



Sumber: Akun tiktok the sounds project

PENGARUH *PROMOTION MIX* AKUN TIKTOK THE
SOUNDS PROJECT TERHADAP *FEAR OF MISSING OUT*
(FOMO) PADA GENERASI Z (STUDI SURVEI *FOLLOWERS*
AKUN TIKTOK THE SOUNDS PROJECT)

Tugas akhir ini skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Joe
Falenzky Ramadhan
NIM :
2210411146



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL NIVERSITAS
PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAKARTA



SKRIPSI

JUDUL PENELITIAN

**PENGARUH *PROMOTION MIX* AKUN TIKTOK THE SOUNDS
PROJECT TERHADAP *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) PADA
GENERASI Z (STUDI SURVEI *FOLLOWERS* AKUN TIKTOK THE
SOUNDS PROJECT)**

Di susun oleh:

Joe Falenzky Ramadhan (2210411146)

**Skripsi Ini Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

Dosen Pembimbing:

Ratu Nadya W., S.Ikom., MM.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Joe Falenzky Ramadhan

NIM : 2210411146

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Juni 2026

Yang menyatakan,



(Joe Falenzky Ramadhan)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Joe Falenzky Ramadhan
NIM : 2210411146
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH *PROMOTION MIX* DI AKUN TIKTOK THE SOUNDS PROJECT TERHADAP *FEAR OF MISSING OUT* GENERASI Z (STUDI SURVEI *FOLLOWERS* AKUN TIKTOK THE SOUNDS PROJECT)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 18 Juni 2026

Yang menyatakan,



(Joe Falenzky Ramadhan)

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Joe Falenzky Ramadhan
NIM : 2210411146
PROGRAM STUDI : S1 Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pengaruh *Promotion Mix* di Akun Tiktok The Sounds Project Terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO) Pada Generasi Z (Studi Survei *Followers* Akun Tiktok The Sounds Project)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing

(Ratu Nadya W., S.I.Kom, MM)

Penguji 1

(Dr. Ana Kuswanti, S.I.Kom., M.Si)

Penguji 2

(Windhi Tia Saputra, M.Si)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 18 Juni 2026

**PENGARUH *PROMOTION MIX* AKUN TIKTOK THE SOUNDS PROJECT
TERHADAP *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) PADA GENERASI Z (STUDI
SURVEI *FOLLOWERS* AKUN TIKTOK THE SOUNDS PROJECT)**

Joe Falenzky Ramadhan

ABSTRAK

Perkembangan digital yang sangat pesat saat ini menjadi sarana penting bagi perusahaan dalam melakukan pemasaran digital. Salah satu perusahaan yang memanfaatkan perkembangan tersebut adalah The Sounds Project melalui kegiatan Integrated Marketing Communication (IMC) dengan menggunakan promotion mix, yang meliputi advertising, sales promotion, public relations, personal selling, serta direct and digital marketing. Namun, kemudahan aktivitas pemasaran digital juga berdampak pada perubahan audiens, salah satunya munculnya Fear of Missing Out (FOMO) akibat mudahnya penyebaran informasi di media digital. Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis pengaruh promotion mix The Sounds Project terhadap FOMO pada Generasi Z, melalui survei terhadap followers akun TikTok The Sounds Project. Penelitian menggunakan model IMC dengan metode kuantitatif eksplanatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner online kepada responden yang mengikuti dan menonton konten akun tersebut, dengan sampel sebanyak 421 responden. Hasil penelitian menunjukkan hubungan positif antara promotion mix dan FOMO pada Generasi Z, dengan nilai korelasi sebesar 0,338. Uji koefisien determinasi menunjukkan hasil 11,4%. Uji hipotesis menunjukkan H1 diterima, yaitu semakin tinggi pengaruh promotion mix akun TikTok The Sounds Project maka semakin besar pengaruhnya terhadap FOMO pada Generasi Z, sedangkan H0 ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa promotion mix berpengaruh terhadap FOMO, meskipun tingkat pengaruhnya tergolong positif namun lemah pada Generasi Z.

Kata Kunci: FOMO, Integrated Marketing Communication, Promotion Mix, The Sounds Project

***THE INFLUENCE OF THE SOUNDS PROJECT'S TIKTOK ACCOUNT
PROMOTION MIX ON FEAR OF MISSING OUT (FOMO) BEHAVIOR
AMONG GENERATION Z (SURVEY STUDY OF THE SOUNDS PROJECT'S
TIKTOK ACCOUNT FOLLOWERS)***

Joe Falenzky Ramadhan

ABSTRACT

The rapid advancement of digital technology today provides organizations with a vital medium for digital marketing. The Sounds Project exemplifies this, employing Integrated Marketing Communication (IMC) through a promotion mix of advertising, sales promotion, public relations, personal selling, and direct and digital marketing. Digital marketing's accessibility has also contributed to shifts in audience behavior, notably the emergence of Fear of Missing Out (FOMO), arising from the rapid spread of information on digital media. This study examines the effect of The Sounds Project's promotion mix on FOMO among Generation Z, through a survey of followers of the brand's TikTok account. The research adopts the IMC framework with an explanatory quantitative method. Data were collected via an online questionnaire distributed to respondents who follow and watch the account's content, yielding a sample of 421 respondents. The findings reveal a positive relationship between the promotion mix and FOMO, evidenced by a correlation coefficient of 0.338. The coefficient of determination was 11.4%. Hypothesis testing confirmed H1, indicating a greater influence of the promotion mix corresponds to a stronger effect on FOMO, while H0 was rejected. These results suggest the promotion mix significantly affects FOMO, though its influence remains positive yet weak among Generation Z.

Keywords: FOMO, Integrated Marketing Communication, Promotion Mix, The Sounds Project.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia serta memberikan kemudahan serta kelancaran, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh Promotion Mix Akun Tiktok The Sounds Project Terhadap Perilaku Fear of Missing Out Pada Generasi Z (Studi Survei Followers Akun Tiktok The Sounds Project)**. Peneliti menyadari selama proses penyusunan dan dalam penyelesaian skripsi tentu tidak terlepas dari bimbingan, dukungan serta bantuan dari berbagai macam pihak baik secara emosional ataupun materil. Oleh karena itu, Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orangtua peneliti yakni, Ibu Mardiana S.E dan Bapak M. Rolly S.E yang sudah memberikan dukungan kepada peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini . Terima kasih telah mengusahakan segala hal untuk bisa mencapai gelar ini, tidak ada kata-kata yang bisa menjelaskan betapa berterima kasih peneliti kepada kalian, semoga gelar ini menjadi berkah untuk kalian berdua untuk bisa tersenyum kembali selayaknya yang saya ingat dan saya rindukan.
2. Saudara perempuan peneliti yakni, Jihan Liana Aisyah Maharani Amd.Si. Saya mengucapkan terima kasih karena telah menjadi tolak ukur saya dalam dunia pendidikan dan kepintaran. Kakak adalah satu-satunya orang yang ingin saya kejar dalam kepintaran, seorang panutan dalam belajar. Terima kasih telah menjadi parameter saya dalam menembus batas-batas yang saya punya. Terima kasih telah menjadi saudara perempuan yang baik dan membuat saya memiliki saingan dalam segala hal. Terima kasih, semoga dengan gelar saya saudara perempuan saya juga ikut mendapatkan berkah oleh hal tersebut.
3. Bapak Dr. S. Bkti Istiyanto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik dan Ibu Uljanatunnisa, S.Sos.,MA selaku ketua program jurusan Ilmu Komunikasi dan Bapak Zayyin Abdul Quddus, M.I.Kom selaku Dosen pembimbing akademik peneliti.

4. Ibu Ratu Nadya W., S.I.Kom, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan arahan secara materil dan emosional yang bermanfaat untuk keberlangsungan pengerjaan skripsi selama peneliti menyusun skripsi. Terima kasih atas saran dan masukan serta tenaga dan waktu yang sudah diluangkan selama peneliti menyusun penelitian.
5. Dr. Ana Kuswanti, S.I.Kom., M.Si selaku dosen penguji 1 dan Bapak Windhi Tiap Saputra, M.Si selaku dosen penguji 2 . Terima kasih telah memberikan kritik dan saran untuk peneliti agar penelitian bisa diselesaikan dengan baik.
6. Fadhil, Bintang, Rizky, Alip, Abar, Dimar, Adnan, Raga, Najwi dan Vinne selaku teman baik peneliti selama menjalani perkuliahan. Terima kasih atas canda dan tawa serta memori baik selama berkuliah di UPNVJ tercinta. Terima kasih telah selalu berada di sisi peneliti di saat baik sampai terpuruk. Terima kasih telah menjadi tempat ternyaman dan aman untuk mengistirahatkan lelah ketika menjalani masa perkuliahan
7. Program director fourtyfive radio batch 13 yakni Faridha, Yudhis, Najwi, dan Reva. Terima kasih telah menjadi tempat yang seru ketika semasa organisasi di Fourtyfive Radio. Terima kasih telah menjadi wadah untuk berkembang dan belajar dalam dunia kreatif.
8. FourtyFive Radio selaku wadah peneliti berkembang. Terima kasih telah menciptakan memori serta pengalaman yang akan selalu diingat dan diceritakan ulang. Kak alma dan fadhil serta seluruh batch 13, terima kasih atas pengalaman dan kenangan. Peneliti berharap yang terbaik untuk kalian, semoga suatu saat bisa berkumpul kembali untuk mengenang cerita-cerita lama.
9. Sabrina, Akmal, Fajar, Alia, Agung selaku teman baik peneliti dan teman membangun media musik yaitu Sonus Fons. Terima kasih telah menciptakan canda dan tawa serta menjadi tempat yang nyaman dan aman dalam bercerita apapun itu.
10. Syenina Fihrlı Hanandi selaku pacar peneliti. Terima kasih telah datang disaat saat terakhir peneliti menyelesaikan perkuliahan. Terima kasih telah membawa warna baru dalam kehidupan. Semoga nantinya kamu bisa selalu ada di

samping peneliti selamanya, di setiap perjalanan serta pencapaian yang peneliti jalani dan dapatkan. Terima kasih telah, masih, dan seterusnya hadir.

11. Bodat Academy, teman-teman peneliti sampai akhirat yaitu Muhammad Abi Hafid Zain Rizqullah, Muhammad Abi Hafid Zaki Rizqullah, Lusiana Annajwa, Sharla Carissa Nabil, Raina Yasmin Haninda, Eliora Wenona Unsevi, Belva Nabila Widyanti, Sammy Nujjia Suganda, Rafif, dan Bobby. Terima kasih telah menjadi teman baik dan teman yang menemani peneliti semasa *gap year*, terima kasih telah menjadi tempat pulang dan tempat berbagi tawa. Tidak ada kata-kata yang bisa mendeskripsikan betapa bersyukur peneliti bisa mengenal dan berbagi cerita kepada kalian. Semoga pertemanan ini selalu terikat sampai akhir hayat.
12. Waroeng Bejo serta orang-orang yang berada di dalamnya. Terima kasih telah menjadi tempat yang paling digunakan untuk skripsi, terima kasih kepada om Wendhi, Gondrong, Bang jhon, Kak Eka yang telah membiarkan peneliti sampai larut malam untuk mengerjakan skripsi.
13. Seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi. Mulai dari responden yang sudah mengisi kuesioner peneliti sampai seluruh staff UPN Veteran Jakarta yang telah membantu urusan administrasi selama berkuliah.

Peneliti sadar penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Jakarta, 14 Mei 2026



Joe Falenzky Ramadhan

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB 2	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Model Penelitian.....	16
2.3 Konsep Penelitian.....	16
2.4 Kerangka Berpikir	21
2.5 Hipotesis Penelitian	22
BAB 3	23
METODELOGI PENELITIAN	23
3.1 Objek Penelitian	23
3.2 Jenis Penelitian	25
3.3 Metode Penelitian.....	25
3.4 Populasi dan Sampel.....	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6 Tabel Operasional.....	28
3.7 Teknik Analisis Data	36

3.8 Tabel Rencana Waktu.....	45
BAB 4	46
Analisis dan Pembahasan	46
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	46
4.2 Analisis Uji Statistik.....	48
4.3 Hasil Analisis Variabel X (Promotion Mix)	53
4.4 Hasil Analisis Variabel Y (Fear of Missing Out).....	69
4.5 Pembahasan.....	73
BAB 5	78
KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	8
Tabel 2. Skala Likert	28
Tabel 3. Operasional Variabel X.....	28
Tabel 4. Operasional Variabel Y.....	34
Tabel 5. Hasil Uji Variabel X	37
Tabel 6. Hasil Uji Variabel Y	40
Tabel 7. Tingkat Reliabilitas.....	41
Tabel 8. Hasil Uji Realibilitas Variabel X	42
Tabel 9. Hasil Uji Realibilitas Variabel Y	42
Tabel 10. Rencana Waktu.....	45
Tabel 11. Karakteristik Tahun kelahiran	46
Tabel 12. Karakteristik Jenis Kelamin.....	47
Tabel 13. Hasil Uji Korelasi	49
Tabel 14. Hasil Uji Regresi Linear.....	50
Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	51
Tabel 16. Hasil Uji Hipotesis	53
Tabel 17. Hasil Responden Variabel X	53
Tabel 18. Hasil Responden Variabel X	57
Tabel 19. Hasil Responden Variabel X	60
Tabel 20. Hasil Responden Variabel X	63
Tabel 21. Hasil Responden Variabel X	67
Tabel 22. Hasil Responden Variabel Y	69
Tabel 23. Hasil Responden Variabel Y	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peringkat Penggunaan Media Sosial di Dunia	2
Gambar 2. Peringkat Penggunaan Media Sosial Berdasarkan Umur	3
Gambar 3. Akun Tiktok The Sounds Project.	23
Gambar 4. Konten Tiktok The Sounds Project	24
Gambar 5. Contoh Konten TSP	56
Gambar 6. Contoh Konten TSP	59
Gambar 7. Contoh Respon Admin.....	63
Gambar 8. Contoh Konten TSP	66
Gambar 9. Penempatan Link Pembelian Tiket di Bio	69