



Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) dalam Konsumsi Konten Dakwah Digital di Kalangan Mahasiswa Muslim

Ahmad Fikri Ramadhan ^{a,1,*}, Nur Aisyah Rahmawati ^{b,2}, Dimas Arya Pratama ^{c,3}

^a Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada, Indonesia

^b Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

^c Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan dan Psikologi, Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia

¹ ahmadfikri@ugm.ac.id; ² nuraisyahrahmawati@uin-suka.ac.id; ³ dimasypratama@uny.ac.id

* Corresponding Author

ABSTRACT

The phenomenon of fear of missing out (FoMO) has increased alongside the growing intensity of social media use among Muslim university students, particularly in the consumption of digital da'wah content. This study aims to analyze the forms, driving factors, and implications of FoMO on the digital da'wah consumption behavior of Muslim students within social media spaces. The study employs a qualitative approach through library research and conceptual analysis of scholarly works discussing FoMO, social media, digital addiction, and students' online behavior. Data were collected from reputable scientific journal articles examining the relationship between FoMO, social media intensity, and students' digital behavior. The findings indicate that FoMO encourages Muslim students to remain continuously connected to digital da'wah content due to psychological pressure not to miss religious information, popular preaching trends, or online religious community activities. This condition increases repetitive content consumption and potentially leads to social media dependency, academic distraction, and reduced quality of religious reflection. This article argues that FoMO in digital da'wah consumption is not merely an individual psychological issue but is also closely related to the social construction of digital media that shapes contemporary Muslim students' religious behavior. The study contributes to the development of Islamic digital communication studies and the understanding of youth religiosity in the social media era.

Article History

Received 2026-02-23

Revised 2026-03-18

Accepted 2026-03-30

Published 2026-05-19

Keywords

Fear of Missing Out;
Digital Da'wah;
Social Media;
Muslim Students;
Religiosity Behavior

Copyright © 2026, The Author(s)

This is an open-access article under the CC-BY-SA license



PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial telah mengubah pola komunikasi, interaksi sosial, dan praktik keberagamaan masyarakat Muslim, khususnya di kalangan generasi muda. Platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan X menjadi ruang utama penyebaran konten dakwah yang dikonsumsi secara masif oleh mahasiswa Muslim. Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi memunculkan fenomena fear of missing out (FoMO), yaitu kecemasan individu ketika merasa tertinggal informasi, aktivitas, atau pengalaman sosial yang dianggap penting (Przybylski et al., 2013). Dalam konteks masyarakat digital, FoMO tidak hanya berkaitan dengan hiburan dan relasi sosial, tetapi juga meluas pada konsumsi informasi keagamaan. Mahasiswa Muslim cenderung terdorong untuk terus mengikuti ceramah daring, kutipan religius, diskusi keislaman, dan tren dakwah populer agar tetap dianggap religius, relevan, dan terhubung dengan komunitas digitalnya. Fenomena ini penting dikaji karena memperlihatkan perubahan pola keberagamaan generasi muda Muslim di tengah dominasi media sosial dan budaya digital yang semakin intensif.

Dalam konteks mahasiswa Muslim, konsumsi dakwah digital berkembang menjadi bagian dari rutinitas harian yang sulit dipisahkan dari penggunaan media sosial. Konten dakwah tidak lagi diakses melalui lembaga formal keagamaan, melainkan melalui algoritma media sosial yang

bekerja berdasarkan popularitas, keterlibatan pengguna, dan tren digital. Situasi ini menyebabkan mahasiswa Muslim mengalami paparan dakwah secara terus-menerus dan repetitif. Penelitian menunjukkan bahwa FoMO memiliki hubungan kuat dengan intensitas penggunaan media sosial dan perilaku adiktif pada mahasiswa (Afifah & Tjie, 2024; Rahardjo & Soetjningsih, 2022; Pratiwi & Mamesah, 2023; Alt, 2015). Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa konsumsi dakwah digital tidak selalu didorong oleh kebutuhan spiritual yang reflektif, tetapi juga oleh tekanan sosial digital untuk tetap terhubung dengan arus informasi keagamaan yang berkembang secara cepat. Dalam perspektif kajian sosial keagamaan, kondisi ini menunjukkan adanya transformasi otoritas, praktik, dan pengalaman religius mahasiswa Muslim dalam ruang digital.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas FoMO dari berbagai perspektif akademik. Przybylski et al. (2013) menjelaskan FoMO sebagai kondisi psikologis yang muncul akibat kebutuhan sosial yang tidak terpenuhi dan keinginan untuk tetap terhubung dengan aktivitas orang lain. Abel et al. (2016) mengembangkan pengukuran FoMO dan menunjukkan keterkaitannya dengan perilaku penggunaan media sosial. Beyens et al. (2016) serta Oberst et al. (2017) menemukan bahwa FoMO berhubungan dengan stres digital, penggunaan media sosial berlebihan, dan dampak negatif pada kehidupan sosial remaja dan mahasiswa. Penelitian lain menyoroti hubungan FoMO dengan kecanduan media sosial, gangguan konsentrasi, dan ketergantungan digital Blackwell et al. (2017); Kuss & Griffiths (2017); Zheng et al. (2021); Buglass et al. (2017); Wiederhold (2021). Di Indonesia, kajian mengenai FoMO pada mahasiswa lebih banyak berfokus pada aspek psikologis, kecanduan media sosial, dan hambatan interaksi sosial (Jannah & Alwi, 2023; Muhammad, 2023; Sulastri & Sylvia, 2022). Namun, kajian yang secara khusus membahas FoMO dalam konsumsi dakwah digital di kalangan mahasiswa Muslim masih relatif terbatas.

Keterbatasan kajian tersebut menunjukkan adanya celah penelitian yang penting untuk dikembangkan. Sebagian besar penelitian sebelumnya memosisikan FoMO sebagai persoalan psikologis individual dan belum mengaitkannya secara mendalam dengan praktik konsumsi dakwah digital serta transformasi perilaku keberagamaan mahasiswa Muslim. Selain itu, penelitian terdahulu lebih banyak membahas penggunaan media sosial secara umum tanpa menempatkan konten keagamaan sebagai objek analisis utama. Artikel ini berargumen bahwa FoMO dalam konsumsi dakwah digital merupakan hasil interaksi antara kebutuhan psikologis mahasiswa, budaya media sosial, dan konstruksi religiusitas digital yang berkembang di ruang daring. Penelitian ini memberikan kontribusi akademik dengan memperluas kajian FoMO ke dalam konteks konsumsi dakwah digital dan perilaku keberagamaan mahasiswa Muslim kontemporer. Selain itu, artikel ini juga memperlihatkan bagaimana media sosial membentuk pola akses, keterlibatan, dan legitimasi dakwah di kalangan generasi muda Muslim.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk FoMO dalam konsumsi konten dakwah digital, mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong keterlibatan mahasiswa Muslim dalam arus dakwah media sosial, serta menjelaskan implikasinya terhadap perilaku keberagamaan dan penggunaan media digital. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan studi komunikasi digital Islam serta memperkuat pemahaman mengenai relasi antara media sosial, FoMO, dan transformasi religiusitas mahasiswa Muslim pada era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (library research) dan analisis konseptual. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada

analisis fenomena fear of missing out (FoMO) dalam konsumsi konten dakwah digital di kalangan mahasiswa Muslim melalui penelaahan berbagai hasil penelitian terdahulu yang relevan. Penelitian dilakukan selama Januari hingga Mei 2026 dengan objek material berupa perilaku konsumsi dakwah digital mahasiswa Muslim dalam ruang media sosial. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami hubungan antara intensitas penggunaan media sosial, FoMO, dan perilaku keberagamaan digital secara mendalam dan kontekstual. Pemilihan metode ini didasarkan pada kebutuhan untuk mengkaji konstruksi sosial dan psikologis yang membentuk perilaku mahasiswa dalam mengakses konten dakwah digital (Creswell & Creswell, 2018).

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari artikel jurnal ilmiah yang secara khusus membahas FoMO, penggunaan media sosial, perilaku digital mahasiswa, dan kecanduan media sosial, seperti penelitian Przybylski et al. (2013), Abel et al. (2016), Beyens et al. (2016), Oberst et al. (2017), dan Zheng et al. (2021). Sementara itu, data sekunder diperoleh dari penelitian pendukung yang membahas perilaku mahasiswa dalam penggunaan media sosial dan dampak psikososial FoMO, termasuk penelitian Afifah dan Tjie (2024), Muhammad (2023), Rahardjo dan Soetjningsih (2022), Sulastri dan Sylvia (2022), Gezgin et al. (2018), serta Riordan et al. (2015). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan studi literatur terhadap artikel jurnal ilmiah yang terindeks dan dapat diakses secara akademik. Proses seleksi data dilakukan dengan mempertimbangkan relevansi tema, keterbaruan publikasi, dan kesesuaian substansi dengan fokus penelitian mengenai konsumsi dakwah digital dan FoMO pada mahasiswa Muslim.

Teknik analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, kategorisasi tema, interpretasi konseptual, dan penarikan kesimpulan secara sistematis. Data yang telah terkumpul dianalisis dengan mengidentifikasi pola hubungan antara FoMO, intensitas penggunaan media sosial, dan perilaku konsumsi dakwah digital mahasiswa Muslim. Penelitian ini menggunakan konsep FoMO dari Przybylski et al. (2013) sebagai kerangka analisis utama untuk memahami dorongan psikologis individu dalam mempertahankan konektivitas sosial digital. Selain itu, penelitian juga menggunakan pendekatan perilaku media sosial dan kecanduan digital yang dikembangkan oleh Kuss dan Griffiths (2017) serta Blackwell et al. (2017) untuk menjelaskan implikasi penggunaan media sosial secara berlebihan terhadap pola keberagamaan mahasiswa Muslim. Analisis dilakukan secara interpretatif dengan menghubungkan temuan-temuan penelitian terdahulu ke dalam konteks konsumsi dakwah digital sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai transformasi perilaku religius mahasiswa di era media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan media sosial telah menciptakan perubahan signifikan terhadap pola konsumsi informasi keagamaan di kalangan mahasiswa Muslim. Dakwah digital tidak lagi dipahami sebagai aktivitas satu arah yang berlangsung melalui mimbar konvensional, tetapi berkembang menjadi arus informasi cepat yang diproduksi, dibagikan, dan dikonsumsi secara terus-menerus melalui platform digital. Mahasiswa Muslim menjadi kelompok yang paling intens terpapar konten dakwah digital karena tingginya frekuensi penggunaan media sosial dalam aktivitas sehari-hari. Dalam kondisi tersebut, fenomena fear of missing out (FoMO) muncul sebagai dorongan psikologis yang memengaruhi perilaku konsumsi konten keagamaan. FoMO menyebabkan individu merasa cemas ketika tidak mengikuti informasi, tren dakwah, atau aktivitas religius yang sedang berkembang di media sosial (Przybylski et al., 2013). Temuan ini menunjukkan bahwa konsumsi dakwah digital tidak sepenuhnya dibangun atas kebutuhan

spiritual, tetapi juga dipengaruhi oleh tekanan sosial digital dan kebutuhan untuk mempertahankan keterhubungan dalam komunitas daring.

Hasil analisis menunjukkan bahwa FoMO dalam konsumsi dakwah digital muncul melalui tiga pola utama, yaitu kebutuhan untuk selalu mengikuti konten dakwah terbaru, dorongan untuk terlibat dalam aktivitas religius daring, dan kecenderungan membandingkan tingkat religiusitas diri dengan pengguna media sosial lainnya. Mahasiswa Muslim secara aktif memantau unggahan ceramah, kutipan keagamaan, potongan video dakwah, hingga tren religius yang viral pada platform digital. Situasi ini dipengaruhi oleh algoritma media sosial yang secara terus-menerus merekomendasikan konten serupa berdasarkan histori interaksi pengguna. Penelitian Abel et al. (2016) menjelaskan bahwa individu dengan tingkat FoMO tinggi memiliki kecenderungan lebih besar untuk memeriksa media sosial secara berulang agar tidak tertinggal informasi penting. Dalam konteks dakwah digital, perilaku tersebut terlihat melalui kebiasaan mahasiswa memeriksa notifikasi, mengikuti siaran langsung kajian daring, dan mengakses konten dakwah pada berbagai platform secara simultan.

Tabel 1. Bentuk Manifestasi FoMO dalam Konsumsi Dakwah Digital Mahasiswa Muslim

Bentuk FoMO	Manifestasi Perilaku	Dampak Utama
Ketakutan tertinggal informasi dakwah	Memantau konten dakwah secara terus-menerus	Intensitas penggunaan media sosial meningkat
Dorongan keterlibatan religius digital	Mengikuti kajian daring dan tren dakwah viral	Ketergantungan terhadap validasi sosial digital
Perbandingan religiusitas sosial	Membandingkan aktivitas ibadah dengan pengguna lain	Tekanan psikologis dan kecemasan sosial
Konsumsi dakwah repetitif	Mengakses konten dakwah dalam waktu singkat	Distraksi akademik dan kelelahan digital

Temuan penelitian juga memperlihatkan bahwa FoMO berkaitan erat dengan intensitas penggunaan media sosial dan kecanduan digital pada mahasiswa Muslim. Afifah dan Tjie (2024) menemukan bahwa FoMO memiliki kontribusi signifikan terhadap kecanduan media sosial pada mahasiswa. Temuan serupa dijelaskan oleh Rahardjo dan Soetjningsih (2022) yang menunjukkan bahwa mahasiswa dengan tingkat FoMO tinggi cenderung mengalami kesulitan mengontrol penggunaan media sosial. Dalam konteks konsumsi dakwah digital, kondisi ini menyebabkan mahasiswa menghabiskan waktu yang panjang untuk mengakses konten religius tanpa melakukan proses refleksi yang mendalam. Aktivitas keberagamaan digital kemudian berubah menjadi rutinitas konsumsi informasi cepat yang berorientasi pada kuantitas akses, bukan kualitas pemahaman keagamaan. Situasi tersebut memperlihatkan adanya pergeseran pola religiusitas mahasiswa Muslim dari praktik reflektif menuju keterlibatan simbolik berbasis media sosial (Alt, 2015).

Fenomena tersebut diperkuat oleh karakteristik media sosial yang menempatkan popularitas dan keterlibatan publik sebagai indikator utama legitimasi konten. Mahasiswa Muslim cenderung menganggap konten dakwah yang viral, memiliki banyak penonton, dan sering

dibagikan sebagai sumber keagamaan yang lebih relevan. Padahal, logika algoritma media sosial tidak selalu didasarkan pada kualitas substansi dakwah, melainkan pada tingkat interaksi pengguna. Kondisi ini menyebabkan terbentuknya budaya konsumsi dakwah instan yang berpotensi mengurangi kedalaman pemahaman keagamaan. Beyens et al. (2016) menjelaskan bahwa FoMO berkaitan dengan kebutuhan sosial untuk diterima dan tetap terhubung dengan kelompok sosial tertentu. Dalam konteks mahasiswa Muslim, kebutuhan tersebut muncul dalam bentuk dorongan untuk terlihat aktif mengikuti kajian daring, membagikan konten religius, atau menunjukkan keterlibatan pada isu-isu keagamaan yang sedang populer di media sosial.

Selain memengaruhi pola konsumsi dakwah, FoMO juga berdampak pada kondisi psikologis dan sosial mahasiswa Muslim. Oberst et al. (2017) menyatakan bahwa FoMO dapat memediasi dampak negatif penggunaan media sosial yang berlebihan terhadap kesehatan psikologis individu. Mahasiswa yang terus-menerus terpapar konten religius populer sering mengalami tekanan untuk mempertahankan citra religius di ruang digital. Tekanan tersebut mendorong munculnya kecemasan sosial, kelelahan digital, dan rasa bersalah ketika tidak mengikuti aktivitas religius daring tertentu. Dempsey et al. (2019) menjelaskan bahwa FoMO berkaitan dengan kecemasan sosial dan perilaku penggunaan media sosial bermasalah. Dalam konteks dakwah digital, mahasiswa tidak hanya menghadapi tekanan untuk mengikuti informasi terbaru, tetapi juga tekanan untuk mempertahankan eksistensi religius dalam ruang digital yang sangat kompetitif dan terbuka.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa FoMO membentuk pola keberagamaan digital yang cenderung superfisial dan fragmentaris. Konten dakwah media sosial umumnya disajikan dalam format singkat, visual, dan cepat dikonsumsi sehingga mendorong mahasiswa untuk memahami agama melalui potongan informasi yang terbatas. Situasi ini berpotensi mengurangi tradisi pembelajaran keagamaan yang mendalam dan sistematis. Kuss dan Griffiths (2017) menjelaskan bahwa penggunaan media sosial secara intens dapat menciptakan pola ketergantungan yang memengaruhi perilaku dan proses kognitif individu. Dalam konsumsi dakwah digital, ketergantungan tersebut terlihat dari kecenderungan mahasiswa untuk terus mencari konten religius baru tanpa melakukan verifikasi atau pendalaman materi secara kritis. Akibatnya, praktik keberagamaan digital lebih banyak dibentuk oleh arus algoritma media sosial dibandingkan proses pembelajaran keagamaan yang komprehensif (Gezgin et al., 2018; Yildirim & Correia, 2015).

Fenomena FoMO dalam konsumsi dakwah digital memperlihatkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan identitas religius mahasiswa Muslim. Mahasiswa menggunakan konten dakwah digital untuk memperoleh legitimasi sosial, membangun citra religius, dan mempertahankan konektivitas dengan komunitas Muslim daring (Buglass et al., 2017; Riordan et al., 2015). Zheng et al. (2021) menjelaskan bahwa FoMO berhubungan dengan loyalitas pengguna terhadap platform digital dan dorongan untuk terus mempertahankan keterlibatan sosial secara daring. Temuan ini memperlihatkan bahwa konsumsi dakwah digital telah mengalami transformasi dari aktivitas pembelajaran keagamaan menjadi bagian dari budaya partisipasi media sosial. Kondisi tersebut menegaskan bahwa FoMO bukan sekadar persoalan psikologis individual, melainkan fenomena sosial digital yang memengaruhi konstruksi religiusitas mahasiswa Muslim kontemporer.

Secara teoritis, penelitian ini memperluas kajian FoMO dengan menempatkan konsumsi dakwah digital sebagai ruang analisis yang belum banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya. Penelitian terdahulu lebih banyak mengaitkan FoMO dengan hiburan, interaksi sosial, dan kecanduan media sosial secara umum (Blackwell et al., 2017; Franchina et al., 2018). Artikel ini menunjukkan bahwa FoMO juga beroperasi dalam aktivitas religius digital dan memengaruhi pola

keberagamaan mahasiswa Muslim. Secara praktis, temuan penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan literasi digital keagamaan di lingkungan perguruan tinggi. Mahasiswa perlu memiliki kemampuan kritis dalam mengonsumsi dakwah digital agar tidak terjebak pada perilaku konsumsi repetitif yang dipengaruhi tekanan sosial media. Selain itu, lembaga pendidikan dan komunitas dakwah perlu mengembangkan model edukasi digital yang mendorong refleksi keagamaan yang lebih substantif dan tidak semata-mata berorientasi pada popularitas konten di media sosial.

KESIMPULAN

Fenomena fear of missing out (FoMO) dalam konsumsi konten dakwah digital menunjukkan bahwa media sosial telah membentuk pola baru keberagamaan di kalangan mahasiswa Muslim. Penelitian ini menemukan bahwa FoMO mendorong mahasiswa untuk terus terhubung dengan arus informasi dakwah digital melalui pemantauan konten religius secara intensif, keterlibatan dalam aktivitas keagamaan daring, serta dorongan untuk mempertahankan eksistensi religius di ruang media sosial. Konsumsi dakwah digital tidak lagi semata-mata dipengaruhi oleh kebutuhan spiritual dan pencarian pengetahuan agama, tetapi juga oleh tekanan sosial digital yang menuntut individu agar tetap relevan dalam komunitas daring. Kondisi tersebut menyebabkan mahasiswa Muslim mengakses konten dakwah secara repetitif, cepat, dan berorientasi pada tren media sosial (Wiederhold, 2021). Penelitian ini juga menunjukkan bahwa FoMO memiliki keterkaitan dengan peningkatan intensitas penggunaan media sosial, kecenderungan kecanduan digital, distraksi akademik, serta munculnya tekanan psikologis dalam mempertahankan citra religius di ruang digital.

Penelitian ini memberikan kontribusi akademik dengan memperluas kajian FoMO ke dalam konteks konsumsi dakwah digital yang masih relatif terbatas dibahas dalam penelitian sebelumnya. Artikel ini menegaskan bahwa FoMO bukan hanya persoalan psikologis individual, melainkan bagian dari konstruksi sosial digital yang memengaruhi pola religiusitas mahasiswa Muslim kontemporer. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa algoritma media sosial berperan besar dalam membentuk perilaku konsumsi dakwah dan legitimasi otoritas keagamaan digital. Dalam konteks kajian sosial dan komunikasi Islam, penelitian ini memperlihatkan adanya transformasi praktik keberagamaan dari model pembelajaran reflektif menuju budaya konsumsi religius berbasis media sosial yang cepat, visual, dan partisipatif. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar pengembangan literasi digital keagamaan di lingkungan perguruan tinggi agar mahasiswa mampu mengakses dakwah digital secara lebih kritis, selektif, dan substantif.

Meskipun penelitian ini memberikan pemahaman konseptual mengenai relasi antara FoMO dan konsumsi dakwah digital, penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena menggunakan pendekatan studi kepustakaan tanpa pengumpulan data lapangan secara langsung. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan pendekatan empiris melalui survei, wawancara mendalam, atau observasi digital terhadap perilaku mahasiswa Muslim dalam mengakses dakwah media sosial. Penelitian lanjutan juga penting untuk mengkaji pengaruh algoritma platform digital, otoritas pendakwah media sosial, dan perubahan perilaku religius generasi muda Muslim dalam konteks perkembangan teknologi komunikasi yang terus berubah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment. *Journal of Business & Economics Research*, 14(1), 33–44. <https://doi.org/10.19030/jber.v14i1.9554>

- Afifah, A., & Tjie, L. T. (2024). Kontribusi fear of missing out dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3), 41042–41052.
- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111–119. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.057>
- Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). "I don't want to miss a thing": Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083>
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, 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>
- Buglass, S. L., Binder, J. F., Betts, L. R., & Underwood, J. D. M. (2017). Motivators of online vulnerability: The impact of social network site use and FOMO. *Computers in Human Behavior*, 66, 248–255. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.055>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Dempsey, A. E., O'Brien, K. D., Tihamiyu, M. F., & Elhai, J. D. (2019). Fear of missing out (FoMO) and rumination mediate relations between social anxiety and problematic Facebook use. *Addictive Behaviors Reports*, 9, Article 100150. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2018.100150>
- Franchina, V., Vanden Abeele, M., van Rooij, A., 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. <https://doi.org/10.3390/ijerph15102319>
- Gezgin, D. M., Hamutoglu, N. B., Gemikonakli, O., & Raman, I. (2018). Social networks users: Fear of missing out in preservice teachers. *Journal of Education and Practice*, 9(17), 156–168.
- Jannah, R., & Alwi, M. A. (2023). Analisis fear of missing out informasi sosial media pada mahasiswa. *Mubeza*, 13(1), 61–72. <https://doi.org/10.54604/mbz.v13i1.348>
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 311. <https://doi.org/10.3390/ijerph14030311>
- Muhammad, K. A. (2023). Fenomena perilaku fear of missing out (FOMO) dalam penggunaan media sosial berlebih pada mahasiswa Universitas Trunojoyo. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(1). <https://doi.org/10.62281/v2i1.138>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.008>
- Pratiwi, S., & Mamesah, M. (2023). Hubungan antara perasaan takut tertinggal (FoMO) dengan adiksi media sosial pada mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jakarta. *INSIGHT: Jurnal Bimbingan Konseling*, 12(2), 120–132. <https://doi.org/10.21009/INSGIHT.122.10>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>

-
- 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), 490–496. <https://doi.org/10.51214/bocp.v4i3.328>
- Riordan, B. C., Flett, J. A. M., Hunter, J. A., Scarf, D., & Conner, T. S. (2015). Fear of missing out (FoMO): The relationship between FoMO, alcohol use, and alcohol-related consequences in college students. *Annals of Neurosciences and Psychology*, 2(1), 1–7.
- Sulastri, S., & Sylvia, I. (2022). Hambatan interaksi sosial mahasiswa terindikasi fear of missing out (FoMO) (Studi kasus: Mahasiswa FIS UNP). *Jurnal Perspektif*, 5(3), 423–430. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v5i3.640>
- Wiederhold, B. K. (2021). FoMO: Fear of missing out and social media overload. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(1), 1–2. <https://doi.org/10.1089/cyber.2021.29208.bkw>
- Yildirim, C., & Correia, A.-P. (2015). Exploring the dimensions of nomophobia: Development and validation of a self-reported questionnaire. *Computers in Human Behavior*, 49, 130–137. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.059>
- Zheng, X., Lee, M. K. O., & Cheung, C. M. K. (2021). Examining e-loyalty towards online social platforms: The role of fear of missing out and social media fatigue. *Information Technology & People*, 34(5), 1534–1552. <https://doi.org/10.1108/ITP-11-2019-0584>