

# **SKRIPSI**

**FENOMENA *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DI  
KALANGAN REMAJA PENIKMAT KOPI KEKINIAN  
(STUDI DI KAFE SAY STORY KOTA LUBUKLINGGAU)**



**AJENG PRASTUTI NINGRAT  
07021281924061**

**JURUSAN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2023**

# **SKRIPSI**

## **FENOMENA *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DI KALANGAN REMAJA PENIKMAT KOPI KEKINIAN (STUDI DI KAFE SAY STORY KOTA LUBUKLINGGAU)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana S-1 Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Sriwijaya



**AJENG PRASTUTI NINGRAT**  
**07021281924061**

**JURUSAN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**“FENOMENA FEAR OF MISSING OUT (FOMO) DI KALANGAN  
REMAJA PENIKMAT KOPI KEKINIAN  
(STUDI DI KAFE SAY STORY KOTA LUBUKLINGGAU)”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh  
Derajat Sarjana S-1 Sosiologi**

Oleh :

**Ajeng Prastuti Ningrat**

**07021281924061**

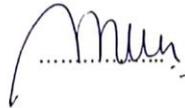
Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal

Mery Yanti, S.Sos., M.A

NIP. 197705042000122001



25/1-2022

Mengetahui,  
Ketua Jurusan,



**Dr. Diana Dewi Sartika, S.Sos., M.Si**  
NIP. 198002112003122003

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**“FENOMENA *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DI KALANGAN  
REMAJA PENIKMAT KOPI KEKINIAN  
(STUDI DI KAFE SAY STORY KOTA LUBUKLINGGAU)”**

Skripsi  
Oleh :  
Ajeng Prastuti Ningrat  
07021281924061

Telah dipertahankan di depan penguji  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat  
Pada tanggal 30 Januari 2023

Pembimbing :

1. Mery Yanti, S.Sos., MA  
NIP. 197705042000122001

Tanda Tangan



Penguji :

1. Gita Isyanawulan, S.Sos., MA  
NIP. 198611272015042003

2. Abdul Kholek, S.Sos., MA  
NIP. 198509072019031007

Tanda Tangan



Mengetahui,



Ketua Jurusan



**Dr. Diana Dewi Sartika, S.Sos., M.Si**  
NIP. 198002112003122003



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, TEKNOLOGI DAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Palembang-Prabumulih, KM 32 Indralaya Kabupaten Ogan Ilir 30662  
Telepon (0711) 580572 ; Faksimile (0711) 580572

**PERNYATAAN ORISIONALITAS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ajeng Prastuti Ningrat

NIM : 07021281924061

Jurusan : Sosiologi

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang saya yang berjudul "Fenomena *Fear of Missing Out (FoMO)* di Kalangan Remaja Penikmat Kopi Kekinian (Studi di Kafe Say Story Kota Lubuklinggau" ini benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi saya sudah di atas merupakan jiplakan karya orang lain (Plagiarisme), terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Indralaya, 15 Januari 2023

  
METERAI  
TEMPEL  
Ajeng Prastuti Ningrat  
NIM. 07021281924061

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- “*Be the person you want to have in your life*”
- “Belajar dan terus belajarlal untuk menjadi lebih baik”

Dengan mengharap Ridho Allah SWT Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Papa dan Mama tercinta
2. Saudara perempuanku tersayang
3. Dosen pembimbing skripsi yaitu ibu Mery Yanti, S.Sos., MA
4. Teman-teman seperjuangan di kampus
5. Almamaterku Universitas Sriwijaya

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrohim, Assalamu'alaykum warahmatullahi wabarakatuh*

*Alhamdulillah rabbil 'alamin*, puji syukur kehadiran Allah SWT karena atas segala nikmat, anugerah dan kesempatannya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Fenomena *Fear Of Missing Out* di Kalangan Remaja Penikmat Kopi Kekinian (Studi di Kafe Say Story Kota Lubuklinggau)”. Selanjutnya shalawat beserta salam tak lupa kita haturkan kepada junjungan kita, suri tauladan kita, nabi agung kita, nabi besar nabi Muhammad SAW yang mana telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman terang benderang seperti hari ini. skripsi ini diajukan dan ditulis sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa untuk meraih gelar Sarjana Sosiologi (S.sos) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Strata1 (S-1) Universitas Sriwijaya.

Penulis dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan juga semangat serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini. dengan segenap kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr . Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si selaku Ketua jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Gita Isyanawulan, S.Sos, MA selaku sekretaris jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
5. Ibu Mery Yanti, S.Sos., M.A selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyalurkan ilmu serta motivasi yang telah diberikan kepada penulis, serta senantiasa sabar dan ikhlas membimbing penulis sehingga penulis mampu mengerjakan skripsi ini sampai selesai.

6. Ibu Yosi Arianti, S.Pd., M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang selalu senantiasa memberikan arahan dan motivasi mengenai akademik pada penulis.
7. Seluruh Dosen Sosiologi dan staff serta karyawan FISIP UNSRI yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat untuk penulis.
8. Mbak Yuni Yunita, S,Sos selaku admin jurusan yang senantiasa membantu penulis dalam mengurus administrasi.
9. Teruntuk kedua orang tua penulis tercinta, Papa dan Mama yang telah mendidik, merawat, memberikan semangat, motivasi, dan dukungan serta doa sepanjang waktu. Semoga Allah SWT senantiasa menjaga Papa dan Mama aamiin.
10. Mama, terima kasih telah menjadi matahari yang paling terang dalam hari-hari paling gelap serta menjadi teman diskusi penulis mengenai berbagai hal. Terima kasih telah mengerti dan memahami perasaan penulis seutuhnya.
11. Teruntuk adik-adik perempuan penulis tersayang, Cik Dia dan Adik Alif yang telah menjadi saudara perempuan dan sahabat yang hebat, terima kasih atas segala cinta, semangat, dan motivasi agar penulis menjadi sosok kakak yang lebih baik setiap hari.
12. Keluarga besar Kemas Ibrahim yang telah mendukung dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan studi Sosiologi.
13. Orang-orang spesial yang penulis sayangi, Billy, Annisa, Aulia, Dieta, Ica, Isna, Laras, Nadya, Okta, Olin. Terima kasih karena telah mewarnai hari-hari dunia perkuliahan yang abu-abu, mengukir senyum dan tawa serta menjadi penyemangat bagi penulis.
14. Teman-teman SMA yang paling setia Rapika, Riska, dan Ita. Terima kasih telah menjadi teman penulis sampai saat ini dan bersama penulis melewati berbagai momen kehidupan.
15. Mbak Heni Rachmadita selaku owner kafe Say Story Kota Lubuklinggau yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian, terima kasih atas informasi dan bantuan yang diberikan sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan baik.

16. Tim kafe Say Story Lubuklinggau yang senantiasa membantu dalam memberikan informasi kepada penulis sehingga penulis merasa terbantu.
17. Untuk semua informan yang telah bersedia membantu penulis dalam memberikan informasi penelitian ini.
18. Segenap teman-teman mahasiswa Sosiologi angkatan 2019, yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu. Terimakasih atas cerita, perjuangan dan juga pengalaman yang telah dibuat.
19. Terimakasih untuk semua pihak yang tak bisa penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penulisan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. *Aamiin yarabbal 'alamin. Wassalamu'alaikumwarahmatullahi wabarakatuh.*

Indralaya, Januari 2023  
Penulis

Ajeng Prastuti Ningrat  
NIM. 07021281924061

**RINGKASAN**  
**FENOMENA *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DI KALANGAN REMAJA**  
**PENIKMAT KOPI KEKINIAN**  
**(STUDI DI KAFE SAY STORY KOTA LUBUKLINGGAU)**

Oleh: Ajeng Prastuti Ningrat

Penelitian ini berjudul Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) di Kalangan Remaja Penikmat Kopi Kekinian (Studi di Kafe Say Story Kota Lubuklinggau). Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah makna aktivitas minum kopi kekinian pada remaja yang memiliki *fear of missing out* dan faktor penyebab remaja mengalami fenomena *fear of missing out* mengonsumsi kopi kekinian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis fenomena fear of missing out di kalangan remaja penikmat kopi kekinian di kafe Say Story Kota Lubuklinggau. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan strategi penelitian fenomenologi. Penelitian ini menggunakan teori Masyarakat Konsumsi oleh Jean Baudrillard. Data pada penelitian ini diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menemukan bahwa adanya makna aktivitas minum kopi kekinian di kalangan remaja *fear of missing out*, yaitu (1) Citra Diri di Lingkungan Sosial, (2) Citra Diri di Media Sosial, (3) Kafe Sebagai Ruang Sosial, (4) Kopi Sebagai Identitas Kelompok. Adapun faktor penyebab remaja *fear of missing out* mengonsumsi kopi kekinian adalah (1) Pengucilan Sosial, (2) Kecemburuan Sosial, (3) Pengakuan Sosial.

**Kata Kunci : *Fear of Missing Out*, Remaja, Kopi Kekinian**

Indralaya, 13 Februari 2023

Mengetahui

**Dosen Pembimbing**



**Mery Yanti, S.Sos., MA**

NIP. 197705042000122001



## SUMMARY

### THE PHENOMENON OF FEAR OF MISSING OUT (FOMO) AMONG TEENAGE CONNOISSEURS OF CONTEMPORARY COFFEE (STUDY AT SAY STORY CAFÉ, LUBUKLINGGAU CITY)

By: Ajeng Prastuti Ningrat

Research entitled The Phenomenon of Fear of Missing Out (FoMO) among Teenage Connoisseurs of Contemporary Coffee (Study at Say Story Cafe, Lubuklinggau City). The problems studied in this research are the meaning of contemporary coffee drinking activities in adolescents who have a fear of missing out and the factors that cause adolescents to experience the phenomenon of fear of missing out by consuming contemporary coffee. The purpose of this research was to identify and analyze the phenomenon of fear of missing out among young coffee connoisseurs at the Say Story Café in Lubuklinggau City. The research method used descriptive qualitative with a phenomenological research strategy. This research uses the theory of 'Consumption Society' by Jean Baudrillard. The data in this research were obtained through observation, interviews, documentation and literature study. The results of the study found that there is a meaning in the current activity of drinking coffee among teenagers who are afraid of missing out, namely; (1) Self-image in Social Environment, (2) Self-Image in Social Media, (3) Cafes as a Social Space, (4) Coffee as a Group Identity. The factors that cause teenagers to fear missing out on consuming coffee today are (1) Social Exclusion, (2) Social Jealousy, (3) Social Recognition.

**Keywords: Fear of Missing Out, Teenage, Contemporary Coffee**

Indralaya, 13 February 2023

Approve by,  
Advisor



Mery Yanti, S.Sos., MA  
NIP. 197705042000122001

Head of Sociology Department  
Faculty of Social and Political Science  
Sriwijaya University



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si  
NIP. 198002112003122003

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN ORISIONALITAS .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>x</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Umum .....	7
1.3.2 Tujuan Khusus .....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2 Manfaat praktis.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Kerangka Pemikiran .....	22
2.2.1 Fenomena <i>Fear of Missing Out</i> .....	22
2.2.2 Remaja.....	24
2.2.3 Kopi Kekinian .....	25
2.2.5 Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard.....	27
2.3 Bagan Kerangka Pemikiran.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	31
3.2 Lokasi Penelitian .....	31

3.3	Strategi Penelitian .....	32
3.4	Fokus Penelitian .....	32
3.5	Jenis dan Sumber Data .....	33
3.6	Penentuan Informan .....	34
3.7	Peranan Peneliti .....	35
3.8	Unit Analisis Data .....	35
3.9	Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.10	Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data .....	38
3.11	Teknik Analisis Data .....	39
3.12	Jadwal Penelitian .....	41
<b>BAB IV GAMBARAN LOKASI PENELITIAN.....</b>		<b>42</b>
4.1	Profil Kota Lubuklinggau .....	42
4.1.1	Gambaran Geografi Kota Lubuklinggau .....	42
4.1.2	Gambaran Pemerintahan Kota Lubuklinggau .....	43
4.1.3	Gambaran Penduduk dan Ketenagakerjaan Kota Lubuklinggau .....	45
4.2	Profil Kafe Say Story .....	46
4.2.1	Sejarah Kafe Say Story Kota Lubuklinggau .....	46
4.2.2	Jam Operasional Kafe Say Story .....	47
4.2.3	Konsep Kafe Say Story .....	48
4.2.4	Owner dan Karyawan Kafe Say Story Lubuklinggau .....	51
4.3	Gambaran Umum Informan Penelitian .....	53
4.3.1	Informan Utama .....	53
4.3.2	Informan Pendukung .....	57
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>59</b>
5.1	Makna Aktivitas Minum Kopi Dikalangan Remaja dengan <i>Fear of Missing Out</i> .....	60
5.1.1	Citra Diri di Lingkungan Sosial .....	60
5.1.2	Citra Diri di Media sosial .....	62
5.1.3	Kafe Sebagai Ruang Sosial .....	66
5.1.4	Kopi Sebagai Identitas Kelompok.....	69
5.2	Faktor Penyebab Remaja dengan <i>Fear of Missing Out</i> Mengonsumsi Kopi Kekinian .....	75

5.2.1 Pengucilan Sosial .....	75
5.2.2 Kecemburuan Sosial.....	79
5.2.3 Pengakuan Sosial.....	81
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>88</b>
6.1 Kesimpulan.....	88
6.2 Saran.....	88
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>95</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	41
Tabel 4.1 Luas Kecamatan Kota Lubuklinggau.....	42
Tabel 4.1.2 Jumlah Kelurahan Kota Lubuklinggau .....	44
Tabel 4.1.3 Jumlah Penduduk dan Laju Pertumbuhan.....	45
Tabel 4.3.1 Skala <i>Fear of Missing Out</i> .....	54
Tabel 4.3.2 Data Informan Utama .....	56
Tabel 4.3.3 Data Informan Pendukung .....	58

## DAFTAR BAGAN

### Halaman

Bagan 2.3 Bagan Kerangka Pemikiran .....	30
--	----

## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

Gambar 4.2.1 Lokasi Kafe Say Story.....	..48
Gambar 4.2.2 Tampilan Depan Kafe .....	..49
Gambar 4.2.3 Tampilan Ruangan <i>Indoor</i> .....	..49
Gambar 4.2.4 Tampilan Ruangan <i>Outdoor</i> .....	..50
Gambar 4.2.5 Tampilan Ruangan <i>Outdoor</i> .....	..50
Gambar 4.2.6 Wawancara Bersama Owner Kafe .....	..51
Gambar 4.2.7 Karyawan Kafe Say Story .....	..52
Gambar 4.2.8 Kegiatan Karyawan .....	..52
Gambar 4.2.9 Instagram Kafe Say Story .....	..53
Gambar 5.1 Akun Instagram Informan .....	..65
Gambar 6.1 Proses Wawancara di Kafe Say Story .....	118
Gambar 6.2 Proses Wawancara Bersama Informan.....	118
Gambar 6.3 Proses Wawancara Bersama Owner dan Karyawan .....	119
Gambar 6.4 Proses Wawancara dan Observasi.....	119
Gambar 6.5 Kegiatan Observasi di Kafe Say Story .....	120
Gambar 6.6 Kegiatan Observasi di Kafe Say Story .....	120

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sebagai generasi yang berkembang di era globalisasi dengan kemajuan internet dan digital yang pesat membuat remaja dengan mudah selalu terhubung dengan satu sama lain. Penggunaan media sosial yang tinggi membuat generasi ini menjadi lebih mudah terpapar dengan berbagai tren yang ada di laman media sosial. Hal ini memicu mereka untuk senantiasa dapat mengikuti berbagai tren yang ada dan kerap kali merasa gelisah yang berujung pada sebuah ketakutan, fenomena tersebut disebut dengan *fear of missing out*. Istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh Przybylski, dkk (2013:1842) yang menjelaskan bahwa ini adalah fenomena psikologi yang dialami oleh orang-orang yang memiliki gejala terobsesi dengan berbagai hal yang sedang berlangsung dan sering terjadi disekitarnya.

Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Kang, dkk (2019) menjelaskan bahwa *fear of missing out* berkaitan dengan kebutuhan psikologi dasar dan kebutuhan sosial agar dapat diterima dan masuk kedalam suatu kelompok tertentu, lebih lanjut lagi penelitian yang dilakukan oleh Ward, dkk. (2018) menjelaskan bahwa sebesar 89 persen pengguna media sosial berumur 18-29 tahun, dampak dari media sosial tentunya lebih berpengaruh terhadap golongan muda. Maka konsep *fear of missing out* jika kita lihat dari beberapa penelitian di atas adalah adanya rasa ingin diterima (*desire for belongings*) dan rasa cemas apabila suatu individu tersebut diisolasi dan di ekskomunikasikan dari suatu kelompoknya (*anxiety of isolation*).

Przybylski, dkk (2013:1843) menjelaskan tiga indikator *fear of missing out* yaitu ketakutan yang dirasakan oleh suatu individu apabila tidak dapat terhubung dengan suatu peristiwa atau percakapan dengan individu lain, kemudian adanya rasa khawatir ketika suatu hal menyenangkan terjadi tanpa dirinya dan merasa kehilangan berbagai kesempatan dalam berinteraksi dengan individu lain, dan yang terakhir adanya rasa apabila tidak terhubung pada suatu peristiwa dengan individu lain.

Dampak perkembangan teknologi dan internet pada fenomena *fear of missing out* membawa manusia dalam keadaan determinasi akan kebutuhan telekomunikasi. Individu yang mengalami kecemasan sosial ini akan mengalami perasaan rendah diri, penghinaan dan depresi akibat takut dihakimi oleh individu atau kelompok. Hasil studi yang dilakukan oleh *Royal Society of Public Health*, lembaga independen kesehatan masyarakat di Britania Raya, menjelaskan ada sekitar 40 persen pengguna media sosial yang mengalami *fear of missing out*. Jurnal *Computers in Human* pada tahun 2013 telah meneliti lebih dalam mengenai fenomena ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sampel objek yang berumur 30 tahun kebawah memiliki kecenderungan mengalami *fear of missing out* dengan tingkat yang lebih tinggi. Selain itu, disebutkan pula bahwa perempuan cenderung lebih banyak mengalami fenomena *fear of missing out* ketimbang laki-laki.

Penelitian mengenai fenomena *fear of missing out* yang dilakukan oleh *Australian Psychological Society*, sebuah organisasi profesi psikologi Australia menyatakan bahwa prevalensi *fear of missing out* sebesar 50 persen dialami oleh remaja, sedangkan sebesar 25 persen dialami oleh kelompok dewasa. Hasil penelitian ini lebih lanjut menunjukkan bahwa remaja secara signifikan memiliki kemungkinan lebih besar mengalami *fear of missing out*. Konsekuensi negatif dari fenomena *fear of missing out* ini bagi para remaja adalah adanya masalah identitas diri, citra diri negatif, kesepian, perasaan terasingkan, dan perasaan iri.

Fenomena *fear of missing out* di kalangan remaja ini menimbulkan kebutuhan akan eksistensi diri di lingkungan sosial agar mendapat pengakuan dan mempertahankan status sosial di lingkungannya. Contohnya adalah media sosial Instagram yang menyediakan fitur *like* dan *comment* yang membuat remaja berlomba-lomba mencari pengakuan akan status sosial mereka di dunia maya tersebut. Media sosial Instagram memungkinkan remaja untuk melihat unggahan orang lain, memberikan *like* dan *comment* pada unggahan tersebut, dan berkirim pesan, hal ini memfasilitasi kebutuhan remaja untuk menjalin relasi dan interaksi sosial. Hal penting lainnya yang harus diperhatikan adalah mudahnya remaja untuk terjebak kedalam berbagai tren yang ada di media sosial yang dilakukan oleh kelompok sosialnya. Berbagai tren ini mampu membuat remaja mengalami

ketergantungan karena tidak ingin ketinggalan. Remaja memiliki karakteristik psikologis yang mudah dipengaruhi oleh kelompok sebayanya, dan rentan untuk mengikuti berbagai tren. Hal inilah yang membuat remaja senantiasa ingin selalu *up to date* dan ingin tahu mengenai segala hal yang jadi.

Budaya mengonsumsi kopi di kota Lubuklinggau pada kalangan remaja memiliki antusiasme tersendiri. Dalam empat tahun terakhir mulai marak berdiri berbagai *kafe* kekinian yang mengusung berbagai tema yang memiliki nilai estetika di kalangan remaja di kota Lubuklinggau. Kopi kekinian berbeda dengan kopi yang dahulu kita kenal yang hanya sebatas kopi hitam yang pahit, sekarang sudah sangat bervariasi dan juga dicampur dengan berbagai bahan yang dapat menambahkan cita rasa kopi menjadi lebih istimewa dan tidak begitu pahit untuk dikonsumsi, seperti menambahkan es krim, *cream cheese*, coklat bubuk, jelly boba, biskuit, dan bahkan potongan kue. Berbagai rasa dikombinasikan ke dalam kopi kekinian namun tidak mengubah ciri khas pada kopi tersebut.

Antusiasme para remaja dalam mengonsumsi kopi kekinian tersebut membentuk pola-pola dalam membentuk ruang publik baru yang kerap kali disebut sebagai tempat *hangout*. Penelitian yang dilakukan oleh Elly Herlyana (2012) yang berjudul *Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda*, menyatakan adanya kecenderungan gaya hidup berorientasi nilai prestise dan kebendaan pada generasi muda, hal ini dapat dilihat dalam fenomena *coffee shop* sebagai gaya hidup hedonis.

Seiring berjalannya waktu dan kemajuan teknologi, adanya pergeseran makna terhadap kafe yang kita ketahui dahulu hanya untuk tempat menikmati kopi bagi orang dewasa namun kini menjadi tempat *hangout* yang paling digemari oleh semua usia terutama khalayak muda. Penelitian oleh Ardietya Kurniawan (2017) yang berjudul *Perilaku Konsumtif Remaja Warung Kopi*, menjelaskan bahwa adanya pergeseran makna terhadap warung kopi dimana tidak hanya melakukan aktivitas konsumsi melainkan sudah menjadi gaya hidup pada sebagian remaja. Fenomena *fear of missing out* yang ada pada remaja di Kota Lubuklinggau membuat remaja berbondong-bondong datang ke kafe untuk menunjukkan eksistensi diri ini turut berperan dalam pergeseran makna terhadap kafe itu sendiri, remaja tidak lagi menganggap aktivitas minum kopi sebagai suatu

aktivitas yang kuno melainkan suatu aktivitas untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan ruang sosial dan sebagai konten di media sosial.

Adanya media sosial Instagram sebagai tempat remaja untuk mengekspresikan dirinya dan mengikuti berbagai tren, akun Instagram seperti *@saystory.lubuklinggau* dan berbagai akun Instagram kafe ternama di kota Lubuklinggau yang memiliki peran dalam menciptakan tren minum kopi sebagai sebuah bentuk eksistensi diri, dalam hal ini fenomena *fear of missing out* yang berkembang di kalangan remaja di Kota Lubuklinggau memaknai kegiatan ngopi sebagai sebuah aktivitas yang trendi, kekinian, dan gaul. Akun-akun tersebut kerap kali mengunggah ulang unggahan remaja yang sedang nongkrong, dengan banyaknya *followers* yang melihat postingan tersebut membuat remaja lainnya berlomba-lomba membuktikan eksistensi dirinya di media sosial agar mendapat sorotan dan dianggap sebagai suatu anggota kelompok tertentu.

Remaja di kota Lubuklinggau kerap kali menghabiskan waktunya di berbagai *kafe* untuk sekedar nongkrong bersama teman-temannya, baik itu selepas pulang sekolah maupun pada akhir pekan. Mereka juga kerap mengabadikan berbagai potret ketika sedang mengonsumsi kopi ke laman media sosial bersama teman-temannya. Fenomena *fear of missing out* di kalangan remaja penikmat kopi di kota Lubuklinggau ini adalah mereka merasa harus senantiasa mengikuti kegiatan nongkrong bersama kelompoknya, mengonsumsi kopi kekinian sebagai bentuk eksistensi diri dalam kelompoknya sampai pada titik dimana mereka tidak bisa menentukan skala prioritas karena merasa takut diasingkan oleh anggota kelompoknya apabila tidak mengikuti kegiatan *hangout*, dan mereka merasa harus mengunggah berbagai foto ke laman media sosial agar dianggap *up to date*. Mereka juga membagikan lokasi kafe tersebut serta turut menandai berbagai *username* teman kelompok mereka didalam foto tersebut.

Fenomena *fear of missing out* ini memicu para remaja lainnya yang melihat unggahan ini untuk datang dan membeli kopi kekinian tersebut. Sebagian remaja yang *username* media sosialnya tidak terdapat dalam unggahan di foto tersebut pun kerap kali merasa tidak mau kalah dan tidak mau diasingkan. Selaras dengan Escalas dan Beltman dalam Santoso, (2019:162) yang menjelaskan bahwa suatu individu memiliki kecenderungan terpengaruh oleh sikap, nilai, dan pendapat

yang diyakini oleh suatu kelompoknya. Dengan demikian, suatu individu akan mengonsumsi produk yang telah disarankan secara sadar maupun tidak. Hal ini mengasumsikan bahwa tindakan pembelian kopi kekinian tersebut berlandaskan oleh dorongan pribadi individu agar dapat diterima dalam suatu kelompok tertentu.

Salah satu kafe ternama di Kota Lubuklinggau adalah kafe Say Story yang memiliki interior bangunan yang menarik perhatian dengan padu padan material lantai, warna dinding, serta pernak-pernik lainnya membuat suasana interior di kafe Say Story menjadi *instagramable*. Kafe Say Story juga dilengkapi dengan akses sumber listrik seperti *charger* yang mudah dijangkau, ruangan *indoor* yang dilengkapi dengan AC dan ruangan *outdoor*, fasilitas *free wifi*, dan fasilitas *live music*. Berbagai fasilitas yang ada di kafe Say Story ini membuat para remaja betah untuk menghabiskan waktunya untuk nongkrong di kafe ini. Berbagai menu kopi kekinian yang ada di kafe Say Story adalah *coffee choco mousse*, *extra espresso*, *creamy ice coffee*, *redvelvet latte*, *choco latte*, *matcha latte*, *ice coffee caramel*, *ice coffee hazelnut*, *coffee choco nutela*, *coffee choco greentea*, dan *coffee mocca*.

Berdasarkan wawancara pada tanggal 14 Oktober 2022 yang dilakukan peneliti dengan *owner* kafe Say Story, beliau mengatakan bahwa kafe Say Story merupakan tempat nongkrong yang sangat diminati oleh kalangan muda, hal ini selaras dengan pernyataan beliau yang mengatakan bahwa ada sekitar lebih dari 30 orang pada *weekdays* dan lebih dari 50 orang pada *weekend*. Beliau juga mengatakan bahwa lebih dari 70 persen pengunjung harian di kafe Say Story merupakan remaja.

Berdasarkan jenis kelamin pengunjung di kafe Say Story itu sendiri dikatakan bahwa perempuan cenderung lebih sering berkunjung pada siang hari sedangkan laki-laki cenderung lebih sering berkunjung pada malam hari. Lebih lanjut *owner* kafe Say Story juga menuturkan bahwa hari jum'at-minggu merupakan hari dimana tingkat intensitas pengunjung kafe lebih banyak, untuk waktunya sendiri pun pukul 15.00 WIB merupakan waktu paling ramai, beliau juga menambahkan bahwa kegiatan *hangout* inipun masih tetap ramai dan berlangsung sampai pukul 22.00 WIB.

Penelitian Ardietya (2017) dengan judul Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi, mengemukakan bahwa faktor utama remaja memiliki perilaku konsumtif terhadap minuman kekinian seperti kopi dilatarbelakangi oleh kehidupan sosial dan gaya hidup. Remaja di kota Lubuklinggau kerap kali mengubah opininya terhadap suatu produk serta meningkatkan intensitas pembelian terhadap suatu merk kopi kekinian berdasarkan dengan tren yang sedang berlangsung saat itu. Tren mengonsumsi kopi kekinian dan nongkrong di kafe dianggap keren dan *up to date* sehingga secara perlahan mulai menimbulkan *fear of missing out* di kalangan remaja. Harga kopi kekinian yang tidak murah dengan intensitas pembelian yang tinggi serta persaingan eksistensi diri di media sosial seolah menciptakan euphoria tersendiri di kalangan remaja tersebut.

Remaja penikmat kopi di Kota Lubuklinggau yang mengalami fenomena *fear of missing out* merupakan suatu bentuk kepatuhan terhadap norma-norma dalam kelompok tertentu, penerimaan akan pengaruh kelompok sehingga terjadinya perubahan perilaku konsumsi dan adanya pergeseran makna mengenai kegiatan nongkrong di kafe. Berkaitan dengan hal tersebut, Argan & Argan dalam Santoso, (2019:163) dalam penelitiannya menjelaskan mengenai kerangka teoritis perubahan perilaku konsumsi dengan fenomena *fear of missing out* dalam masyarakat yang disebut dengan *Fonsumerism*, konsep ini menjelaskan mengenai perilaku konsumsi masyarakat yang disebabkan oleh fenomena *fear of missing out*. Agar tidak merasa terasingkan dan ketinggalan dari suatu kelompok sosial tertentu, maka individu secara aktif akan membangun kecenderungan untuk mengimitasi anggota kelompok agar dapat menjadi bagian dari kelompok tersebut. Berdasarkan pemaparan di atas maka studi dengan judul “Fenomena *Fear of missing out* di kalangan Remaja Penikmat Kopi Kekinian (Studi di Kafe Say Story Kota Lubuklinggau)” menjadi menarik untuk dikaji secara mendalam.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan judul penelitian Fenomena *Fear Of Missing Out* di Kalangan Remaja Penikmat Kopi Kekinian Di Kafe Say Story Kota Lubuklinggau dan penjelasan yang telah dijabarkan pada bagian latar belakang, maka rumusan masalah yang menjadi fokus kajian penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana remaja dengan *fear of missing out* memaknai aktivitas minum kopi kekinian di kafe Say Story Kota Lubuklinggau?
2. Apakah faktor penyebab remaja dengan *fear of missing out* mengonsumsi kopi kekinian di kafe Say Story Kota Lubuklinggau?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian Fenomena *Fear Of Missing Out* di Kalangan Remaja Penikmat Kopi Kekinian Di Kafe Say Story Kota Lubuklinggau yaitu sebagai berikut:

#### **1.3.1 Tujuan Umum**

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis fenomena *fear of missing out* di kalangan remaja penikmat kopi kekinian di Kota Lubuklinggau.

#### **1.3.2 Tujuan Khusus**

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis fenomena *fear of missing out* di kalangan remaja dalam memaknai aktivitas mengonsumsi kopi kekinian di kafe Say Story Kota Lubuklinggau.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor penyebab remaja yang memiliki *fear of missing out* mengonsumsi kopi kekinian di kafe Say Story Kota Lubuklinggau.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat pemikiran dalam pengembangan ilmu sosial khususnya pada jurusan Sosiologi, serta diharapkan dapat menambah wawasan, sumber informasi, dan pengetahuan yang dapat memperbanyak khasanah keilmuan sosiologi khususnya dalam bidang Sosiologi Ekonomi.

### 1.4.2 Manfaat praktis

1. Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangsi pemikiran dan bahan acuan bagi para peneliti lainnya yang berniat meneliti topik terkait sehingga studi Sosiologi senantiasa mampu menyesuaikan perkembangan ilmu pengetahuan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai fenomena *fear of missing out* yang berkembang di kalangan remaja penikmat kopi sehingga nantinya dapat dijadikan refleksi diri bagi para remaja kedepannya.

## Daftar Pustaka

### Buku :

- Baudrillard, Jean. 1998. *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: SAGE Publications.
- Gbadamosi, A. (2018). *Young Consumer Behaviour: A Research Companion*. New York: Routledge.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Medan: Wal ashri.
- Haryanto, Si. (2012). *Spektrum Teori Sosial: Dari Klasik Hingga Postmodern*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- Herlianti, P. (2015). *Secangkir Kopi Jawa Dari Tangan Petani Ke Dunia*. Jakarta: Niaga Swadaya.
- Jones, P., Bradbury, L., & le Boutillier, S. (2016). *Pengantar Teori-teori Sosial: Dari Teori Fungsionalisme hingga Post-modernisme*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- McGinnis, P. J. (2020). *Fear of missing out*. Naperville: Sourcebooks.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook* (3rd ed). USA: SAGE Publications.
- Nurdin, M., & Abrori, A. (2019). *Mengerti Sosiologi: Pengantar Memahami Konsep-konsep Sosiologi*. Jakarta: Idayus.
- Sugiyono. (2015). *Metodelogi penelitian:Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, U. (2020). *Perilaku Menyimpang Remaja Dalam Perspektif Sosiologi*. Samata: Alauddin University Press.
- Wekke, I. S. (2019). *Metode Penelitian Sosial* . Yogyakarta: Gawe Buku.
- Wirawan, I. (2012). *Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma; Fakta Sosial, Definisi Sosial, dan Perilaku Sosial*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Yunalia, E. M., & Etika, A. N. (2020). *Remaja dan Konformitas Teman Sebaya*. Malang: Ahlimedia Press.
- Yusuf, M. A. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (4th ed.). Jakarta: Kencana.

**Jurnal:**

- Abel, J. P., & Buff, C. L. (2016). Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment. In *Journal of Business & Economics Research-First Quarter* (Vol. 14, Issue 1).
- Aginta Hidayat, M. (n.d.). *Menimbang Teori-Teori Sosial Postmodern: Sejarah, Pemikiran, Kritik Dan Masa Depan Postmodernisme*.
- Alfirahmi. (2019). Fenomena Kopi Kekinian Di Era 4.0 Ditinjau dari Marketing 4.0 dan Teori Uses and Effect. *Jurnal Lugas*, 24(1), 24–32. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Alt, D. (2015). College Student Academic Motivation, media Engagement and Fear of Missing Out. *Computer and Human Behavior*, Vol. 49, pp. 111-119.
- Argan, M., dan Argan, M.T. (2018). Fomsumerism : A Theroretical Framework. *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 10(2), pp. 110-117
- Arugute, M. S., & Medina, A. M. (2018). Social and emotional correlates of the Fear of Missing Out. In *Article in North American Journal of Psychology*. <https://www.researchgate.net/publication/325347912>
- Bakti, I. S., Nirzalin, N., & Alwi, A. (2019). Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 13(2), 147–166. <https://doi.org/10.24815/jsu.v13i2.15925>
- Brawijaya, U. (n.d.). *Konsumsi Produk Sustainable Beauty di Masa Pandemi: Menjaga Kesadaran Ekologis ataukah Fear Of Missing Out (Fear of missing out)? Genta Mahardhika Rozalinna Tenaga Pengajar Sosiologi FISIP* (Vol. 1, Issue 2). <https://doi.org/10.>
- Brunborg, G. S., Skogen, J. C., & Burdzovic Andreas, J. (2022a). Fear of missing out and binge-drinking among adolescents. *Drug and Alcohol Review*, 41(1), 230–237. <https://doi.org/10.1111/dar.13356>
- Budiman, Y., Rasyid Umaternate, A., Singal, Z. H., & Si, M. (2022). Perilaku Konsumtif Masyarakat di Kelurahan Nalu Kec. Baolan Kabupaten Tolitoli. *Indonesian Journal of Social Sciene and Education*, 2(1), 27–33.
- Dhir, A., Yossatorn, Y., Kaur, P., & Chen, S. (2018). Online social media fatigue and psychological wellbeing—A study of compulsive use, fear of missing out, fatigue, anxiety and depression. *International Journal of Information Management*, 40, 141–152. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.01.012>
- Duman, H., & Ozkara, B. Y. (2021). The impact of social identity on online game addiction: the mediating role of the fear of missing out (FoMO) and the moderating role of the need to belong. *Current Psychology*, 40(9), 4571–4580. <https://doi.org/10.1007/s12144-019-00392-w>

- Escalas, J.E., dan Betman, J.R. (2003). You are What They Eat : The Influence of Reference Group on Consumer's Connection to Brands. *Journal of Consumers Psychology*, Vol. 13, pp. 339 – 348
- Fathadhika, S., & Afriani, D. (2018). Social Media Engagement Sebagai Mediator Antara Fear Of Missing Out Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Remaja. *JPSP*, 2(3), 208–215.
- Febreza, F., & Junaidi, J. (2022). The Fenomena “Digital Fatigue” Pada Mahasiswa Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang. *Naradidik: Journal of Education and Pedagogy*, 1(3), 315–326. <https://doi.org/10.24036/nara.v1i3.73>
- Grzegorz Maciejewski, & Sylwia Mokrysz. (2019a). New Trends In Consumption On The Coffee Market. *Zeszyty Naukowe SGGW, Polityki Europejskie, Finanse i Marketing*, 22(71), 132–144. <https://doi.org/10.22630/pefim.2019.22.71.31>
- Indrabayu, A., & Destiwati, R. (2022). The Influence Of Intrapersonal Communication And Fear Of Missing Out On Hedonism In Generation Z In Denpasar Pengaruh Komunikasi Intrapersonal Dan Fear of missing out Terhadap Hedonisme Pada Generasi Z Di Denpasar. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Issue 4). <http://journal.yrpiuku.com/index.php/msej>
- Istharini, E., & Arianti, R. (n.d.). Perbedaan Tingkat Fear Of Missing Out Pada Remaja Ditinjau Dari Empat Tipe Kepribadian Eysenck Abstract :Differences In The Rate Of Fear Of Missing Out In Adolescents Review From Four Types Of Personality Of Eysenck. In *Jurnal Psikologi Malahayati* (Vol. 4, Issue 1).
- Kang, I., Cui, H., dan Son, J.(2019). Conformity Consumption Behavior and FoMO. *Sustainability*, Vol. 11, pp. 1-18.
- Kasus, S., Di, K. G., Kanigoro, D., Keboharan, D., Krian, K., & Sidoarjo, K. (n.d.). *Perubahan Perilaku Remaja Pasca Berdirinya Warung Kopi Wifi*.
- Komunikasi, J. R., Carolina, M., Komunikasi, I., Komunikasi, F., Bisnis, D., & Nusantara, B. (n.d.-a). *Prilaku Komunikasi Remaja dengan Kecenderungan FoMo*. <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRKom>
- Laras Gemi Nestiti, O., Yusuf, Y., & Sosiologi Fakultas, J. (2022). *Budaya Konsumsi Kopi Sebagai Gaya Hidup The Leisure Class Pada Generasi Z Di Coffee Shop Ugoku.Co Dan Titik Kumpul Coffee Brewers Kecamatan Sekupang Kota Batam*. In *JCI Jurnal Cakrawala Ilmiah* (Vol. 1, Issue 10). <http://bajangjournal.com/index.php/JCI>
- N., Apriliyanti, D., Nastacia Sudiana, V., Setiawan, A., Pramono, D., & Sosiologi dan Antropologi, P. (n.d.). *Fenomena Flexing Di Media Sosial Sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial Dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural*.

- Nuriyah, S., & Jannah, F. (n.d.). *Fear of missing out Sebagai Bentuk Adiksi Media Sosial Remaja (Studi Kasus Pada Aktivitas Bermedia Sosial Remaja Di Kelurahan Cireundeu, Tangerang Selatan) Diajukan kepada Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi.*
- Novinka, K., Rinawati Prodi Manajemen Komunikasi, R., Ilmu Komunikasi, F., & Islam Bandung, U. (n.d.). *Bandung Conference Series: Communication Management Konstruksi Makna Budaya Ngopi sebagai Sarana Komunikasi Antarpribadi Remaja.* <https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i2.4459>
- Nurikhsan, F., Salsabila Indriane, W., & Safitri, D. (n.d.). *Fenomena Coffee Shop Di Kalangan Konsumen Remaja.*
- Pratiwi, F., Susilo, M. N. I. B., & Amelia, C. R. T. (2022). Fear of missing out pada Remaja di Masa Pandemi Covid-19. *Philanthropy: Journal of Psychology*, 6(1), 61. <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v6i1.4861>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Roberts, J. A., & David, M. E. (2020). The Social Media Party: Fear Of Missing Out (FoMO), Social Media Intensity, Connection, and Well-Being. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 36(4), 386–392. <https://doi.org/10.1080/10447318.2019.1646517>
- Puspita Prameswari, T., Chotidjah, S., & Zaleha Wyandini, D. (2022). Pengaruh Fear Of Missing Out Dan Kesepian Terhadap Psychological Well-Being Pada Remaja Akhir Pengguna Media Sosial Twitter Di Jawa Barat. In *Jurnal Psikologi Insight Departemen Psikologi* (Vol. 6, Issue 1).
- Santoso, I. H., Widyasari, S., & Soliha, E. (n.d.). *Fomsumerism: Mengembangkan Perilaku Conformity Consumption Dengan Memanfaatkan Fear of missing out Konsumen.* <https://doi.org/10.32812/jibeka.v15i2.230>
- Septiani Putri, L., Hikmah Purnama, D., & Idi Universitas Sriwijaya, A. (2019). Gaya Hidup Mahasiswa Pengidap Fear Of Missing Out Di Kota Palembang Fear Of Missing Out Lifestyle On Students In Palembang. In *Jurnal Masyarakat & Budaya* (Vol. 21, Issue 2).
- Setia Bakti, I., & Nirzalin, A. (n.d.). *Konsumerisme Dalam Perspektif Jean Baudrillard.* [www.kbbi.web.id](http://www.kbbi.web.id)
- Siddik, S., Mafaza, M., & Sembiring, L. S. (2020). Peran Harga Diri terhadap Fear of Missing Out pada Remaja Pengguna Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 10(2), 127. <https://doi.org/10.26740/jppt.v10n2.p127-138>

- Sri Widiyaningsih, D. (n.d.). *Publiciana Volume 15 No 01 Makna Kafe Bagi Remaja Milenial Sebagai Bentuk Citra Diri Di Media Sosial Meaning Of Café For Millennial Youth As A Form Of Sel-Image On Social Media*. <https://doi.org/10.36563/p>
- Sultan, U., & Tirtayasa, A. (n.d.). *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*. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JAWARA/index>
- Suryani, N., & Mulya Pratama, F. (n.d.). *L A K A R Perubahan Makna Interaksi Sosial Pada Kedai Fore Cofee*.
- Swan, A. J., & Kendall, P. C. (2016). Fear and Missing Out: Youth Anxiety and Functional Outcomes. In *Clinical Psychology: Science and Practice* (Vol. 23, Issue 4, pp. 417–435). Blackwell Publishing Inc. <https://doi.org/10.1111/cpsp.12169>
- Syahrial, M. F. (n.d.). *Makna Perilaku Sosial Remaja Penikmat Kopi Lelet di Kota Rembang*.
- Yaputri, M. S., Dimiyati, D., & Herdiansyah, H. (2022). Correlation Between Fear Of Missing Out (FoMO) Phenomenon And Consumptive Behaviour In Millennials. *Eligible: Journal of Social Sciences*, 1(2), 116–124. <https://doi.org/10.53276/eligible.v1i2.24>
- Young, Y. S., & Haryono, C. G. (2022). Eksistensi Diri Para Pelanggan Starbucks Melalui Ritual Posting Instastory. *Jurnal Komunikasi*, 16(1), 74–86. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v16i1.11763>
- Yugantara, P., Dwi Susilo, R. K., & Sulismadi, S. (2021). Gaya Hidup Ngopi Sebagai Perilaku Konsumsi. *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 4(1), 126–137. <https://doi.org/10.31538/almada.v4i1.1096>
- Zhang, Z., Jiménez, F. R., & Cicala, J. E. (2020). Fear Of Missing Out Scale: A self-concept perspective. *Psychology and Marketing*, 37(11), 1619–1634. <https://doi.org/10.1002/mar.21406>