

**FENOMENA FEAR OF MISSING OUT PADA GENERASI MILLENIAL
DALAM JEJARING SOSIAL MEDIA INSTAGRAM**

Wiji Rahayu Ningyastuti
PT.Benang Komunika Infotama
wijirahayuningyastuti@gmail.com

Abstrak. Millenials terus berkomunikasi dengan teman-temannya di sosial media, terpapar konten yang diciptakan oleh teman-temannya, dan bahkan mengikuti *trend* sosial media untuk menunjukkan bahwa mereka kekinian dan menjalani hidup yang bahagia. Fenomena *Fear of Missing Out* inilah yang dikaji oleh penulis dalam penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana FoMO terjadi pada generasi millennial yang menggunakan Instagram. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dengan penelitian fenomenologi milik Alfred Schutz untuk medeskripsikan motif apa yang melatarbelakangi generasi millennial menggunakan Instagram, penyebab terjadinya FoMO, konten yang menyebabkan FoMO, indikasi FoMO, serta karakteristik FoMO. Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi millennial yang menggunakan Instagram secara berlebihan dan terpapar berbagai konten secara terus menerus dapat menyebabkan FoMO, diketahui juga millennial yang mengalami FoMO pada Instagram memiliki beberapa indikasi dan juga karakteristik tertentu. Seperti ketakutan, kekhawatiran, dan kecemasan.

Kata kunci: New media, Instagram, Generasi Millennial, FoMO, Fenomenologi

Abstract. Millennials continue to communicate with their friends on social media, and even follow social media trends to show that they are up-to-date and live a happy life. This phenomenon of Fear of Missing Out is examined by the authors in this study. This research aims to find out how FoMO occurs in millennials who use Instagram. This study uses descriptive research with a qualitative approach. Use the phenomenology of Alfred Schutz to illustrate what motivates the millennial generation to use Instagram, the causes of FoMO, the content that causes FoMO, indications of FoMO, as well as the characteristics of FoMO. The results obtained are the millennials who use Instagram excessively can cause FoMO, millennials who experience FoMO in Instagram has several indications and also certain characteristics. Such as fear, anxiety, and worry.

Keywords: New Media, Instagram, Millennials, FoMO, Phenomenology

PENDAHULUAN

Kehadiran new media membuat kehidupan saat ini tidak dapat terlepas dari internet dan sosial media, terbukti saat ini generasi millennial diketahui sebagai generasi pengguna sosial media dengan intensitas tinggi. Kondisi ini membuat millennials terus terhubung dengan sosial medianya dan terpapar berbagai konten dari sosial media secara terus menerus. Jika generasi millennial terus menerus terpapar konten-konten yang ada di sosial media hingga merujuk kepada ketergantungan, bukan tidak mungkin jika millennials dapat mengalami suatu gangguan atau perasaan tertinggal seperti ketakutan, kekhawatiran, maupun kecemasan yang disebut sebagai Fear of Missing Out.

Saat ini diketahui bahwa terdapat berbagai aplikasi terkini seperti Twitter, Facebook, dan Instagram membuat kita mudah untuk dapat merasakan langsung konsekuensi hidup dalam jejaring sosial. Meskipun masyarakat merasa akrab dengan media sosial, ada kecenderungan yang menganggap media sosial terbatas dalam perhal teknologi, terutama teknologi dunia maya (internet). Pada kenyataannya, jejaring sosial lebih luas dari sekedar teknologi, apalagi internet saja. Jejaring sosial adalah fenomena sekaligus paradigma untuk mengerti berbagai aspek kehidupan manusia seperti bisnis, ekonomi, politik, kesehatan hingga hiburan.

Fenomena inilah yang terjadi pada generasi millennial dalam hal komunikasi, yaitu Fear of Missing Out, sebuah fenomena yang merupakan bentuk dari adanya new media khususnya sosial media dan internet. Para generasi millennial tidak hanya menggunakan sosial media untuk menghabiskan waktu atau mencari tahu informasi yang mereka inginkan, tetapi juga tanpa sadar menggunakannya untuk

mengikuti berita, kehidupan, dan kegiatan orang lain. Seolah mereka harus tahu setiap hal yang sedang terjadi dan apa dilakukan oleh orang-orang yang diikutinya di sosial media, sehingga mengharuskan mereka agar terus up-to-date terhadap semua berita terbaru, dan memastikan bahwa mereka tidak ketinggalan atau melewatkan berita apapun. Bahkan terkadang hingga menimbulkan kegelisahan pada diri mereka, yang mana kondisi tersebut dinamakan Fear of Missing Out (FoMO). Millennials terus berkomunikasi dengan teman-temannya di sosial media, terpapar konten yang diciptakan oleh teman-temannya, dan bahkan mengikuti trend sosial media untuk menunjukkan bahwa mereka kekinian dan menjalani hidup dengan kebahagiaan.

Menurut Przyblyski, Murayama, DeHaan dan Gladwell (2013) Fear of Missing Out (FoMO) merupakan ketakutan akan kehilangan moment berharga individu atau kelompok lain di mana individu tersebut tidak dapat ikut di dalamnya dan ditandai dengan keinginan untuk tetap terus terhubung dengan apa yang orang lain lakukan melalui internet atau dunia maya. Fear of Missing Out (FoMO) pada dasarnya merupakan kecemasan sosial tetapi dengan perkembangan media sosial saat ini menyebabkan FoMO menjadi lebih meningkat.

Berdasarkan hasil survei #StatusOfMinde yang dipublikasikan oleh United Kingdom's Royal Society for Public Health pada Februari-Mei 2017. Kondisi ini dikarenakan sering melihat teman berpergian, melakukan kegiatan, ataupun membeli barang, dan bersenang-senang sehingga menimbulkan perasaan tertinggal. Fenomena FoMO yang juga hadir pada Instagram dan dinyatakan sebagai sosial media paling buruk bagi kesehatan, membuat FoMO yang terjadi pada Instagram menarik untuk diteliti. FoMO terjadi pada seseorang

yang melakukan komunikasi di sosial media untuk memelihara eksistensi dirinya, yang membuat ia selalu terhubung dengan sosial mediana dan akhirnya menimbulkan perasaan ketakutan, kekhawatiran, dan kecemasan. Tentunya pengalaman yang dirasakan oleh setiap orang dalam berkomunikasi di sosial media khususnya di Instagram pastilah berbeda-beda. Seperti konten apa yang diakses dan dilihat oleh pengguna, konten apa yang membuat pengguna merasakan FoMO, hingga hal-hal apa saja yang menjadi referensi pengguna dalam bertindak di sosial media maupun di kehidupan nyata. Dalam ilmu komunikasi pengalaman-pengalaman yang dilalui ini dapat dimaknai tersendiri oleh individu.

Pengalaman dalam bersosial media di Instagram sehingga pengguna merasakan FoMO ini dapat dikaji dengan Fenomenologi. Teori yang digunakan oleh ilmu komunikasi untuk melihat sebuah fenomena yang terjadi di masyarakat berdasarkan pengalaman dari individu itu sendiri. Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz yang menggabungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari-hari, dan kegiatan dimana pengalaman dan pengetahuan itu berasal. Dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial, pada pengalaman, makna dan kesadaran pengguna dalam bersosial media di Instagram sehingga memunculkan FoMO. Fokus penelitian sebagai berikut: “Bagaimana fenomena Fear of Missing Out terjadi pada generasi millennial yang menggunakan sosial media Instagram?”.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui motif generasi Millennial dalam menggunakan Instagram, konten apa yang menyebabkan Fear of Missing Out, dan gejala dari Fear of Missing Out.

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan sumbangan pemikiran pada kajian ilmu broadcasting dalam memahami

FoMO sebagai bentuk fenomena dari kehadiran new media khususnya sosial media dan mengetahui konten apa yang menyebabkan FoMO serta bagaimana pengalaman FoMO yang dirasakan oleh para pengguna dalam berkomunikasi di sosial media Instagram

Penelitian yang membahas mengenai fenomena FoMO diharapkan dapat membuka mata para pengguna Instagram dalam memanfaatkan sosial media untuk berkomunikasi dan berhati-hati dalam penggunaannya agar tidak memberikan dampak negatif bagi individu itu sendiri maupun bagi pengguna lainnya.

Landasan Teori

New Media. Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. New Media atau media online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital. Sebagaimana besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digital, seringkali memiliki karakteristik

Menurut R. Cahyo Prabowo mengenai media baru/new media/media online adalah suatu alat sebagai sarana komunikasi yang dimana saling berinteraksi, berpendapat, tukar informasi, mengetahui berita yang melalui saluran jaringan internet serta informasinya selalu terbaru secara kilat dan juga lebih efisien ringkas memberikan informasi kepada khalayak. Selama tahun 2000, internet telah memasuki fase yang disebut web 2.0. (web two point-oh), dimana semua menjadi lebih interaktif dan telah menjadi area untuk semua orang, tidak hanya milik beberapa pihak saja. Semua orang saat ini dapat langsung mengambil peran dan menaruh apapun ke dalam internet.

Salah satu bagian dari new media adalah “Network Society”, “Network Society” adalah formasi sosial yang berinfrastruktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup, organisasi dan kelompok sosial). Dengan kata lain, aspek mendasar dari formasi teori ini adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektivitas.

Media Sosial

Dewasa ini, manusia lebih sering berkomunikasi melalui internet, karena memudahkan berinteraksi dan berkomunikasi tanpa batas, dengan kemudahan tersebut jutaan manusia dari seluruh belahan dunia berinteraksi menggunakan internet sehingga terbentuknya situs media sosial.

Boyd (2009), menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada user-generated content (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.

Instagram

Kata Instagram berasal dari kata “insta” yang berarti “instan” dan “gram” yang mempunyai arti “telegram”. Dari kedua kata tersebut, Instagram dapat diartikan menampilkan dan menyampaikan informasi berupa foto atau gambar secara cepat lewat aplikasi yang dapat diakses oleh orang lain.

Instagram menurut Atmoko dalam bukunya Instagram Handbook adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik

Instagram sendiri. Sistem pertemanan di Instagram menggunakan istilah following dan follower. Following berarti mengikuti, sedangkan follower berarti pengikut. Selanjutnya setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon suka terhadap foto yang dibagikan.

Generasi Millennial

Millennial adalah istilah cohort dalam demografi, merupakan kata benda yang berarti pengikut atau kelompok. Saat ini ada empat cohort besar dalam demografi, yaitu Baby Boomer (lahir pada tahun 1946-1964), Gen-X (lahir pada tahun 1965-1980), Millennial (lahir pada tahun 1981-2000), dan Gen-Z (lahir pada tahun 2001-sekarang). Dalam literatur lain, Menurut Absher dan Amidjaya bahwa generasi millennial merupakan generasi yang lahirnya berkisar antara 1982 sampai dengan 2002, selisih yang tidak terlalu signifikan. Generasi millennial saat ini (pada tahun 2020) adalah mereka yang berusia 20-35 tahun; mereka yang kini berperan sebagai mahasiswa, early jobber, dan orang tua muda.

Fear of Missing Out

Turkle dalam Przybylski (2013) mengatakan kemajuan teknologi membuat mediasi komunikasi dan membawa dampak positif maupun negatif. Dia berpendapat seseorang yang tergantung pada teknologi akan selalu berusaha untuk berkomunikasi dan terhubung melalui teknologi tersebut sehingga seringkali mengganggu pengalaman sosial yang secara nyata sedang terjadi. Kecenderungan seseorang untuk berusaha selalu terhubung karena takut akan kehilangan momen disebut fear of missing out (FoMO). Fear of Missing Out (FoMO) menimbulkan perasaan kehilangan, stress, dan merasa jauh jika tidak mengetahui peristiwa penting individu atau kelompok lain. Hal ini didasarkan pada pandangan

determinasi sosial bahwa media sosial memberikan efek pemberian pembandingan antara individu mengenai tingkat kesejahteraan serta persepsi kebahagiaan menurut individu lain. Media sosial memberikan jalan kepada individu untuk memberikan individu lain mengetahui perilaku-perilaku yang terjadi di hidupnya sebagai bentuk penghargaan diri individu dan ketika individu lain melihat persepsi yang dimunculkan, hal tersebut diterjemahkan sebagai bentuk kebahagiaan yang sebenarnya.

Fenomenologi

Tradisi fenomenologi memfokuskan perhatiannya terhadap pengalaman sadar seorang individu. Tradisi fenomenologi berpandangan bahwa manusia secara aktif menginterpretasikan pengalaman mereka sehingga mereka dapat memahami lingkungannya melalui pengalaman personal dan langsung dengan lingkungan. Tradisi fenomenologi memberikan penekanan sangat kuat pada persepsi dan interpretasi dari pengalaman subjektif manusia. Teori ini berpandangan bahwa cerita atau pengalaman individu adalah lebih penting dari memiliki otoritas lebih besar daripada hipotesis penelitian sekalipun.

Menurut pemikiran fenomenologi orang yang melakukan interpretasi (interpreter), mengalami suatu peristiwa atau situasi dan ia akan memberikan makna kepada setiap peristiwa atau situasi yang dialaminya.

Metode Riset

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai FoMO yang terjadi pada generasi millennial yang menggunakan Instagram. Dalam penelitian ini paradigma yang digunakan adalah konstruktivisme, dengan metode fenomenologi, atas dasar

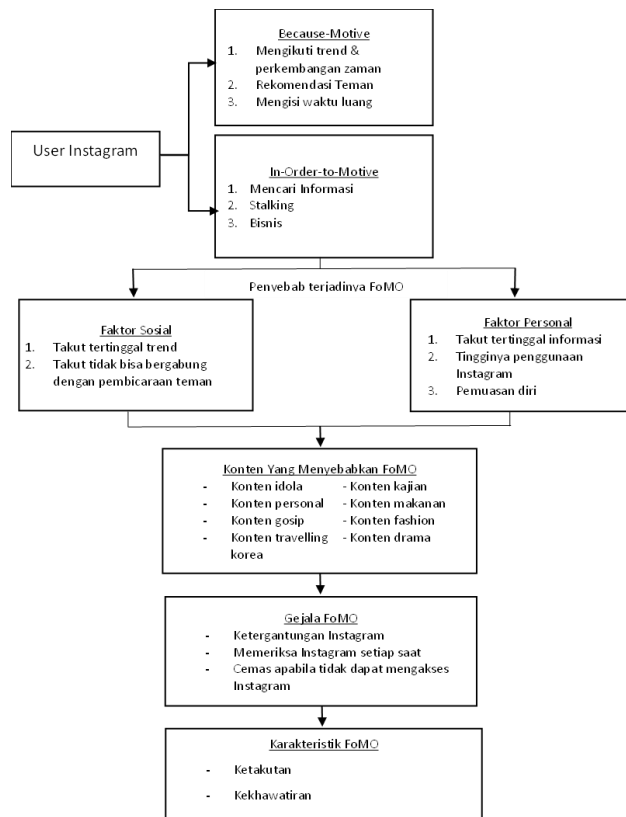
pemikiran Alfred Schutz (1899-1959). Bagi Schutz tugas fenomenologi adalah menggabungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari-hari, dan kegiatan mana pengalaman dan pengetahuan itu berasal. Dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial, pada pengalaman, makna dan kesadaran.

Fenomenologi Schutz melahirkan konsekuensi pada tingkat metode penelitian yang utamanya sangat berpengaruh terhadap sistem pengamatan atau observasi khususnya pada penelitian yang mendasarkan diri pada penelusuran tentang pemaknaan tindakan. Penelitian fenomenologi mencoba menjelaskan atau mengungkap makna konsep atau fenomena pengalaman yang didasari oleh kesadaran yang terjadi pada beberapa individu. Penelitian ini dilakukan dalam situasi yang alami, sehingga tidak ada batasan dalam memaknai atau memahami fenomena yang dikaji.

Subjek penelitian terdiri dari 6 orang yang merupakan pengguna aktif Instagram setiap hari. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam terhadap 6 informan mengenai hal apa saja yang biasanya mereka lakukan ketika menggunakan Instagram dengan pertanyaan yang berkembang seiring dengan jawaban para informan, penulis juga melakukan observasi, dan dokumentasi.

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan sejumlah data yang sudah penulis rangkum ke dalam bagan seperti di bawah ini :



Pembahasan

Dalam penelitian ini seorang user Instagram memiliki “motif karena” (because-motive) sebagai alasan mengapa informan menggunakan sosial media Instagram. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis menemukan dan mengelompokkan penyebab informan menggunakan Instagram yaitu untuk mengikuti trend & perkembangan zaman, rekomendasi teman, dan untuk mengisi waktu luang

Hal lain yang diungkapkan oleh Schutz bahwa selama terjadinya interaksi, terdapat pertukaran motif antara para aktor yang terlibat. Dimana para pengguna Instagram memiliki motif tujuan yang lain dalam menggunakan Instagram (in-order-to-motive) dalam penelitian ini yaitu untuk mencari informasi, stalking dan bisnis. Melalui penelitian ini juga ditemukan bahwa seseorang mengalami FoMO diakibatkan oleh dua faktor, yaitu faktor sosial dan faktor

personal. Faktor sosial yaitu faktor yang mendasari seseorang terus terhubung dengan Instagram dikarenakan tuntutan sosial/lingkungannya, informan takut tertinggal trend yang ada di Instagram ataupun takut tidak bisa bergabung dengan pembicaraan temannya yang seringkali pembahasannya mengenai berita-berita ataupun hal-hal yang terjadi di Instagram. Sedangkan faktor personal adalah faktor yang mendasari seseorang terus terhubung dengan Instagram menyangkut kepentingan dirinya atau berasal dari dalam dirinya, terdapat tiga faktor personal yang membuat seseorang mengalami FoMO yaitu informan takut tertinggal informasi yang penting bagi dirinya, terlalu lama menggunakan Instagram sehingga cenderung adiktif untuk selalu terhubung dengan Instagram, dan sebagai pemuasan kebutuhan diri yang hanya bisa merasa puas setelah terhubung dengan Instagram.

Berdasarkan Turkle dalam Przybylski (2013) mereka menyatakan bahwa seseorang yang bergantung pada teknologi akan selalu berusaha untuk berkomunikasi dan terhubung melalui teknologi tersebut, sehingga seringkali mengganggu pengalaman sosial yang secara nyata sedang terjadi. Kecenderungan seseorang untuk berusaha selalu terhubung karena takut akan kehilangan momen disebut fear of missing out (FoMO).

Pernyataan tersebut memang benar, penulis menemukan bahwa Informan yang mengalami FoMO menunjukkan indikasi berupa ketergantungan pada Instagram, yang berarti tidak bisa terlepas dari Instagram dalam kesehariannya, jika terpaksa tidak bisa mengakses Instagram, maka informan akan menunjukkan kondisi tertentu seperti perasaan khawatir, kesal, ataupun marah. Selain itu informan akan memeriksa akun Instagramnya terus menerus, bahkan cenderung tidak peduli dengan kegiatan

yang seharusnya informan lakukan di dunia nyata, informan cenderung tidak fokus ketika melakukan kegiatan yang lebih penting, dan lebih memilih untuk memeriksa akun Instagramnya untuk mengetahui hal apa yang sedang terjadi di Instagram, dan terakhir adalah merasa cemas apabila tidak bisa mengakses Instagram, informan yang mengalami FoMO memiliki urgensi untuk terus terhubung dengan Instagram, dan apabila ia tidak bisa mengakses Instagram akan menimbulkan perasaan cemas dalam dirinya.

Melalui penelitian ini ditemukan bahwa konten yang menyebabkan FoMO pada informan ialah berbeda-beda, dikarenakan setiap informan memiliki ketertarikan dan kepentingan yang berbeda-beda dalam mengakses konten di Instagram. Dari penelitian ini, diketahui konten yang dapat menyebabkan FoMO pada informan ialah konten idola atau yang menyangkut figur yang digemari oleh informan sebagai seorang fans, konten gosip, konten fashion, konten makanan, konten travelling, konten personal yang memiliki kedekatan dengan informan, konten drama korea dan konten kajian. Konten-konten tersebut dapat menyebabkan FoMO bagi pengguna Instagram dikarenakan informan merasa konten-konten tersebut menyajikan informasi yang penting dan menarik, baik dari visualisasi foto maupun video.

Berdasarkan definisi yang telah dijabarkan Przyblyski, Murayama, Dehaan dan Gladwell (2013), maka aspek-aspek dari Fear of Missing Out terdiri dari pertama yaitu ketakutan yang diartikan sebagai keadaan emosional yang timbul pada seseorang yang merasa terancam ketika seseorang sedang terhubung atau tidak terhubung pada suatu kejadian atau pengalaman atau percakapan dengan pihak lain, dan memang itulah yang dirasakan oleh informan yang mengalami FoMO, mereka takut tertinggal informasi

atau kegiatan orang lain yang diikutinya sehingga cenderung melakukan upaya agar tidak tertinggal informasi tersebut, seperti menyediakan kuota internet yang cukup agar bisa terhubung dengan Instagram setiap saat, memeriksa Instagram terus menerus, memasang notifikasi, dan stalking setiap hari. Kemudian yang kedua adalah kekhawatiran yang diartikan sebagai perasaan yang timbul ketika seseorang menemukan bahwa orang lain sedang mengalami peristiwa menyenangkan tanpanya, dan merasa telah kehilangan kesempatan bertemu dengan orang lain, yang ini juga benar dialami oleh informan yang mengalami FoMO, informan khawatir apabila melihat teman-temannya sedang bersenang-senang tanpa dirinya.

Terakhir yaitu kecemasan yang diartikan sebagai respons seseorang terhadap sesuatu yang tidak menyenangkan ketika seseorang sedang terhubung atau tidak terhubung pada suatu kejadian atau pengalaman atau percakapan dengan pihak lain, yang dibuktikan dari penelitian ini yaitu informan merasa cemas setelah memperoleh informasi ataupun tidak berhasil memperoleh informasi dari Instagram, yang kadang membuat informan kesulitan untuk tidur.

Semua hal tersebutlah yang akhirnya menjadi proses bagaimana FoMO terjadi pada generasi millennial yang menggunakan Instagram.

Millennials lebih menyukai interaksi dan hubungan yang terjadi di Instagram karena sifatnya yang instan dan menyajikan pengalaman yang menarik, dibandingkan melakukan interaksi langsung dengan sosialnya di dunia nyata, bahkan millennials cenderung mengalahkannya di dunia nyata hanya agar dapat terhubung dengan sosial media Instagram secara terus menerus. Hal ini menunjukkan bahwa Fear of Missing Out adalah sebuah kondisi yang diakibatkan dari penggunaan new media khususnya sosial media yang tidak lazim.

Namun kebanyakan orang tidak menyadari kondisi ini, sehingga masih terbatas sekali orang yang mengetahui bahwa FoMO merupakan salah satu gangguan yang bisa dialami seseorang apabila memiliki ketergantungan dengan sosial media secara berlebihan, yang sifatnya berupa ketakutan, kekhawatiran, maupun kecemasan.

PENUTUP

kesimpulan

Sebagaimana telah dikemukakan di awal bahwa penelitian ini membahas tentang fenomena FoMO (fear of missing out) yang menjadi sebuah fenomena di media baru yang banyak digunakan oleh masyarakat khususnya generasi millennial.

Berikut adalah kesimpulan yang berhasil penulis rangkum dari penelitian:

1.Motif generasi millennial menggunakan Instagram terbagi dua yaitu, because-motive dan in-order-to-motive. Because-motive yaitu karena mengikuti perkembangan trend & zaman, rekomendasi teman, dan untuk mengisi waktu luang. Sedangkan in-order-to-motive dalam menggunakan Instagram yaitu untuk mencari informasi, stalking, dan bisnis.

2.Penyebab terjadinya FoMO karena dua faktor, yaitu faktor sosial dan faktor personal. Faktor sosial dikarenakan takut tertinggal trend dan tidak bisa bergabung dengan pembicaraan teman, sedangkan faktor personal yang mempengaruhi informan ialah takut tertinggal informasi, penggunaan Instagram dengan durasi waktu yang tinggi, dan pemuasan diri.

3.Gejala yang timbul pada seseorang yang mengalami FoMO ialah ketergantungan Instagram, memeriksa Instagram setiap saat, dan cemas apabila tidak dapat mengakses Instagram.

4.Konten yang dapat menimbulkan FoMO pada pengguna Instagram dapat berbeda-beda sesuai dengan kepentingan dan

hubungan individu, namun dalam penelitian ini, konten yang dapat menimbulkan FoMO pada informan adalah konten travelling, konten penggemar, konten makanan, konten fashion, konten personal, konten gosip, konten drama korea, dan konten kajian.

5.Sifat-sifat yang dapat ditemui pada generasi millennial yang terus-menerus terhubung dan menggunakan Instagram sehingga mengalami FoMO dapat berupa ketakutan, kekhawatiran, ataupun kecemasan

Saran

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan masukan atau referensi untuk meneliti fenomena yang terjadi pada lingkungan sosial kita saat ini, khususnya fenomena yang terjadi pada media baru, karena masih banyak fenomena pada media baru yang belum mendapat perhatian oleh masyarakat maupun peneliti. Penulis berharap agar dapat memberikan masukan bagi pengguna new media, agar bisa lebih bijaksana dalam menggunakan media sosial sehingga tidak menimbulkan gangguan pada dirinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, D. B. (2012). Instagram Handbook. Jakarta: Media Kita.
- George Ritzer, D. J. (2014). Teori Sosiologi Modern Edisi 7. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Glen Creeber, R. M. (2009). Digital Cultures: Understanding New Media. Berkshire: Open University Press.
- Hasanuddin Ali, L. P. (2017). Millennial Nusantara. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Irawan, R. d. (2012). Social Media Nation "Inspirasi Berjejaring Sosial". Jakarta: Prasetya Muda Building.
- Kusana, L. (2017, Juli 14). Instagram, Sosial Media Paling Buruk Bagi Kesehatan Mental. Dipetik April 3, 2019, dari

- Kompas:
<https://lifestyle.kompas.com/read/2017/07/14/073913720/instagram-media-sosial-paling-buruk-bagi-kesehatan-menta>
- Morissan. (2013). Teori Komunikasi Individu Hingga Massa. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nindito, S. (2005). Fenomenologi Alfred Schutz: Studi tentang Konstruksi Makna dan Realitas dalam Ilmu Sosial. Jurnal Ilmu Komunikasi VOL. 2, 79-94.
- Raho, B. (2009). Teori Sosiologi Modern. Surabaya: Prestasi Pustaka Publisher.