

REPRESENTASI PERILAKU KONSUMTIF AKIBAT FOMO (FEAR OF MISSING OUT) DALAM KARYA INSTALASI

Ferlita Ananda¹, Iqbal Prabawa Wiguna² dan Edwin Buyung Syarif³

^{1,2,3}S1 Seni Rupa, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No. 1, Terusan Buahbatu - Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257

ferlitaananda@student.telkomuniversity.ac.id, iqbalpw@telkomuniversity.ac.id,
edwinbuyung@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Tugas akhir ini berupaya mengeksplorasi fenomena perilaku konsumtif yang dipicu oleh FOMO (Fear of Missing Out) melalui pendekatan seni instalasi. Dengan menggunakan pakaian bekas, kain, dan aksesoris hasil konsumsi pribadi, penulis menciptakan dua karya instalasi berjudul “*Uncontained Desires*” dan *The “Body of Wants”*. Kedua karya ini merepresentasikan bagaimana keinginan yang tak terkendali akibat tekanan sosial media dan budaya konsumsi yang terus tumbuh, lambat laun membentuk identitas diri. Proses berkarya melibatkan teknik bordir, patchwork, dan penyusunan tekstil sebagai simbol dari perjalanan personal dan emosi yang kompleks. Karya ini tidak hanya menjadi ekspresi artistik, tetapi juga sarana reflektif, baik bagi penulis sendiri maupun bagi penikmat seni lainnya untuk menyadari kembali pentingnya mengontrol keinginan serta membangun identitas yang lebih autentik. Penggunaan bahan-bahan bekas menjadi bentuk upaya *upcycling* dan juga menyuarakan keresahan terhadap gaya hidup konsumtif yang kini semakin melekat dalam kehidupan sehari-hari.

Kata kunci: FOMO, Konsumtif, identitas, instalasi, tekstil

Abstract: This final project seeks to explore the phenomenon of consumerist behavior triggered by FOMO (Fear of Missing Out) through an installation art approach. Using second-hand clothing, fabrics, and accessories from personal consumption, the artist created two installation works titled “*Uncontained Desires*” and “*The Body of Wants*”. These pieces portray how uncontrolled desires, driven by the pressure of social media and excessive consumer culture, gradually shape one's identity. The creative process involved embroidery, patchwork, and fabric construction as symbols of a deeply personal and emotional journey. Beyond artistic expression, this project serves as a reflective medium for both the artist and the audience to reconsider the importance of self-control and cultivating an authentic identity. The use of reused materials not only supports the practice of upcycling, but also raises awareness of the growing consumerist patterns embedded in our everyday lives.

Keywords: FOMO, consumerism, identity, installation, textile

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital, hadirnya *e-commerce*, dan pesatnya pertumbuhan media sosial telah memudahkan masyarakat dalam mengakses berbagai layanan dan produk. Namun, di balik kemudahan ini, muncul fenomena sosial yang semakin meluas, khususnya dalam pola konsumsi dan perilaku masyarakat. Di era yang serba cepat dan terkoneksi, mengikuti tren bukan lagi sekadar pilihan, tetapi menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari.

Tren kini tak lagi hanya soal *fashion*, tapi juga gaya hidup, teknologi, bahkan cara berpikir. Banyak orang mengikuti tren bukan karena kebutuhan, tetapi karena pengaruh media sosial, iklan yang terus bermunculan, dan tekanan dari lingkungan sekitar. Ihza (2013:45) menyebut bahwa kebutuhan manusia modern sering kali bukan muncul dari diri sendiri, melainkan hasil konstruksi sosial yang membuat kita terdorong membeli apa yang ditawarkan pasar. Ketika seseorang tidak mengikuti produk terbaru, ia bisa merasa kurang berharga atau tertinggal (Theguh et al., 2024). Hal ini diperkuat oleh McGinnis (2020:12) yang menyatakan bahwa tren sering dianggap sebagai simbol eksistensi sosial, dan banyak orang ingin merasa diakui dengan ikut menjadi bagian dari tren tersebut.

Di sinilah muncul fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) perasaan cemas karena takut tertinggal dari hal-hal penting atau menyenangkan. Zhang et al. (2023) menjelaskan bahwa mereka yang mengalami FoMO cenderung merasa tertekan ketika melihat orang lain terlibat dalam aktivitas menarik, karena munculnya rasa tidak termasuk atau tertinggal dari pengalaman sosial. Hal ini kemudian mendorong banyak orang untuk ikut serta, meskipun tidak selalu dibutuhkan.

Media sosial seperti *Instagram* dan *TikTok* kini menjadi ruang utama tempat gaya hidup ditampilkan. Di sana, figur publik, *selebgram*, dan influencer memperlihatkan kehidupan ideal versi mereka. Tidak sedikit orang yang akhirnya merasa perlu memiliki barang yang sama atau meniru gaya hidup tersebut agar tetap merasa diterima. Wardani & Anggadita (2021:37) menyebut bahwa FoMO bisa muncul sebagai ketakutan

kehilangan pengalaman atau status sosial, yang mendorong seseorang untuk mengikuti apa yang sedang tren. Bahkan, Tandon et al. (2022) menunjukkan bahwa FoMO dapat menyebabkan kecanduan terhadap media sosial dan ponsel, karena adanya dorongan untuk terus update agar tidak merasa tertinggal.

Hal ini juga dirasakan langsung oleh penulis. Media sosial yang awalnya digunakan untuk mencari informasi dan berekspresi, justru menimbulkan perasaan kurang puas terhadap diri sendiri. Penulis merasa selalu harus mengejar sesuatu yang baru, yang membuat batas antara kebutuhan dan keinginan menjadi kabur. Dalam proses ini, gaya hidup penulis perlahan menjadi konsumtif, terbentuk oleh perasaan takut tertinggal dan ekspektasi sosial dari dunia digital.

Banyak masyarakat kini menganggap perilaku konsumtif sebagai hal yang wajar, padahal sering kali didorong oleh faktor eksternal. Bujuk Rayu Konsumerisme: Menelaah Persuasi Iklan di Era Konsumsi. Santoso (2024) menemukan bahwa FoMO memiliki pengaruh besar terhadap perilaku konsumtif remaja pengguna Shopee di Jakarta, dengan pengaruh positif mencapai 59,6%. FoMO dapat mendorong seseorang melakukan pembelian impulsif terhadap barang yang bahkan tidak terlalu dibutuhkan, hanya karena takut ketinggalan promo atau tren. Penulis pun mengalami hal yang sama seperti membeli terlalu banyak barang dan menerima terlalu banyak informasi, hingga akhirnya merasa lelah dan jenuh. Refleksi dari pengalaman ini kemudian dituangkan ke dalam karya seni instalasi. Barang-barang konsumtif pribadi, seperti pakaian dan aksesoris bekas, dipilih sebagai medium utama. Benda-benda ini diolah ulang bukan hanya sebagai limbah, tapi sebagai simbol dari pengalaman, kecemasan, dan pencarian identitas diri.

Salah satu karya yang menginspirasi penulis adalah *Mommy Loves Me III* karya Sarah Meyers Brent. Brent menggunakan material sehari-hari seperti pakaian bekas, plastik, dan cat sebagai media untuk menyampaikan kritik terhadap budaya konsumsi berlebih dan dampaknya terhadap lingkungan. Penulis melihat karya ini sebagai contoh bahwa limbah konsumsi tidak hanya punya dampak emosional, tetapi juga sosial dan

ekologis (Sarah Meyers Brent, 2025).

Dari pengalaman ini, penulis menyadari bahwa konsumsi berlebih sering membuat kita lupa bersyukur, merasa tidak pernah cukup, dan terus mengejar hal baru. Namun di sisi lain, proses ini juga membuka rasa ingin tahu dan keinginan untuk memahami diri lebih dalam. Melalui karya instalasi yang akan dibuat, penulis ingin mengajak orang lain untuk mengenali rasa cemas dan ketidakpuasan ini bukan untuk dihindari, tapi untuk dihadapi. Karena hidup yang cukup bukan tentang memiliki lebih banyak, tapi tentang menyadari apa yang sudah dimiliki dan apa yang sebenarnya kita butuhkan.

STUDI LITERATUR DAN REFERENSI SENIMAN

a. FoMO dan Konsumerisme

Di era digital, banyak orang mengalami *Fear of Missing Out (FoMO)* yaitu rasa takut tertinggal dari hal-hal penting seperti tren, teknologi baru, atau aktivitas sosial. Istilah ini diperkenalkan oleh Patrick McGinnis, dan kini banyak digunakan untuk menjelaskan kecemasan akibat media sosial (Darmayanti et al., 2023). FoMO biasanya muncul saat melihat kehidupan orang lain di media tampak lebih menarik atau “sempurna”, sehingga mendorong seseorang untuk mengikuti tren agar tetap dianggap relevan (Fumar et al., 2023). Hal ini sering kali menyebabkan orang membeli sesuatu bukan karena butuh, melainkan demi menjaga citra sosial.

FoMO berkaitan erat dengan konsumerisme, yaitu pola konsumsi berlebih yang sering kali tidak sesuai dengan kebutuhan sebenarnya (Suciptaningsih, 2017). Dalam pandangan Jean Baudrillard, konsumsi bukan hanya soal fungsi, tetapi juga simbol barang menjadi alat untuk menunjukkan status dan identitas (Sidik, 2020:29; Setia Bakti & Nirzalin, 2019). Misalnya, membeli *iPhone* sering kali dilakukan bukan hanya karena fitur, tapi karena citra yang dibawanya.

Konsumerisme dan FoMO saling memperkuat. Ketika konsumsi dianggap bagian dari identitas, tekanan untuk terus membeli dan mengikuti tren semakin kuat, apalagi dengan kemudahan akses dan iklan digital yang terus-menerus hadir (Theguh et al., 2024). Dalam konteks ini, seni bisa menjadi ruang reflektif. Dengan menggunakan benda-benda bekas konsumsi sebagai medium, seniman dapat menyuarakan keresahan terhadap budaya konsumtif sekaligus mengajak panikmat merelfleksikan apakah semua yang kita konsumsi benar-benar kita perlukan.

b. Upcycling

Upcycling adalah proses kreatif mengubah material bekas atau limbah menjadi produk baru yang lebih bernilai, baik secara fungsi, estetika, maupun ekonomi tanpa merusak struktur dasarnya (Fendiawati, 2018). Pendekatan ini tidak hanya menghasilkan bentuk baru, tapi juga memberi makna baru pada benda yang sebelumnya dianggap tidak berguna. Praktik *upcycling* semakin relevan seiring meningkatnya limbah tekstil akibat gaya hidup konsumtif. Limbah seperti pakaian bekas dan potongan kain menjadi permasalahan yang belum tertangani secara maksimal (Maulana et al., 2022) sebagai respons, muncul gerakan *upcycling fashion*, yaitu mengolah kembali limbah tekstil menjadi produk dengan nilai pakai dan nilai estetika yang tinggi. Hanya dengan kreativitas dan keterampilan manual, limbah bisa menjadi karya unik dan fungsional (Vegas et al., 2019). Pendekatan ini tidak hanya ramah lingkungan, tapi juga menjadi bentuk kritik terhadap pola konsumsi berlebihan.

c. Seni instalasi dan kontemporer

Seni instalasi merupakan bentuk seni tiga dimensi yang menyusun berbagai objek dalam suatu ruang untuk menyampaikan pesan atau pengalaman tertentu. Seni ini tidak terbatas pada bahan konvensional seperti kayu atau logam, tetapi juga menggunakan benda sehari-hari, suara, cahaya, hingga interaksi penonton (Arinda et al., 2023). Menurut Rosenthal (2003:47), media dalam instalasi tidak hanya berfungsi visual,

tetapi juga menyampaikan pesan emosional dan intelektual. Karya instalasi dibagi menjadi dua jenis: *filled-space* yang bisa dipindahkan tanpa mengubah maknanya, dan *site-specific* yang hanya cocok dipasang di ruang tertentu karena menyatu dengan konteks ruangnya (Rosenthal, 2003). Instalasi juga memanfaatkan suasana dan ruang untuk membentuk pengalaman audiens yang lebih imersif (Widyaevan, 2017; Wiguna, Yeru, et al., 2021).

Dalam karya penulis, kain bekas digunakan sebagai media utama. Menurut Salsabila (2024), kain sebagai media seni bisa memberikan pengalaman simbolik yang reflektif dan terapeutik. Ini membuat karya terasa personal dan dekat dengan emosi penikmatnya. Sementara itu, seni kontemporer merespons isu-isu sosial yang sedang berlangsung. Kata "kontemporer" sendiri berarti "sezaman", mencerminkan bahwa karya seni mencerminkan kondisi saat ia diciptakan (Citra Ramadhani, 2017). Dalam praktiknya, seni ini sering menyertakan elemen fashion atau tekstil sebagai bentuk kritik, seperti pada karya Nick Cave yang memanfaatkan busana dan aksesoris untuk membahas identitas dan budaya konsumtif masa kini.

Melalui pendekatan seni instalasi dan kontemporer, penulis menciptakan karya yang tidak hanya visual, tetapi juga menyuarakan keresahan terhadap tekanan sosial media dan konsumsi, sekaligus mengajak audiens untuk ikut berefleksi.

KONSEP KARYA

Sejalan dengan pendekatan konseptual karya, penulis mengacu pada pendapat Bastari & Wiguna (2022). yang menyatakan bahwa kecemasan kolektif dalam masyarakat modern dapat diterjemahkan ke dalam seni melalui bahasa visual dan material, terutama ketika berhubungan dengan media sosial yang memicu rasa keterasingan. Penggunaan barang konsumsi bekas menjadi cara untuk memberi makna baru pada benda-benda yang sebelumnya dianggap tidak berguna. Wiguna, Zen, et al. (2021) menjelaskan bahwa limbah rumah tangga bisa punya nilai estetika jika diposisikan

sebagai kritik terhadap gaya hidup konsumtif. Barang-barang ini diolah kembali untuk memberi mereka “kehidupan kedua”, sekaligus menyampaikan cerita dan pesan yang lebih dalam. Bagi penulis, penggunaan barang konsumtif dalam seni juga menjadi cara mempertanyakan ulang: apakah yang benar-benar berharga adalah benda yang kita miliki, atau diri kita sendiri? Seperti yang diungkapkan oleh Stellarosa (2020:52), tindakan konsumsi yang impulsif bisa berubah menjadi bentuk pencarian makna ketika diolah menjadi medium ekspresi. Burton (2008:67) juga menambahkan bahwa objek konsumsi bisa menjadi simbol kecemasan, identitas, dan kebutuhan validasi—terutama dalam budaya digital saat ini. Dalam karya ini, penulis mencoba melihat barang-barang konsumsi bukan sebagai sampah, tetapi sebagai arsip pengalaman pribadi yang menyimpan cerita dan emosi. Karya akan dibuat menggunakan barang bekas konsumsi penulis sendiri, sebagai cara merefleksikan hubungan antara keinginan, identitas, dan konsumsi.



Gambar. 1 Sketsa digital “*Uncontained Desires*”

(Sumber: Penulis, 2025)

Karya pertama berjudul “*Uncontained Desires*”, terinspirasi dari Sarah Meyers Brent, khususnya dalam cara ia menggambarkan perilaku konsumtif menggunakan medium kanvas. Karya ini akan dipenuhi dengan berbagai aksesoris seperti manik-manik, benang, dan pita yang selama ini penulis kumpulkan. Semuanya akan disusun untuk

merepresentasikan keinginan-keinginan yang terus bertumpuk, sebagai simbol dari dorongan konsumtif penulis. Aksesori yang lucu dan warna-warna lembut seperti pink dipilih karena mencerminkan karakter personal penulis.



Gambar 2. Sketsa digital "*The Body of Wants*"

(Sumber: Penulis, 2025)

Karya kedua berjudul "*The Body of Wants*", terinspirasi dari Hiromi Tango yang banyak menggunakan kain dan benang menyerupai bentuk tubuh. Karya ini akan lebih fokus pada refleksi diri, dan bagaimana keinginan dapat membentuk identitas. Kedua karya ini akan digabungkan dalam satu tema besar, yaitu "*From Desires to Identity*", yang menggambarkan perjalanan dari hasrat menuju pembentukan identitas. Material utama yang digunakan adalah kain dan pakaian bekas milik pribadi, seperti bahan bordir, katun, motif kotak-kotak, dan kain transparan. Pemilihan ini menunjukkan bagaimana penulis dulu mengeksplorasi diri melalui pilihan pakaian. Teknik yang digunakan akan melibatkan pemotongan kain, penggabungan kain dengan benang, serta metode yang sudah dikuasai penulis. Semua elemen ini dirancang agar karya terasa personal dan menjadi cerminan jujur atas kebiasaan konsumtif yang penulis alami sendiri.

PERSIAPAN KARYA

Pada tahap persiapan karya, material utama yang digunakan dalam karya ini berasal dari barang-barang bekas konsumsi pribadi, seperti kain dari pakaian lama, manik-manik, pita, benang, bubble wrap, dan dummy handphone. Pemilihan material ini bukan sekadar karena alasan praktis, tetapi juga menjadi bagian penting dari refleksi terhadap pengalaman konsumtif penulis sendiri. Kain-kain yang digunakan dipilih berdasarkan warna dan tekstur yang merepresentasikan identitas pribadi, seperti warna pink dan pastel yang cenderung lembut dan feminin. Selain itu, kain bordir, kotak-kotak, kain transparan, serta katun lembut menjadi elemen yang memperkuat kesan eksploratif dan personal dalam karya. Material ini menunjukkan bagaimana cara berpakaian dan memilih barang selama ini telah menjadi bagian dari proses membentuk identitas diri melalui konsumsi.

Penggunaan *dummy handphone* dan *bubble wrap* dipilih karena keduanya merupakan simbol dari kebiasaan konsumsi digital yang banyak dipengaruhi oleh media sosial. Dalam konteks ini, material tidak lagi sekadar objek, melainkan membawa cerita dan pengalaman konsumtif di era digital. Seperti yang dijelaskan oleh Wiguna, Yeru, et al. (2021), limbah rumah tangga dapat memperoleh nilai estetika baru ketika dikonsepskan sebagai media kritik terhadap gaya hidup konsumtif dan eksploitatif. Dengan menyatukan material bekas ini, penulis tidak hanya memberikan “kehidupan kedua” bagi benda-benda tersebut, tetapi juga menciptakan ruang refleksi dan kritik terhadap pola konsumsi yang sering kali tidak disadari.

Dalam proses persiapan karya, penulis menggunakan dua teknik utama, yaitu *patchwork* dan *punch needle embroidery*.

a. Patchwork



Gambar 3. Teknik *patchwork*

(Sumber: Alice Strebel, *Pinterest.com*, 2025)

Patchwork adalah teknik menyusun potongan-potongan kain berbeda ke dalam satu kesatuan visual. Dalam konteks karya ini, *patchwork* menjadi simbol dari keinginan-keinginan kecil yang jika digabungkan akan membentuk pola besar, yakni identitas dan hasrat konsumsi yang terakumulasi. Potongan-potongan kain yang disatukan memperlihatkan bagaimana konsumsi yang awalnya tampak sepele justru dapat membentuk cara hidup dan cara pandang seseorang.

b. Punch needle embroidery



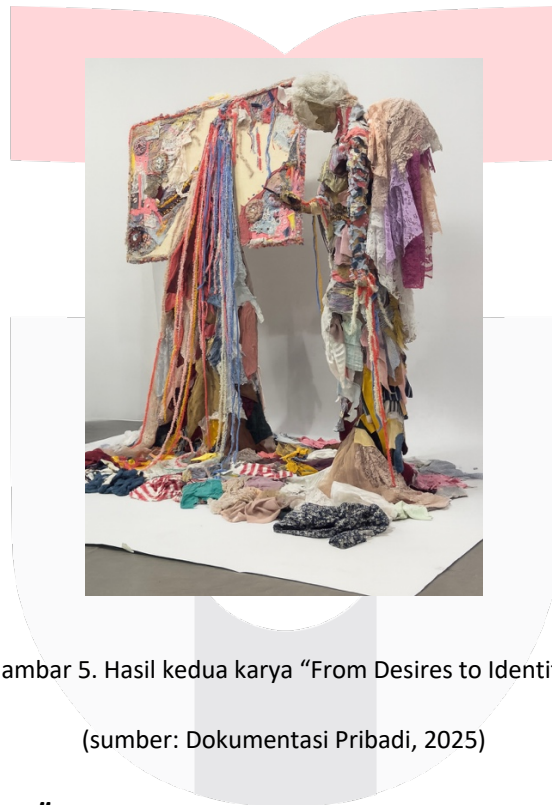
Gambar 4. Teknik *punch needle*

(Sumberr: @Kroshka_home_, *Pinterest.com*, 2025)

Teknik ini menggunakan jarum khusus untuk menciptakan efek tekstur timbul (3D) pada kain. Benang-benang yang mencuat keluar dari permukaan kanvas dimaknai

sebagai representasi dari luapan hasrat dan emosi yang tidak dapat dibendung. Teknik ini digunakan untuk mempertegas ekspresi visual pada bagian-bagian tertentu dalam karya agar lebih menyentuh secara emosional. Kedua teknik ini mendukung narasi personal yang dibangun dalam karya, sekaligus memperkuat konsep tentang bagaimana limbah konsumsi dapat diolah kembali menjadi karya seni yang memiliki nilai reflektif dan kritis.

HASIL KARYA



Gambar 5. Hasil kedua karya “From Desires to Identity”

(sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

a. “*Uncontained Desires*”

Karya pertama berjudul “*Uncontained Desires*” memiliki ukuran 120 x 80 cm dan dibuat dari kanvas kosong sebagai simbol wadah yang siap diisi oleh berbagai keinginan. Di atasnya, kain bekas dan aksesoris dirangkai dalam bentuk bordiran dan sulaman sebagai representasi dari hasrat konsumtif penulis. Kain-kain tersebut akan dibiarkan mengalir keluar dari kanvas, menggambarkan bagaimana keinginan yang tak terkendali akhirnya meluap dan tak lagi bisa dibatasi. Lapisan benda konsumtif di atas kanvas ini

merefleksikan kondisi ketika keinginan mengalahkan kebutuhan, dan konsumsi dijadikan cara untuk menutupi kekosongan. Karya ini menjadi titik awal masuknya pengaruh media sosial, tren, dan budaya belanja ke dalam kehidupan penulis yang kemudian mengalir menuju karya kedua.

“The Body of Wants”

Karya kedua ini menggambarkan sosok figuratif manusia dengan tinggi 175 cm, menggunakan manekin yang menunduk menatap gadget. Di belakangnya terdapat tumpukan kain bekas yang disusun menyerupai sayap. Figur ini merupakan lanjutan dari karya pertama, di mana tumpukan barang konsumtif yang sebelumnya mengalir keluar wadah kini telah membentuk identitas tubuh secara utuh. Figur ini menunjukkan bagaimana konsumsi dapat membentuk siapa diri kita. Gadget yang terus ditatap mencerminkan keterikatan pada dunia digital, sementara sayap kain menggambarkan keinginan untuk terus naik secara sosial lewat konsumsi. *Bubble wrap* yang menutupi kepala menjadi simbol dari upaya menutupi rasa tidak aman dengan hal-hal material, meski sebenarnya rapuh dan semu.

Kedua karya ini menjadi menyatu, dan menjadi perwujudan dan interpretasi dari sebab dan akibat dari perilaku konsumtif itu sendiri. Penulis mengambil judul ***“From Desires to Identity”*** sebagai judul besar, dan menceritakan perjalanan bagaimana hasrat (*desires*) yang lahir dari tekanan sosial media, tren, dan budaya konsumsi, bertransformasi menjadi identitas (*identity*) dari konsumsi itu sendiri. Mulai dari diri yang awalnya hanya ingin mengisi kekosongan, dan karena tidak adanya kontrol diri malah menjadi berlebihan, keluar dan pada akhirnya konsumsi itu menjelma menjadi identitas kita sendiri. Dengan ini, kedua karya ini hadir dalam dua tahap, dari hasrat konsumtif yang meluap hingga figure tubuh yang telah menjadi identitas dari konsumsi itu sendiri. Yang membuat karya ini menjadi berbeda dari karya-karya sebelumnya adalah penggunaan dan pemaknaan barang bekas yang digunakan bukan hanya menjadi material visual atau bermakna bagi lingkungan, tetapi juga sebagai arsip dari konsumsi

pribadi dan media reflektif terhadap pencarian jati diri di era konsumsi digital. Karya ini juga muncul dari pengalaman generasi muda Indonesia yang menghadapi fenomena fomo ini, seperti tren, sosial media, dan budaya modern generasi muda.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk merefleksikan perilaku konsumtif akibat fenomena Fear of Missing Out (FoMO) melalui karya instalasi seni berbasis limbah konsumsi pribadi. Karya ini memperlihatkan bagaimana kecemasan sosial yang dipicu oleh media sosial dapat memengaruhi pola pikir dan gaya hidup seseorang, serta mendorong munculnya perilaku konsumtif yang berlebihan. Dengan memanfaatkan kembali pakaian, kain, dan aksesoris pribadi yang sebelumnya dianggap tidak bernilai, penulis menciptakan karya instalasi sebagai bentuk kritik visual terhadap budaya konsumsi modern. Karya pertama “Uncontained Desires” menggambarkan akumulasi hasrat konsumtif yang tidak terkontrol, sementara karya kedua “The Body of Wants” menunjukkan transformasi identitas individu yang terbentuk akibat tekanan sosial dan ekspektasi dari media digital. Kedua karya ini diolah menggunakan teknik punch needle dan patchwork, serta memanfaatkan material bekas sebagai medium utama, sehingga menjadi representasi dari proses pencarian identitas dan refleksi personal terhadap gaya hidup konsumtif. Implikasi dari karya ini tidak hanya menawarkan sudut pandang baru dalam memaknai objek konsumsi, tetapi juga membuka ruang dialog mengenai pentingnya kesadaran diri dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Keterbatasan karya ini terletak pada lingkup eksplorasi yang masih bersifat personal dan belum mencakup beragam latar sosial yang lebih luas. Ke depan, pengembangan karya dapat diarahkan pada pendekatan partisipatif yang melibatkan lebih banyak suara dari masyarakat sebagai bentuk refleksi kolektif terhadap budaya konsumsi dan fenomena FoMO yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Atkins, R. (1990). *Art Speak: Guide to Contemporary Ideas, Movements and Buzzwords*.
- Burton, G. (2008). *Pengantar untuk Memahami Media dan Budaya Populer*. Jelasutra.
- Ihza, Y. (2013). *Bujuk Rayu Konsumerisme: Menelaah Persuasi Iklan di Era Konsumsi*. Linea Pustaka.
- McGinnis, P.J. (2020). *FOMO: Fear of Missing Out*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sidik, F. (2020). *Seni Konseptual*. [faizalsidik.files.wordpress.com](https://faizalsidik.files.wordpress.com/2020/04/seni-konseptual.pdf)
- Rosenthal, M. L. (2003). *Understanding Installation Art: From Duchamp to Holzer*. Prestel Publishing
- Stellarosa, Y. (2020). *Kecanduan Belanja: Budaya Konsumerisme dalam Teks*. Indigo Media.
- Wardani, L. M. I., & Anggadita, R. (2021). *Konsep Diri dan Konformitas pada Perilaku Konsumtif Remaja*. Penerbit NEM.

Jurnal:

- Arinda, F. P., Hariyanto, H., & Wisesa, A. M. (2023). Quarter-life Crisis sebagai Sumber Ide Penciptaan Seni Instalasi. *JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts*, 3(7), 964–982. <https://doi.org/10.17977/um064v3i72023p964-982>
- Bakti, I. S., & Nirzalin, A. (2019). *KONSUMERISME DALAM PERSPEKTIF JEAN BAUDRILLARD*. www.kbbi.web.id
- Bastari, R. P., & Wiguna, I. P. (2022). Deep Fear : The Digital Art Making Based On The Psychological Reaction of Pandemic Phenomenon. *JURNAL RUPA*, 7(2), 142. <https://doi.org/10.25124/rupa.v7i2.4741>
- Citra Ramadhani, C. (2017). *Penyadaran Berekspresi dalam Estetika Seni Rupa Kontemporer*.
- Darmayanti, D. P., Arifin, I., & Inayah, M. (2023). *EMIK JURNAL ILMIAH ILMU-ILMU SOSIAL FoMO: Kecemasan Digital di Kalangan Pengguna TikTok*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-TikTok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per->
- Fumar, M., Setiadi, A., Hariyanto, S., & Tan, C. (2023). The Influence of Fear of Missing Out (FOMO), Sales Promotion, and Emotional Motive Mediated Self-Control on Impulsive Buying for Hypebeast Products. *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities*, 6(3).

- Maulana, M. I., Syarif, E. B., & Andrianto. (2022). *PERANCANGAN JAM TANGAN ANALOG MENGGUNAKAN LIMBAH DAUR ULANG*.
- Santoso, E. M. (2024). The Influence of Fear of Missing Out (FoMO) on Consumer Behavior in Teenagers Using the Shopee Application in Jakarta. *SINOMICS JOURNAL / VOLUME*, 3. <https://doi.org/10.54443/sj.v3i5.439>
- Suciptaningsih, O. A. (2017). HEDONISME DAN KONSUMERISME DALAM PERSPEKTIF DRAMATURGI ERVING GOFFMAN. In *Ilmiah Pendidikan Ekonomi* (Vol. 2, Issue 1). <http://journal.upgris.ac.id/index.php/equilibriapendidikan>
- Tandon, A., Dhir, A., Talwar, S., Kaur, P., & Mäntymäki, M. (2022). Social media induced fear of missing out (FoMO) and phubbing: Behavioural, relational and psychological outcomes. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121149. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121149>
- Theguh, O. :, Uin, S., Syekh, S., & Cirebon, N. (2024). *KONSUMERISME MASYARAKAT KONTEMPORER DALAM PEMIKIRAN HERBERT MARCUSE*.
- Vegas, L., Rossol, E., Busche, M., & Chen, C. (2019). *2019 Proceedings Upcycle Guidebook: A Study of Production Through Post-Consumer Waste*. <https://doi.org/10.1111/j.1470>
- Widyaevan, D. A. (2017). *Kajian Kritik Seni Karya Instalasi Tisna Sanjaya-"32 Tahun Berpikir Dengan Dengkul"*.
- Wiguna, I. P., Yeru, A. I., Zen, A. P., Yuningsing, C. R., & Kusumanugraha, S. (2021). IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. *Wiguna_2021_IOP_Conf._Ser.%3A_Mater._Sci._Eng._1098_052015*, 5.
- Wiguna, I. P., Zen, A. P., & Yuningsih, C. R. (2021). Painting with algorithms: The potential for Using the P%.Js programming language for new media artist. *EMBRACING THE FUTURE: CREATIVE INDUSTRIES FOR ENVIRONMENT AND ADVANCED SOCIETY 5.0 IN A POST-PANDEMIC ERA*.
- Zhang, S., Wu, Q., & Liu, R. (2023). The relationship between neuroticism and passive use of mobile social networks among Chinese young adults: The mediating role of fear of missing out and online social support. *Acta Psychologica*, 236, 103919. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2023.103919>

Sumber Lain:

- Brent, S. M. (n.d.) About. Sarah Meyers Brent. <https://sarahartist.com/page/1-About.htmlz>. Diakses, 4 Juli 2025.
- Strebel, A. (2022) Deborah Collumn Fields art. <https://pin.it/3avhfT32Y>.
- Trombetta, J. (2022) Kroshka Home. <https://pin.it/3RQcL0fMh>