Universitas Indonesia Library >> UI - Makalah dan Kertas Kerja

Fenomena FoMO (Fear of Missing Out) sebagai salah satu bentuk motivasi konsumen millenial = The phenomena of FoMO (Fear of Missing Out) as one of millenial consumer`s motivation

Laras Anggraini, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20404697&lokasi=lokal

---

Abstrak

Sebagai generasi yang tumbuh dalam era kemajuan internet dan digital, generasi milenial merupakan generasi yang selalu terhubung satu sama lain (always connected generation). Tingginya tingkat penggunaan media sosial pada generasi tersebut membuat mereka menjadi kelompok yang paling terpapar oleh apa yang dilakukan teman-teman, kerabat dan keluarganya. Hal tersebut memicu mereka untuk terus terhubung dengan apa yang sedang dilakukan oleh orang lain melalui dunia maya sehingga menimbulkan kegelisahan pada diri mereka dan berujung pada sebuah ketakutan, yaitu ketakutan untuk tertinggal. Fenomena tersebut disebut dengan FoMO (Fear of Missing Out). Makalah ini meneliti bagaimana fenomena FoMO yang terjadi pada generasi milenial dapat dikaji dengan teori motivasi konsumen dan elemen-elemen yang terdapat dalam teori tersebut. Dengan analisis kualitatif dalam fenomena FoMO, makalah ini berargumen bahwa FoMO merupakan salah satu bentuk motivasi konsumen milenial dan ketakutan yang mereka alami merupakan bentuk kebutuhan psikologis yang mampu memotivasi mereka untuk melakukan sesuatu agar mereka mampu untuk meredam ketakutan tersebut. Dalam makalah ini, ditemukan bahwa fenomena FoMO memang kerap terjadi pada konsumen milenial. FoMO merupakan jenis motivasi emosional yang didasari oleh adanya kebutuhan psikologis yang belum terpenuhi yaitu kebutuhan akan pengakuan dan penerimaan dari kelompoknya.

.....

As a generation who grows up in digital era, millennial generation becomes the people who are always connected to each other (always connected generation). The high level of their social media usage has made them to be the most exposed group by the activity of their friends in social media. That often builds anxiety and the fear of missing out. This phenomenon is called by FoMO (Fear of Missing Out). By using qualitative analysis on FoMO, this paper argues that FoMO can be categorized as one of Millennial consumer’s motivation. The fear that they have is one of psychological need that motivates them to do something so they can heal the anxiety. This paper found that the FoMO phenomenon often happens in millennial generation. FoMO is a form of emotional motivation that is formed by the unsatisfied psychological need, which is the need of acceptance by their social group.