan memberikan sejumlah pertanyaan kepada para responden untuk dijawab. Pertanyaan yang diajukan juga harus terstruktur dan tidak boleh terdapat kesalahan. Karena apabila terdapat kesalahan maka hasil yang akan didapat juga akan menjadi salah. Adapun jenis kuesioner yang diterapkan adalah jenis kuesioner tertutup, yang mana responden dapat memberikan tanda pada salah satu jawaban yang dirasa benar atau disetujui.

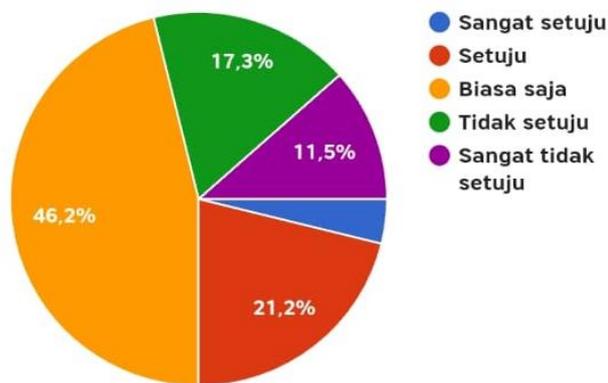
HASIL DAN PEMBAHASAN



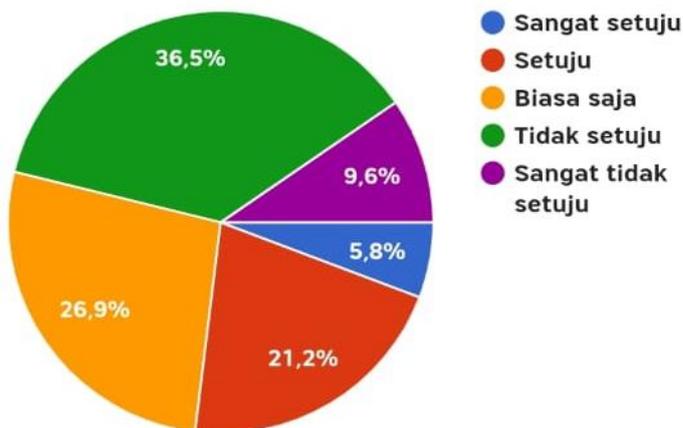
Gambar 1. Diagram penggunaan tiktok mempengaruhi kepercayaan diri responden



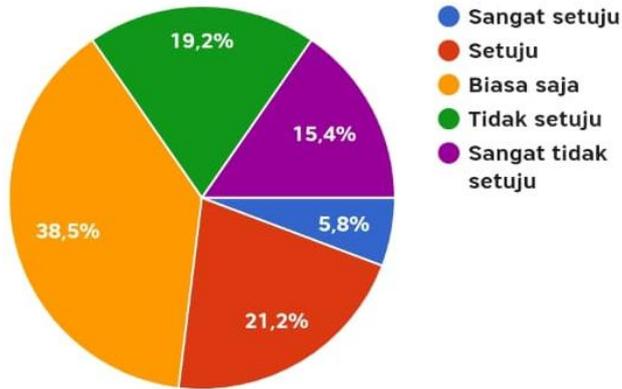
Gambar 2. Diagram berpikir bahwa karakter FOMO dapat berkembang lebih kuat akibat konten tiktok



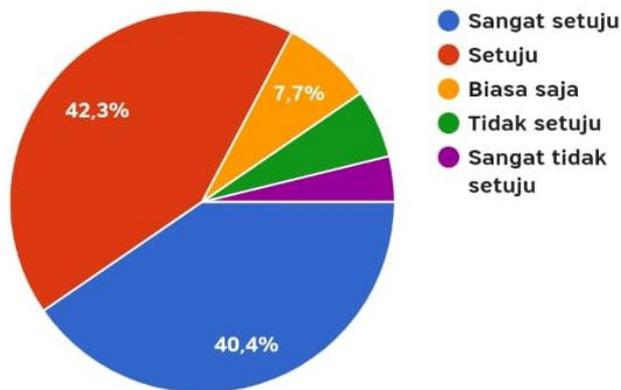
Gambar 3. Diagram pernah merasa perlu melakukan sesuatu yang sedang tren di tiktok agar tidak ketinggalan



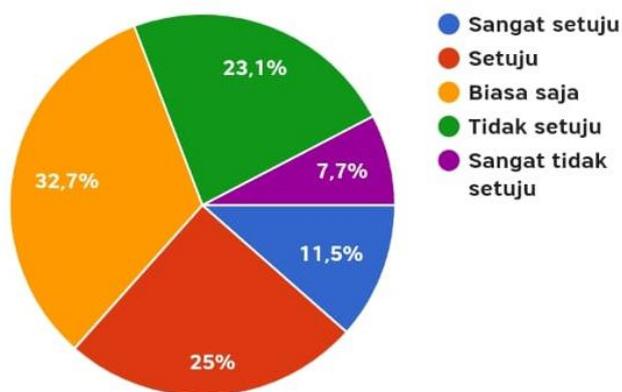
Gambar 4. Diagram konten tiktok membuat responden merasa kurang puas dengan hidup atau pencapaian pribadi responden



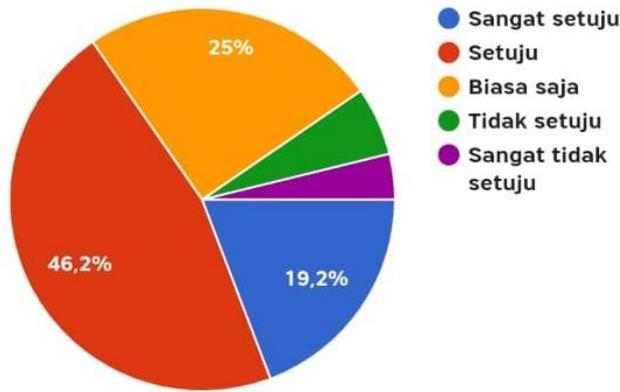
Gambar 5. Diagram cenderung membandingkan hidup dengan apa yang dilihat di tiktok



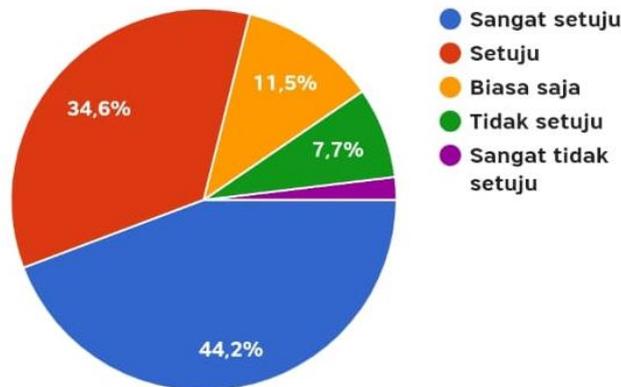
Gambar 6. Diagram sering melihat konten di tiktok dalam sehari



Gambar 7. Diagram merasa tertekan atau cemas ketika melihat orang lain memiliki pengalaman atau pencapaian yang menarik di tiktok



Gambar 8. Diagram Tiktok dapat mempengaruhi perasaan FOMO pada responden



Gambar 9. Diagram menggunakan tiktok secara aktif

FOMO (Przybylski, dkk, 2013) digambarkan sebagai rasa takut atau cemas yang dirasakan seseorang karena tidak ikut serta dalam pengalaman yang menyenangkan bersama orang-orang terdekatnya, dan rasa takut atau cemas karena akan diabaikan karena tidak ikut serta dalam pengalaman tersebut. Dalam penelitian ini, FOMO mengacu pada penggunaan internet atau secara online. Karakter FOMO yang dilakukan di internet ditandai dengan individu yang memiliki keinginan terus-menerus untuk mengetahui apa yang dilakukan orang-orang di sekitarnya. Sering kali dilakukan dengan mengakses internet seperti memantau melalui sosial lainnya. Individu berkarakter FOMO berusaha untuk selalu dapat terhubung sehingga mereka tidak akan merasa ketinggalan dengan keadaan atau pengalaman yang telah dilakukan oleh orang-orang disekitarnya.

Individu dengan karakter FOMO memiliki ketakutan bahwa mereka dikeluarkan dari lingkaran pertemanan jika tidak mengetahui trend terbaru pada platform atau media sosial kekinian. Mahasiswa adalah kelompok yang lebih rentan terhadap kecanduan internet karena mereka merupakan pengguna internet aktif dan pada usia ini berada pada masa transisi dari masa remaja akhir menuju masa dewasa awal dan sedang mengalami dinamika psikologis. (L. S. Putri, Purnama, & Idi, 2019). Sehingga, hal tersebut dapat meningkatkan resiko

mahasiswa mengalami FOMO. Fear of Missing Out (FOMO) ialah suatu karakter dimana seseorang mengalami rasa takut ketinggalan apabila banyak orang melakukan suatu kegiatan atau pengalaman menyenangkan, namun individu tersebut tidak terlibat langsung di dalamnya, sehingga memiliki Keinginan untuk tetap terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain melalui media sosial (Przybylski et al., 2013). Media sosial, termasuk TikTok dapat menjadi hal yang positif jika mendukung kehidupan. Namun, bisa menjadi hal yang negatif jika mengganggu kehidupan sehari-hari individu seperti mengganggu secara psikologis, sosial, sekolah, dan pekerjaan (Spada, 2014). Melalui penelitian ini, peneliti menemukan bahwa penggunaan TikTok sangat berkaitan erat dengan munculnya karakter FOMO pada suatu individu, khususnya Gen Z. FOMO dapat mendorong individu untuk selalu melihat apa yang dilakukan orang sekitar melalui media sosial. Sehingga, penggunaan media sosial menjadi toxic dan dapat mengganggu kehidupan sehari-hari.

KESIMPULAN

Fear of Missing Out atau biasa disingkat dengan FOMO adalah sindrom yang saat ini marak terjadi pada kalangan anak remaja hingga dewasa, khususnya Gen Z. Dalam konteks umum, "dampak negatif" dan "kerugian" sering kali mengacu pada hasil yang tidak diinginkan atau konsekuensi negatif dari suatu peristiwa, keputusan, atau tindakan yang dilakukan. Adapun beberapa contoh dampak negatif dari munculnya sifat FOMO, yang paling menonjol adalah perubahan gaya hidup, dimana gaya hidup semakin hedon (Hedonisme), dimana seorang individu dominan menggunakan waktunya untuk bersenang-senang dan kepuasan tanpa batas hingga kerap kali pelakunya tidak berpikir panjang dalam mengambil suatu tindakan. Karakter FOMO pada Gen Z yang terjadi dari kecanduan Tiktok sebagai hiburan sehari-hari serta konten-konten yang menjadi sebuah tren seringkali muncul karena pelaku merasa stres atau khawatir akan kehilangan pengalaman atau kesempatan yang sedang terjadi di sekitarnya. Melihat orang lain menikmati pengalaman yang menyenangkan dan menarik dapat menciptakan rasa tekanan sosial pada diri seseorang untuk ikut serta atau merasa kehilangan momen serupa jika tidak ikut-ikutan melakukan konten yang menurut mereka menarik. Meskipun FOMO mungkin umum terjadi pada banyak orang, FOMO dapat menimbulkan tekanan sosial yang tidak sehat dimana seseorang merasa perlu untuk berpartisipasi dalam suatu aktivitas atau tren tertentu hanya karena orang lain melakukannya. Ketika Generasi Z menggunakan waktu mereka secara tidak efisien, tentu akan timbul dampak negatif yang merugikan, seperti menghambat produktivitas. Cara mengatasi perasaan FOMO dapat dilakukan dengan mengurangi atau membatasi diri dalam menggunakan media sosial, fokus pada diri sendiri, dan menghargai diri sendiri. Hal tersebut perlu dilakukan, sehingga perilaku atau karakter FOMO dapat dikurangi pada suatu individu, khususnya Gen Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Adibah dewi satriani, a. c. (2023). Dampak dan transformasi perkembangan bahasa gaul dalam bahasa indonesia modern. *jurnal pengabdian west science*, 422.
- Dian, Nita. (2020). pengaruh komunikasi, disiplin dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan bagian produksi pt. extrupack bekasi barat. *jurnal stie indonesia (stei)jakarta*
- Laila Fitriani, Z. S. (2023). penggunaan bahasa indonesia dalam media sosial sebagai media pemasaran online. *jurnal sastra dan bahasa*, 2.
- Zahroh, L., & Sholichah, I. F. (2022). Pengaruh Konsep Diri dan Regulasi diri Terhadap Fear of Missing Out (FoMO) Pada Mahasiswa Pengguna Instagram. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(3), 1103-1109.
- Hikmah, N., & Duryati, D. (2021). Hubungan antara fear of missing out dengan psychological well being pada mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 10414-10422.
- Dewi, N. K., Hambali, I., & Wahyuni, F. (2022). Analisis intensitas penggunaan media sosial dan social environment terhadap perilaku FoMo. *Jurnal Ilmu Keperawatan Jiwa*, 5(1), 11-20.