

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	1
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	2
KATA PENGANTAR	4
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR TABEL.....	11
DAFTAR GAMBAR.....	13
DAFTAR LAMPIRAN.....	14
BAB I PENDAHULUAN.....	15
1.1 Latar Belakang Masalah.....	15
1.2 Identifikasi Masalah	22
1.3 Tujuan Penelitian.....	22
1.4 Kegunaan Penelitian.....	22
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	23
1.6 Sistematika Penelitian	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	25
2.1 Rangkuman Teori.....	25
2.1.1 Komunikasi Massa	25
2.1.2 Komunikasi Digital.....	25
2.1.3 Teori Media Efek.....	26
2.1.4 Konten Influencer	27
2.1.5 Konsep Role Model.....	29
2.1.6 Konsep FOMO	29
2.1.7 Gen Z dan Media Sosial	30
2.1.8 Produk Boneka Labubu	31
2.1.9 Pengaruh Influencer terhadap FOMO	32
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.2.1 Literatur Nasional	32
2.2.2 Literatur Internasional	37
2.3 Kerangka Penelitian	41
2.4 Hipotesis Penelitian	42
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	43

3.1 Jenis Penelitian.....	43
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	43
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	43
3.3 Populasi dan Sampel	47
3.3.1 Populasi	47
3.3.2 Sampel	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data	48
3.4.1 Data Primer.....	48
3.4.2 Data Sekunder.....	49
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	49
3.5.1 Uji Validitas.....	49
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	51
3.6 Teknik Analisis Data.....	52
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	52
3.6.2 Uji Normalitas	53
3.6.3 Analisis Korelasi.....	54
3.6.4 Koefisien Determinasi	54
3.6.5 Analisis Regresi.....	54
3.6.6 Uji Hipotesis	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.2 Hasil Penelitian	58
4.2.1 Uji Reliabilitas.....	58
4.2.2 Analisis Deskriptif.....	59
4.2.3 Tabel Deskripsi Hasil Kuesioner Variabel Konten Influencer (X)	59
4.2.4 Tabel Deskripsi Hasil Kuesioner Variabel FOMO (Y)	69
4.3 Hasil Uji Prasyarat Analisis	74
4.3.1 Uji Normalitas	74
4.3.2 Hasil Uji Linearitas.....	76
4.3.3 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	77
4.3.4 Hasil Uji Multikolinearitas	78
4.4 Uji Hipotesis.....	79
4.4.1 Uji t (Parsial)	79
4.4.2 Uji F (Simultan).....	80
4.4.3 Koefisien Determinasi	80
4.4.4 Uji Korelasi Pearson Product Moment.....	81

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	83
4.5.1 Konten Influencer (X)	83
4.5.2 FOMO (Fear of Missing Out) (Y)	85
4.5.3 Pengaruh Konten <i>Influencer</i> Lisa Blackpink pada Produk Boneka Labubu terhadap FOMO di Kalangan Gen Z	87
4.5.4 Besaran Pengaruh Konten Influencer Lisa Blackpink pada Produk Boneka Labubu terhadap FOMO di kalangan Gen Z	92
BAB V PENUTUP	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	101