

ABSTRACT

Fear of Missing Out (Fomo) is a term used to describe anxiety or fear that someone will miss out on valuable experiences or opportunities experienced by other people. This trend has become more widespread thanks to the emergence of social networks, where users can observe the activities and lives of other people. The research entitled "Fear of Missing Out (Fomo) Fashion Scene Trends as Consumptive Behavior of Unpas Faculty of Social and Political Sciences Students" aims to find out fashion scene trends in society and find out the impact of people who are fomo on this trend.

In this research, symbolic interaction theory is used, where there are 3 indicators to support the researcher's research, namely, mind, self, and society. The method used in this research is qualitative description and uses the constructivism paradigm as an approach that systematically examines the actions of individuals or groups that have a significant social impact by observing them thoroughly and directly in the context of everyday life. This research data collection technique was obtained through the interview stage, observation of interview results and documentation. The subjects of this research were obtained through student informants who follow trends, expert informants in the field of fashion, and academic informants.

The research results obtained showed that all of these informants were students of Social and Political Sciences Unpas, fomo towards fashion trends in this scene and almost all of the key informants behaved consumptive behavior in purchasing their fashion products. The meaning of the indie scene from each informant and in the community turns out to be different, and proves that the indicators of mind, self and society are very closely related to each other, where mind and self are an influence on the fashion trend of this scene.

Keywords: Fear Of Missing Out (Fomo), Fashion Scene Trends, Indie Scene, Consumptive Behavior, Symbolic Interaction Theory

ABSTRAK

Fear Of Missing Out (Fomo) merupakan suatu Ini adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan kecemasan atau ketakutan bahwa seseorang akan kehilangan pengalaman atau peluang berharga yang dialami orang lain. Tren ini semakin meluas berkat munculnya jejaring sosial, di mana pengguna dapat mengamati aktivitas dan kehidupan orang lain. Penelitian berjudul “*Fear Of Missing Out* (Fomo) Tren *Fashion* Skena Sebagai Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fisip Unpas” ini memiliki tujuan untuk mengetahui tren *fashion* skena yang berada di masyarakat dan mengetahui dampak dari orang-orang yang fomo terhadap tren ini.

Dalam penelitian ini menggunakan teori interaksi simbolik yang mana terdapat 3 indikator dalam mendukung penelitian peneliti yaitu, *mind*, *self*, dan *society*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskripsi kualitatif dan menggunakan paradigma konstruktivisme sebagai suatu pendekatan yang mengkaji secara sistematis tindakan-tindakan individu atau kelompok yang mempunyai dampak sosial yang signifikan dengan mengamatnya secara menyeluruh dan langsung dalam konteks kehidupan sehari-hari. Teknik pengumpulan data penelitian ini diperoleh melalui tahap wawancara, observasi hasil wawancara dan dokumentasi. Subjek penelitian ini diperoleh melalui para informan mahasiswa yang mengikuti tren, informan ahli di bidang *fashion*, dan informan akademik.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa seluruh informan ini mahasiswa Fisip Unpas, fomo terhadap tren *fashion* skena ini dan hampir seluruh informan ini berperilaku konsumtif dalam pembelian produk-produk *fashion* mereka. pemaknaan mengenai skena indie dari setiap informan dan di masyarakat ternyata berbeda beda, serta membuktikan bahwa indikator *mind*, *self*, dan *society*, sangat berhubungan satu sama lain yang mana *mind* dan *self* menjadi pengaruh pada fomo tren *fashion* skena ini.

Kata kunci: *Fear Of Missing Out* (Fomo), Tren *Fashion* Skena, Skena Indie, Perilaku Konsumtif, Teori Interaksi Simbolik

RINGKESAN

Fear of Missing Out (Fomo) mangrupikeun istilah anu dianggo pikeun ngajelaskeun kahariwang atanapi kasieun yén batur bakal sono kana pangalaman atanapi kasempetan anu berharga anu dialaman ku jalma sanés. Tren ieu janten langkung nyebar berkat mecenghulna jaringan sosial, dimana pangguna tiasa niténan kagiatan sareng kahirupan jalma sanés. Panalungtikan anu dijudulan “Fear of Missing Out (Fomo) Fashion Adegan Tren Sebagai Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unpas” miboga tujuan pikeun mikanyaho trend adegan busana di masarakat sarta mikanyaho dampak masarakat anu fomo kana ieu trend.

Dina ieu panalungtikan digunakeun tiori interaksi simbolik, dimana aya 3 indikator pikeun ngarojong kana panalungtikan panalungtik, nya éta pikiran, diri, jeung masarakat. Méthode anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta déskripsi kualitatif jeung ngagunakeun paradigma konstruktivisme minangka pendekatan anu sacara sistematis nalungtik tindakan individu atawa kelompok anu miboga pangaruh sosial anu signifikan ku cara niténan sacara taliti tur langsung dina konteks kahirupan sapopoé. Téhnik ngumpulkeun data ieu panalungtikan dimeunangkeun ngaliwatan tahap wawancara, obsérvasi hasil wawancara jeung dokuméntasi. Subjek dina ieu panalungtikan dimeunangkeun ngaliwatan informan siswa anu nuturkeun trend, informan ahli dina widang busana, jeung informan akademik.

Hasil panalungtikan anu dimeunangkeun nuduhkeun yén sakabéh informan ieu mangrupa mahasiswa Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Unpas, fomo kana tren fashion dina adegan ieu sarta ampir sakabéh informan konci berperilaku konsumtif dina meuli produk fashion maranéhanana. Makna adegan indie ti unggal informan jeung di masarakat tétéla béda-béda, sarta ngabuktikeun yén indikator pikiran, diri jeung masarakat téh raket pisan patalina, di mana pikiran jeung diri mangrupa pangaruh kana trend busana. adegan ieu.

Kata Kunci: Sieun Kaleungitan (Fomo), Tren Adegan Pantun, Adegan Indie, Kalakuan Konsumtif, Tiori Interaksi Simbolik