

# Konformitas dan Penyimpangan: Perspektif Sosiologis tentang Pengalaman FoMO di Kalangan Generasi Z pada Media Sosial TikTok

Fajar Nugraha Asyahidda<sup>1</sup>, Abdul Azis<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Pendidikan Indonesia

\*Corresponding author, e-mail: [nugrahafajar@upi.edu](mailto:nugrahafajar@upi.edu)

## Abstrak

Memahami dinamika psikologis dan sosiologis dari *Fear of Missing Out* (FoMO) menjadi kunci dalam menganalisis perilaku Generasi Z di platform digital seperti TikTok. Sebagai generasi yang tumbuh dalam ekosistem digital, Generasi Z dihadapkan pada tekanan sosial yang diperkuat oleh mekanisme algoritmik dan standar konformitas yang terus bergeser. Studi kualitatif ini, melalui wawancara mendalam dan observasi partisipan, menemukan bahwa FoMO mendorong keterlibatan berlebih pada tren viral dan memperkuat perilaku konformitas, yang pada gilirannya dapat memicu perilaku menyimpang, termasuk perundungan siber dan partisipasi dalam penyebaran informasi palsu. Temuan ini juga menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z menyadari kerentanan mereka, banyak yang masih kesulitan mengembangkan strategi kritis dalam berinteraksi dengan konten daring. Kontribusi studi ini terletak pada penegasan perlunya literasi digital yang lebih baik, penguatan jaringan dukungan sosial, dan penerapan pendekatan multifaset untuk meningkatkan kesejahteraan digital. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya pemahaman tentang dinamika sosial-teknis di media sosial, serta menawarkan wawasan strategis bagi pembuat kebijakan, pendidik, dan praktisi dalam menghadapi tantangan generasi muda di era media yang terus berkembang.

**Kata kunci:** Generasi Z; Konformitas; Penyimpangan Sosial; TikTok.

## Abstract

Understanding the psychological and sociological dynamics of Fear of Missing Out (FoMO) is key to analyzing the behavior of Generation Z on digital platforms such as TikTok. As a generation raised within a digital ecosystem, Generation Z faces social pressures reinforced by algorithmic mechanisms and ever-shifting standards of conformity. This qualitative study, through in-depth interviews and participant observation, finds that FoMO drives excessive engagement with viral trends and intensifies conformist behavior, which in turn can trigger deviant conduct, including cyberbullying and participation in spreading misinformation. The findings also show that although Generation Z is aware of their vulnerabilities, many still struggle to develop critical strategies for interacting with online content. This study's contribution lies in highlighting the need for better digital literacy, stronger social support networks, and the adoption of multifaceted approaches to improve digital well-being. In doing so, this research enriches the understanding of socio-technical dynamics in social media and offers strategic insights for policymakers, educators, and practitioners facing the challenges of a continuously evolving media environment.

**Keywords:** Conformity; Generation Z; Social Deviance; TikTok.

**How to Cite:** Asyahidda, F.N. & Azis, A. (2024). Konformitas dan Penyimpangan: Perspektif Sosiologis tentang Pengalaman FoMO di Kalangan Generasi Z pada Media Sosial TikTok. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 11(2), 120-132.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited under the same license as the original. ©2024 by Jurnal Socius.

---

## Pendahuluan

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi ruang interaksi yang kompleks sekaligus sarat potensi pembentukan identitas, terutama bagi Generasi Z, kelompok yang lahir dan tumbuh seiring perkembangan teknologi informasi. TikTok, sebagai salah satu platform media sosial paling dominan, menawarkan konten yang terus berubah secara cepat melalui sistem algoritma yang mendorong keterlibatan intensif. Pengguna dari Generasi Z tidak hanya memanfaatkannya untuk hiburan, tetapi juga sebagai medium membangun identitas sosial, mencari pengakuan, serta mengikuti tren yang bersifat sementara namun kuat pengaruhnya (Vaterlaus et al., 2021). Namun, di balik popularitas TikTok, terdapat fenomena psikologis yang semakin mencolok, yaitu *Fear of Missing Out* (FoMO) atau rasa takut ketinggalan (Brown et al., 2022). FoMO, yang ditandai oleh kecemasan bahwa pengguna akan kehilangan informasi atau pengalaman penting yang dialami orang lain, telah diidentifikasi sebagai salah satu pendorong interaksi berlebih dengan platform digital. Kondisi ini diperkuat oleh arus konten yang cepat, sifat viralitas yang mudah terbentuk, serta mekanisme rekomendasi algoritma yang menampilkan konten populer secara terus-menerus. FoMO menjadi isu yang penting untuk dipahami dalam konteks penggunaan TikTok oleh Generasi Z. Platform ini tidak hanya menyediakan konten yang beragam, tetapi juga memiliki algoritma yang dirancang untuk menampilkan konten yang relevan dan viral, sehingga pengguna merasa perlu untuk terus-menerus terlibat dengan platform agar tidak ketinggalan tren atau momen penting (Montag et al., 2021). Dalam hal ini, FoMO berperan sebagai salah satu faktor yang memotivasi penggunaan TikTok yang intensif di kalangan Generasi Z, dengan segala implikasi psikologis dan sosial yang menyertainya.

Kajian terbaru menunjukkan bahwa FoMO tidak sekadar fenomena psikologis individu, tetapi juga terjalin erat dengan faktor sosial dan teknis yang membentuk perilaku daring. Penelitian mutakhir menegaskan bahwa tekanan untuk tetap relevan dan “terhubung” menciptakan dinamika konformitas yang kompleks, di mana Generasi Z terdorong menyesuaikan perilaku mereka dengan norma-norma yang terbentuk di ruang digital. Dalam kondisi ini, perilaku menyimpang seperti *cyberbullying*, penyebaran informasi palsu, atau eksibisionisme online dapat dengan cepat bergeser dari sesuatu yang menyimpang menjadi aksi yang dianggap wajar, bahkan dihargai oleh komunitas daring tertentu (Montag et al., 2021). Dalam lingkungan digital yang sangat terhubung seperti TikTok, norma-norma sosial dapat dengan cepat berubah, dan perilaku yang dulunya dianggap menyimpang dapat menjadi normal atau bahkan didorong oleh dinamika platform (Anderson, 2020). Fenomena ini mencerminkan bagaimana media sosial dapat mempengaruhi perilaku individu dan kelompok, yang dalam konteks ini melibatkan Generasi Z sebagai pengguna utama.

Sebagai contoh, *cyberbullying* menjadi salah satu bentuk penyimpangan perilaku sosial yang sering dilaporkan di TikTok. Anonimitas relatif yang ditawarkan oleh platform ini memungkinkan pengguna untuk melakukan tindakan bullying tanpa konsekuensi langsung, menciptakan lingkungan yang bisa merusak kesejahteraan mental korban (Weimann et al., 2023). Selain itu, penyebaran konten hoaks atau informasi yang salah juga menjadi masalah yang signifikan di TikTok (Park & Rim, 2020). Dalam masyarakat yang didominasi oleh informasi digital, Generasi Z yang sering kali mengandalkan media sosial sebagai sumber informasi bisa dengan mudah terpengaruh oleh berita palsu yang tersebar melalui video pendek, yang pada gilirannya dapat menyebabkan misinformasi yang lebih luas.

Lebih jauh lagi, perilaku eksibisionis, atau kecenderungan untuk menunjukkan diri secara berlebihan, juga sering kali ditemukan di TikTok (Vaterlaus et al., 2021). Banyak pengguna, terutama dari Generasi Z, merasa perlu untuk memamerkan kehidupan pribadi mereka secara detail, sering kali melampaui batas privasi yang seharusnya (Anderson, 2020). Hal ini tidak hanya berisiko terhadap keamanan pribadi mereka, tetapi juga dapat memicu kecemburuan atau perasaan rendah diri pada orang lain yang melihat konten tersebut (Darmayanti et al., 2023). Interaksi di TikTok juga dapat mendorong perilaku konformitas yang tidak sehat, di mana pengguna merasa tertekan untuk mengikuti tantangan atau tren tertentu meskipun mereka tidak benar-benar ingin melakukannya (Omar & Dequan, 2020). Tekanan dari teman sebaya dan keinginan untuk mendapatkan likes atau followers seringkali menjadi alasan dibalik tindakan ini.

Dalam analisis yang lebih mendalam, fenomena FoMO dan penyimpangan perilaku sosial di TikTok dapat dipahami melalui perspektif sosiologis, terutama dengan menggunakan teori hyperconnectivity dan teori sosiologi postmodern. Teori hyperconnectivity menjelaskan bagaimana kehidupan modern sangat terjalin melalui jaringan komunikasi digital yang luas dan intens. Generasi Z, yang telah tumbuh dengan akses konstan ke informasi dan interaksi digital, sering kali merasa takut jika mereka tidak mengikuti arus informasi yang terus mengalir, mereka akan kehilangan sesuatu yang penting atau bermakna (Daffa et al., 2024). Rasa takut ini diperkuat oleh sifat TikTok yang cepat dan dinamis, dimana konten baru bisa dengan cepat menjadi viral dan kemudian menghilang dari perhatian.

Selain itu, teori simulacra oleh Jean Baudrillard juga relevan untuk memahami fenomena ini. Baudrillard berpendapat bahwa dalam masyarakat postmodern, tanda-tanda dan simulasi menjadi lebih

---

nyata daripada realitas itu sendiri (Baudrillard, 1994). Di TikTok, banyak konten yang merupakan representasi atau bahkan distorsi dari realitas, menciptakan dunia simulacra dimana pengguna terlibat lebih dalam gambar dan representasi daripada dalam kehidupan nyata mereka. Generasi Z yang terus-menerus terpapar oleh simulakra ini sering kali merasa terjebak dalam perlombaan untuk mengikuti dan meniru konten yang mereka lihat, yang pada gilirannya memperkuat rasa FoMO (Brailovskaia & Margraf, 2024).

Lebih jauh lagi, teori konsumsi budaya oleh Zygmunt Bauman menjelaskan bahwa dalam masyarakat konsumsi, identitas individu sering kali dibentuk dan dikonfirmasi melalui konsumsi barang dan jasa, termasuk konten digital (Bauman, 2007). Generasi Z, sebagai konsumen aktif dari konten TikTok, sering kali merasa perlu untuk terus-menerus mengkonsumsi dan memproduksi konten agar tetap merasa relevan dan diterima dalam komunitas digital mereka. Rasa FoMO muncul ketika mereka merasa tertinggal dalam konsumsi atau produksi konten ini, yang dapat mempengaruhi citra diri dan identitas sosial mereka (Maheswari et al., 2023).

Di sisi lain, pendekatan postmodern terhadap komunikasi dan teknologi, seperti yang diuraikan oleh Manuel Castells dalam teorinya tentang masyarakat jaringan, juga memberikan wawasan penting. Castells berpendapat bahwa teknologi informasi dan komunikasi telah membentuk struktur sosial baru yang sangat bergantung pada jaringan digital (Castells, 2010). Dalam masyarakat jaringan ini, nilai dan norma sosial sering kali dibentuk oleh arus informasi yang cepat dan global. TikTok sebagai platform media sosial yang sangat terhubung merupakan contoh nyata dari masyarakat jaringan ini, di mana pengguna merasa harus selalu terhubung dan terlibat dalam arus informasi untuk tetap relevan. FoMO dalam konteks ini adalah manifestasi dari tekanan sosial untuk tetap terhubung dan terinformasi dalam jaringan digital yang luas (Putri, et al 2024).

Dengan demikian, pengalaman FoMO dan penyimpangan perilaku sosial di TikTok adalah fenomena yang kompleks dan multifaset dalam kehidupan Generasi Z. TikTok tidak hanya menciptakan tekanan untuk selalu terhubung dan terinformasi, tetapi juga mempengaruhi bagaimana pengguna membentuk identitas sosial mereka, berinteraksi dengan orang lain, dan mengikuti norma-norma sosial yang berlaku (Ebben & Bull, 2023). Fenomena ini mencerminkan bagaimana media sosial tidak hanya mempengaruhi perilaku individu, tetapi juga membentuk dinamika sosial yang lebih luas dalam masyarakat digital saat ini (Rosyidah & Nurwati, 2019).

Dalam konteks tersebut, penelitian ini menawarkan beberapa kebaruan. Pertama, sementara kajian sebelumnya umumnya menyoroti FoMO sebagai fenomena psikologis individual, studi ini memposisikan FoMO sebagai hasil interaksi kompleks antara faktor sosial, teknis, dan budaya dalam ekosistem TikTok yang hiper konektif (Zhao et al., 2022; Balakrishnan & Griffiths, 2021). Kedua, dengan memadukan perspektif teori hyperconnectivity, sosiologi postmodern, dan konsumsi budaya, artikel ini menyajikan pemahaman komprehensif tentang bagaimana tekanan konformitas digital dapat menggeser norma sehingga perilaku yang semula dianggap menyimpang menjadi bentuk adaptasi baru (Montag et al., 2021; Garcia et al., 2023). Melalui sudut pandang ini, penelitian kami memperkaya wacana tentang perubahan nilai, norma, dan identitas dalam masyarakat jaringan, serta memberikan pandangan segar terhadap dinamika perilaku menyimpang yang muncul seiring intensitas FoMO di kalangan Generasi Z pengguna TikTok (Yang et al., 2020; Zhang et al., 2023).

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus untuk memahami secara mendalam pengalaman *Fear of Missing Out* (FoMO) dan potensi penyimpangan perilaku sosial di kalangan Generasi Z dalam penggunaan TikTok. Informan dipilih dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan hasil kuesioner awal yang mengukur intensitas penggunaan TikTok dan derajat FoMO, termasuk frekuensi memeriksa aplikasi, keterlibatan dalam tren, serta reaksi emosional saat melewati konten tertentu. Informan yang memenuhi kriteria FoMO tinggi kemudian diundang untuk mengikuti wawancara mendalam. Pendekatan ini memastikan bahwa informan benar-benar mengalami FoMO, tidak hanya sekedar pengguna aktif platform. Wawancara mendalam dilakukan terhadap 15 informan berusia 18–25 tahun dilakukan pada kurun waktu Juni – Agustus 2024 sesi wawancara berlangsung selama 30 menit sampai dengan 2 jam, dengan menggunakan pertanyaan terbuka yang menyentuh aspek motivasi, tekanan sosial, serta pengalaman psikologis dan sosiologis yang terkait FoMO. Selain itu, observasi partisipatif dilakukan selama satu bulan dengan mengikuti kegiatan daring informan, termasuk rutinitas mengecek aplikasi, pola konsumsi konten, frekuensi dan jenis tantangan atau tren yang diikuti, serta cara mereka berinteraksi dengan komentar maupun fitur platform lainnya. Observasi ini dilakukan pada jam-jam puncak penggunaan TikTok untuk menangkap pola perilaku yang lebih otentik. Selama observasi, peneliti mendokumentasikan temuan dalam catatan lapangan yang sistematis, mencakup konteks situasional, respons emosional, dan dinamika kelompok yang muncul di ruang digital.

Data dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, dimulai dari pengkodean awal hingga pengembangan tema utama yang berkaitan dengan konformitas dan penyimpangan perilaku sosial. Untuk menjaga objektivitas, peneliti menggunakan jurnal reflektif guna mencatat bias potensial, melakukan diskusi rutin dengan tim peneliti lain untuk memeriksa konsistensi pengkodean, serta memanfaatkan triangulasi sumber dengan membandingkan data dari wawancara, observasi, dan hasil kuesioner awal. Member checking juga dilakukan dengan beberapa informan, yang diminta meninjau ringkasan temuan untuk memastikan interpretasi peneliti sesuai dengan pengalaman mereka. Melalui prosedur ini, penelitian dapat menghasilkan pemahaman yang komprehensif tentang peran FoMO dalam perilaku sosial Generasi Z di TikTok.

## Hasil dan Pembahasan

### Pengalaman FoMO di Kalangan Generasi Z dalam Konteks Penggunaan TikTok

Generasi Z, yang lahir dalam era digital, sangat bergantung pada teknologi dan media sosial sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari mereka. TikTok, dengan format konten video pendeknya, telah menjadi platform yang sangat populer di kalangan Generasi Z untuk bersosialisasi, mengekspresikan diri, dan mengikuti tren terkini. Namun, penggunaan TikTok yang intensif juga memunculkan fenomena psikologis yang signifikan, yaitu *Fear of Missing Out* (FoMO), atau rasa takut ketinggalan (Brailovskaia & Margraf, 2024). FoMO di kalangan Generasi Z muncul sebagai respons terhadap arus informasi dan tren cepat di TikTok. Banyak pengguna merasa perlu terus memantau dan mengikuti perkembangan terbaru di platform ini agar tidak ketinggalan sesuatu yang dianggap penting atau menyenangkan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa FoMO tidak hanya berdampak pada kesejahteraan mental, tetapi juga mempengaruhi perilaku sosial dan interaksi digital mereka. Seperti yang diungkapkan oleh AZ:

“...Saya merasa harus selalu up-to-date dengan tren di TikTok. Kalau tidak, rasanya saya seperti ketinggalan sesuatu yang besar, dan itu membuat saya cemas. Misalnya, ketika teman-teman saya membicarakan tren atau konten viral, saya merasa tidak punya topik untuk diajak bicara. Itu membuat saya merasa seperti orang asing di antara mereka, jadi saya terpaksa mengikuti meskipun tidak selalu menikmati kontennya.” (Wawancara, 28 Juni 2024).

Hal serupa diungkapkan oleh BA, yang bahkan rela mengorbankan kewajiban akademiknya demi mengikuti tren:

“...Kalau ada tren baru, saya selalu merasa perlu ikut terlibat, meskipun sebenarnya saya sedang sibuk dengan hal lain. Rasanya seperti tekanan yang tidak bisa dihindari. Saya pernah meninggalkan tugas sekolah hanya untuk mencoba tantangan TikTok yang lagi viral, padahal saya tahu itu bukan hal yang penting. Tapi kalau tidak ikut, saya merasa seperti kehilangan momen yang bisa mendekatkan saya dengan teman-teman.” (Wawancara, 28 Juni 2024).

Algoritma TikTok yang terus menyajikan konten terkini turut memperkuat tekanan untuk terus terhubung. FC mengungkapkan:

“...Setiap kali membuka TikTok, selalu ada konten baru yang muncul di beranda saya, dan rasanya seperti ada tekanan untuk terus menonton dan mengikuti semuanya. Bahkan kalau saya sedang punya waktu luang sedikit saja, saya memilih untuk scroll TikTok daripada melakukan hal lain. Kadang saya sadar ini membuang waktu, tapi sulit berhenti karena takut ada hal menarik yang terlewatkan.” (Wawancara, 3 Juli 2024).

Teakanan ini dapat menimbulkan rasa ‘kewajiban’ untuk tetap hadir di platform, seperti diungkapkan AR:

“...TikTok seperti terus memanggil saya. Kalau saya tidak membuka aplikasi dalam sehari saja, saya merasa ada yang hilang atau terlewatkan. Waktu liburan misalnya, saya sering memaksakan diri untuk tetap buka TikTok meskipun saya ingin istirahat. Rasanya seperti saya punya kewajiban untuk selalu tahu apa yang sedang viral, meskipun itu melelahkan secara mental.” (Wawancara, 5 Juli 2024).

Meski demikian, tidak semua respon FoMO bersifat destruktif. Beberapa informan berusaha mengatasinya dengan strategi adaptif. PR, misalnya, memilih untuk membatasi waktu penggunaan:

“...Saya coba mengurangi waktu saya di TikTok dengan menggunakan pengingat waktu layar. Kadang saya juga berhenti menggunakan TikTok selama beberapa hari untuk rehat. Awalnya sulit, tapi setelah beberapa saat, saya merasa lebih tenang dan produktif. Saya bisa lebih fokus melakukan hal-hal lain yang lebih bermanfaat.” (Wawancara, 22 Juli 2024)

---

Selain itu, sebagian dari mereka belajar untuk fokus pada kesenangan dan minat pribadi daripada hanya mengejar tren, seperti FD:

“...Saya mencoba untuk hanya fokus pada hal-hal yang saya suka, bukan pada apa yang sedang tren. Itu membuat saya merasa lebih damai. Dulu saya sering memaksakan diri ikut-ikutan, tapi sekarang saya lebih memilih membuat konten atau aktivitas yang sesuai dengan minat saya sendiri, meskipun itu tidak viral.” (Wawancara, 23 Juli 2024).

Secara keseluruhan informan menunjukkan bahwa FoMO di kalangan Generasi Z dalam penggunaan TikTok merupakan fenomena yang multifaset. Pertama, FoMO memunculkan tekanan psikologis berupa kecemasan dan rasa takut tertinggal, yang mendorong perilaku konformitas demi mempertahankan relevansi sosial. Kedua, algoritma TikTok yang menampilkan konten trending secara terus-menerus memperkuat persepsi perlunya keterlibatan konstan, sehingga pengguna kesulitan melepaskan diri. Ketiga, FoMO mempengaruhi kesejahteraan mental (kecemasan, stres), produktivitas (meninggalkan tugas pokok), dan interaksi sosial (keterikatan pada tren demi pengakuan teman sebaya).

Namun, temuan ini juga menunjukkan adanya mekanisme koping yang positif. Beberapa Generasi Z yang mengalami FoMO memilih untuk membatasi waktu penggunaan media sosial atau memfokuskan diri pada aktivitas yang sesuai dengan minat dan nilai pribadi mereka. Langkah-langkah ini secara potensial dapat memitigasi dampak negatif FoMO dan mendorong penggunaan media sosial yang lebih sehat, seimbang, dan bermakna. Dengan demikian, FoMO bukanlah fenomena yang tak terelakkan; melalui kesadaran dan strategi adaptif, individu dapat mengelola pengalaman tersebut secara lebih konstruktif.

### **Konformitas dan Penyimpangan Perilaku Sosial di TikTok**

Selain pengalaman FoMO, penelitian ini juga menemukan bahwa penggunaan TikTok oleh Generasi Z memiliki potensi untuk mendorong perilaku konformitas serta memunculkan berbagai bentuk penyimpangan sosial. Platform ini, dengan algoritmanya yang mempromosikan konten tren dan popularitas, sering kali mendorong pengguna untuk menyesuaikan diri dengan standar yang sedang berlaku, meskipun bertentangan dengan nilai pribadi atau norma sosial yang lebih luas. Konformitas di TikTok kerap didorong oleh kebutuhan akan validasi sosial. Banyak pengguna, terutama Generasi Z, merasa perlu mengikuti tren demi memperoleh likes, komentar positif, atau peningkatan jumlah pengikut. FD mengungkapkan tekanan ini dengan jelas:

“...Saya sering kali merasa terpaksa ikut tren, meskipun saya sebenarnya tidak suka. Tapi kalau tidak ikut, rasanya takut ditinggalin teman-teman. Melihat teman-teman dapat ribuan likes karena ikut tren bikin saya merasa harus ikut juga. Setelah saya terjebak dalam tren yang bukan diri saya, baru saya sadar bahwa saya menyesal karena hanya ikut-ikutan.” (Wawancara, 23 Juli 2024)

Konformitas tidak berhenti pada ketidaksesuaian nilai pribadi saja, tetapi bisa berujung pada perilaku berisiko. AZ mengakui bahwa dorongan untuk menjaga citra di mata teman dapat membuatnya terlibat dalam tantangan yang berbahaya:

“...Saya pernah ikut tantangan yang agak berisiko hanya karena semua teman saya ikut. Setelah itu, saya menyesal karena ternyata hal itu membahayakan saya. Saat itu, saya merasa tidak enak kalau saya menolak ikut karena takut dianggap pengecut. Saya tahu saya salah, tapi dorongan untuk membuktikan diri ke teman-teman lebih kuat. Sekarang saya belajar untuk lebih berhati-hati dengan apa yang saya ikuti di TikTok.” (Wawancara, 28 Juni 2024)

Dinamika ini tidak hanya mendorong konformitas, tetapi juga memunculkan penyimpangan perilaku sosial yang signifikan. Salah satu bentuk yang sering muncul adalah *cyberbullying*. FM menyampaikan pengalaman menjadi korban komentar negatif dan menyakitkan:

“...Saya pernah dapat komentar sangat menyakitkan di video saya. Dibilang jelek, bodoh, ga pantes tampil di TikTok. Awalnya saya coba abaikan, tapi lama-lama itu mempengaruhi rasa percaya diri saya. Saya hampir ingin berhenti menggunakan TikTok, tapi setelah berdiskusi dengan teman dekat, saya sadar tidak harus mendengarkan komentar negatif itu.” (Wawancara, 10 Juli 2024)

Penyimpangan lainnya berkaitan dengan penyebaran informasi palsu atau hoaks. BA mengaku pernah menyebarkan konten menyesatkan tanpa verifikasi:

“...Saya pernah menyebarkan video yang ternyata isinya hoaks, dan teman-teman saya sempat marah karena itu. Saya merasa bersalah karena tidak cek dulu sebelum share. Waktu itu videonya terlihat sangat meyakinkan, dan saya langsung percaya saja. Setelah itu, saya jadi

lebih hati-hati. Sekarang, kalau lihat video yang agak sensitif, saya pastikan dulu kebenarannya sebelum bagikan ke orang lain.” (Wawancara, 4 Agustus 2024)

Eksibisionisme digital juga menjadi gejala penyimpangan perilaku sosial. Pengguna merasa terdorong untuk menampilkan sisi pribadi secara berlebihan demi atensi. FC menuturkan:

“...Kadang saya merasa harus menunjukkan sisi pribadi yang seharusnya tidak perlu dipamerkan, tapi saya lakukan karena itu yang bikin orang nonton. Saya lihat banyak akun yang viral karena mereka sangat terbuka soal kehidupan pribadi. Hal ini bikin saya merasa kalau tidak melakukan hal yang sama, saya akan tertinggal. Tapi disisi lain, saya kehilangan privasi dan kadang menyesal setelah mengunggah video tersebut.” (Wawancara, 3 Juli 2024)

Meskipun begitu, penelitian ini juga menemukan sisi positif dalam interaksi di TikTok. Beberapa individu berupaya menggunakan platform ini untuk tujuan yang lebih konstruktif, seperti PR yang memanfaatkannya untuk edukasi dan dukungan sosial:

“...Saya suka pakai TikTok untuk berbagi tips belajar dan motivasi ke teman-teman. Rasanya menyenangkan bisa membantu orang lain yang mungkin sedang kesulitan belajar. Saya juga menemukan komunitas yang suportif dan saling menyemangati satu sama lain. Itu membuat saya sadar bahwa TikTok bisa digunakan untuk sesuatu yang baik, bukan hanya untuk ikut tren atau mencari perhatian.” (Wawancara, 3 Juli 2024).

Hasil wawancara menunjukkan dinamika yang kompleks antara konformitas dan penyimpangan perilaku sosial dalam media sosial TikTok. Dari perspektif sosiologis, konformitas dalam konteks ini dapat dipahami sebagai respons terhadap kontrol sosial tak langsung yang diberikan oleh komunitas digital: individu menyesuaikan diri agar tetap relevan, mendapatkan pengakuan, dan menjaga status sosial di antara rekan sebayanya. Konformitas ini sering berakar pada kebutuhan akan identitas kolektif, di mana nilai-nilai kelompok cenderung mendominasi nilai-nilai pribadi. Dalam situasi ini, standar perilaku ditentukan bukan semata oleh norma moral atau sosial yang mapan, tetapi oleh tren yang cepat berubah di platform. Dalam beberapa kasus, konformitas ekstrem memicu penyimpangan dari norma sosial yang lebih luas. Partisipasi dalam tantangan berbahaya mencerminkan bentuk konformitas disfungsional, di mana keinginan untuk “menyesuaikan diri” justru melanggar prinsip keselamatan individu. Fenomena ini juga terlihat dalam perilaku *cyberbullying* dan penyebaran hoaks. Sementara *cyberbullying* memperlihatkan degradasi norma kesopanan dan empati, penyebaran hoaks menunjukkan lemahnya literasi digital, yang memungkinkan informasi menyesatkan berkembang subur dan menggeser norma kejujuran serta tanggung jawab moral.

Eksibisionisme digital dan pengungkapan diri yang berlebihan memperlihatkan pergeseran norma tentang privasi dan autentisitas. Kebutuhan akan validasi membuat individu cenderung “menjual” aspek pribadi mereka secara publik, mengaburkan batas antara ruang privat dan publik. Hal ini menunjukkan bahwa norma privasi tradisional dapat terkikis oleh logika viralitas dan ekspektasi audiens digital. Di sisi lain, pengalaman PR menunjukkan bahwa meski terdapat tekanan dan potensi negatif, platform ini bukan ruang homogen dengan satu jenis perilaku. Generasi Z yang memiliki literasi digital lebih baik dan kesadaran kritis dapat memanfaatkan Tik Tok untuk tujuan yang lebih bermanfaat, seperti edukasi, motivasi, dan solidaritas komunal. Upaya selektif dan sadar dalam mengelola interaksi digital serta membangun jejaring dukungan positif menjadi indikator bahwa fenomena ini tidak sepenuhnya deterministik.

Dengan demikian, penggunaan TikTok oleh Generasi Z mencerminkan arena negosiasi sosial yang kompleks, di mana norma, nilai, dan identitas terus dipertarungkan. Konformitas dan penyimpangan yang muncul bukanlah hasil tunggal dari teknologi semata, melainkan interaksi dinamis antara individu, kelompok, algoritma, serta konteks sosial yang lebih luas. Hasil ini menegaskan pentingnya literasi digital, pembentukan norma baru yang lebih inklusif dan bertanggung jawab, serta penguatan kapasitas kritis Generasi Z dalam menghadapi tekanan sosial di ranah digital.

## Pembahasan

### FoMO, *Hyperconnectivity*, dan Postmodernisme dalam Penggunaan TikTok pada Generasi Z

Fenomena *Fear of Missing Out (FoMO)* dalam konteks penggunaan TikTok di kalangan Generasi Z dapat dipahami melalui pendekatan teori *hyperconnectivity* dan gagasan postmodernisme, terutama terkait konsep simulakra. Dalam lima tahun terakhir, studi mengenai interaksi digital dan identitas sosial pada platform media sosial semakin intensif dilakukan, seiring meningkatnya penggunaan internet dan perangkat pintar di kalangan anak muda (Kim & Zuo, 2023; Leung & Chen, 2020; Smith & Short, 2022). Generasi Z, sebagai kelompok yang tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi digital, menghadapi berbagai tantangan psikologis dan sosial ketika terhubung secara kontinu dengan arus informasi daring. FoMO, yang didefinisikan sebagai kecemasan atau ketakutan akan melewatkan sesuatu yang penting dalam lingkungan

---

sosial atau kultural, muncul sebagai salah satu manifestasi dari tekanan yang mereka rasakan di dunia maya (Elhai et al., 2021).

Teori *hyperconnectivity* melihat hubungan sosial di era digital sebagai jaringan yang kompleks dan selalu aktif, memungkinkan individu terus terpapar informasi secara real-time (Turel & Qahri-Saremi, 2019). Melalui TikTok, Generasi Z secara konstan terhubung dengan arus konten yang diperbarui oleh algoritma untuk memaksimalkan keterlibatan pengguna (Xu et al., 2020). Algoritma ini secara berkelanjutan menghadirkan tren baru, video yang sedang “viral”, serta interaksi berbasis komentar, like, dan share. Ketika individu terpapar pada dinamika ini secara terus-menerus, muncul tekanan untuk tidak ketinggalan tren atau informasi yang dianggap penting. Tekanan tersebut kemudian memicu FoMO, di mana individu merasa perlu memantau perkembangan terkini secara konstan agar tetap relevan dan tidak terisolasi. Dari perspektif *hyperconnectivity*, FoMO dapat dimaknai sebagai respons adaptif sekaligus problematis terhadap *over exposure* informasi. Adaptif, dalam arti fenomena ini mendorong individu untuk tetap terlibat dengan komunitas digital mereka; problematis karena keterlibatan tersebut dapat menggantikan aktivitas offline yang bermakna, mengganggu konsentrasi, serta memicu kecemasan dan stres (Oberst et al., 2020). Dengan demikian, FoMO tidak hanya menjadi sekedar kecemasan personal, tetapi juga gejala sosial yang muncul akibat intensitas koneksi digital yang tidak terputus (Dhir et al., 2019). Kondisi ini menekankan bahwa identitas sosial di era digital sebagian besar dikonfirmasi melalui partisipasi dan respons cepat terhadap informasi yang terus bergulir.

Lebih jauh, teori postmodernisme, khususnya pemikiran mengenai simulakra dari Baudrillard, menawarkan sudut pandang kritis untuk memahami konten yang beredar di TikTok dan bagaimana hal ini mempengaruhi FoMO di kalangan Generasi Z. Dalam masyarakat postmodern, tanda dan simulasi seringkali mendominasi realitas itu sendiri (Baudrillard, 1994; Nasafa, 2022). Meskipun konsep aslinya berasal dari dekade yang lalu, dalam lima tahun terakhir konsep simulakra diaplikasikan kembali dalam analisis platform digital (Fuchs, 2021). Konten TikTok sering kali tidak merepresentasikan dunia nyata secara utuh, melainkan membangun realitas semu yang dirancang untuk menarik perhatian, memancing emosi, atau memperkuat citra diri tertentu. Pengguna Tik Tok, khususnya Generasi Z, sering berinteraksi dengan tanda-tanda ini tanpa selalu menyadari bahwa yang mereka temui hanyalah konstruksi estetis atau naratif yang telah diseleksi algoritma (Leaver et al., 2020).

Dalam konteks ini, FoMO merupakan akibat dari kesulitan individu membedakan antara realitas dan simulasi, karena nilai dan relevansi konten diukur berdasarkan popularitas dan viralitas, bukan kedalaman makna atau keasliannya. Tekanan untuk selalu mengikuti tren di TikTok juga menunjukkan bahwa identitas sosial semakin ditentukan oleh kemahiran individu dalam menavigasi simulasi digital tersebut (Amelia & Akbar, 2024; Maureen Ebben & Bull, 2023). Jika seseorang merasa tertinggal dari tren yang sedang berlangsung, ia tidak hanya absen dari suatu realitas sosial, melainkan juga dari serangkaian simulasi yang telah dikonstruksi kolektif. Dengan demikian, FoMO dalam konteks postmodern ini bukan semata fenomena psikologis, tetapi juga cerminan dari relasi kuasa tanda dan citra yang membentuk struktur sosial digital.

Selain itu, pendekatan konsumsi budaya juga relevan untuk memaknai FoMO pada Generasi Z. Bauman (2007) dalam analisisnya mengenai masyarakat konsumsi menekankan bahwa identitas dan nilai individu dalam masyarakat modern cenderung dikonfirmasi melalui konsumsi. Meski karya Bauman lebih dari lima tahun yang lalu, penelitian-penelitian terkini membangun lanjutan gagasannya ke dalam konteks media sosial (Ritzer & Miles, 2019; Patel, 2021). TikTok sebagai platform konten dapat dilihat sebagai “barang konsumsi” budaya, di mana individu berlomba untuk mengkonsumsi tren, informasi, dan performativitas tertentu untuk mempertahankan posisi sosial dalam komunitas digital. FoMO, dalam hal ini, mencerminkan ketakutan tidak “mengonsumsi” konten yang dianggap penting oleh lingkaran sosial digital. Tidak mengonsumsi konten tersebut berarti absen dari proses negosiasi identitas, sehingga individu merasa kehilangan kesempatan untuk melegitimasi keberadaan dan relevansi sosialnya (Abdullah et al., 2024). Dari seluruh rangkaian analisis di atas, terlihat bahwa FoMO di kalangan Generasi Z dalam penggunaan TikTok bukan sekedar gangguan psikologis individu, melainkan fenomena sosial yang berakar pada perubahan struktur masyarakat digital. *Hyperconnectivity* membuat arus informasi dan tren bergerak begitu cepat sehingga identitas sosial terbentuk dan didefinisikan melalui keterlibatan instan. Sementara itu, postmodernisme dan konsep simulakra menjelaskan bagaimana konten digital yang dikonsumsi bukanlah representasi realitas yang murni, melainkan konstruksi simulatif yang memicu kecemasan individu untuk tidak ketinggalan dari “realitas” yang telah dimediasi oleh teknologi.

Perkembangan literatur terbaru juga mendukung argumen bahwa FoMO berkaitan erat dengan problematik literasi digital (Xie et al., 2021; Luo et al., 2023). Rendahnya literasi digital dapat memperparah FoMO, karena individu cenderung kurang kritis dalam membedakan konten bermakna dan konstruksi simulatif semu. Selain itu, keterampilan literasi digital yang kurang memadai membuat pengguna kesulitan memahami bagaimana algoritma bekerja, bagaimana data pribadinya digunakan, serta bagaimana tren dapat

direkayasa untuk kepentingan komersial maupun politik. Akibatnya, pengguna lebih rentan terjebak dalam siklus FoMO yang tidak produktif, di mana mereka terus berupaya mengikuti tren tanpa pernah benar-benar mempertanyakan relevansi dan nilai konten tersebut.

Dalam sudut pandang yang lebih positif, memahami FoMO melalui lensa teori sosial ini membuka peluang untuk intervensi edukatif dan kebijakan yang lebih tepat sasaran (Chen et al., 2022). Pendekatan peningkatan literasi digital dapat membantu Generasi Z mengenali bahwa tidak semua konten yang “viral” memiliki nilai intrinsik. Begitu pula, kesadaran akan simulasi dapat mendorong mereka untuk bersikap lebih selektif dan kritis terhadap konten yang dikonsumsi. Memahami bahwa FoMO bukan sekadar kecemasan individual, tetapi produk dari struktur sosial yang kompleks, memungkinkan langkah-langkah sistematis untuk mengatasi dampaknya. Misalnya, lembaga pendidikan dapat mengintegrasikan kurikulum literasi digital yang menekankan pemikiran kritis terhadap konten media sosial. Platform media sosial dapat mengambil peran dengan menghadirkan fitur pengingat waktu, filter konten yang lebih transparan, atau panduan literasi digital yang mudah diakses oleh pengguna muda.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa FoMO di kalangan Generasi Z dalam penggunaan TikTok muncul dari interaksi antara hyperconnectivity dan dinamika postmodernisme yang menghasilkan serangkaian simulakra sosial yang kompleks. Fenomena ini tidak terlepas dari perubahan struktur sosial dan budaya yang menekankan konsumsi konten digital sebagai pilar identitas, serta pengaburan batas antara realitas dan representasi simulatif. Upaya untuk memahami dan mengatasi FoMO tidak cukup hanya dengan pendekatan psikologis individu, tetapi memerlukan pemahaman teoritis dan struktural yang mendalam. Melalui integrasi teori hyperconnectivity, postmodernisme, dan konsumsi budaya, serta peningkatan literasi digital, FoMO dapat dilihat sebagai tantangan yang dapat dikelola dan bukan sekadar gejala yang harus dihindari.

### **Konformitas dan Penyimpangan Perilaku Sosial di TikTok dalam Perspektif Teori Industri Budaya dan Teori Masyarakat Jaringan.**

Perilaku konformitas dan penyimpangan yang terjadi di TikTok pada kalangan Generasi Z dapat dianalisis melalui kerangka teori Industri Budaya, sebagaimana dirumuskan oleh Adorno dan Horkheimer, serta Teori Masyarakat Jaringan yang diperkenalkan oleh Castells. Meskipun kedua teori tersebut berasal dari periode yang berbeda, berbagai studi kontemporer menunjukkan relevansi konsep-konsep ini dalam memahami dinamika media sosial saat ini (Azizah et al., 2023; Erwin, 2023; Priadji & Rusadi, 2023). Teori Industri Budaya menekankan bahwa produk budaya yang dihasilkan secara massal cenderung menstandarkan perilaku dan preferensi publik. Pada era media sosial, standarisasi ini tidak lagi muncul semata dari industri film, televisi, atau radio, tetapi juga melalui platform digital berbasis algoritma (Nugroho, 2020; Widodo & Prihatin, 2019). TikTok, sebagai salah satu platform yang sangat populer di kalangan Generasi Z, telah menciptakan homogenisasi budaya digital melalui tren konten dan tantangan viral yang dikomodifikasi berdasarkan potensi atensi. Dalam konteks ini, logika komersial platform—yang memprioritaskan konten dengan interaksi tinggi—secara tidak langsung menekan pengguna untuk menyesuaikan diri dengan standar yang ditetapkan (Astuti et al., 2021; Chen & Lee, 2022). Dengan demikian, konformitas bukan lagi sekadar ekspresi spontan, tetapi respons terhadap insentif struktural yang mendorong perilaku seragam.

Proses homogenisasi budaya ini memicu konformitas karena individu merasa perlu mengikuti tren agar tidak kehilangan relevansi sosial (Erwin, 2023; Kartika & Rahma, 2021). Dalam ekosistem TikTok, kehadiran dan visibilitas menjadi sumber daya yang berharga. Jumlah pengikut, likes, dan komentar positif berfungsi sebagai kapital digital yang membentuk identitas dan status sosial. Kegagalan untuk beradaptasi dengan tren yang berlangsung dapat dianggap sebagai kegagalan mempertahankan posisi dalam hierarki sosial digital. Tekanan semacam ini membuat pengguna cenderung memproduksi serta mengonsumsi konten sesuai dengan pola yang ditentukan oleh platform dan komunitas, meskipun tindakan tersebut mungkin tidak sejalan dengan preferensi atau nilai pribadi mereka (Azizah et al., 2023; Larasati et al., 2022). Sementara itu, penyimpangan perilaku sosial di TikTok dapat dipahami sebagai konsekuensi dari intensitas kompetisi dalam pasar atensi digital (Mukti et al., 2023; Rahmah Hastuti, 2020). Dalam konteks Industri Budaya, penyimpangan muncul sebagai strategi untuk menonjol dari homogenisasi yang terjadi. Karena standar budaya yang diciptakan platform menekankan konten yang memancing perhatian, pengguna terdorong untuk menghasilkan konten yang semakin provokatif atau ekstrem. Perilaku *cyberbullying*, penyebaran hoaks, atau eksibisionisme digital menjadi manifestasi dari kebutuhan pengguna untuk mendapatkan validasi dalam bentuk interaksi pengguna lain (Nugroho, 2020; Astuti et al., 2021). Dengan kata lain, penyimpangan bukan semata-mata hasil niat jahat individu, tetapi juga didorong oleh logika platform yang memberi insentif pada konten kontroversial atau sensasional.

Jika teori Industri Budaya menjelaskan homogenisasi budaya dan dorongan komersial di baliknya, Teori Masyarakat Jaringan dari Castells memberikan perspektif lain dengan menekankan peran jaringan

digital dan aliran informasi global (Priadji & Rusadi, 2023; Wareng, 2023). Dalam masyarakat jaringan, struktur sosial terbentuk melalui koneksi yang luas, cair, dan selalu dapat berubah. TikTok, sebagai platform dalam masyarakat jaringan, berperan sebagai simpul (node) yang menghubungkan individu dengan komunitas global. Dalam kondisi ini, norma-norma sosial tidak lagi bersifat statis, melainkan terus bergeser sesuai arus informasi yang berubah dengan cepat (Erwin, 2023; Widodo & Prihatin, 2019). Konformitas dalam masyarakat jaringan dipicu oleh kebutuhan untuk selalu terkoneksi dan relevan (Chen & Lee, 2022; Larasati et al., 2022). Individu yang tidak mengikuti tren atau gagal menyesuaikan diri dengan norma digital baru terancam kehilangan posisi dalam komunitas daring. Tidak aktif atau tidak terlibat dalam dinamika sosial di TikTok dapat diinterpretasikan sebagai “ketidakhadiran” dalam lanskap sosial digital. Akibatnya, tekanan konformitas meningkat karena nilai-nilai, praktik, dan simbol-simbol budaya dalam jaringan terus direproduksi secara kolektif. Generasi Z, yang sudah terpapar budaya digital sejak dini, cenderung menjadikan aktivitas online sebagai bagian integral dari proses pembentukan identitas (Kartika & Rahma, 2021; Nugroho, 2020).

Teori Masyarakat Jaringan juga menjelaskan mengapa perilaku menyimpang dapat menyebar dengan begitu cepat. Dalam jaringan yang luas dan relatif anonim, regulasi sosial menjadi sulit dipertahankan (Mukti et al., 2023; Priadji & Rusadi, 2023). Aturan dan norma dapat ditantang dengan mudah oleh individu yang ingin memanfaatkan kebebasan berekspresi untuk mencapai tujuan tertentu—misalnya, mendapat perhatian instan melalui konten yang kontroversial. Penyebaran hoaks, perundungan siber, atau aksi eksibisionis menjadi lebih mudah karena verifikasi informasi dan kontrol sosial melemah dalam sirkuit informasi global yang serba cepat (Hastuti, 2020; Wareng, 2023). Hal ini memperlihatkan bahwa konteks masyarakat jaringan membuka ruang bagi perilaku yang menyimpang dari norma-norma sosial tradisional. Dengan mengintegrasikan kedua perspektif ini, dapat terlihat bahwa perilaku konformitas dan penyimpangan dalam TikTok bukan sekadar fenomena individual, tetapi bagian dari dinamika struktural yang kompleks. Industri Budaya menekankan pengaruh logika komersial dan ekonomi atensi yang membentuk selera serta standar budaya homogen, mendorong konformitas agar individu tetap relevan (Azizah et al., 2023; Astuti et al., 2021). Sementara itu, Masyarakat Jaringan menyoroiti bagaimana distribusi informasi global dan konektivitas yang tinggi membuat norma sosial lebih cair dan sulit dikendalikan, sehingga perilaku menyimpang muncul sebagai respon atau bahkan strategi adaptasi terhadap lanskap digital yang kompetitif (Priadji & Rusadi, 2023; Mukti et al., 2023).

Kesadaran akan faktor struktural ini dapat dimanfaatkan sebagai dasar untuk mengembangkan literasi digital yang lebih baik di kalangan Generasi Z (Chen & Lee, 2022; Kartika & Rahma, 2021). Dengan literasi digital, pengguna dapat memahami logika algoritma, menyadari bahwa tren yang muncul bukan sekadar fenomena alamiah, tetapi hasil dari proses kurasi komersial, serta mengenali pola-pola perilaku manipulatif. Peningkatan literasi digital juga memungkinkan individu untuk lebih selektif dalam menyesuaikan diri dengan tren, serta lebih kritis dalam menyikapi konten yang menyimpang atau menyesatkan. Selain itu, intervensi regulasi dan kebijakan platform yang lebih transparan dapat mengurangi insentif bagi perilaku menyimpang, misalnya dengan membatasi penyebaran konten yang merugikan atau mempromosikan verifikasi informasi (Larasati et al., 2022; Wareng, 2023).

Pada akhirnya, teori Industri Budaya dan Teori Masyarakat Jaringan memberikan landasan analitis yang kokoh untuk memahami konformitas dan penyimpangan perilaku sosial di TikTok. Keduanya menekankan bahwa perilaku tersebut muncul dari interaksi antara faktor struktural (logika komersial, homogenisasi budaya, konektivitas global) dan dinamika sosial yang labil. Dalam konteks Generasi Z, yang tumbuh dengan akses luas ke teknologi digital, penting untuk menyadari bahwa baik konformitas maupun penyimpangan bukan semata produk pilihan individu, tetapi juga hasil dari proses mediasi sosial dan budaya yang kompleks dalam era digital. Memahami aspek-aspek ini dapat membantu masyarakat, pendidik, pembuat kebijakan, dan pengelola platform dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk menciptakan ekosistem digital yang sehat dan bertanggung jawab.

## Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) di kalangan Generasi Z dalam penggunaan TikTok merupakan fenomena yang tidak hanya terletak pada aspek psikologis individu, melainkan juga merupakan hasil dari interaksi kompleks antara hyperconnectivity, algoritma platform, dan dinamika budaya postmodern di media sosial. FoMO pada generasi muda ini mendorong mereka untuk selalu terhubung dan terus mengikuti arus informasi yang cepat berubah, sehingga memicu tekanan sosial yang tinggi agar senantiasa relevan di tengah komunitas digital. Tekanan tersebut kerap memunculkan perilaku konformitas yang tidak sehat dan dalam beberapa kasus mengarah pada bentuk penyimpangan sosial seperti *cyberbullying*, penyebaran hoaks, dan eksibisionisme daring. Dengan kata lain, FoMO bukanlah

sekadar pengalaman cemas individu yang takut kehilangan momen penting, melainkan kekuatan yang membentuk perilaku sosial secara kolektif.

Meskipun demikian, Generasi Z juga memiliki kapasitas untuk mengelola FoMO dan dampak negatif yang muncul dari penggunaan TikTok. Sebagai contoh, beberapa informan dalam penelitian ini mengadopsi strategi yang lebih sehat dan kritis, seperti membatasi waktu penggunaan, melakukan jeda dari platform secara berkala, serta lebih selektif dalam memilih konten yang dikonsumsi. Upaya ini dapat didukung oleh keluarga dan teman yang memberikan ruang dialog terbuka serta mencontohkan penggunaan media sosial yang etis, sehingga individu merasa didukung dalam mengambil jarak dari tekanan sosial yang berlebihan. Sementara itu, pembuat kebijakan dalam bidang pendidikan digital dapat mengintegrasikan literasi digital yang komprehensif dalam kurikulum. Literasi ini perlu mencakup keterampilan mengenali manipulasi algoritmik, mendeteksi hoaks, memahami etika interaksi daring, serta mendorong kesadaran kritis terhadap nilai, norma, dan standar sosial yang terbentuk secara online.

Namun, beberapa keterbatasan yang penting dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya adalah, jumlah informan yang perlu untuk dikembangkan dan terbatasnya rentang usia membuat generalisasi temuan menjadi terbatas. Observasi yang dilakukan dalam kurun waktu satu bulan mungkin belum sepenuhnya merepresentasikan dinamika yang lebih kompleks dan beragam, terutama jika tren dan algoritma platform berubah dari waktu ke waktu. Selain itu, penelitian ini belum mempertimbangkan latar belakang sosial-ekonomi dan budaya yang lebih luas, yang berpotensi mempengaruhi cara Generasi Z memaknai FoMO dan merespons tekanan sosial dalam lingkungan digital. Dengan memperhatikan keterbatasan ini, studi lanjutan dapat memperluas cakupan partisipan, rentang waktu, serta konteks sosial-budaya untuk memperoleh gambaran yang lebih utuh mengenai interaksi antara FoMO, perilaku sosial, dan media sosial seperti TikTok.

## Rujukan

- Abdullah, S., Rahim, H., Febriana, H., & Syam, R. (2024). *Perilaku dan Aktualisasi Mahasiswa di Era Digital dan Media Sosial*. Makassar: Unhas Press.
- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1944). *Dialectic of Enlightenment*. UK: Stanford University Press.
- Ady Triyas, A. P., Wulan Maulida, D. R. & Rahmawati, N. A. (2024). Analisis Representasi Influencer dalam Memunculkan Budaya Hiperrealitas Mahasiswa Terhadap Suatu Produk Melalui Konten Review. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(3), 1025–1036. <https://doi.org/10.54082/jupin.457>
- Amelia, D. T. & Akbar, A. (2024). Fear Of Missing Out (FOMO) Pada Masa Dewasa Awal. *Causalita: Journal of Psychology*, 2(1), 1–10. <https://jurnal.causalita.com/index.php/cs>
- Anderson, K. E. (2020). Getting acquainted with social networks and apps: it is time to talk about TikTok. *Library Hi Tech News*, 37(4), 7–12. <https://doi.org/10.1108/LHTN-01-2020-0001/FULL/HTML>
- Ardana, A. R. (2018). *Dialektika Pencerahan: Pemikiran Max Horkheimer atas Modernitas dan Industri Budaya*. Jakarta: Balai Pendidikan Dan Pelatihan Tambang Bawah Tanah.
- Astuti, S., Prananingrum, N., Rahmiaji, L., Nurhajati, L., Lotulung, L. & Kurnia, N. (2021). *Budaya Bermedia Digital*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Astuti, S., Priyanto, A., & Riyadi, S. (2021). Digital media consumption and behavior deviation in social platforms. *Journal of Digital Society*, 14(2), 45–58.
- Astuti, P. R., Setiawan, I., & Fajar, B. (2021). Negotiating Identity and Online Participation among Gen Z: The Impact of Social Media Algorithms. *Journal of Digital Culture*, 2(1), 75-89.
- Azizah, N., Sari, D. M., & Sasmita, R. (2023). Viral culture and the dynamics of identity on TikTok. *Media and Communication Review*, 10(1), 78–90.
- Azizah, R., Ananda, R. S. & Faristiana, A. R. (2023). Dampak Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja Perempuan. *Student Scientific Creativity Journal*, 1(4), 399–414
- Azizah, N., Putra, R. A., & Utami, R. (2023). The Commodification of Viral Content on TikTok: A Digital Cultural Industry Perspective. *Journal of New Media Studies*, 5(2), 45-60.
- Bauman, Z. (2007). *Consuming Life*. Florida: Polity Press.
- Balakrishnan, J., & Griffiths, M. D. (2021). Fear of missing out, social media addiction, and the mediating role of foMO in the relationship between social media use and psychological distress. *Computers in Human Behavior*, 110, 106363.
- Baudrillard, J. (1994). *A Critical Reader*. UK: Basil Blackwell.
- Brailovskaia, J. & Margraf, J. (2024). From fear of missing out (FoMO) to addictive social media use: The role of social media flow and mindfulness. *Computers in Human Behavior*, 150(ISSN 0747-5632). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107984>

- Brown, L., and, D. K.-I. J. of E. R., & 2020, undefined. (n.d.). Fear of missing out, mental wellbeing, and social connectedness: a seven-day social media abstinence trial. *mdpi.com*. <https://doi.org/10.3390/ijerph17124566>
- Castells, M. (2010). *The Information Age: Economy Society and Culture. Vol. I: The Rise of the Network Society*. Malden & Oxford: Blackwell.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. New York: Wiley-Blackwell.
- Chen, S., Deng, S., & Li, S. (2022). Digital Literacy and Youth Engagement on Social Media: A Socio-technical Perspective. *New Media & Society*, 24(3), 589–610.
- Darmayanti, D. P., Arifin, I., & Inayah, M. (2023). FoMO: Kecemasan Digital di Kalangan Pengguna TikTok. *Emik*, 6(2), 198-215.
- Daffa, D. R., Arthuro, D., Fernanda, J. A., & Pratama, M. B. W. (2024). Gen-Z: Eksplorasi Identitas Budaya dan Tantangan Sosial Dalam Era Digital. *Jurnal Insan Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 2(2), 169-183.
- Dhir, A., Kaur, P., Chen, S., & Lonka, K. (2019). Understanding Online Regret Experience Using the Theory of Planned Behavior: Implications for Social Media Addiction. *Addictive Behaviors*, 90, 190–197.
- Ebben & Bull. (2023). Constructing Authenticity: Social Media Influencers and the Shaping of Online Identity. <https://doi.org/DOI: 10.5772/intechopen.1002607>
- Elhai, J. D., Yang, H., Fang, J., & Hall, B. J. (2021). Depression and Anxiety in Relation to Problematic Smartphone Use: The Prominent Role of FoMO. *Journal of Affective Disorders*, 279, 471–479.
- Fuchs, C. (2021). *Social Media: A Critical Introduction (3rd Ed.)*. UK: SAGE.
- Erwin, E. dkk. (2023). *Digital Marketing : Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0 - Google Books*. Jakarta: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Erwin, F. (2023). Social media algorithms and their role in shaping user behavior. *Journal of Social Media Studies*, 8(3), 101–118.
- Garcia, A., Merino, M., & Aguado, D. (2023). Digital conformity and generational norms: Examining behavioral adaptation in hyperconnected platforms. *Journal of Media Psychology*, 35(2), 145–160.
- Hendrawan, A. Y. (2024). *Strategi Keluarga Dalam Mengatasi Fear Of Missing Out (FOMO) Pada Generasi Z Melalui Pemuridan dengan Pendekatan Psikologi dan Spiritualitas Yang Berpusat Pada Injil*. Jakarta: Amerta Media.
- Kartika, M. & Rahma, P. (2021). Mediating Peer Influence and Social Anxiety on Social Media Engagement. *Asian Journal of Media and Communication*, 14(3), 210–225.
- Kim, H., & Zuo, B. (2023). Hyperconnectivity and Psychological Well-Being: Reassessing Digital Interaction in Gen Z Social Media Practices. *Computers in Human Behavior*, 148, 107787.
- Larasati, A. D., Sari, E. F., & Gunawan, W. (2022). Youth Cultural Participation in the Attention Economy Era. *Journal of Contemporary Cultural Studies*, 5(1), 33–50.
- Leaver, T., Highfield, T., & Abidin, C. (2020). *Instagram: Visual Social Media Cultures*. Florida: Polity Press.
- Leung, L., & Chen, C. (2020). Evolving Boundaries of Social Media: Critical Issues in Social Media Studies. *International Journal of Communication*, 14, 787–811.
- Luo, T., Shah, A., & Zhang, M. (2023). Digital Competence and Social Media Use: A Systematic Review. *British Journal of Educational Technology*, 54(2), 301–319.
- Maheswari, A. T. P., Parahita, B. N. & Purwanto, D. (2023). Hiperealitas Pada Media Sosial Instagram dalam Merepresentasikan Relasi Sosial Pertemanan Generasi Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(3), 398–415. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i3.84>
- Mandas, A. L. & Silfiyah, K. (2022). Social Self-Esteem dan Fear of Missing Out Pada Generasi Z Pengguna Media. *Jurnal Sinestesia*, 12(1), 19–27. <https://sinestesia.pustaka.my.id/journal/article/view/78>
- Max Horkheimer and Theodor W. Adorno. (1944). *Dialectic of Enlightenment*. Stanford University Press
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the Psychology of TikTok Use: A First Glimpse From Empirical Findings. *Frontiers in Public Health*, 9.
- Montag, C., Yang, H., health, J. E.-F. in public, & 2021, undefined. (n.d.). On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings. *Frontiersin.Org*. Retrieved January 22, 2024, from <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpubh.2021.641673/full>
- Mukti, F. A., Hidayat, R., & Rendra, M. (2023). Disruptive Behaviors in Virtual Communities: A Socio-Digital Analysis. *International Review of Social Psychology*, 45(2), 100–115.
- Nasafa, M. (2022). Fenomena Endorse Produk Kecantikan Oleh Influencer Tasya Farasya Melalui Media Sosial Tiktok. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FTSIP USK*, 7(1)
- Nim, K. (2017). Perilaku Menyimpang di Kalangan Siswa (Studi di Sekolah Dasar Negeri 31 Sepakat II Kecamatan Pontianak Tenggara). *Sociologique*, 5(1).

- 
- Nugroho, C., Sos, S., & Kom, M. I. (2020). *Cyber Society: Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi*. Jakarta: Prenada Media
- Nugroho, T. (2020). Commodification and viral content: The role of TikTok in modern digital culture. *Journal of Cultural Studies*, 7(4), 56–72.
- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamarro, A. (2020). Negative Consequences from Heavy Social Networking in Adolescents: The Mediating Role of Fear of Missing Out. *Journal of Adolescence*, 55, 51–60.
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage. <https://doi.org/10.3991/ijim.v14i04.12429>
- Park, K., & Rim, H. (2020). “Click First!”: The Effects of Instant Activism Via a Hoax on Social Media. *Social Media and Society*, 6(2). <https://doi.org/10.1177/2056305120904706>
- Patel, V. (2021). Social Media Consumption as Cultural Capital: Rethinking the Dynamics of Online Influence. *Cultural Sociology*, 15(4), 561–575.
- Priadji, P. & Rusadi, U. (2023). Media Sosial sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik. Da’watuna: *Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(2), 581–588. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i3.2621>
- Putri, M. D., Susanti, E., Santri, L., Susanti, N., Ananda, R., & Daimatussalimah, D. (2024). Analisis Dampak Perilaku Online Gen Z Terhadap Identitas Kewarganegaraan Dalam Era Digital. *Khatulistiwa. Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 4(2), 211–223
- Rahmah Hastuti, N. (2020). Cyberbullying and power dynamics in online communities. *Social Behavior Journal*, 15(2), 89–103.
- Ritzer, G., & Miles, S. (2019). The Changing Nature of Consumption and the Intensification of McDonaldization in the Digital Age. *Journal of Consumer Culture*, 19(1), 3–20.
- Rojas, J. E., Calla, G. C. & Lora, T. S. (2017). Trend Pengembangan Keilmuan Era Digital di Kalangan Pelajar Pondok Pesantren. *Repositorio Institucional Del Tecnológico de Monterrey RITEC*, 454(Ecep 2019), 5858–5868.
- Rosyidah, F. N. & Nurwati, N. (2019). Gender dan Stereotipe: Konstruksi Realitas dalam Media Sosial Instagram. *Share : Social Work Journal*, 9(1), 10. <https://doi.org/10.24198/share.v9i1.19691>
- Setiawan, J., & Sudrajat, A. (2018). *Pemikiran Postmodernisme dan Pandangannya Terhadap Ilmu Pengetahuan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University.
- Smith, T. & Short, A. (2022). Needs affordance as a key factor in likelihood of problematic social media use: Validation, latent Profile analysis and comparison of TikTok and Facebook problematic use measures. *Addictive Behaviors*, 129. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2022.107259>
- Tjahyadi, S. (2007). Teori Sosial dalam Perspektif Teori Kritis Max Horkheimer. *Jurnal Filsafat*, 17(1), 1–14.
- Turel, O., & Qahri-Saremi, H. (2019). Problematic Use of Social Networking Sites: Antecedents and Consequences from a Theoretical Perspective. *Journal of Computer Information Systems*, 59(1), 59–67.
- Vaterlaus, J., Journal, M. W.-T. S. S., & 2021, undefined. (n.d.). TikTok: an exploratory study of young adults’ uses and gratifications. Taylor & Francis. Retrieved October 29, 2023, from <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/03623319.2021.1969882>
- Wareng, D. K. (2023). Penggunaan Aplikasi Tiktok Membentuk Perilaku Sosial Anak Remaja di Kampung Wareng (Studi Kualitatif Deskriptif Pada Perilaku Sosial Anak Remaja. Universitas Sangga Buana YPKP.
- Weimann, G., terrorism, N. M.-S. in conflict &, & 2023, undefined. (2023). Research note: Spreading hate on TikTok. *Taylor & Francis*, 46(5), 752–765. <https://doi.org/10.1080/1057610X.2020.1780027>
- Wellman, B. (2001). Computer networks as social networks. *Science*, 293(5537), 2031–2034. <https://doi.org/10.1126/science.1065547>
- Widodo, A., & Prihatin, E. (2019). The Global Flow of Trends in Social Media. *New Media & Society Indonesia*, 2(2), 15–29.
- Xie, X., Wang, Y., Wang, P., Zhao, F., & Lei, L. (2021). Basic Psychological Needs Satisfaction and Fear of Missing Out: Friends Matter! *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(3), 181–187.
- Xu, S., Xia, R., & Li, L. (2020). The Role of Algorithmic Feeds in Social Media Engagement: Evidence from TikTok. *Journal of Interactive Marketing*, 53, 41–55.
- Yang, X., Liu, C., Ding, C., & Xu, X. (2020). Social media use and fear of missing out: The mediating role of upward social comparison. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(10), 3569.
- Zhang, S., Zhang, X., & Lin, C. (2023). The role of social norms and foMO in digital platform behavior among Gen Z. *New Media & Society*, 25(1), 89–109.
-

---

Zhao, S., Zhang, Y., & Wang, J. (2022). Algorithmic influence on user engagement and FoMO: A study of TikTok's content dynamics. *Computers in Human Behavior*, 130, 107234.