



## ***Fear of Missing Out* sebagai Prediktor *Self-Esteem* pada Dewasa Awal yang Belum Memiliki Pasangan**

<b><u>INFO PENULIS</u></b>	<b><u>INFO ARTIKEL</u></b>
Richard Febrian Budiono Universitas Tarumanagara <a href="mailto:febrian.richard@gmail.com">febrian.richard@gmail.com</a>  Debora Basaria Universitas Tarumanagara <a href="mailto:deborab@fpsi.untar.ac.id">deborab@fpsi.untar.ac.id</a>	ISSN: 2808-1307 Vol. 5, No. 3, Desember 2025 <a href="https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh">https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh</a>

© 2025 Arden Jaya Publisher All rights reserved

### **Saran Penulisan Referensi:**

Budiono, R. F. & Basaria, D. (2025). Fear of Missing Out sebagai Prediktor Self-Esteem pada Dewasa Awal yang Belum Memiliki Pasangan. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(3),4487-4492.

### **Abstrak**

Penggunaan media sosial yang semakin intens pada dewasa awal sering dikaitkan dengan munculnya *fear of missing out* (FoMO), terutama ketika individu terpapar pengalaman sosial dan relasi romantis orang lain. FoMO dipahami sebagai kecemasan atau ketakutan tertinggal dari pengalaman yang dianggap bermakna, dan kerap diasumsikan berkaitan dengan penilaian individu terhadap dirinya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh FoMO terhadap *self-esteem* pada dewasa awal yang belum memiliki pasangan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif non-eksperimental dengan desain korelasional. Partisipan berjumlah 201 dewasa awal pengguna aktif media sosial yang belum memiliki pasangan, kemudian dilakukan proses penyaringan data sehingga diperoleh 129 data yang memenuhi kriteria analisis. Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan *Fear of Missing Out Scale* (FoMOS) dan *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES). Berdasarkan hasil uji normalitas residual, data memenuhi asumsi normalitas sehingga analisis hubungan antarvariabel dilakukan menggunakan korelasi Pearson dan dilanjutkan dengan regresi linear sederhana untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa hubungan antara FoMO dan *self-esteem* bersifat negatif namun sangat lemah dan tidak signifikan ( $r = -0.021$ ;  $p = 0.814$ ). Uji regresi linear sederhana juga menunjukkan bahwa FoMO tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *self-esteem* ( $F = 0.056$ ;  $p = 0.814$ ), dengan kontribusi yang sangat kecil terhadap variasi *self-esteem* ( $R^2 = 0.003$ ). Temuan ini mengindikasikan bahwa FoMO bukan merupakan prediktor yang bermakna bagi *self-esteem* pada dewasa awal yang belum memiliki pasangan. *Self-esteem* pada kelompok ini cenderung dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar FoMO.

**Kata kunci:** *fear of missing out*, *self-esteem*, media sosial, dewasa awal

### Abstract

Intensive of social media usage among young emerging adulthood is often associated with the emergence of fear of missing out (FoMO), particularly when individuals are exposed to others' social and romantic experiences. FoMO is understood as anxiety or fear of being left out of experiences perceived as meaningful and is frequently assumed to be related to individuals' self-evaluations. This study aimed to examine the effect of FoMO on self-esteem among young adults who do not have a romantic partner. The study employed a quantitative non-experimental approach with a correlational design. A total of 201 young adult social media users without romantic partners participated in the study; after data screening, 129 responses met the criteria for analysis. Data were collected online using the Fear of Missing Out Scale (FoMOS) and the Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES). Based on the residual normality test, the data met the assumption of normal distribution. Therefore, Pearson correlation analysis was conducted, followed by simple linear regression to test the research hypothesis. The results indicated that the relationship between FoMO and self-esteem was negative, very weak, and not statistically significant ( $r = -0.021$ ;  $p = 0.814$ ). The simple linear regression analysis also showed that FoMO did not have a significant effect on self-esteem ( $F = 0.056$ ;  $p = 0.814$ ), with a very small contribution to the variance in self-esteem ( $R^2 = 0.003$ ). These findings suggest that FoMO is not a meaningful predictor of self-esteem among young adults who do not have a romantic partner. Self-esteem in this group is more likely influenced by factors other than FoMO.

**Keywords:** fear of missing out, self-esteem, social media, emerging adulthood

### A. Pendahuluan

Media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat di era digital, khususnya pada kelompok dewasa awal. Era digital ditandai oleh percepatan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang membawa perubahan pada gaya hidup, pola kerja, hingga cara individu berinteraksi secara sosial (Abas & Pambudhi, 2023 dalam Fitri et al., 2024). Seiring pertumbuhan platform seperti *Instagram*, *TikTok*, *Facebook*, dan *YouTube*, media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang ekspresi diri dan pembentukan citra personal. Jangkauan media sosial yang luas juga menyentuh banyak aspek kehidupan, mulai dari pendidikan, gaya hidup, ekonomi, kesehatan, hingga relasi sosial (Mandas & Silfiah, 2022). Data *We Are Social* menunjukkan sekitar 167 juta penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial pada Januari 2023 atau setara 60,4% populasi (Auliya et al., 2023). Survei APJII 2022–2023 juga mencatat peningkatan pengguna internet di Indonesia, dengan kelompok usia 19–34 tahun sebagai pengguna terbesar kedua (97,19%) dan rata-rata durasi akses media sosial berada pada kisaran 1–5 jam per hari (Maghfiroh et al., 2023; Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024). Temuan ini memperlihatkan bahwa dewasa awal merupakan kelompok yang sangat intens bermedia sosial dan berisiko tinggi mengalami dampak psikologis dari paparan konten daring.

Intensitas penggunaan media sosial pada dewasa awal tidak hanya memengaruhi pola komunikasi, tetapi juga membentuk standar dan harapan terhadap kehidupan pribadi, termasuk relasi romantis. Media sosial memberikan ruang bagi dewasa awal untuk memperluas jaringan sosial dan menampilkan identitas diri (Afrilia et al., 2025), sekaligus memperkuat personal branding melalui validasi digital seperti likes, komentar, atau reshare (Manik & Supriandi, 2023). Paparan konten bertema romantis, seperti unggahan pasangan yang memperlihatkan kedekatan atau pengalaman bersama, mudah menjadi tolok ukur kebahagiaan sosial di ruang digital. Dalam situasi tersebut, individu yang belum memiliki pasangan dapat merasa tertinggal, kurang lengkap, atau tidak seberuntung orang lain. Pengalaman ini selaras dengan fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO), yaitu kecemasan ketika individu merasa kehilangan atau tertinggal dari pengalaman sosial berharga yang dialami orang lain (Przybylski et al., 2013). Kelompok yang paling rentan mengalami FoMO adalah remaja dan dewasa awal, salah satunya karena tingginya keterlibatan media sosial pada usia tersebut (Kusumo R., 2021 dalam Amalia & Sumaryanti, 2022; Ruyandy & Kartasasmita, 2021 dalam Amalia & Sumaryanti, 2022). FoMO muncul karena individu terus-menerus melihat momen kebersamaan, pencapaian,

atau ekspresi kebahagiaan orang lain sehingga membentuk perasaan tertinggal dan ketidakpuasan terhadap diri (Kuen & Kuen, 2020; Harahap & Adeni, 2020; Adiwijaya & Arianto, 2023).

Dampak FoMO yang dialami individu berpotensi berkaitan dengan *self-esteem*, terutama ketika penggunaan media sosial mendorong perbandingan sosial secara intens. *Self-esteem* dipahami sebagai evaluasi individu terhadap dirinya sendiri yang mencerminkan penerimaan atau penolakan diri (Mruk, 2006 dalam Fitra et al., 2021), di mana individu dengan *self-esteem* tinggi cenderung memandang dirinya secara positif, sedangkan individu dengan *self-esteem* rendah cenderung mengevaluasi dirinya secara negatif (Baron & Byrne, 2003 dalam Baun & Rahayu, 2023). *Self-esteem* juga dianggap berkaitan dengan cara individu menggunakan media sosial, termasuk kerentanan terhadap validasi sosial daring (Umam & Rengganis, 2021). Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang belum konsisten mengenai relasi FoMO dan *self-esteem*. Isnengah, Nuryani, dan Lindasari (2024) menemukan hubungan signifikan yang diinterpretasikan berarah negatif antara FoMO dan *self-esteem* pada *emerging adulthood*, sedangkan Urifan dan Pravesti (2025) melaporkan hubungan positif dan signifikan. Perbedaan arah temuan ini menunjukkan bahwa hubungan FoMO dan *self-esteem* masih bersifat kontradiktif dan perlu diuji kembali pada konteks yang lebih spesifik.

Konteks tersebut menjadi penting ketika dikaitkan dengan tugas perkembangan dewasa awal. Dewasa awal merupakan masa transisi dari remaja menuju dewasa, dengan rentang usia sekitar 20–40 tahun (Papalia, Old, & Feldman, 2008 dalam Pratiwi et al., 2022). Pada fase ini individu memasuki tahap *intimacy versus isolation*, yaitu kebutuhan membangun hubungan intim dan berkomitmen sebagai tugas perkembangan utama (Papalia, Old, & Feldman, 2009 dalam Damayanti & Cahya, 2020; Marpaung & Rozali, 2021). Ketika kebutuhan intimasi belum terpenuhi, individu dapat lebih sensitif pada paparan konten romantis di media sosial, sehingga FoMO diperkirakan meningkat dan berisiko mengganggu *self-esteem*. Namun, penelitian yang secara khusus menelaah pengaruh FoMO terhadap *self-esteem* pada dewasa awal yang belum memiliki pasangan masih terbatas, padahal kelompok ini memiliki tantangan perkembangan yang khas. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara *Fear of Missing out* (FoMO) dengan *self-esteem* pada dewasa awal yang belum memiliki pasangan.

## B. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif non-eksperimental dengan desain korelasional. Partisipan penelitian merupakan individu dewasa awal berusia 20–26 tahun, berstatus lajang, serta aktif menggunakan media sosial. Pemilihan partisipan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, mengingat penelitian ini memerlukan responden dengan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Pengumpulan data dilakukan secara daring melalui platform *Google Form*. Pada bagian awal kuesioner, partisipan diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian dan *informed consent* sebagai bentuk persetujuan partisipasi secara sukarela. Kuesioner juga memuat pertanyaan demografis yang mencakup usia, jenis kelamin, status pendidikan/pekerjaan, serta pola penggunaan media sosial.

*Fear of Missing Out* (FoMO) diukur menggunakan *Fear of Missing Out Scale* (FoMOS) yang dikembangkan oleh Zhang et al. (2020) dalam versi finalnya. Skala ini terdiri dari 9 butir pernyataan yang merepresentasikan dua dimensi utama, yaitu personal FoMO (5 butir) dan social FoMO (4 butir). Skala ini menggunakan format respons Likert tujuh poin, dengan skor yang lebih tinggi menunjukkan tingkat FoMO yang lebih besar. *Self-esteem* diukur menggunakan *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES) yang bersifat unidimensional dan terdiri dari 10 butir pernyataan dengan skala Likert empat poin, di mana skor yang lebih tinggi mencerminkan evaluasi diri yang lebih positif.

Dari total 201 respons awal yang terkumpul, peneliti melakukan proses penyaringan data berdasarkan kelengkapan jawaban dan kesesuaian dengan kriteria partisipan, sehingga diperoleh 129 data yang dinyatakan layak untuk dianalisis. Seluruh data yang memenuhi kriteria kemudian dikodekan dan dianalisis menggunakan perangkat lunak IBM SPSS. Analisis data diawali dengan statistik deskriptif dan uji reliabilitas instrumen, kemudian dilanjutkan dengan pengujian asumsi regresi, termasuk uji normalitas residual dan linearitas hubungan antarvariabel.

Berdasarkan hasil uji normalitas residual yang menunjukkan bahwa data memenuhi asumsi normalitas, analisis hubungan antara FoMO dan *self-esteem* dilakukan menggunakan korelasi *Pearson*. Selanjutnya, pengujian hipotesis utama dilakukan melalui analisis regresi

linear sederhana dengan FoMO sebagai variabel prediktor dan *self-esteem* sebagai variabel terikat.

### C. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengolahan data terhadap 129 partisipan dewasa awal berusia 20–26 tahun yang belum memiliki pasangan, penelitian ini memberikan gambaran mengenai karakteristik responden serta hubungan antara *Fear of Missing Out* (FoMO) dan *self-esteem*. Secara demografis, partisipan didominasi oleh perempuan (65,1%) dibandingkan laki-laki (34,9%). Rata-rata usia partisipan berada pada 21,57 tahun ( $SD = 1,351$ ), dengan mayoritas berada pada usia 21 dan 22 tahun. Sebagian besar partisipan berstatus mahasiswa, sementara sisanya merupakan karyawan dan wiraswasta. Dari sisi penggunaan media sosial, mayoritas responden tergolong pengguna aktif dengan durasi lebih dari empat jam per hari, serta paling sering menggunakan platform *Instagram* dan *TikTok*. Karakteristik ini menunjukkan bahwa sampel penelitian merupakan kelompok dewasa awal lajang yang memiliki intensitas paparan media sosial cukup tinggi, sehingga relevan untuk mengkaji dinamika FoMO dan *self-esteem*.

Sebelum pengujian hipotesis utama, dilakukan serangkaian uji asumsi regresi. Hasil uji normalitas residual menunjukkan bahwa data memenuhi asumsi normalitas, sehingga analisis hubungan antarvariabel dilakukan menggunakan korelasi *Pearson*. Uji linearitas juga menunjukkan bahwa hubungan antara FoMO dan *self-esteem* bersifat linear, sementara pengujian multikolinearitas dan heterokedastisitas tidak menunjukkan adanya pelanggaran asumsi. Dengan demikian, data dinilai layak untuk dianalisis lebih lanjut menggunakan regresi linear sederhana.

Hasil analisis utama menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan *self-esteem* pada dewasa awal yang belum memiliki pasangan. Korelasi *Pearson* menghasilkan koefisien yang sangat lemah dengan arah negatif ( $r = -0.021$ ;  $p = 0.814$ ), yang mengindikasikan bahwa peningkatan FoMO cenderung diikuti oleh penurunan *self-esteem*, namun hubungan tersebut tidak bermakna secara statistik. Temuan ini diperkuat oleh hasil regresi linear sederhana yang menunjukkan bahwa model regresi tidak signifikan ( $F = 0.056$ ;  $p = 0.814$ ), dengan kontribusi FoMO yang sangat kecil dalam menjelaskan variasi *self-esteem* ( $R^2 = 0.003$ ). Dengan demikian, FoMO tidak dapat diposisikan sebagai prediktor yang bermakna bagi *self-esteem* pada konteks sampel penelitian ini.

Secara teoretis, hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun FoMO merupakan fenomena yang umum dialami oleh pengguna media sosial aktif, intensitas FoMO tidak secara langsung berkaitan dengan evaluasi diri global pada dewasa awal lajang. Temuan ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang menempatkan *self-esteem* sebagai faktor yang lebih stabil dan tidak mudah dipengaruhi oleh pengalaman sosial daring yang bersifat situasional. Penelitian Isnengah, Nuryani, dan Lindasari (2024), misalnya, menemukan hubungan negatif antara *self-esteem* dan FoMO, yang menunjukkan bahwa individu dengan *self-esteem* lebih tinggi cenderung mengalami FoMO yang lebih rendah. Pola ini menguatkan interpretasi bahwa FoMO lebih mungkin muncul sebagai konsekuensi dari evaluasi diri yang telah terbentuk sebelumnya, bukan sebagai penyebab langsung perubahan *self-esteem*.

Sebaliknya, hasil penelitian ini tidak mendukung temuan studi yang melaporkan hubungan positif antara FoMO dan *self-esteem*, seperti yang ditemukan pada kelompok remaja atau Generasi Z dalam konteks yang lebih umum. Perbedaan hasil ini dapat dijelaskan melalui karakteristik sampel penelitian. Dewasa awal yang belum memiliki pasangan berada pada fase perkembangan yang ditandai oleh fokus pada pencapaian akademik, transisi karier, serta penguatan identitas personal. Dalam konteks ini, paparan konten romantis di media sosial memang dapat memicu FoMO, namun pengalaman tersebut tidak cukup kuat untuk menggeser penilaian diri secara menyeluruh. *Self-esteem* pada kelompok ini kemungkinan lebih ditopang oleh sumber-sumber lain di luar media sosial, seperti relasi pertemanan, dukungan keluarga, serta keberhasilan personal.

Analisis tambahan juga menunjukkan bahwa kelompok dengan durasi penggunaan media sosial 1–3 jam per hari justru memiliki skor FoMO yang relatif lebih tinggi dibandingkan kelompok dengan durasi penggunaan yang lebih lama. Pola ini mengisyaratkan bahwa FoMO tidak semata-mata ditentukan oleh lamanya waktu penggunaan media sosial, melainkan lebih dipengaruhi oleh kualitas paparan, jenis konten, serta kecenderungan perbandingan sosial. Namun demikian, variasi FoMO tersebut tetap tidak diikuti oleh perbedaan *self-esteem* yang berarti. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa FoMO bukan faktor utama yang menjelaskan variasi *self-esteem* pada dewasa awal yang belum memiliki pasangan, serta

memperkuat pentingnya mempertimbangkan variabel psikologis lain dalam memahami dinamika *self-esteem* di era media sosial.

#### D. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *self-esteem* pada dewasa awal berusia 20–26 tahun yang belum memiliki pasangan. Hubungan antara kedua variabel bersifat negatif namun sangat lemah dan tidak bermakna secara statistik ( $r = -0,021$ ;  $p = 0,814$ ). Hasil ini diperkuat oleh analisis regresi linear sederhana yang menunjukkan model regresi tidak signifikan ( $F = 0,056$ ;  $p = 0,814$ ) dengan kontribusi FoMO yang sangat kecil terhadap variasi *self-esteem* ( $R^2 = 0,003$ ). Dengan demikian, perubahan *self-esteem* pada partisipan hampir tidak dapat dijelaskan oleh tingkat FoMO yang mereka alami.

Secara deskriptif, partisipan penelitian didominasi oleh perempuan dan mayoritas berstatus mahasiswa dengan intensitas penggunaan media sosial yang tinggi, terutama pada platform *Instagram* dan *TikTok*. Berdasarkan hasil kategorisasi, tingkat FoMO partisipan secara umum berada pada kategori sedang, sedangkan *self-esteem* berada pada kategori tinggi. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun FoMO hadir dalam pengalaman bermedia sosial dewasa awal lajang, intensitas FoMO tersebut tidak cukup kuat untuk memengaruhi evaluasi diri secara global. Oleh karena itu, *self-esteem* pada kelompok ini kemungkinan lebih banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar FoMO, seperti pencapaian akademik, relasi sosial non-romantis, dukungan lingkungan, serta kematangan psikologis individu.

#### E. Referensi

- Adiwijaya, M., & Arianto, I. D. (2023). Curhat anonimitas di media sosial melalui akun menfess twitter @S oleh remaja awal Surabaya. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(2), 7053-7065. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/1183>
- Afrilia, D., Nasution, F., Lase, P. N., Zatayumni, S. I., Muniroh, Z. Z., & Rizekuna, (2025). Pengaruh media sosial terhadap harga diri individu dewasa awal. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 87-93. <https://jurnal.permapendis-sumut.org/index.php/edusociety/article/view/691/569>
- Amalia, A. & Sumaryanti, I. U. (2022). Pengaruh self-esteem terhadap fear of missing out pada emerging adulthood pengguna instagram. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(2). 252-260. <https://doi.org/10.29313/bcps.v2i3.2972>
- Auliya, A.A., Yahya, A. B., & Hurryos, F. K. (2023). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku remaja di Indonesia. *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa*, 1(1). <https://ejournal.stipram.ac.id/index.php/IHNB/article/view/297/210>
- Baun, I. V. P., & Rahayu, M. N. M. (2023). Hubungan social comparison dengan self-esteem dewasa awal di Kota Kupang yang mengakses media sosial. *Psikodidaktika: Jurnal Ilmu Pendidikan, Psikologi, Bimbingan dan Konseling*, 8(1), 377-394. <https://doi.org/10.32663/psikodidaktika.v8i1.3545>
- Damayanti, E. L., & Cahya, E. (2020). Hubungan antara konsep diri dengan kecemasan memperoleh pasangan hidup pada wanita dewasa awal. *Jurnal Keperawatan dan Kebidanan*, 3(1), 67-75. <https://nersmid.unmerbaya.ac.id/index.php/nersmid/article/view/72/28>
- Fitra, N. A., Rahayu Z, S. P., Desmita & Irman. (2021). Hubungan self-esteem dan body image remaja putri di lembaga kesejahteraan sosial anak (LKSA). *Istinarah: Riset Keagamaan, Sosial dan Budaya*, 3(2), 84-93.
- Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandy, G. A. (2024). Pengaruh self-eseteem terhadap fear of missing out (FoMO) pada generasi z pengguna media sosial. *Jurnal psikologi*, 1(4), 1-21. <https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2823>
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren penggunaan media sosial selama pandemi di Indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 7(2), 13-23.
- Isneniah, D., Nuryani, R., & Lindasari, S. W. (2024). Self-esteem and fear of missing out (FoMO) in emerging adulthood: Correlational study. *Holistik Jurnal Kesehatan*, 18(2). <https://repository.unar.ac.id/jspui/bitstream/123456789/10895/1/10.+264.+online.pdf>
- Kuen, M. M., & Kuen, F. A. (2020). Eksistensi braggadocian behavior pada media sosial tiktok (Studi fenomenologi pada remaja di Kota Makassar). *Jurnal Ilmiah Pranata Edu*, 2(2), 1-10. <https://jurnal.uit.ac.id/JPE/article/view/1052/768>

- Maghfiroh, F. S., Hidayah, L., Masajida, N. T. M., Zahroh, Z. Z. Z., Katmawanti, S., Kurniawati, E. D., & Rachmawati, W. C. (2023). Dampak fear of missing out (FoMO) pada mahasiswa ilmu kesehatan masyarakat fakultas ilmu keolahragaan. *In Prosiding Seminar Kesehatan Nasional Saxophone*. <https://conference.um.ac.id/index.php/sexophone/article/view/8046>
- Mandas, A. L., & Silfiah, K. (2022). Social self-esteem dan fear of missing out pada generasi z pengguna media sosial. *Jurnal Sinestesia*, 12(1), 19-27. <https://sinestesia.pustaka.my.id/journal/article/view/78>
- Manik, Z., & Supriandi, M. (2023). Peran media sosial dalam pengembangan karir. *Jurnal Pendidikan*.
- Marpaung, Y. A. N., & Rozali, Y. A. (2021). Pengaruh self-esteem terhadap romantic jealousy pada individu dewasa awal. *JCA Psikologi (JCA of Psychology)*, 2(3), 274-282. <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jpsy/article/view/171/173>
- Pratiwi, C., Ratnaningtyas, A., & Adhandayani, A. (2022). Keputusan pembelian produk fashion secara online ditinjau dari motivasi emosional konsumen dewasa awal. *Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi*, 20(2). <https://jpsikologi.esaunggul.ac.id/index.php/PSI/article/view/281>
- 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://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563213000800>
- Umam, N., & Rengganis, D. R. P. (2021). Harga diri, neurotisme, & kecanduan internet sebagai prediktor fear of missing out pada mahasiswa. *In Prosiding Seminar Nasional 2021 Fakultas Psikologi UMBY: Mempersiapkan Generasi Digital yang Berwatak Sociopreneur: Kreatif, Inisiatif, dan Peduli di Era Society 5.0 (pp. 55-69)*.
- Urifan, M. F., & Pravesti, C. A. (2025). Hubungan antara self-esteem dengan fear of missing out (FoMO) siswa SMA. *G-Couns: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 9(2), 1236-1246. <https://journal.upy.ac.id/index.php/bk/article/view/6265/4307>