

Fenomena *Fear of Missing Out* dalam Partisipasi Konser Musik di Kalangan Masyarakat Indonesia

Amelia Dwi Rahmah, Rakhmadiyah Dewi Noorizki*

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

*Penulis korespondensi, Surel: rakhmadiyah.dewi.fppsi@um.ac.id

Abstract

FoMO (Fear of Missing Out) is a psychological phenomenon that arises from curiosity and the urge to keep up with developments in the environment around us. Technology and social media platforms provide opportunities for access to ongoing trend information becoming easier. So it has an impact on the increasing number of individuals suffering from FoMO. This article aims to analyze the phenomenon of FoMO in the participation of music concerts that occurred in Indonesian society. The research method used is the study of literature by examining 1 journal article and 4 news articles that are relevant to the author's research. The data used in this research is secondary data, which is a type of data obtained indirectly. The reference sources used came from search results through the Google and Google Scholar search platforms, which are search systems dedicated to academic research and scientific publications. The data obtained was analyzed thematically to describe findings in the literature and to identify key themes as well as the interrelationship of information. This study revealed that the phenomenon of FoMO in the participation of music concerts in Indonesian society encourages individuals to follow the trend in order to avoid anxiety.

Keywords: fear of missing out (FoMO); music concert; social media

Abstrak

FoMO (*Fear of Missing Out*) merupakan fenomena psikologis yang timbul dari keingintahuan dan dorongan untuk terus mengikuti perkembangan yang sedang berlangsung di lingkungan sekitar kita. Teknologi dan *platform* media sosial memberikan peluang akses terhadap informasi *trend* yang sedang berlangsung menjadi lebih mudah. Sehingga berdampak pada meningkatnya jumlah individu yang mengalami FoMO. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis fenomena FoMO dalam partisipasi konser musik yang terjadi di kalangan masyarakat Indonesia. Metode penelitian yang digunakan berupa studi literatur menelaah 1 artikel jurnal dan 4 artikel berita yang relevan dengan penelitian penulis. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, merupakan jenis data yang diperoleh secara tidak langsung. Sumber referensi yang digunakan berasal dari hasil penelusuran melalui *platform* pencarian Google dan Google Scholar, yang merupakan sistem pencarian khusus untuk kajian akademik dan publikasi ilmiah. Data yang diperoleh dianalisis secara tematik untuk menggambarkan temuan dalam literatur dan mengidentifikasi tema-tema utama serta hubungan antar informasi. Penelitian ini mengungkap bahwa fenomena FoMO dalam partisipasi konser musik di kalangan masyarakat Indonesia mendorong individu untuk ikut *trend* demi menghindari kekhawatiran tertinggal.

Kata kunci: *Fear of Missing Out* (FoMO); Konser Musik; Media Sosial

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat turut berdampak pada perilaku sosial manusia. Dalam era digital saat ini, teknologi memberikan kemudahan dalam proses penyebaran informasi yang lebih cepat dan efisien hanya dengan beberapa klik saja melalui internet sehingga seseorang akan merasa tertinggal jika tidak ikut memperoleh dan membagikan informasi tersebut. *We Are Social* menunjukkan bahwa penggunaan media sosial di Indonesia telah mencapai jumlah yang besar, dengan sekitar 167 juta orang atau setara dengan 60,4% dari total populasi masyarakat. Dalam laporan tersebut disebutkan

bahwa *platform* media sosial seperti Facebook, Instagram dan TikTok adalah beberapa diantaranya yang paling populer bagi masyarakat Indonesia dalam mengakses informasi digital dan hiburan *online* (Haryanto, 2023). Kemudahan ini berdampak pada meningkatnya jumlah individu yang mengalami FoMO (*Fear of Missing Out*). Teknologi dan media sosial memberikan akses terhadap informasi dan kegiatan yang sedang *trend*. Individu cenderung merasa tertarik untuk selalu terlibat dalam hal-hal tersebut agar tidak melewatkan momen atau pengalaman yang dianggap penting oleh orang lain, salah satunya konser musik.

Peristiwa yang dapat memperlihatkan kondisi tersebut adalah penyelenggaraan konser Blackpink sebuah *girlband* asing asal Korea Selatan pada bulan Maret 2023 sebagai rangkaian *world tour* bertajuk *Born Pink*. Banyak *influencer* dan selebriti di Indonesia menunjukkan antusiasme mereka terhadap konser tersebut, yang kemudian menjadi sorotan dalam berbagai kanal informasi untuk terus memberikan perkembangan mengenai rencana pelaksanaannya. Akibatnya, tidak sedikit dari masyarakat Indonesia yang akhirnya terperangkap dalam pinjaman yang merugikan dan menjadi korban penipuan karena ingin mengikuti *trend* tersebut. Salah satu kasusnya, yaitu terjadi penipuan melalui akun Instagram @mbajastip_ dengan modus calo tiket konser Blackpink dan diperkirakan kerugian yang ditimbulkan mencapai jumlah sebesar 172 juta rupiah (Noviansah, 2023). Kondisi ini dapat disebut sebagai fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO), dimana masyarakat Indonesia mengasumsikan bahwa eksistensi individu bergantung pada kemampuan membeli produk dan mengikuti *trend* yang sedang populer (Devitasari, 2023). Seiring dengan itu, data dari Asosiasi Promotor Musik Indonesia mengindikasikan peningkatan jumlah festival musik di Indonesia pada tahun 2023, dengan perkiraan akan ada dua kali lipat dari tahun sebelumnya, yaitu sekitar 100 festival musik dengan skala nasional atau regional yang diselenggarakan (Nurizal, 2023).

FoMO adalah fenomena psikologis yang muncul karena rasa ingin tahu dan keinginan untuk terus mengikuti perkembangan yang sedang terjadi di sekitar kita. Istilah FoMO pertama kali diperkenalkan pada tahun 2013 dalam sebuah penelitian ilmiah yang dilakukan oleh Przybylski, Murayama, DeHaan, dan Gladwell (Wahyunindya & Silaen, 2021). Dalam penelitian tersebut, Przybylski mendefinisikan FoMO sebagai perasaan kekhawatiran yang dialami individu ketika mereka merasa tertinggal dari pengalaman yang mengesankan yang dialami oleh orang lain ketika diri mereka tidak hadir dalam suatu kegiatan atau acara. FoMO berasal dari rasa ingin tahu manusia tentang apa yang orang lain lakukan serta perasaan bahwa kita harus selalu mengikuti perkembangan tersebut agar tetap *up-to-date*. Menurut Przybylski dkk., (2013), terdapat beberapa kebutuhan dasar psikologis, yaitu kompetensi (*competence*), otonomi (*autonomy*), dan *relatedness*. Individu merasa perlu untuk bertindak secara efektif dalam kehidupan sehari-hari dan merasa mampu melaksanakan tugas di berbagai tingkat kesulitan, ingin menentukan keputusan atau tindakan sendiri tanpa dipengaruhi oleh faktor eksternal, serta merasa terhubung dan memiliki kesempatan lebih dalam bersosialisasi. FoMO menjadi pendorong utama bagi individu untuk aktif berpartisipasi dalam konser musik guna menghindari rasa cemas dan ketinggalan informasi, yang mendorong mereka terhubung dengan dunia maya.

Pada era digital yang semakin berkembang, fenomena FoMO semakin banyak diteliti dan dipublikasikan menjadi sebuah artikel yang mengungkap lebih dalam, seperti hal nya yang ditemukan oleh Cahyadi (2021) bahwa tingkat FoMO pada Generasi Z mahasiswa berada dalam kategori sedang, di mana mereka merasa cemas dan takut kehilangan momen

bersama orang lain meskipun tidak selalu terhubung dengan dunia maya. Adapun penelitian lainnya oleh Carolina & Mahestu (2020) yang dimuat pada artikel jurnal menunjukkan bahwa media sosial menjadi *platform* bagi pengguna untuk memamerkan kehidupan mereka, menciptakan kepuasan pribadi dan merasa diakui oleh lingkungan mereka. FoMO dalam konser musik yang ada di Indonesia ini perlu dikaji secara lebih mendalam mengingat fenomena ini telah banyak menimbulkan kerugian bagi mereka yang mengalaminya. Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) dalam partisipasi konser musik yang terjadi di kalangan masyarakat Indonesia.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan desain studi literatur yang bersifat deskriptif. Fokus penelitiannya adalah fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap partisipasi masyarakat Indonesia dalam konser musik. Instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data adalah Google dan Google Scholar sebuah alat pencarian literatur ilmiah. Adapun yang menjadi populasi di penelitian ini adalah artikel jurnal dan berita nasional yang berkaitan dengan fenomena FoMO konser musik di Indonesia. Pada tahap awal pengumpulan data, dilakukan pencarian artikel jurnal dengan menggunakan kata kunci "*Fear of Missing Out* di Indonesia" dan "FoMO Konser di Indonesia". Lebih dari 10 artikel jurnal ditemukan namun belum dieksplorasi relevansinya dengan berbagai artikel lain untuk dikompilasi. Dari jumlah tersebut, hanya 1 artikel jurnal yang dianggap sesuai dengan tujuan penelitian. Selain itu, juga ditemukan lebih dari 15 artikel berita menggunakan kata kunci seperti, "Konser di Indonesia", "FoMO Konser", dan "*Fear of Missing Out*". Dari hasil pencarian tersebut, ditemukan 4 artikel berita yang relevan dengan topik penelitian. Kriteria seleksi dalam analisis data meliputi keberadaan abstrak dan teks lengkap pada artikel jurnal serta publikasi setelah tahun 2018. Sedangkan untuk artikel berita, kriteria seleksi mencakup publikasi setelah tahun 2020. Analisis data akan dilakukan secara tematik guna memperoleh pemahaman yang komperhensif tentang peranan FoMO dalam partisipasi masyarakat pada konser musik.

3. Hasil dan Pembahasan

Terjadinya *Fear of Missing Out* (FoMO) pada seseorang umumnya diawali dengan terhubung melalui media sosial. Tidak sedikit, masyarakat yang akhirnya tertarik untuk mengikuti atau terjun ke dalam *trend* tertentu akibat dari perbincangan yang hangat di media sosial. Hal ini sesuai dengan teori yang dikonsepsikan oleh Przybylski dkk., (2013) yaitu seseorang memiliki tiga kebutuhan psikologis dasar terdiri dari kompetensi (*competence*), otonomi (*autonomy*), dan keterkaitan (*relatedness*). Maksud dari kompetensi adalah setiap orang memiliki kapasitasnya masing-masing untuk dapat bertindak secara efektif di kehidupannya. Otonomi diartikan sebagai kebebasan diri dalam kata lain seseorang dibebaskan untuk berinisiatif atas dirinya sendiri. Lalu yang terakhir keterkaitan atau keterhubungan, dimana seseorang akan selalu berusaha menjalin kedekatan atau hubungan komunikasi baik secara langsung maupun memanfaatkan media yang ada. Salah satu fenomena yang belakangan ini ramai diperbincangkan adalah maraknya konser musik di Indonesia yang menghadirkan FoMO bagi masyarakat.

Konser musik merupakan salah satu jenis hiburan yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Di tahun 2023 sendiri, terdapat banyak musisi baik asal Indonesia maupun internasional yang menggelar konser. Dilansir dari ruparupa.com menyebutkan

bahwa terdapat 21 jadwal konser musik yang didominasi oleh musisi internasional (Nabila, 2023). Kedatangan beberapa musisi internasional ternama ini jelas sangat menggemparkan masyarakat. Minat masyarakat yang tinggi dirasakan dari ramainya persebaran informasi yang sangat cepat di media sosial mengenai konser yang akan diselenggarakan. Banyak individu yang kemudian membagikan informasi terkait konser tersebut dan menunjukkan ketertarikannya di media sosial, hingga ramai-ramai menyusun strategi untuk bisa mendapatkan tiketnya. Menariknya, bukan hanya penggemar dari musisi tersebut yang ingin bergabung dalam konser, masyarakat umum pun ingin ikut meramaikan konser dari musisi tersebut meskipun bukan merupakan bagian dari penggemar. Sejalan dengan pernyataan Przybylski dkk., (2013) yang mengungkapkan bahwa FoMO terjadi ketika individu merasa khawatir ketika tidak dapat bergabung dalam kegiatan yang dilakukan oleh orang lain dan merasa khawatir ketika orang lain memiliki pengalaman yang lebih menyenangkan dibanding dirinya. Fenomena ini mencerminkan beragam kasus dalam masyarakat, termasuk penipuan yang mengelabui individu dengan janji tiket konser untuk artis ternama seperti Blackpink, Coldplay (Noviansah, 2023), NCT Dream (Akbar, 2023), dan masih banyak lagi. Terdapat individu yang rela mengambil risiko finansial, terjatuh dalam pinjaman *online* yang berisiko tinggi (Holopis.com, 2023), bahkan sampai mengorbankan aset mereka (Dewi, 2023), semata-mata demi membeli tiket guna merasa termasuk dalam *trend* yang sedang populer dan diterima di lingkungan sosial. Fenomena “*war*” tiket konser juga menjadi ajang ikut-ikutan bagi para individu yang FoMO tujuan utamanya hanyalah untuk mengikuti *trend* dan menjadi bagian dari keramaian yang sedang terjadi (Mumtahanah, 2023). Ada pula kasus di mana banyak orang terbawa arus dan ikut menonton konser hanya untuk tujuan menciptakan konten yang menarik di media sosial. Mereka berharap agar unggahan mereka mendapatkan banyak *like*, *direct message*, dan komentar, sehingga merasa bahagia dan diakui oleh teman-teman virtual (Aisafitri & Yusrifah, 2020). Bahkan beberapa selebriti lokal juga tak luput dari hal serupa, mereka yang sebelumnya tidak mengikuti perkembangan artis tersebut terbukti saat konser berlangsung bahwa ia tidak menghafal lirik lagunya (Farouk & Priyambodo, 2023).

Salah satu dari berbagai kasus di atas adalah pernyataan yang disampaikan oleh Putri dan Dinda dalam media holopis.com. Mereka berpendapat bahwa momen konser Coldplay ini merupakan hal yang langka dan sangat hangat dibicarakan di Indonesia. Sehingga mereka juga ingin merasakan *euphoria* yang ada secara langsung dan juga sudah merencanakan untuk mempersiapkan segalanya meski tidak sepenuhnya mengikuti musisi tersebut (Holopis.com, 2023). Pernyataan Putri dan Dinda yang dilansir dari holopis.com menggambarkan kondisi FoMO yang dialami kedua individu tersebut. Sebab, mereka merasa bahwa konser Coldplay ini banyak diminati hampir di seluruh belahan dunia sehingga sayang sekali untuk dilewatkan. Keputusan Putri dan Dinda untuk membeli tiket serta mengikuti konser meskipun mereka bukan penggemar melainkan hanya karena merasa bahwa konser Coldplay banyak diminati dan sedang *trend* adalah salah satu bentuk dari FoMO. Kedua individu tersebut rela pergi ke Jakarta dan menggunakan uang tabungan untuk membeli tiket konser demi merasakan *euphoria* yang juga dirasakan oleh para penggemar Coldplay dan penonton lainnya. Hal tersebut sekaligus merepresentasikan kebutuhan Putri dan Dinda akan keterikatan (*relatedness*) atau keinginan untuk selalu terlibat dalam aktivitas orang lain.

Perilaku FoMO juga kerap kali terlihat dalam proses “*war*” penawaran pembelian tiket. Dilansir dari imadilkus.or.id, penulis menyebutkan bahwa dalam proses “*war*” tiket konser musisi internasional coldplay tidak semuanya merupakan penggemar dari musisi asal Inggris

tersebut (Mumtahanah, 2023). Sebagian dari mereka yang turut serta dalam melakukan “war” tiket, ternyata hanya karena ingin ikut meramaikan, mengikuti *trend*, dan agar dapat diakui oleh temannya. Hal ini sejalan dengan pernyataan (Alt, 2015) yang mengungkapkan bahwa salah satu hal yang mendasari kondisi FoMO adalah kebutuhan untuk tetap diakui oleh lingkungan sosial. Mengetahui hal ini, banyak dari para penggemar sesungguhnya yang kesal dan menunjukkan ketidaksenangannya terhadap mereka yang hanya ikut-ikutan tanpa pengetahuan tentang musisi tersebut. Mereka juga dianggap hanya akan mengganggu jalannya pelaksanaan konser dan memperkecil kesempatan para penggemar yang sesungguhnya untuk mendapatkan tiket tersebut.

Dari fenomena tersebut jika ditinjau menurut teori FoMO, mereka yang bukan penggemar sebenarnya adalah individu yang mengalami FoMO. Terbukti dengan pernyataan yang menunjukkan bahwa mereka mengikuti “war” tiket hanya agar dapat mengikuti *trend* yang sedang berlangsung. Hal ini menunjukkan bahwa setiap individu dalam kegiatan ini mereka yang bukan penggemar sebenarnya, memiliki kompetensi yang baik dalam hal akal dan finansial. Kompetensi mereka tunjukkan berupa tindakan mengikuti “war” tiket secara *online*. Pada aspek otonomi, mereka membuktikan bahwa setiap individu memiliki kebebasan atas diri yang sesungguhnya, dimana mereka berinisiatif untuk melakukan berbagai persiapan yang akan menunjangnya dalam mengikuti “war” tiket Coldplay tersebut. Kebutuhan dasar akan keterikatan atau keterhubungan juga dapat diamati dari kasus ini. Semua mereka lakukan selain daripada untuk mengikuti *trend* yang sedang marak dibicarakan, tentunya agar mereka tetap dapat terhubung dengan teman-teman di sekitarnya (Sette dkk., 2020). Dengan mereka menunjukkan bahwa mereka berusaha untuk ikut melakukan “war” tiket tersebut, dapat menjadi bukti bahwa mereka merupakan bagian dari suatu lingkungan pertemanan tertentu dan akan membuat mereka diterima di lingkungan pertemanan tersebut.

Masih dalam pembahasan yang sama, yaitu terkait dengan “war” tiket konser. Masyarakat yang seringkali mengandalkan pihak ketiga untuk membantu dan mewakili dirinya dalam mengikuti “war” tiket dalam masa penawaran pembelian tiket. Hal ini tidak hanya terjadi sesekali saja. Meskipun pada peraturan yang tertera sangat jelas tertulis bahwa pembeli tiket merupakan individu yang membeli untuk dirinya sendiri dan tidak diperkenankan untuk diperjualbelikan kembali di kemudian hari. Namun masih saja banyak yang membeli melalui jasa titip atau jastip, melalui calo, dan lain sebagainya. Sehingga, akibat dari perilaku tersebut memunculkan kesempatan jahat oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab untuk membawa kabur uang yang telah dititipkan atau dibayarkan oleh pengguna jasa. Seperti halnya yang terjadi saat penawaran pembelian tiket konser musisi internasional NCT Dream. Seorang oknum yang tidak bertanggung jawab melakukan penipuan dan membawa kabur sejumlah uang yang seharusnya dibelikan tiket konser tersebut (Akbar, 2023).

Adanya peristiwa ini tentu saja karena adanya kesempatan yang terbuka lebar untuk seseorang berbuat tidak jujur. Pengguna jasa yang asalnya dirugikan juga termasuk dalam oknum yang disalahkan. Sebab ketakutannya jika tidak dapat mengikuti *trend* menghadiri konser musisi internasional NCT Dream, ia rela untuk melakukan berbagai cara agar mencapai kepuasannya tersebut. Upaya untuk mencapai kesenangannya ini merupakan salah satu contoh yang menggambarkan bahwa seseorang mengalami FoMO (Przybylski dkk., 2013). Para penggemar yang merasa FoMO akan konser NCT Dream merasa putus asa dan

frustasi, merealisasikan keinginannya untuk menonton konser NCT Dream sehingga ia memutuskan untuk mengikuti “war” tiket secara tidak langsung, dengan kata lain menggunakan jasa titip (jastip).

Menilik hal unik lainnya dari FoMO konser adalah munculnya penjual rekaman konser atau yang sering disebut sebagai “*fancam*” oleh para penggemar. Dilansir dari liputan6.com, media sosial Twitter sempat diramaikan oleh para penggemar BTS yang menolak keras perdagangan rekaman konser. Menurut para penggemar, rekaman tersebut tidak seharusnya diperjualbelikan sebab sudah biasa para penonton konser berbagi rekaman konser kepada sesama penggemar. Namun, kemunculan para penjual rekaman ini tentu dikarenakan banyak peminat yang rela membayar untuk rekaman konser tersebut. Peristiwa ini juga menggambarkan FoMO penggemar. Tentu banyak alasan yang dapat mendasari keputusan pembelian rekaman konser tersebut seperti keinginan untuk merasakan *euphoria* konser, kebutuhan untuk diakui di sebuah lingkungan sosial, hingga keinginan untuk tetap tergabung dalam kegiatan konser tersebut. Hal ini sekaligus merepresentasikan tidak terpenuhinya aspek *self* sehingga penggemar merasa FoMO. Sebagaimana Przybylski dkk., (2013) mengungkapkan bahwa apabila kebutuhan kompetensi dan otonomi tidak terpenuhi, maka risiko keputusan dan frustrasi dapat muncul. Penggemar yang tidak mampu merealisasikan keinginannya untuk menonton konser merasa putus asa dan frustrasi sehingga memutuskan untuk membeli rekaman konser, meskipun pada dasarnya aktivitas jual-beli rekaman tersebut bersifat ilegal (Riani, 2023).

Perilaku FoMO ternyata tidak hanya terdapat dalam hal aktivitas konser saja. Artikel yang ditulis oleh Aisafitri & Yusriyah (2020) terdapat berbagai wawancara terhadap beberapa remaja yang mengalami FoMO bukan hanya terkait aktivitas konser, tetapi juga aktivitas sehari-hari. Pada hasil wawancara yang ada, sebagian dari mereka menceritakan bahwa dirinya mengalami FoMO sebab tidak ingin ketinggalan berita apapun, baik terkait perkuliahan maupun pertemanan. Setiap harinya, mereka mengawali aktivitas di pagi hari dengan terlebih dahulu mengakses media sosial. Banyak orang merasa bahwa penilaian orang lain tentang diri mereka sangat penting, sehingga mereka cenderung memposting konten yang bisa mendapatkan banyak *like*, *direct message*, dan komentar untuk merasa senang dan diakui oleh orang lain (Aisafitri & Yusrifah, 2020). Pernyataan tersebut diungkapkan oleh salah satu partisipan yang menyatakan bahwa ia selalu mengikuti *trend* agar tidak ketinggalan zaman dan dianggap kurang update oleh teman-temannya. Hal ini dilakukan sebagai upaya mendapatkan perhatian dan pengakuan dari lingkungan sosialnya.

Berdasarkan beberapa penjelasan di atas, memiliki ketertarikan terhadap sesuatu memang suatu hal yang menyenangkan. Namun, masyarakat juga perlu menyadari bahwa sikap dan perilaku FoMO merupakan salah satu hal yang tidak baik jika dibiarkan begitu saja. Masyarakat perlu mengetahui bahwa kesenangan tidak hanya dengan mengikuti hal-hal yang sedang *trending* saja. Apalagi jika sampai melontarkan ucapan-ucapan yang buruk seperti menghujat orang lain yang sebenarnya sudah baik dengan mengakui bahwa perbuatannya merupakan suatu hal yang tidak baik karena hanya FoMO dan mengikuti *trend* yang ada saja (Farouk & Priyambodo, 2023). Dengan mampu melakukan suatu hal yang berbeda dari yang lain juga dapat menjadi salah satu cara untuk mencapai kesenangan.

4. Simpulan

Fear of Missing Out (FoMO) adalah fenomena yang diawali dari koneksi melalui media sosial dan mendorong individu untuk terlibat dalam *trend* atau aktivitas populer demi menghindari rasa khawatir tidak mengikuti. Dalam era di mana teknologi semakin meresap dalam kehidupan sehari-hari, individu cenderung terjebak dalam aliran informasi yang tak pernah berhenti mengalir. Upaya individu untuk tetap terhubung dengan teman-teman, keluarga, dan *trend* terkini, sering kali merasa perlu untuk mengambil bagian dalam setiap aspek yang sedang hangat dibicarakan. Salah satunya pada aspek hiburan dengan menghadiri konser musik. Berdasarkan hasil analisis kasus yang telah diuraikan, mengindikasikan bahwa tindakan tersebut memiliki keterkaitan erat dengan konsep kebutuhan dasar yang telah diajukan oleh Przybylski, yaitu (*competence*), otonomi (*autonomy*), dan keterkaitan (*relatedness*). Hal ini mendorong masyarakat Indonesia untuk ikut serta dalam aktivitas yang sedang *trend* dalam partisipasi konser musik. Meskipun FoMO dapat memotivasi individu untuk terlibat lebih aktif, masyarakat perlu menyadari bahwa kesenangan tidak hanya tergantung pada mengikuti *trend*, melainkan juga dalam mengejar pengalaman yang bermakna.

Daftar Rujukan

- Aisafitri, L., & Yusrifah, K. (2020). Sindrom fear of missing out sebagai gaya hidup milenial di Kota Depok. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 2(4), Article 4. <https://doi.org/10.24014/jrmdk.v2i4.11177>
- Akbar, A. (2023). *Penipu tiket konser NCT Dream pakai uang korban untuk beli barang pribadi*. <https://news.detik.com/berita/d-6815958/penipu-tiket-konser-nct-dream-pakai-uang-korban-untuk-beli-barang-pribadi>
- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111–119. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.057>
- Cahyadi, A. (2021). *Gambaran fenomena fear of missing out (fomo) pada Generasi Z di kalangan mahasiswa*. *Widya Warta*, 2(0), Article 0. <http://portal.widyamandala.ac.id/jurnal/index.php/warta/article/view/1039>
- Carolina, M., & Mahestu, G. (2020). *Perilaku komunikasi remaja dengan kecenderungan fomo*. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 11(1). <https://doi.org/10.31506/jrk.v11i1.8065>
- Devitasari, E. (2023). *Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) pasca hegemoni media sosial digital di indonesia dalam perspektif skizoanalisis gilles deleuze*.
- Dewi, T. M. (2023). *Jual aset puluhan juta demi nonton konser coldplay di jakarta, penggemar incar tiket paling mahal—Tribun Wow*. <https://wow.tribunnews.com/2023/05/15/jual-aset-puluhan-juta-demi-nonton-konser-coldplay-di-jakarta-penggemar-incar-tiket-paling-mahal>
- Farouk, Y., & Priyambodo, A. (2023). *Heboh disebut fomo ikutan nonton Blackpink, Rachel Vennya: maaf ya—Suara.com*. <https://www.suara.com/entertainment/2023/03/15/180813/heboh-disebut-fomo-ikutan-nonton-blackpink-rachel-vennya-maaf-ya>
- Holopis.com. (2023). <https://holopis.com/2023/05/16/fenomena-fomo-dan-permintaan-pinjol-di-tengah-gemparnya-konser-coldplay/>
- Haryanto, A. T. (2023). *Jumlah pengguna internet RI tembus 212,9 juta di awal 2023*. <https://inet.detik.com/telecommunication/d-6582738/jumlah-pengguna-internet-ri-tembus-2129-juta-di-awal-2023>
- Mumtahanah, S. (2023). *War tiket konser ditinjau dari teori psikologi sosial—IMADIKLUS*. <https://imadiklus.or.id/war-tiket-konser-mengapa-kita-sering-memilih-untuk-ikut-serta-ditinjau-dari-teori-psikologi-sosial/>
- Nabila. (2023). *21 jadwal konser musik 2023 di Indonesia*. *Blog ruparupa*. <https://www.ruparupa.com/blog/jadwal-konser-2023/>
- Noviansah, W. (2023). *Penipuan calo tiket konser BLACKPINK, akun @mbajastip_ Dipolisikan*. <https://news.detik.com/berita/d-6616763/penipuan-calo-tiket-konser-blackpink-akun-mbajastip-dipolisikan>

- Noviansah, W. (2023). *Polisi ungkap modus penipuan tiket coldplay: ngaku punya “orang dalam.”* detiknews. <https://news.detik.com/berita/d-6749798/polisi-ungkap-modus-penipuan-tiket-coldplay-ngaku-punya-orang-dalam>
- Nurizal, Z. F. (2023). *Festival musik diproyeksikan tumbuh dua kali lipat pada 2023.* kompas.id. <https://www.kompas.id/baca/humaniora/2023/01/05/imbis-pencabutan-ppkm-festival-musik-diproyeksikan-tumbuh-dua-kali-lipat>
- 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>
- Riani, A. (2023). *Penjual fancam konser agust D Suga BTS di Jakarta diancam boikot warganet—Lifestyle Liputan6.com.* <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5298384/penjual-fancam-konser-agust-d-suga-bts-di-jakarta-diancam-boikot-warganet>
- Sette, C. P., Lima, N. R. S., Queluz, F. N. F. R., Ferrari, B. L., & Hauck, N. (2020). The online fear of missing out inventory (on-fomo): development and validation of a new tool. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 5(1), 20–29. <https://doi.org/10.1007/s41347-019-00110-0>
- Wahyunindya, B. P., & Silaen, S. M. J. (2021). Kontrol diri dengan fear of missing out terhadap kecanduan media sosial pada remaja karang taruna Bekasi Utara. *Ikra-lth Humaniora: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(1), 1-8.