

Apa yang Mendorong Popularitas TikTok? Korelasi antara Penggunaan TikTok Dengan Pencarian Sensasi dan Perasaan Takut Ketinggalan = What Drives Tiktok's Popularity? The Relationship Between Tiktok Consumption With Sensation Seeking And Fear Of Missing Out

Muhamad Fachrully Gani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920543382&lokasi=lokal>

Abstrak

Kepopularitasan TikTok mengindikasikan bahwa TikTok memiliki pengaruh besar terhadap masyarakat. Oleh karena itu, pengertian alasan dari kepopularitasan ini penting. Studi dan teori mengindikasikan pencarian sensasi dan perasaan takut ketinggalan sebagai faktor yang memotivasi penggunaan TikTok. Untuk mengkonfirmasi ini, studi ini meneleusri korelasi antara penggunaan TikTOk dan kedua variable tersebut. Hal ini dilakukan menggunakan survey korelasi yang menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang diadaptasi dari inventori-inventori dari kedua variabel yang telah diuji. 381 berpartisipasi dalam survei ini, yang meliputi 217 perempuan, 152 laki-laki, 10 non-biner, dan 2 kelamin lainnya, dengan rata-rata usia 29.0 tahun, dan rentang usia 17-78 tahun. Korelasi koefisien Pearson mengungkapkan hubungan positif lemah signifikan antara penggunaan TikTok dan pencarian sensasi. Hubungan positif moderat juga diungkapkan antara penggunaan TikTok dan perasaan takut ketinggalan. Hal ini mendukung pemikiran bahwa kedua variabel tersebut memiliki pengaruh dalam penggunaan TikTok. Hasil ini mengindikasikan bahwa penggunaan TikTok bermanfaat bagi penggunanya. Hal ini terjadi karena TikTok memberikan tempat bagi orang-orang untuk memenuhi kebutuhan pencarian sensasi mereka dan juga tempat bagi mereka untuk mengatasi rasa takut ketinggalan.

..... Tiktok's massive popularity indicates its big influence on society. Thus, uncovering the reason behind this popularity is important. Studies and theories indicate that sensation- seeking and fear of missing out (FOMO) are possible motivators of TikTok usage. To confirm this, this study explored the correlation between TikTok consumption and the two variables. This was done using a correlational survey that uses questions adapted from tested inventories of the variables. 381 participants participated in the survey, which included 217 females, 152 males, 10 non-binaries, and 2 other-identifying genders, averaging a 29.0 mean age, with a range of 17-78. A Pearson correlation coefficient revealed a significant weak positive relationship between TikTok consumption and sensation seeking. It also revealed a significant moderate positive relationship between TikTok consumption and FOMO. This supports the notion that the two variables affect TikTok consumption. This implies that TikTok is beneficial for its users. It gives people a place to satisfy their sensation-seeking needs and also a place for them to cope with FOMO.