

## ABSTRAK

**Yunika Isnaeni. NIM: 1218030226. (2025): Pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Bandung Angkatan 2021**

Fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) kini semakin meningkat di kalangan mahasiswa, terutama dengan tingginya penggunaan media sosial khususnya TikTok yang mendorong keinginan mereka untuk selalu mengikuti tren dan gaya hidup orang lain. Kondisi ini dapat memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, yang cenderung melakukan pembelian impulsif secara spontan, tidak rasional, dan berlebihan. Hal ini dilakukan agar mereka tidak tertinggal dari tren yang sedang *viral* di lingkungan sekitarnya dan tetap merasa diterima dalam pergaulan di media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat *Fear of Missing Out* (FoMO) yang dialami mahasiswa, dengan mempertimbangkan durasi penggunaan media sosial TikTok dan pengeluaran bulanan mereka. Penelitian ini juga berfokus pada tingkat perilaku konsumtif mahasiswa UIN Bandung angkatan 2021, serta menganalisis apakah terdapat pengaruh antara FoMO terhadap perilaku konsumtif mereka.

Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu, teori masyarakat konsumsi Jean Baudrillard mengenai tiga konsep diantaranya, nilai tanda, simulakra, dan hiperrealitas. Teori ini menjelaskan bahwa dalam masyarakat modern, konsumsi tidak lagi didasarkan pada kebutuhan, melainkan pada citra dan makna simbolik suatu produk. Simulakra menunjukkan bahwa realitas di media sosial sering kali merupakan konstruksi yang terdistorsi, sementara hiperrealitas membuat batas antara realitas dan representasi menjadi kabur.

Pendekatan dan metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu, pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif sehingga dapat digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Pada variabel FoMO dan perilaku konsumtif, penyebaran kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data dan pemilihan sampel berdasarkan kriteria dengan teknik *proportionate stratified random sampling*, dengan didukung sumber data primer dan sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Bandung angkatan 2021 berada di taraf tinggi. Mayoritas mahasiswa cenderung mengikuti tren viral di media sosial TikTok bukan karena kebutuhan yang mendesak, melainkan untuk memenuhi hasrat pribadi dan menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya. Dorongan ini muncul akibat kekhawatiran akan ketinggalan pengalaman yang dianggap menyenangkan. Akibatnya, mahasiswa terdorong untuk terus berperilaku konsumtif dengan mengikuti tren tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa FoMO dapat menjadi faktor utama yang mendorong pola konsumsi berlebihan di kalangan mahasiswa UIN Bandung angkatan 2021.

**Kata kunci:** *Fear of Missing Out* (FoMO), Perilaku Konsumtif, TikTok