BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dalam kehidupan dimulai dari proses sederhana dalam kehidupan sehari-hari samapai pada tingkat pemenuhan kepuasan sebagai individu dan makluk sosial. Dari masa ke masa keamajuan teknologi terus berkembang, mulai dari era teknologi pertanian, era teknologi industri, era teknologi informasi, dan era teknologi komunikasi dan informasi. Perkembangan ini membawa berbagai dampak dalam kehidupan bermasayarakat, berbangsa dan bernegara, setiap individu tertarik untuk mengunakan dan memanfaatkan setiap perkembangan ini (Ambariyanto, 2020)

Tahun 2000 adalah puncak kemajuan teknologi yang sangat pesat perkambangannya, teknologi informasi dan telekomunikasi menjadi trend kehidupan setiap individu, tiap saat, tiap waktu dan tiap detik manusia memanfaatkan teknologi ini. Kegiatan mulai dipermudah dengan bebagai kemudahan yang ditawarkan, mulai dari komunikasi, informasi, transaksi, edukasi, hiburan dampai pada kebutuhan paling pribadi sekalipun dapat terlayani dengan teknologi ini. Terkait dengan perkembangan teknologi ini beberapa Negara Eropa telah mencanangkan konsep “Industri 4.0”, konsep transformasi digital ini memanfaatkan teknologi digital baru sebagai model aktivitas dan transaksi sehingga muncul Industri bidang internet dan teknologi informasi lainnya (Anwar, 2019).

Era globalisasi seperti saat ini, aset digital menjadi salah satu alat investasi yang digemari, Salah satu aset digital tersebut yaitu . adalah mata uang digital yang dapat digunakan untuk bertransaksi di dunia virtual. Berita

yang dilansir Liputan6.com menyebutkan berdasarkan data hasil yang ditulis oleh GWI (*Global Web Index*) menyebutkan bahwa jumlah orang yang memiliki di dunia telah melonjak lebih dari sepertiga atau naik 37,8 % dari tahun lalu, Indonesia sendiri menempati posisi 7 dari total kepemilikan aset kripto secara global atau sebanyak 16,4 % hingga januari 2022 (Pratomo, 2022).

Pada tahun 2021, diperkirakan tingkat kepemilikan kripto global rata-rata mencapai 3,9 persen, dengan lebih dari 300 juta pengguna kripto di seluruh dunia dan lebih dari 18.000 bisnis telah menerima pembayaran melalui *Cryptocurrency* Searah dengan data global dilansir dari kompas.com Berdasarkan data Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti) Kementerian Perdagangan RI, jumlah investor aset kripto di Indonesia pada Februari 2022 mencapai 12,4 juta investor kripto, jauh lebih tinggi dibanding tahun lalu di kisaran 4,5 juta investo. Selanjutnya salah satu hal yang menyebabkan meningkatnya jumlah investor kripto di indonesia dikarenakan banyak selebriti, seniman, musisi hingga tokoh masyarakat yang membagikan aktivitas transaksi aset kripto mereka melalui media sosial, hal ini disampaikan oleh Wakil Menteri Perdagangan (Wamendag) Jerry (Ramli, 2022).

Perdagangan aset kripto global menyatakan Indonesia menjadi negara dengan pertumbuhan kepemilikan aset kripto tertinggi di dunia. Dalam laporan bertajuk "2022 Global State of *Crypto* Report" disebutkan bahwa 41 persen orang Indonesia, berusia antara 16-35 tahun dengan pendapatan lebih dari US$14.000 (setara Rp200 juta) per tahun, memiliki aset kripto (Bouoiyour & Selmi, 2016). Bagi sebagian kalangan, mata uang kripto () dinilai berpotensi menjadi salah satu instrumen investasi yang potensial. Hal ini tergambar melalui data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) Oktober 2021. Data tersebut menunjukkan jumlah investor aset

kripto di Indonesia berjumlah 7,5 juta investor. Besar kemungkinan kalangan milenial dan generasi muda "terjerumus" ke dalam instrumen investasi ini (Hilmi, 2021).

Wakil Menteri Perdagangan (Wamendag) Jerry Sambuaga mengatakan, sejauh ini demografi investor kripto didominasi kelompok usia 18–24 tahun, yaitu 32%, kelompok 25– 30 tahun 30% dan kelompok 31–35 tahun 16%. Adapun berdasarkan kelompok profesi, persentasi karyawan swasta mendominasi sebesar 28%, wiraswasta 23%, dan pelajar/mahasiswa 18%. Melihat data tersebut, Wamendag berharap para generasi muda untuk memahami aset kripto, baik dalam rangka mengkaji maupun melengkapi diri sebelum berinvestasi (Elisabeth, 2022).

Sejak pertama kali booming, mata uang *Crypto* menuai pro kontra. Berbagai pihak memberikan respon beragam. Mereka yang pro beranggapan bahwa mata uang *Crypto* terhindar dari inflasi, proses transaksinya cepat, praktis dan keuntungannya jelas. Sementara mereka yang kontra menilai *Crypto* sebagai mata uang dengan fluktuasi nilainya yang tinggi, serta tidak diakui oleh bank sentral (Kompas.com, 2017). Walaupun memiliki risiko yang tinggi, perilaku kaum milenial yang dikenal suka bersenang-senang, berfoyafoya dimasa muda kini malah banyak yang mengalokasikan dana yang dimilikinya untuk melakukan investasi pada *Crypto* (Lerer & McGarrigle, 2018).

Perilaku investor mengikuti tren yang sedang terjadi di media sosial, yaitu perilaku agar tidak ketinggalan sesuatu yang dirasa berharga atas pengalaman yang didapatkan oleh orang lain. Salah satu kalangan muda yang sedang mengikuti tren tersebut adalah para mahasiswa. Menurut Gladwell & Przybylski (2013) menyebutkan bahwa perilaku tersebut sering

disebut dengan FOMO (*Fear of Missing Out*) yaitu rasa takut yang muncul dalam diri individu, bila orang lain bersenang-senang tanpa kehadirannya.

Buff & Burr (2016) mendeskripiskan *Fear of missing out* sebagai dorongan yang kuat untuk berada di dua tempat atau lebih dalam satu waktu, disadari dari rasa ketakutan akan kehilangan sesuatu, sehingga media sosial sebagai wadah yang dapat ditempatkan sebagai suatu sumber kebahagiaan seseorang, khususnya dalam hal ikut merasakan setiap momen yang dialami oleh orang lain dari hasil mendapatkan informasi tersebut. *Fear of missing out* dikarakteristikkan sebagai keinginan untuk secara berkelanjutan tetap berhubungan dengan apa yang orang lain lakukan, khususnya dengan berhubungan melalui teknologi media sosial, yang mana memberikan kesempatan untuk melihat aktivitas yang dilakukan setiap orang (Gladwell & Przybylski, 2013). Tidak heran bila banyaknya usia muda yang mengetahui keadaan rekan atau teman sebayanya, hanya dengan melihat media sosial satu sama lain sebagai rasa takut kehilangan informasi.

Secara umum, *Fear Of Missing Out* dicirikan dengan adanya keinginan yang tidak dapat dikontrol untuk tetap terus terhubung dengan aktivitas yang dilakukan orang lain. Remaja yang mengalami *Fear Of Missing Out* akan merasakan perasaan takut khawatir dan cemas ketika mereka tidak mengakses karena koneksi sosial merupakan hal yang sangat penting baginya (Sembiring, 2020). Tren *Fear of Missing Out* ini juga terjadi di Indonesia dan sukses memancing anak muda dan milenial sebagai investor baru yang berkecimpung di bisnis ini. Masalahnya, tingginya minat publik pada investasi kripto belum diimbangi dengan pengetahuan yang luas tentang industri tersebut, begitu juga tentang beragam risikonya yang harus diwaspadai. Dengan memanfaatkan misleading information atau ketidak benaran informasi serta iming – iming keuntungan yang fantastis,

para pelaku kejahatan *Crypto* akan menjebak para investor baru untuk menjalankan strategi *pump and dump* (Yunia, 2022).

Salah satu penyebab FOMO yaitu penggunaan media sosial. Berkembangnya teknologi saat ini menjadikan kita dapat dengan mudah menerima jutaan informasi di luar sana, contohnya melalui Instagram. Aplikasi yang sedang digemari dan memiliki banyak pengguna di seluruh dunia ini mempunyai fitur-fitur yang mendukung untuk update video/foto, seperti fitur instastory yang penuh dengan postingan rutinitas dengan para pengguna dari sinilah, kita sebagai viewer, dapat memicu munculnya perasaan cemas lalu membandingkan kehidupan kita dengan orang lain yang terlihat lebih menyenangkan atau bahagia (Akbar, 2018)

Perasaan FOMO yang dibiarkan dapat memicu munculnya hal negatif seperti kelelahan, stress, depresi, bahkan masalah tidur. Perasaan ini mempengaruhi ketidakpuasan seseorang pada hidup mereka dan merasa apa yang telah dilakukan atau dimiliki seakan tidak pernah cukup. Selain itu dapat memicu munculnya masalah finansial seperti yang disebutkan pada gejala di atas, seseorang rela mengeluarkan biaya yang besar demi tetap up-to-date dan tidak ketinggalan zaman (Germaine-bewley & Germaine-bewley, 2016)

FOMO menjadi sebuah permasalahan sosial karena terbukti menjadi prediktor pada beberapa perilaku yang merugikan salah satunya selalu ingin terhubung dengan media sosial sehingga rela berjam-jam mengakses media sosial untuk mengetahui aktivitas orang lain dan mengabaikan aktivitas diri sendiri. *FOMO* dapat mengganggu seseorang dalam melakukan kegiatan atau aktivitas kehidupan sehari-hari yang dapat mengancam aktivitas sosial individu tersebut, media sosial itu sendiri menjadi wadah untuk menghabiskan waktu bahkan untuk mengikuti kehidupan dan aktivitas

orang lain dan mengabaikan aktivitas diri sendiri demi mengetahui kegiatan yang orang lain lakukan. Permasalahan yang terjadi seiring perkembangan waktu yang terjadi pada masyarakat terkait aspek-aspek sosial budaya. *FOMO* yang timbul akibat kebiasaan yang dilakukan berulang-ulang sehingga membuat ketergantungaan seseorang agar tidak tertinggal informasi di media sosial menjadi permasalahan sosial budaya di kalangan masyarakat (Yunia, 2022).

Tingginya ketergantungan mahasiswa terhadap teknologi terutama pada media sosial, mengubah sebagaimana fungsi dari media sosial itu sendiri menjadi wadah untuk menghabiskan waktu bahkan untuk mengikuti kehidupan dan aktivitas orang lain dan mengabaikan aktivitas diri sendiri demi mengetahui kegiatan yang orang lain lakukan. FOMO merupakan kekuatan pendorong dibalik penggunaan internet dan media sosial. Rendahnya kepuasaan dalam hidup dapat mendorong FOMO yang tinggi, yang disebabkan karena terlalu sering mengakses internet ketika sedang menjalani aktivitas yang membutuhkan konsentrasi tinggi seperti mengemudi, sedang belajar di dalam kelas, ataupun aktivitas lainnya (Oberts, 2016).

Bagi orang yang memiliki kadar FOMO tinggi, hal ini dapat menimbulkan masalah karena mereka cenderung untuk mengecek akun media sosialnya demi melihat apa saja yang dilakukan teman-temannya hingga rela mengabaikan aktivitasnya sendiri. FOMO hanya memiliki satu dimensi yaitu suatu situasi yang menggambarkan perasaan ketakutan, kekhawatiran, serta kecemasan yang dimiliki individu disaat ketidakhadiran dirinya pada suatu kejadian, pengalaman, dan percakapan yang terjadi di lingkungan sosial yang luas. FOMO juga acapkali dikaitkan dengan karakteristik masalah emosional yang melibatkan media sosial (Gladwell & Przybylski, 2013). Individu dengan FoMO juga lebih mudah untuk merasa

cemas, mudah marah dan merasa inferior maupun superior ketika menggunakan media sosial.

Munculnya tekanan sosial lantas membuat investor baru yang didominasi milenial tergiur untuk terjun dalam bisnis tersebut tanpa memperhitungkan risiko yang akan dihadapi. Karena kurangnya latar belakang edukasi akan industri *Crypto*, membuat investor ini tak sadar jika mereka masuk kedalam praktik *pump and dump*, sebuah istilah dalam dunia pasar saham yang mengacu pada skema buatan yang berusaha menggelembungkan harga saham milik sendiri melalui rekomendasi positif yang palsu dan menyesatkan. Tujuannya adalah untuk menjual saham yang dibeli dengan murah dengan harga jauh lebih tinggi (Yunia, 2022).

Mata uang *Crypto* merupakan salah satu instrumen investasi digital yang marak digandrungi masyarakat dalam beberapa tahun terakhir. Menurut laporan We Are Social, mayoritas pengguna internet yang memiliki mata uang kripto adalah laki-laki berusia muda. Pemilik uang kripto terbanyak adalah pada kategori usia 25-34 tahun. Persentase pria yang memiliki mata uang kripto pada kategori usia ini yakni mencapai 15,5%. Sedangkan, persentase perempuan pada kategori usia ini yang memiliki mata uang kripto yakni sebanyak 9,5%. Lalu, pemilik mata uang kripto terbanyak kedua yakni pada kelompok usia 16-24 tahun. Persentasenya sebanyak 13,3% laki-laki dan 6,4% perempuan yang memiliki mata uang *Crypto* (Databoks, 2022).

Kategori usia pemilik mata uang kripto terbanyak berikutnya yakni 35-44 tahun. Tercatat, masing-masing sebanyak 13,2% laki-laki dan 8% perempuan pada kelompok usia ini yang memiliki mata uang kripto. Pemilik uang kripto selanjutnya yakni pada usia 45-54 tahun. Persentasenya yakni sebanyak 9,9% adalah laki-laki dan 5,8% adalah perempuan.

Sementara itu, pemilik mata uang kripto paling sedikit yakni pada kelompok 55-64 tahun. Pemilik mata uang kripto laki-laki pada kelompok usia ini tercatat sebanyak 5,6%, sedangkan sebanyak 3,5% adalah perempuan (Databoks, 2022).

Generasi millenial adalah generasi yang selalu terhubung satu sama lain (*always connected generation*). Lebih dari tiga per empat generasi millenial mengaku ketergantungan terhadap ponsel dan komputer mereka. Mereka begitu larut dalam teknologi digital dan sosial media, dan menganggap gadget yang dimiliki sebagai bagian dari diri mereka. Bahkan delapan dari sepuluh generasi millenial mengaku tidur bersama ponsel yang terus menyala di sampingnya dan siap untuk membalas pesan singkat, telfon, e-mail atau berita apapun yang muncul pada ponsel mereka (Maysitoh, 2020).

Generasi milenial bisa juga disebut sebagai generasi Y atau generasi milenium. Karakteristik generasi milenial memiliki ciri khusus yang menunjukkan sikap dan pola pikir yang berbeda. Salah satu ciri utama generasi milenial ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital. Oleh karena dibesarkan oleh kemajuan teknologi, maka generasi milenial memiliki ciri: kreatif, informatif, mempunyai passion dan produktif (Ambariyanto, 2020).

Penulis merasa perlu untuk membandingkan karakteristik perilaku generasi Y dan generasi Z. Generasi Z memiliki kesamaan perilaku, antara lain penggunaan media teknologi sangat penting bagi generasi Z. Mereka tidak bisa hidup tanpa teknologi dan menggunakan layanan seperti *smartphones, LINE, iPads, facebook, instagram, dan whatsApp*. Karakteristik generasi Z bisa disebut sebagai generasi pemustaka yang antusias terhadap teknologi baru. Generasi Y dan Y sama-sama memiliki

karakteristik generasi milenial yang lebih mementingkan citra diri, memiliki permintaan yang tinggi untuk liburan, dan keinginan untuk segera memenuhi kebutuhan konsumen (Weinswig, 2016).

Jika dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh Cristina (2019) generasi Z memiliki peluang lebih besar untuk berprilaku FOMO, karena usia-usia mereka yang berkisar antara 20-25 tahun masih belum memiliki aset *Crypto*. Generasi tersebut hanya memilih untuk mendapatkan hasil, tanpa adanya proses dalam berinvestasi. Namun, penulis mengambil kesimpulan untuk mengambil fokus utama terhadap generasi Y, yang dimana generasi tersebut sudah terbiasa memiliki aset *Crypto*.

Penelitian mengenai hubungan antara kecanduan media sosial dengan FOMO sudah pernah dilakukan oleh (Maysitoh, 2020) terhadap remaja di SMAN 4 Bandung. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa hubungan media sosial dengan FOMO pada kaum remaja menjadi isu penting karena remaja dengan tingkat FOMO yang tinggi cenderung membuka aplikasi berbasis internet seperti *facebook, instagram, telegram, ataupun whats app group* lebih sering di saat bangun tidur, sebelum tidur, makan dan adanya kemungkinan remaja menggunakan telepon genggamnya secara intens ketika berkendara motor.

Situs media sosial telah menjadi faktor yang berkontribusi besar terhadap sensasi FOMO. Orang mengembangkan perasaan dan emosi negatif dari situs media sosial karena iri terhadap postingan dan kehidupan orang lain. Media sosial telah menciptakan tempat yang mudah diakses dan pusat bagi orang-orang yang update untuk mencari tahu apa yang dilakukan orang lain pada saat itu (Akbar, 2018). Peneliti di dua Universitas Jerman melihat data Facebook dan menemukan bahwa orang-orang memiliki perasaan negatif ketika menggunakan media sosial karena mereka melihat

kehidupan yang tampaknya "sempurna" dari teman-teman mereka. Orang-orang yang mengalami FOMO lebih cenderung menggunakan situs media sosial karena mereka merasa perlu untuk selalu "tetap terhubung." Sebelum media sosial dan ponsel muncul, orang biasanya hanya tahu apa yang dilakukan teman-teman mereka dengan berada bersama mereka. Namun saat ini, orang dapat mencari apa yang mereka lewatkan dengan mengklik tombol.

Ada beberapa fenomena di Indonesia mengenai FOMO yang berujung tragis. Pada tahun 2016 lalu seorang siswa SMP tewas akibat berfoto selfie, siswa SMP yang berusia 15 tahun tersebut tewas akibat jatuh usai selfie dari lantai liama di sebuah gedung kosong peristiwa tersebut terjadi di Koja, Jakarta Utara, selain kasus tersebut, ada juga kasus seorang wanita asal Florida, meninggal akibat terpeleset di Grand Canyon, beberapa saat setelah posting foto Instagram. Wanita tersebut datang untuk hiking bersama kedua temannya, jatuh dari ketinggian sekitar 120 meter. Wanita tersebut mengunggah foto di akun Instagramnya, ia sedang duduk di tepian sebuah tebing menikmati pemandangan. Usai mengunggah foto tersebut, wanita tersebut terpeleset di daerah yang dikenal dengan nama Ooh Aah Point, yang merupakan titik populer untuk berfoto. "Dia akan meninggalkan tempat itu untuk bergantian dengan orang lain. Namun, dia terpeleset dan jatuh ke belakang langsung ke dalam jurang (Akbar, 2018).

Menurut laporan Badan Eksekutif Mahasiswa, tidak sedikit mahasiswa yang telat membayar kuliah namun masih tetap aktif untuk berinvestasi di dunia crypto. Karena buat mereka berienvestasi merupakan hal yang instant untuk mendapatkan keuntungan. Walaupun memang resiko kerugian yang tidak kecil (Akbar, 2018). Selanjutnya media sosial menjadi salah satu alat untuk memperluas dampak FOMO terhadap dunia trading dan investasi, Informasi yang didapatkan dari grup, forum dan komunitas

juga mempengaruhi banyak orang. Rasa takut kehilangan kesempatan semakin menguat apalagi jika ada postingan sedang profit dan dengan informasi yang diadapatkan mereka merasa perlu melakukan sesuatu agar mendapatkan hal yang sama (Wira, 2016)

Seperti yang dijelaskan pada penelitian *Psychology Today* yang mengungkapkan bahwa konsekuensi negatif dari FOMO termasuk didalamnya adalah masalah identitas diri, kesepian, citra negatif, perasaan tidak mampu secara pribadi, dan kecemburuan. Untuk menangani hal tersebut seseorang tidak harus meninggalkan media sosial mereka, tetap terhubung dengan orang-orang yang mengalami hal yang sama juga penting, agar seseorang tidak merasa sendirian, dan dalam hal tersebut tentu merupakan suatu hal yang baik. Kuncinya adalah bagaimana seseorang dapat menggeser pola pikirnya, menyadari bahwa fase kehidupan tidak hanya satu ukuran dan tidak semua hal akan cocok dengan diri masing-masing individu. Intinya bagaimana seseorang dapat mendifinisikan kesuksesan dan kebahagiaan dengan baik dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur (Baker, 2016).

Fear of Missing Out dalam dunia merupakan sikap yang tidak ingin ketinggalan informasi harga jual beli bitcoin. Hal itu yang membuat para investor milenial semakin sering untuk mengupdate pengalaman nya melalui akses media sosial. Pengaruh media sosial kepada investor milenial tidak tanggung-tanggung, banyak para investor milenial yang hampir setiap saat mengakses media sosial hanya untuk melihat data informasi terbaru terkait harga bitcoin (Anwar, 2019).

Berdasarkan gambaran diatas, terdapat perilaku *Fear Of Mising Out* pada kaum milenial terhadap perkembangan aset yang membuat peneliti tertarik untuk mengambil langkah lebih lanjut terkait dunia *Crypto*rrency

dengan judul Studi Deskriptif *Fear Of Missing Out* (FOMO) Pada Milenial Yang Memiliki Aset *Cryptocurrency* di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

1.2.Rumusan Masalah

Cryptocurrency merupakan suatu mata uang digital yang berbasis desentralisasi. Kehadiran mata uang *Crypto* di generasi milenial membuat sebuh fenomena FOMO yang di sebabkan trend baru yang memancing anak muda khususnya generaasi millenial untuk berinvestasi. Fear Of Missing Out dicirikan dengan adanya keinginan yang tidak dapat dikontrol untuk tetap terus terhubung dengan aktivitas yang dilakukan orang lain, seseorang yang mengalami FOMO akan merasakan perasaan takut khawatir dan cemas ketika mereka tidak mengakses karena koneksi sosial merupakan hal yang sangat penting baginya (Sembiring, 2020).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Aisafitri & Yusriah (2020) meyebutkan bahwa sindrome FOMO yang berasa di kalangan milenial memiliki karakteristik gaya hidup yang lebih banyak menghabiskan waktu dengan handphone dan menurut mereka mengakses media sosial merupakan suatu hal yang penting, karena dengan mengakses media sosial membuat terjalinya hubungan emosional yang membuat diri mereka sering kali memperhatikan postingan orang lain dan juga mereka ingin memperlihatkan hal-hal yang ingin di lihat oleh orang lain, karena menurut mereka penilaian orang lain terhadap dirinya sangatlah penting

Pada penelitan yang dilakukan oleh Akbar (2018) menyebutkan bahwa dampak yang di timbulkan dari ketakutan akan kehilangann momen yang dialami seseorang antara lain tidak peduli terhadap diri sendiri dan sekitar, karena sibuk dengan samrtphone, terganggunya waktu tidur, terganggunya waktu makan, tidak dapat sepenuhnya menikmati kebersamaan di dunia nyata,

dan cenderung merasa kurang dengan apa yang telah ia miliki. Pada penelitian Germaine & Bewley (2016) mengungkapkan bahwa individu dengan ketidakstabilan emosi akan cenderung menggunakan media sosial secara berlebihan. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "

Berdasarkan uraian diatas peneliti banyak melihat peneliti lain meneliti tentang fenomena FOMO. Berbeda dengan penelitian ini yang membahas tentang fenomena FOMO yang berkaitan dengan *Crypto*. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Studi Deskriptif Fear Of Missing Out (FOMO) Pada Generasi Milenial Yang Memiliki Aset *Cryptocurrency* di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya"

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran yang menyebabkan seseorang menjadi *Fear Of Missing Out*.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat baik dari segi akademis dan praktis.

1.4.1. Manfaat Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi mengenai *Fear Of Missing Out* (FOMO) pada Generasi Milenial.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam perkembangan ilmu psikologi, khususnya dalam bidang ilmu Psikologi Sosial.
3. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan acuan untuk penelitian selanjutnya atau dapat dikembangkan lagi dengan variabel sejenis atau variabel yang lebih kompleks.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Memberikan manfaat untuk generasi milenial agar lebih produktif dalam memanfatkan peluang untuk berinvestasi.