



## **PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP FENOMENA *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DI KALANGAN GENERASI Z PADA WILAYAH JAKARTA UTARA**

Wulan Maharani<sup>1</sup>, Emilianshah Banowo<sup>2</sup>, Ekaning Setyarini<sup>3</sup>

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma<sup>1,3</sup>

Jl. Margonda raya No 100, Depok, Jawa Barat

Akademi Komunikasi Media Radio dan TV Jakarta<sup>2</sup>

Jl. Cakung Cilincing Timur, Jakarta Timur 13950

[wlnmhrni2311@gmail.com](mailto:wlnmhrni2311@gmail.com)<sup>1</sup>, [emilianshah@gmail.com](mailto:emilianshah@gmail.com)<sup>2</sup>, [ekaning.setyarini@gmail.com](mailto:ekaning.setyarini@gmail.com)<sup>3</sup>

### ***ABSTRACT***

*FoMO, an abbreviation for "Fear of Missing Out" which can be interpreted as fear or worry about missing out on an experience or event that is trending or popular. The theory used in this research is Media Dependence Theory. This research aims to determine whether there is an influence of the intensity of use of social media TikTok on the FoMO phenomenon experienced by generation Z in the North Jakarta Pluit area. The subjects of this research are generation Z in the North Jakarta area, Pluit. The sampling used in this research was non-probability using a purposive sampling technique by considering criteria. The criteria in this research are generation Z aged 17 – 25 years and active users of TikTok social media. This research approach uses a quantitative approach. The data collection technique in this research was observation and distributing questionnaires to 96 respondents. The data analysis technique used in this research is a simple regression analysis technique. The results show that the use of Tiktok social media has a positive and significant effect on the FoMO phenomenon by 28.5%. The higher the use of TikTok social media, the higher the FoMO phenomenon experienced by its users.*

**Keywords :** Usage intensity, generation Z, Fear of Missing Out (FoMO), Social media, Tiktok

### **PENDAHULUAN**

Media sosial dan Internet adalah dua aspek yang terkait di era digital. Media sosial merupakan salah satu teknologi yang paling populer dan diminati oleh setiap generasi. Media sosial merupakan platform online yang paling umum digunakan di internet oleh individu untuk berinteraksi atau berkomunikasi satu sama lain secara digital (Kircaburun, 2016). Akses ke media sosial sepenuhnya bergantung pada Internet. Pengguna harus terhubung ke Internet untuk menggunakan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok dan



Volume 15 No. 1 Maret 2025

ISSN 2085-2428  
e ISSN 2721-7809

## Jurnal Ilmu Komunikasi



lainnya. Media sosial juga banyak menyediakan fitur - fitur untuk memudahkan penggunaannya. Namun di balik kemudahan tersebut, kehadiran media sosial juga membawa sisi negatif dalam perilaku penggunaannya. Hampir seluruh generasi telah menggunakan media sosial setiap harinya. Namun, salah satu generasi yang sangat sering menggunakan media sosial adalah generasi Z.

Generasi Z sering disebut sebagai generasi net atau generasi internet, dengan kelahiran antara 1995-2010. Mereka dikenal karena keterampilan teknologinya yang tinggi, mahir dalam teknologi informasi, dan beragam aplikasi komputer (Wijoyo, dkk 2020). Generasi Z menempati peringkat teratas dalam penggunaan media sosial dibandingkan dengan generasi lainnya. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa generasi Z mengalami masa pertumbuhan dewasa seiring dengan perkembangan teknologi, internet, dan media sosial (Agustina, 2021). Penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan perilaku individu menjadi ketergantungan, yang berbahaya jika hal tersebut menjadi fokus utama kehidupannya. Dengan berkembangnya teknologi dan informasi, maka semakin banyak media sosial saat ini dan yang paling digemari oleh generasi Z salah satunya yaitu Tiktok.

Kecemasan terbesar generasi Z adalah tidak mengetahui isu-isu terkini. Dalam istilah generasi Z ini disebut dengan Fear of Missing Out (FoMO). Perilaku FoMO sering dikaitkan dengan kecanduan media sosial. Orang yang kecanduan media sosial muncul akibat kemajuan teknologi, informasi dan kehadiran media sosial. Perilaku ini ditandai oleh berkembangnya rasa cemas dan khawatir yang berlebihan terhadap berita dan tren terkini (Komariah dkk, 2022). Fenomena FoMO membuat seseorang memiliki perasaan akan takut tertinggal, terobsesi dengan pandangan orang lain dan selalu membandingkan hidupnya dengan orang lain serta memiliki tingkat kepercayaan diri yang rendah. Pada akhirnya fenomena FoMO tersebut dapat mendorong masyarakat untuk menciptakan kehidupan virtual yang sama menariknya dengan orang lain. Agar tak ingin merasa tersisih, akhirnya ada yang memposting kehidupannya di media sosial berupa postingan tentang liburan, konser, restoran, pernikahan, anak, yang pada intinya semua kehidupan pribadi mereka. Postingan ini dapat dimanfaatkan menjadi konten media sosial, ketika mereka tidak memiliki sesuatu yang menarik untuk diunduh, mereka cenderung berpikir ada sesuatu yang salah dalam hidup mereka (Aisafitri & Yusriyah, 2020).

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lahia, dkk (2022) dengan judul "Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Perilaku "Fear of Missing Out" Studi ini menemukan efek signifikan dari penggunaan Instagram pada perilaku FoMO, dengan 33,5% perilaku dipengaruhi oleh penggunaan Instagram. Ini juga menyoroti tingginya penggunaan Instagram di antara pengguna Indonesia dan potensi dampak negatif pada kesehatan mental.



Volume 15 No. 1 Maret 2025

ISSN 2085-2428  
e ISSN 2721-7809

## Jurnal Ilmu Komunikasi



Pada penelitian tersebut menggunakan subjek mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pattimura angkatan 2018 – 2020, sedangkan pada penelitian ini meneliti pada kalangan generasi Z dengan rentang usia 17 – 25 tahun di wilayah Jakarta Utara.

Berdasarkan fakta di atas, studi fenomenologis terhadap gaya hidup generasi Z terkait fenomena FoMO di Jakarta Utara. Wilayah ini padat penduduk dijangkau akses terhadap teknologi informasi, termasuk media sosial, dan tampaknya lebih rentan terhadap ketergantungan internet dan media sosial khususnya pada aplikasi Tiktok. Dengan menggunakan Media Dependency Theory atau Teori Ketergantungan Media, maka penggunaan media sosial Tiktok yang intens dapat menyebabkan ketergantungan pada platform tersebut. Ketergantungan ini menciptakan hubungan yang erat antara pengguna dengan media sosial, serta dapat menyebabkan munculnya fenomena FoMO karena pengguna terus menerus beraktivitas di media sosial Tiktok agar tidak merasa tertinggal sebuah momen atau tren.. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat disimpulkan sebuah rumusan masalah adalah sebagai berikut. Apakah terdapat pengaruh dari intensitas penggunaan media sosial Tiktok terhadap kecenderungan fenomena Fear of Missing Out (FoMO) pada kalangan generasi Z wilayah Jakarta Utara?. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari intensitas penggunaan media sosial Tiktok pada fenomena Fear of Missing Out (FoMO).

### TINJAUAN PUSTAKA

#### Tiktok

Tiktok, sebagai salah satu aplikasi yang sangat populer dan diminati di seluruh dunia, memungkinkan penggunanya untuk membuat video berdurasi 15 detik dengan tambahan musik, filter, dan fitur kreatif lainnya. Diluncurkan oleh perusahaan asal Tiongkok, ByteDance, awalnya aplikasi ini dikenal dengan nama Douyin. Dalam waktu singkat, Douyin berhasil mencapai 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan video setiap harinya hanya dalam satu tahun, mendorong perluasan popularitasnya (Adawiyah, 2020). Indonesia menduduki peringkat ke-2 pengguna Tiktok terbanyak di tahun 2023 dengan total 112 juta akun setelah Amerika yang memiliki pengguna Tiktok terbanyak dengan jumlah 116 juta akun. Tiktok menyediakan fasilitas bagi pengguna untuk menikmati video dengan durasi singkat, membuat penggunanya merasa ketagihan sehingga banyak yang menghabiskan berjam - jam menggunakan aplikasi ini. Seringnya penggunaan dalam media sosial dimulai dari kebiasaan yang terbentuk selama beberapa waktu karena merasa nyaman saat menggunakan platform tersebut. Rasa kenyamanan ini membuat pengguna cenderung betah dan menghabiskan banyak waktu setiap harinya di media sosial. Namun, penggunaan media sosial dalam jangka waktu yang cukup lama dapat menimbulkan permasalahan, salah satunya adalah

kecemasan sosial (Khairani, 2023).

### **Fear of Missing Out (FoMO)**

Carolina & Mahestu (2020) menyatakan bahwa FoMO (Fear of Missing Out), yaitu ketakutan dan kecemasan karena merasa takut tertinggal akan terjadinya momen seru dan menyenangkan sehingga menggugah keinginan seseorang untuk ikut serta dalam momen tersebut. Dengan adanya platform media sosial, generasi Z dapat mengekspresikan kemampuan dan eksistensinya di media sosial dengan bergabung dalam kelompok-kelompok yang membuat mereka merasa nyaman dan mengikuti perkembangan zaman. Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) semakin kuat ketika media sosial mengubah interaksi antar manusia dalam kehidupan nyata dan menjadikan media sosial sebagai bagian penting dalam kehidupan seseorang (Febriana, 2022). Membuat remaja berlomba-lomba membentuk image yang diinginkan dengan cara apapun (Carolina & Mahestu, 2020).

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dalam metode deskriptif, dengan tujuan untuk menggambarkan kejadian sebagaimana adanya selama proses penelitian berlangsung. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma positivisme. Sugiyono (2019) menyatakan bahwa metode kuantitatif disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Filsafat positivisme memandang realitas, gejala atau fenomena dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Dalam penelitian ini ada tiga poin utama untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam, yaitu fenomena atau gejala yang terjadi sebagai gambaran akan keingintahuan dan keinginan untuk mendapat pemahaman mengenai suatu kondisi atau kejadian; penggunaan jenis data numerik atau data dalam bentuk angka – angka sebagai bahan utama untuk melakukan analisis, dan poin ketiga adalah menggunakan statistik dalam melakukan analisis.

Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan menggunakan teknik purposive sampling. Sugiyono (2019), menjelaskan bahwa teknik tersebut merupakan salah satu bagian dari teknik non-probability sampling, dimana teknik tersebut merupakan suatu metode penentuan sampel yang dilakukan berdasarkan pertimbangan tertentu. Populasi pada penelitian ini yaitu pengguna media sosial Tiktok di wilayah Jakarta Utara, Pluit. Peneliti menentukan karakteristik yang harus dimiliki oleh subjek penelitian diantaranya individu yang berumur 17 – 25 tahun yang dikatakan Generasi Z. Karena populasi generasi Z dengan usia 17 – 25 tahun di Kota Jakarta Utara, Pluit



tidak diketahui jumlahnya, maka peneliti menggunakan rumus Lemeshow untuk mengetahui jumlah sampel 96.

## HASIL DAN DISKUSI

Hasil penelitian adalah deskripsi atau pemaparan dari data primer yang dikumpulkan melalui pengisian kuesioner oleh seorang responden yang telah menjadi target/objek penelitian. Penyajian data penelitian dari masing-masing variabel menggunakan program IBM SPSS versi 23.

### Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Uji normalitas dengan *One Sample Kolmogorov Smirnov* dapat menunjukkan distribusi normal jika nilai signifikansinya di atas 0,05, dan sebaliknya jika nilainya di bawah 0,05, data dianggap tidak memiliki distribusi normal.

**Tabel Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.05829088
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.061
	Positive	.034
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* adalah 0,200. Hal ini berarti nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* di atas tingkat signifikansi 0,05, yaitu sebesar 0,200. Hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan lolos uji normalitas.



### Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan. Dua variabel dikatakan memiliki hubungan yang linear apabila nilai signifikansi pada bagian linearitas  $> 0,05$  atau terdapat hubungan yang linier antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

**Tabel Hasil Uji Linieritas**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y	Between Groups	(Combined)	2910.954	39	74.640	2.125	.005
*		Linearity	1391.382	1	1391.382	39.608	.000
X		Deviation from Linearity	1519.572	38	39.989	1.138	.325
	Within Groups		1967.202	56	35.129		
	Total		4878.156	95			

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh angka signifikansi *deviation from linearity* pada uji linieritas lebih besar dari 0,05 ( $0,325 > 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa terhadap hubungan yang linear antara Penggunaan Tiktok dengan Fenomena FoMO.

### Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Dalam pengamatan ini untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan Uji Glejser. Uji Glejser adalah meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen.

1. Jika nilai *p-value*  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima, yang artinya tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.
2. Jika nilai *p-value*  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak yang artinya terdapat masalah heteroskedastisitas.

**Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas****Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.834	2.208		1.737	.086
	Penggunaan Tiktok	.013	.029	.047	.461	.646



Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas melalui uji Glejser pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa sig. pada masing-masing variabel bernilai lebih dari 0.05. dan dapat dikatakan bahwa hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi pada penelitian ini, dan dapat dinyatakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linier Sederhana

Dalam penelitian ini, digunakan analisis uji regresi linear sederhana yang bertujuan untuk menentukan apakah ada tidaknya pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok (X) terhadap Fenomena FoMO (Y). Dalam uji regresi linear sederhana, variabel yang dapat memengaruhi sering disebut sebagai variabel independen, sementara variabel yang dipengaruhi sering disebut sebagai variabel dependen.

**Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	21.729	3.704		5.866	.000
Penggunaan Tiktok	.298	.049	.534	6.125	.000

a. Dependent Variable: Fenomena FoMO

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diatas, diperoleh persamaan regresi linier sederhana yang signifikan sebagai berikut:

$$Y = 21.729 + 0.298 X$$

Dimana :

Y = Fenomena FoMO

X = Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok

Interprestasi dari model regresi diatas adalah sebagai berikut:

- 1) Konstanta ( $\beta_0$ ) = 21.729 yang menunjukkan besarnya variabel Fenomena FoMO yang tidak dipengaruhi oleh variabel Penggunaan Tiktok, atau variabel bebas (X) = 0, maka nilai Fenomena FoMO sebesar 21.729.
- 2) Nilai koefisien Penggunaan Tiktok sebesar 0.298 menunjukkan bahwa jika Penggunaan Tiktok meningkat satu satuan maka akan mengakibatkan peningkatan Fenomena FoMO sebesar 0.298 dan sebaliknya apabila Penggunaan Tiktok menurun satu satuan maka akan mengakibatkan penurunan Fenomena FoMO sebesar 0.298.



### Uji T (Parsial)

Untuk menguji hipotesis digunakan uji t yang menunjukkan pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel tak bebas. Untuk menghitung nilai t tabel dapat dilakukan dengan rumus berikut.

$$t_{\text{tabel}} = t(\alpha / 2; n-k-1)$$

Ket : n = Sampel

k = Jumlah Variabel X  $\alpha = 0,05$  (5%)

$$= t(0,05/2; 96-1-1) = 94$$

$$t_{\text{tabel}} = 1.986$$

**Tabel Hasil Uji T**

Variabel	Uji T	
	Thitung	Sig
Penggunaan Tiktok (X)	6.125	0.000

Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian, diperoleh nilai sig sebesar  $0.000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $6.125 > t_{\text{tabel}} 1.9855$ , sehingga kesimpulannya adalah variabel Penggunaan Tiktok (X) mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap Fenomena FoMO (Y).

### Uji Koefisien Determinasi

Nilai koefisien korelasi (R) menunjukkan seberapa erat hubungan antara variabel bebas (variabel Penggunaan Tiktok (X)) dengan variabel tak bebas Fenomena FoMO (Y), besarnya nilai koefisien korelasi adalah 0.534. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan variabel Penggunaan Tiktok (X), dengan variabel Fenomena FoMO (Y) adalah cukup kuat.

**Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R <sup>2</sup>	Adjusted R <sup>2</sup>	Std. Error of Estimate
1	0.534	0.285	0.278	6.090

Nilai koefisien determinasi atau R<sup>2</sup> digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel tak bebas atau variabel terikat yaitu variabel Fenomena FoMO. Hasil dari perhitungan SPSS diperoleh nilai

R<sup>2</sup> = 0.285 yang berarti bahwa sebesar 28,5% variabel Penggunaan Tiktok (X) dapat mempengaruhi variabel Fenomena FoMO (Y). Sedangkan sisanya 71,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang diteliti.



## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan yang telah dilakukan, didapatkan kesimpulan pada penelitian ini, yaitu: Terdapat pengaruh variabel Intensitas Penggunaan Tiktok terhadap Fenomena FoMO diuji melalui uji t yang menunjukkan nilai sig pada uji t sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti terdapat pengaruh signifikan Intensitas Penggunaan Tiktok terhadap Fenomena FoMO. Sementara, nilai  $R^2 = 0,285$  yang berarti sebesar 28,5% Fenomena FoMO dapat dijelaskan oleh variabel Penggunaan Tiktok (X) dan sisanya sebanyak 71,5% dapat dipengaruhi oleh variabel atau indikator lain diluar model yang diteliti.

## REFERENSI

- Aisafitri, L., & Yusrifah, K. (2020). Sindrom *Fear Of Missing Out* Sebagai Gaya Hidup Milenial Di Kota Depok. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 2(4), 166-177.
- Adawiyah, Dwi Putri Robiatul. (2020) Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, Vol.14 No. 2.
- Agustina, S. (2021). Generasi Z dan Y Dominasi Media Daring.
- Carolina, M., & Mahestu, G. (2020). Prilaku Komunikasi Remaja dengan Kecenderungan FoMo. *Jurnal riset komunikasi*, 11(1), 69-92.
- Christina, R., Yuniardi, M. S., & Prabowo, A. (2019). Hubungan Tingkat Neurotisme dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Remaja Pengguna Aktif Media Sosial. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(2), 105–117.
- Febriana, M. V., & Palupi, M. A. (2022). *Pengaruh penggunaan media sosial terhadap kecemasan sosial di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi ums* (Doctora dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta). JWT Intelligence. (2011). Fear Of Missing Out (FOMO). New York: JWTIntelligence.
- Katz, Blumler, dan Gurevitch (1973). "Utilization Of Mass Communication By The Individual," dalam *The Uses Of Mass Communication*, Editor: Jay G. Blumler dan Elihu Katz, Sage Publication: New York.
- Komariah, K., Tayo, Y., & Utamidewi, W. (2022). Pengaruh Penggunaan Jejaring Sosial Terhadap Perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) Pada Remaja. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(9), 3463-3471.
- Karman, K. (2013). Riset Penggunaan Media Dan Perkembangannya Kini. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 17(1), 93-112.
- Kircaburun, K. (2016). Self-Esteem, Daily Internet Use and Social Media Addiction as predictors of depression among turkish adolescents. *Journal of Education and Practice*,



Vol 7.

- Lafifah, M. (2023). *Pengaruh Intensitas Penggunaan TikTok Terhadap Prokrastinasi Akademik Remaja Kelas VII di SMPN 1 Babadan Ponorogo* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Lahia, T. L., Salakay, S., & Bandjar, A. (2022). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap *Perilaku Fear of Missing Out* (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2018-2020 Universitas Pattimura). *Jurnal Ilmu Komunikasi Pattimura*, 1(2), 181-195.
- Mulyasih, R. (2013). Dependency Media Pada Masyarakat Indonesia. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1).
- Pardianti, M. S. (2022). Pengelolaan Konten TikTok Sebagai Media Informasi. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(2), 187-210.
- Rahman, A. A. (2019). *Pengaruh Intensitas Mengakses Media Sosial Terhadap Sikap Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Hukum Melalui Akun Instagram Millencyrus* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 18-29.
- Rasya, K. (2023). Pengaruh Fear Of Missing Out (FOMO) Terhadap Kecanduan Media Sosial (Tiktok) Pada Generasi Z.
- Saputra, D. (2022). Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Kecemasan Sosial Pada Remaja Di Kelurahan Tajur Kota Tangerang (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Wulandari. (2000). Hubungan antara citra raga dengan intensitas melakukan body language pada wanita.
- Wijoyo, H., Indrawan, I., Cahyono, Y., Handoko, A. L., & Santamoko, R. (n.d.). (2020). *Generasi z & Revolusi industri 4.0*. CV. Pena Persada.
- Watie, Errika Dwi Setya. (2011). Komunikasi dan Media Sosial dalam Jurnal *The Messenger*, Vol.III, No.1: Semarang
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan perilaku komunikasi generasi milenial dan generasi z di era digital. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5 (1), 69–87.
- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Andres Kaplan & Michael Haenlein, 2010. *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*, Business Horizons.

- Effendy, Uchjana, Onong. 2013. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (edisi ke-9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hoveland, Carl I. 1948. Social Communication, Am. Phil. Soc. XCII
- J. Supranto M. A. (2000). Statistik Teori dan Aplikasi Jilid 1, Edisi Keenem. Erlangga, Jakarta.
- Jalaluddin Rakhmat. 2003. Psikologi Agama, sebuah pengantar. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Meyerson, Mitch. (2010). Success Secrets of The Social Media Marketing. USA:Eliot house production.
- Mulyana Deddy. (2011). Ilmu Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mc Quail, Dennis. (2011). *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. London: Sage Publication.
- Rogers, Everett M., D. Lawrence Kincaid. (1981). Communication Networks: Toward a New Paradigm for Research.
- Seemiller, Corey, dan Meghan Grace. (2019). Generation Z A Century in the Making.
- Suharsaputra, Uhar. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, tindakan. Bandung: Reflika Aditama
- Shannon, Claude E, and Warren Weaver. (1949). The Mathematical Theory of Communication. Urbana: University of Illinois Press
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.