

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan komunikasi dan teknologi telah terjadi, sebuah bentuk evolusi yang *signifikan* dan juga sangat berpengaruh terhadap hidup manusia, terutama dalam bentuk *internet* (Rafiq, 2020). Saat ini, *internet* menyediakan akses ke berbagai macam informasi, termasuk informasi sosial, yang memungkinkan individu terhubung dengan lingkungan sosial mereka dan berkomunikasi tanpa harus bertemu secara langsung (Dr. Rulli Nasrullah, 2017). Akibatnya, individu tersebut mencoba menjaga koneksi dengan aktivitas orang lain melalui media dan *internet* (Abel et al., 2016). *Internet* telah menjadi elemen integral yang erat hubungannya dari kehidupan manusia saat ini, dan hal tersebut terbukti dengan banyak individu-individu yang tidak bisa lagi untuk menjauh dari akses *internet*, bahkan secara rutin menggunakan perangkat mereka dari pagi hingga larut malam (Kurniasih, 2017). Media sosial adalah wadah atau *platform internet* yang memungkinkan *user* atau penggunanya, untuk mengekspresikan diri, berkomunikasi, berbagi informasi, berinteraksi dengan orang lain, dan dapat membuat sebuah hubungan sosial dengan *virtual* (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Pada masa sekarang, media sosial mengalami kemajuan, saat ini memang berkembang pesat, mengingat teknologi kini merupakan bagian tidak terpisahkan dari kehidupan manusia (Putri Wahyunindya & Silaen, 2021).

Sesuai hasil laporan dari *We Are Social*, pada bulan februari tahun 2022, terdapat sekitar 191,4 juta *user* atau pengguna yang aktif, di media sosial di Indonesia. Tingkat presentase dari jumlah pengguna media sosial ini mengalami kenaikan sebesar 12,6% dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang mencapai 170 juta orang. Ini merupakan kenaikan pertama dalam satu dekade terakhir. Penting untuk dicatat bahwa kenaikan ini terjadi karena *We Are Social* menggunakan sumber data yang

mengalami revisi pada februari 2022, sehingga data terbaru tidak dapat dibandingkan langsung dengan angka tahun-tahun sebelumnya. Sementara itu, warga Indonesia telah menghabiskan, waktu di media sosial dengan waktu rata-rata 3 jam 17 menit, setiap harinya untuk berinteraksi dengan media sosial, yang merupakan durasi tertinggi. Selain itu, banyaknya jumlah individu yang menggunakan internet di Indonesia telah mencapai 204,7 juta, pada periode di tahun 2022. Sebaliknya, dalam hal penggunaan di *internet* meningkat sebesar 1% bila dibandingkan dengan periode yang sama, di saat pada tahun sebelumnya yaitu tahun 2021. Dari total pengguna *internet* ini, ada sekitar 370,1 juta orang menggunakan melalui telepon genggamnya dengan kenaikan 3,6% dari tahun sebelumnya. Selain itu, orang Indonesia, dalam rata-rata penggunaan waktu *internet*, telah menghabiskan waktu sebanyak 8 jam 36 menit dalam penggunaan *internet*, setiap harinya (We Are Social, 2022).

Munculnya fenomena penggunaan media sosial *TikTok* dikarenakan penggunaan yang melonjak, dengan banyaknya individu di seluruh dunia yang aktif berpartisipasi di berbagai *platform* seperti Aplikasi *TikTok* ini. *TikTok*, adalah sebuah aplikasi yang sangat populer dan disukai oleh masyarakat di seluruh dunia, memberikan pengguna kesempatan untuk menciptakan sebuah video yang berdurasi 15 detik yang dapat ditemani oleh musik, filter, dan berbagai fitur kreatif yang lain (Adawiyah, 2020). Di Indonesia penggunaan media sosial *TikTok* berada pada urutan ke empat setelah whatsapp, instagram, facebook dengan presentase penggunaannya mencapai 70,8% (We Are Social, 2023). Media sosial kini telah menjadi wadah utama bagi individu untuk berbagi informasi, menjaga koneksi dengan teman dan keluarga, serta mengikuti tren terbaru (Fikriansyh et al., 2022). Banyak orang menggunakan *platform-platform* media sosial ini untuk membagikan segala aspek kehidupan sehari-hari mereka, mengikuti berita, mempromosikan usaha bisnis, dan bahkan sebagai sumber hiburan (Manurung et al., 2023).

Media sosial dapat dijangkau oleh berbagai kalangan masyarakat, termasuk remaja yang menjadi kelompok pengguna terbesar dengan tingkat partisipasi sebesar 75,50% (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2017). Adanya dampak positif pada penggunaan media sosial yang berkontribusi dalam perkembangan ilmu dan teknologi seperti mempermudah komunikasi, akses informasi, membangun hubungan sosial, berteman, dan sebagainya. Namun, juga dapat berdampak negatif, kepada anak-anak dan remaja (Mulyono, 2021). Melonjaknya penggunaan internet pada remaja menyebabkan dampak yang buruk dikarenakan kebanyakan remaja percaya bahwa tingkat keaktifan mereka di media sosial dapat meningkatkan citra kekinian dan kegaulan mereka. Sebaliknya, remaja yang tidak menggunakan media sosial sering dianggap kurang modern atau tidak sejalan dengan perkembangan zaman (Suryani & Suwarti, 2014).

Lalu adanya perubahan sikap yang terlihat ketika mereka menjadi kecanduan media sosial, di mana mereka cenderung menjadi malas dan terlalu terpaku pada aktivitas di media sosial mereka. Selain itu, mereka dapat melupakan kewajiban mereka sebagai pelajar (Gani, 2020). Hal ini dapat menimbulkan gejala *Fear Of Missing Out* (FoMo), anak remaja yang mengalami *Fear Of Missing Out* (FoMo) tidak hanya khawatir tentang ketinggalan informasi di media sosial, tetapi juga secara sengaja menampilkan atau mempromosikan diri dengan membagikan gambar dan postingan yang mungkin tidak sepenuhnya akurat, hanya untuk dianggap update (Nadzirah et al., 2022).

Secara umum, konsekuensi dari penggunaan berlebihan media sosial dapat terkait dengan aspek psikologis, termasuk gangguan tidur di malam hari. Dari Hal tersebut, membuat *user* atau pengguna dari media sosial, memiliki kemungkinan mengalami sebuah emosi yang serupa dan tanpa disadari (Setyawan, 2016). Penggunaan yang sangat berlebihan dalam media sosial, dapat mencakup ekspresi emosi, yang dapat terjadi secara tidak disengaja, sehingga menyebar kepada, para pengguna media

sosial lain, ketika mereka mengevaluasi atau melihat sebuah konten yang dibagikan oleh pengguna media sosial lain (White & Crandall, 2023). Penyebaran emosi ini, dapat terjadi bahkan tanpa adanya interaksi secara langsung dan tanpa komunikasi yang dilakukan dengan non-verbal (Kramer et al., 2014).

Remaja adalah fase transisi, ketika dari masa anak-anak, menuju masa dewasa, dimana dalam fase ini, terjadi sejumlah perubahan-perubahan, termasuk perubahan dalam sikap dan perilaku (E.B. & S.W., 2017). Mayoritas dari pengguna media social, umumnya adalah individu yang termasuk dalam kelompok usia anak-anak dan remaja, yang seringkali sangat membutuhkan pengawasan dari orang tua dalam penggunaannya. Menurut Pahlevi dalam (Amalia & Cahyani, 2022) remaja berusia 13-18 tahun mendominasi sebagai pengguna media sosial dengan persentase sebesar 99,16%. Kelompok usia 19-34 tahun menempati peringkat kedua dengan persentase 98,64%, sementara kelompok usia 35-54 tahun berada di peringkat ketiga dengan persentase 87,3%. Lalu usia rata-rata pengguna TikTok di Indonesia adalah 18-24 tahun, mencapai 40% dari total pengguna. Di samping itu, sebanyak 37% dari masyarakat berusia 25-34 tahun juga masih aktif menggunakan TikTok. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebanyak 76% dari populasi Indonesia yang berusia 18-34 tahun masih tetap terhubung dengan platform TikTok (Ginee, 2021).

Menurut Monks (2006) ada tiga kategori dari usia remaja yaitu, remaja awal yang memiliki rentan usia 12-14 tahun, remaja pertengahan yang memiliki rentan 15-17 tahun, dan remaja akhir yang memiliki rentan usia 18-21 tahun. Masa-masa remaja ini, sering disebut sebagai masa puber, yang merupakan fase di mana individu mengalami perubahan yang substansial dalam aspek fisik, emosional, dan sosial mereka. Hal ini selaras dengan Aristoteles (dalam Prihatiningsih, 2017) mengelompokkan fase perkembangan manusia dari kelahiran hingga usia ke-21 tahun, ke dalam tiga periode yang berbeda yaitu Masa kanak-kanak atau fase bermain (0-7

tahun), kemudian berakhir dengan pertumbuhan anggota gigi yang baru. Masa sekolah atau fase belajar (7-14 tahun), dimulai dari pertumbuhan gigi baru hingga munculnya tanda-tanda fungsi kelenjar kelamin. Masa remaja atau pubertas, merupakan masa transisi dari anak-anak menjadi orang dewasa (14-21 tahun), fase tersebut dimulai, ketika kelenjar-kelenjar kelamin mulai berfungsi dan berlanjut hingga mencapai usia dewasa. Merujuk dari hellosehat, batasan usia adalah 17 tahun dan jika seorang anak di bawah usia ini telah memiliki akun media sosial, maka diperlukan persetujuan dari orangtua dikutip dari Rancangan Undang-Undang Data Pribadi (RUU PDP) oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Upahita, 2021).

Pemanfaatan atau pemakaian yang berlebihan dari media sosial, bisa berakibat munculnya gejala "*Fear Of Missing Out*" yang dipicu oleh pembaruan aktivitas orang lain melalui media sosial. (Elhai et al., 2016). *Fear Of Missing Out* (FoMo) merupakan kekhawatiran tentang ketinggalan informasi, dan fenomena ini berkembang karena adiksi dalam penggunaan *internet* (Carolina & Mahestu, 2020). Adanya dampak negatif pada individu akibat *Fear Of Missing Out* (FoMo) yaitu individu memiliki sebuah ketakutan, disertai kecemasan, dan ada rasa kekhawatiran, ketika terhubung maupun tidak terhubung, pada suatu peristiwa maupun kejadian atau percakapan dengan pihak-pihak yang lain (Przybylski et al., 2013). Individu juga akan merasa takut, untuk segera tidur karena mereka menantikan momen penting dan menyenangkan, terutama ketika mereka mengetahui bahwa teman-teman di media sosial masih aktif (Adams et al., 2016). Dengan rasa ketakutan akan ketinggalan informasi, menyebabkan individu-individu menggunakan internet atau media sosial dengan intensitas yang tinggi, apabila dilakukan dengan frekuensi tinggi dapat menyebabkan individu mengalami kecanduan, akan penggunaan internet (Putri Wahyunindya & Silaen, 2021).

Fear Of Missing Out (FoMo) dikenal sebagai rasa takut dalam kehidupan sosial, yang timbul berakibat dari kemajuan teknologi,

informasi, dan peningkatan media sosial. Rasa takut yang meluas bahwa orang lain mungkin mengalami momen berharga yang tidak kita miliki termasuk sebagai definisi *Fear Of Missing Out* (FoMo), dimulai dengan sebuah keinginan untuk terus terhubung dengan kegiatan individu-individu lain (Przybylski et al., 2013). Menurut Putri Wahyunindya & Silaen (2021) *Fear Of Missing Out* (FoMo) adalah kecemasan yang dirasakan oleh seseorang ketika merasa, orang-orang sedang melakukan sebuah kegiatan yang sangat menyenangkan, tanpa adanya kehadirannya.

Dengan adanya dampak negatif dari *Fear Of Missing Out* (FoMo), individu dapat menjadi tergantung pada perangkat digital, yang bisa membuat individu kecanduan *internet*. Selain itu, gangguan tidur dapat terjadi karena kekhawatiran melewatkan informasi penting, yang mengakibatkan mereka sulit mengontrol diri saat menggunakan media sosial dan dapat menghambat aktivitas individu. Maka, dampak negatif *Fear Of Missing Out* (FoMo) sangat dipengaruhi *Self-Control* individu. Berdasarkan hal tersebut, sejalan dengan sebuah penelitian yang telah dilakukan oleh, Maza & Aprianty (2022) Semakin kuat kemampuan pengendalian diri, kepada remaja-remaja yang mengkonsumsi media sosial, semakin rendah tingkat *Fear Of Missing Out* (FoMo) yang mereka alami. Sebaliknya, jika tingkat *Self-Control* remaja semakin lemah, maka tingkat *Fear Of Missing Out* (FoMo) mereka akan semakin tinggi.

Seseorang atau individu yang memiliki tingkat *Self-Control* yang tinggi, akan memiliki tingkat *Fear Of Missing Out* (FoMo) yang terbilang rendah, dikarenakan mereka mampu mengatur emosi, pikiran, dan perasaan mereka saat berinteraksi maupun tidak berinteraksi dengan orang lain di media sosial. Hal ini menghindarkan mereka dari perasaan-perasaan cemas, rasa takut, atau khawatir akan ketinggalan momen dari peristiwa atau pengalaman orang lain di platform media sosial, sehingga sering kali disebut sebagai *Fear Of Missing Out* (FoMo) (Milyavskaya et al., 2018). Permasalahan yang dihadapi oleh remaja saat ini adalah kurangnya kemampuan untuk mengontrol diri, yang mengakibatkan kesulitan dalam

mengelola jadwal aktivitas mereka menggunakan media sosial dan kesulitan dalam menyaring informasi yang mereka terima melalui media sosial, tanpa memandang apakah informasi tersebut memiliki relevansi penting atau tidak (Syahreza & Tanjung, 2018).

Pada saat ini *Self-Control* dan *Fear Of Missing Out* (FoMo) sangat terlihat pada pengguna aplikasi *TikTok*. Indonesia berada di peringkat kedua di seluruh dunia dalam hal jumlah pengguna aktif media sosial dari platform *TikTok*, yang mencapai angka 106,5 juta individu (We Are Social, 2023). *TikTok* memiliki sebuah keunggulan dibandingkan dengan platform media sosial lain karena sistem algoritma yang disesuaikan oleh minat dan kebutuhan dari pengguna, yang dikenal sebagai *For You Page* (FYP) dengan muncul di layar beranda pada aplikasi *TikTok* dan disesuaikan dengan preferensi dari pengguna, termasuk hasil penelusuran mereka dan jenis konten yang sering mereka tonton (Aresti et al., 2023). Peningkatan akses dan lamanya waktu yang diinvestasikan oleh remaja dalam penggunaan *TikTok*, seperti yang diindikasikan dalam data sebelumnya, dapat digambarkan sebagai tanda perilaku kecanduan terhadap *TikTok* (Egga Fahruni et al., 2022). Menurut Aresti (2023) Kecanduan oleh penggunaan *TikTok* dari kalangan remaja, bisa dipengaruhi oleh sebuah dorongan dari *Fear Of Missing Out* (FoMo), masalah ini muncul karena remaja tidak bisa mengontrol dirinya dan sering kali merasa perlu terus memeriksa *TikTok* untuk melihat, apa yang telah dilakukan oleh teman-teman mereka atau orang-orang lain, sehingga mereka sering mengorbankan aktivitas mereka di dunia nyata.

Self-Control merupakan kapasitas individu untuk mengawasi, mengelola, dan memandu tindakannya, serta memiliki kemampuan untuk menguasai dari keinginannya yang bertentangan, dari norma-norma yang telah berlaku dalam kehidupan masyarakat (Dewi Intan Puspitadesi et al., 2013). Kemampuan *Self-Control* mengacu pada kebiasaan individu dalam mengelola tindakan mereka dengan sebuah cara mengatur,

mengendalikan, menahan atau mengarahkan dorongan mereka sesuai dengan keinginan pribadi (Putri Wahyunindya & Silaen, 2021).

Menurut Berkman (2017) *Self-Control* merupakan suatu proses yang melibatkan pemilihan perilaku yang paling dihargai saat terdapat berbagai opsi yang tersedia. Proses ini dilakukan dengan menghitung nilai subjektif dari setiap opsi dengan cara mengintegrasikan berbagai keuntungan seperti uang dan persetujuan sosial, serta biaya seperti usaha dan biaya peluang. Remaja seharusnya memiliki *Self-Control* untuk mengatur pikiran, perasaan, dan tindakan secara mandiri ketika terjadi konflik antara tujuan yang dihargai secara berkelanjutan dengan tujuan walaupun sesaat, namun lebih memuaskan (Duckworth et al., 2019). Itulah sebabnya diperlukan keterampilan untuk mengatur, membimbing, dan mengarahkan diri saat menggunakan media sosial agar mengurangi keluhan negatif dan menciptakan perbaikan situasi, yang dikenal sebagai pengendalian diri averill (dalam Dewi Intan Puspitadesi et al., 2013). Ketika *Self-Control* tidak diperbaiki dengan baik, hal ini akan berdampak pada individu selama tahap perkembangan berikutnya, yakni masa dewasa, di mana pengendalian diri individu sangat terkait erat (Rianti & Rahardjo, 2014).

Berdasarkan hasil observasi di media sosial *TikTok* pada 15 Februari 2024, hal ini terbukti saat pengumuman resmi tanggal konser tur Coldplay, yang menjadi pembicaraan utama hampir di seluruh media sosial. Pengguna *TikTok* khususnya sangat antusias membicarakan keinginan mereka untuk menyaksikan konser Coldplay tersebut. Bahkan, beberapa di antaranya rela mengambil pinjaman uang, seperti yang diungkapkan dalam kolom komentar dengan pernyataan seperti "info tempat kredit yang lemah lembut" atau "ditagih debt collector bisa tiap hari tapi nonton coldplay kapan lagi" atau "Kasbon sama atasan adalah jalan ninja ku daripada pinjol" atau "aku juga kasbon ke bagian keuangan". Lalu, ada juga yang rela menjual barang berharganya seperti "doain semoga besok motor gue laku, takut kehabisan tiket coldplay". Pada umumnya,

tindakan seperti ini tidak hanya untuk memperbarui instastory atau mengikuti tren di *TikTok*, melainkan lebih untuk kepentingan pribadi yang takut ketinggalan suatu moment daripada menikmati musiknya seperti "gpp fomo yang penting beli tiket pake duit sendiri" atau ada juga yang berkomentar "buset kebutuhan instastory mahal ya".

Untuk mendukung dan memperkuat fenomena pada penelitian ini, peneliti telah melakukan sesi wawancara secara online kepada pengguna media sosial *TikTok*, maka di dapatkannya 4 subjek yang mengalami gejala *Fear Of Missing Out* (FoMo). Subjek pertama, bernama Celine berusia 21 tahun dan mengatakan sering membuka tiktok dengan durasi 8-9 jam dalam sehari. Subjek mengatakan bahwa ia merasakan gelisah dan cemas, sehingga subjek tersebut terburu-buru untuk mencari tahu apa yang sedang terjadi (viral) agar tidak ketinggalan moment tersebut. Lalu, subjek tersebut Pernah mencoba untuk mengontrol dirinya namun, ketika membatasi penggunaan aplikasi tersebut saya menjadi sulit tidur dan gelisah terus menerus. Subjek kedua, bernama Amel berusia 14 tahun dan mengatakan sering membuka tiktok dengan durasi 4-5 jam dalam sehari. Mengungkapkan bahwa merasa cemas dan takut tidak tau informasi yang terbaru dan juga takut di sekolah teman-teman nya pada membahas hal viral tersebut, bila ia tidak ikut serta dalam obrolan tersebut ia akan di ledek karena tidak tau apapun. Subjek ketiga, bernama hana berusia 19 tahun dan mengatakan sering membuka tiktok dengan durasi 6-7 jam dalam sehari. Subjek merasa sedikit kesal karena ketinggalan update sosial media. Lalu, subjek agak sulit ngontrol diri karena tidak mau ketinggalan yang sedang terjadi di sosial media. Subjek keempat, bernama alsa berusia 21 tahun dan mengatakan sering membuka tiktok dengan durasi 4-5 jam dalam sehari. menyatakan bahwa ia merasakan rasa sedih dan merasa kurang tenang karena tidak tau berita terupdate. Lalu, ia pernah mencoba mengontrol dirinya, akan tetapi selalu tidak bisa dilakukan karena sudah terbiasa menggunakan tiktok

Dari Kesimpulan wawancara ini adalah bahwa keempat subjek, yaitu Celine, Amel, Hana, dan Alsa, menunjukkan kecenderungan penggunaan TikTok yang tinggi, dengan durasi harian bervariasi antara 4 hingga 9 jam. Penggunaan TikTok yang berlebihan ini terkait dengan perasaan cemas, gelisah, dan takut ketinggalan informasi terbaru *Fear Of Missing Out* (FoMo). Upaya mereka untuk membatasi penggunaan aplikasi sering kali gagal dan menyebabkan gangguan tidur serta rasa tidak tenang. Masalah ini menunjukkan adanya dampak negatif dari ketergantungan pada Media Sosial *TikTok* terhadap kesejahteraan emosional mereka. Berdasarkan uraian fenomena serta penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang mendalam tentang, *Self-Control* dan *Fear Of Missing Out* (FoMo). Oleh karena itu, peneliti mengajukan penelitian yang berjudul "Hubungan Antara *Self-Control* dengan *Fear Of Missing Out* (FoMo) pada Penggunaan Media Sosial *TikTok*".

1.2 Rumusan Masalah

Beberapa penelitian sebelumnya terkait *Self-Control* dan *Fear Of Missing Out* (FoMo) pada remaja telah dilakukan seperti pada sebuah penelitian yang telah dilakukan Putri Wahyunindya & Silaen (2021) kepada remaja sekitar karang taruna, tepatnya di Bekasi Utara, yang menghasilkan informasi bahwa, hubungan dari *Self-Control* dan *Fear Of Missing Out* (FoMo) memiliki hubungan yang terbilang signifikan, secara bersama-sama dengan adanya kecanduan media sosial. Selanjutnya, dalam hasil uji hipotesis ketiga ditemukan bahwa, variabel dari *Self-Control* dan rasa takut ketinggalan secara bersama-sama, terhadap kecanduan dari media sosial. Hasil Penelitian sebelumnya, juga sejalan dengan peneliti berikutnya Savitri & Suprihatin (2021) menyimpulkan bahwa terdapat sebuah hubungan, yang signifikan antara *Self-Control* (*Self-Control*) dan rasa takut ketinggalan (*Fear Of Missing Out*).

Peneliti selanjutnya dilakukan oleh Maza & Aprianty (2022) terdapat sebuah hubungan yang signifikan dan kuat antara *Self-Control* dan rasa takut ketinggalan *Fear Of Missing Out* (FoMo). Ditemukan bahwa semakin tinggi tingkat *Self-Control* pada remaja pengguna media sosial, semakin rendah tingkat rasa takut ketinggalan *Fear Of Missing Out* (FoMo) yang dimiliki oleh mereka. Sebaliknya, jika tingkat *Self-Control* remaja semakin rendah, maka tingkat rasa takut ketinggalan *Fear Of Missing Out* (FoMo) mereka akan semakin tinggi. Peneliti yang dilakukan Sujarwo & Maula Rosada (2023) menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan, antara *Self-Control* dan rasa takut ketinggalan *Fear Of Missing Out* (FoMo) pada pengguna media sosial di SMA Bina Warga 2 Palembang. Namun masih terdapat sekitar 85,5% variabel lain yang mempengaruhi rasa takut ketinggalan, pada sebuah pengguna media sosial khususnya di SMA Bina Warga 2 Palembang. Pada peneliti yang dilakukan Putra (2023) memperlihatkan terdapat penolakan terhadap hipotesis kedua dikarenakan adanya hubungan positif antara *Self-Control* dan kecanduan dari media sosial, selanjutnya terdapat hubungan positif antara *Fear Of Missing Out* (FoMo) dan kecanduan dari media sosial pada generasi milenial. Dari hal tersebut, mengindikasikan semakin tinggi *Fear Of Missing Out* (FoMo), semakin tinggi pula tingkat dari kecanduan penggunaan media sosial, pada generasi milenial.

Berdasarkan hasil uraian penelitian sebelumnya dapat di simpulkan bahwa *Self-Control*, memiliki sebuah hubungan, yang saling berkaitan dengan *Fear Of Missing Out* (FoMo) pada para pengguna, media sosial. Minimnya penelitian yang membahas *Self-Control* dengan *Fear Of Missing Out* (FoMo) pada Penggunaan Media Sosial *TikTok*. Khususnya pengguna media sosial *TikTok* karena *TikTok* adalah platform media sosial yang terbilang relatif baru, jika dibandingkan dengan berbagai platform media sosial lain. Maka rumusan masalah dari penelitian ini, adalah Apakah terdapat Hubungan Antara *Self-Control* dengan *Fear Of Missing Out* (FoMo) pada Penggunaan Media Sosial *TikTok*?

1.3 Tujuan

Penelitian ini memiliki tujuan, untuk dapat mengetahui dinamika antara *Self-Control* dan pengalaman *Fear Of Missing Out* (FoMo), pada pengguna media sosial *TikTok* serta memberikan kontribusi terkait sebuah pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi, perilaku mereka dalam menggunakan aplikasi tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat di antara lain :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, berpotensi menjadi rujukan bagi penelitian-penelitian lain dalam bidang psikologi, terutama dalam konteks psikologi sosial, yang memiliki keterkaitan dengan *Fear Of Missing Out* (FoMo). Dan diharapkan bahwa penelitian yang telah disusun dapat berkontribusi untuk memperkaya pemahaman mengenai sebuah fenomena dari *Fear Of Missing Out* (FoMo).

1.4.2 Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini, diharapkan bahwa temuannya akan dapat menjadi acuan untuk masa depan. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diharapkan dapat membantu para remaja, untuk dapat mengembangkan kemampuan pengendalian diri, yang lebih baik saat menggunakan platform media sosial, sehingga mereka dapat menghindari, pengalaman *Fear Of Missing Out* (FoMo).