

ABSTRAK

Penggunaan media sosial membuat jangkauan berita dan informasi lebih luas dari berbagai kalangan. Pengguna media sosial yang sebagai influencer atau sebagai penggemar influencer mendorong munculnya tren yang cepat berubah. Para pengguna media sosial akan merasa cemas apabila tidak mengikuti perkembangan tren. Hal tersebutlah memicu rasa FOMO atau kepanjangan dari Fear of Missing Out yang berarti rasa takut tertinggal dari orang lain. FOMO dapat memunculkan perilaku konsumtif secara tiba-tiba atau impulsive buying. Impulsive buying sering kali terhasut dari tren populer yang dipromosikan para influencer. Seseorang yang mengalami FOMO rela melakukan apa saja seperti melakukan pembelian impulsif demi tidak ketinggalan tren. Tugas Akhir yang berjudul “Representasi Dampak Fear of Missing Out (FOMO) Pada Impulsive Buying dalam Karya Lukis Mix Media” ini bertujuan untuk memahami konsep representasi dampak FOMO pada impulsive buying dalam karya lukis mix media. Melalui karya ini masyarakat terutama pengguna media sosial dapat meningkatkan kesadaran akan dampak FOMO dan dapat mengendalikannya dengan self-control yang kuat.

Kata kunci: FOMO, *Impulsive Buying*, Seni Lukis