Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2776-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (2) 2026, Page: 45784-45790

Pengalaman Generasi Z dalam Menghadapi *Fear of Missing Out* (FOMO) di TikTok (Studi Fenomenologi pada Siswa SMK Negeri 9 Kota Tangerang)

Priscillia Tiara Monica[1], Agung Putra Mulyana[2], Ali Imron Hamid[3]
Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Bina Sarana Informatika
Corresponding Author: priscilliatiaramnc@gmail.com

Published: Agustus, 2026

ABSTRAK

FOMO *(Fear of Missing Out)* merupakan fenomena kekhawatiran individu akan tertinggal dari pengalaman orang lain yang semakin relevan di kalangan Generasi Z seiring tingginya intensitas penggunaan TikTok. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan makna pengalaman FOMO, mengidentifikasi hal-hal yang memicu munculnya FOMO, serta menganalisis respons siswa SMK Negeri 9 Kota Tangerang dalam menghadapi FOMO saat menggunakan TikTok. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz yang didukung Teori Perbandingan Sosial, Teori Motivasi Diri, dan Teori Media Baru. Data diperoleh melalui wawancara mendalam semi terstruktur dan observasi pasif terhadap lima informan yang dipilih secara *purposive*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa FOMO dimaknai secara beragam, mulai dari tekanan mempertahankan eksistensi relasional, kecemasan menjadi pihak yang tertinggal, upaya menjaga citra diri, perasaan tidak pernah merasa cukup akibat perbandingan sosial, hingga kekhawatiran kehilangan momen sosial yang tidak dapat diulang. Munculnya FOMO dipicu oleh lingkungan pertemanan, standar internal yang terbentuk melalui *upward social comparison*, kebutuhan akan keterhubungan sosial *(relatedness)*, serta karakteristik TikTok, khususnya algoritma *For You Page*, yang berinteraksi dengan pengalaman negatif masa lalu sebagai *because motives*. Dalam meresponsnya, informan menunjukkan kecenderungan menyesuaikan diri dengan tren untuk mempertahankan keterhubungan sosial sekaligus membatasi penggunaan TikTok sebagai bentuk kontrol diri. Penelitian ini menyimpulkan bahwa FOMO merupakan pengalaman subjektif dan dinamis yang tidak hanya menimbulkan tekanan psikologis, tetapi juga dapat dimaknai sebagai dorongan untuk berkembang.

Keywords: FOMO, TikTok, Fenomenologi, Generasi Z, Siswa SMK

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Fear of Missing Out (FOMO) menjadi salah satu fenomena yang semakin relevan dalam kehidupan Generasi Z, yaitu generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, terutama karena kedekatan mereka dengan media sosial dalam kehidupan sehari-hari (Febriantri *et al*., 2025). Sebagai generasi *digital native*, Generasi Z lebih memilih akses informasi secara digital karena menawarkan kemudahan, fleksibilitas, serta kepraktisan dalam memperoleh informasi secara *real-time* (Zahira & Nasution, 2025). Sejalan dengan hal tersebut, remaja saat ini cenderung menyukai penyajian informasi berbasis audio-visual yang serba cepat, singkat, serta interaktif (*stream-based*) (Octavia, 2025).

Intensitas paparan informasi dan keterikatan media yang tinggi tersebut pada akhirnya membuat Generasi Z terus terpapar pada pengalaman orang lain, percakapan yang sedang ramai, serta perkembangan tren yang terus berubah. Dalam konteks ini, FOMO muncul ketika individu merasa khawatir, cemas, tidak nyaman, dan takut tertinggal karena tidak mengetahui atau tidak ikut terlibat dalam informasi, pengalaman, maupun aktivitas sosial yang dianggap penting dan dialami oleh orang lain (Kusumaningrum *et al*., 2026).

Salah satu platform media sosial yang memiliki keterkaitan kuat dengan fenomena FOMO adalah TikTok (Yanzhuri & Marsa, 2025). Melalui algoritma *For You Page* (FYP), TikTok secara otomatis merekomendasikan konten berdasarkan preferensi, durasi menonton, serta interaksi digital pengguna. Berdasarkan data Survei Profil Internet Indonesia 2025 oleh APJII, sebanyak 35,17% pengguna internet di Indonesia menggunakan TikTok. Selain itu, laporan *We Are Social* mencatat bahwa rata-rata durasi penggunaan TikTok mencapai 44 jam 54 menit per bulan. Data tersebut menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi ruang sosial digital yang dimanfaatkan secara intensif oleh Generasi Z.

Fenomena FOMO perlu dikaji lebih lanjut karena dapat berdampak pada kondisi psikologis, sosial, dan akademik remaja. Penelitian Ajra et al. (2025) menunjukkan bahwa FOMO meningkatkan kecemasan sosial, sedangkan Gong et al. (2025) menemukan bahwa FOMO memediasi hubungan antara penggunaan media sosial dan penurunan performa akademik. Selain itu, Whelan et al. (2020) menjelaskan bahwa tekanan digital akibat FOMO berkontribusi terhadap menurunnya kontrol diri dan performa aktivitas, sementara Purnami et al. (2026) menunjukkan bahwa FOMO pada siswa SMK berpotensi mengganggu kesehatan mental, seperti stres akademik, gangguan tidur, dan penurunan motivasi belajar. Temuan tersebut menunjukkan bahwa FOMO tidak hanya berkaitan dengan rasa takut tertinggal, tetapi juga memengaruhi keseimbangan emosional, konsentrasi, dan kehidupan sosial individu.

Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dipilih sebagai fokus kajian karena berada pada fase transisi menuju dunia kerja dan pembentukan identitas diri, sehingga lebih rentan terhadap dampak paparan media sosial terhadap kesejahteraan psikologisnya (Purnami et al., 2026). Pada fase ini, kebutuhan akan penerimaan dan keterhubungan sosial menjadikan TikTok berpengaruh dalam membentuk persepsi remaja terhadap diri sendiri maupun lingkungan sosialnya (Medellu et al., 2025). Penelitian ini difokuskan pada siswa SMK Negeri 9 Kota Tangerang karena berada di kawasan perkotaan dengan akses digital yang tinggi, sehingga siswanya lebih intens terpapar konten, tren, dan interaksi sosial di TikTok, serta relevan untuk mengkaji pengalaman FOMO secara subjektif.

Untuk memahami pengalaman tersebut secara mendalam, penelitian ini menggunakan Teori Fenomenologi Alfred Schutz sebagai teori utama. Schutz menekankan bagaimana individu membentuk makna atas realitas sosial berdasarkan pengalaman subjektif, latar belakang pengetahuan *(stock of knowledge)*, tipifikasi sosial, serta motif tindakan *(because motives dan in-order-to motives)* dalam kehidupan sehari-hari (Nindito, 2005). Pendekatan fenomenologi ini didukung oleh Teori Motivasi Diri *(Self-Determination Theory)* untuk aspek kebutuhan (*relatedness)* (Ryan & Deci, 2000), Teori Perbandingan Sosial *(Social Comparison Theory)* untuk mekanisme *upward social comparison* (Festinger, 1954; Wills, 1981), serta Teori Media Baru *(New Media Theory)* untuk konteks karakteristik platform digital (Nasrullah, 2015). Melalui pendekatan fenomenologi, penelitian ini bertujuan untuk menggali pengalaman personal secara mendalam yang belum banyak terungkap dalam penelitian-penelitian sebelumnya yang cenderung menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis survei, khususnya mengenai pendalaman bagaimana individu merasakan, memaknai, dan merespons pengalaman FOMO dalam kehidupan sehari-hari.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz untuk memahami fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) pada platform TikTok di kalangan Generasi Z, khususnya siswa SMK Negeri 9 Kota Tangerang. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali pemaknaan subjektif, proses kesadaran, serta pengalaman hidup partisipan yang terlibat secara langsung dalam dinamika penggunaan media sosial. Data penelitian disajikan dalam bentuk uraian deskriptif berdasarkan hasil observasi pasif, wawancara mendalam, dan dokumentasi, tanpa menggunakan analisis statistik. Penelitian dilaksanakan di SMK Negeri 9 Kota Tangerang yang beralamat di Jalan Raya Villa Tangerang Indah, Gebang Raya, Kecamatan Periuk, Kota Tangerang, Banten. Proses penelitian berlangsung selama kurang lebih dua bulan, mulai April hingga Juni 2026, yang meliputi tahap perizinan, pengumpulan data lapangan, wawancara, dokumentasi, serta pengolahan data. Unit analisis dalam penelitian ini berfokus pada pengalaman

subjektif siswa SMKN 9 Kota Tangerang pengguna aktif TikTok yang mengalami FOMO dalam tiga bulan terakhir, mencakup dimensi kognitif (pemikiran), afektif (perasaan), dan konatif (tindakan).

Subjek penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria: Siswa SMK Negeri 9 Kota Tangerang yang merupakan bagian dari Generasi Z, memiliki dan aktif menggunakan akun TikTok setiap hari, serta pernah mengalami FOMO dalam penggunaan TikTok selama tiga bulan terakhir. Penelitian ini menetapkan lima informan awal dengan mempertimbangkan pendapat Creswell (2009) bahwa penelitian fenomenologi umumnya melibatkan 5–25 informan, dengan jumlah akhir ditentukan berdasarkan tercapainya saturasi data.

Profil informan dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 1 untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik informan.

Tabel 1. Data Informan

Inisial	Nama	Usia	Durasi Penggunaan TikTok	Konten Favorit	Pernah Merasakan FOMO
BA	Bhakti Afriyadi	17	4-5 jam/hari	Gaya hidup, meme, dan kutipan motivasi	Ya, sering
KL	Kirana Larasati	18	4-6 jam/hari	Drama Korea, meme, dan musik	Ya, sering
MDS	Marcello Dimas Seto	17	4-5 jam/hari	Olahraga, kuliner, dan musik	Ya, sering
NR	Nabila Ramadhani	17	4-5 jam/hari	*OOTD*, meme, K-pop, dan musik	Ya, sering
SKR	Seisha Khafiah Rifiani	16	5-7 jam/hari	Konten Korea, musik, dan *dance*	Ya, sering

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur (*semi-structured interview*) dengan menggunakan pedoman wawancara yang berisi pertanyaan terbuka serta observasi pasif untuk memperkaya pemahaman peneliti mengenai konteks penggunaan TikTok oleh informan, seperti durasi penggunaan, jenis konten yang dikonsumsi, kecenderungan mengikuti tren, serta bentuk interaksi informan dengan konten TikTok.

Analisis data dilakukan secara kualitatif menggunakan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz yang meliputi lima tahapan, yaitu transkripsi dan pemaknaan awal (*first-order constructs*), identifikasi tipifikasi sosial, analisis motif tindakan (*motivational context*), pemahaman intersubjektivitas, serta interpretasi dan penarikan kesimpulan (*second-order constructs*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pemaknaan dan Tipifikasi Pengalaman FOMO dalam Perspektif Fenomenologi Alfred Schutz

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kelima informan membangun pemaknaan yang beragam namun saling terhubung terhadap pengalaman FOMO di TikTok. Keberagaman pemaknaan ini sejalan dengan Teori Fenomenologi Alfred Schutz menekankan bahwa realitas sosial merupakan hasil dari proses interpretasi setiap individu yang membangun makna berdasarkan pengalaman subjektif, latar belakang pengetahuan (*stock of knowledge*), dan konteks sosial yang berbeda-beda satu sama lain (Nindito, 2005). Ringkasan yang merangkum hasil pemaknaan masing-masing informan disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Pemaknaan FOMO Informan

Informan	Pemaknaan FOMO	Kata Kunci	Dampak yang Dirasakan
BA	Dorongan internal untuk selalu tahu dan mengikuti demi mempertahankan eksistensi relasional di lingkungan pertemanan.	*"tekanan tak kasat mata"*	Merasa cemas hubungan akan merenggang, secara refleks langsung membuka TikTok di pagi hari agar tidak tertinggal topik obrolan sekolah.
KL	Kecemasan otomatis yang muncul karena takut menjadi satu-satunya individu yang tidak mengetahui informasi di dalam kelompok (*circle*).	*"alarm di kepala"*	Mengalami kegelisahan; rela mengorbankan durasi waktu tidur malam demi mengejar dan melunasi ketertinggalan konten yang viral.
MDS	Upaya perlindungan reputasi personal agar identitasnya di depan teman-teman tetap terjaga sebagai sosok yang selalu mengikuti perkembangan dunia olahraga.	*"image"*	Khawatir dicap kurang *update*; memilih memantau pembicaraan kelompok terlebih dahulu sebelum mencari tahu secara mandiri di TikTok.
NR	Representasi perasaan tidak puas terhadap diri sendiri akibat proses perbandingan sosial dengan standar ideal yang ditampilkan pengguna lain.	*"ga pernah ngerasa cukup"*	Mengalami kelelahan psikologis dan penurunan suasana hati (*bad mood*) yang drastis ketika melihat konten *fashion* yang dianggap lebih unggul.
SKR	Kekhawatiran akan hilangnya kesempatan untuk terlibat secara emosional dalam pengalaman sosial kolektif yang tidak dapat diulang.	*"ga bisa diulang"*	Mengalami kepanikan psikologis; terdorong untuk terus memeriksa dan melakukan *scrolling* TikTok secara refleks di sela-sela aktivitas harian.

BA memaknai FOMO sebagai tekanan tidak kasat mata yang mendorongnya untuk terus mengikuti tren demi menjaga keterhubungan sosial, KL memaknainya sebagai alarm di kepala yang memicu kegelisahan ketika merasa tertinggal dari lingkungan pertemanan. MDS memaknai FOMO sebagai upaya mempertahankan citra diri, NR sebagai perasaan tidak pernah merasa cukup akibat perbandingan sosial, dan SKR sebagai kecemasan kehilangan momen sosial yang tidak dapat diulang. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh minat dan konteks sosial masing-masing, di mana informan dengan minat yang lebih spesifik mengalami FOMO yang lebih terfokus, sedangkan informan dengan minat yang lebih luas cenderung mengalami FOMO secara lebih menyebar.

Pemaknaan kelima informan menunjukkan adanya pola yang dapat dipahami melalui konsep tipifikasi sosial Schutz. Informan membangun kategori terhadap konten yang dianggap penting, seperti tren viral, istilah populer, konten olahraga, OOTD, hingga *dance challenge*, yang kemudian menjadi acuan dalam menilai eksistensi sosial mereka. Kategori tersebut dibentuk berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki sebelumnya (*stock of knowledge*) serta diperkuat melalui interaksi sosial yang menghasilkan makna bersama (*intersubjektivitas*). Ketika informan tidak mengikuti tren yang menjadi acuan kelompok, mereka mengalami hambatan dalam berpartisipasi dalam percakapan dan muncul perasaan canggung, terasing, atau minder. Dengan demikian, FOMO di TikTok merupakan hasil dari proses interpretasi sosial ketika informan memberi makna pada apa yang mereka lihat, bandingkan, dan rasakan melalui keterhubungan sosial antar-individu di ruang sehari-hari.

2. Because Motives (Motif Sebab) dalam Pemicu Munculnya FOMO di TikTok

FOMO pada informan muncul melalui sejumlah pemicu yang hadir secara bersamaan, mulai dari karakteristik TikTok sebagai media baru (*new media*), kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain (*social comparison*), kebutuhan untuk mempertahankan keterhubungan sosial (*relatedness*), hingga pengalaman negatif masa lalu yang bekerja sebagai *because motives* dalam perspektif fenomenologi Schutz. Algoritma *For You Page* (FYP) TikTok, menciptakan arus informasi maupun tren yang terus diperbarui sehingga mendorong informan untuk memeriksa aplikasi secara berulang agar tidak tertinggal tren maupun informasi yang sedang viral. Temuan ini menunjukkan bahwa karakteristik teknologi TikTok tidak hanya meningkatkan intensitas penggunaan, tetapi juga membentuk pengalaman subjektif berupa kekhawatiran ketika tidak mengikuti perkembangan yang terjadi di ruang digital.

Selain dipengaruhi karakteristik platform, FOMO juga muncul melalui proses *upward social comparison* dan kebutuhan akan keterhubungan sosial (*relatedness*). Informan membandingkan pengetahuan, penampilan, kemampuan, maupun keterlibatan mereka dengan pengguna lain di TikTok, sehingga muncul perasaan kurang percaya diri, tidak pernah merasa cukup, atau khawatir kehilangan reputasi dan pengakuan sosial. Pada saat yang sama, tren TikTok berfungsi sebagai sarana mempertahankan hubungan sosial karena menjadi bahan percakapan dan aktivitas bersama dalam lingkungan pertemanan. Kondisi tersebut mendorong informan untuk terus mengikuti perkembangan konten agar tetap diterima dan terlibat dalam kelompok sosialnya.

Berbagai pemicu tersebut pada dasarnya bekerja melalui pengalaman negatif yang pernah dialami informan dan dipahami sebagai *because motives* dalam perspektif fenomenologi Alfred Schutz. Pengalaman seperti dianggap kurang gaul, tertinggal informasi, memperoleh sindiran, atau merasa canggung ketika tidak mengikuti tren menjadi memori sosial yang membentuk cara informan memaknai ketertinggalan di masa kini. Dengan demikian, pengalaman FOMO tidak semata-mata dipicu oleh karakteristik TikTok, tetapi merupakan hasil interaksi antara teknologi digital, proses perbandingan sosial, kebutuhan akan keterhubungan, dan pengalaman masa lalu yang membentuk tindakan informan dalam menghadapi realitas sosial di TikTok.

3. *In-Order-To Motives* (Motif Tujuan) dalam Respons Menghadapi FOMO di TikTok

Respons informan dalam menghadapi FOMO di TikTok memperlihatkan dua bentuk respons utama, yaitu menyesuaikan diri dengan tren yang sedang berkembang serta membangun kontrol terhadap penggunaan media sosial. Kedua respons tersebut dapat dipahami melalui konsep *in-order-to motives* dalam fenomenologi Alfred Schutz, yaitu motif yang berorientasi pada tujuan yang ingin dicapai di masa depan (Nindito, 2005). Informan mengikuti perkembangan tren untuk mempertahankan keterhubungan sosial, menjaga reputasi, meningkatkan rasa percaya diri, maupun mendukung tujuan pribadi sesuai minat masing-masing. Ketika merasa tertinggal, mereka secara aktif mencari informasi melalui TikTok atau lingkungan pertemanan hingga memperoleh pemahaman yang memungkinkan mereka kembali berpartisipasi dalam interaksi sosial.

Di sisi lain, informan juga menunjukkan upaya mengendalikan hubungan mereka dengan TikTok melalui berbagai strategi, seperti membatasi notifikasi, menjauhkan ponsel saat belajar, serta lebih selektif dalam mengonsumsi konten. Meskipun kebiasaan membuka TikTok masih sulit dihindari, muncul kesadaran untuk menetapkan batas penggunaan sebagai bentuk pengendalian diri.

Temuan ini menunjukkan bahwa FOMO tidak selalu berujung pada perilaku pasif, tetapi juga mendorong informan mengevaluasi pola penggunaan media sosial dan mengembangkan strategi yang sesuai dengan kebutuhan serta kondisi masing-masing.

Secara keseluruhan, pengalaman FOMO pada siswa SMK Negeri 9 Kota Tangerang menunjukkan bahwa Generasi Z tidak hanya menjadi objek yang dipengaruhi media sosial, tetapi juga subjek yang secara aktif membangun makna dan menentukan respons terhadap pengalaman digitalnya. Respons tersebut dipengaruhi oleh tujuan yang ingin dicapai di masa depan, sehingga FOMO tidak hanya dipandang sebagai sumber tekanan, tetapi juga dapat menjadi dorongan untuk mempertahankan relasi sosial, mengembangkan diri, dan membangun kontrol terhadap penggunaan media sosial.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa FOMO pada siswa SMK Negeri 9 Kota Tangerang merupakan pengalaman yang bersifat subjektif dan dinamis, yang dibentuk melalui interaksi antara individu dengan realitas sosial digital di TikTok. Berdasarkan perspektif fenomenologi Alfred Schutz, setiap informan memaknai FOMO secara berbeda sesuai pengalaman dan konteks sosialnya, mulai dari upaya mempertahankan keterhubungan sosial, menjaga citra diri, hingga kekhawatiran kehilangan momen sosial. Keberagaman pemaknaan tersebut menunjukkan bahwa FOMO tidak hanya berkaitan dengan rasa takut tertinggal, tetapi juga dengan proses individu membangun makna terhadap pengalaman digitalnya.

Munculnya FOMO dipengaruhi oleh empat pemicu yang saling berkaitan, yaitu karakteristik TikTok sebagai *new media*, kecenderungan melakukan *upward social comparison*, kebutuhan akan keterhubungan sosial (*relatedness*), serta pengalaman negatif masa lalu yang berperan sebagai *because motives*. Dalam merespons pengalaman tersebut, informan menunjukkan dua bentuk tindakan yang berorientasi pada tujuan (*in-order-to motives*), yaitu menyesuaikan diri dengan tren untuk mempertahankan keterhubungan sosial dan membangun kontrol terhadap penggunaan TikTok melalui berbagai strategi pengendalian diri.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman FOMO pada siswa SMK Negeri 9 Kota Tangerang tidak hanya berkaitan dengan rasa takut tertinggal tren, tetapi juga dengan kebutuhan untuk tetap diterima, terhubung, dan menjadi bagian dari lingkungan sosialnya. Keberagaman pengalaman tersebut menunjukkan bahwa setiap informan membangun pemaknaan FOMO berdasarkan pengalaman dan interaksi sosial yang dialami, yang kemudian memengaruhi cara mereka menggunakan TikTok serta menyikapi kehidupan sosial sehari-hari. Temuan ini menegaskan bahwa Generasi Z tidak hanya menjadi objek yang dipengaruhi oleh arus media sosial, tetapi juga subjek yang secara aktif memaknai, mengevaluasi, dan menentukan respons terhadap pengalaman FOMO. Dengan demikian, FOMO tidak semata-mata dipahami sebagai sumber tekanan psikologis, tetapi juga dapat menjadi dorongan untuk membangun relasi sosial, mengembangkan diri, dan merefleksikan penggunaan media sosial secara lebih bijaksana
.

DAFTAR PUSTAKA

Ajra, N. A., Bestari, N., & Tohar, A. A. (2025). Fear of Missing Out (FoMO) sebagai Prediktor Kecemasan Sosial Pada Remaja. *JURNAL PENDIDIKAN TAMBUSAI*, *9*(3), 32852–32858. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/32746

Febriantri, P., Ropik, A., & Hati, P. C. (2025). ANALISIS FENOMENA FEAR OF MISSING OUT (FOMO) DI MEDIA SOSIAL PADA GENERASI Z (STUDI TERHADAP MAHASISWA UIN RADEN FATAH PALEMBANG). *EduTIK: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, *5*(5), 1666–1674. https://calamus.id/index.php/edutik/article/download/130/135

Festinger, L. (1954). Human Relations. *Human Relations*, *7*(2), 117–140. https://doi.org/10.1177/001872675400700202

Gong, Z., Guo, Y., & Tan, J. (2025). Social media use and academic performance among college students: the chain mediating roles of social anxiety and fear of missing out and the

moderating effect of teacher-student relationship. *Frontiers*, *16*, 1–11. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1649890

Kusumaningrum, R. I., Seetyaningtyas, A. S., & Sijabat, R. (2026). Menghadapi Rasa Takut Tertinggal: Fenomena Fear Of Missing Out (Fomao) Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*, *3*(1), 1278–1281. https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jinu/article/view/8128/6931

Medellu, G. I. R., Nariswari, N. F., Rakhman, G. G. F., Gazadinda, R., Yudhistira, S., & Syahrial, P. D. (2025). Peer pressure and adolescent verbal aggression: Perspectives from religious and public schools. *SHS Web of Conferences*, *224*, 1–8. https://doi.org/https://doi.org/10.1051/shsconf/202522407002

Nindito, S. (2005). Fenomenologi Alfred Schutz : Studi tentang Konstruksi Makna dan Realitas dalam Ilmu Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *2*(1), 79–94. https://doi.org/https://doi.org/10.24002/jik.v2i1.254

Octavia, Y. (2025). Kontekstualisasi Pelayanan Pemuda Di Era Digital. *Proceeding National Conference of Christian Education and Theology*, *3*(1), 77–87. https://doi.org/10.46445/nccet.v3i1.1100

Purnami, K. M. S., Lasmawan, I. W., & Parmiti, D. P. (2026). Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) dan Upaya Pemulihan Kesehatan Mental Siswa SMK di Kabupaten Buleleng Melalui Pendekatan Konseling Mindfulness : Sebuah Studi Fenomenologis. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, *5*(3), 2369–2382. https://doi.org/https://doi.org/10.55681/sentri.v5i3.5465

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist*, *55*(1), 68–78. https://selfdeterminationtheory.org/SDT/documents/2000_RyanDeci_SDT.pdf

Whelan, E., Islam, A. K. . N., & Brooks, S. (2020). Applying the SOBC paradigm to explain how social media overload affects academic performance affects academic performance. *ELSEVIER*, *143*. hhttps://research.universityofgalway.ie/files/25803680/2020_C_E_Whelan_et_al_Social_Media_Overload.pdf

Yanzhuri, M., & Marsa, Y. J. (2025). TREN FOMO DAN TIKTOK DI KALANGAN MAHASISWA. *NUANSA: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Dan Keagamaan Islam*, *22*(1), 77–93. https://doi.org/https://doi.org/10.19105/nuansa.v22i1.19294

Zahira, N., & Nasution, M. I. P. (2025). PERBANDINGAN PERILAKU MANAJEMEN INFORMASI GENERASI Z DAN MILLENNIALS DI ERA DIGITAL. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, *2*(1), 51–59. https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jrme.v2i1.3261