

PERILAKU SOSIAL REMAJA DALAM EFEK *BANDWAGON* DI MEDIA SOSIAL: STUDI FENOMENOLOGI DI KELURAHAN KOTA SIANTAR PANYABUNGAN MANDAILING NATAL

¹Rifdah Azura, ²Malim Soleh Rambe, ³Nurhasanah Pardede

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan
nurhasanah.pardede@um-tapsel.ac.id

Abstract: *The high intensity of social media use among adolescents triggers the widespread phenomenon of the bandwagon effect, which is the tendency to mimic popular trends to gain group recognition. This study aims to describe the forms, influencing factors, and impacts of adolescent social behavior within the bandwagon effect on social media. The method used was qualitative with a phenomenological approach. The research participants consisted of four adolescents aged 15–19 years residing in Banjar Bolak Promosi Lingkungan VI, Kelurahan Kota Siantar, Panyabungan, Mandailing Natal. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation, then analyzed using data reduction, data display, and conclusion drawing. The results showed that the forms of adolescent social behavior in the bandwagon effect include conformity, imitation, suggestion, and identification. This behavior is driven by factors such as social media exposure, peer pressure, family dynamics, and the existential need for social recognition. The resulting impacts include trend-based decision-making bias, the dominance of majority opinion in social interactions, and psychological dependence on digital social validation (likes, comments, and view counts).*

Keywords: *Social Behavior, Adolescents, Bandwagon Effect, Social Media, Phenomenology.*

Abstrak: Tingginya intensitas penggunaan media sosial di kalangan remaja memicu meluasnya fenomena efek bandwagon, yaitu kecenderungan meniru tren populer demi mendapatkan pengakuan kelompok. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk, faktor pengaruh, serta dampak perilaku sosial remaja dalam efek bandwagon di media sosial. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Partisipan penelitian berjumlah empat orang remaja berusia 15–19 tahun yang berdomisili di Banjar Bolak Promosi Lingkungan VI, Kelurahan Kota Siantar, Panyabungan, Mandailing Natal. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model reduksi, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk perilaku sosial remaja dalam efek bandwagon meliputi konformitas, imitasi, sugesti, dan identifikasi. Perilaku ini dipengaruhi oleh faktor paparan media sosial, tekanan teman sebaya, dinamika keluarga, dan kebutuhan eksistensial akan pengakuan sosial. Dampak yang ditimbulkan mencakup bias pengambilan keputusan berbasis tren, dominasi opini mayoritas dalam interaksi, serta ketergantungan psikologis terhadap validasi sosial digital (like, komentar, dan jumlah penonton)

Kata kunci: Perilaku Sosial, Remaja, Efek Bandwagon, Media Sosial, Fenomenologi

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah menempatkan media sosial sebagai episentrum kehidupan remaja kontemporer. Tidak hanya mendominasi wilayah perkotaan besar, ekspansi digital ini juga merambah daerah urban-kultural seperti Panyabungan, Mandailing Natal. Remaja memanfaatkan berbagai platform populer seperti TikTok, Instagram, dan YouTube sebagai medium ekspresi diri, pemenuhan kebutuhan hiburan, sekaligus ruang kontestasi dalam membangun identitas sosial di hadapan kelompok teman sebaya. Namun, di balik utilitas positifnya, intensitas interaksi di ruang digital memicu fenomena psikososial laten yang dikenal sebagai efek bandwagon. Efek bandwagon merupakan bias kognitif dan perilaku di mana individu cenderung mengadopsi tren, pandangan, atau tindakan tertentu semata-mata karena mayoritas orang lain melakukannya, seringkali tanpa pertimbangan logis atau evaluasi kritis terlebih dahulu (Asfarina, 2022).

Dalam lanskap media sosial, efek bandwagon sebetulnya memiliki dualitas dampak. Pada dimensi positif, fenomena ikut-ikutan tren ini dapat dioptimalkan sebagai instrumen pendidikan sosial yang meningkatkan partisipasi kolektif remaja terhadap isu-isu krusial, seperti kesadaran kesehatan mental, lingkungan, dan gerakan filantropi. Pradnyawati dan Prianthara (2024) mengindikasikan bahwa optimalisasi efek bandwagon pada platform digital terbukti efektif meningkatkan kesadaran sosial sekaligus

menstimulasi perilaku adaptif di kalangan generasi muda. Mengikuti tren viral juga berkontribusi memperkuat rasa solidaritas serta kohesi kelompok yang esensial dalam pemenuhan tugas perkembangan remaja yang sedang berada pada fase pencarian identitas agar merasa diakui dan diterima oleh lingkungannya.

Sebaliknya, efek bandwagon lebih sering memanifestasikan deviasi perilaku yang problematis. Banyak remaja secara impulsif mengikuti tantangan (challenge) viral, memanipulasi citra diri lewat filter estetis, hingga melakukan pembelian konsumtif yang tidak direncanakan hanya karena dorongan Fear of Missing Out (FoMO) demi mempertahankan status sosial digital mereka (Maulana & Hariyanto, 2024). Sebagai ilustrasi, fenomena gerakan joget velocity digital berhasil menarik atensi massal remaja untuk ikut berpartisipasi demi mendapatkan validasi berupa likes, komentar, dan jumlah penonton (views), yang pada gilirannya mendorong adiksi gawai dengan durasi penggunaan mencapai 3 hingga 10 jam per hari (Ardiansyah & Akbar, 2025; Nurhanifah, 2021). Pola imitasi massal tanpa filter kognitif ini dieksploitasi remaja demi menghindari penolakan sosial (social rejection) dan kecemasan akan isolasi sosial. Budaya sensasi digital yang dangkal ini berisiko mengaburkan pembentukan identitas diri yang autentik, bahkan berdampak negatif pada kesehatan mental apabila konten yang direplikasi bermuatan emosi destruktif atau menyimpang (Lailia et al., 2025).

Secara teoretis, manifestasi efek bandwagon dicirikan oleh tiga dimensi utama, yaitu kesesuaian (*conformity*), pengaruh interpersonal (*interpersonal influence*), dan pencapaian status (*status seeking*) (Evelina & Pebrianti, 2021). Di Banjar Bolak Promosi Lingkungan VI, Kelurahan Kota Siantar, Panyabungan, dinamika ini menjadi lebih kompleks. Dalam struktur masyarakat Mandailing yang masih memegang teguh nilai-nilai kolektivitas dan kekeluargaan, tekanan konformitas kelompok mengalami perluasan dari dunia nyata ke dunia maya. Remaja menghadapi tekanan ganda untuk selalu terlihat aktif dan relevan berdasarkan ekspektasi komunitas digitalnya (Djuna & Fadillah, 2022).

Meskipun kajian mengenai perilaku digital remaja telah banyak dipublikasikan, penelitian yang menyoroti esensi pengalaman langsung remaja di daerah sub-urban dengan ikatan tradisi kultural yang kuat seperti Mandailing Natal masih sangat langka. Mayoritas penelitian terdahulu didominasi oleh pendekatan kuantitatif yang berfokus pada masyarakat megapolitan. Untuk mengisi celah riset (*research gap*) tersebut, penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi ini mendesak untuk dilakukan guna mengeksplorasi secara mendalam esensi hidup (*lived experience*) serta makna subjektif di balik perilaku ikut-ikutan tren pada remaja di Panyabungan (Creswell, 2014).

Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk perilaku sosial remaja dalam efek bandwagon di media

sosial, menganalisis faktor-faktor psikososial yang menstimulasinya, serta mengurai dampak nyata perilaku tersebut terhadap kesejahteraan psikologis dan interaksi sosial mereka. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan memperkaya khazanah sosiologi remaja dan psikologi sosial digital. Secara praktis, studi ini diharapkan memberikan refleksi kritis bagi remaja, pemahaman kontekstual bagi orang tua mengenai dinamika tekanan sosial digital anak, serta menjadi rujukan empiris bagi Guru Bimbingan dan Konseling (BK) dalam merumuskan strategi intervensi untuk meningkatkan literasi digital, pemikiran kritis, dan resiliensi psikologis remaja di era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi. Desain ini diterapkan untuk mengeksplorasi, mengurai, dan memahami secara komprehensif esensi pengalaman hidup (*lived experience*) serta makna subjektif di balik perilaku remaja yang terpapar efek bandwagon di media sosial (Creswell, 2014). Penelitian lapangan ini dilaksanakan selama dua bulan di Banjar Bolak Promosi Lingkungan VI, Kelurahan Kota Siantar, Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal, Provinsi Sumatera Utara. Lokasi ini dipilih secara sengaja mengingat tingginya konsentrasi dan aktivitas digital remaja di kawasan tersebut.

Partisipan atau informan utama dalam penelitian ini ditentukan melalui teknik *purposive sampling*. Kriteria inklusi yang

ditetapkan meliputi: (1) remaja berusia 15–19 tahun yang berdomisili di lokasi penelitian; (2) pengguna aktif platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Facebook; serta (3) secara faktual pernah atau sedang terlibat dalam adopsi tren viral (efek bandwagon) dan bersedia membagikan pengalamannya secara terbuka. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh empat responden pelajar perempuan, yaitu RS (18 tahun), WA (17 tahun), ST (17 tahun), dan NA (17 tahun).

Fokus amatan operasional dalam studi fenomenologi ini mencakup tiga konseptualisasi utama. Pertama, bentuk perilaku sosial remaja yang meliputi aspek konformitas, imitasi, sugesti, dan identifikasi di ruang siber. Kedua, identifikasi fitur-fitur media sosial yang memicu transmisi informasi secara real-time. Ketiga, analisis efek bandwagon sebagai bias kognitif-psikologis yang didorong oleh Fear of Missing Out (FoMO), pencarian status (status seeking), dan dependensi terhadap validasi digital kelompok mayoritas tanpa melalui proses evaluasi kritis.

Pengumpulan data primer dilakukan melalui kombinasi metode observasi non-partisipatif dan wawancara semi-terstruktur. Melalui observasi non-partisipatif, peneliti bertindak sebagai pengamat pasif guna merekam pola interaksi digital, replikasi tren, dan perilaku sosial remaja dalam keadaan alami tanpa adanya intervensi yang dapat memicu bias subjek (Putri et al., 2023). Selanjutnya, wawancara semi-terstruktur dilakukan menggunakan panduan pertanyaan terbuka

(open-ended questions) guna mengeksplorasi kedalaman narasi personal, motif psikologis, dan perasaan responden, dengan tetap memberikan fleksibilitas bagi peneliti untuk mengembangkan pertanyaan secara dinamis di lapangan (Hansen, 2020). Data sekunder dilengkapi melalui teknik dokumentasi berupa transkrip, foto aktivitas, dan arsip digital visual yang relevan untuk memperkuat validitas temuan (Nilamsari, 2025).

Pemeriksaan keabsahan data dilakukan melalui teknik triangulasi untuk memastikan kredibilitas dan objektivitas hasil penelitian (Nurfajriani et al., 2024). Peneliti secara spesifik menerapkan triangulasi sumber (membandingkan konsistensi data antar-responden remaja) dan triangulasi teknik (menyilangkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumen pendukung). Setelah data divalidasi, analisis data dilakukan secara induktif mengikuti model interaktif Miles dan Huberman (1994) yang meliputi tiga tahapan simultan (Hasruddin et al., 2025): (1) reduksi data, yaitu menyeleksi, menyederhanakan, dan memfokuskan transkrip mentah dari lapangan; (2) penyajian data (data display), berupa pengorganisasian narasi tematik yang sistematis; serta (3) penarikan kesimpulan dan verifikasi secara berulang untuk menemukan pola makna tersembunyi dari fenomena efek bandwagon tersebut.

HASIL

Konteks Kultural Lokasi dan Profil Partisipan

Penelitian lapangan yang dilakukan di Banjar Bolak Promosi Lingkungan VI Kelurahan Kota Siantar, Kecamatan Panyabungan, Mandailing Natal, mengonfirmasi adanya penetrasi digital yang masif pada ekosistem sosial remaja sub-urban. Karakteristik pergaulan kelompok sebaya di wilayah ini sangat dinamis; ruang komunal di dunia nyata bertransformasi menjadi ruang diskusi kelanjutan dari tren viral yang mereka saksikan di media sosial (khususnya TikTok dan Instagram). Fluktuasi perilaku siber ini dieksplorasi dari empat informan utama (RS, 18 tahun; WA, ST, dan NA, 17 tahun) yang seluruhnya berstatus pelajar putri aktif dan memiliki keterlibatan intensif dalam mereplikasi konten digital populer.

Bentuk Perilaku Sosial Remaja dalam Efek Bandwagon

Dinamika psikososial remaja di lokasi penelitian menunjukkan manifestasi yang kuat terhadap efek bandwagon melalui empat bentuk perilaku utama, yaitu konformitas, imitasi, sugesti, dan identifikasi.

1. Konformitas

Konformitas muncul sebagai akibat langsung dari tekanan kelompok sebaya (peer pressure) dan ketakutan neurotis akan pengucilan sosial digital atau Fear of Missing Out (FoMO). Informan secara konsisten menyatakan mengalami kecemasan psikologis berupa "perasaan tertinggal" jika tidak ikut

serta dalam tren yang sedang booming di beranda gawai mereka.

"Iya kak aku ngerasa ketinggalan gitu... rasanya kayak ketinggalan karena belum ikut nyoba." (RS, wawancara, 13 April 2026).

Dampak dari kegagalan konformitas ini memicu hambatan interaksi di dunia nyata. NA (wawancara, 19 April 2026) menekankan bahwa ketidakikutsertaan dalam tren membuat dirinya "kurang nyambung kalau ngobrol sama mereka." Hasil observasi memperkuat narasi ini; kohesi kelompok remaja di Kelurahan Kota Siantar sangat ditentukan oleh kesamaan preferensi dan tingkat partisipasi mereka terhadap topik-topik digital yang sedang hangat diperbincangkan.

2. Imitasi

Imitasi bermanifestasi dalam bentuk replikasi visual dan tindakan langsung terhadap konten yang diproduksi oleh influencer maupun teman dekat. Perilaku tiruan ini mencakup standarisasi gaya berpakaian (outfit matching), teknik kosmetik (makeup), pembuatan video transisi dengan ketukan musik (jedag-jedug), hingga gerakan tarian (dance challenge).

Informan WA (wawancara, 15 April 2026) mengakui langsung mereplikasi konsep penyuntingan video setelah menyaksikan unggahan rekannya di Instagram: "Tertarik aja gitu buatnya kak, habis itu langsung aku cari jedag jedug yang sama..." Proses imitasi ini dipicu oleh persepsi estetika digital, di mana hal-hal yang mendapatkan atensi massal di media sosial dianggap sebagai standar baru dalam berpenampilan dan berkarya.

3. Sugesti

Perilaku sugesti terjadi akibat lemahnya filter kognitif remaja ketika dihadapkan pada bujukan atau ajakan kolektif, baik yang sifatnya konsumtif maupun aktivitas digital. Rasa sungkan atau perasaan "tidak enak untuk menolak" menjadi katalisator utama diterimanya sugesti kelompok.

RS (wawancara, 13 April 2026) mengonfirmasi bahwa ia sering kali mengikuti keputusan kelompok untuk mengonsumsi sesuatu meskipun bertentangan dengan preferensi pribadinya: "karena dirayu mereka jadi ngikut aja kak." Fenomena serupa dilaporkan oleh WA yang tergerak mengunduh aplikasi siber seperti Telegram semata-mata karena dorongan obrolan anonim (anonymous chat) yang sedang ramai diulas secara kolektif di media sosial.

4. Identifikasi

Identifikasi menempatkan figur publik sebagai objek idealisasi diri yang merasuk ke dalam aspek kepribadian remaja. Berbeda dengan imitasi yang hanya meniru perilaku superfisial, identifikasi melibatkan internalisasi nilai dan karakter tokoh yang dikagumi.

ST (wawancara, 18 April 2026) memproyeksikan sosok Maudy Ayunda sebagai representasi ideal karena karakter bicaranya yang santun dan citra pembawaan yang positif: "cara ngomongnya sopan... jadi banyak orang kagum sama dia terutama aku." Internalisasi ini kemudian menuntun informan untuk mengadopsi cara berbusana dan etika

komunikasi figur tersebut sebagai bagian dari pembentukan konsep diri (self-concept) mereka. Faktor-Faktor Pengaruh Perilaku Efek Bandwagon

Algoritma Media Sosial: Fitur For Your Page (FYP) pada TikTok dan beranda Instagram bertindak sebagai ruang pajang digital yang mengekspos tren secara berulang. Volume metrik digital berupa jumlah likes, komentar, dan views yang tinggi dijadikan indikator kebenaran sosial oleh remaja.

Kelompok Teman Sebaya (Peer Group): Kehadiran teman sebaya berfungsi sebagai agen penekan sekaligus motivator. Remaja cenderung memantau tingkat partisipasi teman dekatnya sebelum memutuskan untuk terlibat dalam suatu tren digital (ST, wawancara, 18 April 2026).

Kontrol dan Dinamika Keluarga: Keluarga memegang peranan krusial sebagai lembaga filter pelindung. Orang tua dari para informan secara aktif memberikan nasihat, teguran, serta batasan moral (seperti melarang gerakan tarian/joget yang berlebihan atau tidak pantas) untuk mereduksi ekspos negatif internet (RS & WA, wawancara, 2026).

Kebutuhan Validasi Sosial: Keinginan eksistensial untuk diakui memicu remaja mengejar metrik digital. Partisipasi dalam tren terbukti mendongkrak popularitas akun mereka, yang ditandai dengan kenaikan jumlah penonton cerita (views story) dan interaksi digital (ST, wawancara, 18 April 2026).

Dampak Perilaku terhadap Pengambilan Keputusan

Ekses paling nyata dari efek bandwagon ini bermuara pada bias pengambilan keputusan, terutama dalam aspek perilaku konsumtif impulsif. Remaja dengan mudah membelanjakan sumber daya finansialnya untuk membeli komoditas sandang maupun pangan (seperti sandal Crocs, kosmetik The Originote, kuliner seblak, dan dimsum mentai) hanya karena produk tersebut sedang viral di FYP TikTok mereka, tanpa didasari oleh kebutuhan riil yang mendesak. Meskipun demikian, ditemukan adanya indikasi awal literasi digital pada sebagian remaja, seperti NA (wawancara, 19 April 2026), yang mulai menerapkan proses pertimbangan kecocokan personal sebelum memutuskan melebur ke dalam arus tren siber.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa efek bandwagon di media sosial memitigasi perubahan perilaku sosial remaja di Banjar Bolak Promosi Lingkungan VI, Kelurahan Kota Siantar, Panyabungan melalui empat manifestasi utama: konformitas (didorong kecemasan Fear of Missing Out), imitasi (replikasi gaya hidup dan konten visual), sugesti (penerimaan ajakan kelompok akibat lemahnya filter kognitif), dan identifikasi (internalisasi karakter figur ideal). Dinamika psikososial ini digerakkan oleh pertautan determinan algoritma media sosial (fitur FYP TikTok dan Instagram), tekanan kultural teman

sebayu, dorongan eksistensial untuk meraih validasi digital (likes, views, komentar), serta fungsi kontrol keluarga sebagai agen pembatas moralitas. Implikasi riil dari fenomena ini bermuara pada bias pengambilan keputusan konsumtif-impulsif, kecenderungan homogenisasi opini dalam interaksi kelompok, dan dependensi penilaian harga diri (self-esteem) remaja yang sangat bersandar pada metrik pengakuan di dunia maya.

DAFTAR RUJUKAN

Berikut adalah daftar pustaka (References) untuk skripsi kedua Anda yang sudah dirapikan secara menyeluruh berdasarkan standar APA Style Edisi ke-7.

Semua pemisahan baris teks yang rusak (broken layout) telah disatukan kembali, nama penulis diurutkan secara alfabetis, dan aturan kapitalisasi judul serta penulisan miring (*italic*) pada nama jurnal/buku telah disesuaikan secara ketat.

DAFTAR RUJUKAN

- Afriluyanto, T. R. (2023). Fenomena remaja menggunakan media sosial dalam membentuk identitas. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 11(2), 123–135.
<https://doi.org/10.24090/komunika.v11i2.1365>
- Alfansyah, A., & Hendratmoko, C. (2025). Pengaruh Fear of Missing Out (FoMO), Kontrol Diri, dan Pengawasan Orang Tua terhadap Perilaku Kecanduan Penggunaan TikTok pada Remaja. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Pandohop*, 5(2), 18–23.
<https://doi.org/10.37304/pandohop.v5i2.18886>
- Anzaryna, N. P., Yuradi, Y., & Utami, N. F. (2024). Perilaku imitasi cyberbullying pada remaja di media sosial. *Jurnal Sosialisasi: Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian dan Pengembangan Keilmuan*

- Sosiologi Pendidikan, 11(1).
<https://ojs.unm.ac.id/sosialisasi/article/view/58647>
- Ardiansyah, M., & Akbar, N. (2025, April 5). Tren joget 'Velocity' dalam teori bandwagon effect: Fenomena joget viral di media sosial dan kaitannya dengan tekanan sosial dan bandwagon effect di kalangan remaja Indonesia. *Geotimes*.
<https://geotimes.id/opini/tren-joget-velocity-dalam-teori-bandwagon-effect/>
- Asfarina, F. (2022, April 4). Bandwagon effect: Fenomena mengikuti tren dari sudut pandang psikologi. *Kumparan*.
<https://kumparan.com/farsyaasfarina/bandwagon-effect-fenomena-mengikuti-tren-dari-sudut-pandang-psikologi-1x7qUQxxsPL>
- Darmawan, A. I., & Setyaningrum, N. (2021). Perilaku sosial remaja dalam perspektif tokoh masyarakat. *Jurnal Ilmu Keperawatan Jiwa*, 4(1), 157–164.
<https://doi.org/10.32584/jikj.v4i1.813>
- Dedik Sumantri, F. A. S., Matulessy, A., & Pratitis, N. (2023). Fear of missing out: Perilaku takut ketinggalan pada remaja di Surabaya: Bagaimana peran konformitas? *INNER: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(4), 498–505.
<https://www.aksiologi.org/index.php/inner/article/view/1236>
- Dela, V. L., Pardede, N., & Matondang, A. M. (2024). Penerapan peer counseling untuk meningkatkan keakraban dan kerjasama remaja Masjid Arroyhan Sihitang Padangsidempuan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bersinergi Inovatif*, 1(2), 109–114.
<https://doi.org/10.61674/jpkmbi.v1i2.158>
- Djuna, K., & Fadillah, A. N. (2022). Pemanfaatan fenomena the bandwagon effect pada generasi muda Indonesia. *SANISA: Jurnal Kreativitas Mahasiswa Hukum*, 2(1), 18–23.
<https://doi.org/10.47268/sanisa.v2i1.994>
- Efendi, E. (2024). Penggunaan media sosial untuk menunjukkan eksistensi diri (studi fenomenologi remaja di Kelurahan Budi Luhur). *Ristekdik: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 9(2), 326–335.
- Evelina, L., & Pebrianti, D. (2021). Perilaku konsumtif bandwagon effect followers Instagram Shopee pada event flash sale. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(2), 99–110.
<https://doi.org/10.25008/wartaiski.v4i2.127>
- Fahma, F., Safitri, D., & Sujarwo. (2024). Dinamika identitas budaya dalam era globalisasi: Tantangan dan kesempatan media sosial terhadap budaya masyarakat lokal. *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 1(3), 3675–3682.
<https://jicnusanantara.com/index.php/jicn/article/view/423>
- Firdaus, R., Sulaeman, R., & Supardan, D. (2021). Peran teknologi informasi dalam meningkatkan efisiensi komunikasi di era digital. *Jurnal Teknologi dan Komunikasi*, 5(2), 123–134.
<https://doi.org/10.31227/jtk.v5i2.2021>
- Gunawan, H., Andara, M. R., & Hardayu, A. P. (2023). Dampak media sosial, influencer marketing, dan periklanan online terhadap perilaku pembelian impulsif generasi Z di Indonesia: Peran FOMO. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 8(1), 874–880.
<https://doi.org/10.31004/jrpp.v8i1.41622>
- Hansen, S. (2020). Investigasi teknik wawancara dalam penelitian kualitatif manajemen konstruksi. *Jurnal Teknik Sipil*, 27(3), 283–294.
<https://doi.org/10.5614/jts.2020.27.3.10>
- Hasruddin, H., Sueng, Y., Saragih, A. N., Wulandari, A., Dionesa, J. B., & Sarimuti, D. (2025). Pengalaman siswa SMA dalam memaknai faktor-faktor yang mempengaruhi minat belajar biologi: Sebuah kajian fenomenologis. *MUDABBIR: Journal Research and Education Studies*, 5(2), 2877–2883.

- <https://doi.org/10.56832/mudabbir.v5i2.1753>
- Hermawan, D., & Gassing, S. S. (2023). Pengaruh komentar netizen terhadap citra diri dan reputasi media sosial pada akun Instagram Nathalie. *IKRA ITH Humaniora: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 7(3), 242–250. <https://doi.org/10.37104/ikraith-humaniora.v7i3.3402>
- Ichsan, M. C., Putra, A., Erlinawati, E., Agustina, E., & Febrianty, Y. (2024). Dampak industri terhadap perubahan pola interaksi sosial masyarakat. *Jurnal Hukum Indonesia*, 3(1), 39–48.
- Lailia, I. N., Grace, Z., Nandini, A. K., Pribadi, I. S. P., Rahmani, Y. H., & Adji, M. (2025). Bandwagon effect sebagai akibat konten dan komentar yang berkaitan dengan bunuh diri di media sosial TikTok. *Diglosia: Jurnal Pendidikan, Kebahasaan, dan Kesusastraan Indonesia*, 9(1), 27–38.
- Maulana, R., & Hariyanto, D. (2024). Tren TikTok: Mengurai perilaku remaja di era digital. *CONVERSE Journal Communication Science*, 1(1), 55–64. <https://doi.org/10.47134/converse.v1i1.2851>
- Mely, M. S., & Alhakim, A. (2022). Analisis terhadap perilaku kenakalan remaja ditinjau dari teori kontrol sosial Travis Hirschi. *Jurnal Panorama Hukum*, 7(1), 77–91.
- Mubarok, T., Mubarok, S., & Susanto, E. (2022). Dampak industri terhadap interaksi sosial remaja di Desa Bangsri Kecamatan Bulakamba Kabupaten Brebes (studi kasus terhadap remaja rentang usia 18–22 tahun). *Jurnal Ilmiah Ultras Brebes*, 6(1), 61–70.
- Muhirshani, N. B., & Muryono, S. (2024). Hubungan tekanan teman sebaya (peer pressure) dengan kepercayaan diri (self confidence) remaja. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(7), 6934–6938. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i7.4821>
- Nilamsari, N. (2025). Memahami studi dokumen dalam penelitian kualitatif. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/view/143>
- Ningsih, N., & Fikriah, N. (2023). Viral marketing, bandwagon effect dan keputusan pembelian: Integrasi mekanisme pemediasian perilaku konsumtif. *IQTISHODUNA*, 19(2), 209–229. <https://doi.org/10.18860/iq.v19i2.22635>
- Nurfajriani, W. V., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Afgani, M. W., & Sirodj, R. A. (2024). Triangulasi data dalam analisis data kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 826–833. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13929272>
- Nurhanifah, N. (2021). Fenomena sensasi di media sosial dan dampaknya terhadap perilaku remaja. *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study*, 7(2), 116–124. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v7i2.5013>
- Oktarina, J. (2021). Pelatihan kader kesehatan pada remaja di SMAN 1 Sukamara Kalimantan Tengah. *Jurnal Kesehatan Borneo Cendekia*, 4(2), 162–165. <http://journal.stikesborneocendekiamedik.a.ac.id/index.php/jbc/article/view/237>
- Pradnyawati, N. P. M. M. I., & Prianthara, I. B. T. (2024). Niat beli milenial: Peran kampanye pemasaran dan media sosial serta bandwagon effect produk fashion di Tiktok. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 8(2), 825–839. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i2.26496>
- Purwita, K. M. A., Matulessy, A., & Pratitis, N. (2024). Intensitas penggunaan media sosial dan konformitas: Dinamika perilaku konsumtif remaja akhir. *JIWA:*

- Jurnal Psikologi Indonesia, 2(3).
<https://doi.org/10.30996/jiwa.v2i03.11725>
- Putri, A. R., Fahira, A. L., Apriyani, S., & Khasanah, U. (2023). Observasi pembelajaran dengan menggunakan model pembelajaran di kelas. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(1), 45–53.
<https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jipm/article/view/1333>
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). Media sosial (definisi, sejarah dan jenis-jenisnya). *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 3(6), 2713–2724.
- Rahayu, A., Pebriani, E., & Julinda, J. (2024). Dampak media sosial terhadap pola interaksi sosial budaya siswa di SD N Talang Duku. *Jurnal Ilmiah Research and Development Student*, 2(2), 159–170.
<https://doi.org/10.59024/jis.v2i2.764>
- Rahmawati, D., & Setiawan, R. (2021). Literasi digital dan perilaku sosial remaja di era media sosial. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 10(1), 45–58.
- Rambe, M. S. (2016). Control of juvenile delinquency through group counseling services in SMP Negeri 8 Padangsidempuan academic year 2015–2016. *Ristekdik: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 1(2).
- Rambe, M. S., Pasaribu, M., & Dongoran, A. (2024). Efektivitas bimbingan kelompok dengan pendekatan ukhuwwah islamiyah untuk meningkatkan self-esteem remaja. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 13(1).
<https://doi.org/10.30868/ei.v13i01.6021>
- Ramdani, M., Gumilar, R., & Aisyah, I. (2024). Pengaruh literasi keuangan, efek bandwagon, dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa klaster ekonomi Universitas Siliwangi pengguna Shopee PayLater. *Journal Sains Student Research*, 2(5), 66–80.
<https://doi.org/10.61722/jssr.v2i5.2584>
- Rampengan, E. S., Lumapow, H. R., & Sengkey, M. M. (2025). Analisis pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku imitasi diri pada remaja. *Psikopedia: Jurnal Psikologi*.
<https://doi.org/10.53682/pj.v6i1.11575>
- Ratihningih, N. K. S., Astiti, N. P. Y., & Mentari, N. M. I. (2024). The role of the bandwagon effect, financial technology, and financial literacy in the investment interests of Generation Z in Bali. *Jambura Science of Management*, 6(2), 132–144.
<https://doi.org/10.37479/jsm.v6i2.24767>
- Regita, E., Luthfiyyah, N., & Marsuki, N. R. (2024). Pengaruh media sosial terhadap persepsi diri dan pembentukan identitas remaja di Indonesia. *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum*, 2(1), 46–52.
<https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v2i1.830>
- Riswanto, D., & Marsinun, R. (2020). Perilaku cyberbullying remaja di media sosial. *Analitika: Jurnal Magister Psikologi UMA*, 12(2), 98–111.
<https://doi.org/10.31289/analitika.v12i2.3704>
- Rohani, D. L., & Febriana, P. (2024). Keingintahuan dan kepercayaan diri remaja yang menggunakan filter Instagram di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi Interaksi*, 1(2), 164–174.
<https://doi.org/10.47134/interaction.v1i2.2891>
- Romadhoni, Z. A., & Ansyah, E. H. (2025). Overview of the bandwagon effect phenomenon in adolescents. *Journal of Social Science*, 2(3), 209–218.
<https://doi.org/10.61796/ijss.v2i3.49>
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). Teknik pengumpulan data: Observasi, wawancara dan kuesioner. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*, 3(1), 39–47.
<https://doi.org/10.61787/taceee75>

- Sari, N. R., & Wulandari, F. (2020). Pengaruh media sosial terhadap perilaku sosial remaja. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(2), 123–135. <https://doi.org/10.31539/kibasp.v7i1.7234>
- Suwandi, A., Saputri, N. M. I., & Rambe, M. S. (2025). Hubungan konsep diri dengan konformitas pada kader Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan. *Ristekdik: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 10(4), 377–387. <https://doi.org/10.31604/ristekdik.2025.v10i4.377-387>
- Taib, Z., Septriawan, R., & Rozi, F. (2024). Media sosial berpengaruh pada perubahan perilaku sosial remaja kota medan di era digital. *Jurnal Multidisiplin Sosial dan Humaniora*, 1(2), 84–102. <https://doi.org/10.70585/jmsh.v1i2.47>
- Tanuarto, C., & Christanti, S. A. (2024). The effect of viral marketing and bandwagon effect on decision to use social media Threads in Bekasi: Case study on social media Threads users in Bekasi. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 5(10), 2733–2747. <https://doi.org/10.59141/jiss.v5i10.1473>
- Universitas Pendidikan Nasional. (2025, Januari 22). Fenomena bandwagon effect: Ketika tren mengendalikan pilihan individu. [Undiknas.ac.id. https://undiknas.ac.id/2025/01/fenomena-bandwagon-effect-ketika-tren-mengendalikan-pilihan-individu/](https://undiknas.ac.id/2025/01/fenomena-bandwagon-effect-ketika-tren-mengendalikan-pilihan-individu/)
- Wantah, M. E., Tampubolon, M. M., Sinaga, B. U., Timboko, F., Ole, J. C., Pantow, S., & Sengkey, M. (2024). Pengaruh konformitas terhadap kenakalan remaja. *Afeksi: Jurnal Psikologi*, 3(4), 221–226. <https://jurnal.anfa.co.id/index.php/afeksi/article/view/356>
- Zuhdiniati, Z., Az-Zahra, B. R. A., Misnawati, M., Awal, R., & Hary, M. (2023). Media sosial dan perubahan pada anak remaja: Implikasi terhadap etika berbahasa dan karakter. *KIBASP (Kajian Bahasa, Sastra dan Pengajaran)*, 7(1), 44–55. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/40240>