

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ilmu teknologi berkembang begitu pesat. Era globalisasi dapat ditandai dengan adanya kemajuan dibidang komunikasi dan informasi. Yang kita ketahui sekarang ini teknologi banyak menawarkan kemudahan terutama di kalangan muda seperti mahasiswa, tetapi pada waktu yang bersamaan terjadi ketidakjelasan orientasi dan berbagai permasalahan psikologis baru. Salah satu bidang yang sering digunakan seperti media sosial, yang kita ketahui sekarang hampir semua mahasiswa memiliki media sosial. Media sosial adalah alat komunikasi online yang memungkinkan orang membuat, berbagi, dan berpartisipasi dalam konten (Putri, Nurwati, & S., 2016).

Dalam situasi ini, mahasiswa dapat digambarkan sebagai orang yang sedang menjalani transisi menuju kedewasaan, telah lulus dari sekolah menengah atas, dan saat ini terdaftar dalam program perguruan tinggi. Mahasiswa telah melewati masa remaja dalam konteks ini dan sedang menapaki tangga menuju kedewasaan. Mahasiswa telah memasuki masa awal kedewasaan, menghadapi tantangan intelektual dan peluang untuk mengeksplorasi diri dan gaya hidup mereka (Santrock, 2012).

Dalam konteks studi saat ini, fokus diarahkan pada mahasiswa Ekonomi Syariah. Sebagai mahasiswa yang mempelajari bidang keuangan, bisnis, dan prinsip-prinsip islam, mereka diharapkan mampu memiliki fokus yang tinggi dan integritas waktu yang baik, sejalan dengan nilai-nilai muamalah dan etika islam yang menekankan kejujuran, disiplin, dan tanggung jawab.

Dalam penelitian ini, populasi yang menjadi fokus adalah seluruh Program Studi Ekonomi Syariah UIN Imam Bonjol Padang yang merupakan pengguna media sosial TikTok. Berdasarkan data dari pihak fakultas, jumlah keseluruhan mahasiswa aktif Ekonomi Syariah angkatan 2022 pada tahun ajaran 2024/2025.

Tabel 1. 1

Jumlah Data Mahasiswa Aktif Ekonomi Syariah

Tahun Angkatan 2022

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	125	69,3%
Laki-laki	54	30,2%
Total	179	100%

Sumber : *Data Akama FEBI UIN IB Padang, Desember 2025*

Selanjutnya telah kita ketahui juga bahwasanya salah satu platform yang tengah populer dan memiliki daya tarik besar saat ini adalah TikTok. Aplikasi ini menawarkan konten video pendek yang cepat, menarik, dan mudah diakses. Munculnya TikTok

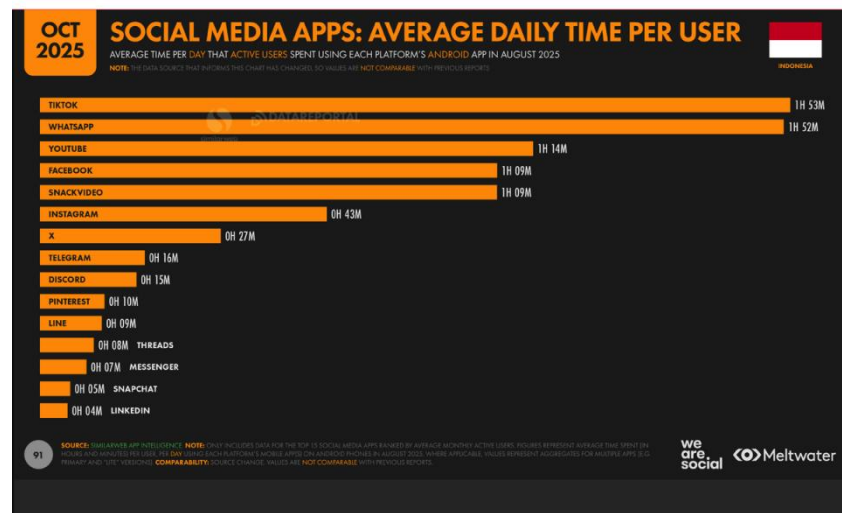
menjadi salah satu media sosial yang paling sering digunakan, TikTok baru beredar beberapa tahun belakang, tepatnya pada tahun 2016. Aplikasi ini di buat oleh Negara China, di bawah perusahaan ByteDance yang diluncurkan oleh Zhang Yiming pada bulan September tahun 2016.

Menurut laporan *We Are Sosial* (2024), TikTok termasuk dalam lima besar aplikasi yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia, dengan pengguna aktif didominasi oleh remaja dan dewasa muda, termasuk mahasiswa. Penggunaan TikTok yang tinggi ini menandakan adanya perubahan signifikan dalam pola konsumsi media digital.

Pengguna media sosial di indonesia menunjukkan perkembangan yang semakin pesat dan telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Berdasarkan laporan Data Reportal yang diberitahukan oleh Kompas.com (2025), jumlah pengguna media sosial di indonesia pada Oktober 2025 mencapai sekitar 180 juta pengguna, meningkat 26% dibandingkan tahun sebelumnya yang berjumlah 143 juta pengguna. TikTok menjadi platform dengan indeks pengguna aktif tertinggi dengan nilai 100, diikuti *WhatsApp* sebesar 99,5, YouTube 92,9, Facebook 82,7, dan Instagram 63,6.

Tingginya penggunaan tersebut juga terlihat dari durasi pemakaian, di mana masyarakat Indonesia rata-rata menghabiskan

1 jam 53 menit per hari di TikTok dan 1 jam 52 menit di WhatsApp. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang semakin besar dalam aktivitas dan kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, sehingga fenomena penggunaan media sosial menjadi penting untuk dikaji, khususnya dalam kaitannya dengan berbagai aspek psikologis dan perilaku penggunanya.



Gambar 1.1 Urutan Durasi Pengguna Media Sosial

Indikator stimulus dalam penggunaan TikTok dapat mempengaruhi remaja melalui daya tarik visual, hiburan, tren, dan tantangan yang disajikan dalam berbagai video TikTok. Hal ini bisa mendorong mahasiswa untuk aktif berpartisipasi dalam kegiatan tertentu, dengan tujuan merasa terhubung dalam komunikasi atau mendapat pengakuan. Dengan adanya platform ini mahasiswa dapat mengekspresikan identitas pribadi, mencari pengakuan, memenuhi kebutuhan sosial mereka dan mereka juga

sampai lupa waktu untuk mengikuti trend tersebut.

Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana penggunaan media sosial yang sehat seharusnya dilakukan. Media sosial pada dasarnya dapat memberikan banyak manfaat apabila digunakan dengan bijak, seperti memperluas jaringan pertemanan, memperoleh informasi yang bermanfaat, serta mengembangkan kreativitas melalui konten yang positif. Penggunaan media sosial yang sehat menuntut adanya pengendalian diri, pemilihan konten yang tepat, serta kesadaran terhadap waktu yang dihabiskan di dalamnya. Dengan kata lain, mahasiswa perlu memiliki kemampuan literasi digital, yaitu keterampilan untuk mengakses, memahami, dan mengelola informasi secara kritis sehingga tidak mudah terjebak dalam perilaku berlebihan seperti *scrolling* tanpa henti atau membandingkan diri secara negatif dengan orang lain.

Selain itu, menjaga keseimbangan antara aktivitas di dunia maya dan aktivitas di dunia nyata menjadi faktor penting dalam menciptakan pola penggunaan media sosial yang sehat. Mahasiswa perlu menempatkan prioritas utama pada tugas akademik, interaksi sosial langsung, dan aktivitas yang mendukung kesejahteraan diri, seperti berolahraga atau kegiatan spiritual. Dengan demikian, media sosial tidak lagi menjadi sumber tekanan psikologis, melainkan dapat berfungsi sebagai sarana pendukung dalam

pengembangan diri.

Prinsip penggunaan media sosial yang sehat juga mencakup kemampuan untuk menetapkan batasan waktu (*time management*), menghindari paparan konten negatif, serta menggunakan media sosial sebagai sarana untuk menambah wawasan, bukan sekadar hiburan yang bersifat sementara. Jika prinsip-prinsip tersebut diterapkan, mahasiswa tidak hanya dapat mengurangi risiko munculnya FoMO, tetapi juga mampu memanfaatkan media sosial sebagai sarana produktif yang mendukung perkembangan akademik dan personal mereka.

Fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa Ekonomi Syariah UIN IB Padang terjadi melalui mekanisme yang khas. Adanya, tekanan identitas. Mahasiswa Ekonomi Syariah berada dalam dilema antara tuntutan moral/spiritual dan realitas digital yang serba cepat. Ketika mereka melihat teman seangkatan sukses dalam mengikuti trend viral TikTok, muncul kekhawatiran bahwa mereka ketinggalan kebahagiaan atau penerimaan sosial yang bersifat kekinian.

Dalam konteks akademik. Dorongan untuk membuka TikTok saat sedang stress tugas atau menanti dosen (yang diamati sebagai *cyber slacking*) adalah upaya *self soothing* yang justru memperburuk FoMO. Padahal, tugas-tugas Ekonomi Syariah (seperti analisis investasi syariah atau penyusunan laporan

keuangan) membutuhkan fokus dan *mindfulness* yang tinggi.

Mahasiswa Ekonomi Syariah, yang idealnya fokus pada pengembangan diri dan profesionalisme yang etis, merasa cemas jika tidak terlibat dalam trend sosial *hype*. Kecemasan ini diperkuat oleh fitur TikTok yang menampilkan kehidupan yang ideal secara *highlight*, memicu FoMO dan mengikis kesadaran penuh terhadap studi utama mereka.

Penelitian sebelumnya telah menunjukan adanya korelasi antara pengguna TikTok dan kebiasaan penggunaannya. Sebagai pengguna yang aktif, individu yang menggunakan media sosial memanfaatkan platform tersebut untuk memperoleh kepuasan dari media yang mereka pilih, dan sesuai dengan konsep *uses and gratification*. Secara keseluruhan, para pengguna media sosial TikTok cenderung memiliki motivasi untuk mendapatkan informasi, mengingat bahwa platform ini menyediakan ribuan video dengan beragam kategori konten yang mereka akses. Selain itu, dorongan untuk berpartisipasi secara sosial juga menjadi salah satu alasan penting di balik penggunaan TikTok, di mana setiap pengguna memiliki potensi menjadi “pencipta konten” dengan membuat video yang menarik (Astuti & Subandiah, 2021).

Namun, dibalik kepopulerannya, muncul sejumlah persoalan psikologis yang perlu mendapat perhatian. Salah satu fenomena yang cukup menonjol adalah kemunculan *Fear of*

Missing Out (FoMO). FoMO adalah perasaan takut tertinggal dari pengalaman orang lain atau informasi yang terjadi di lingkungan sosial, yang sekali dipicu oleh intensitas penggunaan media sosial. Dalam konteks media sosial, FoMO dipicu oleh paparan konstan terhadap aktivitas orang lain melalui unggahan, video, atau cerita yang tampil di linimasa.

Fear of Missing Out (FoMO) dicirikan sebagai kekhawatiran melewatkan pengalaman berharga yang terjadi pada orang lain serta keinginan untuk terus menerus terhubung dengan apa yang orang lain sedang lakukan (Przybylski, dkk, 2013). Para peneliti menegaskan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) mempengaruhi suasana hati dan kepuasan hidup seseorang dengan mendorong perilaku sehari-hari seperti lebih sering mengakses media sosial, menggunakan *handphone* ketika sedang makan dan sebelum tidur (Przybylski, dkk, 2013).

Lalu menurut *JWT Marketing Communication* dalam Abel dkk, (2016), *Fear of Missing Out* (FoMO) adalah perasaan tidak nyaman dan terkadang semua yang sedang dialami oleh seseorang bahwa ia meraka kehilangan informasi atas apa yang dilakukan rekan-rekannya, kehilangan informasi yang ingin ia ketahui atau orang lain memiliki lebih banyak informasi yang lebih baik dari yang ia miliki.

Oleh karena itu, penelitian ini memandang *mindfulness*

(kesadaran penuh) sebagai variabel krusial. Dalam konteks Ekonomi Syariah, konsep *mindfulness* sangat relevan dengan nilai-nilai merasa diawasi dan intropeksi yang menekankan kehadiran diri di saat ini. Jika mahasiswa Ekonomi Syariah memiliki tingkat *mindfulness* yang tinggi, mereka akan lebih mampu mengendalikan dorongan implusif untuk membuka TikTok, menerima bahwa tidak semua momen perlu diikuti dan fokus pada pengalaman nyata yang sedang terjadi, sehingga menurunkan tingkat FoMO yang mereka rasakan. Sebaliknya, FoMO yang tinggi menunjukkan adanya kegagalan dalam penerapan *mindfulness* (kesadaran penuh).

Bukti mahasiswa memiliki tinggi tingkat FoMO diantaranya terlihat dari berbagai perilaku sehari-hari. Selain itu, pada sela-sela waktu kuliah, tidak jarang mahasiswa melakukan *cyber slacking* dalam mencuri-curi waktu untuk membuka akun TikTok mereka, sekedar melihat hiburan atau mengikuti tren viral yang sedang ramai diperbincangkan.

Kondisi ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, khususnya TikTok, telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan mahasiswa dan berpotensi menimbulkan kecenderungan FoMO yang cukup tinggi. Mahasiswa yang mengalami FoMO cenderung merasa gelisah, memiliki dorongan untuk terus memantau media sosial, dan merasa tidak nyaman jika mengetahui tren atau aktivitas terbaru yang sedang ramai

dibicarakan. Hal ini dapat menyebabkan tekanan psikologis, gangguan tidur, penurunan konsentrasi, hingga kecanduan media sosial.

Fenomena FoMO semakin relevan dalam konteks penggunaan TikTok. Platform ini memiliki algoritma yang sangat personal, menampilkan konten viral dan tren yang terhubung agar tidak tertinggal. Fitur-fitur seperti “*For You Page*” (FYP), jumlah like, komentar, dan tantangan viral, mendorong mahasiswa untuk terus mengikuti arus agar tetap relevan secara sosial. Dalam jangka panjang, ketergantungan terhadap TikTok akibat tekanan sosial ini merusak keseimbangan mental dan menurunkan produktivitas akademik mahasiswa.

Dalam pandangan Islam, fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) erat kaitannya dengan lemahnya rasa syukur dan sikap qanaah dalam diri seseorang. Individu yang mengalami FoMO cenderung merasa tidak puas dengan apa yang telah dimilikinya karena terus-menerus membandingkan kehidupannya dengan kehidupan orang lain yang tampak lebih menarik di media sosial, sehingga muncul perasaan iri, cemas, dan gelisah. Islam juga melarang perilaku berlebih-lebihan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial yang tidak terkendali dapat membuat individu lalai terhadap tanggung jawab dan ibadahnya, sebagaimana peringatan

untuk tidak berlebihan yang terdapat dalam Surah Al-A'raf ayat 31 (Silitonga dkk., 2026).

FoMO tidak muncul secara tiba-tiba, tetapi berkaitan erat dengan faktor psikologis tertentu, salah satunya adalah *mindfulness* atau kesadaran penuh. *Mindfulness* merujuk pada kemampuan individu untuk hadir secara sadar di saat ini, tanpa menghakimi pengalaman yang sedang terjadi. Individu dengan tingkat *mindfulness* yang lebih tinggi lebih mampu mengelola emosi, mengurangi stres, dan tidak mudah terpengaruh oleh tekanan eksternal seperti perbandingan sosial yang sering muncul di media sosial. Oleh karena itu, *mindfulness* dianggap sebagai salah satu pelindung alami terhadap efek negatif FoMO.

Secara umum *mindfulness* didefinisikan suatu proses memberikan perhatian dengan sengaja pada situasi saat ini dan tidak menghakimi (Kabit Zinn, 2015). *Mindfulness* adalah kualitas keadaan sadar terjaga (*awareness*) dan perhatian (*attention*) yang harus dibedakan terhadap proses kognisi, motivasi dan keadaan emosi. Lalu menurut Baer (2003), mengatakan bahwa *mindfulness* adalah memusatkan kesadaran pada saat ini, menerima dan tidak menghakimi dengan penuh kesadaran terhadap pengalaman baik atau buruk yang terjadi di dalam maupun diluar dirinya.

Dalam perspektif Islam, *mindfulness* memiliki keterkaitan dengan konsep *muraqabah*, yaitu kesadaran bahwa Allah SWT

senantiasa mengawasi setiap pikiran, ucapan, dan perilaku manusia. Kesadaran tersebut juga selaras dengan konsep *ihsan* dan *khusyu'*, yang mendorong individu untuk melakukan sesuatu dengan penuh kesadaran, ketenangan, dan pengendalian diri. Dengan demikian, mindfulness dalam perspektif Islam tidak hanya berkaitan dengan kesadaran terhadap pengalaman saat ini, tetapi juga dapat diarahkan pada kesadaran spiritual dan kemampuan mengendalikan diri dalam menghadapi berbagai keadaan, termasuk penggunaan media sosial.

Seharusnya mahasiswa yang menggunakan TikTok tetap *mindful* dengan lingkungannya, seperti dimana mereka berada dan dalam melakukan aktivitas apa. Jika mahasiswa berada dalam lingkungan kampus, mereka harus *mindful* dengan tujuan utama mereka yaitu belajar, walaupun tidak sepanjang waktu berhadapan dengan dosen, dan begitu juga jika berada di masjid atau tempat umum yang dapat menarik perhatian tidak suka banyak orang. Jikapun saat waktu istirahat, tetaplah berada dalam kepatuhan dan kelayakan dimana kita sebagai mahasiswa. Sehingga *mindfulness* dapat mengontrol setiap aktivitas yang akan dilakukan sesuai pada tempat.

Penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat mindfulness yang dimiliki mahasiswa, maka semakin rendah tingkat FoMO yang mereka rasakan. *Mindfulness* berperan sebagai

pelindung psikologis Karena membantu individu menyadari keberadaan diri pada saat ini, sehingga mereka tidak mudah terjebak dalam dorongan untuk terus mengikuti tren atau membandingkan diri dengan orang lain di TikTok. Dengan kesadaran penuh, mahasiswa lebih mampu mengatur emosi, mengendalikan perilaku kompulsif seperti scroll berlebihan, serta mengurangi kecenderungan mencari validasi sosial dari likes dan komentar. Sebaliknya, rendahnya *mindfulness* membuat mahasiswa lebih rentan terhadap kecemasan sosial, perasaan tertinggal, dan perilaku adiktif di media sosial. Oleh karena itu, *mindfulness* dapat dipandang sebagai faktor protektif yang mampu memutus siklus negatif FoMO dan mendukung kesejahteraan psikologis mahasiswa di era digital.

Beberapa penelitian sebelumnya mendukung hubungan negatif antara *mindfulness* dan FoMO. Menurut Brown dan Ryan (2003), orang yang *mindful* lebih sadar terhadap pengalaman internal mereka dan tidak bereaksi secara impulsif terhadap dorongan dari luar. Selain itu, penelitian oleh Przybylski, *dkk* (2013) menemukan bahwa FoMO terkait dengan kebutuhan psikologis yang tidak terpenuhi, seperti kebutuhan akan koneksi sosial dan kendali. *Mindfulness* memiliki kemampuan untuk membantu memenuhi kebutuhan ini secara internal, tanpa bergantung pada validasi dari media sosial dari luar.

Untuk memeriksa potensi korelasi antara kedua gagasan ini, penting untuk menyelidiki apakah ada korelasi yang signifikan antara tingkat kesadaran diri dengan kecenderungan mengalami FoMO, terutama dalam hal penggunaan TikTok oleh mahasiswa. Sebabnya adalah bahwa mahasiswa lebih rentan terhadap pengaruh media sosial karena mereka berada dalam fase perkembangan di mana mereka lebih rentan terhadap tekanan sosial dan pencarian identitas. Dengan demikian, pelatihan atau intervensi berbasis kesadaran diri dapat membantu mengurangi dampak negatif media sosial.

Sejauh mana *mindfulness* dapat memengaruhi atau berhubungan dengan FoMO mahasiswa yang menggunakan TikTok? Apakah mahasiswa dengan tingkat *mindfulness* yang tinggi memiliki kemungkinan yang lebih rendah untuk mengalami FoMO? Sebaliknya, apakah gejala FoMO meningkat karena kurangnya *mindfulness* di TikTok?

Fenomena penggunaan media sosial TikTok di kalangan mahasiswa semakin meningkat dan menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Banyak mahasiswa menghabiskan waktu berjam-jam untuk menonton video atau mengikuti trend yang sedang viral. Kondisi ini sering kali menimbulkan perasaan cemas ketika tidak membuka aplikasi TikTok, yang dikenal sebagai *Fear of Missing Out (FoMO)*.

Untuk memperoleh gambaran awal terkait fenomena ini, peneliti melakukan observasi awal terhadap salah satu mahasiswa pengguna aktif TikTok.

“Kalau saya sedang buka TikTok, biasanya nggak ingat waktu. Awalnya Cuma mau lihat sebentar, tapi sering jadi berjam-jam. Kadang saya baru sadar sudah terlalu lama main Hp setelah baterai hampir habis atau ada tugas yang belum dikerjakan. Saya juga sering merasa penasaran kalau belum membuka TikTok seharian, takut ketinggalan tren atau video baru dari kreator yang saya ikuti.” (R, 9 Desember 2025)

Dari hasil observasi awal tersebut, terlihat bahwa individu memiliki kesadaran diri (*mindfulness*) yang rendah saat menggunakan TikTok, serta menunjukkan tingkat FOMO yang tinggi karena munculnya rasa cemas dan keinginan kuat untuk selalu terhubung dengan konten baru. Penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika psikologis antara *mindfulness* dan FoMO.

Fenomena ini sebenarnya telah didukung oleh beberapa penelitian terdahulu di berbagai daerah. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh Anjani (2025) menemukan adanya korelasi negatif yang kuat dan signifikan antara *trait mindfulness* dengan tingkat *Fear of Missing Out* (FoMO) pada kelompok mahasiswa.

Hal ini mengkonfirmasi bahwa kapasitas individu untuk tetap sadar dan hadir secara utuh pada momen saat ini mampu menjadi benteng psikologis yang efektif dari kepungan informasi media sosial.

Lebih lanjut, efektivitas ini dipertegas oleh kajian literatur yang dilakukan oleh utami (2022), yang menjelaskan bahwa penerapan *mindfulness* mampu mengubah aspek perhatian (*attention*) dan sikap (*attitude*) Generasi Z, sehingga mereka tidak lagi terjebak dalam perilaku *scrolling impulsive* di ruang digital.

Lalu juga ada yang lebih spesifik dalam membedakan aspek kesadaran tersebut, penelitian dari Universitas Gadjah Mada (2024) mengenai *Online Fear of Missing Out* (FoMO) menunjukkan bahwa faset *mindfulness* yang berkaitan dengan sikap tidak menghakimi emosi diri sendiri (*non-judging of inner experience*) menjadi faktor paling kuat dalam mereda kecemasan digital mahasiswa saat berinteraksi di ruang virtual.

Meskipun hubungan *mindfulness* dan FoMO telah diuji pada kelompok mahasiswa, namun penelitian ini juga penting karena belum banyak penelitian lokal yang secara khusus membahas hubungan antara *mindfulness* dan FoMO dalam konteks penggunaan TikTok oleh mahasiswa di Program Studi Ekonomi Syariah Universitas UIN Imam Bonjol Padang. Selain itu, karena penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Program Studi

Ekonomi Syariah di lingkungan Universitas Islam Negeri, penting untuk melihat fenomena *mindfulness* dan FoMO tidak hanya dari sudut pandang psikologi umum, tetapi juga dari perspektif Islam. Beberapa kajian sebelumnya masih terbatas pada aspek psikologis dan sosial FoMO, sementara pembahasan mengenai kaitannya dengan nilai-nilai keislaman seperti syukur, qanaah, dan pengendalian diri masih jarang dilakukan (Silitonga dkk., 2026).

Dalam pandangan Islam, kecenderungan FoMO berkaitan dengan lemahnya rasa syukur dan qanaah terhadap nikmat yang telah dimiliki, sedangkan *mindfulness* sejalan dengan konsep kesadaran diri dan muraqabah, yaitu kesadaran bahwa setiap individu senantiasa berada dalam pengawasan Allah SWT, sehingga mampu mengendalikan diri dari perilaku berlebihan dalam menggunakan media sosial. Padahal, memahami komponen FoMO sangat penting untuk membuat strategi pencegahan dan intervensi yang efektif untuk meningkatkan kesehatan mental mahasiswa.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kesadaran diri dan ketakutan kehilangan sesuatu pada mahasiswa yang menggunakan TikTok. Dengan mengetahui hubungan tersebut, hasil penelitian diharapkan dapat membantu dalam mengembangkan intervensi berbasis kesadaran diri, atau pelatihan kesadaran diri, untuk mengurangi

efek negatif yang dimiliki media sosial, khususnya TikTok, pada mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Dalam penelitian ini, skala psikologis akan digunakan untuk mengukur tingkat *mindfulness* dan FoMO mahasiswa. Sample akan berasal dari mahasiswa yang aktif menggunakan TikTok. Untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel tersebut, data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan metode statistik korelasi Pearson. Sebelum analisis korelasi dilakukan, asumsi seperti normalitas dan linearitas juga akan diuji.

Melalui pendekatan kuantitatif yang sistematis, penelitian ini diharapkan mampu memperkuat temuan empiris mengenai pentingnya kesadaran diri dalam menghadapi tantangan psikologis di era digital. Di tengah arus informasi yang terus mengalir tanpa henti, kemampuan untuk tetap hadir secara sadar dalam momen saat ini menjadi sangat penting untuk menjaga kesehatan mental dan keseimbangan hidup, khususnya bagi generasi muda yang menjadi pengguna aktif media sosial seperti TikTok.

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang dapat diketahui perkembangan teknologi dan media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi dan juga interaksi sosial, khususnya

dikalangan mahasiswa. Dan juga diketahui salah satu platform media sosial yang populer saat ini adalah TikTok, yang dimana menawarkan konten singkat, cepat, dan terus diperbarui. Namun disisi lain penggunaan TikTok secara berlebihan dapat memicu fenomena *Fear of Missing Out (FoMO)*, yaitu perasaan cemas atau takut tertinggal informasi atau pengalaman yang dialami orang lain.

FoMO sering membuat individu merasa perlu untuk terus terhubungn dan memantau media sosial. Pada akhirnya, hal ini dapat berdampak pada kesehatan mental, fokus belajar, dan kualitas hidup mahasiswa. Dalam konteks ini, konsep yang relevan untuk dipelajari adalah kesadaran penuh, juga dikenal sebagai *mindfulness*. *Mindfulness* merujuk pada kemampuan seseorang untuk memperhatikan pengalaman dengan cara yang sadar, terbuka, dan tidak menghakimi.

Dipercayai individu yang memiliki tingakat *mindfulness* yang tinggi memiliki kemampuan yang lebih baik untuk mengelola emosi, termasuk perasaan cemas dan impulsif yang terkait FoMO.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan msalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara Kesadaran Mindfulness dengan *Fear of Missing Out (FoMO)* dalam

penggunaan sosial media TikTok pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang?”. Rumusan ini bersifat umum dan fokus, sesuai dengan pendekatan kuantitatif, bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antar variabel.

D. Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam penelitian ini tidak meluas, maka perlu suatu pembahasan masalah. Adapun pokok permasalahan yang menjadi batasan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah mahasiswa dari jurusan Ekonomi Syariah UIN Imam Bonjol Padang yang merupakan pengguna aktif TikTok.
2. Apakah penelitian ini hanya membatasi dua variabel, yaitu *Mindfulness* sebagai variabel independen, lalu *Fear of Missing Out* (FoMO) sebagai variabel dependen.
3. Apakah terdapat hubungan atau keterkaitan antara *Mindfulness* dan FoMO, tanpa menelusuri hubungan sebab akibat secara mendalam pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan utama penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui kategori Kesadaran (*Mindfulness*) pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang yang menggunakan media sosial

TikTok.

2. Untuk mengetahui kategori *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang yang menggunakan media sosial TikTok.
3. Untuk mengetahui hubungan antara Kesadaran (*Mindfulness*) dengan *Fear of Missing Out* pada pengguna media sosial TikTok di kalangan mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik teoritis maupun praktis yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memberikan konstribus dalam pengembangan kajian ilmu psikologis, khususnya yang berkaitan dengan perilaku digital, *Mindfulness*, dan *Fear of Missing Out* (FoMO). Selain itu, hasil penelitian ini juga menambah literatur akademik mengenai pengaruh faktor internal seperti *Mindfulness* terhadap respons psikologis akibat penggunaan media sosial, khususnya dalam konteks penggunaan TikTok oleh mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan kesadaran kepada mahasiswa mengenai pentingnya

menjaga keseimbangan psikologis dalam penggunaan media sosial, serta memahami peran *Mindfulness* dalam mengurangi kecenderungan mengalami FoMO. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pihak kampus, lembaga konseling, maupun komunitas mahasiswa untuk mengembangkan program penelitian atau edukasi terkait *Mindfulness* guna mencegah dampak negatif penggunaan media sosial. Temuan dari penelitian ini juga dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pembuatan konten edukasi dan kampanye literasi digital yang menyasar mahasiswa sebagai salah satu kelompok pengguna aktif TikTok.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab.

Pembagian bab- bab tersebut adalah sebagai berikut :

1. BAB I : Pendahuluan, bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.
2. BAB II : Landasan teori, bab ini berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Mindfulness* dan *Fear of Missing Out*.
3. BAB III : Metode penelitian, bab ini berisi penjelasan tentang metode apa yang akan digunakan dalam penelitian ini.

4. BAB IV : Hasil penelitian, bab ini berisi tentang deskripsi hasil temuan penelitian dan hasil analisis.
5. BAB V : Penutup, bab ini berisikan kesimpulan dan saran



UIN IMAM BONJOL
PADANG