



HUBUNGAN ANTARA *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DENGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA GENERASI Z

Ilham Novendra¹, Dewita Karena Sarajar²

Universitas Kristen Satya Wacana^{1,2}

e-mail: novendrail27@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Fear of Missing Out (FoMO) dan intensitas penggunaan media sosial pada Generasi Z. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan desain korelasional guna mengetahui hubungan antara FoMO (variabel independent) dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Generasi Z (variabel dependent). Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah nonprobability sampling dengan metode teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Subjek dalam penelitian ini adalah individu Generasi Z berusia 18–27 tahun yang aktif menggunakan media sosial minimal lebih dari tiga jam per hari, dengan jumlah responden sebanyak 104 orang. Metode pengambilan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert dengan empat opsi pilihan jawaban. Analisis data dilakukan menggunakan metode korelasi Spearman's rho melalui SPSS versi 21.0. Hasil uji korelasi menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,796 dengan signifikansi 0,000, menandakan adanya hubungan yang sangat kuat dan positif antara FoMO dan intensitas penggunaan media sosial. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat FoMO, semakin tinggi pula intensitas penggunaan media sosial.

Kata Kunci: *FoMO, Media Sosial, Generasi Z*

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between Fear of Missing Out (FoMO) and the intensity of social media use in Generation Z. The method used is a quantitative research method with a correlational design to determine the relationship between FoMO (independent variable) and the Intensity of Social Media Use in Generation Z (dependent variable). The sampling technique applied is nonprobability sampling with the sampling technique method used is purposive sampling. The subjects in this study were Generation Z individuals aged 18–27 years who actively use social media for at least more than three hours per day, with a total of 104 respondents. The data collection method used a questionnaire with a Likert scale with four answer options. Data analysis was carried out using the Spearman's rho correlation method via SPSS version 21.0. The results of the correlation test showed a coefficient value of 0.796 with a significance of 0.000, indicating a very strong and positive relationship between FoMO and the intensity of social media use. This finding indicates that the higher the level of FoMO, the higher the intensity of social media use.

Keywords: *FoMO, Social Media, Z Generation*

PENDAHULUAN

Media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah 2015). Masyarakat yang mengalami kesulitan dalam berkomunikasi memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk berinteraksi dengan keluarga dan teman. *Platform* ini digunakan tidak hanya untuk mencari informasi, berita, dan hiburan, tetapi juga sebagai alat untuk mengikuti tren dan peristiwa populer yang sedang berlangsung (Rahardjo & Soetjiningsih, 2022). Beberapa aplikasi media sosial yang saat ini populer adalah Instagram, Tiktok,



Facebook, Whatsapp, Telegram, dan Youtube. Dengan fitur-fitur interaktifnya, media sosial menciptakan ruang bagi pengguna untuk terhubung dan mengikuti tren global (Dewi dkk., 2022).

Data APJII (2024) menunjukkan bahwa Generasi Z, yakni individu yang lahir antara 1995–2010 (Anshari, 2022), merupakan kelompok pengguna internet terbesar di Indonesia. Generasi ini dikenal sebagai *digital native* yang sangat akrab dengan teknologi (Hastini & Lukito, 2020) dan mengakses media sosial lebih dari empat jam per hari (Badri, 2022; McKinsey Health Institute, 2022). Tingginya intensitas penggunaan media sosial pada Gen Z berdampak pada aspek psikologis seperti kecemasan dan kelelahan digital (Twenge & Campbell, 2018), sosial seperti menurunnya kualitas interaksi nyata (Putri dkk., 2019), hingga gangguan fisik seperti kelelahan mata dan gangguan tidur (Hastini & Lukito, 2020).

Berdasarkan wawancara dengan 10 responden generasi Z pada pertengahan Januari 2025, delapan dari sepuluh responden memiliki rata-rata rentang waktu akses media sosial lebih dari 4 jam dalam sehari. Media sosial digunakan untuk berbagai tujuan, termasuk hiburan, komunikasi, belajar, hingga mempromosikan bisnis. Namun, intensitas yang tinggi ini sering disertai dampak negatif seperti gangguan tidur, kecemasan, tekanan sosial, *digital fatigue*, dan pengaruh konsumsi impulsif. Sebagian besar responden mengaku merasa sulit mengurangi penggunaan media sosial meskipun menyadari dampak negatifnya.

Salah satu faktor yang mendorong intensitas penggunaan media sosial adalah *Fear of Missing Out* (FoMO), yaitu kecemasan karena merasa tertinggal dari aktivitas atau informasi penting yang dialami orang lain (Przybylski dkk., 2013). Fenomena ini mendorong individu untuk terus memeriksa media sosial (Blackwell dkk., 2017). Beberapa penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara FoMO dan intensitas penggunaan media sosial (Al Menayes, 2016; Fuster et al., 2017; Bestari, 2018), meskipun terdapat temuan yang kontradiktif di mana sebagian individu, hubungan antara FoMO dan kecanduan media sosial justru bersifat negatif (Stead & Bibby, 2017).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan intensitas penggunaan media sosial pada Generasi Z. Generasi ini dipilih karena merupakan pengguna utama media sosial dan lebih rentan terhadap dampak psikologis dari fenomena FoMO. Penelitian ini juga penting mengingat adanya hasil sebelumnya yang menunjukkan hubungan yang tidak konsisten antara kedua variabel tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain korelasional guna mengetahui hubungan antara FoMO (variabel *independent*) dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Generasi Z (variabel *dependent*). Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang generasi Z berusia 18–27 tahun yang aktif bermedia sosial dengan durasi penggunaan lebih dari 3 jam per hari. Penentuan sampel dalam penelitian ini didasarkan pada rekomendasi Roscoe (dalam Sugiyono, 2020), yang menyatakan bahwa jumlah sampel yang ideal berkisar antara 30-500 sampel. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah *nonprobability sampling* dengan metode teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan peneliti. Dalam hal ini, responden yang dipilih merupakan Generasi Z (usia 18–27 tahun) yang aktif menggunakan media sosial selama lebih dari 3 jam dalam satu hari. *Purposive sampling* dapat digunakan dalam penelitian yang menetapkan kriteria khusus pada respondennya (Sugiyono, 2020).



Alat ukur intensitas penggunaan media sosial yang digunakan adalah Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial (SIPMS) yang dilandasi oleh aspek menurut Ajzen (2005) yaitu perhatian, penghayatan, durasi dan frekuensi. Skala ini terdiri dari 28 item, 23 item *favorable* dan 5 item *unfavorable* yang akan diterapkan skala Likert dengan empat pilihan jawaban, antara lain Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Kemudian tingkat FoMO diukur menggunakan *The Online Fear of Missing Out Inventory (ON-FoMO)* yang telah dikembangkan oleh Sette dkk. (2020) yang sudah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia oleh Kurniawan dan Utami (2022) Skala ini terdiri 20 item favorable di mana item tersebut disusun berdasarkan dimensi-dimensi FoMO yang terdiri dari *Anxiety* yaitu perasaan cemas, *Need to belong* yaitu perasaan untuk selalu terhubung, *Addiction* yaitu kecanduan, dan *Need for popularity* yaitu kebutuhan akan pengakuan. Skala ON-FoMO ini akan menggunakan empat pilihan jawaban, yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS).

Analisis data dalam penelitian ini dimulai dengan pemeriksaan distribusi frekuensi untuk setiap variabel demografi dan variabel studi, yang memberikan gambaran deskriptif mengenai karakteristik sampel. Data frekuensi menunjukkan proporsi relatif dari setiap kategori, memungkinkan identifikasi modus dan sebaran data, serta menginformasikan tentang representasi sampel. Selanjutnya, uji One-Way ANOVA dilakukan untuk menguji hipotesis mengenai perbedaan rata-rata antara kelompok yang berbeda pada variabel dependen. Hasil ANOVA diinterpretasikan berdasarkan nilai F-statistik dan tingkat signifikansi (p-value). Apabila p-value < 0.05, mengindikasikan adanya perbedaan rata-rata yang signifikan secara statistik di antara setidaknya dua kelompok, yang kemudian dilanjutkan dengan analisis post-hoc untuk mengidentifikasi secara spesifik kelompok mana yang menunjukkan perbedaan signifikan. Terakhir, korelasi Spearman diaplikasikan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan monotonik antara dua variabel ordinal atau non-parametrik lainnya. Koefisien korelasi Spearman's Rho (r_s) dianalisis bersama dengan nilai p-value; nilai r_s yang mendekati +1 atau -1 mengindikasikan hubungan yang kuat (positif atau negatif), sedangkan p-value < 0.05 menegaskan signifikansi statistik dari hubungan tersebut. Interpretasi seluruh temuan statistik ini diintegrasikan dengan kerangka teori yang relevan dan temuan penelitian sebelumnya untuk merumuskan kesimpulan yang komprehensif dan berkontribusi pada literatur ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada kategori FoMO terhadap 104 responden, diperoleh data yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki skor FoMO yang berada di sekitar rata-rata, dengan tingkat variasi sedang.

Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif SPSS

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
FOMO	104	22	61	42,96	7,670
INTENSITAS	104	45	93	67,84	9,016
Valid N (listwise)	104				

Tabel 1 terkait distribusi frekuensi menunjukkan bahwa mayoritas responden, yaitu 70 orang (67,31%), berada dalam kategori sedang, yaitu dengan skor antara 35 hingga 51.

Sementara itu, 15 responden (14,42%) tergolong dalam kategori rendah dengan skor antara 17 hingga 35, dan 19 responden (18,27%) termasuk dalam kategori tinggi dengan skor antara 51 hingga 64. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden mengalami FoMO dalam tingkat sedang, mencerminkan kecenderungan umum bahwa perasaan takut tertinggal informasi sosial masih cukup signifikan, meskipun tidak mendominasi secara ekstrem. Selain itu data pada kategori intensitas menunjukkan nilai rata-rata yang relatif sedang secara umum. Hal ini didukung oleh distribusi frekuensi, di mana sebanyak 78 responden (75%) berada pada kategori sedang (nilai antara 59 hingga 77), dan 10 responden (9,62%) termasuk dalam kategori tinggi (nilai 77 hingga 96) dan 16 responden (15,38%) yang tergolong dalam kategori rendah (nilai 24 hingga 59). Artinya, kebanyakan responden memiliki tingkat yang sedang terhadap variabel yang diteliti. Hanya sedikit yang berada pada tingkat rendah atau tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden berada di tengah-tengah, tidak terlalu rendah dan tidak terlalu tinggi.

Tabel 2. Hasil Uji One Way ANOVA SPSS

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
INTENSITAS	Between Groups (Combined)	6933,516	31	223,662	11,193	,000
*	Linearity	5125,904	1	5125,904	256,526	,000
* FOMO	Deviation from inearity L	1807,612	30	60,254	3,015	,000
	Within Groups	1438,706	72	19,982		
	Total	8372,221	103			

Hasil uji *One-Way ANOVA* menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan bersifat linier antara FoMO dan intensitas penggunaan media sosial ($F = 256,526$; $p < 0,05$). Namun, nilai signifikansi *Deviation from Linearity* sebesar 0,000 mengindikasikan adanya penyimpangan yang signifikan dari pola hubungan linier. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pola linier dapat digunakan, interpretasinya harus dilakukan secara hati-hati karena terdapat kemungkinan hubungan antara kedua variabel bersifat non-linier.

Tabel 3. Uji Korelasi Spearman SPSS

			FOMO	INTENSITAS
Spearman's rho	FOMO	Correlation Coefficient	1,000	,796**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	104	104
	INTENSITAS	Correlation Coefficient	,796**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	104	104

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Untuk itu, digunakan uji korelasi Spearman yang lebih sesuai dalam kondisi data yang tidak sepenuhnya linier. Interpretasi nilai koefisien *Spearman's rho* mengacu pada pedoman Copyright (c) 2025 CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan



Cohen (1988), di mana nilai 0,10 menunjukkan korelasi lemah, 0,30 sedang, dan 0,50 kuat. Berdasarkan analisis terhadap 104 responden, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,796 dengan signifikansi 0,000. Nilai ini mencerminkan hubungan positif yang sangat kuat dan signifikan antara FoMO dan intensitas penggunaan media sosial. Artinya, semakin tinggi tingkat FoMO seseorang, semakin tinggi pula kecenderungannya dalam menggunakan media sosial, meskipun pola hubungan tidak sepenuhnya linier.

Pembahasan

Partisipan dalam penelitian ini adalah individu Generasi Z berusia 18–27 tahun yang aktif menggunakan media sosial selama lebih dari tiga jam per hari. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara *Fear of Missing Out* (FoMO) dan intensitas penggunaan media sosial pada kelompok tersebut. Dengan jumlah partisipan sebanyak 104 orang, analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 21.0 melalui uji korelasi *Spearman's rho*. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,796 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai tersebut menunjukkan adanya hubungan positif yang sangat kuat antara FoMO dan intensitas penggunaan media sosial. Artinya, semakin tinggi tingkat FoMO yang dirasakan individu, semakin besar pula kecenderungannya untuk menggunakan media sosial secara intensif. Signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menandakan bahwa hubungan ini bersifat signifikan secara statistik, sehingga hipotesis penelitian dapat diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa dorongan psikologis akibat rasa takut tertinggal informasi atau interaksi sosial berperan dalam meningkatkan intensitas penggunaan media sosial.

Temuan ini mendukung hasil studi terdahulu, seperti penelitian yang dilakukan oleh Przybylski et al. (2013), yang menunjukkan bahwa FoMO berkaitan erat dengan frekuensi penggunaan media sosial, terutama pada individu yang merasa perlu untuk selalu terhubung demi memastikan tidak ketinggalan informasi. Penelitian oleh Fuster et al. (2017) juga menyatakan bahwa individu dengan FoMO tinggi memiliki kecenderungan lebih kuat untuk tetap aktif secara digital, mencerminkan kebutuhan akan keterhubungan sosial dan validasi dari lingkungan sekitar. Kemajuan teknologi dan kemudahan akses terhadap platform digital memperbesar kerentanan terhadap FoMO, yang pada akhirnya dapat memicu perilaku penggunaan media sosial yang berlebihan, bahkan mendekati adiktif.

Sejalan dengan hasil ini, Rahardjo dan Soetjiningsih (2022) menemukan adanya korelasi signifikan antara FoMO dan kecanduan media sosial, dengan nilai koefisien sebesar 0,564. Al Menayes (2016) juga mengemukakan bahwa tingkat FoMO yang tinggi mendorong peningkatan ketertarikan individu terhadap media sosial. Begitu pula Wegmann dkk. (2017) yang menunjukkan bahwa dorongan untuk tetap terhubung akibat FoMO dapat meningkatkan intensitas penggunaan hingga memicu kecanduan. Penelitian ini memperkuat temuan-temuan tersebut, bahwa FoMO merupakan faktor kunci dalam membentuk pola perilaku digital yang intensif pada Generasi Z. Selain itu, penelitian Baker, Krieger, dan LeRoy (2016) juga mendukung temuan ini, dengan menunjukkan bahwa FoMO berkorelasi positif dengan stres psikologis dan keterlibatan digital yang berlebihan. Hal ini memperkuat argumen bahwa FoMO dapat mendorong penggunaan media sosial secara kompulsif dan berpotensi merugikan kesejahteraan individu.

Meski demikian, penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan. Pertama, cakupan geografis partisipan terbatas pada wilayah Salatiga dan Kabupaten Semarang, sehingga generalisasi hasil ke populasi Generasi Z secara nasional masih perlu dilakukan dengan hati-hati. Kedua, pendekatan kuantitatif yang digunakan belum mampu menangkap dinamika psikologis secara mendalam di balik perilaku FoMO dan penggunaan media sosial. Penelitian ini juga belum mempertimbangkan variabel lain seperti jenis kelamin, platform media sosial



tertentu, atau faktor psikologis lain yang mungkin memengaruhi hasil. Untuk itu, penelitian lanjutan disarankan mencakup partisipan dari wilayah yang lebih luas dan beragam secara demografis. Selain itu, penggunaan pendekatan *mixed methods* dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terkait pengalaman subjektif, motivasi, serta dampak psikologis dari FoMO dan intensitas penggunaan media sosial.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif signifikan antara FoMO dengan intensitas penggunaan media sosial pada generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat FoMO yang dimiliki oleh generasi Z, maka semakin tinggi pula Intensitas penggunaan media sosialnya. Begitu pun sebaliknya apabila semakin tinggi intensitas penggunaan media sosialnya, maka semakin tinggi pula tingkat FoMO-nya. Tingginya korelasi antara FoMO dan intensitas penggunaan media sosial ini dapat dijelaskan oleh karakteristik Generasi Z yang sangat lekat dengan teknologi dan kehidupan digital. Media sosial menjadi sarana utama mereka untuk tetap terhubung, memperoleh informasi terkini, dan mengikuti tren. Rasa takut tertinggal dari aktivitas sosial atau informasi terbaru mendorong mereka untuk terus-menerus memantau dan menggunakan media sosial, yang pada akhirnya memperkuat kedua variabel tersebut secara simultan.

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.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior* (2nd ed.). Milton-Keynes: Open University Press/McGraw-Hill.
- Al-Menayes, J. (2016). The Fear of Missing Out Scale : Validation of The Arabic Version and Correlation With Social Media Addiction. *International Journal of Applied Psychology*, 41-46.
- Anshari, A. A. (2022). Studi Kasus Adaptasi Generasi X Dan Generasi Z Terhadap Penggunaan Aplikasi Grab Dan Gojek Di Kota Malang. *LoroNG: Media Pengkajian Sosial Budaya*, 11(1), 44-57.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024, 26 Juni). Berita Terkini. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. <https://apjii.or.id/berita>
- Badri, M. (2022). Pribumi digital moderat: Profil kecakapan komunikasi digital generasi z. *Jurnal Riset Komunikasi (jurkom)*, 5(2), 291-303.
- Baker, Z. G., Krieger, H., & LeRoy, A. S. (2016). *Fear of missing out: Relationships with depression, mindfulness, and physical symptoms*. Translational Issues in Psychological Science, 2(3), 275–282. <https://doi.org/10.1037/tps0000075>
- 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.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Fuster, H., Chamorro, A., & Oberst, U. (2017). Fear of Missing Out, online social networking and mobile phone addiction: A latent profile approach. *Revista de Psicología. Ciències de l'Educació i de l'Esport*, 23-30.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.



- Kurniawan, R., & Utami, R. H. (2022). Validation of online fear of missing out (ON-FoMO) scale in Indonesian version. *Jurnal Neo Konseling*, 4(3), 1-10.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business horizons*, 54(3), 241-251.
- 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>
- L. Hastini, R. Fahmi, and H. Lukito. (2020). "Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia?", *JAMIKA*, 10 (1), 12-28.
- Nawawi, M. I. (2020). Pengaruh Media Pembelajaran terhadap Motivasi Belajar: Tinjauan berdasarkan Karakter Generasi Z. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmu Pendidikan: E-Saintika*, 4(2).
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosa Rekatama Media.
- 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.
- Putri, L. S., Purnama, D. H., & Idi, A. (2019). Gaya hidup mahasiswa pengidap Fear of missing out di kota palembang. *Jurnal Masyarakat & Budaya*, 21(2), 129–148.
- Rahardjo, L. K. D., & Soetjiningsih, C. H. (2022). Fear of Missing Out (FoMO) dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa. *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, 4(2), 456-461.
- Sette, C. P., Lima, N. R. S., Queluz, F. N. F. R., Ferrari, B. L., & Hauck, N. (2020). The Online Fear of Missing Out Inventory (ON-FoMO): Development and validation of a new tool. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 5(1), 20–29.
- Stead, H., & Bibby, P. A. (2017). Personality, fear of missing out and problematic internet use and their relationship to subjective well-being. *Computers in Human Behavior*, 76, 534-540.
- Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2018). Associations between screen time and lower psychological well-being among children and adolescents: Evidence from a population-based study. *Preventive medicine reports*, 12, 271-283.