

Hubungan *On-Fomo* dengan *Netiquette* Mahasiswa Jurusan Bimbingan dan Konseling Universitas Lambung Mangkurat

Author:

Yunita Ani Rajatman¹
Eklys Cheseda Makaria²
Ali Rachman³

Afiliation:

Universitas Lambung
Mangkurat^{1,2,3}

Corresponding email

yunitarajatman22@gmail.com¹
eklys.makaria@ulm.ac.id²
ali.bk@ulm.ac.id³

Histori Naskah:

Submit: 2025-03-18
Accepted: 2025-04-04
Published: 2025-04-09



This is an Creative Commons
License This work is licensed
under a Creative Commons
Attribution-NonCommercial 4.0
International License

Abstract:

Generation Z's close connection with the internet has given rise to new behaviors, including the fear of missing out (FoMO), specifically Online FoMO (On-FoMO) the tendency to stay constantly connected to avoid missing out on information or trending topics. Social media usage also involves adherence to certain norms, known as netiquette. Interviews with guidance and counseling students revealed that many experience FoMO, especially in monitoring social media, mimicking speech styles, following jokes, and keeping up with news. However, their views on ethical online behavior vary; some emphasize its importance, while others admit to occasionally acting unethically. This study examines the relationship between On-FoMO and netiquette among students in the guidance and counseling departement at Lambung Mangkurat University. Findings show most respondents have low to moderate On-FoMO levels, while their netiquette levels are generally high. Correlation analysis reveals $r = -0.090$ with $p = 0.140$ (>0.05), indicating no significant relationship between On-FoMO and netiquette. Although a slight trend suggests that higher On-FoMO may be linked to lower netiquette, the relationship is weak and not statistically significant. These result suggest that other factors may have a stronger influence on netiquette than On-FoMO. Future research is encouraged to explore additional variables such as digital awarness, social norms, self-control, and social media experience for a deeper understanding of netiquette behavior.

Keywords: Internet Etiquette, Netiquette, Online-Fomo, Student

Pendahuluan

Generasi di jaman sekarang memiliki hubungan yang intens dengan internet, orang-orang yang pada umumnya telah memiliki smsrtphone pribadi bisa bebas mengakses jaringan internet. Kebiasaan yang tidak lepas dari generasi saat ini adalah hadirnya *media sosial* yang selalu dijadikan sebagai kebutuhan dan keperluan di kegiatan aktivitas sehari-hari. Bagaimana media sosial menjadi media yang selalu hadir di kehidupan generasi Z, banyak juga informasi yang dapat mereka dapatkan, selain berita, bentuk tren yang sedang ramai dibicarakan di media kerap menjadi hal yang penting untuk segera di ikuti Gen Z sekarang (Montanesa & Karneli, 2021). Media sosial merupakan media online yang digunakan untuk mendukung interaksi social dan sebagai alat komunikasi. Selain kegunaan sebagai alat interaksi social, dengan melalui koneksi internet media sosial juga memiliki akses bagi penggunaanya untuk mencari dan mendapatkan informasi dengan cepat (Wahjono & Iswanto, 2023). Meskipun media sosial memberikan banyak manfaat dalam hal koneksi dan akses informasi, penggunaan yang tidak etis serta kurangnya pemahaman tentang

nilai etika komunikasi dalam penggunaan bahasa di media sosial telah memicu krisis etika yang serius. Krisis ini berdampak negatif terhadap lingkungan sosial, seperti memicu perpecahan masyarakat, mengabaikan privasi orang lain, dan menurunnya kepercayaan publik terhadap informasi yang disampaikan di media sosial. Hal ini terjadi karena pemahaman etika dan nilai kebahasaan dalam media sosial di masyarakat masih sangat rendah dan krisis pemahaman etika itu sendiri (Hoshi Rachmat et al., 2023). Pada wawancara yang dilakukan beberapa mahasiswa mengaku pernah bertindak diluar etika itu sendiri, seperti menggunakan kata kasar dalam unsur bercanda, tidak memilah kata saat mencoba berkomunikasi dengan orang lain (dosen, senior, dan junior), dan pernah melakukan stalking.

Dalam berinternet juga memiliki nilai etika sehingga dapat dibatasinya tindakan-tindakan yang menimbulkan kerugian bagi orang lain. Etika merupakan sebuah nilai yang kita pegang dalam sehari-hari saat berkomunikasi, dan juga bersikap kepada orang lain (Muslimin & Kom, 2023). *Netiquette* atau etika berinternet merupakan nilai moral yang mengatur perilaku dalam penggunaan internet. Hal ini penting karena internet memungkinkan individu untuk berbicara dan bertindak sesuka hati, termasuk berperilaku kasar, menghina, menyudutkan, bahkan menyinggung isu SARA (suku, agama, ras, dan antar golongan). *Netiquette* yang juga dikenal sebagai netiket berfungsi sebagai panduan etika dalam berkomunikasi di lingkungan internet. *Netiquette* dapat membantu pengguna internet dalam memanfaatkan fasilitas internet secara bijak (Frida Kusumastuti et al., 2021). *Netiquette* berhubungan dengan dua konsep utama, yaitu etiket dan etika. Etiket merujuk pada aturan konvensional mengenai perilaku individu dalam masyarakat yang berkaitan dengan kesopanan, sedangkan etika berhubungan dengan nilai moral yang baik dan terhormat. *Netiquette* sendiri merupakan bentuk etika yang mengatur perilaku pengguna saat berinteraksi di jejaring sosial online (Setya Arifina et al., 2024). Karakter yang dimiliki oleh pengguna internet akan tercermin dari *netiquette* masing-masing pengguna, yakni cara mereka menggunakan layanan internet baik di media sosial maupun berkomentar di situs berita, hal ini dapat mencerminkan antara orang beradab dan orang tidak beradab dalam kehidupan nyata (Saputra, 2022). Penggunaan media sosial telah menjadi fenomena global yang mempengaruhi pola komunikasi dan perilaku manusia (Asy'ari, 2024). Seiring waktu *netiquette* menjadi sangat penting seiring bertambahnya jumlah pelajar dan remaja yang aktif di media sosial serta berkomunikasi secara daring, karena remaja cenderung lebih rentan dalam melanggar etika (Ahyati et al., 2023).

Hampir semua orang menggunakan internet sebagai pemenuh kebutuhan hidup mereka (Azizah et al., 2023). Menggunakan media sosial secara berlebihan dapat menimbulkan munculnya kecemasan, kegalauan dan emosional yang tidak stabil. Hal ini sejalan bagaimana *fear of missing out* menjadi pemicu untuk menggunakan media sosial diluar batas kewajaran (salma & Irma, 2022). Perilaku dimana biasanya menggambarkan seseorang untuk selalu mengikuti tren-tren yang ada di sebut *fear of missing out* (fomo) dimana mereka kerap selalu mengikuti tren yang ada dan merasa cemas jika ketinggalan atau tidak mengetahui hal yang ramai dibicarakan atau disebut tren, seperti melihat gaya hidup orang lain di media sosial seperti influencer dan terdorong untuk mengikuti apa yang sudah di pamerkan dan di promosikan (Ali Rachman et al., 2023). Hal ini menggambarkan sikap tidak percaya diri yang menimbulkan mudahnya untuk terdorong mengikuti tren dengan mudah, orang yang memiliki kepercayaan diri tinggi tidak akan memiliki keraguan tentang kemampuan ataupun pengetahuan yang mereka miliki (Eklys Cheseda Makaria et al., 2019). Przybylski mendefinisikan FoMO sebagai gambaran perasaan saat dimana seseorang merasa takut serta khawatir jika dirinya tertinggal dalam segala hal, dan merasakan kecemasan ketika melihat orang lain memiliki pengalaman yang lebih berharga dari dirinya (Taswiyah, 2022). Namun arti FoMO sendiri disini sangat didefinisikan secara luas tanpa perilaku online dan media. Karena itu, seseorang individu

dengan tingkat *fear of missing out* yang tinggi akan berusaha secara agresif untuk terlibat dalam media sosial.

Fenomena FoMO lebih banyak terjadi dalam media sosial karna mudahnya seseorang untuk mendapatkan informasi tentang orang lain atau suatu produk (Kurniawan & Utami, 2022). Maka dari itu fenomena ini disebut *On-FoMO* atau *online fear of missing out*. *On-FoMO* di sini diukur dari beberapa indikator berdasarkan hasil skala dari Sette, 2020 (Kurniawan & Utami, 2022) yakni: (1) *anxiety*, merupakan perasaan cemas, memiliki efek negatif, selalu terpikirkan jika tidak bisa terhubung dengan internet. (2) *need to belong*, yaitu ketidaknyamanan ketika seseorang tidak bisa bergabung dengan kelompok lain atau tidak dihiraukan di media sosial. (3) *addiction*, yaitu kesulitan dalam mengontrol diri saat menggunakan media sosial. (4) *need for popularity*, yaitu kecenderungan seseorang untuk mendapatkan pengakuan dan diterima oleh orang lain di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara *On-FoMO* dengan perilaku *netiquette*. Fokus utama penelitian ini adalah untuk memahami apakah kecenderungan *On-FoMO* memengaruhi cara individu berperilaku dalam komunikasi digital, seperti kebiasaan dalam memberikan komentar, berbagi informasi, atau berinteraksi dengan orang lain di media sosial. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai bagaimana *On-FoMO* dapat memengaruhi aspek etika digital seseorang. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur tentang perilaku digital, sekaligus menawarkan panduan praktis untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya etika berkomunikasi di dunia maya.

Studi Literatur

FoMO merupakan rasa takut yang dirasakan seseorang ketika melewatkan momen penting dari diri sendiri atau kelompok lain di media sosial. selain itu, terdapat keterkaitan positif antara FoMO dan kecanduan media sosial, dimana individu memiliki dorongan kuat untuk terus terhubung dengan orang lain secara daring (Rahardjo & Soetjiningsih, 2022). Dalam aktivitas daring, terdapat istilah *online fear of missing out*, fenomena ini menggambarkan kecenderungan seseorang untuk selalu terhubung dengan internet agar tidak ketinggalan informasi atau interaksi (Hanifah et al., 2024).

Sebagai pengguna media sosial, generasi muda harus dapat bersikap bijak saat menggunakan media sosial. Generasi muda saat ini kurang memahami pelanggaran etika berinternet (*netiquette*) seperti pelecehan online, dan kejahatan tradisional di dunia siber, seperti *cracking*, *hacking*, penipuan skala besar, perdagangan seks (prostitusi online), dan pornografi (Irvansyah et al., n.d.; Reny et al., 2023).

Pesatnya pertumbuhan pengguna internet dalam lima tahun terakhir menimbulkan berbagai tantangan dan persoalan etika yang mesti diperhatikan. Salah satu isu utama adalah perlindungan data pribadi, privasi, serta penyebaran konten negatif di dunia digital. Seiring meningkatnya jumlah pengguna internet, risiko pelanggaran privasi dan penyalahgunaan data pribadi juga semakin tinggi. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan serta regulasi yang efektif guna melindungi pengguna dari berbagai ancaman keamanan digital (Pambudi et al., 2023; Tsamara, 2021).

Hingga saat ini penelitian yang secara langsung mengaitkan *On-FoMO* dengan *netiquette* masih terbatas. Maka dari itu studi ini merupakan penelitian yang baru dalam membahas mengenai adanya kaitan antara *On-FoMO* dengan *netiquette*, dan bertujuan mengkaji lebih dalam faktor-faktor yang berperan dalam membentuk perilaku etika di dunia digital. Terdapat hubungan positif antara penggunaan jejaring sosial dengan FoMO, yang akhirnya berkaitan dengan penurunan kesejahteraan psikologis seseorang, seperti kepuasan hidup yang rendah, meningkatkan emosi negatif, dan berkurangnya kesadaran penuh (Herawati et al., 2022). kondisi ini berpotensi membuat seseorang bersikap lebih impulsif dalam bermedia

sosial dan kurang pertimbangan etika berinternet, sehingga memungkinkan terjadinya pelanggaran netiquette.

Metode Penelitian

Penelitian ini menetapkan *On-FoMO* sebagai variabel bebas dan netiquette sebagai variabel terikat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Teknik sampel jenuh, di mana seluruh populasi dijadikan sampel. Jumlah sampel yang diperoleh dalam penelitian ini adalah 271 mahasiswa. Peneliti mengambil sampel dari seluruh populasi mahasiswa angkatan 2022, 2023, dan 2024 jurusan bimbingan dan konseling. Teknik pengumpulan data akan menggunakan angket yang akan disebarakan secara online menggunakan google form ke mahasiswa. Penelitian ini menggunakan dua angket, yaitu skala *On-FoMO*, yang terdiri dari 20 butir pernyataan dari 4 indikator yakni: (1) *anxiety*, (2) *need to belong*, (3) *addiction*, (4) *need for popularity* menurut (Kurniawan & Utami, 2022). Dan skala *netiquette* yang terdiri dari 33 butir pernyataan dari 5 indikator yakni: (1) menghargai pengguna internet, (2) Menghindari tindakan kriminal di media sosial, (3) menghargai privasi pribadi dan pengguna internet lain, (4) menghindari tindakan plagiarisme, (5) memiliki kesadaran untuk mengamankan jaringan, menurut (Surniandari, 2017). pernyataan dalam angket dinilai menggunakan skala *likert* 5 untuk mengukur perilaku responden.

Hasil

Berdasarkan hasil data penelitian yang telah di dapat tentang *On-FoMO* dan *netiquette*, diperoleh hasil data sebagai berikut

Table 1. Kategori Skala *On-FoMO*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat rendah	21	7.7	7.7	7.7
	rendah	164	60.5	60.5	68.3
	cukup	78	28.8	28.8	97.0
	tinggi	8	3.0	3.0	100.0
	Total	271	100.0	100.0	

Table 2. Kategori Skala *Netiquette*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	cukup	1	.4	.4	.4
	tinggi	148	54.6	54.6	55.0
	sangat tinggi	122	45.0	45.0	100.0
	Total	271	100.0	100.0	

Pada *On-FoMO* dapat di simpulkan sebagian besar responden memiliki nilai *On-FoMO* yang rendah dengan sebanyak 164 responden, lalu sebanyak 78 responden berada di kategori cukup, dan untuk kategori

tinggi sebanyak 8 responden. Untuk variabel *netiquette* Sebagian besar responden memiliki nilai di kategori tinggi sebanyak 148 responden, sangat tinggi dengan nilai 122 responden dan 1 responden dengan kategori cukup.

Uji Normalitas & Linearitas

Peneliti melakukan uji normalitas dan linearitas untuk menentukan apakah data memiliki distribusi normal dan bersiat linear. Uji normalitas menunjukkan nilai sig 0,210, di mana jika nilai tersebut lebih besar dari 0,05 maka data dianggap berdistribusi normal. Sementara itu, berdasarkan uji linearitas, nilai sig juga menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,05, menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel dapat dikatakan linear.

Uji Korelasi

Table 3. Korelasi Variabel *On-FoMO* dan Variabel *Netiquette*

Correlations

		<i>On-FoMO</i>	<i>Netiquette</i>
<i>On-FoMO</i>	Pearson Correlation	1	-.090
	Sig. (2-tailed)		.140
	N	271	271
<i>Netiquette</i>	Pearson Correlation	-.090	1
	Sig. (2-tailed)	.140	
	N	271	271

Hasil dari data uji korelasi diatas ialah tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel *On-FoMO* dan *netiquette* pada mahasiswa jurusan bimbingan dan konseling. Dapat dikatakan demikian karena jumlah nilai signifikansi yang tertera pada gambar tabel uji korelasi berada di atas 0,05. Karna nilai signifikansi $0,140 > 0,05$ maka hubungan ini tidak signifikan secara statistik. Artinya, tidak ada cukup bukti untuk menyimpulkan bahwa ada hubungan yang nyata antara kedua variabel ini dalam populasi. Lalu jika dilihat dari nilai Pearson Correlation yang berada pada angka -0,090 menunjukkan bahwa hubungan *On-FoMO* dengan *netiquette* sangat rendah (hampir tidak ada korelasi) dan karna nilainya negatif, ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *On-FoMO* maka *netiquette* cenderung lebih rendah. Kesimpulan dari uraian diatas ialah, *On-FoMO* dan *netiquette* tidak memiliki hubungan yang signifikan dan jika ada, hubungan tersebut sangat lemah serta berlawanan arah.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis korelasi pearson menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat lemah dan tidak signifikan antara *On-FoMO* dan *netiquette* dengan nilai korelasi $r = -0,090$ dan $p = 0,140 > 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa perubahan dalam tingkat *On-FoMO* tidak memiliki hubungan yang kuat dengan *netiquette* pada responden penelitian ini. Temuan ini berbeda dengan penelitian yang ada, dimana menunjukkan bahwa FoMO atau dalam konteks *On-FoMO* dimana menunjukkan sikap kecenderungan lebih

dalam penggunaan media sosial dan digital dapat mempengaruhi perilaku individu dalam dunia digital aspek etika berinternet atau *netiquette*. Namun dalam penelitian ini, hasilnya tidak menunjukkan hubungan yang signifikan, sehingga bisa jadi ada faktor lain yang lebih dominan mempengaruhi *netiquette*, seperti kesadaran digital, norma sosial, atau pengalaman individu dan kontrol diri dalam bermedia sosial (Khairunnisa et al., 2022; Queena Fredlina, 2023; Rawanoko et al., 2021; Yulianti, 2022).

Netiquette menjadi kemampuan untuk memperhatikan perasaan dan pandangan orang lain dalam lingkungan digital, memenuhi aspek hati Nurani dalam aktivitas digital berdasarkan Keputusan moral yang tepat dengan tidak membuat gaduh (Hidayah & Feriyansyah, 2023). Dan *On-FoMO* merupakan perasaan cemas dan selalu ada keinginan untuk terlibat dengan media sosial secara intens, semakin tinggi tingkat konsumsi media sosial, semakin besar pula gejala kecemasan yang dialami individu. *On-FoMO* mendorong mereka untuk terus mengikuti perkembangan informasi dan secara tidak langsung memotivasi mereka agar selalu terlibat dalam tren. Pengaruh dan dampak yang dapat ditimbulkan *On-FoMO* seperti rasa kesepian, harga diri, kepuasan hidup, gejala fisik, memperburuk hubungan interpersonal dan durasi tidur (Hanifah et al., 2024). Menurut penjelasan diatas *netiquette* berkaitan dengan kesadaran etika dan tanggung jawab dalam komunikasi digital, sebaliknya *On-FoMO* berkaitan dengan emosi dan kecemasan akibat ketakutan tertinggal informasi. Meskipun seseorang dengan *On-FoMO* yang tinggi dan lebih aktif di media sosial, tidak berarti mereka akan peduli terhadap *netiquette*, di sisi lain ada juga individu yang mengalami FoMO tetapi tetap menjaga etika mereka. Dalam dorongan mengikuti tren jika seseorang terdorong untuk selalu mengikuti tren tanpa mempertimbangkan aspek etika, maka *netiquette* mereka bisa saja rendah meskipun mereka mengalami *On-FoMO* yang tinggi. Sebaliknya, individu yang sadar akan etika digital mungkin tetap selektif dalam mengikuti tren tanpa terpengaruh oleh perasaan FoMO. Faktor lain yang menyebabkan hubungan antara kedua variabel justru lemah, ialah adanya ketidaksesuaian dalam skala pengukuran yang tidak sepenuhnya mencerminkan perilaku yang diharapkan dimensi yang diukur dalam *On-FoMO*, seperti angket *On-FoMO* hanya mengukur kecenderungan individu untuk memantau media sosial dan emosionalnya tetapi, tetapi tidak menilai bagaimana peraan tersebut benar-benar mempengaruhi interaksi secara daring, dan kurang relevan satu sama lain, karena *On-FoMO* lebih menitikberatkan pada emosional dan psikologis, sedangkan *netiquette* lebih menyoroti aspek perilaku atau norma sosial, ini dapat menjadi patokan peneliti selanjutnya untuk menggunakan instrument pengukuran yang lebih komprehensif.

Pada hasil data *On-FoMO* mahasiswa cenderung tinggi pada indikator *anxiety* yakni berisikan butir pernyataan bahwa mereka lebih memiliki rasa kecemasan dan selalu ingin berusaha terhubung dengan jejaring sosial. Sebagian besar pengguna internet berada pada rentang usia 18-25, dimana dalam penggunaannya intensitas yang tidak terkendali akan mengarah pada perilaku adiksi media sosial (Selly Gita Praditha & Made Swasti Wulanyani, 2024). pada indikator lain dapat dikatakan berada di tingkat yang rendah, dan mahasiswa memiliki tingkat nilai *netiquette* yang cenderung tinggi, pengetahuan *netiquette* dapat diberikan dengan pemahaman dan penerapan *netiquette*, dimana ini bertujuan untuk membantu pengguna membentuk komunikasi dan interaksi yang bagus serta bisa lebih menghormati perbedaan pendapat (Bisnis et al., 2022). Ini menunjukkan bahwa Sebagian besar mahasiswa tidak mengalami *On-FoMO* yang tinggi untuk terus berusaha memantau dan mengikuti informasi baru tetapi Sebagian di kategori cukup dan 8% di kategori tinggi, hanya saja mereka merasa cemas jika tidak terhubung dengan jejaring sosial, tetapi hal ini tidak mempengaruhi pada nilai *netiquette* mereka di media sosial karena rata-rata mereka memiliki nilai *netiquette* yang tinggi, artinya mereka memiliki etika dan kesadaran untuk tetap menjaga tindakan di media sosial. hal ini dapat menjadi salah satu faktor yang menyebabkan nilai *netiquette* mereka tetap tinggi meskipun memiliki tingkan *On-FoMO* yang tinggi. Oleh karna itu peneliti mendatang

sebaiknya memperluas cakupan sampel dengan melibatkan mahasiswa dari berbagai jurusan, pekerja profesional, atau kelompok usia lainnya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tidak ditemukannya hubungan antara variabel *On-FoMO* dan *netiquette*. jika ada hubungan korelasinya sangat lemah dan negative, yang berarti bahwa meningkatnya *On-FoMO* tidak selalu menyebabkan menurunnya *netiquette*, hal ini karena *netiquette* lebih di pengaruhi faktor lain. Dalam penelitian ini tidak ditemukan bukti yang cukup kuat untuk mendukung hubungan tersebut, terdapat hal lain dalam menentukan *netiquette* seperti kesadaran digital, norma sosial, pengalaman individu, dan kontrol diri dalam bermedia sosial. dengan kata lain hanya karena seseorang memiliki tingkat *On-FoMO* yang tinggi, bukan berarti mereka akan memiliki *netiquette* yang rendah. Dan terdapat temuan dari data peneliti yang menunjukkan bahwa meskipun mereka memiliki tingkat kecemasan tinggi untuk terus berusaha terhubung dengan jejaring sosial, mereka tidak selalu berusaha untuk terus mengikuti informasi terbaru. Namun, meskipun ada kecemasan terkait hal tersebut mereka tetap menjaga etika dalam bermedia sosial.

Referensi

- Ahyati, I. U., Sya'rawi, H., & Permanasari, L. (2023). Etika Berinternet (Netiket) untuk Meningkatkan Literasi Digital Pelajar di SMAN 2 Banjarmasin. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 175–180. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v8i2.4151>
- Ali Rachman, Inuriya Verawati, & M. Arli Rusandi. (2023). Understanding 'flexing' : the impact on mental health and public trust. In *Journal of Public Health (United Kingdom)* (Vol. 45, Issue 2, pp. E398–E399). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/pubmed/fdad024>
- Asy'ari, L. P. (2024). NETIZEN BEHAVIOR TOWARDS NON-CONFORMITY AND INCOMPREHENSION IN THE IMPLEMENTATION OF PANCASILA VALUES. *JURNAL SETIA PANCASILA*, 4(2), 17–28. <https://e-jurnal.stkipgrisumenep.ac.id/index.php/JSP>
- Azizah, A., Rachman, A., & Arsyad, M. (2023). EFEKTIVITAS KONSELING KELOMPOK DENGAN PENDEKATAN RATIONAL EMOTIVE BEHAVIOR THERAPY (REBT) UNTUK MENGATASI KECANDUAN MEDIA SOSIAL PADA SISWA KELAS XI DI SMAN 2 BANJARMASIN (Vol. 01, Issue 1). Online. <http://j-intelligentsiaEdu.ppjp.ulm.ac.id>
- Bisnis, J. A., Negeri, P., & Ringkasan, B. (2022). ETIKA BERINTERNET (NETIKET) DALAM KOMUNIKASI DARING DI POLITEKNIK NEGERI BANJARMASIN Inayatul Ulya Ahyati (1) , Huda Sya'rawi (2). In *Print) Jurnal INTEKNA* (Vol. 22, Issue 1). Online. <http://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/intekna/issue/archive>
- Eklys Cheseda Makaria, Ali Rachman, & Ririanti Rachmayanie. (2019). Korelasi Kepercayaan Diri dan Efikasi Diri Akademik Mahasiswa Program Studi Bimbingan dan Konseling Angkatan. *JKI (Jurnal Konseling Indonesia)*, 5(1), 1–5. <http://ejournal.unikama.ac.id/index.php/JKI>
- Frida Kusumastuti, S. I. A., Yanti Dwi Astuti, M. A. B., Lisa Esti Puji Hartanti, N. M. R. A., & Novi Kurnia. (2021). *Etis Bermedia Digital*.
- Hanifah, R., Wigati, M., Wilantika, R., & Lathief Syaifussalam, M. (2024). Mengarungi Gelombang Digital: Peran Self-compassion dan Gratitude Terhadap Online FoMO Pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Perseptual*, 9(1). <http://jurnal.umk.ac.id/index.php/perseptual>

- Herawati, I., Rizal, I., Amita, N., & Psikologi, F. (2022). THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON FEAR OF MISSING OUT AMONG Z GENERATION: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW. In *Journal of Islamic and Contemporary Psychology* (Vol. 2, Issue 2).
- Hidayah, Y., & Feriyanasyah. (2023). *Netiquette dalam Perspektif Pendidikan Kewarganegaraan sebagai Perwujudan Warga Digital yang Baik*. <http://ojs.staialfurqan.ac.id/alqiyam>
- Hoshi Rachmat Firmansyah, A., Nataella Dewi, C., Najmiah, N., Kaila Chairunnisa, S., Fuadin, A., & Ivani Putri, V. (2023). Krisis Pemahaman Moral dan Etika dalam Penggunaan Media Sosial. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3(1), 34–40. <https://doi.org/10.17509/xxxx.xxx>
- Irvansyah, A., Adi, O. :, & Artikel, I. (n.d.). *Literasi Digital dalam Memanfaatkan Media Sosial (Studi Kasus pada Asisten Rumah Tangga Usia Remaja)* LITERASI DIGITAL DALAM MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL.
- Khairunnisa, R., Zahara Putri, M., Purnamasari Siregar, D., Miftahul Jannah, F., Dini Zafira, S., Dalina, D., Lutfia Fariha, K., Farida, M., Sari, R., Putri, S., Efendi, F., Indratno Aji, F., Raranditha, A., Fardana, A., & Amelia, S. (2022). Internet Addiction Disorder Pada Generasi-Z Di Era Modernisasi. In *PROCEEDING CONFERENCE ON PSYCHOLOGY AND BEHAVIORAL SCIENCES* (Vol. 1). <http://proceedings.dokicti.org/index.php/CPBS/index>
- Kurniawan, R., & Utami, R. H. (2022). Validation of Online Fear of Missing Out (ON-FoMO) Scale in Indonesian Version. *Jurnal Neo Konseling*, 4(3), 1–5. <https://doi.org/10.24036/00651kons2022>
- Montanesa, D., & Karneli, Y. (2021). Pemahaman Remaja Tentang Internet Sehat Di Era Globalisasi. *EDUKATIF : JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 3(3), 1059–1066. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i3.509>
- Muslimin, K., & Kom, M. I. (2023). *HUKUM DAN ETIKA JURNALISTK*.
- Pambudi, R., Budiman, A., Rahayu, A. W., Sukanto, A. N. R., & Hendrayani, Y. (2023). Dampak Etika Siber Jejaring Sosial Pada Pembentukan Karakter Pada Generasi Z. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF : Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 4(3), 289–300. <https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v4i3.262>
- Queena Fredlina, K. (2023). *IMPLEMENTASI DAN TANTANGAN NETIKET DALAM MASYARAKAT DIGITAL DI SMK PARIWISATA HARAPAN DENPASAR*. 7(2).
- 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), 460–465. <https://doi.org/10.51214/bocp.v4i3.328>
- Rawanoko, E. S., Komalasari, K., Al-Muchtar, S., & Bestari, P. (2021). The use of social media in ethic digital perspective. *Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan*, 18(1), 148–157. <https://doi.org/10.21831/jc.v18i1.40036>
- Reny, A. W., Renandi Ekatama Surya, M., Indriyani, S., & Bisnis, F. (2023). *BIJAK BERINTERAKSI DI MEDIA SOSIAL* (Vol. 4, Issue 4).

-
- Saputra, M. (2022). Integrasi Kewarganegaraan Digital dalam Mata Kuliah Pendidikan Kewarganegaraan untuk Menumbuhkan Etika Berinternet (Netiket) di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 12(1), 6–11.
- Selly Gita Praditha, K., & Made Swasti Wulanyani, N. (2024). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Adiksi Media Sosial Pada Mahasiswa: Literature Review. *Ni Made Swasti Wulanyani INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 2506–2524.
- Setya Arifina, A., Astuti, D. D., Nur, C., Dinata, F., Prasetyaningrum, W., Lestari, E. P., & Santosa, A. (2024). *Sosialisasi Netiket Guna Meningkatkan Pemahaman Bijak Bermedia Sosial*. 5(1), 271–284. <https://doi.org/10.30812/adma.v4i2.3830>
- Surniandari, A. (2017). Hatespeech Sebagai Pelanggaran Etika Berinternet Dan Berkomunikasi Di Media Sosial. *Simposium Nasional Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi*, 137–141.
- Taswiyah. (2022). Mengantisipasi Gejala Fear Of Missing Out (FoMO) Terhadap Dampak Social Global 4.0 dan 5.0 Melalui Subjective Weel-Being dan Joy of Missing Out (JoMO) Taswiyah. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 8(1), 103–107. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JAWARA/index>
- Tsamara, N. (2021). *Perbandingan Aturan Perlindungan Privasi Atas Data Pribadi Antara Indonesia Dengan Beberapa Negara*.
- Wahjono, & Iswanto, A. C. (2023). *Penggunaan Teknologi Informasi Dalam Mengakses Media Sosial Sebagai Upaya Penguatan Pemasaran Usaha Kuliner*.
- Yulianti, L. E. (2022). NETIQUETTE: Penguatan Soft Skill Netizen untuk Generasi Berkarakter. *JIRA: Jurnal Inovasi Dan Riset Akademik*, 2(11), 1532–1554. <https://doi.org/10.47387/jira.v2i11.239>