

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A. I., Sudaryanto, E., & Kusnadi, H. F. N. (2025). Pengaruh terpaan konten Instagram @Antonn.Sky terhadap intensitas fotografi followers. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 5(2), 84–89. <https://doi.org/10.69957/relasi.v5i04.2252>
- Adidas. (2022). Annual report 2021: Own the game. Adidas AG. <https://report.adidas-group.com/2021/en/>
- Adidas. (2024). Adidas runners. <https://www.adidas.com/id/adidasrunners/>
- Adidas Indonesia. (n.d.). *Evo SL*. Diakses pada 15 Februari 2026, dari [https://www.adidas.co.id/id/evo\\_sl](https://www.adidas.co.id/id/evo_sl)
- Agustin, D., & Nurfadillah, W. (2024). *Fear of Missing Out (FoMO)* pada Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Self Injury/Self Harm: Kajian Sistematis. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 14. <https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2558>
- Ahmad, A. (2012). Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Informasi: Akar Revolusi Dan Berbagai Standarnya. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 13(1).
- Andini, W., Fitriani, D., Khairun, L., Purba, N., Lubis, R. N., Wulan, S., & Lubis, D. (2023). Paradigma penelitian kuantitatif dalam jurnal ilmiah metodologi penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*, 1(1), 6–12.
- Annur, C. M. (2023). Deretan Merek Sneakers Paling Disukai Masyarakat Indonesia, Adidas Juaranya! Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/27/deretan-merek-sneakers-paling-disukai-masyarakat-indonesia-adidas-juaranya>
- Aulia, A., & Rusdi, F. (2022). Pengaruh Terpaan Konten Fesyen TikTok di Akun@nazwaadinda\_02 terhadap Perilaku Konsumtif Pengikutnya. *Prologia*, 6(2), 304-311.
- Ayu, N. P., & Safitri, D. (2025). Hubungan Sindrom Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. 3(2).
- Balakrishnan, K., Angusamy, A., & Palraj, N. (2025). Influence of social media eYposure factors on cultural acculturation: Ethnic identity as a mediator.

- SEARCH *Journal of Media and Communication Research*, 17(5), 165-183.  
<https://doi.org/10.58946/search-Special>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157
- Cohen, J. (1988). Set correlation and contingency tables. *Applied psychological measurement*, 12(4), 425-434.
- Darmayanti, D. P., Arifin, I., & Inayah, M. (2023). FoMO: Kecemasan Digital di Kalangan Pengguna TikTok. *Emik*, 6(2), 198–215.  
<https://doi.org/10.46918/emik.v6i2.2041>
- Dary, W., & Fitiyah, P. (2023). Pengaruh konten media sosial dan kualitas informasi pada fenomena #Presiden3periode terhadap persepsi masyarakat Generasi-Z di TikTok. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 29-32.  
<https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i1.1409>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2012). Self-determination theory. *Handbook of theories of social psychology*, 1(20), 416-436.
- Djamba, Y. K., & Neuman, W. L. (2002). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. *Teaching Sociology*, 30(3), 380.  
<https://doi.org/10.2307/3211488>
- Elhai, J. D., McKay, D., Yang, H., Minaya, C., Montag, C., & Asmundson, G. J. (2021). Health anxiety related to problematic smartphone use and gaming disorder severity during COVID-19: Fear of missing out as a mediator. *Human behavior and emerging technologies*, 3(1), 137-146.
- Fahmi Azzaki, Uswatun Hasanah, & Sulaiman Muhammad Nur. (2024). Analisis Perilaku Fear of Missing Out (FoMO) di Instagram dalam Perspektif Hadis. *Ta'wiluna: Jurnal Ilmu Al-Qur'an, Tafsir dan Pemikiran Islam*, 5(3), 445–461.  
<https://doi.org/10.58401/takwiluna.v5i3.1689>
- Fahsyah, N. K. P. A., & Junaidi, A. (2025). Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) pada Generasi Z dalam Mengikuti Trend Tiktok. *Kiwari*, 4(1), 61-70.
- Fauziah, R., Hardiyanti, R., & Abdurrahman, A. I. (2024). Pengaruh terpaan konten TikTok sebagai media komunikasi pemasaran terhadap minat beli pada Kedai Nongs: Survei terhadap followers akun @jelitawidiaw. *El-Mujtama: Jurnal*

- Gupta, M., & Sharma, A. (2021). Fear of missing out: A brief overview of origin, theoretical underpinnings and relationship with mental health. *World journal of clinical cases*, 9(19), 4881.
- Gökçearslan, Ş., Eşiyok, E., Griffiths, M. D., Doğan, M., & Turancı, E. (2023). Smartphone addiction among adults: The role of smartphone use, fear of missing out (FoMO), and self-efficacy among Turkish adults. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 10(2), 165–175.  
<https://doi.org/10.5152/ADDICTA.2023.23001>
- Hamirul, Zulkifli, Nanang Alhidayat, & Nova Elsyra. (2022). Viral Dulu, Usut Kemudian! (Studi Tentang Kontrol Sosial Melalui Media Sosial). *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, 1(3), 521–526.  
<https://doi.org/10.53625/jpdsh.v1i3.1178>
- Hang, L. (2024). The Impact of Social Media on Modern Communication: Evolution and Future Prospects. *Archivos De Medicina*.
- IDN Times. (2025, Juli 14). adidas Luncurkan Adizero Evo SL, Sepatu Lari yang Super Stylish. IDN Times. <https://www.idntimes.com/men/style/adidas-luncurkan-adizero-evo-sl-sepatu-lari-yang-super-stylish-00-cYvch-2l2c31>
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 41–57.  
<https://doi.org/10.30631/baitululum.v4i1.46>
- Kaloeti, D. V. S., Kurnia S, A., & Tahamata, V. M. (2021). Validation and psychometric properties of the Indonesian version of the Fear of Missing Out Scale in adolescents. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 34(1), 15.
- Khairunnisa, K., Dewi, S. K., Rahmawati, D. D., & Sari, A. P. (2024). Analisis sentimen komentar pada postingan instagram akun “standwithus” menggunakan klasifikasi naive bayes. *Jurnal ilmiah informatika*, 12(02), 191-199.
- Kirby, K. A. (2017). The biomechanics of running shoes. *Podiatry Management*, 85–94.

- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (SiYteenth edition, global edition). Pearson.
- Kusumaisna, K. (2023). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan fear of missing out (fomo) pada dewasa awal pengguna aktif media sosial di kota Surabaya. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(2), 749-764.
- Kriyantono, R. (2013). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Latief, R. (2024). Analisis dampak perilaku fear of missing out (FoMO) di kalangan pengguna media sosial. *Jurnal Al-Irsyad Al-Nafs*, 11(1), 31-46.
- Liu, Y., & Hu, K. (2024). How social media eYposure constructs social confidence: An empirical study on impact, mechanisms, and multilateral relationships. PLOS ONE, 19(9), e0308745. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0308745>
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Mastarida, F., Sahir, S. H., Hasibuan, A., Siagian, V., Hariningsih, E., Fajrillah, F., ... & Pakpahan, A. F. (2022). Strategi Transformasi Digital.
- Masyhadiah, Syaeba, M., & Nurfadila. (2025). Dampak media sosial TikTok Shop terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar. *Journal Perguruan: Conference Series*, 7(2), 725–729. <https://doi.org/10.35329/jp.v7i2.6582>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6. ed). SAGE.
- McGuire, J. (2025, 22 Januari). Adidas Adizero Evo SL review. Tom's Guide. <https://www.tomsguide.com/wellness/running/adidas-adizero-evo-sl-review>
- Nadine, I., & Abidin, S. (2023). Pengaruh Konten Informasi Pencurian Terhadap Perilaku Followers (Studi Kausalitas Akun Instagram @Semuatentangbatam). *Scientia Journal : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(3). <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v5i3.7710>

- Najihah, D., & Septiani, D. (2024). TikTok as a New Media for the Future of Indonesian Creative Work. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 9(1), 139-158.
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (7th ed.). Pearson.
- Nugroho, P. & Rummyeni. (2024). k *Communications*, 6(1), 45–62. <https://doi.org/10.21009/communications.6.1.3>
- Permana, Permana, E., Prasetia, M. R. P., & Falah, M. R. (2025). Analisis keputusan pembelian konsumen saat live shopping pada platform TikTok produk fashion. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, dan Perpajakan*, 2(2), 497-507.
- Putra, A., & Nuraeni, Y. (2025). Pengaruh Terpaan Media Aplikasi Noice Dan Kredibilitas Sumber Pada Podcast Horor “Scariest Case Of Ghost Ranger Indonesia” Terhadap Kepuasan Subscriber. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 9(1), 40-47.
- Putri, A. A., Apriadi, D., & Kebangsaan, U. (2025). Pengaruh konten viral terhadap FoMO generasi Z dalam konsumsi fashion di TikTok. *Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi*, 5(1), 131-142.
- Prasetyo, B., & Trisyanti, U. (2018). Revolusi industri 4.0 dan tantangan perubahan sosial. *IPTEK Journal of Proceedings Series*, (5), 22-27.
- Power, A. (2014). What is social media?. *British Journal of Midwifery*, 22(12), 896-897.
- Prihantoro, E., Widyaningsih, W., & Ramadhani, R. W. (2024). Pengaruh Terpaan Meme Politik, Kualitas Informasi Dan Literasi Digital Terhadap Sikap Pemilih Pemula Di Jabodetabek. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 351-371. <https://doi.org/10.14710/interaksi.13.2.351-371>
- 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.
- Qadir, A., & Ramli, M. (1787). Media Sosial (Definisi, Sejarah dan Jenis-Jenisnya). *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 3 (6), 2713–2724.
- Rifkah Fauziah, Hardiyanti, R., & Abdurrahman, A. I. (2024). Pengaruh Terpaan Konten TikTok sebagai Media Komunikasi Pemasaran terhadap Minat Beli

- pada Kedai Nongs (Survei terhadap Followers Akun @jelitawidiaw). *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6).  
<https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i6.4855>
- Rakhmat, J. (2009). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Setiawan, F. A., & Apriliani, R. (2024). Pengaruh Terpaan Konten Instagram @satupersenofficial terhadap Minat Mengikuti Program Satu Person bagi Followers. *CARAKA : Indonesia Journal of Communication*, 5(2), 263–278.  
<https://doi.org/10.25008/caraka.v5i2.189>
- Sanny, B. I., & Dewi, R. K. (2020). Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013-2017. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, Vol. 4 No. 1, 79-87. Retrieved from  
<https://www.researchgate.net/publication/348387814>
- Servidio, R., Soraci, P., Griffiths, M. D., Boca, S., & Demetrovics, Z. (2024). Fear of missing out and problematic social media use: A serial mediation model of social comparison and self-esteem. *Addictive Behaviors Reports*, 19, Article 100536. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2024.100536>
- Sianturi, R. P., & Hotpascaman, H. (2023). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Intensitas Penggunaan Tiktok Pada Remaja Akhir. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 6423-6436.
- Sinaga, P., Partini, A., Ibrahim, M., & Purwanti, S. (2024). Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Hiburan Bagi Generasi Z. 07(02).
- Sugiyono. (2023). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Syarief, F. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik (Analisa Wacana Twitter Sby). *Jurnal Komunikasi*.
- Tarumingkeng, I. R. C. (2025). Pengertian, Teori Dan Aplikasi.
- Uno, H. B. (2020). Paradigma Penelitian. E-Prosiding Pascasarjana Universitas Negeri Gorontalo.
- Utami, N. P. P., Antara, I. M. P. S., Putra, I. K. A. S., & Dharma, N. O. (2022). Pengembangan digital content creative untuk mempromosikan layanan melalui media sosial pada Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha. *Media Sains Informasi dan Perpustakaan*, 1-18.2(2).

- Waskithoaji, Y., & Darmawan, B. A. (2022). *Peran Teknologi dalam Penggunaan Media Sosial dan Dampaknya terhadap UMKM*. 01(02).
- Wati, M. (2023). Pengaruh Terpaan Media Sosial Akun Instagram@ Kulinerpku Terhadap Kebutuhan Informasi Kuliner.
- We Are Social & Meltwater. (2025). Digital 2025: Indonesia. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Wicaksono, T. A., Reformasianto, V. L., Mufidah, D., Anggelina, E., Wimbarti, S., & Kusrohmaniah, S. (2024). The Impact of TikTok Social Media on Users: A Neuropsychological Perspective. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, 13(3), 455. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v13i3.15920>
- Windahl, S., Signitzer, B., & Olson, J. T. (1992). *Using communication theory: An introduction to planned communication*. SAGE Publications.
- Wiryany, D., Natasha, S., & Kurniawan, R. (2022). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terhadap perubahan sistem komunikasi Indonesia. *Jurnal Nomosleca*, 8(2), 242-252.
- Yanzhuri, M., & Marsa, Y. J. (2025). *Trend Fomo dan TikTok di Kalangan Mahasiswa. Nuansa: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Dan Keagamaan Islam*, 22 (1), 77–93.
- Yie, J., Yu, Y., Zhang, Y., Tan, Y., Wu, D., Shi, M., & Huang, H. (2023). The effect of short-form video addiction on undergraduates' academic procrastination: A moderated mediation model. *Frontiers in Psychology*, 14, 1298361. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1298361>
- Yusnita, M. (2021). Relationship between social media exposure and adolescents' knowledge, attitude and behaviour to HIV/AIDS prevention. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 10(1), 42-53. <https://doi.org/10.7454/jkmi.v10i1.1019>