



Pengaruh *Self-Control* dan *Fear of Missing Out (FOMO)* terhadap *Social Media Addiction* TikTok pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi

The Influence of Self-Control and Fear of Missing Out (FOMO) on TikTok Social Media Addiction in Communication Science Students

Sania El Fadlila^{1*}, Tintin Supriyatn², Farid Soleh Nurdin³

^{1, 2, 3} Fakultas Psikologi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung, Indonesia

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh *self-control* dan FOMO terhadap *social media addiction* TikTok pada mahasiswa Ilmu Komunikasi. Pendekatan penelitian ini bersifat kuantitatif dengan metode survei kausalitas. Sebanyak 187 mahasiswa menjadi responden melalui teknik *accidental sampling*. Instrumen yang digunakan mencakup skala *Brief Self-Control Scale* (BSCS; $\alpha = 0,876$), *Fear of Missing Out Scale* (FOMOS; $\alpha = 0,915$), dan *Bergen Social Media Addiction Scale* (BSMAS) TikTok ($\alpha = 0,901$). Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda, dan hasil menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,771 dengan nilai signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$), yang menandakan bahwa *self-control* dan FOMO berpengaruh signifikan terhadap *social media addiction* TikTok. Mahasiswa dengan tingkat *self-control* rendah dan FOMO tinggi cenderung memiliki kecanduan TikTok yang lebih besar. Penelitian ini memiliki signifikansi teoretis dalam memperkuat pemahaman mengenai peran regulasi diri dan FOMO dalam perilaku adiktif di media sosial. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat dijadikan landasan dalam merancang program edukasi literasi digital dan pelatihan pengendalian diri bagi mahasiswa untuk membantu penggunaan media sosial secara lebih sehat dan seimbang.

Kata kunci: Kontrol diri, *fear of missing out*, kecanduan sosial media, TikTok.

Abstract. The purpose of this study was to examine the influence of self-control and Fear of Missing Out (FOMO) on TikTok social media addiction among Communication Science students at UIN Sunan Gunung Djati Bandung. This research approach was quantitative with a causality survey method. A total of 187 students became respondents through an accidental sampling technique. The instruments used included the Brief Self-Control Scale (BSCS; $\alpha = 0.876$), Fear of Missing Out Scale (FOMOS; $\alpha = 0.915$), and Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS) TikTok ($\alpha = 0.901$). Data analysis was carried out using multiple linear regression, and the results showed an R Square value of 0.771 with a significance value of $p = 0.000$ ($p < 0.05$), which indicates that self-control and FOMO have a significant effect on TikTok social media addiction. Students with low levels of self-control and high levels of FOMO tend to have greater TikTok addiction. This study has theoretical significance in strengthening the understanding of the role of self-regulation and FOMO in addictive behavior on social media. Practically, the findings of this study can serve as a basis for designing digital literacy education programs and self-control training for students to foster healthier and more balanced social media use.

Keywords: *Self-control*, *fear of missing out*, *social media addiction*, *TikTok*.

JoPS :

Journal of Psychology Students

Vol.4:2, November 2025,
Halaman 130-137

ISSN 2962-2352 (online);
2830-0998 (print)

Info Artikel

Received:
18 September 2025
Accepted:
29 November 2025
Published:
30 November 2025

DOI:

<https://doi.org/10.15575/jops.v4i2.50154>

Copyright © 2025 Penulis. Diterbitkan oleh Fakultas Psikologi UIN SGD Bandung, Indonesia.

Artikel ini merupakan artikel Open Access dengan lisensi CC BY 4.0

* Corresponding author: Fakultas Psikologi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Jalan A.H. Nasution No. 105, Cipadung, Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat 40614, Indonesia

E-mail: sannellfadlila30@gmail.com

Pendahuluan

Kemajuan teknologi digital telah mengubah cara individu berinteraksi dan memperoleh informasi. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2024 menunjukkan bahwa 79,5% penduduk Indonesia aktif menggunakan internet, dengan kelompok usia 18–25 tahun sebagai pengguna media sosial terbanyak. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial kini memiliki peran penting dalam keseharian generasi muda, khususnya kalangan mahasiswa (APJII, 2024).

TikTok menjadi salah satu platform yang paling populer dan sering digunakan, dengan pengguna aktif di Indonesia mencapai 89 juta orang. Format video singkat dan algoritma yang menyesuaikan konten berdasarkan minat membuat TikTok sangat menarik dan mudah menimbulkan perilaku adiktif. Penggunaan yang berlebihan terbukti dapat memengaruhi konsentrasi, waktu belajar, serta kesejahteraan psikologis mahasiswa (Lin & Hu, 2022). Fenomena ini menunjukkan pentingnya memahami faktor-faktor psikologis yang mendorong kecanduan media sosial, khususnya pada platform yang bersifat cepat dan interaktif seperti TikTok.

Dari perspektif psikologi, dua faktor yang sering dikaitkan dengan perilaku adiktif di media sosial adalah *self-control* dan FOMO. Individu dengan kontrol diri rendah cenderung sulit membatasi waktu penggunaan media sosial (Tangney et al., 2004), sementara FOMO mendorong keinginan untuk terus memantau aktivitas orang lain agar tidak merasa tertinggal (Przybylski et al., 2013). Keduanya dapat meningkatkan risiko *social media addiction*, terutama pada pengguna muda yang aktif secara sosial di dunia maya.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menyelotri hubungan antara *self-control*, FOMO, dan kecanduan media sosial. Namun, sebagian besar studi masih berfokus pada platform seperti Instagram dan Facebook serta dilakukan pada remaja atau pelajar sekolah menengah, bukan pada mahasiswa yang memiliki tanggung jawab akademik dan eksposur digital yang lebih tinggi. Selain itu, belum banyak studi yang secara spesifik mengkaji perilaku adiktif terhadap TikTok, padahal platform ini memiliki sistem rekomendasi konten yang sangat personal dan berpotensi memperkuat ketergantungan psikologis (Andreassen & Pallesen, 2014).

Mahasiswa Ilmu Komunikasi menjadi kelompok yang relevan untuk dikaji karena aktivitas akademik mereka erat dengan penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi dan pembelajaran digital. Secara teoretis, kelompok usia ini berada pada fase dewasa awal, di mana individu masih membentuk identitas sosial dan profesional sehingga rentan terhadap tekanan sosial dan perilaku impulsif (Arnett, 2000). Secara empiris, mahasiswa Ilmu Komunikasi juga dikenal memiliki intensitas tinggi dalam menggunakan media sosial, termasuk TikTok, baik untuk hiburan maupun kegiatan akademik (Firamadhina & Krisnani, 2021).

Penelitian terdahulu lebih banyak mengkaji *self-control* dan FOMO terhadap kecanduan media sosial secara umum, belum secara spesifik menyelotri perilaku adiktif terhadap TikTok pada mahasiswa Ilmu Komunikasi yang memiliki tingkat keterlibatan tinggi dengan media digital. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *self-control* dan FOMO terhadap *social media addiction* TikTok pada mahasiswa Ilmu Komunikasi. Hasil penelitian diharapkan dapat memperluas pemahaman mengenai faktor psikologis yang memengaruhi perilaku adiktif di media sosial serta memberikan kontribusi praktis dalam upaya pengembangan literasi digital dan pengendalian diri di kalangan mahasiswa.

Metode

Desain Penelitian

Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rancangan kausalitas untuk mengidentifikasi pengaruh *self-control* dan FOMO terhadap *social media addiction* pada pengguna TikTok. Desain kausalitas digunakan karena penelitian ini berfokus pada analisis hubungan sebab-akibat antara variabel bebas dan variabel terikat (Creswell, 2018). Data diperoleh melalui survei menggunakan kuesioner daring (*google form*), yang memungkinkan partisipan menjawab secara efisien tanpa batasan lokasi.

Partisipan

Sebanyak 187 mahasiswa aktif dari program studi ilmu komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2021, yang termasuk pengguna aktif TikTok dengan durasi penggunaan lebih dari 5 jam per hari. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *accidental sampling*, yakni memilih responden

berdasarkan ketersediaan dan kesediaan mereka mengisi kuesioner (Sugiyono, 2019).

Kriteria yang ditetapkan bagi partisipan dalam penelitian ini sebagai berikut: 1) mahasiswa aktif angkatan 2021 program studi Ilmu Komunikasi Humas dan Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2) pengguna aktif media sosial khususnya TikTok, 3) menggunakan TikTok lebih dari 5 jam per hari, 4) bersedia mengisi kuesioner secara lengkap melalui tautan *google form* yang disediakan oleh peneliti.

Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan tiga skala psikologis yang telah dimodifikasi ke konteks penggunaan TikTok. Pertama, *Brief Self-Control Scale* (BSCS) yang dikembangkan oleh Tangney et al., (2004) untuk menilai sejauh mana individu memiliki kemampuan dalam mengendalikan dorongan atau perilaku impulsif. Instrumen ini terdiri atas 13 item dengan lima opsi jawaban, dari 1 (sangat tidak sesuai) hingga 5 (sangat sesuai). Penelitian ini melakukan modifikasi dengan menerjemahkan seluruh item ke dalam bahasa Indonesia dan menyederhanakan beberapa istilah yang kurang umum agar lebih mudah dipahami oleh mahasiswa, tanpa mengubah makna psikologis item. Hasil uji validitas menunjukkan korelasi item-total antara 0,436–0,722 ($r > 0,30$), sedangkan koefisien Cronbach's Alpha sebesar 0,876 menunjukkan bahwa instrumen ini memiliki reliabilitas internal yang sangat baik.

Kedua, *Fear of Missing Out Scale* (FOMOS) dikembangkan oleh Przybylski et al., (2013) untuk mengukur tingkat ketakutan individu kehilangan informasi atau interaksi sosial di media digital. Skala ini terdiri dari 10 item dengan skala likert lima poin. Modifikasi dilakukan dengan menyesuaikan beberapa istilah asing dan konteks sosial agar lebih relevan dengan perilaku mahasiswa di Indonesia, terutama dalam penggunaan media sosial berbasis video. Hasil uji validitas menunjukkan nilai korelasi item-total 0,482–0,791, dan reliabilitas sebesar 0,915 yang menandakan reliabilitas sangat tinggi.

Ketiga, *Bergen Social Media Addiction Scale* (BSMAS) yang dikembangkan oleh Andreassen et al., (2012) digunakan untuk menilai sejauh mana individu mengalami tingkat ketergantungan terhadap penggunaan media sosial. Dalam penelitian ini, skala tersebut dimodifikasi secara kontekstual menjadi BSMAS TikTok dengan mengganti istilah “*social*

media” menjadi “TikTok” pada setiap item, agar pengukuran sesuai dengan platform yang menjadi fokus penelitian. Skala ini terdiri dari 6 item dengan lima pilihan jawaban. Hasil uji validitas menunjukkan nilai korelasi item-total 0,438–0,772 ($r > 0,30$) dan reliabilitas Cronbach's Alpha sebesar 0,901 yang menunjukkan konsistensi internal sangat baik.

Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian meliputi: 1) Tahap persiapan meliputi penyusunan kuesioner, pengujian validitas dan reliabilitas instrumen, dan pengajuan izin etik penelitian kepada fakultas. 2) Pelaksanaan penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebarluaskan secara daring melalui *google form* kepada mahasiswa yang memenuhi kriteria. Sebelum mengisi, setiap responden membaca penjelasan mengenai tujuan, manfaat, serta hak-hak partisipan, termasuk hak untuk menghentikan partisipasi kapan pun. 3) *Informed consent* diberikan dalam bentuk halaman awal kuesioner yang memuat pernyataan persetujuan. Partisipan menandai kolom “Saya setuju berpartisipasi secara sukarela” sebelum dapat melanjutkan pengisian. Kerahasiaan data dijamin, dan seluruh data hanya digunakan untuk kepentingan akademik. 4) Pengolahan data yang terkumpul diperiksa kelengkapannya, kemudian transformasi dari skala ordinal ke skala interval menggunakan *Metode Successive Interval* (MSI) yang dilakukan untuk menyesuaikan dengan ketentuan analisis parametrik.

Analisis Data

Teknik regresi linear berganda digunakan pada analisis data untuk mengetahui besar pengaruh *self-control* dan FOMO terhadap *social media addiction* TikTok. Teknik ini digunakan untuk melihat arah dan besarnya pengaruh antarvariabel (Ghozali, 2018). Sebelum analisis, data yang awalnya berskala ordinal diubah (transformasi) menjadi skala interval dengan menerapkan MSI, kemudian diolah dengan IBM SPSS versi 26.0.

Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik dalam penelitian ini sebagai berikut: 1) H_0 (Hipotesis nol) : $\beta = 0 \rightarrow$ tidak terdapat pengaruh *self-control* (X_1) dan FOMO (X_2) terhadap *social media addiction* TikTok (Y) pada mahasiswa Ilmu Komunikasi. 2) H_1 (Hipotesis alternatif) : $\beta \neq 0 \rightarrow$ terdapat pengaruh *self-control* (X_1) dan FOMO (X_2)

terhadap *social media addiction* TikTok (Y) pada mahasiswa Ilmu Komunikasi.

Hasil

Analisis data pada penelitian ini mencakup data demografi 187 responden mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2021. Data ordinal ditransformasi menjadi interval menggunakan metode MSI, kemudian diolah dengan IBM SPSS 26.0. Hasil penelitian mencakup statistik deskriptif variabel *self-control*, FOMO, dan *social media addiction* TikTok, kemudian menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

Analisis Demografi

Berdasarkan data demografis pada Tabel 1, partisipan penelitian ini merupakan 187 mahasiswa aktif program studi ilmu komunikasi angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati Bandung, yang sebagian besar berjenis kelamin perempuan dan berusia antara 18 hingga 22 tahun. Sebagian besar berasal dari program studi Ilmu Komunikasi Humas dan menggunakan TikTok selama lebih dari lima jam per hari. Karakteristik ini menunjukkan bahwa responden merupakan pengguna aktif media sosial dengan tingkat keterpaparan digital yang tinggi, sesuai dengan profil mahasiswa komunikasi yang lekat dengan aktivitas berbasis media.

Tabel 1
Data Demografis

Kategori	Frekuensi	Percentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	69	36.9%
Perempuan	118	63.1%
Usia		
19 Tahun	2	1.1%
20 Tahun	11	5.9%
21 Tahun	43	23.0%
22 Tahun	80	42.8%
23 Tahun	38	20.3%
24 Tahun	12	6.4%
25 Tahun	1	0.5%
Program Studi		
Ilmu Komunikasi	102	54.5%
Humas		
Ilmu Komunikasi Jurnalistik	85	45.5%
Durasi Penggunaan per Hari		
< 2 jam	11	5.9%
2 - 5 jam	52	27.8%
> 5 jam	124	66.3%

Analisis Deskriptif

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa secara umum, tingkat *self-control* mahasiswa cenderung sedang, sementara FOMO dan *social media addiction* TikTok tergolong tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar mahasiswa mengalami kesulitan dalam mengatur penggunaan media sosial dan memiliki dorongan kuat untuk selalu terhubung dengan lingkungan daring mereka. Tingginya FOMO mencerminkan adanya kecemasan sosial yang mendorong perilaku penggunaan TikTok secara kompulsif.

Tabel 2
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Dimensi	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
<i>Self Control</i>	187	27	45	35.73	3.465
FOMO	187	32	123	92.26	19.004
<i>Social Media Addiction</i>	187	23	74	57.38	9.829

Mayoritas responden memiliki *self-control* rendah (50.3%), FOMO tinggi (65.2%), dan *social media addiction* TikTok tinggi (63.6%). Hasil ini mengindikasikan dominasi responden dengan kontrol diri rendah namun tingkat FOMO dan kecanduan TikTok yang tinggi.

Tabel 3
Kategorisasi Variabel

Variabel	Rendah		Tinggi	
	f	%	f	%
<i>Self Control</i>	94	50.3%	93	49.7%
FOMO	65	34.8%	122	65.2%
<i>Social Media Addiction</i>	68	36.4%	119	63.6%

Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas memperoleh nilai signifikansi 0,200 ($> 0,05$) dan dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal. Sementara itu, hasil linearitas menunjukkan adanya hubungan yang linear antara *self-control* dan *social media addiction* ($p = 0,753$) serta antara FOMO dan *social media addiction* ($p = 0,976$). Model regresi juga memenuhi asumsi bebas heteroskedastisitas, multikolinearitas (*tolerance* = 0,995; *VIF* = 1,005), dan autokorelasi (Durbin-

Watson = 2,145; berada di antara dU dan 4 – dU). Dengan demikian, model regresi dinyatakan layak untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
Unstandardized Residual	
N	187
Asymp. Sig (2-tailed)	.200 ^{c,d}

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji sejauh mana variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, yang mencakup uji simultan (Uji F) untuk melihat signifikansi pengaruh, serta pembentukan persamaan regresi. Selain itu, dilakukan juga analisis koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen.

Uji f menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini mengindikasi bahwa seluruh variabel independen secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 5
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	13890.52	2	6945.26	313.25	.000
n	7		4	5	^b
Residual	4079.516	18	22.171		
Total	17970.04	18			
	3	6			

Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,771 mengindikasi bahwa 77,1% variasi dalam *social media addiction* TikTok dapat dijelaskan oleh variabel *self-control* dan FOMO yang ada dalam model regresi. Sementara itu, sisanya sebesar 22,9% tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.879 ^a	.773	.771	4.709

Diskusi

Penelitian ini mengungkapkan bahwa *self-control* dan FOMO secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *social media addiction* TikTok pada mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,771 menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki kontribusi besar terhadap tingkat kecanduan media sosial. Mahasiswa dengan tingkat *self-control* rendah dan FOMO tinggi cenderung menggunakan TikTok secara berlebihan dan mengalami kesulitan dalam mengendalikan dorongan untuk terus terhubung dengan lingkungan sosialnya. Temuan ini memperkuat teori regulasi diri (*self-regulation theory*) yang dikemukakan oleh Tangney et al., (2004), yang menjelaskan bahwa individu dengan kemampuan pengendalian diri rendah lebih rentan terhadap perilaku impulsif, termasuk dalam konteks penggunaan media digital. Dalam konteks mahasiswa, rendahnya kemampuan untuk menahan dorongan membuka aplikasi TikTok menyebabkan mereka kesulitan membatasi waktu penggunaan, sehingga memunculkan perilaku adiktif terhadap media sosial.

Penelitian ini menunjukkan kesesuaian dengan studi-studi internasional yang sebelumnya dilakukan oleh Przybylski et al., (2013), Chamarro et al., (2017), dan Oberst et al., (2017), yang mengemukakan bahwa FOMO memiliki hubungan positif dan signifikan dengan perilaku penggunaan media sosial secara kompulsif. Temuan penelitian ini menegaskan bahwa FOMO merupakan fenomena psikologis lintas budaya yang berperan penting dalam menjelaskan kecanduan media sosial. Namun, penelitian ini memberikan perspektif baru dengan menyoroti konteks budaya kolektivistik Indonesia, di mana tekanan sosial untuk tetap terhubung dengan kelompok teman sebaya memperkuat pengaruh FOMO terhadap perilaku adiktif. Berbeda dengan masyarakat Barat yang cenderung individualistik, mahasiswa Indonesia menempatkan koneksi sosial dan penerimaan kelompok sebagai bagian penting dari identitas diri. Akibatnya, rasa takut tertinggal dari tren atau informasi sosial menjadi pendorong utama dalam penggunaan TikTok secara intensif. Hasil ini juga sejalan dengan pandangan (Dempsey et al., 2019) yang menegaskan bahwa kebutuhan akan validasi sosial secara daring meningkatkan kecenderungan perilaku adiktif terhadap media sosial di kalangan generasi muda.

Selain itu, penelitian terkini juga menegaskan peran penting *self-control* dalam menjelaskan kecenderungan individu terhadap perilaku adiktif di media sosial. Simsir-Gokalp & Akyurek (2024) melalui analisis meta menemukan bahwa rendahnya kemampuan regulasi diri secara konsisten berhubungan dengan penggunaan media sosial yang bermasalah (*problematic social media use*). Hasil tersebut diperkuat oleh penelitian Merdiaty (2023) yang menemukan korelasi negatif yang signifikan antara *self-control* dan kecenderungan adiksi TikTok pada siswa SMA, di mana individu dengan kontrol diri rendah cenderung menggunakan platform tersebut secara kompulsif. Selanjutnya, Nazariskina dan Nurhayati (2023) menjelaskan bahwa kegagalan kontrol diri yang dipengaruhi oleh tekanan sosial dan lingkungan memperkuat kecenderungan perilaku adiktif terhadap media sosial. Hasil-hasil tersebut sejalan dengan penelitian ini, yang menunjukkan bahwa mahasiswa dengan tingkat *self-control* rendah lebih rentan terhadap *social media addiction* karena kesulitan mengendalikan dorongan untuk terus terhubung dengan konten digital.

Penelitian-penelitian terbaru juga memperkaya pemahaman mengenai hubungan antara *self-control*, *fear of missing out* (fomo), dan perilaku adiktif di media sosial. Topino et al., (2023) menemukan bahwa FOMO berperan sebagai mediator penting dalam hubungan antara fungsi keluarga dan kecanduan media sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa mekanisme psikologis yang mendorong perilaku adiktif tidak hanya berasal dari faktor internal seperti kontrol diri, tetapi juga dari konteks sosial yang lebih luas. Sementara itu, Montag & Markett (2023) menjelaskan bahwa fomo berkaitan dengan *everyday cognitive failure* atau kegagalan kognitif sehari-hari, yang dapat memperlemah kemampuan regulasi diri dan meningkatkan kecenderungan penggunaan media sosial secara kompulsif. Hasil-hasil ini memperkuat temuan penelitian ini bahwa individu dengan tingkat *self-control* rendah dan FOMO tinggi cenderung lebih rentan mengalami TikTok *addiction*. Dengan demikian, hasil penelitian ini selaras dengan temuan-temuan mutakhir dan memperluas pemahaman tentang dinamika psikologis yang mendasari perilaku adiktif terhadap media sosial berbasis video pendek.

Partisipan dalam penelitian ini, yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi, memiliki karakteristik unik yang turut menjelaskan tingginya tingkat keterlibatan

mereka terhadap TikTok. Sebagai mahasiswa yang mempelajari bidang komunikasi dan media, mereka memiliki keterpaparan tinggi terhadap tren digital, dinamika algoritma, serta bentuk komunikasi berbasis visual yang populer di kalangan generasi muda. Pengetahuan dan ketertarikan terhadap media justru mendorong mereka untuk lebih aktif mengeksplorasi konten, memahami strategi komunikasi digital, dan bahkan berpartisipasi sebagai kreator konten. Fenomena ini menciptakan paradoks, di mana literasi media yang tinggi tidak selalu berbanding lurus dengan kontrol diri yang kuat, melainkan dapat memperkuat keterlibatan intensif dalam penggunaan media sosial karena adanya dorongan eksplorasi, ekspresi diri, dan kebutuhan aktualisasi sosial. Dengan demikian, penelitian ini memperluas pemahaman bahwa kecanduan media sosial bukan hanya disebabkan oleh lemahnya *self-control*, tetapi juga oleh motivasi sosial dan kultural yang melekat pada pengguna muda di era digital.

Dari perspektif nilai Islam, hasil penelitian ini memiliki relevansi dengan konsep *mujahadah an-nafs* atau upaya menahan diri dari dorongan berlebihan. Prinsip pengendalian diri dalam Islam menekankan keseimbangan dalam segala aspek kehidupan, sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-A'raf [7]:31, "*Makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan*." Nilai tersebut dapat diterapkan dalam konteks penggunaan media sosial, di mana seorang Muslim dianjurkan menjaga keseimbangan antara hiburan dan tanggung jawab akademik serta sosial. Prinsip *tawazun* (keseimbangan) dan *amanah* (tanggung jawab) menjadi landasan penting dalam membangun etika bermedia yang beradab, sehingga penggunaan TikTok tidak hanya dipandang sebagai sarana hiburan, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai media untuk pengembangan diri dan penyebaran nilai positif.

Meskipun memberikan kontribusi teoretis dan praktis, penelitian ini memiliki keterbatasan, salah satunya adalah subjek penelitian yang terbatas pada mahasiswa Ilmu Komunikasi, sehingga hasil temuan belum dapat digeneralisasikan terhadap mahasiswa dari program studi lainnya memiliki karakteristik berbeda. Selain itu, penggunaan metode kuantitatif menyebabkan data yang diperoleh bersifat umum dan belum menggambarkan pengalaman subjektif responden secara mendalam. Dengan demikian, pendekatan metode campuran (*mixed methods*) disarankan untuk digunakan dalam penelitian

selanjutnya dengan cakupan populasi yang lebih luas serta penambahan analisis kualitatif. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif dan menyeluruh terkait faktor-faktor psikologis dan sosial yang mempengaruhi perilaku adiksi terhadap media sosial di berbagai macam kelompok masyarakat.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *self-control* dan FOMO secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *social media addiction* TikTok pada mahasiswa ilmu komunikasi. Mahasiswa dengan *self-control* rendah dan FOMO tinggi cenderung memiliki tingkat kecanduan TikTok yang lebih tinggi dibandingkan kelompok lainnya.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan signifikansi dalam memperluas pemahaman mengenai peran faktor psikologis khususnya *self-control* dan FOMO dalam menjelaskan perilaku adiktif di media sosial berbasis video pendek, konteks yang masih jarang dikaji di Indonesia. Hasil ini memperkaya literatur psikologi komunikasi digital dengan menegaskan pentingnya regulasi diri dan dinamika emosional dalam penggunaan media sosial.

Secara praktis, temuan ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan program literasi digital dan pelatihan pengendalian diri guna membantu mahasiswa menggunakan media sosial dengan lebih sehat, bijak dan produktif. Selain itu, penelitian ini juga menjadi jembatan bagi studi-studi selanjutnya untuk mengeksplorasi faktor lain seperti dukungan sosial, kepribadian, atau strategi *coping* yang mungkin turut berperan dalam kecanduan media sosial. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan berkontribusi terhadap upaya intervensi pendidikan digital yang lebih adaptif dan relevan bagi generasi muda di era teknologi saat ini.

Referensi

- Andreassen, C., & Pallesen, S. (2014). Social Network Site Addiction - An Overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20, 6. <https://doi.org/10.2174/1381612811319999061>
- Andreassen, C., Torsheim, T., Brunborg, G., & Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook Addiction Scale. *Psychological Reports*, 110, 501–517.

- <https://doi.org/10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517>
- Arnett, J. J. (2000). Emerging Adulthood: A Theory of Development from the Late Teens Through the Twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469–480. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024, May 6). *Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang*. APJII. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Chamarro, A., Fuster, H., & Oberst, U. (2017). Fear of Missing Out, Online Social Networking and Mobile Phone Addiction: A Latent Profile Approach. *Aloma*, 35, 30. <https://doi.org/10.51698/aloma.2017.35.1.2-30>
- Creswell, John W.. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 5th ed. (5). Los Angeles: SAGE Publications.
- Dempsey, A. E., O'Brien, K. D., Tiamiyu, M. F., & Elhai, J. D. (2019). Fear of Missing Out (FoMO) and Rumination Mediate Relations Between Social Anxiety and Problematic Facebook Use. *Addictive Behaviors Reports*, 9. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2018.100150>
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). Perilaku Generasi Z terhadap Penggunaan Media Sosial TikTok: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariante Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lin, Y., & Hu, G. (2022). Design and Communication of City Brand Image Based on Big Data and Personalized Recommendation System. In *Journal of Function Spaces* (Vol. 2022). Hindawi Limited. <https://doi.org/10.1155/2022/9378800>
- Merdiaty, N. (2023). Hubungan Self Control dengan Kecenderungan Adiksi Sedia sosial TikTok pada Siswa di SMAN X Tambun Selatan. *Repository Universitas Bhayangkara Jakarta Raya*.
- Montag, C., & Markett, S. (2023). Social Media Use and Everyday Cognitive Failure: Investigating

- the Fear of Missing Out and Social Networks Use Disorder Relationship. *BMC Psychiatry*, 23(1). <https://doi.org/10.1186/s12888-023-05371-x>
- Nazariskina, N., & Nurhayati, S. (2023). Dinamika Kontrol Diri pada Remaja yang Mengalami Kecanduan Media Sosial. *Jurnal Minda Akademika*, 2(5), 45–54. <https://doi.org/10.61722/jmia.v2i5.6780>
- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamarro, A. (2017). Negative Consequences from Heavy Social Networking in Adolescents: The Mediating Role of Fear of Missing Out. *Journal of Adolescence*, 55, 51–60. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.008>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Simsir-Gokalp, Z., & Akyurek, M. I. (2024). Self-Control and Problematic Social Media Use: A Meta-Analysis. *Journal of Education in Science, Environment and Health*, 199–215. <https://doi.org/10.55549/jeseh.722>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian dan Pengembangan Research dan Development*. Bandung : Alfabeta
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High Self-Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success. In *Journal of Personality* (Vol. 72, Issue 2). Blackwell Publishing.
- Topino, E., Gori, A., Jimeno, M. V., Ortega, B., & Cacioppo, M. (2023). The Relationship Between Social Media Addiction, Fear of Missing Out and Family Functioning: a Structural Equation Mediation Model. *BMC Psychology*, 11(1). <https://doi.org/10.1186/s40359-023-01409-7>