

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Cara kita berinteraksi dan mengonsumsi konten di media sosial telah berubah di tengah pesatnya perkembangan dunia digital. Tiktok, aplikasi berbagi konten video yang didirikan di tahun 2016 oleh perusahaan Tiongkok *ByteDance*, sebuah platform media sosial yang telah mengubah pengalaman pengguna di berbagai belahan dunia. Tiktok memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan video pendek dengan durasi hingga 60 detik. Jutaan pengguna dari beragam usia, latar belakang, dan budaya telah menggunakan aplikasi ini. Tiktok berbeda dibandingkan dengan platform media sosial lainnya karena sistem algoritma pemilihan kontennya yang canggih yang menyesuaikan feed pengguna berdasarkan preferensi mereka.¹ Hal ini menunjukkan bahwa Tiktok telah membawa inovasi besar dalam dunia teknologi, khususnya di bidang media sosial. Tiktok memberikan kebebasan penuh kepada penggunanya untuk berkreasi dan mengekspresikan diri mereka, memungkinkan setiap individu untuk ikut serta dalam berbagai tren yang sedang berkembang. Dengan fitur-fitur yang memungkinkan video singkat, tantangan, dan efek kreatif, Tiktok telah menjadi platform yang memfasilitasi kebebasan berekspresi dan interaksi sosial yang lebih personal, memberikan kesempatan bagi pengguna untuk menunjukkan kreativitas mereka dengan cara yang unik.

Aplikasi Tiktok mendapat banyak perhatian dari pengguna media sosial di Indonesia, terbukti dengan peringkat tertinggi yang diraihnya pada bulan Maret 2020. Pada kuartal pertama tahun 2022, jumlah pengguna aktif bulanan Tiktok diperkirakan mencapai 1,39 miliar secara global. Fungsi utama Tiktok adalah sebagai hiburan dan sumber informasi, Tiktok memungkinkan pengguna untuk membagikan video singkat dengan beragam filter dan fitur pengeditan.

¹ Puput Silva Rosiana et al., "Analisis Aplikasi Tiktok Berdasarkan Prinsip dan Paradigma Interaksi Manusia dan Komputer Menggunakan Evaluasi Heuristic," *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan* 11, no. 3 (2023), 687.

Selain itu, Tiktok menyajikan konten video terbaru, yang sedang *viral*, dan sesuai dengan minat pengguna melalui halaman *for your page* atau FYP.² Aplikasi Tiktok semakin populer dan terus menarik lebih banyak peminat seiring berjalannya waktu. Hal ini disebabkan oleh berbagai fitur menarik yang ditawarkan Tiktok, yang semakin digemari oleh berbagai kalangan usia. Tiktok menjadi platform media sosial yang menyediakan berbagai video singkat yang menggabungkan hiburan dan informasi. Setiap video yang ada di Tiktok sudah melalui proses editing yang kreatif, membuatnya lebih menarik dan menyenangkan untuk ditonton. Dengan beragam konten yang terus berkembang, Tiktok berhasil menciptakan pengalaman menonton yang lebih dinamis dan seru bagi penggunanya.

Dilansir dalam laman tekno.kompas.com Tiktok memiliki lebih dari 10 juta pengguna di Indonesia, sebagian besar dari mereka adalah milenial dan Generasi Z, atau Gen Z. Akibatnya, aplikasi ini menjadi populer karena mayoritas penggunanya adalah anak sekolah.³

Pemanfaatan teknologi sejak usia dini dan akses mudah terhadap informasi adalah faktor yang membentuk karakteristik generasi Z, juga dikenal sebagai Gen Z. Perilaku mereka dalam memanfaatkan Tiktok sebagai platform media untuk berbagi pengetahuan dan aktivisme adalah contoh perilaku remaja yang inovatif dan kreatif.⁴ Dengan demikian, Tiktok menjadi tempat berkembangnya kreativitas Generasi Z, di mana mereka dapat mengembangkan bakat mereka lewat informasi-informasi yang terdapat di konten Tiktok yang lewat di beranda atau dengan adanya fitur algoritma Tiktok yang menyesuaikan minat penonton, Generasi Z dapat menyalurkan hobi atau kreativitas mereka di

² Agus Purwanto, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok terhadap Perilaku *Fear of Missing Out* (Fomo) di Kalangan Siswa SMA Negeri 1 Wajo," *Lamaddu Kelleng* 3, no. 1 (2024), 105.

³ Reza Wahyudi, "Tiktok Punya 10 Juta Pengguna Aktif di Indonesia," (2018) <https://tekno.kompas.com> (diakses 17 Maret 2025) .

⁴ Fadhlizha Izzati Rinanda Firamadhina and Hetty Krisnani, "Perilaku Generasi Z terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme," *Social Work Journal* 10, no. 2 (2021), 200.

platform tersebut sebagai ajang pengenalan diri mereka untuk mendapat validasi dengan jangkauan yang lebih luas.

Mayoritas remaja yang aktif di media sosial akan dianggap semakin menarik, sementara remaja yang tidak menggunakan media sosial umumnya dianggap terasa kurang menarik atau ketinggalan zaman. Mereka juga dipandang belum memahami cara menggunakan media sosial untuk kegiatan yang bermanfaat dan lebih mudah terpengaruh oleh kehidupan di media sosial tanpa mempertimbangkan dampak positif dan negatif dari tindakan mereka.⁵

Salah satu efek penggunaan *smartphone* paling dominan yang dialami oleh sebagian besar masyarakat saat ini, terutama di kalangan generasi Z, adalah ketergantungan atau kecanduan yang menyebabkan pengguna merasa tidak dapat lepas dari *smartphone*.⁶ Dengan berkembangnya suatu teknologi pada dunia ini, menimbulkan pengaruh yang tidak signifikan. Semakin canggih suatu teknologi dan mudah untuk didapat, membuat masyarakat lebih nyaman berada pada lingkaran teknologi yang canggih. Generasi Z yang sudah mengalami perkembangan teknologi dari awal, menjadikan generasi tersebut lebih banyak mengenal *smartphone* yang merupakan salah satu alat teknologi yang sangat canggih.

Salah satu dampak *smartphone*, khususnya pada pengguna media sosial, adalah istilah baru yang dikenal sebagai FoMO (*Fear of Missing Out*). Secara sederhana, istilah ini sangat populer di antara kalangan generasi muda ini dan bisa diartikan sebagai rasa takut atau ketakutan akan ketinggalan tren, berita, informasi, dan lain-lain. FoMO merasa cemas jika orang lain bersenang-senang tanpa kehadiran mereka dan ingin tetap terhubung dengan orang lain.⁷ Semakin mudahnya teknologi yang didapat masyarakat, khususnya Generasi Z yang

⁵ Nadia Gita Aresti, Triyono Lukmantoro, and Nurist Surayya Ulfa, "Pengaruh Tingkat *Fear of Missing Out* (FoMO) dan Tingkat Pengawasan Orang Tua terhadap Tingkat Kecanduan Penggunaan Tiktok pada Remaja," *Jurnal Interaksi Online* 11, no. 3 (2023), 273.

⁶ Novy Fitria, Fathonah Al Hadromi, and Een Yualika Ekmarinda, "FOMO and Its Effect on Gen Z Performance," *Atlantis Press International BV* (2023), 142.

⁷ Fitria, Al Hadromi, and Ekmarinda, "FOMO and Its Effect on Gen Z Performance": 142.

melek akan teknologi, menjadikan teknologi tersebut sangat berpengaruh untuk berkembangnya Generasi muda tersebut. Pengaruh yang paling dikenal saat ini ialah efek FoMO (*Fear of Missing Out*), di mana cemas akan ketinggalannya suatu informasi yang mereka dapat. FoMO menjadikan sebuah media sosial menjadi patokan tingkat sosialita seorang yang sangat terpaku oleh media sosial.

Tiktok adalah aplikasi yang paling disukai oleh remaja Indonesia. Data sebelumnya menunjukkan bahwa remaja dikategorikan sebagai kecanduan Tiktok karena tingginya akses dan waktu yang dihabiskan untuk situs web tersebut. Konsumsi terus-menerus situs web dan perilaku kecanduan media sosial, terutama Tiktok, ditunjukkan oleh remaja.⁸ Dikarenakan mayoritas remaja khususnya Generasi Z lebih banyak menonton Tiktok, maka banyaknya tren, informasi, berita dan lain-lainnya banyak didapati di Tiktok. Dengan banyaknya informasi yang ada di Tiktok menjadikan Tiktok sebuah aplikasi yang banyak digandrungi Generasi Z untuk melihat perkembangan tren yang sedang ramai diperbincangkan.

Kecamatan Batuceper merupakan Kecamatan yang ada di Kota Tangerang, Provinsi Banten. Dengan luas 8,49 km², Kecamatan Batuceper berada di daerah paling timur Kota Tangerang. Itu hanya sekitar 5 km dari pusat Kota Tangerang. Dengan ibu kota di Kelurahan Batuceper, Kecamatan Batuceper terdiri dari tujuh Kelurahan: Porisgaga Baru, Porisjaya, Porisgaga, Kebon besar, Batuceper, Batujaya, dan Batusari. Kelurahan Porisgaga memiliki populasi tertinggi dengan 15.647 orang/km² pada tahun 2023, sedangkan Kelurahan Batu Jaya memiliki populasi terendah dengan 7.672 orang/km². Secara keseluruhan, Kecamatan Batuceper memiliki sekitar 7.000 orang.⁹

Penelitian ini berfokus kepada remaja Generasi Z berkisaran umur 18-24 tahun yang menggunakan aplikasi Tiktok. Berdasarkan laporan dalam laman survei Soax pada 26 November 2024, yang mana digambarkan bahwa rentang

⁸ Aresti, Lukmantoro, and Ulfa, "Pengaruh Tingkat *Fear of Missing Out* (FoMO) dan Tingkat Pengawasan Orang Tua terhadap Tingkat Kecanduan Penggunaan Tiktok pada Remaja," 274.

⁹ BPS Kota Tangerang, *Kecamatan Batuceper dalam Angka*, vol. 15 (2023): 21, <https://tangerangkota.bps.go.id> (diakses pada 26 November 2024).

usia 18-24 tahun menjadi usia terbanyak yang menggunakan Tiktok, sebanyak 36,20% sekitar 543,0 Juta pengguna Tiktok.¹⁰ Berdasarkan data tersebut, peneliti memilih remaja dengan rentang umur 18-24 tahun sebagai subjek penelitian karena dianggap lebih relevan dengan objek yang peneliti ambil.

Lokasi penelitian dilakukan di Kecamatan Batuaceper. Lokasi tersebut memiliki populasi yang sangat beragam, termasuk jumlah generasi muda atau Gen Z yang signifikan. Berdasarkan pengamatan di berbagai lingkungan Kecamatan Batuaceper, ditemukan bahwa Tiktok menjadi salah satu aplikasi yang dominan digunakan oleh Gen Z.¹¹ Peneliti ini berfokus pada Gen Z yang lebih aktif dalam menggunakan media sosial seperti Tiktok. Lokasi tersebut memungkinkan untuk menggali pemahaman tentang bagaimana kelompok usia ini berinteraksi dengan media sosial dan bagaimana dampaknya terhadap perilaku yang terkait dengan *Fear of Missing Out* (FoMO).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks permasalahan yang telah peneliti jelaskan. Dengan demikian, rumusan masalah yang akan menjadi fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana intensitas menonton Tiktok pada Gen Z di Kecamatan Batuaceper Kota Tangerang?
2. Bagaimana perilaku FoMO (*Fear of Missing Out*) yang muncul pada Gen Z di Kecamatan Batuaceper Kota Tangerang?
3. Seberapa besar pengaruh intensitas menonton Tiktok terhadap perilaku FoMO pada Gen Z di Kecamatan Batuaceper Kota Tangerang?

¹⁰ Robin Geuens, "Tiktok User Demographics: What's the Average Age of Tiktok Users? (2024)," <https://soax.com> (diakses 26 November 2024).

¹¹ Observasi lapangan oleh peneliti, Kecamatan Batuaceper (10 Desember, 2024).

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah ada, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui intensitas menonton Tiktok pada Gen Z di Kecamatan Batuaceper Kota Tangerang.
2. Untuk mengidentifikasi perilaku FoMO (*Fear of Missing Out*) yang dialami oleh Gen Z di Kecamatan Batuaceper Kota Tangerang.
3. Untuk mengetahui pengaruh intensitas menonton Tiktok terhadap perilaku FoMO pada Gen Z di Kecamatan Batuaceper Kota Tangerang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Peneliti mengharapkan bahwa penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam bidang ilmu pengetahuan dan penelitian lainnya, khususnya berkaitan dengan penelitian tentang Pengaruh Intensitas Menonton Tiktok Terhadap Perilaku FoMO Gen Z.
 - b. Selain itu, diharapkan bahwa penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi untuk sumber informasi ilmiah yang digunakan dalam penelitian yang sama atau serupa.
2. Manfaat Praktis
 - a. Peneliti mengharapkan penelitian ini bermanfaat bagi individu atau masyarakat pengguna Tiktok (khususnya Gen Z). Penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran akan dampak intensitas menonton Tiktok terhadap perilaku FoMO.
 - b. Selain itu, bagi akademis dan peneliti, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin meneliti faktor lain yang memengaruhi FoMO.

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian tentang pengaruh intensitas menonton Tiktok terhadap perilaku FoMO (*Fear of Missing Out*) pada Gen Z bukan kali pertama, untuk

menghindari kesamaan dalam penelitian, peneliti menyajikan beberapa penelitian terdahulu yang dianggap relevan sebagai sumber referensi, yaitu sebagai berikut:

1. Imanen Yehu Tandi (2021), Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Atma Jaya, dengan judul penelitian “Pengaruh Intensitas Menonton Konten Tiktok terhadap Tingkat Kreativitas pada Mahasiswa di Yogyakarta”. Penelitian tersebut menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

kesimpulan dari penelitian tersebut yaitu Ketiga variabel yang diteliti dalam penelitian (intensitas menonton Tiktok, kreativitas siswa, dan frekuensi ajakan teman) memiliki kaitan yang signifikan satu sama lain. Hipotesis menunjukkan bahwa intensitas menonton konten berkorelasi dengan tingkat kreativitas siswa di Yogyakarta.

Perbedaan dalam penelitian ini mempertimbangkan faktor sosial, seperti frekuensi ajakan teman, sebagai variabel yang berkaitan dengan kreativitas, sedangkan penelitian ini lebih berfokus pada aspek psikologis (FoMO) sebagai dampak dari penggunaan Tiktok. Perbedaan lainnya adalah dalam karakteristik sampel, di mana penelitian sebelumnya berfokus pada mahasiswa di Yogyakarta, sementara penelitian ini menargetkan Gen Z usia 18–24 tahun di Kecamatan Baturepe sebagai responden utama.¹²

2. Agus Purwanto (2024), artikel dengan judul penelitian “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok terhadap Perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) di Kalangan Siswa SMA Negeri 1 Wajo”. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

Adapun kesimpulan dari penelitian tersebut yaitu media sosial Tiktok berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Fear of Missing Out*

¹² Imanen Yehu Tandi Pratama, “Pengaruh Intensitas Menonton Konten Tiktok terhadap Tingkat Kreativitas pada Mahasiswa Di Yogyakarta” (*Skripsi*, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2021).

(FoMO) pada siswa SMA Negeri 1 Wajo. Besarnya pengaruh penggunaan media sosial Tiktok terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO) adalah sebesar 65,9% sedangkan sisanya 34.1% dipengaruhi oleh faktor yang tidak dimasukkan dalam penelitian tersebut.

Perbedaan dalam penelitian ini berfokus pada siswa SMA Negeri 1 Wajo, Sulawesi Selatan, sementara penelitian ini dilakukan pada Gen Z usia 18–24 tahun di Kecamatan Batuaceper, Kota Tangerang. Perbedaan karakteristik responden ini dapat memengaruhi hasil penelitian, karena siswa SMA masih berada dalam lingkungan sekolah dengan pola interaksi sosial yang berbeda dibandingkan dengan kelompok usia 18-24 tahun yang memiliki kebebasan lebih dalam penggunaan media sosial.¹³

3. Esti Astuti dan Susi Andrini (2021), artikel dengan judul penelitian “Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok terhadap Perilaku Imitasi Remaja”. Peneliti tersebut menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Adapun kesimpulan dari penelitian tersebut menunjukkan hubungan positif antara penggunaan aplikasi Tiktok dan perilaku imitasi. Artinya, semakin banyak penggunaan aplikasi, semakin banyak perilaku imitasi, atau kebalikannya.

Perbedaan dalam penelitian ini berfokus pada hubungan antara intensitas penggunaan Tiktok dan perilaku imitasi pada remaja, sedangkan penelitian ini meneliti pengaruh intensitas menonton Tiktok terhadap perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Gen Z di Kecamatan Batuaceper.¹⁴

¹³ Purwanto, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok terhadap Perilaku *Fear of Missing Out* (Fomo) di Kalangan Siswa Sma Negeri 1 Wajo.”

¹⁴ Esti Astuti and Susi Andrini, “Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok terhadap Perilaku Imitasi Remaja,” *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 18, no. 2 (2021): 134–142.

F. Sistematika Pembahasan

BAB I : Pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, serta sistematika pembahasan.

BAB II : Kajian Pustaka yang membahas pengertian intensitas, aplikasi Tiktok, perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO), Gen Z. **Landasan Teori** yang membahas mengenai Teori *Uses and Gratification*.

BAB III : Metodologi Penelitian yang meliputi jenis lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional, hipotesis dan analisis data.

BAB IV : Analisis Data dan Pembahasan yang meliputi deskripsi objek penelitian dan analisis pembahasan hasil penelitian .

BAB V : Penutup yang mencakup kesimpulan penelitian dan saran.