

## ABSTRAK

Fenomena FOMO (*Fear of Missing Out*) semakin meningkat di kalangan Gen Z, terutama akibat pengaruh media sosial dan konten *influencer*. Lisa Blackpink sebagai *influencer* global memiliki daya tarik yang kuat di kalangan pengikutnya, termasuk dalam tren seperti produk boneka Labubu. Penelitian ini ditujukan untuk menganalisa pengaruh konten *influencer* Lisa Blackpink terhadap FOMO di kalangan Gen Z. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*. Data diperoleh menggunakan Google Form yang disebar secara *online* dan analisis dengan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten Lisa Blackpink memiliki pengaruh signifikan terhadap FOMO pada Gen Z dengan nilai signifikansi 0.000 ( $<0.05$ ) pada uji t. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa 94.5% tingkatan FOMO terkait produk boneka Labubu di kalangan Gen Z dipengaruhi oleh konten *influencer* Lisa Blackpink. Temuan ini membuktikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara konten *influencer* terhadap tingkat FOMO di kalangan Gen Z. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi seseorang melihat atau mengonsumsi konten *influencer*, maka semakin besar kemungkinan mereka mengalami FOMO.

**Kata Kunci:** FOMO, Gen Z, Konten *Influencer*, Lisa Blackpink, Media Sosial