

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, F., & Handoko Putro, G. M. (2022). Digital Ethics: The Use of Social Media in Gen Z Glasses. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 158. <https://doi.org/10.24912/jk.v14i1.13525>
- Al-Fajri, D. S. (2024). *Tren Boneka Labubu, Koleksi di E-commerce tembus Rp60 Juta*. <https://goodstats.id/article/tren-boneka-labubu-koleksi-di-e-comerence-tembus-60-juta-rupiah-ZSURR>
- Apa Itu Influencer? Pengertian, Jenis, dan Cara Kerjanya*. (2023). Cnnindonesia.Com. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230627101306-104-966972/apa-itu-influencer-pengertian-jenis-dan-cara-kerjanya>
- Arum, R. (2025). *Profil Lisa Blackpink, Idol K-Pop yang Dijuluki "Thai Goddess."* Gramedia. <https://www.gramedia.com/best-seller/lisa-blackpink/?srsltid=AfmBOooivBouADGseTp0DRuQmC-TiPjXd4z62CBUB03Z2UoNW3PIDN6u>
- Aslim, S. (2024). *Labubu Menjadi Trend Berkat Lisa Blackpink*. https://umj.ac.id/just_info/labubu-menjadi-trend-berkat-lisa-blackpink/
- Augusta, A. D., & Putri, F. A. N. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Fear Of Missing Out (FoMO). *Applied Business and Administration Journal*, 2(2), 30–39. <https://doi.org/10.62201/abaj.v2i2.51>
- Aulya, S., Akbar, R., Apsari, A., & Sofia, A. (2018). Psikostudia. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, Vol 7, No(2), 38–47. <https://core.ac.uk/download/pdf/268076032.pdf>
- Baltezarevic, R. (2024). *Fear of Missing Out (FOMO) as an Effect Influencing Consumer*. October.
- Bayu, F. B. A. (2022). Komunikasi Digital dalam Jual Beli Online melalui Sosial Media Instagram. *KOMUNIDA : Media Komunikasi Dan Dakwah*, 12(01), 49–59. <https://doi.org/10.35905/komunida.v12i01.2131>
- Boestam, A. B., & Derivanti, A. Des. (2022). Komunikasi Digital Dan Perubahan Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 6(4), 2829–2834. <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i4.4032/http>
- Dinh, T. C. T., Wang, M., & Lee, Y. (2023). How Does the Fear of Missing Out Moderate the Effect of Social Media Influencers on Their Followers' Purchase Intention? *SAGE Open*, 13(3), 1–13. <https://doi.org/10.1177/21582440231197259>
- Erwin, E., Saununu, S. J., & Rukmana, A. Y. (2023). The Influence of Social Media Influencers on Generation Z Consumer Behavior in Indonesia. *West Science Interdisciplinary Studies*,

- 1(10), 1028–1038. <https://doi.org/10.58812/wsis.v1i10.317>
- Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandy, G. A. (2024). *Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fear Of Missing Out (Fomo) pada Generasi Z Pengguna Media Sosial*. 4, 1–21.
- Fitriansyah, F. (2018). Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja). *Cakrawala*, 18(2), 171–178. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala><https://doi.org/10.31294/jc.v18i2>
- Gujarati, D. N. (2003). Basic Econometrics. In *The Economic Journal* (Vol. 82, Issue 326). <https://doi.org/10.2307/2230043>
- Hair J, R, A., Babin B, & Black W. (2014). Multivariate Data Analysis.pdf. In *Australia : Cengage: Vol. 7 edition* (p. 758).
- Hasanah, U., Hermawan, A., Manajemen, P. S., Jakarta, U. T., & Arsyinta, N. (2024). *Pengaruh keinginan meniru dan*. 2, 1–6.
- Humaira, Z. (2022). *Hubungan Kontrol Diri dengan Kecenderungan Fear of Missing Out (FOMO) pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Husnul, R. (2024). *Alasan Boneka Labubu Jadi Fenomena Dunia: Penggemar Rela Antri Panjang*. Rri.Co.Id. <https://www.rri.co.id/features/986888/alasan-boneka-labubu-jadi-fenomena-dunia-penggemar-rela-antri-panjang>
- Ibrahim, M. M., & Irawan, R. E. (2021). Pengaruh Konten Media Sosial terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19. *Representamen*, 7(02). <https://doi.org/10.30996/representamen.v7i02.5727>
- Jasmine, K. (2016). Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu. In *Universitas Brawijaya*.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Quadrant.
- Juli, V. N., & Amanda, V. (2023). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Fanatisme dan Fomo Pada Followers Akun Instagram @ 7fanboy . Bts Army Indonesia*. 3(2), 225–234.
- Kustiawan, W., Nurlita, A., Siregar, A., Aini Siregar, S., Ardianti, I., Rahma Hasibuan, M., & Agustina, S. (2022). Media Sosial Dan Jejaring Sosial. *Maktabun: Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 2(1), 1–5.
- Lee, J. A., Bright, L. F., & Eastin, M. S. (2021). Fear of Missing out and Consumer Happiness on Instagram: A Serial Mediation of Social Media Influencer-Related Activities. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(11), 762–766.

<https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0431>

- Lutfi, A. (2024). *Mengenal Labubu, Boneka Monster yang Viral Karena Lisa Blackpink*. DetikSumut.Com. <https://www.detik.com/sumut/berita/d-7549134/mengenal-labubu-boneka-monster-yang-viral-karena-lisa-blackpink>
- Mahmud, D., Heryanto, F. N., Muzaki, H., & Mustikasari, F. (2023). The Influence of Hedonic Motivation, Influencer Marketing on Purchase Decision With fomo (Fear of Missing out) As Mediation. *International Journal of Professional Business Review*, 8(11), e03834. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i11.3834>
- Mandas, A. L., & Silfiyah, K. (2022). Social Self-Esteem dan Fear of Missing Out Pada Generasi Z Pengguna Media Sosial. Skripsi . Malang: Universitas Muhammadiyah Malang. *Jurnal Sinestesia*, 12(1), 19–27. <https://sinestesia.pustaka.my.id/journal/article/view/78>
- Mantooth, K., & Linde, S. (n.d.). *Gen Z: Overview, Meaning & Characteristics*. Retrieved February 2, 2025, from <https://study.com/academy/lesson/what-is-generation-z-definition-characteristics.html#:~:text=Gen Z refers to people,the children of Generation X>.
- Marta, R. (2024). *FOMO di Kalangan Gen Z dalam Era Digital*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/unirevi/fomo-di-kalangan-gen-z-dalam-era-digital-23VhtvBKVQ4>
- Matin, A., Khoshtaria, T., & Todua, N. (2022). The Impact of Social Media Influencers on Brand Awareness, Image and Trust in their Sponsored Content: An Empirical Study from Georgian Social Media Users. *International Journal of Marketing, Communication and New Media*, 10(18). <https://doi.org/10.54663/2182-9306.2022.v10.n18.88-114>
- Maza, S., & Aprianty, R. A. (2022). Hubungan Kontrol Diri Dengan Fear of Missing Out (Fomo) Pada Remaja Pengguna Media Sosial. *Jurnal Mahasiswa BK An-Nur : Berbeda, Bermakna, Mulia*, 8(3), 148. <https://doi.org/10.31602/jmbkan.v8i3.9139>
- Mengapa Instagram Platform Terbaik untuk Pemasaran Influencer?* (2023). Lionize. https://lionize-ai.translate.google/post/why-is-instagram-the-best-platform-for-influencer-marketing/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc
- Mo, L., Margot, & Haddad, H. (2024). *Blackpink's Lisa Opens Victoria's Secret 2024 First Fashion Show Since Hiatus*. L'Officiel. <https://www.lofficielsingapore.com/fashion/blackpink-lisa-victoria-s-secret-2024-fashion-show-hiatus-return-performance>
- Mokodompit, A. (2024). *Generasi Z dan Peran Media Sosial dalam Kehidupan Mereka*.

- Osc.Medcom.Id. <https://osc.medcom.id/community/generasi-z-dan-peran-media-sosial-dalam-kehidupan-mereka-6488>
- Molo, V. (2024). *Apa Itu Boneka Labubu dan Kenapa Bisa Viral?* DetikBali.Com. <https://www.detik.com/bali/bisnis/d-7547357/apa-itu-boneka-labubu-dan-kenapa-bisa-viral>
- Mosita. (2024). *Lisa Blackpink pakai “Labubu Dolls”, Berikut Penjelasannya*. Rri.Co.Id. <https://www.rri.co.id/hobi/975682/lisa-blackpink-pakai-labubu-dolls-berikut-penjelasannya>
- Musfialdy, & Anggraini, I. (2020). Kajian Sejarah Dan Perkembangan Teori Efek Media. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, 8(1), 30–42. <https://doi.org/10.46806/jkb.v8i1.639>
- Nahidayat. (2024). *Boneka Labubu, Lisa Blackpink, dan Dahsyatnya Pengaruh Influencer di Era Digital*. Kompasiana. https://www.kompasiana.com/nahidayat/66ed7656c925c46eab6defb2/boneka-labubu-lisa-blackpink-dan-dahsyatnya-pengaruh-influencer-di-era-digital?page=1&page_images=1
- Ningsih, Di. (2024). *Heboh, Ratusan Orang Rela Antre hingga Baku Hantam Demi Beli Boneka Labubu*. Viva.Co.Id. <https://www.viva.co.id/trending/1752903-heboh-ratusan-orang-rela-antre-hingga-baku-hantam-demi-beli-boneka-labubu?page=3>
- Nirwana, D. A., & Khuntari, D. (2021). Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Pada @Celyne.Official. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 5(2), 36–48. <https://doi.org/10.56873/jimik.v5i2.147>
- Novarismansyah, M. (2023). *Indikator Penelitian: Pengertian, Fungsi, dan Cara Menentukan*. Ebizmark.Id. [https://ebizmark.id/artikel/indikator-penelitian-pengertian-fungsi-dan-cara-menentukan/#:~:text=Apa Itu Indikator Penelitian?,terhadap layanan kesehatan dan pendidikan](https://ebizmark.id/artikel/indikator-penelitian-pengertian-fungsi-dan-cara-menentukan/#:~:text=Apa%20Itu%20Indikator%20Penelitian?,terhadap%20layanan%20kesehatan%20dan%20pendidikan).
- Pamekar, G. (2015). *Efektivitas Metode Role Playing dan Role Model dalam Program Kampanye Sosial*. 26.
- Parker, K., & Igielnik, R. (2020). *On the Cusp of Adulthood and Facing an Uncertain Future: What We Know About Gen Z So Far*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/social-trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far/>
- Prambors. (2024). *Lisa Blackpink Dapatkan Penghargaan Influencer of The Year di IMA 2024*. Prambors. <https://www.pramborsfm.com/music/lisa-blackpink-dapatkan-penghargaan-influencer-year-di-ami-2024/all>

- Primaningtyas, A. (2022). *Bahaya FOMO pada Gen z*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/ardanti-restinanda/bahaya-fomo-pada-gen-z-1zQnYmf7d3r/1>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Purwanto, A. (2024). *Menyelami Perilaku Konsumsi dan Literasi Keuangan Gen Z*. Kompas.Id. <https://www.kompas.id/baca/riset/2024/08/03/menyelami-perilaku-konsumsi-dan-literasi-keuangan-gen-z>
- Putri, N. M., Ferlianti, R. A., & Zuhri, S. (2024). *Analisis Perilaku Konsumtif pada Tren Pembelian Boneka Labubu di Kalangan Gen-Z*. 2(2), 23–32.
- Putsanra, D. (2024). *Apa Itu Boneka Labubu yang Viral dan Berapa Harganya?* Tirto.Id. <https://tirto.id/apa-itu-boneka-labubu-yang-viral-dan-berapa-harganya-g2SR>
- Qashier. (2024). *How social media and fear of missing out influence Gen Z buying decisions*. Qashier. <https://qashier.com/sg/blog/2024/04/17/how-social-media-and-fear-of-missing-out-influence-gen-z-buying-decisions/>
- Qothrunnada, K. (2024). *Gen Z Itu Tahun Berapa? Ini Rentang Tahun Kelahiran dan Karakteristiknya*. DetikEdu.Com. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7436833/gen-z-itu-tahun-berapa-ini-rentang-tahun-kelahiran-dan-karakteristiknya>
- Raharjo, S. (2015). *Cara Melakukan Analisis Korelasi Bivariate Pearson dengan SPSS*. 8.
- Raquel, P., & Milhinhos, V. (2015). " *The Impact of Content Marketing on Attitudes and Purchase Intentions of Online Shoppers : The Case Of Videos & Tutorials and User-Generated Content* ".
- Rela Antre 17 Jam Demi Labubu, Ternyata Begini Awal Viralnya Boneka Ini*. (2024). KabarPriangan.Com. <https://kabarpriangan.pikiran-rakyat.com/gaya-hidup/pr-1488579344/rela-antre-17-jam-demi-labubu-ternyata-begini-awal-viralnya-boneka-ini?page=all>
- Ruliana, P., & Lestari, P. (2019). *Teori Komunikasi*. Rajawali Pers.
- Sari, I. J. P. (2022). Peranan Komunikasi Massa Dalam Penyampaian Informasi Pada Masyarakat Kampung Adoki Distrik Yendidori Kabupaten Biak Numfor. *Komunikasi, Politik & Sosiologi*, 4(1), 50–55.
- Septia, A. (2024). *Labubu Menjadi Tren Berkat Lisa Blackpink*. UMJ. https://umj.ac.id/just_info/labubu-menjadi-trend-berkat-lisa-blackpink/?utm_source=chatgpt.com
- Sheren. (2023). *Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @rensia_sanvira terhadap*

- Komunikasi Interpersonal antara Orang Tua dan Anak*. Telkom University.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sun, C., Sun, B., Lin, Y., & Zhou, H. (n.d.). *Problematic Mobile Phone Use Increases with the Fear of Missing Out Among College Students: The Effects of Self-Control, Perceived Social Support and Future Orientation*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.2147/PRBM.S345650>
- Susila, T. (2023). Komunikasi digital. In *Buku Dosen-2009* (Issue July).
http://repository.trisakti.ac.id/usaktiana/index.php/home/detail/detail_koleksi/0/BDS/judul/0000000000000000084311/
- Tim. (2023). *Sering Merasa Takut Tertinggal? Bisa Jadi Kamu Terkena FOMO*. FKG Unair.
<https://fkg.unair.ac.id/en/2023/09/25/sering-merasa-takut-tertinggal-bisa-jadi-kamu-terkena-fomo-syndrom/>
- Viral karena Lisa Blackpink, Boneka Labubu Jadi Rebutan Banyak Orang*. (2024).
<https://info.padiumkm.id/media/viral-karena-lisa-blackpink-boneka-labubu-jadi-rebutan-banyak-orang>
- Widiani, S. (2023). Generasi Z Dalam Memanfaatkan Media Sosial. *Kaisa: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.56633/kaisa.v2i1.497>
- Yustiawan, S. T., & Lestari, B. (2023). Pengaruh influencer media sosial terhadap minat beli konsumen piscocol di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(2), 160–168.