



Sumber: Tangkapan Layar Akun TikTok @sastra.silalahii

Judul Tugas Akhir Skripsi:

PENGARUH TERPAAN KONTEN TIKTOK PELARI KALCER TERHADAP PERILAKU FOMO SEPATU ADIDAS ADIZERO (STUDI PADA *FOLLOWERS* TIKTOK @SASTRA.SILALAHII)

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Nama : Muhammad Fikri Ahzami

NIM : 2210411242



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK UNIVERSITAS PEMBANGUNAN
NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

**PENGARUH TERPAAN KONTEN TIKTOK PELARI KALCER
TERHADAP PERILAKU FOMO SEPATU ADIDAS ADIZERO (STUDI
PADA *FOLLOWERS* TIKTOK @SASTRA.SILALAHII)**



Dosen Pembimbing:

Dr. S. Bkti Istiyanto, M.Si

Disusun Oleh:

Muhammad Fikri Ahzami 2210411242

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

2026

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Muhammad Fikri Ahzami

NIM : 2210411242

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 7 Juli 2026

Yang menyatakan,



(Muhammad Fikri Ahzami)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Muhammad Fikri Ahzami
NIM : 2210411242
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 TERPAAN KONTEN TIKTOK PELARI KALCER
TERHADAP PERILAKU FOMO SEPATU ADIDAS ADIZERO (STUDI
PADA *FOLLOWERS* TIKTOK @SASTRA.SILALAHII)**

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 : 10 Agustus 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Fikri Ahzami

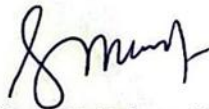
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Muhammad Fikri Ahzami
NIM : 2210411242
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pengaruh Terpaan Konten Tiktok Pelari Kalcer Terhadap Perilaku Fomo Sepatu Adidas Adizero (Studi Pada Followers Tiktok @Sastra.Silalahii)

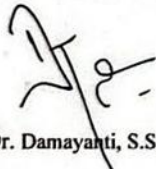
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Dr. S. Bakti Istiyanto, M.Si)

Penguji 1



(Dr. Damayanti, S.Sos, M.Si.)

Penguji 2



(Anindita Lintangdesi Afriani, M.Si.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 16 Juli 2026

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Fikri Ahzami

NIM : 2210411242

Fakultas : FISIP

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Terpaan Konten Tiktok Pelari Kalcer
Terhadap Perilaku Fomo Sepatu Adidas Adizero (Studi Pada *Followers*
Tiktok @Sastra.Silalahii)

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 10 Agustus 2026

Yang menyatakan,



(Muhammad Fikri Ahzami)

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG AKHIR

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Tugas Akhir diajukan oleh:

Nama : Muhammad Fikri Ahzami
NIM : 2210411242
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Terpaan Konten Tiktok Pelari Kalcer terhadap Perilaku
FoMO Sepatu Adidas Adizero (Studi pada *Followers* TikTok
@Sastra.Silalahii)

Telah berhasil melakukan bimbingan minimal **8X** dihadapan dosen pembimbing diterima sebagai bagian persyaratan untuk melakukan sidang **TUGAS AKHIR** yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing



(Dr. S. Bektı Istiyanto, M.Si)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 7 Juli 2026

**PENGARUH TERPAAN KONTEN TIKTOK PELARI KALCER
TERHADAP PERILAKU FOMO SEPATU ADIDAS ADIZERO (STUDI
PADA *FOLLOWERS* TIKTOK @SASTRA.SILALAHII)**

MUHAMMAD FIKRI AHZAMI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengukur pengaruh terpaan konten TikTok "Pelari Kalcer" pada akun @sastra.silalahii terhadap perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) followers terhadap sepatu Adidas Adizero, menggunakan teori *Uses and Effect* yang menjelaskan bahwa tingkat terpaan media diukur melalui frekuensi, durasi, dan atensi berbanding lurus dengan besarnya efek yang diterima audiens. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif, dengan data dikumpulkan melalui kuesioner daring kepada followers akun tersebut, kemudian dianalisis menggunakan uji korelasi, regresi linear sederhana, koefisien determinasi, dan uji t berbantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan konten berhubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap perilaku FoMO followers, dengan kontribusi sebesar 7,5%, meskipun tingkat keeratan hubungan antarvariabel tergolong rendah, sementara dimensi frekuensi menonton tercatat paling dominan dalam membentuk keterpaparan followers. Temuan ini mengonfirmasi asumsi dasar teori *Uses and Effect*, bahwa terpaan media berbanding lurus dengan efek yang ditimbulkan.

Kata Kunci: *Fear of Missing Out*, Pelari Kalcer, TikTok, *Uses and Effect*

**PENGARUH TERPAAN KONTEN TIKTOK PELARI KALCER
TERHADAP PERILAKU FOMO SEPATU ADIDAS ADIZERO (STUDI
PADA *FOLLOWERS* TIKTOK @SASTRA.SILALAHII)**

MUHAMMAD FIKRI AHZAMI

ABSTRACT

This study aims to measure the influence of exposure to TikTok content "Pelari Kalcer" on the account @sastra.silalahii on followers' Fear of Missing Out (FoMO) behavior regarding Adidas Adizero shoes, applying the Uses and Effects theory, which posits that the level of media exposure measured through frequency, duration, and attention is directly proportional to the magnitude of the effect received by the audience. The study employs an explanatory quantitative approach, collecting data through an online questionnaire distributed to the account's followers, which was then analyzed using correlation tests, simple linear regression, the coefficient of determination, and t-tests via SPSS. The results indicate that content exposure is positively related to and significantly affects followers FoMO behavior, contributing 7.5%, although the strength of the relationship between variables is low, with the viewing frequency dimension proving to be the most dominant in shaping followers' media exposure. These findings confirm the basic assumption of the Uses and Effects theory, that media exposure is directly proportional to the resulting effect.

Keywords: *Fear of Missing Out, Pelari Kalcer, TikTok, Uses and Effect*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT. sehingga atas berkat nikmat dan karunianya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berbentuk skripsi. Skripsi ini berjudul “Pengaruh Terpaan Konten Tiktok Pelari Kalcer Terhadap Perilaku FoMO Sepatu Adidas Adizero (Studi Pada *Followers* Tiktok @Sastra.Silalahii)” dan disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, doa, serta bantuan dari berbagai pihak. Berkat arahan, motivasi, dan kontribusi yang diberikan selama proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada orang tua penulis terkhusus kepada (Alm.) Abi dan Umi yang telah senantiasa mendukung dan mendoakan penulis, seluruh pihak yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta memberikan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini. Secara hormat penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. S. Bkti Istiyanto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta dan selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing penulis dengan penuh kesabaran serta memberikan arahan, masukan, dan motivasi selama proses penelitian hingga penyusunan skripsi. Penulis mengucapkan terima kasih atas waktu, tenaga, perhatian dan dukungan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Ibu Uljanatunnisa, S.Sos., MA selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Ibu Damayanti, S.Sos, M.Si. selaku Penguji 1 dan Kak Anindita Lintangdesi Afriani, M.Si. selaku Penguji 2 yang telah memberikan pandangan kritik serta saran membangun sehingga penulis dapat memperbaiki tugas akhir dengan lebih terarah.

4. Teman-teman penulis selama masa perkuliahan yang senantiasa mendukung dan menjadi teman seperjuangan, diskusi dan menemani penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik disertai dukungan penuh secara moral maupun emosional.
5. Kak Ratu Nadya W., S.Ikom., MM. selaku dosen yang senantiasa memberikan dukungan emosional, pengarahan skripsi serta menjadi teman selama proses pengerjaan skripsi.
6. Untuk Queen kucing penulis yang senantiasa mendukung dan menemani penulis dengan memberikan dukungan emosional positif.
7. Seluruh responden dalam tugas akhir penulis yang telah bersedia untuk meluangkan waktunya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan oleh peneliti satu persatu berkat dukungan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis.

Jakarta, 10 Agustus 2026



Muhammad Fikri Ahzami

DAFTAR ISI

LEMBAR ORISINALITAS	i
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG AKHIR.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.4.1 Tujuan Teoritis	11
1.4.2. Tujuan Praktis	11
1.5. Manfaat Penelitian	11
1.5.1. Manfaat Akademis	11
1.5.2. Manfaat Praktis	12
1.6. Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Penelitian Terdahulu	13
2.2. Teori Uses and Effect.....	17
2.3. Konsep Penelitian.....	18
2.3.1. Media Sosial TikTok.....	18
2.3.2. Terpaan Media	21
2.3.3 Perilaku FoMO.....	22
2.3. Kerangka Pemikiran.....	25
2.4. Perumusan Hipotesis.....	26

BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Paradigma Penelitian.....	27
3.2. Jenis Penelitian.....	27
3.3. Objek Penelitian.....	28
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	28
3.5. Populasi dan Sampel	33
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.7. Sumber Data.....	35
3.7.1 Data Primer	35
3.7.2 Data Sekunder	36
3.8. Metode Analisis	36
3.8.1 Uji Validitas	36
3.8.2 Uji Reliabilitas	38
3.8.3 Uji Normalitas.....	40
3.8.4 Uji Korelasi	40
3.8.5 Uji Regresi Linear Sederhana	41
3.8.6 Uji Koefisiensi Determinasi.....	41
3.8.7 Uji Hipotesis (Uji t)	41
3.9. Jadwal Penelitian.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	44
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.2 Hasil Variabel Terpaan Media (X)	47
4.2.3 Hasil Variabel Perilaku FoMO (Y).....	50
4.3. Analisis <i>Crosstab</i>	53
4.4. Analisis Penelitian.....	56
4.4.1. Analisis Data Hasil Uji Normalitas.....	56
4.4.2. Analisis Data Hasil Uji Korelasi	57
4.4.3. Analisis Data Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	59
4.4.4. Analisis Data Hasil Uji Koefisien Determinasi	60
4.4.5. Analisis Data Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	60
4.5. Pembahasan Penelitian.....	61
4.5.1 Pembahasan Variabel Terpaan Media (X)	61
4.5.2 Pembahasan Variabel Perilaku FoMO (Y)	67

4.5.3	Pembahasan Hasil Analisis Data.....	69
BAB V_KESIMPULAN DAN SARAN		74
5.1	Kesimpulan	74
5.2.	Saran.....	74
5.2.1.	Saran Praktis	74
5.2.2.	Saran Teoritis	74
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN.....		84
RIWAYAT HIDUP		84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia.....	2
Gambar 2 Profil TikTok @Sastra.Silalahii.....	4
Gambar 3 Visualisasi Sepatu Adidas Adizero dalam Konten TikTok @Sastra.Silalahii	6
Gambar 4 Visual Adidas Adizero	7
Gambar 5 Grafik Survey Sneakers Paling Diminati	8
Gambar 6 Hasil Uji Normalitas	57
Gambar 7 Hasil Uji Korelasi.....	58
Gambar 8 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	59
Gambar 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	60
Gambar 10 Hasil Uji Hipotesis	61
Gambar 11 Unggahan @sastra.silalahii Pelari Kalcer.....	62
Gambar 12 Unggahan @sastra.silalahii Pelari Kalcer.....	63
Gambar 13 Unggahan @sastra.silalahii Pelari Kalcer.....	64

DAFTAR TABEL

Table 1 Penelitian Terdahulu.....	13
Table 2 Kerangka Pemikiran.....	25
Table 3 Definisi Operasional Variabel Terpaan Media.....	28
Table 4 Defini Operasional Variabel Perilaku FoMO.....	31
Table 5 Skala Likert	36
Table 6 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	37
Table 7 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	38
Table 8 Nilai Alpha Cronbach's	39
Table 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	39
Table 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	39
Table 11 Rencana Penelitian	42
Table 12 Jenis Kelamin Responden.....	45
Table 13 Umur Responden.....	46
Table 14 Pekerjaan Responden	46
Table 15 Analisis Saya menonton lebih dari satu kali konten yang berbeda di akun TikTok @sastra.silalahii bertema Pelari Kalcer	47
Table 16 Analisis Pernyataan Saya berulang kali melihat satu konten Pelari Kalcer yang sama menampilkan sepatu Adidas Adizero pada akun @sastra.silalahii	47
Table 17 Analisis Saya Menyempatkan Diri untuk Melihat Konten Seputar Pelari Kalcer di Akun	47
Table 18 Analisis Pernyataan Saya menyaksikan konten Pelari Kalcer pada akun @sastra.silalahii hingga selesai	48
Table 19 Analisis Saya menonton beberapa konten pelari kalcer dari akun @sastra.silalahii dalam satu waktu tertentu	48
Table 20 Analisis Pernyataan Dalam satu kali akses, saya menonton konten Pelari Kalcer pada akun TikTok @sastra.silalahii selama lebih dari 10 menit.	48
Table 21 Analisis Pernyataan Saya memperhatikan isi konten Pelari Kalcer pada akun @sastra.silalahii dengan saksama	49
Table 22 Analisis Pernyataan Saya fokus pada informasi mengenai pelari yang disampaikan dalam konten Pelari Kalcer tersebut	49
Table 23 Analisis Pernyataan Saya memperhatikan visual produk sepatu adidas adizero atau gaya hidup yang ditampilkan dalam konten Pelari Kalcer akun TikTok @sastra.silalahii	49
Table 24 Analisis Pernyataan Saya merasa terganggu ketika melewati informasi mengenai sepatu Adidas Adizero yang ditampilkan dalam konten Pelari Kalcer oleh @sastra.silalahii.....	50
Table 25 Analisis Pernyataan Saya merasa khawatir ketika mengetahui orang lain telah memiliki atau menggunakan Adidas Adizero sementara saya belum.....	50

Table 26 Analisis Pernyataan Saya merasa cemas ketika tidak mengetahui tren terbaru mengenai Adidas Adizero yang dibahas dalam konten @sastra.silalahii	51
Table 27 Analisis Pernyataan Ketika sedang beraktivitas lain, saya tetap memantau konten @sastra.silalahii yang berkaitan dengan Adidas Adizero	51
Table 28 Analisis Pernyataan Ketika membeli produk olahraga yang sedang populer, saya terdorong untuk mengunggahnya ke media sosial sebagaimana yang ditampilkan dalam konten Pelari Kalcer	51
Table 29 Analisis Pernyataan Saya sering memeriksa media sosial untuk melihat penggunaan Adidas Adizero oleh pelari lain	52
Table 30 Analisis Pernyataan Saya merasa orang lain memiliki pengalaman berlari yang lebih menarik karena menggunakan Adidas Adizero	52
Table 31 Analisis Pernyataan Saya merasa kurang nyaman ketika orang lain menceritakan pengalaman positif mereka menggunakan Adidas Adizero sementara saya belum merasakannya sendiri	52
Table 32 Analisis Pernyataan Saya merasa tertinggal informasi ketika melihat konten pelari kalcer di akun TikTok @sastra.silalahii yang menampilkan penggunaan sepatu Adidas Adizero	53
Table 33 Analisis Crosstab	54
Table 34 Interpretasi Korelasi	57