



**ANALISIS TENTANG PERILAKU FOMO TERHADAP *TREND* TIKTOK
(Studi Kasus Pada Mahasiswa BK Angkatan 2020 Universitas Pancasakti
Tegal)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat dalam Rangka Penyelesaian Studi
Strata 1 untuk Mencapai Gelar Sarjana Pendidikan
Program Studi Bimbingan dan Konseling

Oleh:

MOHAMMAD KHOSYI ARRAFI

NPM 1120600045

PROGRAM STUDI BIMBINGAN DAN KONSELING

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL

2024

PERSETUJUAN

Nama Mahasiswa : Mohammad Khosyi Arrafi
NPM : 1120600045
Program Studi : BK
Judul Skripsi : “Analisis Tentang Perilaku FOMO Terhadap *Trend* TikTok (Studi Kasus Pada Mahasiswa BK Angkatan 2020 Universitas Pancasakti Tegal)”

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk dipertahankan di hadapan Sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.

Pembimbing I,


Hastin Budisiwi, M.Pd
NIDN 0628038601

Tegal, 24 Juli 2024

Pembimbing II,


Renie Tri Herdiani, M.Pd
NIDN 0625058301

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "Analisis Tentang Perilaku FOMO Terhadap *Trend* TikTok (Studi Kasus Pada Mahasiswa BK Angkatan 2020 Universitas Pancasakti Tegal)" karya,

Nama : Mohammad Khosyi Arrafi

NPM : 1120600045

Program Studi : Bimbingan dan Konseling

Telah dipertahankan di Hadapan Sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pancasakti Tegal, pada:

Hari : Senin

Tanggal : 5 Agustus 2024

Ketua,



Dr. Harung Sudibyo, M.Pd

NIDN/0609088301

Sekretaris,



Mulyani, M.Pd

NIDN 0615107502

Anggota Penguji,
Penguji I,



Mulyani, M.Pd

NIDN 0615107502

Penguji II,



Renie Tri Herdiani, M.Pd

NIDN 0625058301

Penguji III,



Hastin Budisiwi, M.Pd

NIDN 0628038601

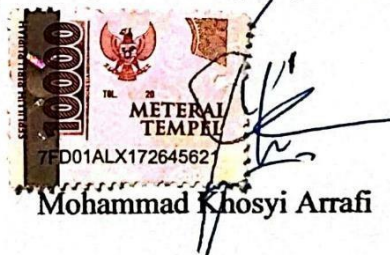


PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Analisis Tentang Perilaku FOMO Terhadap *Trend* TikTok (Studi Kasus Pada Mahasiswa BK Angkatan 2020 Universitas Pancasakti Tegal)" ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Tegal, 26 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Mohammad Khosyi Arrafi

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Percayalah pada dirimu sendiri dan segala yang ada padamu. Ketahuilah bahwa ada sesuatu di dalam dirimu yang lebih besar dari segala rintangan” (Christian D. Larson).

Persembahan :

1. Kedua orang tua saya Bapak Juryanto dan Ibu Rokhaeni tersayang yang selalu memanjatkan do'a baiknya serta dukungan kepada putranya untuk meraih masa depan.
2. Kakak saya Putri Amalia Rizki dan kakak ipar saya Indra yang telah memberikan dukungan.
3. Keponakan saya Muhammad Sauqi Saputro dan nenek saya Almh. Wasripah yang selalu memberikan keceriaan setiap harinya.
4. Almamater Universitas Pancasakti.

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Tentang Perilaku FOMO Terhadap *Trend* TikTok (Studi Kasus Pada Mahasiswa BK Angkatan 2020 Universitas Pancasakti Tegal)”. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Taufiqulloh, M.Hum selaku Rektor Universitas Pancasakti Tegal.
2. Ibu Dr. Yoga Prihatin, M.Pd selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.
3. Ibu Mulyani, M.Pd selaku Ketua Program Studi Bimbingan dan Konseling.
4. Ibu Hastin Budisiwi, M.Pd selaku Dosen Pembimbing I yang telah tulus meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, motivasi, masukan serta arahan dengan penuh kesabaran.
5. Ibu Renie Tri Herdiani, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II dan Dosen Wali atas segala bimbingan, arahan serta saran kepada penulis dan membantu penulis dalam mengikuti dan menyelesaikan studi.
6. Kepada Bapak dan Ibu Dosen program studi Bimbingan dan Konseling dan staff administrasi yang telah memberikan ilmu selama 4 tahun ini dan juga membantu dalam administrasi penulis.
7. Mahasiswa BK angkatan tahun 2020 yang sudah berjuang bersama selama 4 tahun ini dan pengalaman yang sangat mengesankan.
8. Kepada semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi saya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, masih banyak kekurangan dan kelemahan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan pembaca pada umumnya.

Tegal, Juli 2024
Penulis

ABSTRAK

ARRAFI, KHOSYI MOHAMMAD 2024. *Analisis Tentang Perilaku FOMO Terhadap Trend TikTok (Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan 2020 Universitas Pancasakti Tegal).* Skripsi. Bimbingan dan Konseling. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.

Pembimbing 1 : Hastin Budisiwi, M.Pd

Pembimbing II : Renie Tri Herdiani, M.Pd

Kata Kunci: Perilaku, FOMO, *Trend* TikTok

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui aspek yang mempengaruhi perilaku FOMO pada mahasiswa dalam partisipasi aktif terhadap *trend* TikTok serta dampak dari perilaku FOMO terhadap *trend* TikTok. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan desain penelitian studi kasus. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer (Subjek AHP, AMH, SCU) dan data sekunder (Teman dekat subjek). Hasil dari penelitian dan pembahasan ini pada Aspek yang mempengaruhi perilaku FOMO pada mahasiswa dalam partisipasi aktif terhadap *trend* TikTok yaitu aspek kognitif pada rasa takut tertinggal yang dirasakan oleh ketiga subjek sehingga ketiga subjek berpartisipasi aktif terhadap *trend* TikTok, aspek psikologis pada perasaan cemas yang dirasakan oleh ketiga subjek sehingga ketiga subjek berpartisipasi aktif terhadap *trend* TikTok dan aspek sosial pada tekanan dari teman yang dirasakan oleh ketiga subjek sehingga ketiga subjek berpartisipasi aktif terhadap *trend* TikTok. Dampak dari perilaku FOMO terhadap *trend* TikTok pada ketiga subjek (AHP, AMH, SCU) yaitu kecanduan, menurunkan rasa percaya diri, rasa tidak beruntung, masalah psikologis lebih kepada perasaan cemas, mengganggu produktivitas, kurangnya kepedulian diri sendiri serta berkurangnya interaksi sosial. Pada dampak menurunnya prestasi hanya satu subjek (AMH) yang berdampak sedangkan kedua subjek (AHP, SCU) lainnya tidak berdampak pada menurunnya prestasi. Saran bagi mahasiswa tentunya harus menjaga diri agar terhindar dari perilaku FOMO terhadap *trend* TikTok dengan cara menghindari penggunaan media sosial yang berlebihan. Serta bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan lagi penelitian sebelum oleh peneliti lain agar dapat mengetahui dampak positif dari perilaku FOMO.

ABSTRACT

ARRAFI, KHOSYI MOHAMMAD 2024. *Analysis of FOMO Behavior on TikTok Trends (Case Study of BK Students Class of 2020 Universitas Pancasakti Tegal).* Research Project. Guidance and Counseling Study. Teacher Training and Education Faculty. Universitas Pancasakti Tegal.

Advisor 1 : Hastin Budisiwi, M.Pd
Advisor II : Renie Tri Herdiani, M.Pd

Keywords: Behavior, FOMO, TikTok Trend

The aim of this research is to determine the aspects that influence FOMO behavior in students in active participation in TikTok trends and the impact of FOMO behavior on TikTok trends . This research uses qualitative research with a case study research design. The data collection techniques used in this research were observation, interviews and documentation. The data sources in this research were obtained from primary data (subject AHP, AMH, SCU) and secondary data (close friends of the subject). The results of this research and discussion are on the aspects that influence FOMO behavior in students in active participation in TikTok trends, namely the cognitive aspect of the fear of being left behind felt by the three subjects so that the three subjects actively participate in the TikTok trend, the psychological aspect of the feelings of anxiety felt by the three subjects. subject so that the three subjects actively participate in the TikTok trend and the social aspect is the pressure from friends felt by the three subjects so that the three subjects actively participate in the TikTok trend . The impact of FOMO behavior on the TikTok trend on the three subjects (AHP, AMH, SCU) is addiction, reduced self-confidence, a feeling of unluckiness, psychological problems more like feelings of anxiety, disrupting productivity, lack of self-care and reduced social interaction. On the impact of decreasing achievement, only one subject (AMH) had an impact, while the other two subjects (AHP, SCU) had no impact on decreasing achievement. The advice for students is of course to protect themselves to avoid FOMO behavior regarding the TikTok trend by avoiding excessive use of social media. And it is hoped that future researchers can further develop previous research by other researchers so they can find out the positive impact of FOMO behavior.

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| JUDUL | i |
| PERSETUJUAN | ii |
| PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | v |
| PRAKATA | vi |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 7 |
| 1.3 Pembatasan Masalah | 7 |
| 1.4 Rumusan Masalah | 8 |
| 1.5 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.6 Manfaat Penelitian..... | 8 |
| 1.6.1 Manfaat Teoritis | 8 |
| 1.6.2 Manfaat Praktis | 9 |
| BAB II KAJIAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA PIKIR | 10 |
| 2.1 Kajian Teori | 10 |

| | |
|---|------------|
| 2.1.1 FOMO..... | 10 |
| 2.1.1.1 Pengertian FOMO | 10 |
| 2.1.1.2 Aspek-aspek FOMO | 11 |
| 2.1.1.3 Dampak-dampak FOMO | 15 |
| 2.1.2 <i>Trend</i> TikTok..... | 22 |
| 2.1.2.1 Pengertian <i>Trend</i> TikTok..... | 22 |
| 2.1.2.2 Aspek-aspek <i>Trend</i> TikTok | 23 |
| 2.1.2.3 Macam-macam <i>Trend</i> TikTok | 29 |
| 2.1.2.4 Dampak-dampak dari <i>Trend</i> TikTok..... | 31 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu..... | 34 |
| 2.3 Kerangka Pikir | 37 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 39 |
| 3.1 Pendekatan dan Desain Penelitian..... | 39 |
| 3.2 Prosedur Penelitian..... | 41 |
| 3.3 Sumber Data..... | 43 |
| 3.4 Wujud Data | 44 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 45 |
| 3.6 Teknik Analisis Data | 47 |
| 3.7 Teknik Penyajian Hasil Analisis | 50 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 51 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 51 |
| 4.2 Pembahasan | 82 |
| BAB V PENUTUP..... | 107 |
| 5.1 Simpulan..... | 107 |
| 5.2 Saran..... | 108 |
| DAFTAR PUSTAKA | 109 |
| LAMPIRAN | 112 |

DAFTAR TABEL

| | |
|-----------------------------------|----|
| Tabel 4.1 Jadwal Penelitian | 55 |
|-----------------------------------|----|

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----|
| Gambar 1.1 Siklus FOMO menurut tahapan hidup | 3 |
| Gambar 2.1 Kerangka Pikir | 38 |
| Gambar 4.1 <i>Word Cloud</i> Aspek Kognitif..... | 82 |
| Gambar 4.2 <i>Word Cloud</i> Aspek Psikologis..... | 85 |
| Gambar 4.3 <i>Word Cloud</i> Aspek Sosial | 87 |
| Gambar 4.4 <i>Word Cloud</i> Menurunnya Prestasi | 90 |
| Gambar 4.5 <i>Word Cloud</i> Kecanduan | 92 |
| Gambar 4.6 <i>Word Cloud</i> Menurunkan Rasa Percaya Diri | 94 |
| Gambar 4.7 <i>Word Cloud</i> Rasa Tidak Beruntung | 96 |
| Gambar 4.8 <i>Word Cloud</i> Masalah Psikologis..... | 98 |
| Gambar 4.9 <i>Word Cloud</i> Masalah Produktivitas | 100 |
| Gambar 4.10 <i>Word Cloud</i> Kurangnya Kepedulian Diri Sendiri..... | 102 |
| Gambar 4.11 <i>Word Cloud</i> Interaksi Sosial..... | 104 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 Surat Izin Penelitian | 112 |
| Lampiran 2 Surat Selesai Penelitian..... | 113 |
| Lampiran 3 Kisi-kisi Wawancara Subjek..... | 114 |
| Lampiran 4 Kisi-kisi Wawancara Informan | 119 |
| Lampiran 5 Lembar Persetujuan Subjek | 124 |
| Lampiran 6 Lembar Persetujuan Informan..... | 127 |
| Lampiran 7 Daftar Hadir Wawancara Subjek..... | 130 |
| Lampiran 8 Daftar Hadir Wawancara Informan..... | 133 |
| Lampiran 9 Transkrip Wawancara Subjek | 136 |
| Lampiran 10 Transkrip Wawancara Informan..... | 162 |
| Lampiran 11 Dokumentasi Subjek..... | 182 |
| Lampiran 12 Dokumentasi Wawancara Informan | 185 |
| Lampiran 13 Berita Acara Ujian Skripsi..... | 186 |
| Lampiran 14 Berita Acara Bimbingan Skripsi | 187 |
| Lampiran 15 Berita Acara Penyelesaian Revisi Skripsi..... | 188 |
| Lampiran 16 Hasil Scan Similarity Skripsi | 189 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

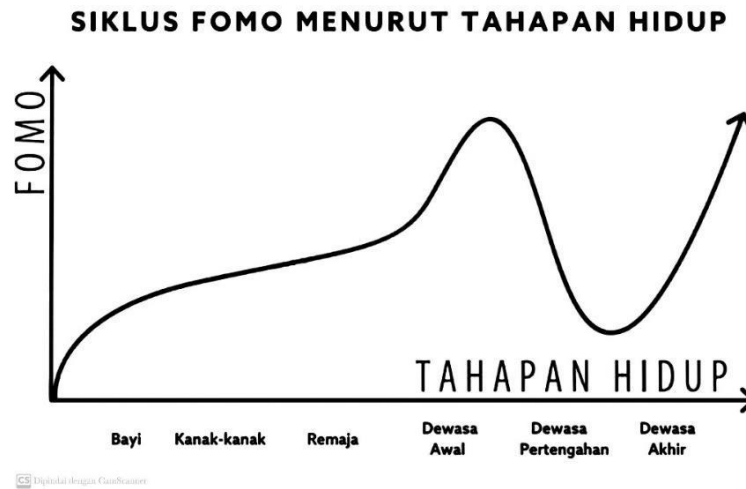
Mahasiswa merupakan individu yang sedang mengejar pendidikan tinggi di perguruan tinggi atau Universitas. Mereka biasanya terlibat dalam pembelajaran akademis dan pengembangan diri. Rata-rata umur mahasiswa dalam rentang usia 18 sampai 25 tahun. Dalam masa perkuliahan di perguruan tinggi pastinya ada masanya saat mahasiswa merasa jenuh akan suatu aktivitas yang monoton, dalam hal ini banyak mahasiswa melakukan aktivitas yang dapat menjadikan mahasiswa tersebut tidak merasa bosan. Seperti halnya bermain media sosial sehingga ketika mahasiswa tersebut melihat sesuatu yang menarik dalam media sosial menyebabkan mahasiswa tersebut berkeinginan mengikuti aktivitas yang terdapat pada media sosial seseorang yang dapat disebut perilaku ini merupakan gejala dari perilaku FOMO.

“FOMO yang merupakan singkatan dari *Fear Of Missing Out* yang dapat diartikan bahwa *Fear Of Missing Out* adalah takut tertinggal” dalam artikel Halodoc.com oleh Makarim, yang berjudul "Apa itu Fomo? Ini Pengertian, Gejala, dan Dampaknya". tahun 2024 (diakses pada 18 Januari 2024). “FOMO terjadi saat seseorang ingin ikut serta dalam kegiatan atau pengalaman yang menarik setelah melihat orang lain melakukannya di media sosial, agar tidak merasa tertinggal atau kehilangan informasi penting” (dalam Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP USK yang dilakukan oleh Sachiyati et al., yang berjudul " Fenomena Kecanduan Media Sosial (Fomo) Pada Remaja Kota Banda Aceh"

Volume 8, Nomor 4, Tahun 2023). Menurut McGinnis, (2020:18) dalam bukunya mengatakan bahwa FOMO adalah perasaan cemas yang tidak diinginkan yang berasal dari persepsi bahwa pengalaman orang lain lebih memuaskan daripada pengalaman diri sendiri.

Di Indonesia, fenomena perilaku FOMO (*Fear of Missing Out*) terlihat dari intensitas penggunaan media sosial. Orang cenderung berpartisipasi aktif dalam *trend* dan konten populer agar tetap terlibat secara sosial, merasa dihargai, dan menghindari perasaan tersisih. Pengaruh budaya digital dan meluasnya akses internet di Indonesia menyebabkan peningkatan perilaku FOMO. Pemberitahuan, pembaruan konten yang berkelanjutan, dan pengenalan *trend* yang cepat adalah alasan utama ketakutan akan kesenjangan sosial. Data dalam globalwebindex yang dilakukan oleh Data dalam globalwebindex yang dilakukan oleh Mander & Paisley yang berjudul “*Fear of Missing Out (FOMO) on Sosial Media (Examining the demographics, attitudes and digital behaviors of FOMO Networkers)*” Tahun 2018 Hal. 11 (diakses pada 18 Januari 2024) menunjukkan bahwa “Prevalensi FOMO secara global semakin meningkat dari tahun ke tahun, Indonesia menempati peringkat kedua dengan persentase FOMO sebesar 39%. Bahwa itu merupakan peringkat tertinggi kedua dari beberapa negara yang ada”.

Siklus FOMO dalam buku McGinnis, (2020:46) menunjukkan bahwa siklus FOMO menurut tahapan hidup pada bayi hingga dewasa bisa dilihat dari gambar 1 di bawah ini:



Gambar 1.1 Siklus FOMO Menurut Tahapan Hidup
Sumber : (McGinnis, 2020)

Dengan siklus FOMO menurut tahapan hidup di atas menunjukkan bahwa pada dewasa awal hingga dewasa pertengahan siklusnya memuncak yang dimana pada tahapan hidup dewasa awal masa dimana mahasiswa dalam posisi tahapan hidup tersebut. Fenomena FOMO (*Fear of Missing Out*) pada mahasiswa dimana mahasiswa sering merasa perlu untuk terlibat dalam berbagai aktivitas, acara, atau *trend* agar tidak merasa ketinggalan dari pengalaman sosial dan akademis.

Pada era media sosial dan *platform* seperti TikTok, mahasiswa cenderung terpapar oleh kehidupan teman-teman mereka melalui berbagai posting, cerita, dan konten viral. Ini dapat memicu perbandingan sosial dan dorongan untuk terus-menerus terlibat dalam aktivitas untuk mencapai tingkat keterlibatan yang dianggap 'normal' atau 'populer'. FOMO di kalangan mahasiswa sering kali mencerminkan pengaruh media sosial dan budaya digital. Mahasiswa cenderung terpapar oleh aktivitas teman-teman mereka melalui *platform* seperti TikTok, Instagram, dan lainnya.

TikTok merupakan *platform* media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membuat, membagikan, dan menonton video singkat. Dalam jurnal *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Techhnology* yang dilakukan oleh Bulele & Wibowo yang berjudul “Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial : Studi Kasus Tiktok” Volume 1 No. 1 tahun 2020 Hal.556 menjelaskan bahwa “Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk membuat video musik pendek”. “Aplikasi media sosial ini digunakan untuk saling menampilkan informasi, kreativitas, dan lelucon melalui video musik pendek berdurasi hingga 3 menit” (Pada *Journal Of Social Science Research* yang dilakukan oleh Cibro & Hotpascaman Simbolon yang berjudul “Hubungan Antara *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap Konformitas pada Pengguna Media Sosial Tiktok pada Remaja” Vol. 3 No. 4 Tahun 2020 *Page. 5423*). Diluncurkan pada tahun 2016, TikTok telah menjadi fenomena global dengan jutaan pengguna aktif. Aplikasi ini dikenal karena formatnya yang inovatif dan menarik, di mana pengguna dapat membuat konten kreatif dengan musik, tarian, tantangan, dan berbagai gaya visual. TikTok memanfaatkan algoritma untuk menyesuaikan konten yang ditampilkan kepada pengguna berdasarkan preferensi mereka, sehingga mempercepat penyebaran *trend* dan kreativitas di seluruh dunia. “Banyak pengguna TikTok lainnya yang meyakini bahwa konten-konten yang terdapat dalam aplikasi TikTok merupakan *trend* yang perlu diikuti agar bisa viral seperti konten-konten para kreator sukses lainnya” (Pada Jurnal Seni Pertunjukan yang dilakukan oleh Haryono & Yanuartuti, M.Si., yang berjudul “Karya Tari “FOMO On Tiktok” Sebagai Ungkapan Takut

Tertinggal *Trend* Tiktok Dalam Bentuk Tipe Dramatik” Vol. 1 No. 1 Tahun 2023 Page. 40).

Trend TikTok terus berkembang seiring waktu dan dapat mencakup berbagai jenis konten, seperti tantangan (*challenges*), tarian, *lip syncing*, kreativitas visual, dan hiburan pendek lainnya. Pengguna TikTok sering berpartisipasi dalam tren ini untuk mendapatkan popularitas, pengakuan, atau sekadar bersenang-senang. *Trend* bisa berasal dari musik tertentu, ide kreatif, atau fenomena populer. Pemahaman dan partisipasi dalam tren tersebut dapat menciptakan rasa keterlibatan sosial, tetapi juga dapat memicu FOMO jika seseorang merasa tertinggal atau tidak ikut serta. *Trend* TikTok melibatkan kombinasi faktor seperti kreativitas pengguna, popularitas *platform*, dan dampak budaya. TikTok, sebagai *platform* berbagi video singkat, menyediakan sarana ekspresi kreatif yang mudah diakses oleh jutaan orang.

Dorongan untuk mendapatkan popularitas dan pengakuan melalui video singkat telah menciptakan ekosistem dinamis di TikTok. Artis, kreator konten, dan pengguna umum berkontribusi pada berkembangnya *trend* dengan menciptakan, menyesuaikan, atau merespons konten yang sedang naik daun. Faktor sosial, seperti kebutuhan akan validasi sosial dan keterlibatan dalam komunitas daring, juga memainkan peran penting dalam pertumbuhan dan penyebaran *trend* di TikTok.

Dari 42 mahasiswa BK angkatan 2020, sekitar 57% atau 24 mahasiswa mengalami kecanduan media sosial (TikTok) dan fenomena yang ada jika dari sudut pandang orang secara umum yang tidak mengenal dekat memang tidak

terlalu terlihat gejala perilaku FOMO yang terlihat atau yang ditampakkan pada 3 subjek mahasiswa yang akan diteliti oleh peneliti, orang secara umum melihat 3 subjek mahasiswa ini hanya berperilaku seperti orang pada umumnya tetapi dari peneliti yang sudah mengenal lebih dekat dalam lingkup mahasiswa BK Universitas Pancasakti Tegal bahwa terdapat gejala yang muncul pada 3 subjek mahasiswa perempuan AHP (22 Tahun), AMH (22 Tahun), SCU (22 Tahun) memperlihatkan gejala FOMO ketika 3 subjek mahasiswa tersebut melihat suatu aktivitas temannya pada media sosial yang menarik pasti ingin melakukan juga aktivitas tersebut, seperti pada saat PLP peneliti melihat ketika 2 subjek mahasiswa tersebut melihat temannya di sosial media sudah menyelesaikan laporan PLP pada saat itu berfoto dengan menunjukkan laporan yang sudah diselesaikan, sehingga 2 subjek mahasiswa ini berkeinginan untuk cepat menyelesaikan laporannya dan mengikuti temannya tersebut dengan menunjukkan laporan yang sudah diselesaikannya, dan juga pada saat AHP mengetahui informasi teman angkatannya yang sudah mendaftar seminar proposal menjadikan AHP merasa tertinggal serta cemas akan dirinya yang tertinggal oleh teman-temannya, begitu juga AMH yang merasakan cemas akan temannya yang sudah lebih jauh dalam mengerjakan proposal dari pada dirinya. Pada suatu aktifitas yang dilakukan AMH dan juga AHP pada saat hari minggu mereka berdua melakukan aktivitas jogging bersama dan keduanya terlihat memposting foto di media sosial ketika kegiatan itu dilakukan, pada subjek SCU juga pada saat melihat media sosial dan melihat temannya yang terlihat sudah menyelesaikan sidang skripsi dan wisuda sehingga menjadikan SCU

merasa cemas ingin segera pada posisi tersebut sehingga SCU segera menyelesaikan skripsinya agar dirinya berada diposisi temannya tersebut, juga pada saat SCU melihat temannya yang sudah bekerja dan menjadi pegawai tetap menjadikan SCU merasa berkeinginan pada posisi temannya tersebut sehingga SCU berusaha agar cepat menyelesaikan kuliahnya, dalam kesehariannya ketiga mahasiswi ini juga tidak terlepas dari media sosial (Tiktok).

Berdasarkan fenomena di atas yang penulis temui dalam lingkup mahasiswa BK Universitas Tegal tentang perilaku FOMO, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Analisis tentang Perilaku FOMO Terhadap *Trend* Tiktok (Studi Kasus Pada Mahasiswa BK Angkatan 2020 Universitas Pancasakti)**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, dapat diuraikan beberapa masalah perilaku FOMO terhadap *trend* tiktok pada mahasiswa BK angkatan 2020 Universitas Pancasakti Tegal antara lain:

- 1.2.1 Dari 42 mahasiswa BK angkatan 2020, sekitar 57% atau 24 mahasiswa mengalami kecanduan media sosial (TikTok).
- 1.2.2 Adanya gejala perilaku FOMO takut tertinggal dalam hal pencapaian dikalangan mahasiswa BK.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan mengingat cakupan permasalahan ini luas, maka dari itu setelah masalah diidentifikasi :

- 1.3.1. Penelitian ini terbatas pada perilaku FOMO terhadap *trend* Tiktok,
- 1.3.2. Penelitian ini dibatasi pada 3 subjek mahasiswa BK perempuan angkatan 2020 di Universitas Pancasakti Tegal yang mengalami gejala perilaku FOMO serta kecanduan media sosial (Tiktok).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang telah di uraikan di atas bahwa peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

- 1.4.1 Aspek apa yang mempengaruhi perilaku FOMO pada mahasiswa dalam partisipasi aktif terhadap *trend* TikTok?
- 1.4.2 Apa dampak dari perilaku FOMO terhadap *trend* TikTok?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

- 1.5.1 Mengetahui aspek apa yang mempengaruhi perilaku FOMO pada mahasiswa dalam partisipasi aktif terhadap *trend* TikTok
- 1.5.2 Mengetahui dampak dari perilaku FOMO terhadap *trend* TikTok

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi referensi dalam hal perilaku mengenai analisis perilaku FOMO terhadap *trend* tiktok, juga dalam penelitian ini untuk sebagai wawasan penulis maupun peneliti yang lain.

1.6.2 Manfaat Praktis

Dalam penelitian ini, dengan harapan berbagai kegiatan penelitian dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa agar menjadi acuan untuk menjaga diri atau terhindar dari perilaku FOMO terhadap *trend* TikTok dengan cara menghindari penggunaan media sosial yang berlebihan.

BAB II

KAJIAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA PIKIR

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Perilaku FOMO (*Fear Of Missing Out*)

2.1.1.1 Pengertian FOMO

Fear of Missing Out adalah rasa takut akan tertinggal karena tidak ikut serta dalam kegiatan tertentu, menurut Syahrudin., (2023:200). Hal ini menekankan bahwa FOMO timbul karena adanya perasaan kekhawatiran atau ketakutan akan kehilangan atau melewatkan dari suatu pengalaman atau kegiatan yang dianggap penting.

Dari McGinnis, (2020:18) dalam bukunya menjabarkan bahwa FOMO adalah perasaan cemas yang tidak diinginkan yang berasal dari persepsi bahwa pengalaman orang lain lebih memuaskan daripada pengalaman diri sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa FOMO tidak hanya berkaitan dengan ketakutan akan ketinggalan dari suatu kegiatan, tetapi juga dengan perbandingan terhadap pengalaman orang lain yang mungkin terlihat lebih memuaskan daripada pengalaman pribadi.

Sedangkan menurut Dewi, G. S., & Rahman, (2023:179) FOMO adalah dampak negatif dari keinginan untuk terhubung sosial yang tidak terpenuhi, serupa dengan efek negatif dari

pengucilan sosial. Hal ini menggambarkan bahwa ketidakpuasan dalam memenuhi keinginan untuk terhubung secara sosial dapat menyebabkan FOMO, yang pada gilirannya dapat menyebabkan dampak negatif pada kesejahteraan psikologis seseorang mirip dengan efek negatif dari pengucilan sosial.

Berdasarkan dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa FOMO memiliki beberapa dimensi yang saling terkait. FOMO adalah rasa takut atau kecemasan karena merasa tertinggal atau kurang puas dengan pengalaman yang dirasakan dibandingkan dengan orang lain. Hal ini bisa timbul karena ketidakikutan dalam suatu kegiatan tertentu, perbandingan dengan pengalaman orang lain yang terlihat lebih memuaskan, atau ketidakpuasan dalam memenuhi keinginan untuk terhubung secara sosial. Semua ini dapat berkontribusi pada dampak negatif pada kesejahteraan psikologis seseorang, yang mirip dengan efek negatif dari pengucilan sosial.

2.1.1.2 Aspek-aspek FOMO

Aspek-aspek menurut Dewi et al., (2022:179-180) dalam bukunya menyebutkan bahwa ada 2 aspek yaitu :

1. Aspek Sosial

Aspek sosial dipengaruhi atau dipicu oleh interaksi sosial dan lingkungan sekitar individu. Ini termasuk pengaruh

media sosial, kelompok teman, budaya, dan norma sosial yang dapat meningkatkan atau meredakan perasaan FOMO seseorang. Aspek sosial juga melibatkan perbandingan sosial, disaat seseorang merasa tertekan untuk menyesuaikan diri atau memenuhi standar yang diciptakan oleh orang lain, yang dapat memperkuat perasaan FOMO jika mereka merasa tidak memenuhi ekspektasi atau tidak berada di tingkat yang sama dengan orang lain dalam hal pengalaman atau prestasi

2. Aspek kognitif

Aspek kognitif dari FOMO tercermin dalam pemikiran negatif seperti kebiasaan sering memeriksa media sosial untuk notifikasi dan informasi baru. Aspek kognitif ini melibatkan pemrosesan informasi dan persepsi individu terhadap situasi atau kesempatan yang dapat memicu perasaan takut ketinggalan. Ini mencakup cara individu menafsirkan informasi tentang kegiatan atau pengalaman yang sedang berlangsung, membandingkannya dengan pengalaman mereka sendiri, dan memproyeksikan konsekuensi dari tidak ikut serta dalam situasi tersebut.

Aspek-aspek FOMO menurut Abel dalam jurnal *Prosiding Psikologi* yang dilakukan oleh Kiyassathina et al., yang berjudul "Pengaruh Fear of Missing Out terhadap Kepuasan Hidup

Remaja Pengguna Instagram di Kota Bandung" Volume 7, No.

2, Tahun 2021. Bahwa ada 3 aspek yaitu :

1. *Sense of Self/Self Esteem*

Aspek ini berkaitan dengan bagaimana individu menilai diri mereka sendiri. *Sense of self* atau *self-esteem* mengacu pada keyakinan dan sikap seseorang terhadap diri mereka sendiri. Bahwa evaluasi individu terhadap diri mereka sendiri mempengaruhi *Fear of Missing Out* (FOMO).

2. *Social Interaction*

Aspek ini berhubungan dengan bagaimana individu merasakan dan menanggapi interaksi sosial mereka. FoMO dapat meningkat jika seseorang merasa tidak nyaman atau kurang puas dengan cara mereka berinteraksi dengan orang lain. Misalnya, jika seseorang merasa canggung atau tertekan dalam situasi sosial atau merasa tidak terlibat dalam kegiatan sosial yang populer, mereka mungkin khawatir bahwa mereka ketinggalan informasi atau pengalaman yang penting yang dialami oleh orang lain. Ini dapat menambah rasa takut akan kehilangan sesuatu yang berharga atau mengurangi rasa keterhubungan mereka dengan lingkungan sosial mereka.

3. *Social Anxiety*

Social anxiety merujuk pada kecemasan yang muncul dalam konteks sosial, termasuk saat berinteraksi melalui media sosial atau dalam situasi sosial langsung. Dalam hal FOMO, *social anxiety* dapat menyebabkan seseorang merasa tertekan untuk terus memantau aktivitas orang lain dan terlibat dalam *trend* sosial. Kecemasan ini mungkin muncul karena kekhawatiran tentang penilaian orang lain atau ketidakmampuan untuk memenuhi ekspektasi sosial, yang dapat memperburuk FOMO dengan meningkatkan keinginan untuk selalu terhubung dan tidak merasa tertinggal dari kelompok sosial atau informasi terbaru.

Aspek-aspek FOMO menurut buku McGinnis, (2020:168) antara lain yaitu:

1. FOMO Aspirasional

FOMO aspirasional, yang muncul dari persepsi, terjadi karena perasaan bahwa ada hal-hal lain, seperti informasi, barang, atau pengalaman, yang lebih baik daripada yang dimiliki saat ini. Hal ini sering kali terkait dengan perbandingan sosial dan pengaruh dari media sosial, disaat individu merasa tidak puas dengan keadaan atau pencapaian mereka sendiri karena terus-menerus membandingkan diri mereka dengan standar atau citra yang ditampilkan oleh

orang lain. FOMO aspirasional dapat mendorong seseorang untuk terus mengejar hal-hal baru atau status yang dianggap prestisius, bahkan jika itu tidak sesuai dengan nilai atau keinginan mereka sendiri.

2. FOMO Kawan

FOMO kawan muncul ketika seseorang merasa tertekan untuk ikut serta dalam aktivitas atau kejadian hanya karena sebagian besar orang lain terlibat atau tertarik padanya. Ini terkait dengan dorongan psikologis untuk mengikuti arus mayoritas atau untuk tidak merasa terpinggirkan dari kelompok atau komunitas. FOMO kawan bisa membuat seseorang merasa perlu untuk ikut serta dalam suatu hal hanya karena banyak orang lain melakukannya, tanpa mempertimbangkan apakah itu sesuai dengan keinginan atau kebutuhan pribadi mereka.

Dari penjabaran para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek FOMO di atas dapat berpengaruh pada seseorang untuk menggunakan media sosial tanpa henti.

2.1.1.3 Dampak-dampak FOMO

Dampak-dampak negatif perilaku FOMO menurut Syahrudin., (2023:206-208) mengemukakan ada 8 yaitu;

1. Membuat prestasi menurun,

FOMO atau rasa takut ketinggalan, dapat mengakibatkan penurunan prestasi karena membagi perhatian seseorang di antara berbagai kesempatan atau pengalaman yang ingin dikejar, mengurangi fokus dan komitmen pada tujuan utama atau pencapaian tertentu.

2. Menyebabkan gangguan tidur,

Kekhawatiran akan ketinggalan pengalaman atau informasi di media sosial atau kehidupan sosial lainnya dapat menyebabkan gangguan tidur karena pikiran yang terus-menerus terfokus pada hal tersebut. Hal ini membuat sulit bagi seseorang untuk rileks dan tidur nyenyak karena terus merasa perlu untuk tetap terhubung atau terinformasi secara terus-menerus. Gangguan tidur semacam ini dapat mempengaruhi kualitas tidur dan memiliki dampak negatif pada kesehatan jangka panjang jika tidak diatasi dengan baik.

3. Kecanduan,

FOMO bisa menyebabkan kecanduan terhadap media sosial atau aktivitas *online* karena individu merasa perlu terus memeriksa dan terlibat dalam hal-hal di *platform* tersebut agar tidak merasa tertinggal. Kecanduan ini dapat mengganggu keseimbangan dalam kehidupan sehari-hari.

4. Menurunkan rasa percaya diri,

FOMO bisa menurunkan rasa percaya diri karena orang cenderung membandingkan diri dengan orang lain yang terlihat sukses atau bahagia di media sosial. Perbandingan tersebut dapat membuat mereka merasa kurang berhasil atau bahagia dalam kehidupannya, yang pada akhirnya dapat merusak rasa percaya diri.

5. Rasa tidak beruntung,

FOMO bisa memicu rasa tidak beruntung karena seseorang cenderung membandingkan kehidupannya dengan apa yang mereka lihat di media sosial, yang sering kali tampak lebih menarik. Hal ini bisa membuatnya kurang beruntung atau tidak memadai dalam situasi yang ada pada dirinya.

6. Menimbulkan perasaan negatif,

FOMO bisa menghasilkan perasaan negatif seperti kegelisahan, ketidaknyamanan, ketidakpuasan, bahkan kesendirian. Ini disebabkan oleh kecenderungan individu yang mengalami FOMO untuk membandingkan kehidupan mereka dengan apa yang terlihat di media sosial atau dalam lingkungan sosial mereka, dan merasa bahwa mereka tidak mendapatkan pengalaman atau kebahagiaan yang sama seperti orang lain.

7. Meningkatkan risiko masalah psikologis,

FOMO meningkatkan kemungkinan terjadinya masalah psikologis karena menimbulkan kecemasan, ketidakpuasan, dan perbandingan yang berlebihan dengan orang lain di media sosial. Dampaknya bisa berupa stres, depresi, dan masalah kesehatan mental lainnya karena tekanan untuk selalu mempertahankan citra yang sempurna dan merasa wajib untuk terus terkoneksi dan aktif dalam aktivitas online.

8. Mengganggu produktivitas.

Mengganggu produktivitas karena membuat seseorang teralihkan dari tugas-tugas atau aktivitas yang seharusnya dilakukan ke hal-hal yang terjadi di media sosial atau kehidupan sosial lainnya. Akibatnya, fokus dan komitmen pada pekerjaan atau tujuan tertentu dapat berkurang, sehingga produktivitas terpengaruh.

Dalam Jurnal COMSERVA : Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat yang dilakukan oleh Yusuf et al., yang berjudul "Fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Mahasiswa Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Makasar" Vol. 2, No 12, Tahun 2023, Hlm. 3081. menyebutkan bahwa dampak dari *Fear of Missing* yaitu antara lain, sering memantau aktivitas orang lain, munculnya rasa frustrasi dan kelelahan saat tidak bisa ikut serta dalam momen yang dialami

oleh teman, penurunan tingkat produktivitas mahasiswa, serta gangguan pada keterampilan atau interaksi sosial dengan orang di dunia nyata..

Dalam Jurnal Psikologi yang dilakukan oleh Akbar et al., yang berjudul "Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FOMO) Pada Remaja Kota Samarinda" Vol. 7, No. 2, Tahun 2019, Hlm. 46. Menyebutkan adanya dampak pada fomo antara lain sebagai berikut:

1. Tidak peduli terhadap diri sendiri

Karena dalam hal ini seseorang terlalu fokus pada apa yang orang lain lakukan atau miliki, sehingga mengabaikan kebutuhan dan kebahagiaan pribadinya. Mereka merasa terus-menerus perlu untuk terlibat dalam hal-hal baru atau terus-menerus memeriksa media sosial untuk tidak ketinggalan apa pun yang sedang terjadi, sehingga mengorbankan waktu dan perhatian terhadap diri sendiri.

2. Waktu tidur terganggu

Seseorang merasa perlu untuk tetap terhubung dengan aktivitas sosial atau informasi terbaru di media sosial bahkan ketika seharusnya istirahat. Mereka tergoda untuk tetap terjaga demi tidak ketinggalan sesuatu yang sedang terjadi, yang akhirnya mengganggu pola tidur mereka dan berpotensi menyebabkan masalah kesehatan seperti

kelelahan, kurang konsentrasi, atau bahkan gangguan tidur jangka panjang.

3. Waktu makan terganggu

Seseorang terlalu fokus pada kegiatan sosial atau media sosial sehingga mengabaikan waktu makan yang teratur. Mereka mungkin merasa perlu untuk terus-menerus terlibat dalam aktivitas atau terus memeriksa apa yang sedang terjadi di sekitar mereka, bahkan saat waktu makan tiba. Akibatnya, mereka mungkin melewatkan waktu makan atau makan dengan terburu-buru, yang dapat berdampak negatif pada kesehatan mereka seperti gangguan pencernaan atau pola makan yang tidak sehat.

4. Tidak bisa sepenuhnya menikmati interaksi sosial di kehidupan nyata

Seseorang terlalu sibuk memikirkan apa yang sedang terjadi di tempat lain atau di dunia maya. Mereka mungkin merasa terus-menerus tertekan untuk tidak ketinggalan apa pun yang sedang terjadi di media sosial atau acara sosial lainnya, sehingga tidak dapat sepenuhnya merasakan kebahagiaan dan kehadiran dalam interaksi sosial di dunia nyata. Hal ini dapat mengganggu kemampuan mereka untuk benar-benar terhubung dengan orang-orang di sekitar

mereka dan menikmati momen-momen tersebut secara autentik.

5. Merasa kurang terhadap apa yang telah dimiliki

Seseorang cenderung membandingkan diri mereka dengan orang lain dan terus-menerus merasa kurang puas dengan apa yang mereka miliki. Mereka mungkin tergoda untuk terus-menerus mencari hal-hal baru atau mencapai prestasi lebih tinggi demi mengejar rasa kepuasan yang sementara. Akibatnya, mereka tidak bisa sepenuhnya menikmati atau mensyukuri apa yang telah mereka capai atau miliki saat ini, karena selalu merasa perlu untuk lebih baik atau lebih banyak lagi.

Berdasarkan dari penjabaran beberapa ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa dampak yang ditimbulkan dari perilaku FOMO ini mayoritas berdampak negatif pada individu. Dampak negatif yang ada yaitu merasa perlu untuk terus terhubung dengan orang lain dalam media sosial yang menyebabkan kecanduan media sosial, menurunnya prestasi, menurunkan rasa percaya diri, rasa tidak beruntung, masalah psikologis, mengganggu produktivitas, kurangnya kepedulian diri sendiri, serta berpengaruh pada interaksi sosial.

2.1.2 *Trend* Tiktok

2.1.2.1 Pengertian *Trend* TikTok

Trend TikTok adalah ketika suatu konten atau aksi mendapatkan popularitas yang besar di *platform* TikTok, dan banyak pengguna mengikuti *trend* tersebut dengan membuat video mereka sendiri, dalam penelitian Jurnal Seni Pertunjukkan yang dilakukan oleh Haryono & Yanuartuti, M.Si., yang berjudul "Karya Tari "FOMO On Tiktok" Sebagai Ungkapan Takut Tertinggal *Trend* Tikok Dalam Bentuk Tipe Dramatik" Vol. 1 No.1 tahun 2023, *page* 42.

Dalam web support.tiktok.com oleh TikTok, yang berjudul "Temukan & cari | Pusat Bantuan TikTok", pada tahun 2024 (diakses pada 18 Februari 2024). Menjelaskan bahwa *Trend* merupakan bagian di *platform* TikTok yang memungkinkan pengguna untuk menelusuri berbagai konten yang sedang populer di komunitas TikTok. Di dalam bagian ini, Anda dapat menemukan video, tagar, kreator, dan konten yang sedang *trend*.

Pada Jurnal Ilmiah Global Education yang dilakukan oleh Sari & Resdati, yang berjudul "Dampak Tren TikTok Terhadap

Gaya Hidup Remaja di Desa Bangko Permata Kecamatan Bangko Pusako Rokan Hilir", Vol.4, No.3, Tahun 2023. *Trend* TikTok merujuk pada topik atau gaya yang sedang booming di platform TikTok. Ini bisa berupa berbagai hal seperti tantangan,

meme, lagu, *mode*, atau konten kreatif lainnya yang sedang *viral* dan banyak diikuti atau ditiru oleh pengguna TikTok.

Berdasarkan penjabaran diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa *trend* TikTok merujuk pada fenomena di mana konten atau aksi tertentu mendapatkan popularitas besar di *platform* TikTok, dan banyak pengguna mengikuti *trend* tersebut dengan membuat video sendiri. Ini mencakup berbagai hal seperti tantangan, *meme*, lagu, *mode*, atau konten kreatif lainnya yang sedang *viral* dan banyak diikuti atau ditiru oleh pengguna TikTok. Dengan demikian, trend TikTok tidak hanya mencakup konten yang sedang populer, tetapi juga gaya hidup dan ekspresi kreatif melalui tarian dan aksi lainnya.

2.1.2.2 Aspek-Aspek *Trend* TikTok

Pada penelitian dalam jurnal *Journal of Social and Political Science* yang dilakukan oleh Irlianti et al., yang berjudul "TikTok Menjadi Trend 2022 di Platform Sosial Media", Vol. 3, No. 1, Tahun 2023, menyebutkan bahwa ada 4 aspek *trend* TikTok yaitu:

1. Perhatian

Di TikTok, perhatian mengacu pada jumlah penayangan dan interaksi yang diterima video dalam beberapa menit pertama setelah diposting. Video yang mendapat banyak perhatian

pada tahap awal kemungkinan besar akan terus menjadi *trend* dan menarik lebih banyak penayangan.

2. Penghayatan

Penghayatan, atau hubungan emosional, mengacu pada resonansi emosional sebuah video dengan penontonnya. Video yang membangkitkan emosi yang kuat, seperti kegembiraan, kejutan, atau inspirasi, lebih cenderung disukai pemirsa dan menjadi viral. Aspek *trend* TikTok ini terkait pengguna berbagi konten yang membuat mereka merasakan sesuatu.

3. Durasi

TikTok terkenal dengan konten berdurasi pendek, dengan video biasanya berdurasi antara 15 detik hingga 60 detik. Namun, beberapa video bisa berdurasi lebih panjang, seperti video sinkronisasi bibir atau tantangan menari. Durasi suatu video dapat memengaruhi trennya, karena video yang lebih pendek lebih cenderung dikonsumsi dan dibagikan dengan cepat.

4. Frekuensi

Frekuensi, atau frekuensi, mengacu pada frekuensi pengguna memposting konten di TikTok. Pengguna yang memposting konten secara rutin cenderung menarik dan mempertahankan banyak pengikut, sehingga video mereka menjadi lebih

populer dan menjadi tren. Aspek *trend* TikTok ini terkait erat dengan konsep "konsistensi konten", di mana pengguna yang memposting secara teratur lebih cenderung membangun pengikut setia.

Aspek-Aspek *Trend* TikTok menurut jurnal fenomena yang dilakukan oleh C. M. Dewi et al., yang berjudul "Kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial TikTok di masa pandemi: Studi Koelasi", Vol. 29, No. 2, Tahun 2021, yaitu:

1. Perhatian

Perhatian adalah salah satu aspek kunci dari *trend* TikTok. Konten yang menarik perhatian pengguna biasanya memiliki elemen-elemen yang unik, lucu, menghibur, atau memicu rasa ingin tahu. Dalam menarik perhatian, faktor visual, audio, dan narasi sangat penting.

2. Penghayatan

Penghayatan berkaitan dengan kemampuan konten untuk menyentuh atau menginspirasi pemirsa. Konten yang menghadirkan momen-momen emosional, mendalam, atau memberikan wawasan baru biasanya memiliki pengaruh yang besar dalam *trend* TikTok. Hal ini bisa meliputi cerita-cerita pribadi, pesan-pesan motivasi, atau eksplorasi budaya dan *trend* terkini.

3. Durasi

Durasi konten sangatlah penting dalam *trend* TikTok. Biasanya, konten yang paling populer memiliki durasi yang singkat, sekitar 15 hingga 60 detik. Karena *platform* ini dirancang untuk konsumsi yang cepat dan singkat, konten yang terlalu panjang cenderung kurang diminati oleh pengguna.

4. Frekuensi

Para pencipta konten yang konsisten dalam mengunggah konten baru memiliki kemungkinan lebih besar untuk menarik perhatian pengguna dan membangun basis pengikut yang kuat. Konsistensi dalam frekuensi posting juga dapat membantu memperkuat identitas merek atau gaya pribadi seorang pencipta konten.

Dari Aspek-aspek *Trend* TikTok menurut jurnal Ilmu Perpustakaan (JIPER) FISIP UMMAT yang dilakukan oleh Sayyid & Rahmatullah, yang berjudul "Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Akademik Mahasiswa Universitas Tulungagung", Tahun 2022, yaitu:

1. Perhatian

TikTok sangat mengandalkan perhatian pengguna dengan konten yang menarik dan mudah dicerna. Algoritma TikTok memprioritaskan video yang cepat menarik perhatian di

awal, sehingga video yang memulai dengan elemen menarik lebih cenderung *viral*.

2. Penghayatan

Penghayatan merujuk pada sejauh mana pengguna berinteraksi dengan konten, termasuk memberikan *like*, komentar, dan berbagi video. Video yang mendorong pengguna untuk berpartisipasi, seperti melalui tantangan atau *trend*, cenderung mendapatkan lebih banyak penghayatan.

3. Durasi

Durasi video TikTok umumnya pendek, dengan maksimum 3 menit, tetapi sebagian besar video yang populer berada dalam rentang 15 hingga 60 detik. Durasi yang singkat ini memungkinkan pengguna untuk mengonsumsi banyak konten dalam waktu singkat, meningkatkan kemungkinan konten dilihat dan diulang.

4. Frekuensi

Frekuensi merujuk pada seberapa sering pengguna mengunggah konten. Pengguna yang lebih sering mengunggah memiliki peluang lebih besar untuk ditemukan oleh algoritma dan membangun *audiens* setia. Konsistensi dalam pengunggahan juga membantu mempertahankan minat dan perhatian pengikut.

Berdasarkan penjabaran diatas dapat ditarik kesimpulan dari aspek-aspek *trend* TikTok ada 4 yaitu:

1. Perhatian

Bahwa video yang cepat menarik perhatian di awal lebih cenderung menjadi *viral*. Ini melibatkan jumlah penayangan, interaksi awal, dan elemen visual serta audio yang menarik.

2. Penghayatan

Penghayatan atau hubungan emosional, mengacu pada resonansi emosional konten dengan pemirsa. Video yang membangkitkan emosi yang kuat atau menginspirasi cenderung lebih disukai dan dibagikan, mendorong partisipasi melalui *like*, komentar, dan berbagi.

3. Durasi

Durasi video TikTok biasanya pendek, sekitar 15 hingga 60 detik, meskipun bisa mencapai 3 menit. Konten berdurasi pendek lebih mungkin dikonsumsi dan dibagikan dengan cepat, sejalan dengan preferensi pengguna untuk konten cepat dan singkat.

4. Frekuensi

Frekuensi atau konsistensi dalam mengunggah konten juga penting. Pengguna yang memposting secara rutin lebih cenderung menarik dan mempertahankan pengikut setia,

membantu video mereka menjadi lebih populer dan mengikuti *trend*.

2.1.2.3 Macam-macam *Trend* TikTok

Macam-macam *trend* TikTok pada penelitian Jurnal Seni Pertunjukkan yang dilakukan oleh Haryono & Yanuartuti, M.Si., yang berjudul "Karya Tari "FOMO On Tiktok" Sebagai Ungkapan Takut Tertinggal *Trend* Tikok Dalam Bentuk Tipe Dramatik" Vol. 1 No.1 tahun 2023, *page* 42. "Menyebutkan bahwa *trend* TikTok yang ada yaitu Tiktok *Challenges*". TikTok *challenges* ini yang biasanya berisikan konten yang berisikan lagu-lagu yang sedang populer atau hastag tertentu dalam aplikasi TikTok. Saat lagu dan hastag sedang tren pengguna akan menjadikan lagu tersebut tantangan untuk sebuah tarian, transisi, *lip syncing* dengan versi yang berbeda dari setiap pengguna TikTok, adapun *make up challenge*, yang biasanya *challenge-challenge* tersebut diikuti oleh pengguna TikTok.

Dalam Jurnal Seni Tari yang dilakukan oleh Sinta Et Al., yang berjudul "Pengaruh *Dance Challenge* Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Minat Menari Remaja Kabupaten Blora di Era Pandemi Covid-19", Vol. 11, No. 1, Tahun 2022. "Menyebutkan bahwa tren yang ada di aplikasi TikTok yaitu *Dance Challenge*". Dalam *dance challenge*, pengguna TikTok

seringkali menggunakan lagu atau suara tertentu yang sedang tren sebagai latar belakang musik untuk gerakan tari mereka. Mereka kemudian mengunggah video tersebut dengan menambahkan *hashtag* khusus yang terkait dengan tantangan tersebut, sehingga memungkinkan pengguna lain untuk menemukan dan ikut serta dalam tantangan yang sama. *Dance challenge* menjadi salah satu cara yang populer bagi pengguna TikTok untuk berpartisipasi dalam komunitas, mengekspresikan kreativitas mereka, dan meningkatkan jangkauan konten mereka di *platform*.

Pada penelitian dalam Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi yang dilakukan oleh Febrianti et al., yang berjudul "Fenomena Trend "Racun TikTok" Pada Mahasiswa Universitas Bhakti Kencana Kota Bandung", Vol. 20 No. 02, Tahun 2023, Hal. 85. "Menyebutkan salah satu *Trend* TikTok yang ada yaitu Racun TikTok". Racun TikTok ini merupakan suatu tren yang berisikan konten-konten video berupa informasi menarik sebuah produk, seperti berisi video *unboxing*, *review* produk yang menarik sehingga dalam racun tiktok ini pengguna dapat berkeinginan mengikuti atau membeli produk tersebut karena tergiur dari konten video *review* produk tersebut.

Berdasarkan penjabaran dari para peneliti mengenai macam-macam *trend* TikTok yang ada dalam *platform* tiktok ada

beberapa macam antara lain *trend* TikTok *challenges* (tarian, transisi, *lip syncing*, *make up challenge*), *dance challenge*, racun TikTok. Dari beberapa *trend* TikTok tersebut yang menjadikan seorang pengguna *platform* TikTok terus-menerus untuk menggunakan aplikasi tiktok tersebut karena terdapat banyak konten *trend* menarik sehingga pengguna TikTok mengikuti *trend-trend* yang ada pada *platform* tersebut.

2.1.2.4 Dampak-dampak dari *Trend* TikTok

Dalam Jurnal Seni Pertunjukkan yang dilakukan oleh Haryono & Yanuartuti, M.Si., yang berjudul “Karya Tari “FOMO On Tiktok” Sebagai Ungkapan Takut Tertinggal *Trend* TikTok Dalam Bentuk Tipe Dramatik" Vol. 1 No.1 tahun 2023, *page* 49. Menyebutkan bahwa dampak-dampak yang ada dalam *trend* TikTok pada TikTok *Challenges* berdampak pada kreativitas seseorang yang terlihat lebih kreatif, tetapi berdampak juga pada kesehariannya untuk selalu mengecek suatu *trend* yang terbaru pada aplikasi Tiktok tersebut.

Dalam jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi yang dilakukan oleh Febrianti et al., yang berjudul "Fenomena Trend "Racun TikTok" Pada Mahasiswa Universitas Bhakti Kencana Kota Bandung", Vol. 20 No. 02, Tahun 2023, Hal. 85. Menyebutkan

bahwa dampak-dampak yang ada dalam *trend* TikTok pada racun tiktok ada dampak positif dan negatif.

1. Dampak positifnya

Membantu pengguna dalam melihat review produk yang dapat memberikan wawasan lebih mendalam sebelum melakukan pembelian.

2. Dampak negatifnya

Membuat pengguna sulit untuk mengatur *respons* terhadap iklan-iklan produk yang ada.

Dalam jurnal KONSTELASI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi yang dilakukan oleh Gratia et al., yang berjudul "Fenomena Racun TikTok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa di Masa Pandemi COVID-19" Vol. 2, No. 1, Tahun 2022, Hlm. 197. Menyebutkan bahwa ada beberapa dampak yang muncul dalam *trend* TikTok pada racun tiktok antara lain yaitu:

1. Gaya hidup konsumtif

Tentunya ketika melihat suatu yang menarik dalam konten racun TikTok pastinya menjadikan ingin untuk memilikinya karena berisikan produk-produk yang sedang *trend*, yang menyebabkan seseorang menjadi gelap mata dan dapat mempengaruhi gaya hidup yang konsumtif.

2. Minat beli

Ketika melihat sesuatu tentang konten racun TikTok yang berisikan *review* produk apapun yang menarik pasti seseorang menginginkan hal ini sehingga mempengaruhi minat beli pada pengguna TikTok.

Berdasarkan dari penjabaran oleh para ahli maka dapat ditarik kesimpulan bahwa banyak dampak dari *trend* tiktok ini diantaranya ada dampak positif dan dampak negatif.

- Dampak positifnya antara lain yaitu
 1. Menjadikan pengguna lebih kreatif, karena banyaknya konten video yang memperlihatkan *trend* TikTok *challenges* yang beragam menjadikan pengguna lebih kreatif
 2. Pengguna dapat memilah produk yang baik setelah melihat *review* dari konten *trend* TikTok, banyaknya konten video memperlihatkan produk yang menarik sedang di *review* sehingga pengguna dapat memilah mana produk yang baik.
- Dampak negatif yang ditimbulkan antara lain yaitu
 1. Menjadikan pengguna dalam melakukan aktivitasnya yang selalu melihat atau mengecek *trend* terbaru yang ada dalam aplikasi TikTok.

2. Membuat pengguna sulit untuk mengatur respons terhadap iklan-iklan atau *review* produk yang ada, karena konten-konten video yang sangat menarik sehingga pengguna sulit untuk menahan diri terhadap iklan produk yang *direview*, yang menjadikan pengguna menginginkan produk tersebut sehingga menyebabkan minat beli pada pengguna TikTok.
3. Karena banyaknya konten video racun produk yang sedang *trend* sehingga pengguna gelap mata dan dapat mempengaruhi gaya hidup konsumtif.

Dari simpulan dampak-dampak *trend* TikTok mayoritas berdampak negatif pada pengguna tiktok.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan topik pembahasan yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini tidak ditemukannya judul yang sama dengan penelitian sebelumnya, maka dari itu penelitian terdahulu yang digunakan penulis yang sejenis dalam penyusunan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pada penelitian Rahardjo & Soetjningsih, 2022, dengan judul penelitian "*Fear of Missing Out (FOMO)* dengan Kecanduan Media Sosial pada Mahasiswa".

Hasil penelitian disimpulkan bahwa “Di kalangan mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana, terdapat hubungan positif antara FOMO dengan kecanduan media sosial. Bahwa jika pada tingkat FOMO yang semakin tinggi maka pada tingkat kecenderungan kecanduan media sosial akan semakin tinggi pula dan sebaliknya jika tingkat FOMO semakin rendah maka tingkat kecenderungan kecanduan media sosial akan semakin rendah pula. Dalam penelitian ini juga menemukan sebagian besar partisipan memiliki kategori FOMO dan kecanduan media sosial pada level sedang”.

2. Penelitian dari Jannah et al., 2023, dengan judul penelitian " Hubungan Kecanduan Media Sosial dengan Fear of Missing Out pada Mahasiswa Keperawatan *The Correlation between Social Media Addiction and Fear of Missing Out Among Nursing Students*".

Hasil penelitian disimpulkan bahwa “Kecanduan media sosial dengan sindrom FOMO adanya hubungan yang signifikan di kalangan mahasiswa Fakultas Keperawatan Universitas Syiah Kuala. Mengontrol penggunaan media sosial dan perilaku FOMO sangat penting bagi mahasiswa untuk menghindari dampak negatif yang berlebih serta tidak semestinya terhadap kehidupan mereka terutama pada proses belajar mereka”.

3. Penelitian dari Kusumaisna & Satwika, 2023, dengan judul penelitian Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan *Fear of*

Missing Out (FoMO) pada Dewasa Awal Pengguna Aktif Media Sosial di Kota Surabaya".

Hasil Penelitian disimpulkan bahwa “Diterimanya hipotesis Ha dan ditolaknya hipotesis Ho berkaitan dengan adanya hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan FoMO pada masa dewasa awal pengguna aktif media sosial di Kota Surabaya. Hubungan positif ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai intensitas penggunaan media sosial yang dimiliki oleh dewasa awal pengguna aktif media sosial, maka semakin tinggi pula skor FoMO yang dimiliki. Hal tersebut juga berlaku pula sebaliknya”.

4. Penelitian dari (Cibro & Hotpascaman Simbolon, 2020, dengan judul penelitian "*Hubungan Antara Fear Of Missing Out (FOMO) terhadap Konformitas pada Pengguna Media Sosial Tiktok pada Remaja*".

Dari penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa “Terdapat hubungan positif antara fear of missing out (FOMO) terhadap tingkat konformitas pada pengguna remaja media sosial TikTok. Semakin tinggi tingkat FOMO pada TikTok”.

5. Penelitian dari Dewi et al., 2022, dengan judul penelitian "*Analisis Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Social Environment terhadap Perilaku Fear of Missing Out (FoMO)*".

Hasil dari penelitian disimpulkan bahwa “Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh intensitas penggunaan media

sosial terhadap perilaku FOMO (*Fear of Missing Out*) pada kalangan remaja di Kota Madiun”.

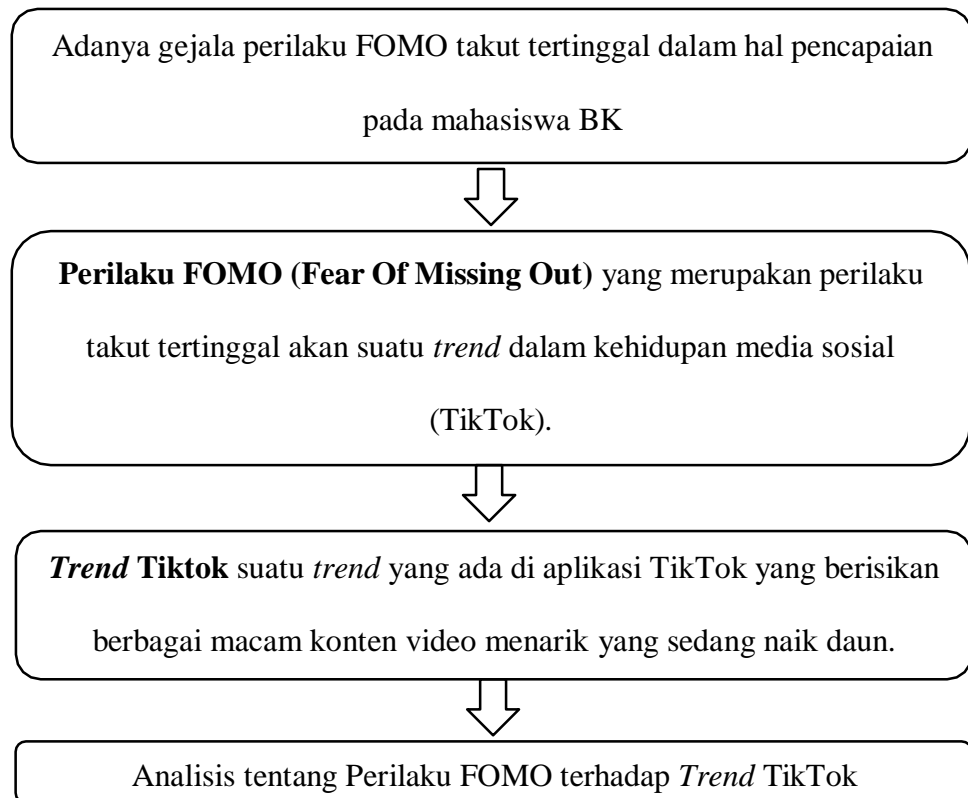
2.3 Kerangka Pikir

Mahasiswa yang merupakan masa peralihan dari masa remaja ke masa dewasa awal ini, mayoritas aktivitas kesehariannya belajar di kampus yang menyebabkan kebanyakan mahasiswa merasa jenuh dengan aktivitas tersebut, sehingga banyak mahasiswa yang melakukan aktivitas lain, salah satunya mengakses media sosial. Mahasiswa yang terlalu sering mengakses media sosial dapat menyebabkan kecanduan media sosial, hal tersebut dapat menjadikan mahasiswa akan terus beraktivitas pada media sosial, sehingga mahasiswa ketika melihat sesuatu yang menarik dalam media sosial menyebabkan mahasiswa berkeinginan untuk mengikuti aktivitas yang terdapat pada media sosial, hal ini merupakan gejala dari perilaku FOMO.

Gejala perilaku FOMO yang terlihat pada mahasiswa salah satunya saat mahasiswa sedang mengakses media sosial dan melihat *story* temannya melakukan aktivitas yang menarik pada suatu momen tertentu menjadikan mahasiswa ini berkeinginan dengan penuh rasa ambisi ingin juga mengikuti hal tersebut karena mahasiswa merasa cemas takut akan tertinggal oleh temannya. Perasaan takut akan tertinggal oleh suatu hal yang menarik merupakan perilaku FOMO, sehingga menyebabkan seseorang merasa ingin mengikuti hal yang menarik yang dilihat oleh seseorang tersebut pada

media sosial (TikTok). Pada *platform* TikTok terdapat konten video-video yang menarik seperti *trend* TikTok yang ada pada *platform* tersebut.

Maka dari itu peneliti ingin menganalisis tentang perilaku FOMO terhadap *trend* TikTok pada mahasiswa BK angkatan 2020 Universitas Pancasakti Tegal.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Desain Penelitian

3.1.1 Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang berupa jenis penelitian lapangan untuk menggambarkan keadaan di lokasi penelitian, yang juga dapat disebut sebagai studi kasus (*case study*). Penelitian kualitatif menurut Hadisaputra, (2020:10) menjelaskan bahwa :

Penelitian kualitatif merupakan sebuah pendekatan yang digunakan untuk meneliti dan memahami perilaku individu atau kelompok, serta fenomena sosial di lingkungan secara alamiah, menghasilkan data deskriptif dalam bentuk lisan maupun tulisan, selanjutnya diinterpretasikan secara deskriptif.

Dalam pendekatan kualitatif ini digunakan oleh peneliti guna melakukan penelitian kepada subjek agar lebih menggambarkan keadaan suatu kasus yang diteliti sesuai dengan yang ada di lokasi penelitian. Hal ini merupakan pendekatan yang lebih mendalam dan memungkinkan peneliti untuk memahami konteks dan kompleksitas suatu kasus secara menyeluruh.

Melalui pendekatan kualitatif, peneliti berupaya memahami kompleksitas dan konteks fenomena yang diselidiki dengan menggunakan teknik seperti wawancara, observasi, atau analisis dokumen. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk

mendapatkan pemahaman mendalam tentang nilai, keyakinan, dan perspektif yang menjadi dasar perilaku individu atau kelompok. Dengan menginterpretasi data secara deskriptif, peneliti dapat menyajikan hasil penelitian secara akurat dan relevan, memberikan kontribusi yang berharga untuk pemahaman kita tentang dunia yang kompleks ini.

3.1.2 Desain Penelitian

Desain penelitian ini merujuk pada rencana awal yang digunakan untuk mengarahkan jalannya sebuah penelitian, termasuk dalam pemilihan metode yang digunakan, teknik pengumpulan data yang digunakan, serta analisis yang akan digunakan. Pada penelitian ini desain penelitian yang digunakan yaitu dengan metode penelitian kualitatif studi kasus. Studi kasus menurut Hadi et al., (2021:29) :

Studi kasus merupakan rangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara teliti dan mendalam mengenai suatu program, peristiwa, atau aktivitas, baik pada individu, kelompok, lembaga, atau organisasi, dengan tujuan memperoleh pemahaman yang mendalam tentang suatu peristiwa.

Teknik pengumpulan data pada studi kasus ini melalui observasi, wawancara serta dokumentasi kepada subjek yang akan di teliti, teknik pengumpulan data ini dilakukan langsung oleh peneliti kepada subjek. Selanjutnya dari hasil pengumpulan data tersebut dianalisis dengan pengumpulan data terlebih dahulu lalu setelahnya dilakukan reduksi data, penyajian data, dan terakhir

penarikan kesimpulan. Dari desain penelitian ini diharapkan hasil dari penelitian ini sesuai dengan yang diinginkan pada tujuan awal penelitian ini dilakukan.

3.2 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian merujuk pada langkah-langkah sistematis yang dilakukan oleh peneliti untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi suatu penelitian. Prosedur pada penelitian ini seperti tahapan yang dikemukakan oleh Murdiyanto, (2020:37-51) sebagai berikut

1. Tahap Pra lapangan

Pada tahap pra lapangan ini merupakan langkah awal dalam penelitian yang meliputi perencanaan dan persiapan sebelum peneliti mengumpulkan data dilapangan. Dalam tahap ini pertama yaitu menyusun rancangan penelitian yang nantinya akan dilakukan penelitian, memilih tempat penelitian, mengurus untuk perizinan penelitian lapangan, memilih subjek penelitian, dan yang terakhir menyiapkan perlengkapan penelitian. Pada tahap pra lapangan peneliti telah menyusun rancangan penelitian, lalu memilih lapangan penelitian di Universitas pancasakti, peneliti juga sudah melakukan pengamatan kepada subjek sehingga mendapatkan 3 subjek yang akan di teliti pada penelitian ini kedua subjek ini merupakan mahasiswa BK angkatan 2020 dari Universitas Pancasakti Tegal, peneliti juga mengurus perizinan

penelitian ini dan juga mempersiapkan perlengkapan apa saja yang nanti diperlukan dalam penelitian ini.

2. Tahap Pelaksanaan Lapangan

Pada tahap ini peneliti bertemu dengan subjek yang diteliti, sehingga peneliti harus mempersiapkan diri untuk menggali dan mengumpulkan data-data untuk dibuat analisis data mengenai analisis tentang perilaku FOMO terhadap *trend* TikTok pada mahasiswa BK angkatan 2020 Universitas Pancasakti Tegal agar dalam penelitian berjalan sesuai dengan yang diharapkan dan mendapatkan data yang sesuai. Peneliti juga harus membangun hubungan baik kepada subjek agar subjek merasa nyaman pada saat pelaksanaan penelitian serta dapat memberikan informasi kepada peneliti secara terbuka, sehingga memperoleh data yang sesuai. Dalam tahap ini peneliti untuk mendapatkan berbagai data yang diperlukan maka peneliti melakukan observasi atau pengamatan kepada subjek, melakukan wawancara yang mendalam untuk mendapatkan informasi data dari subjek yang sesuai dengan yang akan dianalisis, dari pelaksanaan lapangan ini semua kegiatan pelaksanaan lapangan dicatat secara rinci dan direkam sebagai dokumentasi berupa foto serta data-data dan dokumen penting lain yang diperlukan dalam penelitian, selanjutnya data dikumpulkan dan disusun.

3. Tahap Analisis Data

Pada tahap ini setelah mendapatkan data-data yang sudah diperoleh dari pelaksanaan lapangan kemudian data diolah dan disusun dengan

menggunakan teknik analisis data, peneliti melakukan analisis data dari pengumpulan data terlebih dahulu, setelah melakukan pengumpulan data selanjutnya mereduksi data yang sudah terkumpul setelahnya penyajian data yang sudah direduksi lalu terakhir menarik kesimpulan data yang sudah ada dengan berisikan uraian kata-kata yang berbentuk deskriptif.

3.3 Sumber Data

Sumber data ini merupakan informasi yang digunakan dalam penelitian untuk analisis dan interpretasi dalam penelitian. “Sumber data merupakan subjek dari penelitian yang dapat diperoleh datanya” (Endah Marendah Ratnaningtyas, 2023:17). Dari sumber data, dapat memperoleh informasi yang relevan dan berguna untuk analisis, interpretasi, dan pemahaman topik yang sedang diteliti. “Sumber data ada dua jenis yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder” (Endah Marendah Ratnaningtyas, 2023:16). Sumber data pada penelitian ini diambil dari 2 sumber yaitu :

1. Data Primer

Data primer ini data yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung dari subjek utama atau langsung dari kejadian yang diamati. “Data primer merupakan informasi yang langsung diambil dari sumber pertama di lapangan atau subjek penelitian melalui proses pengumpulan data” (Endah Marendah Ratnaningtyas, 2023:16-17). Data primer ini dapat diperoleh meliputi observasi langsung, wawancara, serta

dokumentasi yang dilakukan peneliti kepada 3 subjek mahasiswa BK angkatan 2020 Universitas Pancasakti Tegal.

2. Data Sekunder

Data sekunder ini informasi yang dapat dikumpulkan dari pihak lain atau sumber lain demi mendapat data tambahan dari subjek utama, kemudian digunakan untuk memperkuat data yang diperoleh dari subjek utama penelitian ini. Menurut Namira (dalam Endah Marendah Ratnaningtyas, 2023:17) mengungkapkan bahwa “Data sekunder merupakan informasi yang diperoleh dari pihak lain, yang bukan secara langsung didapatkan peneliti dari subjek utama penelitian”. Dalam penelitian ini data sekunder yang diperoleh yaitu dari pihak kedua yang merupakan teman dekatnya sehingga nantinya dapat memberikan informasi tentang subjek yang diteliti agar dapat memperkuat yang diperoleh dari subjek utama penelitian ini.

3.4 Wujud Data

Wujud data dalam penelitian kualitatif studi kasus ini berasal dari wawancara langsung, catatan dari pengamatan langsung atau observasi serta dokumentasi yang dilakukan peneliti kepada 3 subjek utama mahasiswa serta wawancara kepada pihak kedua sebagai data penguat yang kemudian data dikumpulkan selanjutnya dihubungkan agar akurat sesuai dengan yang ada dilapangan untuk keterkaitan data yang diperoleh dari subjek utama dengan data tambahan dari pihak kedua. Pada penelitian ini wujud data

berupa uraian kata, makna, pandangan yang menggambarkan suatu objek yang didapatkan dari hasil wawancara, catatan dari pengamatan langsung, dokumentasi.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan di tempat penelitian berlangsung secara alamiah dengan menggunakan sumber data primer maupun sekunder, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi ini dilakukan melibatkan pengamatan langsung dan sistematis terhadap perilaku, kegiatan, atau fenomena tertentu tanpa campur tangan atau pengaruh dari peneliti. Dalam observasi, peneliti mengamati secara detail apa yang diamati untuk memahami lebih baik tentang subjek yang diamati yaitu mahasiswa BK angkatan 2020 Universitas Pancasakti Tegal. Menurut Sugiyono, (2021:104-127) “ada 3 macam observasi, yaitu: (1) observasi partisipatif, (2) observasi terungkap atau tersamar, (3) observasi tak berstruktur”. Dalam penelitian ini menggunakan observasi partisipatif, peneliti ikut serta terlibat dalam kegiatan subjek agar lebih lengkap, tajam dan sampai mengetahui lebih tentang perilaku yang diperlihatkan oleh subjek.

2. Wawancara

Wawancara ini suatu proses komunikasi secara langsung antara peneliti dengan subjek yang akan diteliti, dengan peneliti mengajukan

pertanyaan yang berkaitan dengan yang diteliti untuk mendapatkan informasi yang relevan dari perspektif subjek untuk melengkapi data yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini menggunakan wawancara semiterstruktur, menurut Sugiyono, (2021:115-116) bahwa:

Wawancara semiterstruktur ini pelaksanaannya lebih luasa dibanding wawancara terstruktur, agar subjek lebih terbuka memberikan informasi kepada peneliti, sehingga dengan ini peneliti harus lebih fokus dan teliti dalam mencatat setiap apa saja yang dikemukakan oleh subjek.

Pada penelitian ini wawancara tidak hanya dilakukan kepada subjek penelitian saja tetapi juga kepada pihak kedua yaitu teman dekat dari subjek penelitian ini, hal ini dilakukan untuk memperkuat data yang diperoleh dari subjek penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan langkah pengumpulan dan penyimpanan data/informasi dalam bentuk tertulis, visual, atau digital. Dalam penelitian, dokumentasi melibatkan pengumpulan dokumen atau rekaman yang relevan, seperti laporan, foto, atau catatan, serta mencatat dan menjaga rekam jejak selama proses penelitian untuk memastikan keabsahan dan keandalan data. Menurut Hadisaputra, (2020:159-160) bahwa

Dokumentasi dalam penelitian kualitatif adalah metode pengumpulan data dengan menganalisis dokumen dan hal-hal yang terkait yang dibuat oleh subjek atau pihak lain tentang subjek penelitian. Metode ini melibatkan pengamatan, penelaahan, dan analisis terhadap dokumen yang relevan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang diteliti.

4. Triangulasi

Dalam teknik pengumpulan data triangulasi ini sebagai suatu metode yang menggabungkan berbagai teknik dan sumber data yang sudah ada untuk memastikan atau mengetes kualitas data sehingga memperoleh gambaran yang lebih akurat tentang fenomena yang sedang diteliti. Pada penelitian ini triangulasi yang digunakan yaitu triangulasi sumber dengan teknik pengumpulan data yang sama berupa wawancara untuk mendapatkan informasi dari berbagai sumber yang berbeda.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses menyelidiki, menginterpretasi, dan menggali makna dari informasi yang terkumpul untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam atau kesimpulan yang sesuai. Menurut Hadisaputra, (2020:167) “Analisis data merupakan langkah dalam penelitian untuk memilih, mengelompokkan, dan mengatur data, serta mengaitkan informasi antara satu set data dengan yang lain, sehingga memungkinkan pembuatan kesimpulan”. Pada analisis data penelitian ini menggunakan analisis data menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2021:132-147) sebagai berikut :

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Langkah yang pertama analisis data dalam penelitian ini yaitu peneliti melakukan pengumpulan data yang berupa data observasi, wawancara, serta dokumentasi yang dilakukan peneliti pada subjek

penelitian dan data tambahan dari pihak kedua yaitu teman dekatnya. Pengumpulan data dilakukan beberapa kali agar data yang diperoleh banyak dan pada saat pengumpulan data semua yang terjadi baik dilihat ataupun didengar akan catat dan direkam semua, sehingga nantinya data yang diperoleh banyak dan bervariasi.

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Setelah mendapatkan data yang sudah terkumpul yang banyak dan bervariasi dari hasil lapangan yang diperoleh peneliti kepada subjek, kemudian data yang sudah dikumpulkan dari hasil lapangan akan dilakukan analisis data melalui reduksi data. Pada penelitian ini mereduksi data dengan meringkas, memilih kategori yang pokok, memusatkan pada hal-hal yang terpenting sesuai dengan tema dan pola pada penelitian ini. Sehingga analisis data melalui reduksi data ini akan menghasilkan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data berikutnya dan menemukannya kembali jika diperlukan. Dalam proses mereduksi data, peneliti juga memakai aplikasi QSR Nvivo 12 untuk mengategorikan data hasil penelitian. Tahap ini melibatkan beberapa langkah, yaitu:

1. Memasukkan Data: Langkah pertama adalah memasukkan data dari hasil penelitian, ke dalam Nvivo sesuai dengan tema dan pola yang telah ditetapkan.

2. Melakukan Pengodean atau Pemberian Kode: Data yang sudah dimasukkan kemudian diberi kode untuk mengelompokkan informasi yang relevan.

3. Penggambaran Data: Setelah data diberi kode, peneliti menggunakan fitur visualisasi di Nvivo yaitu word cloud, untuk menggambarkan data yang telah diberi kode.

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam penyajian data pada penelitian ini dilakukan dalam bentuk uraian melalui kata-kata yang disajikan secara deskriptif dari gambaran subjek yang diteliti dihasilkan dari pengamatan observasi, wawancara, dan analisis data. Dengan demikian penyajian data ini dapat mempermudah untuk memahami apa yang terjadi serta merencanakan kelanjutannya setelah memahami hal tersebut.

4. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Dari teknik analisis data selanjutnya yaitu penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan dengan menyimpulkan hasil data yang telah diperoleh agar dapat menggambarkan serta memperjelas hasil dari penelitian yang dilakukan. Pada kesimpulan ini yaitu merangkum semua data yang sudah terkumpul dari penelitian yang dilakukan di lapangan sehingga dari kesimpulan tersebut mendapatkan hasil yang diinginkan dari penelitian ini sesuai dengan yang sudah dirumuskan.

3.7 Teknik Penyajian Hasil Analisis

Dalam penelitian ada dua teknik penyajian hasil analisis menurut Sudaryanto (dalam Zaim, 2014:114) yaitu “teknik penyajian formal yang berupa tanda-tanda dan lambang dan teknik penyajian informal yang berupa uraian kata-kata biasa”. Dalam penelitian ini teknik penyajian hasil analisis menggunakan teknik penyajian informal berupa uraian kata-kata biasa yang berasal dari hasil analisis data temuan di lapangan dari subjek yang diteliti oleh peneliti pada 3 mahasiswa BK angkatan 2020 Universitas Pancasakti Tegal.