
**ANALISIS FENOMENA *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DI MEDIA SOSIAL
PADA GENERASI Z
(STUDI TERHADAP MAHASISWA UIN RADEN FATAH PALEMBANG)**

Putri Febrianti¹, Ainur Ropik², Putri Citra Hati³

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Islam Negeri Raden Fatah Palembang

e-mail: ¹putrifbynty@gmail.com, ²ainnurropik_uin@radenfatah.ac.id,
³putricitrahati_@radenfatah.ac.id

ABSTRAK

Fear of Missing Out (FoMO) merupakan fenomena sosial yang semakin menonjol di era digital, terutama di kalangan mahasiswa yang termasuk generasi Z. FoMO muncul sebagai dorongan untuk selalu terhubung, memperoleh informasi terbaru, dan mempertahankan eksistensi di lingkungan daring. Penelitian ini bertujuan menganalisis fenomena FoMO pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang serta mengidentifikasi dampak positif dan negatifnya terhadap perilaku komunikasi, interaksi sosial, dan representasi diri di media sosial. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, melibatkan sembilan informan yang dipilih secara purposif berdasarkan tingkat FoMO tinggi. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles & Huberman untuk menemukan pola pengalaman subjektif mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa dengan FoMO memiliki intensitas dan durasi penggunaan media sosial yang tinggi, dengan frekuensi 27–55 kali per hari dan durasi 6–10 jam. FoMO memengaruhi pola komunikasi digital, termasuk kebiasaan mengunggah konten, mengikuti tren viral, serta membangun citra diri daring. Dampak positif FoMO terlihat pada meningkatnya keterhubungan sosial, motivasi berpartisipasi, dan perluasan jaringan informasi, sedangkan dampak negatif mencakup kecemasan, tekanan sosial, penurunan konsentrasi belajar, dan perilaku konsumtif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa FoMO mencerminkan interaksi antara kebutuhan dan efek media sebagaimana dijelaskan teori Uses and Effects, sekaligus memberikan implikasi praktis bagi pengembangan literasi digital agar mahasiswa dapat lebih bijak dalam memanfaatkan media sosial.

Kata kunci: *Fear of Missing Out (FoMO), Media Sosial, Mahasiswa, Komunikasi, Sudi Fenomenologi*

ABSTRACT

Fear of Missing Out (FoMO) is a social phenomenon that has become increasingly prominent in the digital era, particularly among university students as part of Generation Z. FoMO emerges as a drive to stay constantly connected, obtain the latest information, and maintain social presence in online environments. This study aims to analyze the

FoMO phenomenon among students at UIN Raden Fatah Palembang and to identify its positive and negative impacts on communication behavior, social interaction, and self-representation on social media. The research employed a qualitative method with a phenomenological approach, involving nine purposively selected informants categorized as having a high level of FoMO. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation, then analyzed using Miles and Huberman's interactive model to identify patterns of students' subjective experiences. The findings reveal that students with FoMO demonstrate high intensity and duration of social media use, with frequencies ranging from 27 to 55 times per day and usage durations of 6–10 hours. FoMO affects digital communication practices, including frequent content sharing, following viral trends, and constructing online self-images. The positive impacts of FoMO include enhanced social connectedness, motivation to participate in activities, and expansion of information networks, while the negative impacts involve anxiety, social pressure, reduced academic focus, and consumptive behavior. This study concludes that FoMO reflects the interaction between media uses and effects as explained by the Uses and Effects theory, while also providing practical implications for strengthening digital literacy to encourage students to use social media more wisely.

Keywords: *Fear of Missing Out (FoMO), Social Media, University Students, Communication, Phenomenological Study.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah menghadirkan media sosial sebagai ruang baru komunikasi dan interaksi sosial tanpa batas ruang maupun waktu. Kehadiran media sosial tidak hanya membawa manfaat positif seperti kemudahan akses informasi, namun juga memunculkan tantangan berupa pola perilaku bermasalah, salah satunya fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO). Fenomena ini ditandai dengan kecemasan ketika seseorang merasa tertinggal informasi, aktivitas, atau pengalaman penting yang dialami orang lain (Przybylski dkk, 2013). sehingga mendorong dorongan kompulsif untuk selalu terkoneksi dengan media sosial (Triananda dkk, 2021).

Fenomena FoMO semakin relevan di kalangan Generasi Z, yakni kelompok usia yang paling akrab dengan perkembangan media digital. Survei menunjukkan bahwa 64,6% remaja di Indonesia mengalami gejala FoMO dalam aktivitas bermedia sosial (Kaloeti dkk, 2021). Mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z sering memperlihatkan pola ini dalam keseharian, misalnya dengan frekuensi penggunaan media sosial yang tinggi, dorongan untuk mengikuti tren viral, hingga kebutuhan untuk mempertahankan eksistensi diri di ruang digital (Fazria, 2024).

Di lingkungan UIN Raden Fatah Palembang, fenomena FoMO tampak nyata pada perilaku mahasiswa yang sering menghabiskan waktu dengan gawai, melakukan *live streaming*, serta memaksakan diri mengikuti gaya hidup digital meskipun tidak selalu sejalan dengan kebutuhan pribadi atau kondisi finansial. Gejala tersebut menunjukkan bahwa FoMO tidak hanya berkaitan dengan intensitas penggunaan media sosial, tetapi juga dengan aspek identitas, validasi sosial, dan pola konsumsi mahasiswa.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini difokuskan pada pertanyaan utama: (1) Bagaimana fenomena FoMO di kalangan mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang dalam penggunaan media sosial? dan (2) Apa saja dampak positif dan negatif FoMO terhadap perilaku komunikasi mahasiswa? Pertanyaan ini penting karena dapat mengungkap bagaimana media sosial berperan tidak hanya sebagai sarana pemenuhan kebutuhan, tetapi juga sebagai agen yang menimbulkan efek tertentu, baik konstruktif maupun problematis (McQuail, 2010).

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan secara mendalam fenomena FoMO pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang serta mengidentifikasi dampak positif maupun negatif yang ditimbulkannya. Tujuan khususnya adalah memahami bagaimana FoMO membentuk perilaku komunikasi, interaksi sosial, serta representasi diri mahasiswa dalam penggunaan media sosial.

Secara akademik, penelitian ini relevan dengan kajian ilmu komunikasi, khususnya pada perspektif teori *Uses and Effects* yang menekankan bahwa khalayak tidak hanya menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga menerima konsekuensi dari penggunaan tersebut. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya literatur tentang perilaku digital generasi muda, sekaligus memberikan pemahaman baru mengenai dinamika komunikasi di era media sosial. Selain itu, secara praktis penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi mahasiswa dan masyarakat umum agar lebih bijak dalam memanfaatkan media sosial, serta mengurangi risiko dampak negatif dari FoMO.

KAJIAN TEORI

Fear of Missing Out (FoMO)

Fear of Missing Out (FoMO) adalah kecemasan ketika seseorang merasa tertinggal dari informasi, tren, atau pengalaman sosial orang lain. Menurut Przybylski dkk (2013), FoMO mendorong individu untuk terus memantau media sosial agar tidak kehilangan keterhubungan dengan lingkaran sosialnya. Pada mahasiswa, FoMO tampak dalam kebiasaan membuka media sosial berulang kali, mengikuti tren viral, dan membangun citra diri digital. Penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa FoMO semakin meningkat pada generasi Z karena sifat media sosial yang berbasis notifikasi instan dan keterhubungan real-time (Ayu & Safitri, 2025).

Media Sosial dan Pola Komunikasi

Media sosial merupakan ruang komunikasi interaktif berbasis internet yang memungkinkan partisipasi luas, pertukaran informasi instan, serta konstruksi identitas diri. McQuail (2010) menegaskan bahwa media baru membuka peluang komunikasi yang lebih terbuka, cepat, dan berorientasi pada interaksi. Bagi generasi Z, media sosial bukan hanya sarana hiburan tetapi juga arena validasi sosial, ekspresi diri, dan pembentukan eksistensi. media sosial berfungsi sebagai arena pencitraan diri sekaligus sumber tekanan sosial, terutama bagi mahasiswa yang sangat aktif menggunakannya (Zai & Zebua, 2024).

Karakteristik Generasi Z

Generasi Z (1997–2012) adalah digital native yang tumbuh bersama teknologi internet dan media sosial. Mereka terbiasa dengan koneksi instan, multitasking digital, serta keterbukaan informasi. Hal ini membuat Gen Z rentan mengalami FoMO karena adanya kebutuhan terus-menerus untuk terhubung dan diakui dalam lingkaran sosial daring (Oktorita dkk, 2023) (Dary dkk, 2025).

Teori Relevan

a. Teori Uses and Effects

Penelitian ini berlandaskan pada teori *Uses and Effects*. Teori ini berangkat dari paradigma *Uses and Gratifications* yang menekankan bahwa audiens aktif memilih media sesuai kebutuhan tertentu, seperti hiburan, identitas, integrasi sosial, atau pelepasan ketegangan (Katz dkk, 1973). McQuail (2010) menambahkan bahwa setiap penggunaan media juga menimbulkan dampak tertentu (effects), baik positif maupun negatif. Efek media meliputi: Kognitif perubahan pengetahuan dan pola pikir. Afektif perubahan perasaan, kepuasan, atau kecemasan. Behavioral, perubahan perilaku nyata seperti interaksi, kebiasaan unggah konten, hingga perilaku konsumtif.

Dalam konteks FoMO, mahasiswa menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan keterhubungan dan eksistensi (uses), tetapi sekaligus menghadapi konsekuensi berupa kecemasan, tekanan sosial, dan distraksi akademik (effects).

b. Teori Impression Management

Teori Impression Management menjelaskan bagaimana individu berusaha mengatur kesan yang ditampilkan kepada orang lain. (Goffman, 1949) menyebut ruang interaksi sebagai “panggung depan” untuk membentuk citra, sedangkan “panggung belakang” untuk kehidupan pribadi. Di media sosial, batas antara keduanya kabur sehingga mahasiswa cenderung menampilkan versi ideal diri mereka, yang mendorong keterlibatan dalam FoMO demi mempertahankan citra digital.

c. Teori Self-Presentation

menekankan bahwa individu menggunakan komunikasi untuk mengontrol cara dirinya dipersepsikan oleh orang lain (Leary & Kowalski, 1990). Pada mahasiswa generasi Z, self-presentation diwujudkan melalui unggahan foto, video, atau aktivitas yang selaras dengan tren. Kecemasan tidak tampil atau tidak mengikuti tren inilah yang memperkuat gejala FoMO, karena identitas digital mereka sangat bergantung pada validasi sosial berupa *likes* dan komentar.

Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Effects* yang dikembangkan dari paradigma *Uses and Gratifications* oleh Katz dkk. (1973). Teori ini berasumsi bahwa khalayak secara aktif memilih media dan konten tertentu untuk memenuhi kebutuhan, seperti hiburan, identitas personal, integrasi sosial, dan pelepasan ketegangan. McQuail (2010) kemudian menambahkan bahwa penggunaan media tidak hanya sebatas pemenuhan kebutuhan, tetapi juga menghadirkan efek tertentu bagi penggunaannya, baik kognitif, afektif, maupun

behavioral. Dalam konteks FoMO, teori ini digunakan untuk memahami bagaimana mahasiswa Gen Z menggunakan media sosial sebagai sarana keterhubungan sosial dan pembentukan identitas digital, sekaligus menanggung dampak berupa kecemasan, distraksi akademik, hingga perilaku konsumtif.

Beberapa penelitian sebelumnya mendukung relevansi teori ini. Studi oleh (Nurfitri & Ikhrom, 2025) menunjukkan bahwa mahasiswa dengan tingkat FoMO tinggi memiliki intensitas penggunaan media sosial yang lebih lama dan sangat dipengaruhi oleh kebutuhan validasi sosial. Sementara itu, penelitian (Kaloeti dkk, 2021) menemukan bahwa lebih dari separuh remaja di Indonesia rentan mengalami FoMO karena dorongan untuk selalu mengikuti tren digital. Temuan serupa juga dijelaskan oleh Carolina dan Mahestu (2020) yang menyebut bahwa FoMO mendorong mahasiswa membangun identitas digital melalui konten media sosial. Pandangan ini diperkuat oleh Oberst dkk (2017), yang mengaitkan FoMO dengan penurunan konsentrasi akademik dan meningkatnya stres akibat tekanan sosial di media daring.

Dengan merujuk pada teori dan hasil penelitian terdahulu, studi ini menegaskan bahwa FoMO bukanlah fenomena yang muncul secara tiba-tiba, melainkan hasil interaksi antara kebutuhan individu untuk terhubung dengan orang lain dan efek media sosial yang memengaruhi perilaku komunikasi generasi Z. Kerangka ini menjadi landasan konseptual dalam menganalisis data lapangan serta memahami pola komunikasi mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang dalam menghadapi fenomena FoMO.

METODE PENELITIAN

Alat dan Bahan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, yang menekankan pada pemahaman mendalam terhadap pengalaman subjek penelitian. Instrumen utama dalam penelitian adalah peneliti sendiri yang berperan sebagai pengumpul dan penganalisis data. Alat bantu yang digunakan meliputi pedoman wawancara semi-terstruktur, alat perekam suara, catatan lapangan, serta dokumentasi dari akun media sosial informan. Bahan penelitian berupa data primer hasil wawancara mendalam dengan sembilan mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang yang dikategorikan memiliki tingkat FoMO tinggi berdasarkan pra-survei menggunakan *FOMO Quiz* John M. Grohol. Data sekunder diperoleh melalui literatur berupa jurnal, buku, serta laporan penelitian terdahulu terkait fenomena FoMO dan komunikasi digital.

Jalannya Penelitian

Bagian ini memuat jalannya penelitian yang secara spesifik digunakan dalam penelitian. Alur kerja yang sederhana tidak perlu dibuat skema. Langkah penelitian yang panjang dapat dibuat dalam sub sub bab tahapan-tahapan penelitian dengan numbering angka arab.

1. Langkah I : Pra Penelitian
Tahap awal dilakukan dengan observasi lapangan dan penyebaran kuesioner singkat menggunakan *FOMO Quiz* untuk mengidentifikasi mahasiswa yang memiliki tingkat FoMO tinggi. Dari hasil pra-survei tersebut dipilih sembilan informan yang sesuai dengan kriteria penelitian melalui teknik *purposive sampling*.
2. Langkah II : Pengumpulan data utama
Pada tahap ini, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan panduan semi-terstruktur untuk menggali pengalaman mahasiswa terkait penggunaan media sosial, intensitas dan durasi akses, serta dampak yang dirasakan akibat FoMO. Selain wawancara, dilakukan juga observasi non-partisipan terhadap perilaku mahasiswa di lingkungan kampus dan aktivitas mereka di media sosial, serta pengumpulan dokumentasi berupa tangkapan layar unggahan dan interaksi daring.
3. Langkah III : Validasi data
Untuk menjamin keabsahan data, dilakukan triangulasi sumber dan metode, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, peneliti mendiskusikan temuan dengan dosen pembimbing sebagai *peer debriefing* untuk memastikan konsistensi interpretasi.
4. Langkah IV :
Data dianalisis sejak awal pengumpulan hingga akhir penelitian dengan menggunakan model interaktif Miles & Huberman, yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses analisis ini dilakukan secara berulang agar pola-pola pengalaman mahasiswa terkait FoMO dapat terungkap secara mendalam dan komprehensif.

Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan model interaktif Miles & Huberman, yang meliputi tiga langkah: (1) reduksi data, yaitu menyeleksi, mengelompokkan, dan menyaring informasi sesuai fokus penelitian; (2) penyajian data, dalam bentuk narasi deskriptif, kutipan wawancara, serta tabel atau diagram yang memvisualisasikan intensitas dan durasi penggunaan media sosial; dan (3) penarikan kesimpulan, dengan menafsirkan temuan berdasarkan kerangka teori *Uses and Effects*. Proses analisis dilakukan secara berulang sejak tahap awal pengumpulan data hingga akhir penelitian, sehingga hasilnya mampu menggambarkan pola pengalaman informan secara naturalistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) di media sosial pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang menunjukkan adanya keterikatan yang kuat terhadap aktivitas digital. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa para informan dengan kategori FoMO tinggi memiliki intensitas penggunaan media sosial yang sangat tinggi, dengan frekuensi membuka aplikasi mencapai 27–55 kali per hari dan durasi penggunaan 6–10 jam. Kondisi ini menegaskan bahwa FoMO menjadi salah satu bentuk perilaku komunikasi digital yang melekat dalam keseharian mahasiswa generasi Z, sejalan dengan temuan

(Oberst dkk, 2017) yang menyebut FoMO berhubungan dengan kebiasaan membuka media sosial secara kompulsif.

Bentuk nyata FoMO pada mahasiswa terlihat dari kebiasaan mereka mengikuti tren viral, mengunggah aktivitas harian, serta membangun citra diri melalui konten yang dipublikasikan. Informan mengakui bahwa aktivitas ini dilakukan agar tidak merasa tertinggal dari lingkaran sosialnya. Temuan ini memperkuat pandangan (Carolina & Mahestu, 2020) yang menjelaskan bahwa identitas digital mahasiswa Gen Z dibangun melalui keterlibatan aktif di media sosial. Selain itu, algoritma media sosial yang menampilkan tren populer juga memperkuat dorongan mahasiswa untuk selalu terhubung, sebagaimana diungkapkan oleh Kaloeti dkk. (2021) bahwa FoMO diperkuat oleh pola keterpaparan informasi yang terus-menerus.

Interpretasi hasil menunjukkan bahwa FoMO tidak hanya terkait dengan kebutuhan akan informasi, tetapi juga erat dengan kebutuhan validasi sosial. Mahasiswa merasa lebih dihargai ketika unggahan mereka mendapat respons berupa *likes* atau komentar. Namun, sebagian informan juga menyadari adanya dampak negatif, seperti kecemasan, gangguan fokus belajar, hingga tekanan sosial ketika tidak mampu mengikuti tren tertentu. Hal ini sejalan dengan temuan (Franchina dkk, 2018) yang mengaitkan FoMO dengan meningkatnya stres akademik dan perasaan tertekan secara emosional.

Secara umum, hasil penelitian ini mendukung teori *Uses and Effects*, di mana mahasiswa secara aktif menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan keterhubungan, hiburan, dan eksistensi diri (*uses*), namun pada saat yang sama mereka juga mengalami konsekuensi berupa perubahan kognitif, afektif, dan perilaku (*effects*). Dampak positif terlihat pada motivasi untuk berpartisipasi dalam kegiatan dan perluasan jejaring sosial, sedangkan dampak negatif tampak pada munculnya kecemasan, perilaku konsumtif, dan distraksi dalam aktivitas akademik. Temuan ini juga diperkuat oleh McQuail (2015) yang menegaskan bahwa penggunaan media selalu diiringi oleh efek yang melekat, baik konstruktif maupun destruktif.

Dengan demikian, FoMO pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang tidak hanya menggambarkan bentuk keterikatan digital yang tinggi, tetapi juga mencerminkan adanya kebutuhan komunikasi sosial yang kuat di era media baru. Hal ini menegaskan pentingnya literasi digital agar mahasiswa mampu mengelola penggunaan media sosial secara bijak, meminimalisir kecemasan, serta memaksimalkan manfaat positif dari keterhubungan daring.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang tampak dari tingginya intensitas penggunaan media sosial, dengan frekuensi akses puluhan kali dalam sehari dan durasi rata-rata 6–10 jam. FoMO mendorong mahasiswa untuk mengikuti tren, menjaga eksistensi digital, serta mencari validasi sosial melalui interaksi daring. Hasil penelitian menjawab tujuan penelitian dengan menegaskan bahwa FoMO menimbulkan dampak ganda: positif berupa keterhubungan sosial, motivasi berpartisipasi, dan perluasan jejaring informasi; serta negatif berupa kecemasan, distraksi akademik, tekanan sosial, dan perilaku konsumtif.

Secara teoritis, temuan ini memperkuat relevansi teori *Uses and Effects*, bahwa penggunaan media selalu terkait dengan kebutuhan (uses) sekaligus dampak yang ditimbulkan (effects) pada ranah kognitif, afektif, dan behavioral. Secara praktis, hasil penelitian ini memberi implikasi bahwa mahasiswa perlu meningkatkan literasi digital untuk mengelola interaksi daring secara sehat, dosen dan pihak kampus dapat memberikan pendampingan terkait manajemen waktu penggunaan media sosial, serta keluarga berperan dalam menumbuhkan kontrol diri mahasiswa. Keterbatasan penelitian ini adalah lingkup partisipan yang terbatas pada satu universitas, sehingga studi selanjutnya disarankan untuk memperluas objek dengan membandingkan konteks gender, fakultas, maupun platform media sosial yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, N. P., & Safitri, D. (2025). Hubungan Sindrom Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Mutiara: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 3(2), 1-18.
- Carolina, M., & Mahestu, G. (2020). Prilaku Komunikasi Remaja dengan Kecenderungan FoMo. *Jurnal riset komunikasi*, 11(1), 69-92.
- Dary, D. W., Saputra, S., & Setiawan, M. A. (2025). Fenomena Oversharing dalam Komunikasi Gen Z di Media Sosial. *EduTIK: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 5(4), 1322-1328.
- Fazria, N. (2024). Fear Of Missing Out (FOMO) Pada Remaja Pengguna Media Sosial: Studi Pendahuluan. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Konseling*, 2(3), 1193-1202.
- Franchina, V., Vanden Abeele, M., Van Rooij, A. J., Lo Coco, G., & De Marez, L. (2018). Fear of missing out as a predictor of problematic social media use and phubbing behavior among Flemish adolescents. *International journal of environmental research and public health*, 15(10), 2319.
- Goffman, E. (1949). Presentation of self in everyday life. *American Journal of Sociology*, 55(1), 6-7.
- Kaloeti, D. V. S., Kurnia S, A., & Tahamata, V. M. (2021). Validation and psychometric properties of the Indonesian version of the Fear of Missing Out Scale in adolescents. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 34, 15.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The public opinion quarterly*, 37(4), 509-523.
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression management: A literature review and two-component model. *Psychological bulletin*, 107(1), 34.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Sage publications.
- Nurfitri, A. D., & Ikhrom, I. (2025). Pengaruh FoMO terhadap Kecanduan Media Sosial pada Kalangan Remaja. *Nathiqiyah*, 8(1), 59-69.
- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamarro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of adolescence*, 55, 51-60.

- Oktorika, N., Pratikto, H., & Suhadianto, S. (2023). Fear of Missing Out pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial: Bagaimana Peran Dukungan Sosial?. *JIWA: Jurnal Psikologi Indonesia*, 1(1).
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in human behavior*, 29(4), 1841-1848.
- Triananda, S. F., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021). Peranan media sosial terhadap gaya hidup remaja. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 9106-9110.
- Zai, I. T. C., & Zebua, A. N. (2024). Peran media sosial dalam mempengaruhi identitas sosial remaja di era digital. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Pendidikan dan Teknik*, 1(3), 134-139.