

DAFTAR PUSTAKA

- Arif Rachman, Yochanan, Andi Ilham Samanlangi, H. P. (2024). Dan R & D. In *CV Saba Jaya Publishr*.
- Cahyani, R. O., & Pangestuti, R. (2023). Fear of Missing Out (FoMO) dengan Social Comparison pada Mahasiswa Pengguna Instagram. *Psikoislamika: Jurnal Psikologi Dan Psikologi Islam*, 20(1), 567–578. <https://doi.org/10.18860/psikoislamika.v20i1.20567>
- Dina Sonia. (2024). *PENGARUH TERPAAN KONTEN INSTAGRAM @komunikasiunila TERHADAP REDUKSI FEAR OF MISSING OUT (FOMO) DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS PADA MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS LAMPUNG*. 2, 306–312.
- Dr. Geofakta Razali. (2022). *ILMU KOMUNIKASI DAN INFOMASI & TRANSAKSI ELEKRONIK*.
- Fatmawati, dkk. (2020). Pengaruh Intensitas Menonton Program Siaran Mata Najwa Terhadap Pengembangan Wawasan Mahasiswa Ilmu Politik Uin Alauddin Makassar. *Jurnal Washiyah*, 1(3), 517–533.
- Hartina, R Awalia, H Irianti, N. A. (2022). Komunikasi Dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, (December).
- Hilvert-Bruce, Z., Neill, J. T., Sjöblom, M., & Hamari, J. (2018). Social motivations of live-streaming viewer engagement on Twitch. *Computers in Human Behavior*, 84, 58–67. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.02.013>
- JWT Intelligence. (2012). *FOMO: The Fear of Missing Out (March 2012 Update)*. SlideShare. <https://www.slideshare.net/slideshow/the-fear-of-missing-out-fomo-march-2012-update/12036715>
- Kamalia, D., Djajadinata, M., Gunawan, F. H., & Gunadi, W. (2023). *The Role of Hedonic Motivation and FOMO on the Impulsivity of e- Commerce Users during COVID-19 Pandemics in Indonesia*. 4464–4475. <https://doi.org/10.46254/an12.20220851>
- Kerlinger, F. N. (2006). *Asas-Asas Penelitian Behavioral (Terjemahan)*. Gadjah Mada University Press.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New media: a critical introduction*. 446. <http://books.google.com/books?id=gMx-AMRg3A0C&pgis=1>
- Maulina, N. A., Syam, N. K., & HMZ, N. (2021). Pengaruh Intensitas Menonton Program Youtube Channel Wirda Mansur terhadap Motivasi Membaca Al-Qur'an Subscriber. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(1), 61–67. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v1i1.216>
- Pratiwi, A., Fazriani, A., STIKes YATSI Tangerang, D., & Tangerang, Stik. (2020). Hubungan Antara Fear of Missing Out (Fomo) Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Remaja Pengguna Media Sosial. *ARTIKEL PENELITIAN Jurnal Kesehatan*, 9(1). <https://doi.org/10.37048/kesehatan.v9i1.123>

- Primadewi, S., Fitriasari, W., & Adhysti W, K. (2022). Shinta Primadewi, Wiwik Fitriasari, Kallista Adhysti W Universitas Budi Luhur, Jakarta. *Jurnal Sosial Dan Teknologi (Sostech)*, 2(10), 846–856.
- 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>
- Putra, F. H., Andriana, D., & Widarti. (2025). Pengaruh Tontonan Live Streaming Marapthon Terhadap Gaya Komunikasi Interpersonal Para Penonton Media Sosial X. *Jurnal Media Komunikasi Efektif*, 2(2), 102–108. <https://jurnal.bsi.ac.id/https://jurnal.bsi.ac.id/index.php/mke/article/view/9981>
- Putri, I., Dendi, Syukerti, N., Mulyadi, A. I., & Maulana, I. (2022). Media Sosial Sebagai Media Pergeseran Interaksi Sosial Remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 2(2), 1–10.
- Qadir, M. R. A. (2016). Media Sosial (Definisi, Sejarah dan Jenis-Jenisnya). *Al-Furqan : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 4(1), 1–23.
- Ramadhan, F., & Anisa Putri, S. (2023). Pengaruh Intensitas Menonton Youtube Tonight Show Terhadap Pengembangan Wawasan Mahasiswa Stikom Interstudi (Studi Variety Show). *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan*, 5(2), 32–56. <https://doi.org/10.31599/komaskam.v5i2.2973>
- Ramdhini, V. C., & Fatoni, A. (2020). PENGARUH INTENSITAS MENONTON VIDEO YOUTUBE DAN KREDIBILITAS BEAUTY VLOGGER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Channel Youtube Suhay Salim Video ‘Wardah InstaPerfect Review Tutorial Swatches’). *Scriptura*, 10(2), 53–59. <https://doi.org/10.9744/scriptura.10.2.53-59>
- Reagle, J. (2026). *Following the joneses: FOMO and conspicuous sociality. First Monday*. 1–17.
- Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, I. I. J. (2024). *PENGANTAR KOMUNIKASI* (Vol. 2).
- Rohmah. (2025). Social Media Influencer Terhadap Impulsive Buying Generasi Z Dengan Qana ' Ah Sebagai Variabel Moderating. In *Universitas Islam Sultan Agung*.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D* (Sutopo, Ed.; 2nd ed.). Alfabeta.
- Ummah, M. (2019). Riset Komunikasi Strategi Praktis Bagi Peneliti : BUKU PENDAMPING BIMBINGAN SKRIPSI. *Journal of Contemporary Issue in Elementary Education*, 3(1), 1–23. [https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en%0Afile:///D:/SKRIPSI MY TRIP MY ADVENTURE/MENDELY/JURNAL RIZKA FIX \(10-28-15-04-46-36\).pdf%0Ahttp://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wp-content/uploads/2016/01/BUKU-Riset-KOMUNIKASI-JADI.pdf%0Ahttps://](https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en%0Afile:///D:/SKRIPSI MY TRIP MY ADVENTURE/MENDELY/JURNAL RIZKA FIX (10-28-15-04-46-36).pdf%0Ahttp://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wp-content/uploads/2016/01/BUKU-Riset-KOMUNIKASI-JADI.pdf%0Ahttps://)
- Velantin Valiant. (2024). *Vol. XXIX No.1 April 2024 ISSN: 1978-6972. XXIX(1)*, 22–31.