



HUBUNGAN FOMO (FEAR OF MISSING OUT) TERHADAP KECANDUAN MEDIA SOSIAL GENERASI Z

Amelia Pebriyanti¹, Puspita Puji Rahayu²

Universitas Nasional Karangturi^{1,2}

e-mail: ameliafebri547@gmail.com, puspita.rahayu@unkartur.ac.id

Diterima: 22/6/2026; Direvisi: 10/7/2026; Diterbitkan: 20/7/2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *fear of missing out* (FoMO) terhadap kecanduan media sosial pada generasi Z. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Partisipan berjumlah 115 orang yang termasuk dalam rentang usia generasi Z (13-27 tahun) dan merupakan pengguna aktif media sosial lebih dari 5 jam per-hari. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan skala *Fear of Missing Out Scale* untuk mengukur FoMO dan *Bergen Social Media Addiction Scale* (BSMAS) untuk mengukur kecanduan media sosial. Data dianalisis menggunakan bantuan SPSS melalui uji normalitas dan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dengan nilai signifikansi uji Kolmogorov–Smirnov sebesar 0,309 untuk variabel FoMO dan 0,077 untuk variabel kecanduan media sosial ($p > 0,05$). Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa FoMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap kecanduan media sosial pada generasi Z dengan nilai signifikansi 0,001 ($p < 0,05$). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,087 menunjukkan bahwa FoMO memberikan kontribusi sebesar 8,7% terhadap kecanduan media sosial, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat FoMO yang dimiliki individu, maka semakin tinggi pula kecenderungan kecanduan media sosial. Meskipun demikian, besarnya pengaruh yang diberikan tergolong rendah, sehingga penelitian selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan variabel lain yang dapat memengaruhi kecanduan media sosial pada generasi Z.

Kata kunci: *Fear Of Missing Out, Kecanduan Media Sosial, Generasi Z*

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of fear of missing out (FoMO) on social media addiction among Generation Z. The study employed a quantitative approach with a correlational design. Participants consisted of 115 individuals within the Generation Z age range (13–27 years) who actively use social media for more than five hours per day. A purposive sampling technique was used to select respondents. Data were collected online using the Fear of Missing Out Scale to measure FoMO and the Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS) to measure social media addiction. Data analysis was conducted using SPSS through normality testing and simple linear regression analysis. The results indicated that the data were normally distributed, with Kolmogorov–Smirnov significance values of 0.309 for the FoMO variable and 0.077 for the social media addiction variable ($p > 0.05$). Regression analysis showed that FoMO had a positive and significant effect on social media addiction among Generation Z, with a significance value of 0.001 ($p < 0.05$). The coefficient of determination (R^2) was 0.087, indicating that FoMO contributed 8.7% to social media addiction, while the remaining variance was influenced by other factors not examined in this study. In conclusion, higher levels of



FoMO are associated with higher tendencies toward social media addiction. However, the magnitude of the effect is relatively low; therefore, future research is recommended to consider additional variables that may influence social media addiction among Generation Z.

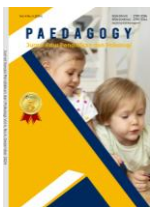
Keywords: *Fear Of Missing Out, Social Media Addiction, Generation Z.*

PENDAHULUAN

Teknologi berkembang sangat canggih saat ini, dimana hal tersebut memaksa manusia untuk melakukan inovasi terbaru yang bermanfaat untuk memudahkan pekerjaan manusia. Teknologi menciptakan efek terbaru dalam memudahkan penggunaannya untuk bersosialisasi dengan masyarakat luas (Dewi dkk., 2022). Menjadi generasi yang tumbuh dan lahir di Tengah pesatnya perkembangan teknologi digital, media sosial dan internet telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari mereka. Generasi ini, dikenal sebagai Generasi Z, dimana mencakup individu yang lahir setelah tahun 1995 hingga awal 2010-an (Vera Maria & Vina Nailatul Nabila, 2025). Umumnya mereka mempunyai kemampuan yang tinggi untuk mengoperasikan berbagai perangkat digital sejak mereka berusia dini. Keterikatan dengan dunia digital yang kuat membuat Generasi Z lebih sering berkomunikasi secara daring, mulai dari berkomunikasi, mencari informasi, hingga mencari hiburan yang kemudian membentuk perilaku hingga cara berpikir mereka secara signifikan. Platform seperti TikTok, Instagram, X dan Facebook saat ini menjadi sumber hiburan, informasi, dan interaksi sosial yang populer, termasuk di Indonesia (Chika & Fahmawati, 2024).

Meninjau dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau disingkat APJII (2022), menyebutkan bahwa penduduk Indonesia yang aktif menggunakan internet sebanyak 64,8% atau sama dengan 171,17 juta jiwa (APJII: 2022) Seperti dilansir oleh Bayu dalam artikel DataIndonesia.id berdasarkan laporan APJII 2022 jumlah tersebut bertambah menjadi 210,03 juta pengguna internet pada periode 2021-2022. Kemudian laporan We Are Social, ada 191 juta orang pengguna aktif media sosial di Indonesia pada Januari 2022. Angka itu meningkat 12,35% dibandingkan tahun sebelumnya yang sebanyak 170 juta orang. Hal ini didukung (Prakash Yadav & Rai, 2017)) mengatakan bahwa generasi muda saat ini yaitu generasi dengan jumlah pengakses media sosial terbanyak, yang disebut sebagai gen Z. Kemudian menurut laporan survei Global Web Index 2018 pengguna internet didominasi kelompok mahasiswa. (Al Aziz, 2020) menyatakan bahwa mahasiswa merupakan bagian dari kelompok pengguna aktif media sosial. Hal tersebut disebabkan karena mahasiswa sedang berada pada masa transisi dari remaja akhir menuju dewasa awal dan sedang mengalami dinamika psikologi. Penggunaan yang berlebihan pada media sosial bisa menimbulkan dampak yang negatif untuk para penggunaannya, seperti terjadinya *fear of missing out (FOMO)*. Lebih lanjut, Survei yang dilakukan We are Social pada tahun 2020 menemukan bahwa rata-rata durasi penggunaan internet yang dihabiskan dengan menggunakan perangkat pintar di Indonesia, yakni selama 7 jam 59 menit, dengan alokasi waktu 3 jam 46 menit untuk aktif di media sosial. Dari populasi masyarakat di Indonesia, sekitar 88% mengakses Youtube, 84% mengakses Whatsapp, 82% mengakses Facebook, 79% mengakses Instagram, dan 66% mengakses Twitter. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata, hampir 80% penggunaan internet di Indonesia digunakan untuk media sosial. Tingginya intensitas penggunaan media sosial dikarenakan berbagai ragam fungsi yang tersedia di media sosial dan penggunaannya yang praktis. Dengan demikian, membuat pengguna semakin tertarik menggunakan media sosial setiap saat. (Krisnadi & Adhandayani, 2022).



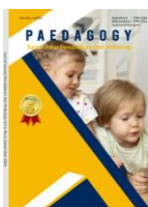


Fear Of Missing Out (FOMO) merupakan salah satu fenomena yang banyak muncul dikalangan generasi Z, yaitu perasaan cemas akan ketinggalan dari informasi, tren atau pengalaman baru yang sedang ramai di media sosial. Menurut Przybylski dalam (Ayuningtyas & Wiyono, 2019) *Fear Of Missing Out (FOMO)* merupakan ketakutan individu yang muncul akibat tertinggal informasi, gosip, atau tren yang berkembang di lingkungan sosial individu tersebut, lalu timbul rasa takut akan penolakan dari lingkungan sosialnya. Selain itu individu dengan tingkat *Fear Of Missing Out (FOMO)* yang tinggi sering menggunakan internet untuk mencari berbagai informasi melalui aplikasi, seperti media sosial, *searching*, dan chatingan pada saat bangun tidur, makan, dan bahkan saat mengemudi, mereka menggunakan gadget seperti smartphone, laptop, notebook, dan lain-lain.

Menurut (Filibiana & Wibowo, 2023) individu dengan kecanduan media sosial dimana terlalu menikmati penggunaan media sosial akan cenderung merasa kurang puas dengan waktu ketika mengakses media sosial, sehingga hal ini menimbulkan ketidak mampuan dalam mengabaikan media sosial walaupun sebentar, munculnya perasaan cemas ketika tidak mepedulikan media sosial bukan hanya itu media sosial sebagai sarana hiburan saat merasa kesepian dan kehilangan hal-hal yang berharga dan menyenangkan.

Generasi Z tumbuh di era '*always-on*', sehingga kebiasaan untuk menggunakan teknologi digital terbentuk sejak dini yang memperbesar kemungkinan FOMO serta pengecekan secara berulang, dan berkembang menjadi kecanduan. Dalam penelitian P(Sirait & MBrahmana, 2023)) terdapat hubungan positif antara FOMO kecanduan media sosial pada mahasiswa pengguna Instagram di Universitas Islam Bandung. Jadi semakin kuat tingkat FOMO yang dirasakan mahasiswa maka bertambah tinggi kecenderungan mahasiswa mengalami adiksi media sosial. Hal tersebut juga sejalan dengan hasil penelitian (Lubis et al., 2021) yang menunjukkan bahwa ada hubungan langsung antara FOMO dengan kecanduan media sosial. Selain itu hasil penelitian (Pratiwi & Mamesah, 2023) mengenai hubungan antara FoMO dengan kecanduan media sosial pada remaja pengguna media sosial terdapat 168 remaja di SMA Negeri 14 Tangerang adalah 119 partisipan yang berusia 16 tahun (70.8%). Bukti empiris tersebut menyatakan Generasi Z menunjukkan prevalensi FOMO dan penggunaan berlebihan yang relatif tinggi dibanding kelompok umur lain, dan hal ini menjadikan Generasi Z sebagai kelompok prioritas untuk penelitian yang ditargetkan. Przyblyski dkk, dalam (Sulastri & Sylvia, 2022) menemukan bahwa individu dengan tingkat kepuasan rendah pada kebutuhan mendasar (*Competence, Autonomy, dan Relatedness*) lebih memiliki kecenderungan FOMO yang tinggi, Semakin tinggi FOMO pada seseorang, maka semakin tinggi pula keterlibatan mereka dalam media sosial.

Meskipun banyak penelitian yang mengangkat tema FOMO dan kecanduan media sosial pada Gen Z, beberapa penelitian sebelumnya hanya berfokus pada hubungan langsung antara FOMO dan kecanduan tanpa mempertimbangkan faktor lainnya, seperti regulasi emosi, self-esteem, atau tekanan sosial digital yang juga memperkuat pengaruh FOMO terhadap perilaku adiktif. Kondisi ini menunjukkan terdapat ruang untuk meneliti lebih jauh mengenai bagaimana FOMO berkontribusi terhadap kecenderungan kecanduan media sosial pada budaya usia Generasi Z khususnya di Indonesia. Berdasarkan gap tersebut, penelitian ini bertujuan untuk, menguji hubungan antara tingkat FOMO dan kecanduan media sosial pada generasi Z di serta memberi rekomendasi kebijakan/intervensi untuk mengurangi kecanduan sosial dan FOMO di kalangan Generasi Z.



METODE PENELITIAN

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Fear Of Missing Out (FOMO) terhadap kecanduan media sosial pada generasi Z. Pengukuran variabel dilakukan menggunakan adaptasi skala dari peneliti sebelumnya, yaitu Salwa Nafisa (2021) dengan variabel FoMO diukur menggunakan Fear of Missing Out Scale (FOMO Scale) dan Variabel kecanduan media sosial diukur menggunakan Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS).

Hasil

Penelitian ini mencangkup uji statistik deskriptif, uji normalitas dan uji hipotesis (Regresi Linier Sederhana). Uji statistik deskriptif dilakukan untuk memperoleh gambaran umum mengenai Hubungan *Fear Of Missing Out* (FOMO) (X) dan Kecanduan media sosial (Y),

Tabel 1. Uji Normalitas

	Uji Kolmogorov-Smirnov	Keterangan
	Sig.	
X	0,309	Normal
Y	0,077	Normal

Berdasarkan tabel 1 uji menggunakan metode Kolmogorov–Smirnov, diperoleh nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel X sebesar 0,309 dan variabel Y sebesar 0,077. Kedua nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 ($\text{Sig.} > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada kedua variabel berdistribusi normal. Dengan demikian, data telah memenuhi asumsi normalitas dan dapat dilanjutkan ke analisis selanjutnya. Uji Regresi dilakukan untuk menguji apakah hubungan antara *Fear Of Missing Out* (FOMO) dengan Kecanduan sosial media. Hasil pengujian regresi disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Uji regresi

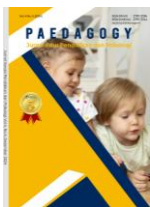
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. error
1	0,296	0,879	0,079	2,974

Tabel 2 hasil analisis menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,296, yang berarti terdapat hubungan positif dengan kekuatan hubungan rendah antara FoMO dan kecanduan media sosial. Nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0,087 menunjukkan bahwa fear of missing out memberikan sumbangan efektif sebesar 8,7% terhadap kecanduan media sosial, sedangkan sisanya sebesar 91,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Tabel 3. Uji ANOVA

Model	F	Sig.	Keterangan
Regresi	10,819	0,0001	Signifikan

Berdasarkan tabel 3 uji ANOVA diperoleh nilai F sebesar 10,819 dengan signifikansi 0,001 ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan variabel fear of missing out secara signifikan mempengaruhi kecanduan media sosial.



Tabel 4. Uji T (Parsial)

Variabe l	B	t	Sig.	Keterangan
X -Y	0,173	3,289	0,001	Signifikan

Pada tabel 4 uji parsial (uji t), variabel *fear of missing out* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,173 dengan nilai signifikansi 0,001 ($p < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa *fear of missing out* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kecanduan media sosial pada generasi Z. Artinya, semakin tinggi tingkat *fear of missing out* yang dimiliki individu, maka semakin tinggi pula tingkat kecanduan media sosialnya. Persamaan regresi yang diperoleh adalah: $Y = 23,464 + 0,173X$. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada *fear of missing out* akan meningkatkan skor kecanduan media sosial sebesar 0,173.

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa *fear of missing out* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kecanduan media sosial pada generasi Z. Meskipun demikian, besarnya pengaruh yang diberikan tergolong rendah, sehingga terdapat faktor lain di luar *fear of missing out* yang juga berperan dalam memengaruhi kecanduan media sosial.

Pembahasan

Analisis mendalam terhadap data penelitian menunjukkan bahwa tingkat *fear of missing out* dan kecanduan media sosial pada generasi Z berada pada kategori yang relatif tinggi. Generasi Z yang tumbuh di era digital memiliki intensitas interaksi maya yang sangat tinggi, di mana dorongan kuat untuk terhubung dengan aktivitas sosial di dunia digital memicu penggunaan media sosial yang intensif (Rahardjo & Soetjiningsih, 2022). Pengujian prasyarat statistik melalui uji *Kolmogorov-Smirnov* mengonfirmasi bahwa data berdistribusi normal, sehingga model regresi linear sederhana dapat diimplementasikan secara valid. Hasil analisis regresi mengonfirmasi adanya pengaruh positif dan signifikan antara *fear of missing out* terhadap kecanduan media sosial. Temuan ini selaras dengan teori bahwa kecemasan akan ketinggalan informasi mendorong individu untuk memantau aktivitas daring orang lain secara konstan, yang pada akhirnya meningkatkan frekuensi dan durasi penggunaan media sosial (Zanah & Rahardjo, 2020).

Korelasi positif ini didukung oleh temuan empiris sebelumnya yang mencatat hubungan signifikan antara *fear of missing out* dan adiksi media sosial (Pratiwi & Mamesah, 2023). Bukti lain menunjukkan bahwa *fear of missing out* memberikan kontribusi sebesar 52,8% terhadap adiksi internet pada mahasiswa (Anastasya et al., 2022). Di samping itu, intensitas penggunaan media sosial terbukti berkontribusi sebesar 29,9% terhadap kemunculan perilaku kecemasan tersebut (Sirait & Brahmana, 2023). Faktor psikologis lain seperti kesepian juga ditemukan memicu kecanduan media sosial pada dewasa awal dengan kontribusi mencapai 46,8% (Krisnadi & Adhandayani, 2022). Perilaku *fear of missing out* terbukti menjadi prediktor utama penggunaan media sosial yang bermasalah, di mana individu kerap merasa cemas saat tidak terhubung dan kesulitan membatasi durasi layar (Blackwell et al., 2017). Keterlibatan berlebihan akibat kecemasan ini pada akhirnya memberikan dampak nyata pada kesejahteraan psikologis pengguna digital (Eitan & Gazit, 2024).

Meskipun pengaruhnya terbukti signifikan, nilai koefisien determinasi pada penelitian ini mencatatkan bahwa *fear of missing out* hanya memberikan kontribusi sebesar 8,7% terhadap kecanduan media sosial, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Hal ini mengindikasikan bahwa kecanduan media sosial merupakan fenomena multidimensional yang kompleks. Setiap peningkatan skor kecemasan akan ketinggalan diikuti secara linear oleh



kenaikan perilaku adiktif digital. Penanganan fenomena ini memerlukan pendekatan komprehensif, mengingat keterikatan dengan media digital berkaitan erat dengan program literasi digital dan dukungan psikososial (Nabilah & Nurfitri, 2025). Selain *fear of missing out*, variabel lain seperti kontrol diri yang rendah, kesepian, dan tekanan lingkungan sosial turut mendorong individu melarikan diri ke media digital (Ramadhan & Lesmono, 2024). Oleh karena itu, penguatan lingkungan keluarga dan sekolah menjadi krusial untuk membimbing generasi Z dalam membangun pola komunikasi yang lebih sehat (Zanah & Rahardjo, 2020).

Implikasi dari penelitian ini memberikan arahan strategis bagi praktisi pendidikan dan pemangku kebijakan psikososial dalam merancang program intervensi kesehatan mental bagi generasi Z. Secara praktis, temuan ini dapat dijadikan dasar penyusunan modul literasi digital dan manajemen kontrol diri untuk membantu siswa mengelola durasi penggunaan media sosial secara adaptif. Secara teoritis, hasil riset ini memperkaya khazanah psikologi perkembangan digital dengan mempertegas bahwa dorongan *fear of missing out* bertindak sebagai pemicu utama keterikatan adiktif pada platform media sosial (Ginting et al., 2025; Hattingh et al., 2022; Supeno & Afifah, 2024). Pihak lembaga pendidikan disarankan untuk memfasilitasi ruang interaksi luring yang komunikatif serta menyediakan layanan konseling sebaya guna menyalurkan kebutuhan koneksi sosial generasi Z secara riil. Langkah ini penting dilakukan agar ketergantungan pada ruang siber dapat dialihkan menjadi aktivitas pengembangan diri yang lebih produktif dan seimbang (Purnamasari et al., 2025; Salsabila et al., 2024; Utami et al., 2026).

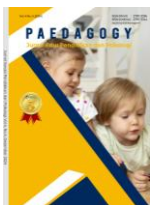
Meskipun memberikan analisis yang mendalam, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dicermati untuk pengembangan riset selanjutnya. Penelitian ini terbatas pada keterlibatan variabel tunggal yaitu *fear of missing out* dengan nilai kontribusi yang tergolong rendah, serta berfokus pada sampel satu kelompok generasi Z di wilayah tertentu sehingga generalisasi hasil harus dilakukan secara hati-hati. Selain itu, desain penelitian kuantitatif ini belum mampu mengeksplorasi alasan subjektif mendalam di balik dorongan perilaku adiktif peserta. Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas variabel independen dengan mengintegrasikan faktor kontrol diri, regulasi emosi, dan tingkat kesepian. Peneliti berikutnya juga direkomendasikan untuk menggunakan pendekatan metode campuran (*mixed methods*) serta memperluas jangkauan sampel lintas generasi agar diperoleh gambaran konseptual yang lebih komprehensif mengenai dinamika kecanduan media sosial.

KESIMPULAN

Studi ini membuktikan bahwa *fear of missing out* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kecanduan media sosial pada Generasi Z. Dorongan kecemasan akan ketinggalan informasi, tren, atau momen berharga di ruang digital terbukti secara nyata memicu keterikatan adiktif pengguna untuk terus memantau layar *gadget* secara berlebihan. Setiap peningkatan intensitas kecemasan siber ini secara linear mendorong frekuensi dan durasi penggunaan platform digital yang tidak terkontrol. Kendati memberikan kontribusi yang tergolong rendah, variabel psikologis ini tetap menjadi salah satu prediktor pendorong keterikatan adiktif pada ruang maya. Dengan demikian, hasrat untuk terus terhubung dan mencari validasi sosial terbukti menjadi faktor determinan yang mempercepat adiksi digital pada generasi muda di era modern.

Implikasi dari penelitian ini memberikan arahan strategis bagi lembaga pendidikan dan konselor untuk merancang program *digital literacy* serta pelatihan regulasi diri guna membantu

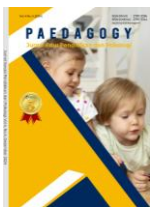




mahasiswa mengelola *screen time* secara adaptif. Orang tua dan institusi dituntut untuk memfasilitasi ruang interaksi luring yang komunikatif guna menyalurkan kebutuhan koneksi sosial Generasi Z secara riil. Namun demikian, karena riset kuantitatif korelasional ini berfokus pada analisis variabel tunggal dengan kontribusi yang relatif rendah, temuan yang diperoleh memiliki keterbatasan dalam menjelaskan adiksi digital secara menyeluruh. Oleh sebab itu, penelitian di masa depan disarankan untuk mengintegrasikan variabel perantara tambahan seperti *self-control*, *emotional regulation*, *social support*, dan kesepian, serta menerapkan pendekatan *mixed-methods*.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Aziz, A. A. (2020). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan tingkat depresi pada mahasiswa. *Acta Psychologia*, 2(2), 92–107. <https://doi.org/10.21831/ap.v2i2.35100>
- Anastasya, Y. A., Hadiah, C. M., Amalia, I., & Suzanna, E. (2022). Correlation between fear of missing out and internet addiction in students. *International Journal of Islamic Educational Psychology*, 3(1), 45–56. <https://doi.org/10.18196/ijiep.v3i1.14038>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022, Juni 9). *APJII: Pengguna internet Indonesia tembus 210 juta pada 2022*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>
- Ayuningtyas, F., & Wiyono, D. (2019). Studi mengenai kecanduan internet dan fear of missing out (FoMO) pada siswa di SMK Negeri 1 Driyorejo. *Jurnal Psikologi Pendidikan*, 6(2), 114–123.
- Blackwell, D., Leaman, C., Trampusch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69–72. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- Chika, S., & Fahmawati, Z. N. (2024). Pengaruh self control dan fear of missing out (FOMO) terhadap adiksi media sosial pada Generasi Z. *Al-Isyraq: Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, dan Konseling Islam*, 7(2), 449–464. <https://alisyraq.pabki.org/index.php/alisyraq/>
- Dewi, N. K., Hambali, I., & Wahyuni, F. (2022). Analisis intensitas penggunaan media sosial dan social environment terhadap perilaku fear of missing out (FoMO). *Jurnal Ilmu Keperawatan Jiwa*, 5(1), 85–96. <https://journal.ppnijateng.org/index.php/jiki>
- Eitan, T., & Gazit, T. (2024). The “here and now” effect: JoMO, FoMO and the well-being of social media users. *Online Information Review*, 48(5), 1002–1024. <https://doi.org/10.1108/OIR-03-2023-0111>
- Filibiana, N. D., & Wibowo, D. H. (2023). Fear of missing out dan kecanduan media sosial pada remaja awal. *Jurnal Psikologi*, 18(2), 142–153.
- Ginting, L. R., Alfarizi, F., Sitorus, G. S. R., Situmeang, E. V., & Putri, S. D. (2025). Psikologi digital: Dinamika Generasi Z dalam era media sosial. *Edu Society: Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 132–141. <https://doi.org/10.56832/edu.v5i3.1783>
- Hattingh, M., Dhir, A., Ractham, P., Ferraris, A., & Yahiaoui, D. (2022). Factors mediating social media-induced fear of missing out (FoMO) and social media fatigue: A comparative study among Instagram and Snapchat users. *Technological*



Forecasting and Social Change, 185, Artikel 122099.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122099>

- Krisnadi, B., & Adhandayani, A. (2022). Kecanduan media sosial pada dewasa awal: Apakah dampak dari kesepian? *JCA Psikologi*, 3(1), 24–35.
- Lubis, N. F., Hanum, F. J., & Reza, M. (2021). Hubungan penggunaan smartphone pada malam hari terhadap kualitas tidur mahasiswa Program Studi Pendidikan Dokter Fakultas Kedokteran Universitas Andalas. *Jurnal Ilmu Kesehatan Indonesia*, 1(3), 379–385.
<https://doi.org/10.25077/jikesi.v1i3.78>
- Nabilah Fairuz, & Nurfitri Dyas, I. (2025). Pengaruh Fomo terhadap Kecanduan Media Sosial pada Kalangan Remaja. *NATHIQIYYAH: Jurnal Psikologi Islam*, 8(1), 59–69.
<https://doi.org/10.46781/nathiqiyyah.v8i1>
- Nafisa, S. (2021). *Hubungan antara fear of missing out (FoMO) dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa Universitas Islam Riau* (Naskah tesis). Universitas Islam Riau.
- Prakash Yadav, G., & Rai, J. (2017). The Generation Z and their social media usage: A review and a research outline. *Global Journal of Enterprise Information System*, 9(2), 110–116. <https://doi.org/10.18311/gjeis/2017/15748>
- Pratiwi, S., & Mamesah, M. (2023). Hubungan antara perasaan takut tertinggal (Fomo) dengan adiksi media sosial pada mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 12(1), 45–56.
- Purnamasari, Y., Setyadji, V., & Oppier, N. M. (2025). Penguatan literasi digital Generasi Z: Analisis dampak media sosial terhadap kesehatan mental. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia Maju*, 6(2), 57–63.
<https://doi.org/10.33221/jpmim.v6i02.4138>
- Rahardjo, L. K. D., & Soetjningsih, C. H. (2022). Fear of missing out (FOMO) dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa. *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, 4(3), 460–465. <https://doi.org/10.51214/bocp.v4i3.328>
- Ramadhan, V., & Lesmono, P. (2024). Kecemasan sosial dan social media addiction pada mahasiswa fakultas psikologi Untag Surabaya: Bagaimana peran self-esteem? *Sukma: Jurnal Penelitian Psikologi*, 5(2), 88–99.
- Salsabila, F. L., Widiyanarti, T., Ashari, S. D., Zahra, T., & Fadhilah, S. A. (2024). Pengaruh globalisasi terhadap perubahan pola komunikasi antar budaya pada Generasi Z. *Indonesian Culture and Religion Issues*, 1(4), 13–22.
<https://doi.org/10.47134/diksima.v1i4.110>
- Sirait, P., & Brahmana, K. (2023). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku fear of missing out (Fomo) pada remaja. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(4), 715–724. <https://doi.org/10.31004/innovative.v3i4.4321>
- Sulastri, S., & Sylvia, I. (2022). Hambatan interaksi sosial mahasiswa terindikasi fear of missing out (FoMO) (Studi kasus: Mahasiswa FIS UNP). *Jurnal Perspektif*, 5(3), 324–332. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v5i3.640>
- Supeno, & Afifah, D. E. (2024). Dinamika psikologi komunikasi digital dalam membangun pengendalian diri mahasiswa Gen Z. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 5(2), 473–484. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v5i2.2273>
- Utami, T., Halolo, J. I., Susanti, R., & Dudayef, F. (2026). Pengaruh media digital dan perubahan struktur sosial pada Gen-Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Administrasi Publik dan Kebijakan Negara*, 3(1), 163–179.



<https://doi.org/10.62383/komunikasi.v3i1.888>

- Vera Maria, & Vina Nailatul Nabila. (2025). FOMO (fear of missing out) di kalangan Gen-Z: Jasa titip Dubai Chocolate sebagai peluang baru bagi UMKM Indonesia studi kasus sosial media. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(3), 121–127. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v3i3.1828>
- Zanah, F. N., & Rahardjo, W. (2020). Peran kesepian dan fear of missing out terhadap kecanduan media sosial: Analisis regresi pada mahasiswa. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 9(2), 286–301. <https://doi.org/10.30996/persona.v9i2.3386>