

FENOMENA *FOMO* BAGI PERILAKU KONSUMTIF DALAM PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*

**(STUDI DESKRIPTIF MAHASISWA FISH UNJ FOLLOWERS *TIKTOK*
TASYA FARASYA)**



**Putri Aliffia
1407620023**

Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN
SOSIAL**

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM

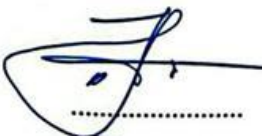
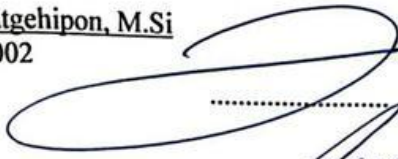
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab/Dekan Fakultas Ilmu Sosial



No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Nandi Kurniawan, M.Si</u> NIP.198610302023211012 Ketua		01/08/2025
2.	<u>Achmad Nur Hidayat, M.Pd</u> NIP.199312222019121001 Sekretaris		01/08/2025
3.	<u>Dr. Shahibah Yuliani, M.Pd</u> NIDN.0407068403 Penguji Ahli		01/08/2025
4.	<u>Prof. Dr. Abdul Haris Fatgehipon, M.Si</u> NIP. 197307281998031002 Dosen Pembimbing I		01/08/2025
5.	<u>Dr. Sujarwo, M.Pd</u> NIP.198608012014041001 Dosen pembimbing II		

Tanggal Kelulusan: 25 Juli 2025

**FENOMENA *FOMO* BAGI PERILAKU KONSUMTIF DALAM
PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*
(STUDI KASUS MAHASISWA FISH UNJ FOLLOWERS *TIKTOK* TASYA
FARASYA)
Putri Aliffia**

ABSTRAK

Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) menjadi salah satu faktor psikologis yang turut memengaruhi perilaku konsumtif di era digital, khususnya dalam konteks pembelian produk *skincare*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana FOMO terbentuk dan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta (FISH UNJ) yang menjadi pengikut akun TikTok Tasya Farasya, seorang beauty influencer dengan pengaruh besar dalam dunia kecantikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap sejumlah informan yang dipilih secara purposive, yakni mahasiswa FISH UNJ yang secara aktif mengikuti dan terpengaruh oleh konten *skincare* dari Tasya Farasya di TikTok. Teknik analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa FOMO muncul sebagai respons terhadap viralnya konten “Tasya Farasya Approve” yang menciptakan dorongan emosional untuk membeli produk *skincare* tertentu demi merasa terlibat dalam tren yang sedang berlangsung. Perilaku konsumtif dalam hal ini tidak semata-mata didorong oleh kebutuhan fungsional, melainkan lebih kepada aspek emosional, sosial, dan pencitraan diri. Mahasiswa yang mengalami FOMO cenderung melakukan pembelian impulsif. Penelitian ini menunjukkan bahwa konten media sosial memiliki kekuatan besar dalam membentuk pola konsumsi generasi muda, dan FOMO menjadi gejala sosial yang penting untuk dipahami dalam konteks literasi digital dan ekonomi perilaku.

Kata Kunci: FOMO, perilaku konsumtif, *skincare*, media sosial, Tasya Farasya, mahasiswa

***THE FOMO PHENOMENON AFFECTS CONSUMER BEHAVIOR WHEN
PURCHASING SKINCARE PRODUCTS
(A CASE STUDY OF FISH UNJ STUDENTS AND TIKTOK FOLLOWERS
OF TASYA FARASYA)***

Putri Aliffia

ABSTRACT

The Fear of Missing Out (FOMO) phenomenon is one of the psychological factors that influences consumer behavior in the digital era, particularly in the context of purchasing skincare products. This study aims to describe how FOMO is formed and influences the consumer behavior of students from the Faculty of Social Sciences, Jakarta State University (FISH UNJ) who follow Tasya Farasya's TikTok account, a beauty influencer with significant influence in the beauty world. This study uses a qualitative approach with descriptive methods. Data were collected through in-depth interviews with several informants selected purposively, namely FISH UNJ students who actively follow and are influenced by Tasya Farasya's skincare content on TikTok. Data analysis techniques were carried out through the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results show that FOMO emerged in response to the virality of the "Tasya Farasya Approve" content, which created an emotional urge to purchase certain skincare products to feel involved in the ongoing trend. Consumer behavior in this case is not solely driven by functional needs, but rather by emotional, social, and self-image aspects. Students who experience FOMO tend to make impulsive purchases. This research shows that social media content has significant power in shaping the consumption patterns of the younger generation, and FOMO is an important social phenomenon to understand in the context of digital literacy and behavioral economics.

Keywords: *FOMO, consumer behavior, skincare, social media, Tasya Farasya, student*

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Ilmu sosial, Universitas Negeri Jakarta

Nama : Putri Aliffia

No. Registrasi : 1407620023

Program Studi : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul **“Fenomena Fomo bagi Perilaku Konsumtif dalam Pembelian Produk Skincare (Studi deskriptif mahasiswa FISH UNJ followers Tasya Farasya)”**.

1. Dibuat dan diselesaikan berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi yang pernah dibuat oleh orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang timbul jika pernyataan saya tidak benar.

Jakarta, 29 juli 2025

Yang membuat pernyataan



Putri Aliffia



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 : Putri Aliffia
NIM : 1407620023
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum/ Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Alamat email : putrialiffia430@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 :

Fenomena Fomo bagi Perilaku Konsumtif dalam Pembelian Produk Skincare (Studi Deskriptif Mahasiswa FISH UNJ Followers Tasya Farasya)

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, 01 Agustus 2025

Penulis

Putri Aliffia

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO

"Pada akhirnya takdir Allah SWT selalu baik walaupun terkadang perlu air mata untuk menerimanya"

(Umar Bin Khattab)

"Mereka yang telah menuntut ilmu dan memahami ajaran agamanya, akan dimudahkan untuk menjaga diri dari kesesatan dan menjauhi laranganNya" (Q.S. At Taubah: 122)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT. Yang telah memberikan nikmat yang sangat luar biasa, memberi saya kekuatan, kesabaran, dan membekali saya ilmu pengetahuan. Atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Segala perjuangan saya hingga titik ini, saya persembahkan untuk orang-orang hebat yang selalu menjadi penyemangat dan menjadi alasan saya untuk kuat sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

1. Muhamad Nur, Laki-Laki hebat yang saya sayang dan banggakan yang saya panggil ayah, saya persembahkan skripsi ini untuknya, terima kasih telah tulus mendoakan, memberi nasehat dan semangat terbaik tiada henti-hentinya. Ayah yang selalu membukakan tangan dan bahunya serta banyak memberikan dukungan moral maupun material. Saya ucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya atas pengorbanan serta kasih sayang, ridho dan doa untuk saya menjadi semangat melakukan yang terbaik.
2. Siti Khodijah, perempuan hebat yang saya panggil mama terima kasih karena selalu menjadi penyemangat saya. Saya persembahkan skripsi ini untuknya, terima kasih karena sudah melahirkan dan membesarkan saya dengan penuh cinta dan kasih sayang, selalu berjuang, bekerja keras untuk

saya, dan selalu mengusahakan kebutuhan saya hingga akhirnya saya bisa tumbuh dewasa dan berada di posisi saat ini.

3. Muhamad Kahril Gibran, Sheina Salsa Maulidya, Nahwa Ayla Nurkamila dan Arrasyid Sidhqi Ramadhan. Adik-Adik saya yang tidak kalah penting kehadirannya. Terima kasih karena telah menjadi bagian dari perjalanan saya. Terima kasih karena telah ikut memberikan semangat dan dukungan kepada saya.
4. Prof. Dr. Abdul Haris Fatgehipon, M.Si., dan Dr. Sujarwo, M.Pd., selaku dosen pembimbing saya. Terima kasih atas bimbingan, serta waktu dan tenaganya untuk membimbing saya disela kesibukan. Menjadi salah satu dari anak bimbingnya merupakan nikmat yang sampai saat ini selalu saya syukurkan. Terima kasih Bapak, semoga semua ilmu yang diberi terbayarkan dan selalu dilimpahkan kesehatan.
5. Ayu Fitriyani, satu sahabat saya yang menemani saya dari awal perkuliahan sampai saat ini, karena sudah menemani saya untuk melewati perkuliahan dengan penuh canda tawa. Terima kasih karena yang telah menemani selama ini, menjadi partner menulis saya yang menemani saya saat sulit maupun senang dan senantiasa memberikan motivasi kepada saya supaya menjadi lebih baik.
6. Mitha Iyisa, salah satu sahabat saya, walaupun kita belum lama kenal. Terima kasih telah menyediakan pundak untuk menangis dan memberi bantuan saat saya membutuhkannya. Terima kasih sudah menjadi sahabat saya saat ini.
7. Alyya Haliza, salah sahabat saya yang telah menemani dan memberikan dukungan semangat serta pujian atas pencapaian yang saya lakukan.
8. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Muh Wahyu Hidayat, S.H. Terima Kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu, maupun materi kepada saya. Telah menjadi rumah, pendamping dalam segala hal yang menemani, mendukung ataupun menghibur dalam

kesedihan, mendengar keluh kesah, memberi semangat untuk pantang menyerah, semoga Allah selalu memberi keberkahan dan kebahagiaan.

9. Terakhir, terima kasih untuk diri saya sendiri “Putri Aliffia”. Terima kasih untuk tidak menyerah dan terus bertahan sampai sejauh ini, terima kasih untuk selalu mau diajak bekerja sama dalam menghadapi kesulitan, terima kasih karena sudah bisa membuktikan bahwa kamu bisa melewati semuanya. Mari terus berjuang sampai akhir dan jangan pernah untuk menyerah.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh...

Segala puji kepada kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Fenomena *Fomo* Pembelian Produk *Skincare* pada konten tiktok (Studi Kasus mahasiswa FISH UNJ *followers Tiktok* Tasya Farasya)”. Shalawat serta salam tidak lupa peneliti curhkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar kerjaan pada Program Studi Pendidikan ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa tanpa adanya bimbingan, dukungan, serta dorongan dari segala pihak, penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. ProfDr. Komarudin, M.Si, selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta.
2. Firdaus Wajdi, PhD., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
3. Prof Dr. Desy Safitri, M.Si, selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
4. Prof Dr. Abdul Haris fatgehipon, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dengan penuh keikhlasan dan kesabaran memberikan arahan, saran, dan bimbingannya kepada peneliti dalam proses skripsi ini sehingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. Sujarwo, M.Pd, selaku Dosen Pembimbing II yang

telah banyak meluangkan waktu dengan penuh keikhlasan dan kesabaran memberikan arahan, saran, dan bimbingan kepada peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini sehingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini

6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, dan membimbing peneliti selama masa perkuliahan.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi civitas akademika Universitas Negeri Jakarta. Terima Kasih.

Jakarta, 23 Juli 2025

Peneliti,

Putri Aliffia

NIM. 1407620023

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESHAAN SKRIPSI.....	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI.....	v
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GRAFIK	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Masalah Penelitian	10
C. Pembatasan Masalah	10
D. Manfaat Penelitian	10
1. Manfaat Teoritis	10
2. Manfaat Praktis	11
BAB II.....	12
KAJIAN PUSTAKA	12
A. Deskripsi Teori	12

1.	<i>Konsep Fenomena</i>	12
2.	<i>Konsep Fear Of Missing Out (FoMo)</i>	13
3.	<i>Perilaku Konsumtif</i>	18
4.	<i>Konsep Mahasiswa</i>	21
5.	<i>Konsep Skincare</i>	24
6.	<i>Konsep Sosial Media TikTok</i>	25
	Penelitian Relevan	30
	BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
A.	Tujuan Penelitian	35
B.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	35
C.	Metode penelitian	36
D.	Subjek Penelitian.....	36
E.	Teknik Pengumpulan Data	38
F.	Teknik Analisis Data	41
	BAB IV	42
	HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN	42
A.	Deskripsi Lokasi Penelitian.....	42
B.	Profil Lokasi Penelitian	42
C.	Hasil Temuan	43
a.	<i>Aspek-aspek yang menyebabkan fomo di kalangan mahasiswa FISH UNJ</i>	43
b.	<i>Aspek-aspek yang menyebabkan terjadinya Perilaku konsumtif</i> 50	
c.	<i>Faktor internal terjadinya fomo dan perilaku konsumtif</i>	57
d.	<i>Faktor eksternal terjadinya fomo dan perilaku konsumtif</i>	61
D.	PEMBAHASAN	68

a. Mahasiswa FISH UNJ Mengalami FOMO pada Konten TikTok dan Tasya Farasya	68
b. Perilaku Konsumtif Mahasiswa FISH UNJ Followers Tasya Farasya.....	73
BAB IV.....	78
PENUTUP.....	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	79
C. Keterbatasan Penelitian	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
DAFTAR LAMPIRAN.....	84



\

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Pengguna Tiktok di indonesia Tahun 2020-2022..... 2

Grafik 1.2 Grafik pengguna Tiktok dunia tahun 2022 3



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengikut tiktok tasya farasya.....	6
--	---



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Relevan.....	30
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian	84
Lampiran 2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	86
Lampiran 3 Hasil wawancara dengan informan.....	94
Lampiran 4 Catatan Deskriptif wawancara.....	163
Lampiran 5 Surat permohonan Mengadakan penelitian.....	175
Lampiran 6 Peta lokasi penelitian	176
Lampiran 7 Dokumentasi wawancara penelitian.....	177
Lampiran 8 Daftar riwayat hidup.....	178

