

VISUALISASI FENOMENA MICROTREND DAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO) GENERASI Z DALAM KARYA SENI DIGITAL

Milkha Fai^{1*}, Dona Prawita Arissuta²

^{1,2}Seni Rupa, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia
Email: milkha.fai@student.uns.ac.id

Informasi Artikel

Article History:

Received : 2 Januari 2026
Revised : 28 Januari 2026
Accepted : 30 Maret 2026
Published : 31 Maret 2026

*Korespondensi:

milkha.fai@student.uns.ac.id

***Keywords:** Digital Art, FOMO, Generation Z, Microtrends

Hak Cipta ©2026 pada Penulis.
Dipublikasikan oleh Universitas Dinamika



Artikel ini open access di bawah lisensi:
[CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



10.37802/candrarupa.v5i1.1368

CandraRupa: Journal of Art, Design, and Media

ISSN: 2714-8076 (Online)

<https://e-journals.dinamika.ac.id/Candrarupa>

ABSTRACT

The background of the creation of this work is based on the microtrend phenomenon and Fear of Missing Out (FOMO). Especially in generation Z from the acceleration of information flow on social media. This triggers an identity crisis and social anxiety. Through artwork as a visual medium using digital art technology. The purpose of this creation is to present a visual interpretation through digital art. The approach method used is the method of creating craft/fine art by S.P. Gustami. There are three stages, namely: (1) exploration (excavating sources of ideas from social media phenomena and literature studies), (2) design (visualization of ideas in the form of digital sketches by considering composition and distortion of form), and (3) embodiment (final execution using graphic software). The results of digital art are able to represent the abstract concept of anxiety into a concrete visual symbol through stylization, layering, and color techniques. This work becomes a social critique as well as a medium of contemplation for audiences in the era of screen culture.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan peradaban manusia pada abad ke-21 tidak dapat dilepaskan dari akselerasi teknologi digital yang mengubah lanskap kehidupan secara fundamental. Revolusi Industri 4.0 telah membawa masyarakat masuk ke dalam era Internet of Things (IoT) dan Big Data, di mana konektivitas menjadi nafas utama kehidupan sosial. Fenomena ini dirasakan paling signifikan oleh Generasi Z (kelahiran 1997-2012), yang dalam kajian sosiologi disebut sebagai Digital Natives atau penduduk asli dunia digital. Generasi Z lahir dan tumbuh besar bersisian dengan gawai pintar dan internet

berkecepatan tinggi. Karakteristik ini membentuk pola perilaku yang unik, di mana batas antara realitas fisik (offline) dan realitas maya (online) menjadi semakin kabur. Bagi mereka, eksistensi diri sering kali divalidasi melalui jejak digital dan interaksi di platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan X (Twitter).

Kemajuan teknologi digital dan internet mempengaruhi kehidupan generasi Z secara fundamental [1]. Generasi yang dikenal sebagai digital natives yang akrab dengan perkembangan digital [2]. Generasi Z dikenal dengan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang intens dalam kehidupan sehari-hari [3]. Kegiatan interaksi sosial, pertukaran informasi, pembentukan diri melalui platform media sosial [4]. Sebagai pengguna aktif media sosial, generasi Z sudah familier dan juga terjalin ikatan emosional yang kuat terhadap platform digital [5]. Jalinan tersebut membangun ketergantungan terhadap ekosistem digital tersebut. Berdasarkan hasil riset dari Indonesia Media Consumption Report 2025 yang dirilis oleh lembaga YouGov mengungkapkan bahwa 81 persen masyarakat Indonesia aktif menggunakan media sosial. Generasi Z yang mendominasi komposisi pengguna dalam ekosistem digital ini hingga mencapai 60 persen. Rata-rata waktu yang dihabiskan untuk mengakses berbagai platform digital dari 48 persen pengguna tersebut antara satu hingga lima jam setiap harinya.

Seiring dengan perjalanan waktu, ekosistem digital bergerak dengan kecepatan arus informasi yang pesat. Algoritma media sosial yang dirancang menyajikan konten baru yang dipersonalisasi, menciptakan siklus tren yang sangat pendek namun masif. Hal ini yang dikenal dengan fenomena microtrend. Microtrend merupakan tren dari gaya hidup yang muncul dan hilang kepopulerannya dalam waktu yang singkat. Sebuah artikel dari The Harvard Crimson menyatakan bahwa microtrend sebagai siklus berusia pendek yang menarik perhatian massa dengan jumlah yang besar dalam waktu yang singkat, namun tergantikan dengan cepat oleh tren berikutnya [6]. Contoh dari fenomena tersebut seperti blind box, makanan viral, dan sebagainya. Banyak dari generasi Z yang mengikuti microtrend sebagai tuntutan sosial untuk tetap dianggap relevan dalam pergaulan digital.

Dinamika microtrend yang silih berganti memberikan tekanan sosial untuk terus mengikuti arus informasi agar tetap dianggap relevan. Pergerakan arus informasi yang cepat tersebut yang memicu kondisi psikologis Fear of Missing Out (FOMO) [7]. Dalam budaya populer, istilah FOMO telah menjadi kosakata umum [8]. Fear of Missing Out didefinisikan sebagai kecemasan dari individu yang memiliki rasa takut tertinggal dari informasi atau pengalaman yang dialami orang lain [9]. Orang yang mengalami Fear Of Missing Out (FOMO) meningkatkan dorongan untuk membeli atau mengikuti tren gaya hidup (impulsif) yang dilakukan orang lain [10]. Fenomena ketakutan akan tertinggal tren (FOMO) telah bertransformasi menjadi pendorong gaya hidup yang menekan kalangan muda. Data dari Yayasan Pulih (2025) menunjukkan mayoritas individu berusia 15-24 tahun (68%) merasa gagal atau cemas jika tidak berpartisipasi dalam hiruk-pikuk media sosial, seperti menghadiri konser viral atau mengikuti standar gaya hidup selebritas. Kecemasan ini memicu pola perilaku kompulsi, di mana atensi mereka tersita untuk terus memastikan eksistensi mereka tetap relevan.

Rasa takut tertinggal ini berkaitan erat dengan pemenuhan kebutuhan psikologis dasar manusia. Menurut Self-Determination Theory, yaitu kebutuhan akan kompetensi, otonomi, dan keterhubungan (relatedness). Ketika kebutuhan ini tidak terpenuhi di dunia nyata, individu mencarinya di dunia maya, namun justru terjebak dalam lingkaran setan perbandingan sosial (social comparison) yang merusak harga diri. FOMO bekerja melalui mekanisme perbandingan sosial (social comparison theory). Ketika individu melihat representasi visual kehidupan orang lain yang tampak sempurna di Instagram atau TikTok, otak merespons dengan sinyal kecemasan akan ketertinggalan. Dalam konteks visual, FOMO menciptakan "sampah visual" berupa tumpukan tren yang dikonsumsi secara cepat tanpa pemaknaan mendalam. Fear of Missing Out pada generasi Z bermanifestasi sebagai hilangnya identitas diri yang unik dan didikte oleh algoritma atau hal yang viral di layar gawai. Penelitian menunjukkan adanya korelasi signifikan antara kepuasan hidup (life satisfaction) dengan tingkat Fear of Missing Out [11]. Tingkat kepuasan hidup seseorang mempengaruhi Fear of Missing Out yang dialaminya. Fear of Missing Out yang rendah akan meningkatkan perasaan

puas akan hidupnya, begitu pula sebaliknya. Hal ini menciptakan ketidakstabilan emosi, krisis identitas, dan perasaan teralienasi meskipun berada di tengah keramaian digital [12].

Evolusi peradaban manusia yang mengubah keseluruhan kehidupan manusia. Penyertaan kemajuan teknologi yang melahirkan era teknologi digital yang mengubah cara manusia memproses informasi dan realitas. Kemajuan pesat teknologi digital menghasilkan digitalisasi dalam bahasa digital. Transformasi signifikan terjadi juga dalam perkembangan seni rupa dan kreativitas. Menurut Pratama, media digital adalah perangkat lunak desain, aplikasi multimedia, media sosial yang menjadi instrumen vital dalam proses kreasi dan diseminasi karya seni [13]. Proses penciptaan karya seni media digital difasilitasi oleh berbagai alat dan platform. Keberadaan berbagai platform dan alat editing ini tidak hanya memfasilitasi penciptaan, tetapi juga menjadi sarana utama bagi seniman untuk melakukan eksperimen. Memperkaya dunia seni dari variasi dan inovasi teknik dan gaya penciptaan karya seni dibanding media tradisional. Fenomena ini mengafirmasi teori kreativitas bahwa keragaman media dan alat bantu mampu memperluas spektrum ekspresi serta menstimulasi lahirnya gagasan-gagasan baru.

Persinggungan antara kemajuan teknologi komputasi dengan ekspresi artistik yang disebut dengan istilah seni digital (digital art). Seni digital didefinisikan sebagai karya seni yang proses penciptaannya memanfaatkan teknologi digital. Awalnya, pada tahun 1950-an, Ben Laposky bereksperimen memanipulasi gelombang elektronik menggunakan komputer. Baru, pada tahun 1970-an, seni digital mengalami perkembangan signifikan setelah diintegrasikan ke dalam kurikulum seni. [14] Menurut Rahman, dekade 1980-an menjadi titik balik penting ketika komputer mulai dapat diakses secara personal dalam kehidupan sehari-hari. Periode ini juga menandai kemajuan signifikan dalam bidang visual, seperti lahirnya pemrograman animasi 3D dan perangkat lunak Adobe Photoshop untuk fotografi. Perkembangan berlanjut pada era 1990-an dengan munculnya Net-art (seni internet) serta seni media baru (New Media Art), yang memprioritaskan penggunaan teknologi terkini dalam proses kreatif.

Seni digital sebagai bentuk ekspresi artistik dengan proses penciptaannya melalui teknologi digital [16]. Rangkaian inovasi ini memicu revolusi seni digital yang terus berkembang hingga saat ini.

Pop Art adalah gerakan seni yang muncul pada pertengahan 1950-an di Inggris dan akhir 1950-an di Amerika Serikat, yang menantang tradisi seni rupa murni dengan memasukkan citra dari budaya populer seperti iklan dan berita. Relevansi Pop Art dalam karya ini terletak pada semangatnya dalam merespons budaya massa. Jika Andy Warhol mereplika kaleng sup Campbell untuk mengkritik konsumerisme industri, maka karya ini mereplika ikon-ikon antarmuka media sosial untuk mengkritik konsumerisme digital. Penggunaan warna-warna datar (flat), kontras tinggi, dan repetisi objek dalam karya ini mengadopsi bahasa visual Pop Art untuk menyimbolkan kedangkalan (superficiality) dari tren media sosial.

Berdasarkan paparan tersebut, pada penciptaan karya ini berfokus pada seni rupa memiliki peran strategis sebagai media kritik dan dokumentasi zaman. upaya interpretasi visual terhadap karya fenomena Fear of Missing Out dan microtrend. Interpretasi merupakan upaya untuk menafsirkan nilai-nilai, maksud atau latar belakang terikat karya tersebut[15]. Seni digital sebagai bentuk ekspresi artistik dengan proses penciptaannya melalui teknologi digital [16]. Medium digital merupakan alat yang sama (teknologi digital) dari sumber terbentuknya masalah tersebut. Dalam konteks ini, teknologi digital hadir bukan sekadar sebagai alat bantu (tool) pengganti kuas atau kanvas, melainkan sebagai medium artistik baru yang menawarkan karakteristik unik. Melalui teknik stilasi, distorsi, dan layering, karya ini berupaya memvisualisasikan fenomena tersebut secara nyata.

Tujuan dari penciptaan ini adalah untuk memvisualisasikan fenomena microtrend dan tekanan Fear of Missing Out yang dialami Generasi Z ke dalam karya seni digital. Melalui karya ini, diharapkan tercipta ruang dialog bagi audiens untuk merefleksikan kembali hubungan mereka dengan teknologi, serta bagaimana menjaga kewarasan identitas di tengah gempuran budaya layar (screen culture). Kontribusi artikel ini bagi

bidang seni dan media adalah memberikan perspektif artistik dalam memandangi patologi sosial di era informasi.

B. METODE

Metode yang digunakan dalam artikel ini adalah metode penciptaan menurut S.P. Gustami. Gustami merumuskan tahapan penciptaan karya terdiri dari proses eksplorasi, perancangan, dan perwujudan [17]. Ketiga tahapan tersebut diimplementasikan menjadi karya visual digital. Tahap eksplorasi adalah tahap awal yang dilakukan dengan mengumpulkan data atau referensi hingga perenungan jiwa untuk menggali sumber ide. Pada bagian ini, tema atau masalah diangkat dari hasil pengumpulan data, studi lapangan, dan studi pustaka. Selanjutnya, melakukan tinjauan tematik karya rujukan dari video, majalah, buku, katalog dan internet.

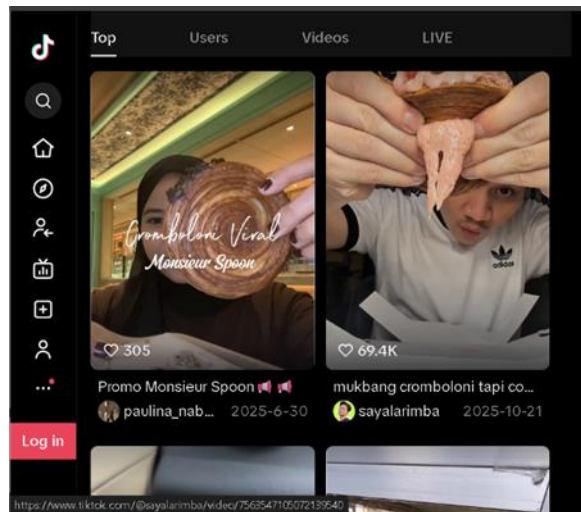
Tahap perancangan merupakan hasil analisis data dari tahap eksplorasi menjadi visualisasi gagasan desain alternatif. Setelah itu, ide dari bentuk verbal (konsep) ke dalam bentuk visual 2D. Selanjutnya seleksi sketsa terbaik sebagai acuan dengan mempertimbangkan aspek konstruksi, keamanan, keseimbangan, keselarasan. Ide tersebut yang divisualisasi menjadi prototype visual atau rancangan final yang siap dieksekusi. Tahap perwujudan merupakan langkah transformasi sebuah rancangan menjadi karya seni. Perwujudan karya dilakukan berdasarkan dari hasil rencana awal atau model prototype. Tahap ini termasuk pada bagian finishing dan evaluasi. Tahap evaluasi merupakan tahap akhir yang menilai kualitas dari karya baik secara fisik dan non fisik.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses penciptaan yang mengacu pada metode S.P. Gustami yang terbagi menjadi hasil eksplorasi, perancangan dan perwujudan karya. Berikut adalah paparan hasil dari tahapan tersebut:

Tahap eksplorasi berupa observasi di ranah digital, penulis melakukan observasi partisipatoris di media sosial (TikTok, Instagram, dan X). Fokus observasi adalah melihat bagaimana algoritma memunculkan tren visual baru untuk menangkap pola

microtrend. Mengumpulkan data visual dan teoritis dari jurnal psikologi mengenai FOMO, microtrend dan referensi karya seni digital dari berbagai katalog pameran daring dan situs portofolio profesional. Ide penciptaan atau konsep utama yang diangkat dalam penciptaan ini adalah media sosial bukan lagi alat komunikasi, melainkan ruang yang mengikis jati diri. Secara estetika, karya ini mengusung gaya Pop Art. Gaya ini menggunakan objek-objek sehari-hari dalam karya. Menciptakan nuansa yang mewakili FOMO.



Gambar 1. Observasi Media Sosial.



Gambar 2. Tinjauan Pustaka.

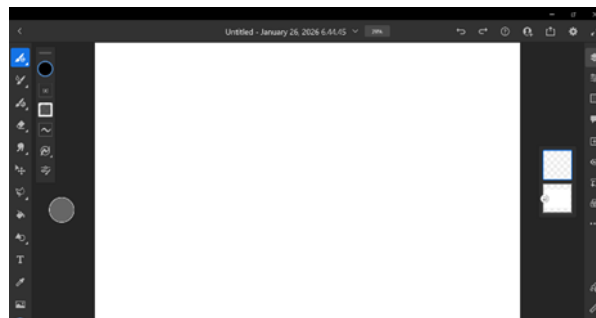
Tahap perancangan berupa menuangkan ide dari bentuk verbal (konsep) ke dalam bentuk visual 2D. Pembuat sketsa kasar (thumbnail sketches) di atas kertas yang

kemudian dari sketsa tersebut dipilih yang akan dijadikan karya. Dalam proses ini, pertimbangan aspek estetik seperti komposisi, keseimbangan (balance), dan emphasis (penekanan) diolah untuk mencapai keselarasan antara objek viral dengan bentuk yang diinginkan.



Gambar 3. Sketsa

Tahap perwujudan dilakukan menggunakan perangkat keras (Laptop dan stylus) serta perangkat lunak pengolah grafis (Adobe Fresco). Teknik yang diterapkan meliputi digital painting (melukis dengan kuas digital).



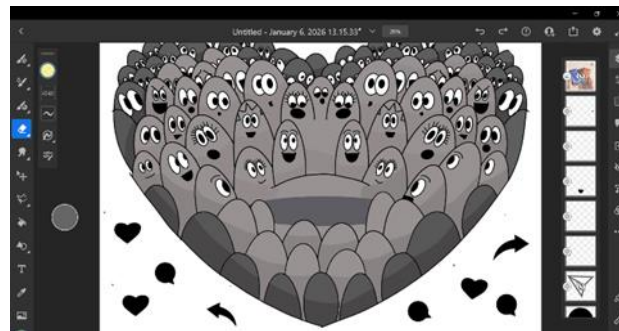
Gambar 4. Adobe Fresco

Uraian dari tahapan kerja (workflow) yang dilakukan, yakni tahap sketching dan line art proses dimulai dengan pembuatan sketsa kasar (rough sketsa) pada kanvas digital beresolusi 300 dpi. Penulis menggunakan brush tipe pensil untuk membangun anatomi dasar figur. Setelah komposisi terbentuk, dilakukan proses penintaan digital (inking) untuk mempertegas garis kontur (line art). Pada tahap ini, distorsi bentuk mulai diterapkan.



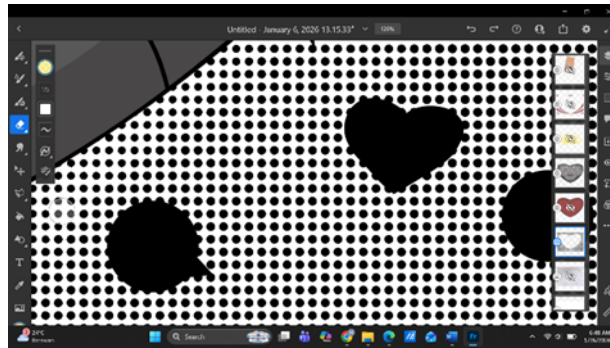
Gambar 5. Sketching dan Line Art

Tahap base coloring dan shading pewarnaan dasar dilakukan menggunakan teknik blocking dengan palet warna Pop Art yang saturasi tinggi. Penulis menghindari penggunaan gradasi yang terlalu halus (smooth) untuk mempertahankan kesan grafis yang tegas. Shading atau pembayangan diberikan dengan layer terpisah menggunakan mode Multiply untuk menciptakan kedalaman, namun dengan arah cahaya yang dramatis (high contrast).



Gambar 6 Base Coloring.

Penambahan efek visual dalam memvisualisasikan konsep FOMO. Penulis menggunakan teknik brush pixel dan layering ikon-ikon media sosial (seperti tombol like, notifikasi, jam) ditumpuk di atas figur utama dengan opasitas yang bervariasi, menyimbolkan kebisingan informasi (noise) yang mengganggu ketenangan subjek.



Gambar 7. Efek Visual.

Berikut ini hasil karya seni dari proses penciptaan yang mengacu pada metode S.P. Gustami:



Gambar . Camera Eats First

(Fai, 2026)

Karya pertama berjudul "Camera Eats First" (Gambar 1) menggambarkan peristiwa yang dialami oleh orang yang Fear of Missing Out dengan mengikuti microtrend. Karya yang berukuran 84x60 cm menghadirkan tangan-tangan yang sedang mengulurkan gawainya untuk memotret objek microtrend tersebut, yaitu pastry cromboloni yang pernah viral pada masanya. Cromboloni divisualisasikan memiliki wajah layaknya manusia. Objek tersebut hadir dan dikerubuti bagaikan diva dengan sinar garis yang memusat padanya. Analisis formal menunjukkan karya yang berpusat sentral pada objek viral tersebut. Perpaduan warna dingin dan panas memberikan Kesan kontras. Warna dingin pada layar gawai yang berwarna biru. Sedangkan, warna hangat dari objek makanan. Garis-garis sunburst dari bagian

pinggir karya menuju arah pada objek utama tersebut. Kemudian, efek halftone pada bagian latar belakang sebagai efek visual semu.

Bentuk interpretasi dari karya ini berupa karya yang tidak hanya menyindir fenomenanya, tetapi juga manusia yang melakukannya. Berbondong-bondong berburu dari hal-hal yang sedang viral. Bukti perubahan siklus konsumsi, bukan lagi sekadar untuk memenuhi kebutuhan tetapi menjadi simbol. Makanan tersebut bagaikan "dewa" yang diagung-agungkan, sedangkan manusia secara tidak sadar menjadi "budak" dari Fear of Missing Out dan microtrend tersebut. Pengejaran validasi dari media sosial yang semu dan tidak ada habisnya. Karya ini memersonifikasi objek makanan sebagai upaya dalam memvisualisasikan Fear of Missing Out dan microtrend. Walaupun terdapat kebisingan dari penggunaan warna triadic, karya ini menggambarkan sifat dan karakter dari sosial media secara terus menerus menuntut perhatian tiada hentinya.



Gambar . Camera Eats First
(Fai, 2026)

Karya "Camera Eats First" menghadirkan gerombolan massa yang sedang mengagumi dua batang coklat dubai. Karya yang berukuran 84x60 cm menampilkan massa berkumpul dan berdesak-desakkan untuk menyaksikan objek viral tersebut. Coklat dubai tersebut bercahaya yang menyilaukan. Mereka terbingkai dalam pusaran berbentuk hati berwarna merah dan putih. Pada bagian bawahnya terdapat simbol dari sosial media, yaitu like, comment, dan share. Karya ini menghadirkan komposisi yang lebih padat. Massa berbentuk seperti jari dengan warna abu-abu yang seragam

dan berulang-ulang membentuk repetisi pada karya. Dramatisasi dari Cahaya terang dibalik coklat tersebut memberikan kontras dengan objek massa. Bingkai berwarna merah memberikan sentuhan warna dari karya yang cenderung berwarna achromatic. Tidak ketinggalan efek halftone yang memberikan tekstur semu pada karya.

Penafsiran terhadap karya ini bahwa pada era informasi, perhatian menjadi komoditas yang diperebutkan. Coklat dubai mencapai puncak kepopulerannya dari hasil unggahan konten. Konten tersebut disebar di sosial media dan menarik perhatian banyak orang. Banyak orang yang terseret arus masuk dalam pusaran dari microtrend dan Fear of Missing Out. Hidup tanpa ada perlawanan dari hal tersebut. Sibuk ikut-ikutan tren sesaat demi validasi yang semu melalui barang viral di media sosial. Karya yang memvisualisasikan Fear of Missing Out dan microtrend. Konsumen menjalankan "ritual berhala" dan kehilangan akan identitas dan kontrol diri. Fenomena yang menjadi bentuk penjajahan baru dalam kehidupan manusia. Anatomi massa tidak digambarkan secara detail untuk menggambarkan manusia yang NPC/Non-Playable Character).

D. KESIMPULAN

Berdasarkan proses penciptaan dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa seni digital merupakan medium yang relevan dan efektif untuk memvisualisasikan fenomena seperti microtrend dan Fear of Missing Out (FOMO). Seni digital tidak hanya berfungsi sebagai alat dekoratif, tetapi dapat menjadi wadah kritik sosial. Distorsi, saturasi warna menjadi bahasa rupa baru dalam merepresentasikan "penyakit" masyarakat modern. Fenomena microtrend dan Fear of Missing Out (FOMO) pada Generasi Z merupakan masalah psikososial yang mendesak. Melalui kacamata seni rupa, fenomena ini tidak hanya dipandang sebagai data statistik, melainkan sebagai krisis kemanusiaan yang perlu didokumentasikan dan dikritisi.

Karya-karya yang dihasilkan membuktikan bahwa teknologi, sebagai penyebab masalah, namun juga dapat digunakan sebagai alat terapi visual dan media

kontemplasi (self-reflection). Kaya ini diharapkan dapat menjadi media refleksi bahaya dari mengikuti fenomena microtrend dan Fear of Missing Out dengan berlebihan. Bagi generasi Z perlu membangun kesadaran diri yang otentik di luar algoritma media sosial. Penerapan metode penciptaan S.P. Gustami yang meliputi tahap eksplorasi, perancangan, dan perwujudan terbukti efektif dalam menstrukturkan proses berkarya. Metode ini membantu penulis menerjemahkan riset data psikologis menjadi bahasa rupa yang simbolik dan estetik.

REFERENSI

- [1] A. Pujiono, "Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z," *Didache: Journal of Christian Education*, vol. 2, no. 1, p. 1, Jun. 2021, doi: 10.46445/djce.v2i1.396.
- [2] R. Nurachma, "Bibliografi Nasional Indonesia terhadap Generasi Z," 2024. [Online]. Available: <https://bni.perpusnas.go.id/>
- [3] Z. S. Mutiarrama, R. Darajatunnisa, F. Faustina, N. Mahfuzhah, and A. Rara Wihita, "STUDI FENOMENOLOGI: PENGALAMAN GENERASI Z DALAM MENGHADAPI KESEPIAN DENGAN CHARACTER ARTIFICIAL INTELLIGENCE," *Jurnal Empati*, vol. 13, pp. 291-301, 2024.
- [4] R. Fitrianti and A. A. Hanaf, "Representasi Identitas Remaja Melalui Budaya Tren di Media Sosial," *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, vol. Volume. 3 Nomor. 3, 2025, doi: 10.62383/wissen.v3i3.1073.
- [5] F. Meyrasikhah and N. Ninawati, "Hubungan antara Self Control dan Fear of Missing Out (FoMO) pada Pengguna TikTok Generasi Z," *YASIN*, vol. 6, no. 1, pp. 293-308, Jan. 2026, doi: 10.58578/yasin.v6i1.8762.
- [6] I. Ayu, D. Mahesvari, A. Agung, and S. Utari, "URGENSI REGULASI DESAIN FASHION DI INDONESIA: FENOMENA KNOCK-OFF AKIBAT DAMPAK MICROTRENDS," 2025. [Online]. Available: <https://mnews.co.id/read/fokus/e-commerce-jadi-katalisator-sektor-ekonomi-kreatif->
- [7] Erislan, "FENOMENA FEAR OF MISSING OUT (FOMO) SEBAGAI ALAT PEMASARAN: STUDI PADA INDUSTRI KULINER," *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN*, vol. 5, no. 2, pp. 2025-2064, 2025, doi: 10.51903/manajemen.v5i2.1076.

- [8] Y. Hidayati and M. I. P. Nasution, "Fenomena FOMO (Fear of Missing Out) di Era Digital: Studi tentang Dampaknya pada Gen Z," *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, vol. Vol. 5 No. 3, 2025.
- [9] F. N. Asyahidda and A. Azis, "Konformitas dan Penyimpangan: Perspektif Sosiologis tentang Pengalaman FoMO di Kalangan Generasi Z pada Media Sosial TikTok," *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, vol. 11, no. 2, pp. 120-132, Dec. 2024, doi: 10.24036/scs.v11i2.708.
- [10] V. Y. Jangkar, A. P. Nalle, and K. E. P. Korohama, "Hubungan antara Fear Of Missing Out (Fomo) dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Bimbingan Konseling Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Nusa Cendana," *Jurnal Bimbingan Konseling Flobamora*, vol. 3, no. 1, Feb. 2025, doi: 10.35508/jbkf.v3i1.17808.
- [11] H. Farida, W. Endahing Warni, and L. Arya Fakultas Psikologi Universitas Hang Tuah, "SELF-ESTEEM DAN KEPUASAN HIDUP DENGAN FEAR OF MISSING OUT (FoMO) PADA REMAJA," 2021.
- [12] H. N. Purwadi *et al.*, "Peran generasi dalam Fenomena FOMO: Dampaknya Terhadap Adiksi Media Sosial," 2024.
- [13] P. Studi Seni Rupa, F. Seni Dan Desain, and U. Negeri Makassar, "Pengaruh Media Digital Terhadap Perkembangan Seni Rupa Dan Kreativitas Seniman," 2025. [Online]. Available: <https://doi.org/>
- [14] R. Siswo Setiaji, "BERKARYA SENI VISUAL DI ERA DIGITAL," 2023.
- [15] P. Studi Pendidikan Seni Rupa and F. Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar, "INTERPRETASI KARYA DJOKO PEKIK 'BERBURU CELENG' Fadhil Maulana, 2 Faizal Erlangga Makawi* & 3 Pangeran Paita Yunus," *ARTSEDES: Journal of Arts Education and Design*, vol. Vol 01, No 04, 2023.
- [16] A. Arifah Sinaga, A. Rokhim, and Y. Radhi Anadhi, "DIGITAL ART HASIL ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) DI INDONESIA: PERSPEKTIF UU NO. 28 TAHUN 2014 TENTANG HAK CIPTA," 2025.
- [17] M. Ade Putra Hariyono and R. Endah Santoso, "USED JEANS PANTS FOR DESIGN OF EVENING GOWN WITH MIRAH GOLAN INSPIRATION BATIK WRITING TECHNIQUES," *Arty: Jurnal Seni Rupa*, 2021, [Online]. Available: <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/artly>