

Eksposur Konten TikTok dan Pembentukan Fear of Missing Out (FOMO) pada Remaja di Kota Medan

Topan Bilardo

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Indonesia, topanbilardo@uin-suska.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara eksposur konten TikTok dengan pembentukan Fear of Missing Out (FOMO) pada remaja, khususnya dalam konteks masyarakat urban seperti Kota Medan. Penelitian menggunakan metode literature review dengan mengkaji berbagai artikel ilmiah, buku, dan laporan penelitian terkait media sosial, TikTok, dan fenomena FOMO. Hasil kajian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan TikTok yang tinggi, didukung oleh algoritma personalisasi dan dinamika tren yang cepat, berkontribusi signifikan terhadap munculnya FOMO pada remaja. FOMO muncul sebagai respons psikologis akibat kebutuhan akan koneksi sosial, perbandingan sosial, dan tekanan untuk selalu terhubung. Selain itu, fenomena ini juga berdampak pada kesehatan mental, seperti kecemasan, penurunan kepuasan hidup, dan gangguan emosional. Penelitian ini menegaskan pentingnya literasi digital dan pengendalian penggunaan media sosial dalam meminimalisir dampak negatif pada remaja.

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

ABSTRACT

This study aims to analyze the relationship between TikTok content exposure and the formation of Fear of Missing Out (FOMO) among adolescents, particularly in urban contexts such as Medan City. This research employs a literature review method by examining scientific articles, books, and research reports related to social media, TikTok, and FOMO. The findings indicate that high intensity of TikTok use, supported by algorithmic personalization and rapid trend cycles, significantly contributes to the emergence of FOMO among adolescents. FOMO arises as a psychological response to the need for social connection, social comparison, and the pressure to stay constantly connected. Furthermore, this phenomenon negatively impacts mental health, including anxiety, reduced life satisfaction, and emotional instability. This study highlights the importance of digital literacy and self-regulation in minimizing the negative effects of social media usage among adolescents.

Keywords: TikTok, Media Exposure, FOMO, Adolescents, Social Media

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah membawa perubahan fundamental dalam pola interaksi sosial masyarakat, khususnya pada kalangan remaja yang merupakan kelompok paling adaptif terhadap inovasi teknologi. Transformasi ini ditandai dengan bergesernya komunikasi dari pola tatap muka menuju komunikasi berbasis digital yang memungkinkan interaksi tanpa batas ruang dan waktu

(Castells, 2010). Media sosial kemudian hadir tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang sosial baru yang membentuk identitas, relasi, serta budaya digital di kalangan pengguna (Boyd, 2014). Dalam konteks ini, remaja memanfaatkan media sosial sebagai sarana ekspresi diri, pencarian identitas, serta validasi sosial dari lingkungan sekitarnya (Valkenburg & Peter, 2011).

Seiring dengan perkembangan tersebut, media sosial juga mengalami evolusi dari platform berbasis teks menuju platform berbasis visual dan audiovisual yang lebih interaktif. TikTok muncul sebagai salah satu platform yang mengalami pertumbuhan paling pesat secara global, dengan karakteristik utama berupa konten video pendek yang dikemas secara kreatif dan mudah dikonsumsi (Kaye et al., 2021). Popularitas TikTok di kalangan remaja tidak terlepas dari kemampuannya dalam menyediakan hiburan sekaligus ruang partisipasi aktif bagi pengguna untuk memproduksi dan mendistribusikan konten secara instan (Zulli & Zulli, 2020). Hal ini menjadikan TikTok sebagai medium yang tidak hanya bersifat konsumtif, tetapi juga partisipatif dalam membentuk budaya digital remaja.

TikTok memiliki karakteristik unik berupa sistem rekomendasi berbasis algoritma yang dikenal dengan fitur *For You Page* (FYP), yang mampu menyajikan konten secara personal sesuai dengan preferensi dan perilaku pengguna. Algoritma ini bekerja dengan menganalisis interaksi pengguna seperti durasi menonton, likes, komentar, dan shares, sehingga menciptakan pengalaman konsumsi konten yang bersifat adiktif dan berkelanjutan (Kaye et al., 2021; Zhang et al., 2021). Akibatnya, pengguna—terutama remaja—cenderung menghabiskan waktu yang lebih lama dalam mengakses platform tersebut. Intensitas paparan yang tinggi ini berpotensi memengaruhi kondisi psikologis pengguna, salah satunya melalui munculnya fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO).

FOMO merupakan kondisi psikologis yang ditandai dengan perasaan cemas atau khawatir bahwa individu lain sedang mengalami pengalaman yang lebih menyenangkan tanpa kehadiran dirinya (Przybylski et al., 2013). Konsep ini berakar pada teori kebutuhan dasar psikologis, khususnya kebutuhan akan keterhubungan sosial (*relatedness*), yang apabila tidak terpenuhi dapat menimbulkan perasaan tidak aman secara emosional (Deci & Ryan, 2000). Dalam konteks media sosial, FOMO diperkuat oleh paparan informasi yang bersifat selektif, di mana pengguna cenderung menampilkan sisi positif dari kehidupan mereka, sehingga menciptakan ilusi realitas sosial yang tidak seimbang (Chou & Edge, 2012). Fenomena FOMO semakin meningkat seiring dengan perkembangan media sosial yang memungkinkan distribusi informasi secara *real-time* dan terus-menerus. Media sosial tidak hanya menyajikan informasi, tetapi juga membangun tekanan sosial implisit bagi pengguna untuk selalu terhubung dan mengikuti perkembangan terkini (Dhir et al., 2018). Hal ini menyebabkan individu merasa terdorong untuk terus memantau aktivitas orang lain guna menghindari perasaan tertinggal, yang pada akhirnya memperkuat siklus penggunaan media sosial secara berlebihan (Alt, 2015).

Dalam konteks remaja, FOMO menjadi isu yang sangat penting karena berkaitan erat dengan tahap perkembangan psikososial, khususnya dalam pembentukan identitas dan kebutuhan akan penerimaan sosial (Erikson, 1968). Remaja cenderung lebih sensitif terhadap penilaian sosial dan lebih rentan terhadap perbandingan sosial yang terjadi di media digital (Vogel et al., 2014). Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang tinggi berkorelasi dengan meningkatnya tingkat kecemasan, depresi, serta penurunan kesejahteraan psikologis pada remaja (Keles et al., 2020; Twenge et al., 2018). Selain itu, FOMO juga dikaitkan dengan gangguan tidur dan penurunan kualitas hidup akibat keterikatan yang berlebihan terhadap media sosial (Przybylski et al., 2013).

Kota Medan sebagai salah satu kota metropolitan di Indonesia memiliki tingkat penetrasi internet dan penggunaan media sosial yang tinggi, terutama di kalangan generasi muda. Kondisi ini didukung oleh akses teknologi yang semakin luas serta budaya digital yang berkembang pesat di lingkungan urban. Remaja di Kota Medan menjadi bagian dari ekosistem digital yang aktif, sehingga memiliki potensi besar untuk mengalami eksposur tinggi terhadap konten media sosial, khususnya TikTok. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji secara mendalam bagaimana eksposur konten TikTok

berkontribusi terhadap pembentukan FOMO pada remaja, khususnya melalui pendekatan literature review yang mampu mengintegrasikan berbagai temuan penelitian sebelumnya secara komprehensif.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Eksposur Media Sosial

Eksposur media merupakan konsep penting dalam kajian komunikasi yang merujuk pada sejauh mana individu terpapar oleh media, baik dari segi frekuensi, durasi, maupun tingkat perhatian terhadap konten yang dikonsumsi (Littlejohn & Foss, 2011). Dalam konteks media sosial, eksposur tidak lagi bersifat satu arah sebagaimana media tradisional, melainkan bersifat interaktif dan partisipatif, di mana pengguna tidak hanya sebagai konsumen tetapi juga sebagai produsen konten (prosumer) (Nasrullah, 2017). Interaksi aktif seperti memberikan komentar, membagikan konten, hingga menciptakan konten sendiri menjadi bagian integral dari eksposur media sosial.

Penggunaan media sosial secara intensif memungkinkan individu mengalami paparan informasi yang berulang dan cepat, sehingga memperkuat efek kognitif dan afektif terhadap pengguna. Menurut teori media effects, paparan yang tinggi terhadap media dapat membentuk persepsi realitas sosial, sikap, serta perilaku individu (Gerbner et al., 2002). Dalam konteks ini, media sosial berperan sebagai agen sosialisasi yang memengaruhi cara individu memahami dunia sosialnya, termasuk norma, nilai, dan gaya hidup yang berkembang di masyarakat digital (Couldry & Hepp, 2017).

Selain itu, eksposur media sosial juga berkaitan dengan fenomena information overload, di mana individu menerima terlalu banyak informasi dalam waktu singkat, yang dapat memengaruhi kemampuan kognitif dan emosional dalam memproses informasi tersebut (Eppler & Mengis, 2004). Kondisi ini semakin diperkuat oleh karakteristik media sosial yang bersifat real-time dan tanpa batas, sehingga pengguna terus terdorong untuk tetap terhubung dan mengonsumsi informasi secara berkelanjutan.

2. TikTok sebagai Platform Digital

TikTok merupakan salah satu platform media sosial berbasis video pendek yang mengalami pertumbuhan pesat secara global, khususnya di kalangan remaja dan generasi muda. Platform ini menawarkan format konten yang singkat, kreatif, dan mudah diakses, sehingga mampu menarik perhatian pengguna dalam waktu yang relatif singkat (Kaye et al., 2021). Keunggulan utama TikTok terletak pada sistem algoritma yang mampu mempersonalisasi konten berdasarkan preferensi pengguna melalui fitur For You Page (FYP), yang secara terus-menerus menyajikan konten yang relevan dan menarik (Zhang et al., 2021).

Algoritma TikTok bekerja dengan menganalisis berbagai bentuk interaksi pengguna, seperti durasi menonton, likes, komentar, dan pola perilaku lainnya, sehingga menciptakan pengalaman konsumsi media yang bersifat imersif dan adiktif (Bhandari & Bimo, 2022). Hal ini menyebabkan pengguna cenderung menghabiskan waktu lebih lama dalam mengakses platform tersebut, yang pada akhirnya meningkatkan intensitas eksposur terhadap konten digital.

Konten yang disajikan dalam TikTok umumnya bersifat cepat, dinamis, dan berbasis tren, sehingga mendorong pengguna untuk terus mengikuti perkembangan terbaru agar tidak tertinggal (trend-driven engagement) (Zulli & Zulli, 2020). Pola konsumsi ini menciptakan siklus keterlibatan yang berulang dan memperkuat ketergantungan pengguna terhadap platform. Selain itu, TikTok juga mendorong partisipasi aktif melalui fitur kreatif seperti duet, stitch, dan penggunaan musik populer, yang semakin memperkuat keterikatan pengguna dengan platform (Omar & Dequan, 2020).

3. Konsep Fear of Missing Out (FOMO)

Fear of Missing Out (FOMO) merupakan konsep psikologis yang merujuk pada perasaan cemas atau kekhawatiran bahwa individu lain sedang mengalami pengalaman yang lebih menyenangkan tanpa kehadiran dirinya (Przybylski et al., 2013). FOMO berkaitan erat dengan kebutuhan dasar manusia akan

keterhubungan sosial (relatedness), sebagaimana dijelaskan dalam Self-Determination Theory yang dikemukakan oleh Deci dan Ryan (2000). Ketika kebutuhan tersebut tidak terpenuhi, individu cenderung mengalami ketidakpuasan psikologis yang dapat memicu perilaku kompensatif, seperti peningkatan penggunaan media sosial.

Menurut Przybylski et al. (2013), FOMO muncul akibat ketidakpuasan terhadap tiga kebutuhan psikologis utama, yaitu kompetensi, otonomi, dan keterhubungan sosial. Individu dengan tingkat FOMO yang tinggi cenderung memiliki dorongan kuat untuk terus terhubung dengan aktivitas orang lain melalui media sosial guna mengurangi perasaan tertinggal. Hal ini menjadikan media sosial sebagai alat utama dalam memenuhi kebutuhan sosial, meskipun dalam jangka panjang dapat menimbulkan ketergantungan.

Selain itu, FOMO juga berkaitan dengan teori perbandingan sosial (social comparison theory), di mana individu cenderung membandingkan dirinya dengan orang lain untuk mengevaluasi diri (Festinger, 1954). Media sosial memperkuat proses ini dengan menampilkan representasi kehidupan yang selektif dan cenderung positif, sehingga menciptakan standar sosial yang tidak realistis (Chou & Edge, 2012). Akibatnya, individu dapat mengalami penurunan kepuasan hidup dan peningkatan kecemasan sosial.

4. FOMO dan Remaja

Remaja merupakan kelompok yang paling rentan terhadap FOMO karena berada dalam fase perkembangan psikososial yang ditandai dengan pencarian identitas dan kebutuhan akan penerimaan sosial (Erikson, 1968). Pada tahap ini, remaja sangat sensitif terhadap penilaian sosial dan cenderung mencari validasi dari lingkungan sebayanya, termasuk melalui media sosial (Valkenburg & Peter, 2011). Hal ini menjadikan remaja lebih mudah terpengaruh oleh konten yang mereka konsumsi di platform digital.

Media sosial memperkuat tekanan sosial melalui mekanisme perbandingan sosial yang terus-menerus, di mana remaja membandingkan kehidupan mereka dengan kehidupan orang lain yang ditampilkan secara ideal (Vogel et al., 2014). Kondisi ini dapat memicu munculnya FOMO, yang pada gilirannya berdampak pada kesehatan mental remaja.

Penelitian menunjukkan bahwa FOMO pada remaja berkorelasi dengan berbagai masalah psikologis, seperti kecemasan, kesepian, dan penurunan kepuasan hidup (Keles et al., 2020). Selain itu, penggunaan media sosial yang tinggi juga dikaitkan dengan meningkatnya gejala depresi dan gangguan emosional (Twenge et al., 2018). Dalam konteks penggunaan TikTok, paparan terhadap konten yang bersifat viral dan berbasis tren semakin memperkuat kecenderungan perbandingan sosial, sehingga meningkatkan risiko FOMO pada remaja (Omar & Dequan, 2020).

Dengan demikian, hubungan antara eksposur media sosial, khususnya TikTok, dengan FOMO pada remaja menjadi isu yang penting untuk dikaji, mengingat dampaknya yang signifikan terhadap perkembangan psikologis dan kesejahteraan mental generasi muda.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode literature review dengan pendekatan sistematis (systematic literature review) untuk mengkaji secara komprehensif hubungan antara eksposur konten TikTok dan pembentukan Fear of Missing Out (FOMO) pada remaja. Metode ini dipilih karena mampu mengintegrasikan berbagai temuan penelitian sebelumnya secara terstruktur dan kritis, sehingga menghasilkan sintesis pengetahuan yang lebih mendalam dan reliabel (Kitchenham & Charters, 2007). Selain itu, pendekatan systematic review memungkinkan peneliti untuk meminimalisir bias dalam pemilihan literatur serta meningkatkan transparansi dalam proses penelitian (Tranfield et al., 2003).

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai literatur ilmiah yang relevan, meliputi artikel jurnal terindeks (Scopus, SINTA, dan Google Scholar), buku akademik, serta laporan penelitian

yang berkaitan dengan media sosial, TikTok, dan fenomena FOMO. Penggunaan berbagai sumber ini bertujuan untuk memperoleh perspektif yang komprehensif dan multidisipliner, mengingat kajian mengenai FOMO tidak hanya berada dalam ranah komunikasi, tetapi juga psikologi dan studi media digital (Snyder, 2019).

Proses pengumpulan dan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis. Tahap pertama adalah identifikasi topik dan penentuan kata kunci, yang dilakukan dengan merumuskan fokus penelitian terkait “TikTok”, “media exposure”, “social media”, dan “Fear of Missing Out (FOMO)”. Penentuan kata kunci yang tepat sangat penting dalam literature review karena akan memengaruhi cakupan dan relevansi literatur yang diperoleh (Booth et al., 2016).

Tahap kedua adalah pengumpulan literatur dari database ilmiah. Peneliti menelusuri berbagai database seperti Google Scholar, ScienceDirect, dan SpringerLink untuk memperoleh artikel yang relevan. Proses ini dilakukan dengan menggunakan kombinasi kata kunci yang telah ditentukan, serta membatasi tahun publikasi agar tetap relevan dengan perkembangan terbaru, khususnya dalam rentang 10 tahun terakhir. Strategi pencarian literatur yang sistematis ini bertujuan untuk memastikan bahwa data yang digunakan bersifat mutakhir dan kredibel (Petticrew & Roberts, 2006).

Tahap ketiga adalah seleksi literatur berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi. Kriteria inklusi dalam penelitian ini meliputi: (1) artikel yang membahas TikTok atau media sosial, (2) penelitian yang berkaitan dengan FOMO atau kesehatan mental remaja, dan (3) publikasi ilmiah yang telah melalui proses peer-review. Sementara itu, kriteria eksklusi meliputi artikel yang tidak relevan secara langsung dengan topik penelitian atau memiliki kualitas metodologis yang rendah. Proses seleksi ini penting untuk memastikan bahwa hanya literatur yang berkualitas dan relevan yang digunakan dalam analisis (Moher et al., 2009).

Tahap keempat adalah analisis dan sintesis data, yang dilakukan dengan mengkaji secara kritis setiap literatur yang terpilih. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi tema-tema utama, pola hubungan antar variabel, serta kesenjangan penelitian (research gap) yang muncul dalam studi sebelumnya. Sintesis data kemudian dilakukan dengan mengintegrasikan berbagai temuan tersebut ke dalam kerangka konseptual yang utuh, sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai hubungan antara eksposur TikTok dan FOMO pada remaja (Snyder, 2019).

Metode literature review yang digunakan dalam penelitian ini memungkinkan peneliti untuk tidak hanya merangkum hasil penelitian sebelumnya, tetapi juga melakukan evaluasi kritis terhadap berbagai perspektif yang ada. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian komunikasi digital serta menjadi dasar bagi penelitian empiris di masa mendatang (Tranfield et al., 2003).

PEMBAHASAN

1. Intensitas Penggunaan TikTok dan FOMO

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa intensitas penggunaan TikTok memiliki hubungan yang signifikan dengan tingkat Fear of Missing Out (FOMO) pada remaja. Intensitas penggunaan yang dimaksud mencakup frekuensi akses, durasi penggunaan, serta tingkat keterlibatan pengguna dalam berinteraksi dengan konten. Semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, semakin besar kemungkinan individu mengalami FOMO, karena mereka terus-menerus terpapar informasi mengenai aktivitas sosial orang lain (Przybylski et al., 2013).

TikTok sebagai platform berbasis video pendek memiliki karakteristik yang mendorong konsumsi konten secara berkelanjutan melalui algoritma personalisasi yang adaptif. Algoritma ini menyajikan konten yang relevan secara terus-menerus, sehingga pengguna cenderung menghabiskan waktu lebih lama dalam mengakses platform (Kaye et al., 2021). Paparan konten yang berulang ini memperkuat dorongan psikologis untuk tetap terhubung agar tidak tertinggal dari tren atau informasi terbaru.

Selain itu, TikTok juga mendorong pengguna untuk terus mengikuti tren yang berkembang secara cepat dan dinamis. Tren yang bersifat viral menciptakan tekanan sosial implisit bagi pengguna untuk berpartisipasi atau setidaknya mengetahui perkembangan tersebut. Kondisi ini memunculkan perasaan takut tertinggal (*fear of missing out*), yang pada akhirnya memperkuat intensitas penggunaan media sosial itu sendiri (Zulli & Zulli, 2020). Dengan demikian, terdapat hubungan timbal balik antara intensitas penggunaan TikTok dan FOMO, di mana keduanya saling memperkuat dalam membentuk perilaku digital remaja.

2. Perbandingan Sosial sebagai Faktor Utama

Salah satu faktor utama yang memicu FOMO adalah perbandingan sosial (*social comparison*) yang dilakukan pengguna terhadap konten yang dikonsumsi di media sosial. Teori perbandingan sosial yang dikemukakan oleh Festinger (1954) menjelaskan bahwa individu memiliki kecenderungan untuk membandingkan dirinya dengan orang lain sebagai bagian dari proses evaluasi diri. Dalam konteks media sosial, proses ini semakin intensif karena pengguna terus-menerus terpapar pada representasi kehidupan orang lain yang cenderung positif dan ideal.

Konten yang ditampilkan di TikTok umumnya telah melalui proses kurasi dan seleksi, sehingga hanya menampilkan sisi terbaik dari kehidupan pengguna. Hal ini menciptakan standar sosial yang tidak realistis dan mendorong individu untuk membandingkan dirinya dengan standar tersebut (Chou & Edge, 2012). Akibatnya, individu dapat merasa kurang puas terhadap kehidupannya sendiri, yang kemudian memicu munculnya FOMO.

Pada remaja, proses perbandingan sosial ini memiliki dampak yang lebih signifikan karena mereka berada dalam fase perkembangan identitas yang masih labil. Remaja cenderung lebih sensitif terhadap penilaian sosial dan lebih mudah terpengaruh oleh persepsi orang lain (Vogel et al., 2014). Kondisi ini membuat mereka lebih rentan mengalami kecemasan dan penurunan kepercayaan diri akibat perbandingan sosial yang terjadi di media digital. Dengan demikian, perbandingan sosial menjadi mekanisme utama yang menghubungkan eksposur media sosial dengan munculnya FOMO.

3. Dampak Psikologis FOMO

FOMO memiliki dampak yang signifikan terhadap kesehatan mental individu, khususnya pada remaja. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa FOMO berkorelasi dengan meningkatnya tingkat kecemasan, depresi, serta penurunan kepuasan hidup (Keles et al., 2020). Individu yang mengalami FOMO cenderung merasa tidak puas dengan kehidupannya karena selalu membandingkan dirinya dengan orang lain yang dianggap lebih bahagia atau lebih sukses.

Selain itu, FOMO juga berdampak pada gangguan tidur, karena individu merasa perlu untuk terus memantau media sosial, bahkan pada waktu istirahat. Hal ini menyebabkan berkurangnya kualitas tidur yang pada akhirnya berdampak pada kesehatan fisik dan mental (Przybylski et al., 2013). Penggunaan media sosial yang berlebihan sebagai respons terhadap FOMO juga dapat memperkuat siklus negatif, di mana individu semakin tergantung pada media sosial untuk memenuhi kebutuhannya.

Lebih lanjut, FOMO juga dikaitkan dengan menurunnya kesejahteraan psikologis secara keseluruhan. Twenge et al. (2018) menemukan bahwa peningkatan penggunaan media digital berkorelasi dengan meningkatnya gejala depresi dan kesepian pada remaja. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial memberikan kemudahan dalam berinteraksi, penggunaan yang berlebihan justru dapat berdampak negatif terhadap kesehatan mental.

4. Peran Algoritma TikTok

Algoritma TikTok memainkan peran penting dalam meningkatkan eksposur konten dan membentuk perilaku pengguna. Sistem rekomendasi yang digunakan oleh TikTok dirancang untuk

mempertahankan perhatian pengguna dengan menyajikan konten yang relevan dan menarik secara berkelanjutan (Kaye et al., 2021). Hal ini menciptakan pengalaman pengguna yang imersif, di mana individu sulit untuk menghentikan konsumsi konten.

Algoritma ini bekerja dengan memanfaatkan data interaksi pengguna, seperti durasi menonton, preferensi konten, serta pola perilaku digital. Dengan demikian, TikTok mampu menciptakan aliran konten yang sesuai dengan minat pengguna, yang pada akhirnya meningkatkan durasi penggunaan secara signifikan (Bhandari & Bimo, 2022). Kondisi ini memperkuat eksposur media dan meningkatkan risiko munculnya FOMO.

Selain itu, algoritma TikTok juga mempercepat penyebaran tren secara global, sehingga menciptakan tekanan sosial yang lebih luas bagi pengguna untuk mengikuti perkembangan tersebut. Siklus konsumsi media yang terus-menerus ini menciptakan kondisi di mana pengguna merasa perlu untuk selalu terhubung agar tidak tertinggal, yang merupakan inti dari fenomena FOMO.

5. Relevansi dengan Remaja di Kota Medan

Dalam konteks Kota Medan, fenomena FOMO pada remaja tidak dapat dilepaskan dari kondisi sosial dan budaya masyarakat urban yang memiliki tingkat penetrasi internet yang tinggi. Remaja di lingkungan urban cenderung memiliki akses yang lebih luas terhadap teknologi digital, sehingga intensitas penggunaan media sosial juga lebih tinggi (APJII, 2023). Hal ini meningkatkan peluang terjadinya eksposur konten secara berkelanjutan.

Selain itu, dinamika sosial di kota besar seperti Medan juga memperkuat kebutuhan akan eksistensi sosial dan pengakuan dari lingkungan sekitar. Media sosial menjadi sarana utama bagi remaja untuk membangun identitas dan memperoleh validasi sosial (Valkenburg & Peter, 2011). Dalam konteks ini, TikTok berperan sebagai ruang representasi diri yang sangat kuat, sehingga meningkatkan tekanan sosial untuk selalu tampil relevan dan mengikuti tren.

Kondisi tersebut menjadikan remaja di Kota Medan lebih rentan terhadap FOMO, terutama karena kombinasi antara intensitas penggunaan media sosial yang tinggi, tekanan sosial, serta karakteristik perkembangan psikologis remaja. Oleh karena itu, penting untuk memahami fenomena ini sebagai bagian dari dinamika komunikasi digital yang memengaruhi kesejahteraan mental generasi muda.

SIMPULAN

Eksposur konten TikTok terbukti memiliki hubungan yang signifikan dan kuat terhadap pembentukan fenomena Fear of Missing Out (FOMO) pada remaja di Kota Medan. Tingginya intensitas penggunaan TikTok tidak hanya mencerminkan frekuensi konsumsi media, tetapi juga menunjukkan keterlibatan emosional dan psikologis yang semakin mendalam terhadap konten yang dikonsumsi. Remaja yang terpapar secara terus-menerus cenderung mengalami dorongan untuk selalu terhubung, mengikuti tren terbaru, serta merasa tertinggal apabila tidak berpartisipasi dalam dinamika sosial yang terjadi di platform tersebut.

Salah satu faktor utama yang memperkuat munculnya FOMO adalah mekanisme social comparison atau perbandingan sosial. Remaja secara tidak sadar membandingkan kehidupan mereka dengan representasi kehidupan orang lain yang sering kali telah mengalami proses kurasi dan idealisasi. Hal ini menimbulkan persepsi bahwa kehidupan orang lain lebih menarik, lebih sukses, atau lebih bahagia, sehingga memicu rasa tidak puas terhadap diri sendiri dan meningkatkan kecemasan sosial.

Selain itu, peran algoritma TikTok juga menjadi faktor krusial dalam memperkuat siklus FOMO. Algoritma yang dirancang untuk menyajikan konten yang relevan dan menarik berdasarkan preferensi pengguna justru menciptakan efek echo chamber yang memperkuat paparan terhadap konten-konten tertentu secara berulang. Kondisi ini menyebabkan remaja semakin tenggelam dalam arus informasi

yang sulit dihentikan (infinite scroll), sehingga memperbesar kemungkinan munculnya ketergantungan dan kecemasan apabila tidak terus mengakses platform.

Dengan demikian, fenomena FOMO pada remaja di Kota Medan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor individu, tetapi juga oleh karakteristik struktural dari media sosial itu sendiri. Oleh karena itu, diperlukan upaya literasi digital yang lebih komprehensif, penguatan kontrol diri pada remaja, serta peran aktif orang tua dan institusi pendidikan dalam membimbing penggunaan media sosial secara sehat dan seimbang. Pendekatan ini penting untuk meminimalisasi dampak negatif FOMO serta mendorong remaja untuk memiliki kesejahteraan psikologis yang lebih baik di era digital.

REFERENSI

- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111–119. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.057>
- APJII. (2023). Laporan survei penetrasi internet Indonesia.
- Bhandari, U., & Bimo, S. (2022). Why's everyone on TikTok now? **Social Media + Society*, 8*(1), 1–5.
- Booth, A., Sutton, A., & Papaioannou, D. (2016). *Systematic approaches to a successful literature review*. Sage Publications.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society*. Wiley-Blackwell.
- Chou, H.-T. G., & Edge, N. (2012). The impact of Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117–121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity Press.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268.
- Dhir, A., Yossatorn, Y., Kaur, P., & Chen, S. (2018). Online social media fatigue. *Journal of Business Research*, 86, 57–68.
- Eppler, M. J., & Mengis, J. (2004). The concept of information overload. *The Information Society*, 20(5), 325–344.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. Norton.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (2002). Growing up with television. In *Media effects*.
- Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2021). The co-evolution of TikTok and user behavior. *International Journal of Communication*, 15, 1–21.
- Keles, B., McCrae, N., & Grealish, A. (2020). Social media and mental health. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 79–93.
- Kitchenham, B., & Charters, S. (2007). *Guidelines for performing systematic literature reviews*. EBSE Technical Report.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Theories of human communication*. Waveland Press.
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., & Altman, D. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses (PRISMA). *PLoS Medicine*, 6(7). <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>
- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial*. Simbiosis Rekatama Media.
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(4).

- Petticrew, M., & Roberts, H. (2006). *Systematic reviews in the social sciences*. Blackwell Publishing.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222.
- Twenge, J. M., Joiner, T. E., Rogers, M. L., & Martin, G. N. (2018). Increases in depressive symptoms. *Clinical Psychological Science*, 6(1), 3–17.
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). Online communication among adolescents. *Journal of Adolescent Health*, 48(2), 121–127.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison on social media. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 33(8), 701–731.
- Zhang, X., et al. (2021). Understanding TikTok user engagement behavior. *Journal of Digital Media Studies*.
- Zulli, D., & Zulli, D. J. (2020). Extending the Internet meme. *New Media & Society*, 22(11), 1–19.