



Fenomena *Fear of Missing Out* di Indonesia Sebagai Bentuk Representasi Pemikiran Simmel Mengenai Pertukaran dalam Interaksi Sosial

Nuris Watunnaba

Program Studi Pascasarjana Ilmu Sosiologi, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia, Jawa Barat, Indonesia

Kata Kunci

Kata kunci: FOMO, Georg Simmel, Pertukaran, Trend Barang.

Abstrak

Maraknya trend terhadap suatu barang dan rasa takut tertinggal seringkali menciptakan adanya perilaku jual beli yang tidak lagi didasarkan oleh nilai guna atau nilai tukar, melainkan melalui proses pemaknaan terhadap barang tersebut, fenomena ini sering kali disebut dengan perilaku *Fear of Missing Out (FOMO)* yang mempengaruhi bagaimana cara pandang masyarakat menilai secara subjektif terhadap barang, sehingga masyarakat cenderung melakukan bentuk pengorbanan demi mengikuti trend FOMO untuk melakukan proses pertukaran. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan perilaku FOMO melalui kerangka berpikir Simmel mengenai konsep pertukaran dalam interaksi sosial dan mengetahui bagaimana fenomena FOMO ini membentuk pemaknaan dan simbol-simbol sosial yang dihasilkan terhadap trend suatu barang. Pendekatan metode dalam penelitian ini yakni menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis studi pustaka melalui penelitian-penelitian sebelumnya yang mendukung dan membahas fenomena serupa. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemikiran Simmel terkait pemaknaan subjektif dalam konsep pertukaran sejalan dengan perilaku pertukaran di era modern yang cenderung tidak lagi mementingkan nilai guna maupun nilai tukar suatu barang, dan hal ini membentuk adanya budaya implusif dalam proses pertukaran.

Keywords

Keywords
FOMO, Georg Simmel,
Product Trend.

Abstract

The rise of trends towards an item and the fear of being left behind often creates buying and selling behavior that is no longer based on utility or exchange value, but rather through the process of giving meaning to the item, this phenomenon is often referred to as *Fear of Missing Out (FOMO)* behavior which influences how people subjectively assess goods, so that people tend to make sacrifices in order to follow the FOMO trend to carry out the exchange process. This study aims to explain FOMO behavior through Simmel's framework of thinking about the concept of exchange in social interaction and to find out how this FOMO phenomenon forms the meaning and social symbols produced towards the trend of an item. The method approach in this study is to use a qualitative method with a literature study analysis approach through previous studies that support and discuss similar phenomena. The results of this study indicate that Simmel's thoughts regarding subjective meaning in the concept of exchange are in line with exchange behavior in the modern era which tends to no longer prioritize the utility or exchange value of an item, and this forms an impulsive culture in the exchange process.

*Corresponding Author: **Nuris Watunnaba**, Program Studi Pascasarjana Ilmu Sosiologi, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Indonesia, Jawa Barat, Indonesia;
Email: Nuris.watunnaba@ui.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.29303/jseh.v11i3.753>

History Artikel:

Received: 16 Juni 2025 | Accepted: 29 September 2025

PENDAHULUAN

Maraknya fenomena *fear of missing out* terhadap suatu barang yang menjadi trend dalam masyarakat mengakibatkan seseorang menjadi terpacu untuk mengikuti dan membeli barang berdasarkan trend yang tengah terjadi didalam masyarakat. *Fear of missing out* sendiri merupakan perasaan yang terjadi akibat adanya rasa takut tertinggal terhadap apa yang dilakukan oleh seseorang (Groenestein et al. 2024). Fenomena *fear of missing out* atau yang lebih dikenal dengan istilah FOMO menjadi hal yang banyak dilakukan khususnya oleh masyarakat Indonesia, seperti pada ramainya trend untuk menggunakan dan membeli sebuah mainan atau barang lain yang dianggap memiliki makna lebih bagi sebagian besar masyarakat, sehingga menimbulkan perilaku pertukaran terhadap barang yang menimbulkan untung rugi yang berasal dari pemaknaan seseorang terhadap nilai dari barang yang akan dipertukarkan.

Selanjutnya, fenomena FOMO pada suatu barang yang dapat merubah makna barang tersebut memiliki nilai ekonomi secara subjektif juga dipengaruhi oleh pihak dagang atau perusahaan yang secara tidak langsung mengeksploitasi sensasi dari rasa takut akan ketinggalan terhadap trend suatu barang, diiringi dengan adanya batas waktu pembelian (Japutra et al. 2025). Trik-trik perdagangan yang memicu perilaku FOMO membuat sebagian masyarakat melakukan perilaku dengan menekankan gaya hidup yang konsumtif dan implusif yang mana pembelian atau proses pertukaran terhadap barang tidak lagi dilihat dari nilai guna dan nilai ekonomi didalamnya, melainkan adanya proses pemaknaan terhadap barang tersebut sehingga mereka seringkali mengeluarkan bentuk pengorbanan terhadap barang tersebut baik tenaga, waktu, maupun harga yang harus dibeli (Apolo and Kurniawati 2023; Nasution, Sugianto, and Dharma 2023). Meskipun hal ini tidak terjadi pada semua kalangan masyarakat khususnya yang menganggap trend-trend barang tersebut tidak memiliki nilai subjektif sehingga mereka cenderung mengabaikan trend-trend tersebut. Namun, hal ini tetap tidak dapat menghilangkan eksploitasi pemaknaan serta rasa takut tertinggal terhadap fenomena FOMO yang berdampak pada terjadinya pembelian barang secara implusif dan konsumtif.

Istilah dan meluasnya aktivitas budaya *fear of missing out* terhadap suatu barang ini tentu saja banyak merubah pola pikir masyarakat terhadap suatu barang. Salah satu faktor sosial yang mengakibatkan seseorang mengikuti tren ini dijelaskan oleh Simmel dapat ditentukan dalam konteks modernitas dalam karyanya yang berjudul *On Individuality and Social Forms* menyebutkan bahwa seseorang yang mampu untuk memiliki dan mengikuti tren tersebut dapat dipandang sebagai seseorang yang memiliki kualitas nilai yang tinggi (Neuwirth and Levine 1972), selain itu adanya makna tersendiri dari FOMO tersebut untuk mengikuti gaya dan perkembangan aktivitas orang lain (Hartanto and Kasturiratna 2024) sehingga secara tidak langsung mereka membentuk nilai dan menginterpretasikan makna terhadap barang tersebut, perkembangan zaman dan pesatnya *platform* media sosial juga turut serta dalam mendorong perilaku FOMO yang mana masyarakat cenderung terpacu terhadap apa yang mereka lihat dari media sosial yang kemudian memacu rasa keinginan masyarakat untuk memiliki apa yang masyarakat lihat sehingga mereka dapat mempertontonkan kembali dalam sebuah *platform* digital sebagai bentuk partisipasi mereka terhadap gaya hidup yang modern yang dapat menampilkan simbol dan status tertentu sehingga dengan demikian trend-trend ini kemudian menciptakan hubungan sosial dengan mengedepankan pertukaran dan kemudian menghasilkan adanya untung rugi dari perilaku pertukaran yang secara implusif dilakukan oleh seseorang (Japutra et al. 2025).

Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas fenomena FOMO yang berfokus pada bagaimana media sosial dan pelaku usaha memainkan peran dalam menciptakan fenomena FOMO yang berdampak pada perilaku konsumtif dan pembelian implusif, penelitian ini lebih menjelaskan fenomena FOMO melalui konsep berpikir Simmel mengenai konsep pertukaran sebagai bentuk hubungan sosial dalam kehidupan sehari-hari dari sudut pandang modernitas yang mana hal ini berkaitan dengan tren dan gaya hidup seseorang yang dapat mempengaruhi hubungan-hubungan sosial dan juga terdapat untung rugi di dalamnya, fenomena yang didasarkan oleh berbagai faktor pendukung sehingga menimbulkan makna subjektif terhadap sesuatu dan menciptakan nilai yang sama bagi

setiap masyarakat yang memiliki atau merasakan fenomena ini dan menimbulkan adanya kedudukan sosial bagi masyarakat (Dinh and Lee 2024). Adapun metodologis yang digunakan dalam artikel ini yakni menggunakan teknik kualitatif dengan studi fenomenologi untuk mengungkap makna secara mendalam terhadap fenomena yang dilakukan oleh penulis dalam melakukan penelitian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis studi pustaka yang di dapatkan dari jurnal dan buku mengenai fenomena *Fear of missing out* (FOMO) melalui sumber-sumber seperti jurnal terindeks Scopus atau Sinta. Pendekatan analisis studi pustaka dalam penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam konsep pemikiran Simmel terkait perilaku *fear of missing out* yang termasuk kedalam konsep pertukaran di era modern. Adapun langkah analisis studi pustaka dalam penelitian yakni, peneliti terlebih dahulu mengumpulkan sumber-sumber yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti, selanjutnya peneliti menentukan teknik analisis apa yang akan dilakukan, dan terakhir peneliti melakukan penyusunan pembahasan berdasarkan hasil dari sintesis yang sudah dilakukan.

Pendekatan penelitian ini digunakan karena relevan dengan topik penelitian yang mengkaji fenomena *fear of missing out* melalui konsep pertukaran Simmel, sehingga data yang dihasilkan dapat merepresentasikan penjelasan yang mendalam. Pendekatan ini juga dapat diuji secara kreadibilitas karena menggunakan data-data yang bersumber dari artikel-artikel yang terakreditasi baik secara nasional melalui Sinta maupun internasional yang terdaftar sebagai jurnal Scopus atau Jstor.

Selain itu, pendekatan metode analisis studi kasus juga dapat memberikan penjelasan-penjelasan yang lengkap secara keseluruhan mengenai gambaran fenomena *fear of missing out* dalam pemikiran Simmel, sehingga dapat memperjelas makna mengenai fenomena tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Simmel membahas mengenai pertukaran dalam interaksi sosial melalui karyanya yang berjudul *On Individuality and Social Forms* yang menjelaskan mengenai konsep pertukaran dalam perhatiannya terhadap bentuk *social forms*, dalam hal ini Simmel berpendapat bahwa hubungan sosial yang terjadi sehari-hari dalam masyarakat dapat diklasifikasikan sebagai bentuk pertukaran karena melibatkan proses timbal balik satu sama lain (Neuwirth and Levine 1972). Konsep pertukaran yang dijelaskan oleh Simmel pada awalnya menjelaskan bahwa dalam kehidupan sosial konsep pertukaran tidak sama dengan tindakan memberikan sesuatu kepada orang lain yang tidak orang lain miliki, menurutnya konsep pertukaran lebih dari itu, pertukaran dalam hubungan sosial yang ia jelaskan berkaitan dengan pandangan seseorang terhadap apa yang ia ingin pertukarkan, artinya seseorang akan melakukan proses pertukaran ketika ia memiliki makna dan nilai dari sesuatu yang ingin ia miliki, proses pertukaran ini menurut Simmel akan berdampak pada terjadinya hubungan-hubungan sosial yang menghasilkan adanya untung rugi dalam kehidupan masyarakat. Sejalan dengan penelitian yang dijelaskan oleh (Kurniawan 2024; Zafirovski 2005) pertukaran tidak hanya berkaitan dengan ekonomi melainkan didalamnya terjadi interaksi sosial dan hubungan sosial yang kemudian menghasilkan bentuk-bentuk budaya subjektif salah satunya dalam konsep pertukaran, dan hal ini berdampak pada munculnya modal non-ekonomi seperti status sosial.

Gagasan dan konsep-konsep pertukaran yang diajukan Simmel sejalan dengan kondisi pertukaran dalam masyarakat modern yang seringkali didasarkan karena adanya trend-trend suatu barang dan didorong oleh perilaku *Fear of missing out* yakni perasaan takut tertinggal terhadap trend tersebut, penelitian yang dilakukan oleh (Piko et al. 2025; Rosjayani, Idrus, and Tang 2024; Suhardi et al. 2023) juga menjelaskan bahwa perilaku FOMO yang mengakibatkan masyarakat cenderung memiliki sifat pembelian yang implusif dalam hal ini juga dipicu oleh kondisi dan hubungan

sosial seperti munculnya pengakuan sosial, adanya keinginan untuk masuk kedalam kelompok sosial tertentu, serta menghindari perasaan terisolasi sehingga seseorang dapat secara sadar melakukan sebuah pengorbanan seperti mengahabiskan waktu luang dan lain sebagainya meskipun barang tersebut tidak memiliki nilai guna atau nilai tukar. Selain itu, fenomena *fear of missing out* ini akan terus mendorong seseorang untuk memiliki rasa keinginan dalam hal mengikuti sebuah trend. Dengan demikian, barang yang tengah menjadi trend ini akan memunculkan sebuah nilai yang kemudian dapat di pertukarkan (Murakami 2016), objek dalam barang tidak memiliki nilai yang dapat dinilai secara absolute namun dengan adanya trend FOMO dan kelangkaan dapat menciptakan barang tersebut menjadi berharga bagi sebagian orang yang ingin memilikinya, fenomena ini dapat masuk kedalam konsep pertukaran ekonomi.

Simmel menjelaskan adanya pengorbanan pada terjadinya pertukaran dalam bentuk nilai ekonomi, secara tidak langsung berkaitan dengan munculnya pandangan yang bersifat subjektif karena nilai terbentuk atas dasar dari pandangan seseorang terhadap objek yang akan di pertukarkan. Dengan demikian, semakin seseorang memandang suatu objek berharga maka dalam hal ini akan semakin berpengaruh terhadap kompleksitas dalam melakukan pertukaran tersebut dan semakin besar yang ia korbakan untuk meraih objek tersebut. Proses pengorbanan ini disebabkan oleh hal-hal yang bersifat alami dengan konsekuensi yang sama bagi pelaku (Neuwirth and Levine 1972). Sejalan dengan beberapa penelitian seperti (Alonso and Fernández Rodríguez 2021; Singh 2016; Yoon, Thye, and Lawler 2013) yang menjelaskan bahwa penilaian subjektif terhadap suatu barang dapat memunculkan adanya pengorbanan, dan bentuk pengorbanan ini kemudian memainkan peran penting terhadap terjadinya permainan pasar yang dapat menentukan kondisi dari nilai ekonomi suatu barang. Makna-makna yang terbentuk secara subjektif ini kemudian menjadi hal yang mendasar dan bersifat inti dari konsep pertukaran. penelitian

tersebut secara tidak langsung memperkuat pemikiran Simmel dalam konsep kepemilikan dan nilai subjektif terhadap suatu barang.

Konsep pertukaran yang dijelaskan oleh Simmel dalam karyanya yang berjudul *On Individuality and Social Forms* ini sangat berpengaruh dalam modernitas masyarakat di era sekarang, dalam hal ini Simmel memposisikan dirinya dengan pendekatan yang filosofis, sosiologis, dan analitis. Dalam konsep sosiologi ia membahas konsep pertukaran dalam *social typenya* yang menganggap bahwa konsep pertukaran menjadi salah satu bentuk dari hubungan sosial yang erat kaitannya dengan interaksi masyarakat, dalam hal ini tidak hanya fokus terhadap aspek ekonomi meskipun memang ia mengkaitkannya dengan ekonomi dan kemudian dilanjutkan dengan karyanya yang menjelaskan mengenai uang, namun ia juga menjelaskan melalui konsep-konsep yang lain yang mana terdapat hubungan timbal balik, emosional, dan simbolik di dalamnya. Selanjutnya, konsep dalam pertukaran ini Simmel melihat dan menganalisis makna-makna yang terdapat dalam individu dan analisisnya terhadap pengorbanan seseorang untuk melakukan perilaku pertukaran, dengan demikian inilah yang menjadi perbedaan dengan tokoh sosiologis yang lain yang juga menjelaskan mengenai konsep yang serupa.

KESIMPULAN DAN SARAN

Adapun kesimpulan dalam penulisan mengenai fenomena *fear of missing out* dalam konsep pertukaran Simmel yakni. Penjelasan mengenai pertukaran seperti yang dijelaskan oleh Simmel memang sangat dapat diimplementasikan dalam fenomena atau kasus-kasus yang ada dalam masyarakat Indonesia, salah satunya adalah budaya FOMO yang menjadi salah satu contoh sebagai penyebab terjadinya hubungan pertukaran yang dijelaskan oleh Simmel, penggunaan makna dalam trend-trend FOMO terhadap suatu barang dapat menciptakan pemaknaan yang dapat memiliki nilai yang berharga, fenomena ini juga menjelaskan adanya konsep pengorbanan untuk mendapatkan kepuasan tersendiri dan kemudian dapat berlanjut diakuinya status simbolik seseorang akibat dari partisipasi seseorang dalam mengikuti trend tersebut. Meskipun demikian, konsep

pertukaran ini tidak secara sempurna dijelaskan oleh Simmel sebab dalamnya pemikirannya ia terlalu condong membahas pemaknaan dan nilai dalam pertukaran sehingga secara keilmuan memungkinkan Simmel terlalu bersifat subjektif terhadap konsep pertukaran ini, kemudian dalam hal ini Simmel juga menggambarkan dan menjelaskan konsep yang terlalu abstrak dengan pendekatan yang berbasis mikro sehingga kemungkinan dalam beberapa hal konsep ini sangat sulit apabila di kaitkan dengan konsep-konsep yang bersifat makro sehingga memungkinkan adanya teori tambahan yang dapat menjelaskan pemikiran Simmel terkait konsep pertukaran.

SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai fenomena *fear of missing out* (FOMO) dalam konsep pertukaran Simmel, disarankan agar penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih lanjut dengan pendekatan yang bersifat makro sehingga mampu melengkapi pemikiran Simmel yang cenderung mikro. Selain itu, perlu adanya integrasi dengan teori-teori sosial kontemporer yang lebih kontekstual untuk menjelaskan dinamika FOMO dalam masyarakat modern Indonesia. Dengan demikian, penelitian mendatang diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara budaya populer, nilai simbolik, dan praktik pertukaran dalam kehidupan sosial.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dan memberikan bimbingan, serta dukungan moral dan tenaga selama penulisan artikel ini berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

Alonso, Luis Enrique, and Carlos J. Fernández Rodríguez. 2021. "Debt and Sacrifice: The Role of Scapegoats in the Economic Crises." *Religions* 12(2):1–13. doi: 10.3390/rel12020128.

Apolo, Michelle, and Meike Kurniawati. 2023. "Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar KPOP Remaja Akhir Produk Merchandise KPOP." *Journal Of Science Research* 3:43847–58.

Casale, Silvia, Giulia Fioravanti, Francesca Gioia,

Eva Redditi, and Marcantonio Spada. 2023. "Fear of Missing out and Fear of Not Being up to Date: Investigating Different Pathways towards Social and Process Problematic Smartphone Use." *Current Psychology* 42(26):22847–56. doi: 10.1007/s12144-022-03368-5.

Dinh, Thi Cam Tu, and Yoonjae Lee. 2024. "Social Media Influencers and Followers' Conspicuous Consumption: The Mediation of Fear of Missing out and Materialism." *Heliyon* 10(16):2. doi: 10.1016/j.heliyon.2024.e36387.

Elhai, Jon D., Haibo Yang, and Christian Montag. 2021. "Fear of Missing out (Fomo): Overview, Theoretical Underpinnings, and Literature Review on Relations with Severity of Negative Affectivity and Problematic Technology Use." *Brazilian Journal of Psychiatry* 43(2):203–9. doi: 10.1590/1516-4446-2020-0870.

Groenestein, Ellen, Lotte Willemsen, Guido M. van Koningsbruggen, Hans Ket, and Peter Kerkhof. 2024. "The Relationship between Fear of Missing out, Digital Technology Use, and Psychological Well-Being: A Scoping Review of Conceptual and Empirical Issues." *PloS One* 19(10):2. doi: 10.1371/journal.pone.0308643.

Hartanto, Andree, and K. T. A. Sandeeshwar. Kasturiratna. 2024. "Longitudinal Bidirectional Relation between Fear of Missing out and Risky Loot Box Consumption: Evidence for FoMO-Driven Loot Boxes Spiral Hypothesis." *Computers in Human Behavior Reports* 16(July):2. doi: 10.1016/j.chbr.2024.100535.

Indra Cahaya Tresna, Indranawati Usman, Tommi Siswono, and Novila Rachmah. 2025. "Fear of Missing Out (FOMO) in Consumer Behaviour: A Systematic Literature Review on Antecedents, Consequences, and Moderating Factors." *Journal of Information Systems Engineering and Management* 10(36s):626–39. doi: 10.52783/jisem.v10i36s.6542.

Japutra, Arnold, Sianne Gordon-Wilson, Yuksel Ekinici, and Elisa Dorothee Adams. 2025. "The Dark Side of Brands: Exploring Fear of Missing out, Obsessive Brand Passion, and Compulsive Buying." *Journal of*

- Business Research 186(September 2024):1–2. doi: 10.1016/j.jbusres.2024.114990.
- Karalus, Andrzej. 2018. “Georg Simmel’s the Philosophy of Money and the Modernization Paradigm.” *Polish Sociological Review* 204(4):429–46. doi: 10.26412/psr204.01.
- Kurniawan, Kevin Nobel. 2024. “The Tragedy of Culture and the Objectification of Human Relation: A Reflection on Georg Simmel’s Thoughts.” *Masyarakat: Jurnal Sosiologi* 29(1):2. doi: 10.7454/mjs.v29i1.13571.
- Murakami, Tatsuya. 2016. “Materiality, Regimes of Value, and the Politics of Craft Production, Exchange, and Consumption: A Case of Lime Plaster at Teotihuacan, Mexico.” *Journal of Anthropological Archaeology* 42:59. doi: 10.1016/j.jaa.2016.03.003.
- Nasution, Riska Syahputri, Sugianto Sugianto, and Budi Dharma. 2023. “Perilaku Fear Of Missing Out (FOMO) Dalam Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa FEBI UINSU Ditinjau Dalam Prespektif Masalah.” *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 11(2):1997–2006. doi: 10.37676/ekombis.v11i2.6819.
- Neuwirth, Gertrud, and Donald N. Levine. 1972. *Georg Simmel on Individuality and Social Forms: Selected Writings*. Vol. 1. edited by D. N. Levine. Chicago, London: American National Standard for Information Sciences.
- Piko, Bettina F., Vanessa Müller, Hedvig Kiss, and David Mellor. 2025. “Exploring Contributors to FoMO (Fear of Missing out) among University Students: The Role of Social Comparison, Social Media Addiction, Loneliness, and Perfectionism.” *Acta Psychologica* 253(January). doi: 10.1016/j.actpsy.2025.104771.
- Rosjayani, Annisa Pratiwi, Nurul Ilmi Idrus, and Mahmud Tang. 2024. “Fenomena Mahasiswa Terhadap Sindrom Fear Of Missing Out.” *Journal Of Social Science Research Volume* 4(5):4284–98. doi: <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i5.14757>.
- Singh, Devin. 2016. “Speculating the Subject of Money: Georg Simmel on Human Value.” *Religions* 7(7):1–15. doi: 10.3390/rel7070080.
- Suhardi, Yusuf, Ali Akhmadi, Arya Darmawan, Sekolah Tinggi, Ilmu Ekonomi, and Indonesia Jakarta. 2023. “Fear of Missing out, Price Sensitivity, and Customer Online Impulse Buying: The Role of Scarcity Cues.” *Jmsab* 6(1):171–84.
- Turner, Bryan S. 1986. “Simmel, Rationalisation and the Sociology of Money.” *SAGE Publications* 34(1):95–99.
- Yoon, Jeongkoo, Shane R. Thye, and Edward J. Lawler. 2013. “Exchange and Cohesion in Dyads and Triads: A Test of Simmel’s Hypothesis.” *Social Science Research* 42(6):1458–59. doi: 10.1016/j.ssresearch.2013.06.003.
- Zafirovski, Milan. 2005. “Electronic Journal of Sociology (2005) ISSN : 1198 3655 Social Exchange Theory under Scrutiny : A Positive Critique of Its Economic-Behaviorist Formulations.” *Electronic Journal of Sociology* 2(2005):1–40.