

ANALISIS *FEAR OF MISSING OUT* PADA KONSUMEN

PRODUK SCARLETT WHITENING

SITI KHODIJAH

1702520043



Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Terapan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI PEMASARAN DIGITAL
PROGRAM SARJANA TERAPAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2025

ANALYSIS OF FEAR OF MISSING OUT IN SCARLETT

WHITENING PRODUCT CONSUMERS

SITI KHODIJAH

1702520043



This thesis is written to fulfill one of the requirements to obtain
Applied Bachelor's Degree, Faculty of Economics and Business State
University of Jakarta

**DIGITAL MARKETING STUDY PROGRAM
APPLIED UNDERGRADUATE PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA STATE UNIVERSITY**

2025

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis FoMO pada konsumen produk Scarlett Whitening. *Fear of Missing Out* (FoMO) adalah salah satu faktor seseorang aktif dalam menggunakan media sosial dan terdapat hubungan antara FoMO dengan frekuensi penggunaan media sosial. Dengan kata lain, individu yang mengalami FoMO cenderung akan mengikuti berbagai aktivitas yang dilakukan oleh orang lain demi memenuhi keinginan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi *fear of missing out* dilihat dari dimensi FoMO personal dan FoMO sosial pada konsumen produk Scarlett Whitening. Sampel dalam penelitian ini adalah 130 responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Partisipan pada penelitian ini merupakan pengguna produk Scarlett Whitening untuk perawatan kulitnya. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah kuesioner dengan skala likert dan pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS 29 dalam melakukan uji validitas sebuah instrument terhadap indikator-indikator dalam kuesioner *online* yang telah diisi oleh responden. Temuan ini menunjukkan bahwa dimensi sosial seperti: perasaan terhubung dengan orang lain, keinginan untuk diterima dalam kelompok sosial, dan pengalaman teman dalam membeli produk Scarlett Whitening, menjadi pertimbangan dalam penggunaan produk Scarlett Whitening dengan hasil rata-rata adalah 3.71. Sementara itu, pada dimensi personal seperti: perasaan cemas, keinginan menjadi pusat perhatian, dan keinginan untuk diakui oleh orang lain tidak menjadi pertimbangan dalam penggunaan produk Scarlett Whitening dengan hasil rata-rata adalah 2.92.

Kata kunci: FOMO, personal, sosial, Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

This study analyzes FoMO in consumers of Scarlett Whitening products. Fear of Missing Out (FoMO) is one of the factors for someone actively using social media and there is a relationship between FoMO and the frequency of social media use. In other words, individuals who experience FoMO tend to follow various activities carried out by others in order to fulfill this desire. This study aims to identify the fear of missing out seen from the dimensions of personal FoMO and social FoMO in consumers of Scarlett Whitening products. The sample in this study were 130 respondents. This research uses quantitative methods with descriptive research. Sampling in this study used non-probability sampling with purposive sampling technique. Participants in this study are users of Scarlett Whitening products for skin care. The method used in collecting data is a questionnaire with a Likert scale and data processing using SPSS 29 software in testing the validity of an instrument against indicators in an online questionnaire that has been filled out by respondents. The findings show that social dimensions such as: feeling connected to others, the desire to be accepted in social groups, and friends' experience in buying Scarlett Whitening products, are taken into consideration in using Scarlett Whitening products with an average result of 3.71. Meanwhile, personal dimensions such as: feelings of anxiety, desire to be the center of attention, and desire to be recognized by others are not a consideration in the use of Scarlett Whitening products with an average result of 2.92.


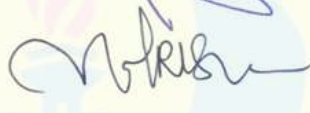



Keywords: *FOMO, personal, social, Consumptive Behavior*

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE., M.M.
NIP. 197206272006041001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. M. Edo S. Siregar, S.E., M.B.A. NIP. 197201252002121002 (Ketua Penguji)		09 Maret 2025
2	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A NIP. 199111022022032013 (Penguji 1)		09 Maret 2025
3	Dra. Sholikhah, MM NIP. 196206231990032001 (Penguji 2)		06 Maret 2025
4	Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D NIP. 197412212008121001 (Pembimbing 1)		09 Maret 2025
5	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M NIP. 199308272020122024 (Pembimbing 2)		09 Maret 2025

Nama : Siti Khodijah
No. Registrasi : 1702520043
Program Studi : D4 Pemasaran Digital
Tanggal Lulus : 10 Februari 2025

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 10 Februari 2025

Yang membuat pernyataan:



Siti Khodijah



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN
TEKNOLOGI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta
13220 Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik fe@unj.ac.id
Laman fe.unj.ac.id

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama : Siti Khodijah
2. No. Registrasi : 1702520043
3. Program Studi : D4 Pemasaran Digital

Menerangkan menulis Skripsi dengan judul :

Analisis Fear of Missing Out Pada Konsumen Produk Scarlett Whitening

Dosen Pembimbing Skripsi yang diajukan :

Pembimbing Pertama :

Nama : Andi Muhammad Sadat, SE.,
M.Si,Ph.D

NIP : 197412212008121001

Golongan : III/c

Tanda Tangan :

Pembimbing Kedua:

Nama : Dewi Agustin Pratama
Sari, S.E., M.S.M

NIP : 199308272020122024

Golongan : III/b

Tanda Tangan :

Menyetujui
Koordinator Prodi Pemasaran Digital

Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si, Ph.D
NIP: 197412212008121001

Jakarta, 03, Desember 2024
Mahasiswa Ybs,

Siti Khodijah
No.Reg. 1702520043

Catatan:

- Diketik rangkap dua (Program Studi, dan Ybs)



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Surel fe@unj.ac.id - www.fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andi Muhammad Sadat, S.E, M.Si., Ph.D
NIP/NIDK : 197412212008121001
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Dewi Agustin Pratama Sari, S.E, M.S.M
NIP/NIDK : 199308272020122024
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Siti Khodijah
No. Registrasi : 1702520043
Program Studi : Pemasaran Digital
Judul Skripsi : Analisis *Fear of Missing Out* Pada Konsumen Produk
Scarlett Whitening

untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Jakarta, 24 Januari 2025

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Andi Muhammad Sadat, SE, M.Si., Ph.D
197412212008121001

Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M
199308272020122024

Mengetahui,
Koord. Program Studi Pemasaran Digital

Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si,Ph.D
197412212008121001

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Siti Khodijah
NIM : 1702520043
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/D4 Pemasaran Digital
Alamat email : sikhodijah109@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

ANALISIS *FEAR OF MISSING OUT* PADA KONSUMEN PRODUK SCARLETT
WHITENING

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Februari 2025

Penulis

(Siti Khodijah)

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
PERSETUJUAN DOSEN	v
PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
LEMBAR PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
A. Kajian Teori	11
1. Perilaku Konsumtif.....	11
a. Pengertian Perilaku Konsumtif	11
b. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	12
2. <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	13
a. Pengertian <i>Fear of Missing Out</i>	13
b. Dimensi <i>Fear of Missing Out</i>	14
c. Indikator <i>Fear of Missing Out</i>	15
d. Faktor Yang Mempengaruhi <i>Fear of Missing Out</i>	15
B. Penelitian Terdahulu	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
A. Tempat dan Waktu Penelitian	20
B. Desain Penelitian.....	20

C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	20
D. Teknik Pengumpulan Data.....	22
E. Teknik Analisis Data.....	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
A. Deskripsi Data	29
B. Analisis Deskripsi Data	32
BAB V PENUTUP	37
A. Kesimpulan	37
B. Implikasi	37
C. Keterbatasan Penelitian	38
D. Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya	39
DAFTAR PUSTAKA.....	40
LAMPIRAN	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Scarlett Whitening X EXO.....	3
Gambar 1. 2 <i>Glow Ambassador Special Bundle</i>	4
Gambar 1. 3 Ulasan terkait kolaborasi Scarlett Whitening X EXO.....	5
Gambar 1. 4 Scarlett Whitening X TWICE	7
Gambar 1. 5 <i>Shine With You Special Bundle</i>	7



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Skala Likert Penilaian Pernyataan Skor.....	23
Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian	24
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	29
Tabel 4. 2 Uji Validitas	31
Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas	32
Tabel 4. 4 Dimensi Faktor Personal.....	33
Tabel 4. 5 Dimensi Faktor Sosial.....	35

