

# PERANCANGAN MOTION GRAPHIC “FOMO TIDAK 100% SALAH KALIAN” BAGI ANAK MUDA DI INDONESIA

Ferly Putri Lianto<sup>1</sup>, Adit Nirwana<sup>2</sup>, Sultan Arif Rahmadianto<sup>3</sup>

Universitas Ma Chung, Universitas Ma Chung, Universitas Ma Chung  
E-mail Korespondensi : 331810018@student.machung.ac.id, aditya.nirwana@machung.ac.id,  
sultan.arif@machung.ac.id

## Abstrak

Istilah *FoMO* (*Fear of Missing Out*) sempat marak pada tahun 2021 akhir di kalangan anak muda Indonesia. *FoMO* merupakan fenomena sosial berupa ketakutan akan ketinggalan terhadap momen yang terjadi disekitar individu tersebut. *FoMO* memiliki berbagai dampak negatif salah satunya kecanduan media sosial yang dapat menyebabkan gangguan tidur, ketidak stabilan emosi dan kesulitan fokus. Oleh karena itu penulis ingin mengedukasi anak muda mengenai *FoMO* agar dapat waspada dan terhindar dari *FoMO*. Penulis memilih *motion graphic* sebagai media karena dapat dibagikan di media sosial sehingga lebih mudah menjangkau anak muda. Perancangan ini menggunakan metode kualitatif dan pengumpulan data dilakukan dengan studi pustaka dan observasi. Kesimpulan dari perancangan ini adalah menghasilkan media edukasi berupa *motion graphic* mengenai *FoMO* yang menarik dan mudah dipahami bagi anak muda. Adapun luaran lain dari perancangan ini berupa video *teaser*, poster, *pamphlet*, stiker dan kaos. Saran untuk peneliti selanjutnya adalah untuk mengerjakan sesuai jadwal karena proses pembuatan aset dan animasi memakan waktu yang cukup banyak.

**Kata kunci:** *FoMO*, *Fear of Missing Out*, *Motion Graphic*, *Video Explainer*, *Media Sosial*

## Abstract

The term *FoMO* (*Fear of Missing Out*) was rife in late 2021 among young Indonesians. *FoMO* is a social phenomenon in the form of fear of being left behind by the moments that occur around the individual. *FoMO* has various negative impacts, one of which is social media addiction which can cause sleep disturbances, emotional instability and difficulty focusing. Therefore, the author wants to educate young people about *FoMO* so that they can be vigilant and avoid *FoMO*. The author chose *motion graphics* as a medium because it can be shared on social media so that it is easier to reach young people. This design uses qualitative methods and data collection is carried out with literature studies and observations. The conclusion of this design is to produce educational media in the form of *motion graphics* about *FoMO* that are interesting and easy to understand for young people. Other outputs of this design are *teaser videos*, *posters*, *pamphlets*, *stickers* and *T-shirts*. Suggestions for further researchers are to work on schedule because the process of making assets and animations takes quite a lot of time.

**Keywords:** *FoMO*, *Fear of Missing Out*, *Motion Graphic*, *Video Explainer*, *Social Media*

## PENDAHULUAN

Adanya pandemi COVID-19 menyebabkan banyak orang membatasi kegiatan di luar rumah dan lebih memilih untuk berkegiatan di dalam rumah dengan bermain *smartphone*. Databoks mencatat bahwa pengguna *smartphone* di Indonesia mencapai 170,4 juta atau sekitar 61,7% dari total penduduk Indonesia pada tahun 2020. Hal itu menjadikan Indonesia menempati peringkat ke empat di dunia sebagai negara dengan pengguna *smartphone* terbanyak setelah Tiongkok, India dan Amerika Serikat (*Wearesocial.com*, 2020).

Tingginya pengguna *smartphone* ini bisa jadi dikarenakan banyak hal yang dapat dilakukan ataupun diakses dalam sebuah *smartphone*. Pengguna tidak hanya dapat mengakses aplikasi untuk keperluan sehari-hari seperti *meeting* dan *berbelanja* tetapi juga untuk hiburan dan *bersosialisasi*. Hiburan atau *entertainment* yang dapat diakses melalui *smartphone* antara lain: mendengarkan musik, menonton film, bermain *games* atau hanya sekedar bermain media sosial. Menurut Chris Brogan (2010) media sosial adalah suatu perangkat komunikasi yang didalamnya memungkinkan terjadinya interaksi baru. Namun kini media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi tetapi juga sebagai tempat *berbisnis* dan mencari hiburan.

Hingga saat ini ada berbagai jenis media sosial yang tersedia dan dapat diakses. *We Are Social* mengungkapkan bahwa ada lima aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia pada Januari 2021 yaitu *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram*, *Tiktok* dan *Twitter*. Pada Januari 2022, *We Are Social* memaparkan data mengenai berapa lama orang menghabiskan waktunya di media sosial yang menunjukkan bahwa rata-rata orang akan menggunakan media sosial selama 60-180 menit dalam sehari. Selain itu *We Are Social* juga melakukan riset terhadap pengguna aktif media sosial di Indonesia pada Januari 2022 dan hasilnya ada mencapai 191 juta orang. Jika dibandingkan tahun sebelumnya (2021) ada peningkatan sebesar 12,35% (*Wearesocial.com*, 2022).

Peningkatan pengguna media sosial ini dapat disebabkan karena adanya pandemi COVID-19 dimana sebagian besar kegiatan dilakukan secara daring. Serta adanya pembatasan aktivitas di luar rumah mengakibatkan banyak orang beralih ke media sosial untuk *bersosialisasi* dan mencari hiburan. Pada Januari 2021 *We Are Social* kembali merilis survei berjudul “Ragam Alasan Orang Menggunakan Media Sosial”, hasilnya pada peringkat pertama alasan orang menggunakan media sosial adalah karena ingin tetap *up-to-date* terhadap berita terkini maupun tren yang sedang berjalan. Keinginan untuk mengetahui berita dan tren terkini dapat menjadi hal yang positif bagi masyarakat saat ini dimana segala sesuatu berkembang dengan cepat sehingga masyarakat dituntut untuk bisa mengikuti perubahan yang ada agar tidak tertinggal dan menghambat pekerjaan/keseharian. Namun bila keinginan tersebut menimbulkan ketakutan yang berlebihan akan ketinggalan berita atau hal yang sedang tren, maka keinginan untuk tetap *up-to-date* tidak lagi menjadi hal yang positif melainkan hal yang negatif

khususnya bagi diri sendiri.

Ketakutan yang berlebihan akan ketinggalan berita dan tren terkini disebut *FoMO* yang merupakan singkatan dari *Fear of Missing Out*. Istilah *FoMO* ini sempat marak pada tahun 2021 lalu dikalangan anak muda Indonesia (*googletrends.com*). Menurut Alt (2015) *FoMO* adalah fenomena ketika individu merasa ketakutan orang lain mendapatkan pengalaman yang menyenangkan namun tidak terlibat secara langsung sehingga menyebabkan individu berusaha untuk tetap terhubung dengan apa yang orang lain lakukan melalui media dan internet. Berdasarkan pengertian tersebut orang yang mengalami *FoMO* memiliki kecenderungan untuk kecanduan terhadap sosial media agar tetap dapat terhubung dengan orang lain dan tidak merasa tertinggal.

Menurut Przybylsky et al (2013) *FoMO* dapat terjadi akibat tidak terpenuhinya kebutuhan dasar psikologi yang terdiri dari: *relatedness*, *competence* dan *autonomy*. Untuk memenuhinya individu tersebut akan menyalurkannya di media sosial. *FoMO* tidak hanya selalu berkaitan dengan media sosial. Ketika seseorang membeli barang yang sedang tren padahal harganya tidak sesuai dengan budget yang dimiliki atau ketika seseorang mengabaikan tanggung jawabnya demi mengikuti kegiatan atau pesta, perilaku ini dapat dipicu karena orang tersebut mengalami *FoMO*. Selain itu masih banyak anak muda yang tidak menyadari bahwa dirinya perlahan telah terkena *FoMO*, padahal dampaknya berbahaya bagi kesehatan mental seseorang karena dapat menyebabkan rasa cemas berlebihan, kesepian dan dapat berujung pada depresi. Oleh karena itu topik *FoMO* dipilih sebagai topik perancangan karena relevan dengan fenomena sosial yang terjadi di kalangan anak muda Indonesia saat ini.

Melalui pembuatan motion graphic "*FoMO* tidak 100% Salah Kalian" diharapkan dapat membuka pandangan anak muda mengenai apa itu *FoMO*, contoh, penyebab, dampak serta cara penanggulangannya secara sederhana agar lebih mudah dimengerti dengan berdasarkan pada sumber yang akurat. *Motion graphic* dipilih sebagai media penyampaian pesan karena didalamnya terdapat gambar, tulisan dan audio sehingga informasi dapat disampaikan secara lengkap namun tidak membosankan. Informasi yang disampaikan melalui motion graphic sangat sesuai dengan era digital dimana semua (Budi, 2006). Selain itu Jahanlou A. et al (2021) mengatakan dalam artikel yang berjudul *Challenges in Getting Started in Motion Graphic Design: Perspectives from Casual and Professional Motion Designers* bahwa *motion graphic* efektif digunakan sebagai sarana edukasi karena mudah dipahami, meningkatkan fokus dan mudah diingat. Selain itu dalam motion graphic juga dapat menyederhanakan topik yang rumit menjadi mudah dipahami dengan penjelasan yang runtut.

### Tujuan dan Target Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah mengedukasi anak muda usia 16-24 tahun mengenai *FoMO* yang disampaikan dalam bentuk *motion graphic*. Target perancangan ini akan menghasilkan media utama berupa *motion graphic* mengenai *FoMO* dengan durasi 4-5 menit serta media pendukung berupa: video *teaser* berdurasi 15-30 detik, poster, *pamphlet*, sticker dan kaos.

### Pengertian Motion Graphic

Menurut Betancourt (2012) motion graphic adalah grafik yang menggunakan footage dari video atau teknologi animasi untuk menciptakan ilusi dari motion atau gerakan dan biasanya dikombinasikan dengan audio yang digunakan dalam proyek multimedia. Sedangkan menurut Dickinson (2010) motion graphic adalah kepuasan dalam mengeksekusi ide dengan campuran yang tepat antara gambar dan suara yang menyentuk emosi dan menyentuh seseorang.

Kemudian menurut Gallagher dan Padly (2007) motion graphic adalah kedinamisan dari nama yang diberikan. Memberikan

kehidupan kepada gambar dan tulisan dan merekam mereka menjadi sebuah pesan yang ingin disampaikan kepada penontonnya. Motion graphic adalah teks, gambar atau kombinasi dari keduanya yang bergerak dalam ruang dan waktu, menggunakan pergerakan dan ritme untuk mengomunikasikannya.

### Jenis Motion Graphic

Dikutip dari bungkul.com ada 10 jenis motion graphic, yaitu:

- a) Animasi Tipografi
- b) Animasi Judul Video
- c) Animasi Loop
- d) *Video Explainer*
- e) Animasi Produk
- f) *User Interface (UI) Animation*
- g) Animasi Infografis
- h) *Motion Graphic Broadcast*

### *FoMO (Fear of Missing Out)*

*FoMO* merupakan singkatan dari Fear of Missing Out sebuah istilah bagi orang-orang yang selalu ingin terhubung dengan orang lain. Menurut Przybylsky et al (2013) mendefinisikan *FoMO* sebagai ketakutan yang berlebihan terhadap kemungkinan bahwa orang lain memiliki pengalaman menarik dimana dirinya tidak terlibat didalamnya. Przybylsky et al (2013) juga menyebutkan bahwa kondisi *FoMO* merupakan kondisi situasional saat tidak terpenuhinya kebutuhan dasar psikologis seseorang yaitu *autonomy*, *competence* dan *relatedness*.

Istilah *FoMO* sempat populer di kalangan anak muda Indonesia pada tahun 2020-2021 (*googletrends.com*). Namun ternyata istilah *FoMO* sudah ada sejak 2004 yang digunakan untuk mendeskripsikan fenomena sosial di situs internet dimana orang memiliki kecenderungan untuk mempertahankan koneksi/hubungan dengan orang lain agar tidak merasa tertinggal (Gupta M. & Sharma A., 2021). Seiring berkembangnya teknologi istilah *FoMO* makin banyak digunakan karena erat kaitannya dengan penggunaan media sosial. Apalagi disaat-saat sekarang dimana media sosial menjadi media komunikasi utama dan tiap orang dapat dengan mudah mengetahui apa yang dialami orang lain secara real time. Semakin banyak waktu yang dihabiskan untuk mengecek media sosial, semakin tinggi kecenderungan orang untuk membandingkan diri sendiri dengan orang lain yang dapat menimbulkan perasaan iri, takut/cemas, hilangnya kepercayaan diri, kesepian dan stress (Weinstein A. et al, 2015).

### Metode Perancangan

Metode perancangan yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2011). Penelitian kualitatif tidak menggunakan statistik tetapi melalui pengumpulan data analisis kemudian diinterpretasikan (Anggito A. dan Setiawan J., 2018). Strategi pendekatan yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah pendekatan studi kasus.

### Metode Pengumpulan Data

Metode yang tepat untuk memperoleh data-data kualitatif pada perancangan motion graphic tentang fenomena sindrom *FoMO* ini adalah observasi dan studi pustaka.

#### 1. Observasi

Menurut Margono (2007) observasi merupakan teknik melihat dan mengamati perubahan dari fenomena sosial yang tengah berkembang tumbuh. Peneliti akan melakukan observasi/pengamatan terhadap partisipan dengan rentang usia



16-24 tahun mengenai preferensi style desain, media dan konten. Observasi dilakukan agar memudahkan penulis dalam pembuatan motion graphic. Observasi dilakukan dengan mengamati views dan like pada video yang disukai oleh usia 16-24 tahun.

2. Studi Pustaka

Menurut Sugiyono (2012) studi kepustakaan merupakan kajian teoritis, referensi serta literatur ilmiah yang berkaitan dengan budaya, nilai dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Peneliti akan melakukan studi Pustaka terhadap artikel, jurnal, buku dan berita terkait dengan fenomena *FoMO* (*Fear of Missing Out*).

**Metode Analisis Data**

Berdasarkan metode pengumpulan data yang telah dipaparkan, maka metode analisis data yang sesuai untuk digunakan adalah 5W+1H. Metode ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan mengenai fenomena *FoMO* dikalangan anak muda Indonesia. Analisis *what* (apa) membahas mengenai apa itu *FoMO* beserta contohnya dan dampak apa saja yang diberikan jika seseorang mengalami *FoMO* berkepanjangan. Pertanyaan *when* (kapan) membahas mengenai kapan seseorang dikatakan terkena sindrom *FoMO*. Pertanyaan *where* (dimana) membahas mengenai dimana *motion graphic* diletakan agar target audiens dapat terjangkau. Pertanyaan *who* (siapa) membahas mengenai siapa saja yang dapat terkena fenomena *FoMO*. Pertanyaan *why* (mengapa) membahas mengenai mengapa seseorang dapat terkena sindrom *FoMO*. Pertanyaan *how* (bagaimana) membahas mengenai bagaimana seseorang dapat terkena sindrom *FoMO*. Dari uraian analisis tersebut diperoleh sintesis konsep sebagai panduan dalam “Perancangan *Motion Graphic* “*FoMO* Tidak 100% Salah Kalian” bagi Anak Muda di Indonesia”.

**Konsep Perancangan**

Media yang digunakan untuk penyampaian pesan adalah video motion graphic berdurasi 4-5 menit yang berbasis vektor. Video motion graphic tersebut akan di unggah pada sosial media Instagram dengan memanfaatkan fitur IG TV yang dapat mengunggah video berdurasi lebih dari 1 menit. Sedangkan target audiens dari perancangan ini adalah anak muda usia 16-24 tahun. Untuk dapat menghasilkan perancangan konten visual yang menjadi solusi bagi permasalahan yang telah dirumuskan, maka perlu adanya strategi dan konsep perancangan yang dapat memenuhi seluruh aspek kebutuhan serta dapat bermanfaat bagi target audiens.

Konsep perancangan merupakan tahapan yang penting karena hasil akhir perancangan ditentukan dari konsepnya. Konsep perancangan terdiri dari konsep pesan dan konsep visual.

1. Konsep Pesan

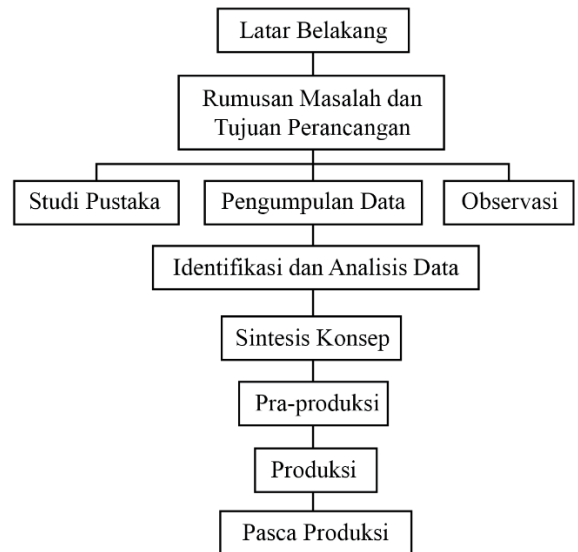
Seperti yang telah dijelaskan pada sintesis konsep, konsep pesan merupakan isi pesan yang ingin disampaikan pada target audiens. Konsep pesan dalam perancangan motion graphic tentang Fenomena *FoMO* ini adalah bagaimana video *motion graphic* dapat menjadi media edukasi yang menarik bagi target audiens mengenai fenomena sosial yang sedang terjadi.

2. Konsep Visual

Konsep visual perancangan *motion graphic* tentang Fenomena *FoMO* ini berupa animasi vektor yang dikerjakan pada *software After Effects*. Teknik animasi yang digunakan adalah dengan memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan dari *software After Effect* seperti *keyframe, masking, expression* dan *puppet tool*. Hasil akhir berupa video *motion graphic* dengan ukuran frame 1920 x 1080 pixel.

**Bagan Alir Perancangan**

Berikut merupakan bagan alir “Perancangan Motion Graphic “*FoMO* Tidak 100% Salah Kalian” bagi Anak Muda di Indonesia”.



**Gambar 1. Bagan Alir Perancangan (Sumber: Data Penulis)**

**Strategi Perancangan**

Dalam pembuatan perancangan motion graphic tentang fenomena *FoMO* bagi usia 16-24 tahun di Indonesia ini akan dibagi menjadi tiga tahapan utama yaitu pra-produksi, produksi dan pasca produksi.

1. Pra-Produksi

Pada tahap pra-produksi yang dilakukan antara lain: penentuan konsep *motion graphic*, penyusunan *script*, pembuatan *storyboard*. Penentuan konsep meliputi penentuan *style* desain, pemilihan warna dan alur *motion graphic*. Penyusunan *script* adalah penyusunan narasi yang nantinya akan direkam untuk penjelasan video dari segi audio. Pembuatan *storyboard* adalah pembuatan *rough sketch* pada tiap *scene* dalam *motion graphic* yang disesuaikan dengan narasi sebagai penjelasan dari segi visual.

2. Produksi

Pada tahap produksi yang dilakukan antara lain: pembuatan aset, rekaman narasi, proses animasi, proses penggabungan *scene*, penambahan *sound effects* dan *background music* serta *rendering*. Pembuatan aset adalah pembuatan objek dan background dalam bentuk vektor. Rekaman narasi dilakukan berdasarkan *script* yang telah dibuat. Selanjutnya proses animasi adalah pergerakan animasi yang telah dibuat sesuai dengan *storyboard* yang sudah ada. Penggabungan *scene* dilakukan apabila ada beberapa *scene* yang dikerjakan secara terpisah. Kemudian ditambahkan *background music* untuk menambah daya tarik dari segi audio pada *motion graphic* serta penambahan *sound effect* dilakukan untuk menambahkan penekanan pada *scene* tertentu. Kemudian pada tahap terakhir yaitu *rendering* adalah penggabungan dari semua elemen yang menghasilkan produk akhir berupa *video motion graphic*.

3. Pasca-produksi

Pada tahap pasca produksi yang dilakukan adalah publikasi hasil akhir. Nantinya *motion graphic* yang sudah jadi akan diunggah pada Instagram dengan nama akun @everly.thing.

**Target Perancangan**

Target dari perancangan video motion graphic tentang fenomena *FoMO* ini diklasifikasikan berdasarkan aspek demografis:

1. Jenis Kelamin : laki-laki dan perempuan



2. Usia : 16 -24 tahun
3. Pendidikan : Sekolah Menengah Atas (SMA)/Diploma/Sarjana

## Pengumpulan Data

### 1. FoMO

#### a. Pengertian FoMO

Pengertian dari FoMO sebenarnya sesuai dengan namanya yaitu takut tertinggal. Przybylski et al (2013) mendefinisikan FoMO sebagai ketakutan yang berlebihan akan kemungkinan orang lain yang memiliki pengalaman berharga dan individu tersebut tidak dapat ikut serta di dalamnya. Istilah FoMO pertama kali diperkenalkan pada tahun 2004 dan baru banyak digunakan pada tahun 2010 ketika internet dan media sosial sudah mulai banyak digunakan, kemudian pada tahun 2013 diresmikan dalam kamus *Oxford* (Gupta dan Sharma, 2021).

#### b. Gejala FoMO

Menurut Przybylski et al (2013) FoMO ditandai dengan keinginan untuk terus terhubung dan selalu ingin tahu apa yang sedang dilakukan oleh orang-orang sekitarnya. FoMO dapat muncul secara tiba-tiba ditengah perbincangan dengan orang lain atau sekedar terlintas dalam pikiran yang dapat menyebabkan seseorang merasa tidak percaya diri, sendirian dan emosi yang tidak stabil (Gupta dan Sharma, 2021). Orang yang mengalami FoMO biasanya juga mengalami kecanduan media sosial sehingga memiliki kualitas hidup yang buruk karena tidak memiliki waktu tidur yang cukup dan emosi yang tidak stabil/kurangnya kontrol emosional (Altuwairiqi et al, 2019).

#### c. Ciri-ciri Orang terkena FoMO

Orang yang terkena FoMO akan melakukan segala cara agar tetap dapat merasa terhubung dengan orang disekitarnya untuk melawan ketakutan akan ketertinggalan yang dirasakannya. Bermain media sosial merupakan salah satu cara yang digunakan agar tetap merasa terhubung dengan orang lain. Meski FoMO erat kaitannya dengan penggunaan media sosial yang intens, FoMO juga dapat menyerang orang yang jarang menggunakan media sosial maupun yang sama sekali tidak menggunakan sosial media. Patrick J. McGinnis, pencetus istilah FoMO, merupakan bukti bahwa FoMO juga dapat menyerang orang yang tidak bermain media sosial. Dalam bukunya yang berjudul “*Fear of Missing Out* Tepat Mengambil Keputusan di Dunia yang Menyajikan Terlalu Banyak Pilihan” (2020), beliau menceritakan bahwa dirinya berusaha untuk mengikuti setiap kegiatan di kampusnya karena takut kehilangan kesempatan untuk menjalin relasi dengan orang-orang yang berpotensi menjadi rekan kerjanya dimasa depan. Selama masa kuliahnya Patrick bahkan merelakan jam tidurnya untuk dapat berpartisipasi di setiap kegiatan kampusnya, namun dampak yang dirasakannya adalah justru dirinya tidak dapat fokus terhadap prioritasnya karena ketakutannya akan kehilangan kesempatan yang ada (McGinnis, 2020).

Jika dibandingkan dengan saat ini dimana media sosial sudah ada, dampak yang dirasakan Patrick pada saat itu juga dirasakan oleh orang yang terkena FoMO di masa kini. Orang yang terkena FoMO sekaligus kecanduan media sosial akan mudah terpecah fokusnya saat melakukan suatu hal karena ketika ada notifikasi yang masuk, ia akan langsung mengeceknya lalu kembali mengerjakan kegiatan utamanya dan begitu seterusnya (Gupta dan Sharma, 2020). Ophir et al (2009) mengatakan dalam jurnalnya yang berjudul “*Cognitive Control in Media Multitasker*” bahwa pergantian kegiatan secara terus menerus dapat menyebabkan penurunan kualitas belajar karena tidak produktif. Selain membuat orang tidak dapat fokus pada prioritas, FoMO juga dapat menimbulkan perasaan dikucilkan dari lingkungan sekitar sehingga munculah perasaan sendiri,

kesepian dan cemas (Gupta dan Sharma, 2020). Jika dibiarkan menumpuk perasaan-perasaan tersebut dapat berujung pada perasaan depresi/kesedihan yang mendalam (Wortham, 2011).

#### d. Bagaimana orang dapat terkena FoMO

Dalam Jurnalnya yang berjudul “*Fear of Missing Out: A Brief Overview of Origin, Theoretical Underpinnings and Relationship with Mental Health*”, Gupta dan Sharma (2021) mengatakan proses terjadinya FoMO terbagi menjadi dua fase, fase pertama adalah ketika orang tersebut merasa tertinggal dan fase kedua adalah ketika orang tersebut melakukan berbagai cara agar tetap merasa terhubung dengan orang disekitarnya. Dalam kasus yang dialami oleh Patrick J. McGinnis fase pertama yaitu perasaan takut tertinggal, beliau rasakan ketika melihat lingkungan sekitarnya yang selalu berusaha untuk ikut serta dalam segala kegiatan karena takut tertinggal (McGinnis, 2020). Kemudian fase kedua adalah ketika beliau berusaha mengikuti segala kegiatan kampusnya bahkan mengorbankan waktu tidur agar tidak merasa tertinggal dan menjadi bagian dari lingkungannya (McGinnis, 2020).

Dimasa kini media sosial sudah menjadi bagian dari keseharian sehingga FoMO lebih mudah masuk ke dalam kehidupan seseorang (McGinnis, 2020). Ketika melihat posting-an orang lain di media sosial, orang tersebut mulai membandingkannya dengan diri sendiri kemudian timbul berbagai perasaan negatif seperti rasa iri, tidak percaya diri atau merasa rendah diri sehingga menyebabkan mood menjadi buruk dan ada rasa tidak puas terhadap hidup yang dimilikinya (Gupta dan Sharma, 2020). Kemudian barulah orang tersebut masuk ke fase kedua yaitu melakukan segala cara agar tidak merasa tertinggal salah satunya adalah penggunaan media sosial secara intens (Przybylski et al, 2013). Selain untuk mengetahui kegiatan yang orang lain lakukan melalui media sosial, orang yang terkena FoMO menggunakan media sosial untuk membagikan momennya sendiri agar dapat merasa tergabung dengan lingkungannya di dalam media sosial.

#### e. Mengapa Orang dapat terkena FoMO

Baumeister dan Leary (1995) menyatakan bahwa pembentukan dan pemeliharaan ikatan sosial sangat penting bagi kesejahteraan manusia dan dalam hal bertahan hidup. Berdasarkan teori *Social Monitoring* yang diperkenalkan oleh Leary et al (1995) menyatakan bahwa tiap individu mampu mendeteksi ancaman sosial dan memantau kemungkinan dirinya dikucilkan/ditolak oleh lingkungan sekitarnya. Bakers et al (2016) mengatakan FoMO bisa jadi pemicu aktifnya *social monitoring* dalam diri seseorang. Rasa sakit hati akibat penolakan direspon oleh tubuh sama dengan ketika menerima sakit fisik (Kross, 2011). Oleh karena itu manusia cenderung menghindari hal yang menyakitkan sebagai salah satu bentuk pertahanan diri untuk bertahan hidup. Jadi melalui paparan sebelumnya bisa dikatakan bahwa FoMO merupakan reaksi alamiah seseorang untuk bertahan hidup di lingkungannya.

Przybylski et al (2013) mengaitkan FoMO dengan *Self-Determination Theory* yang diperkenalkan oleh Decy dan Ryan (1985) yang menyatakan bahwa kesehatan mental seseorang didasarkan pada terpenuhi atau tidaknya tiga kebutuhan dasar psikologi yang meliputi: *competence* yaitu keyakinan untuk mengerjakan sesuatu secara efisien dan efektif, *autonomy* yaitu kebutuhan akan kebebasan dalam menentukan dan memilih tanpa campur tangan orang lain dan *relatedness* yaitu kebutuhan akan kedekatan dan hubungan dengan orang lain. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Przybylski et al (2013) menyatakan bahwa semakin rendah tingkat pemenuhan kebutuhan dasar psikologi seseorang semakin tinggi FoMO yang dirasakan oleh individu. Individu yang mengalami FoMO akibat kurangnya pemenuhan kebutuhan dasar psikologis melihat dan menganggap media sosial sebagai solusi





(Przybylski et al, 2013), namun Bakers et al (2016) dikutip dari Walter (2011) mengatakan bahwa penggunaan media sosial merupakan penyebab sekaligus akibat dari *FoMO*. Hal ini dikarenakan media sosial dapat meningkatkan kepercayaan diri, integritas dan harga diri seseorang namun disisi lain juga dapat menimbulkan rasa tidak percaya diri, iri dan emosi negatif lainnya (Bakers et al, 2016). Media sosial menyuguhkan begitu banyak informasi secara terus menerus yang mengubah cara seseorang menerima informasi serta memicu naluri untuk *FoMO* (McGinnis, 2020). McGinnis (2020) juga menyebutkan bahwa kemudahan dalam berbagi dan menerima informasi melalui media sosial juga meningkatkan keinginan untuk membandingkannya dengan diri sendiri.

f. Penanggulangan *FoMO*

Cara menanggulangi *FoMO* yang paling banyak ditawarkan adalah dengan mengurangi atau membatasi penggunaan media sosial. Hal ini dikarenakan kecanduan media sosial berdampak buruk bagi kesehatan fisik dan mental seseorang (Gupta dan Sharma, 2020). Selain itu media sosial juga merupakan penyebab munculnya *FoMO* dalam diri seseorang (Bakers et al, 2016) sehingga membatasi penggunaan media sosial bisa dijadikan cara untuk menanggulangi *FoMO*. Karena bagaimanapun juga saat ini manusia diharuskan hidup berdampingan dengan teknologi (termasuk media sosial) sehingga tidak mungkin seseorang dapat memutus kontak dengan media sosial. Oleh karena itu selain mengurangi penggunaan media sosial, perlu di mengerti bahwa momen yang dibagikan di media sosial hanya sebagian kecil dari kehidupan seseorang. Dalam bukunya McGinnis (2020) mengatakan bahwa seseorang dapat menjadi tokoh utama dalam akun media sosial pribadinya. Hal ini menjadikan tiap orang mendapat perhatian penuh dari pengikut media sosialnya. Konten yang mereka bagikanpun kebanyakan berupa informasi/momen menyenangkan yang terjadi di kehidupan mereka, karena orang lebih suka melihat hal yang menyenangkan daripada hal yang buruk/menyedihkan (McGinnis, 2020). Dengan demikian mereka lebih mudah mendapatkan likes dan komentar positif melalui posting-annya kemudian menganggapnya sebagai validasi akan dirinya sendiri dari orang-orang sekitarnya.

*JoMO* atau *Joy of Missing Out* merupakan istilah yang berlawanan dengan *FoMO* dan dianggap dapat mengatasi *FoMO*. Kristen Fuller (2018) mengatakan bahwa *JoMO* adalah mengenai menjadi puas atau bersyukur kehidupan saat ini dengan menjalani hidup dalam ritme yang lebih pelan, mempunyai ruang sendiri dan tidak menjadi ketergantungan terhadap teknologi. Sedangkan Crook (2019) mengatakan bahwa *JoMO* adalah usaha untuk mengambil keputusan sendiri tanpa pengaruh dari internet serta menjalani kehidupan di dunia nyata. Kiding dan Matulesy (2019) dalam penelitiannya tentang mengatasi *FoMO* dengan menumbuhkan resiliensi terhadap ketergantungan dunia digital menyatakan bahwa *JoMO* dapat menekan gejala dari *FoMO* dengan menimbulkan resiliensi. Resiliensi adalah proses adaptasi yang bersifat positif selama ataupun sesudah individu mengalami suatu kesulitan (Utami dan Alvin, 2017) dalam hal ini kesulitannya adalah dampak negatif dari *FoMO*. Selain itu Kiding dan Matulesy (2019) juga menyimpulkan bahwa dengan melakukan *JoMO* dan timbulnya resiliensi, individu tersebut akan memiliki pengalaman solitude dan mampu memutuskan koneksi dengan media sosial saat bersama teman atau keluarga. Solitude adalah suatu tindakan untuk menyendiri yang dilakukan secara sadar tanpa adanya rasa kesepian. Dalam penelitiannya Galanaki (2004) menyatakan bahwa anak yang mampu mengalami solitude menggunakan keadaan tersebut untuk menumbuhkan rasa damai, tenang serta berpengaruh positif yang membantu untuk melihat segala sesuatu dengan lebih jelas.

2. *FoMO* terhadap Anak Muda

Baik penelitian yang dilakukan oleh Przybylski et al (2013) dan Bakers et al (2016) menyatakan bahwa *FoMO* pada anak muda menyebabkan mereka terus menerus mengecek media sosial dan menjadi kecanduan media sosial. Kecanduan media sosial karena *FoMO* dapat menyebabkan seseorang menjadi tidak fokus, memiliki emosi yang tidak stabil, hingga mengalami gejala depresi (Bakers et al ,2016; Gupta dan Sharma, 2021). Dalam pengamatan yang dilakukan terhadap subjek berusia 22 tahun yang ada di lingkungan sekitar penulis, didapati bahwa *FoMO* timbul setelah melihat posting-an di media sosial dengan konten berupa kegiatan menyenangkan seperti: memberi kejutan kepada teman, pergi ke café yang sedang tren dan pergi staycation yaitu kegiatan bermalam bersama teman di sebuah hotel atau villa untuk sekedar menghabiskan waktu bersama. Setelah melihatnya subjek mengajak teman-temannya untuk melakukan kegiatan menyenangkan yang dilihatnya di media sosial dan membagikan momen tersebut di akun media sosialnya. Pengamatan lainnya juga dilakukan terhadap subjek berusia 21 tahun di lingkungan penulis yang melihat iklan tentang suatu produk yang sedang tren di kalangan anak muda dan langsung membelinya atau ketika melihat teman-teman disekitarnya melakukan investasi maka dirinya ikut menginvestasikan uangnya tanpa tahu cara kerja dan risikonya. Jika diamati lebih dalam perilaku subjek didasari oleh *FoMO*. Sejauh ini dampak yang dirasakan oleh kedua subjek akibat perilakunya yang didasari oleh *FoMO* adalah timbulnya perasaan tidak percaya diri dan cemas. Beberapa subjek dengan rentang usia 20-22 tahun di sekitar penulis juga mengaku pernah melakukan *detox* media sosial yaitu dengan tidak menggunakan media sosial khususnya *Instagram* dan *tiktok* untuk menenangkan pikiran agar tidak mudah merasa insecure atau tidak percaya diri serta mengurangi munculnya perasaan dan emosi negatif.

3. Target Audiens

Target audiens dari perancangan *motion graphic* ini adalah anak muda dengan rentang usia 18-24 tahun yaitu usia anak SMA dan kuliah. Penulis memilih anak muda sebagai target audiens karena *FoMO* sering terjadi dikalangan anak muda. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Przybylski et al (2013) dan Bakers et al (2016) dimana keduanya menggunakan anak muda sebagai sample penelitiannya. Hasil dari penelitian Przybylski et al (2013) dan Bakers et al (2016) juga menyatakan bahwa *FoMO* yang terjadi pada anak muda salah satunya dipengaruhi oleh penggunaan media sosial. Selain itu berdasarkan survei yang dilakukan oleh *We are Social* menunjukkan pengguna aktif media sosial di Indonesia pada Januari 2022 mencapai 191 juta orang. Jika dibandingkan tahun sebelumnya (2021) ada peningkatan sebesar 12,35% (*Wearesocial.com*, 2022). Oleh karena itu penulis memilih anak muda sebagai target audiens karena topik *FoMO* merupakan fenomena sosial yang sedang dihadapi oleh anak muda pada masa kini.

Untuk itu penulis melakukan observasi terhadap beberapa *channel youtube* yang disukai oleh target audiens perancangan. *Channel youtube* yang pertama adalah *Kurzgesagt* yang menyajikan video edukasi dalam bentuk *motion graphic* menggunakan bahasa inggris. *Channel Kurzgesagt* sudah ada sejak 2013 dan sudah mengunggah lebih dari 100 video hingga tahun 2022 ini. Video berjudul "*The Corona Virus Explained & What You Should Do*" merupakan video yang paling banyak ditonton dengan jumlah 89 juta *views*. Durasi video *Kurzgesagt* berkisar antara 5-12 menit yang berisi animasi *motion graphic* dan narasi. Penyampaian pesan lebih diutamakan melalui narasi



sedangkan animasi *motion graphic* bertujuan untuk memberi gambaran kepada audiens mengenai informasi yang disampaikan. Meskipun topik yang disampaikan relatif berat namun Kurzgesagt mampu menyampaikannya dengan baik sehingga mudah dipahami. Warna dan ilustrasi vektor yang menarik serta animasi yang tidak kaku dan perpindahan antar scene yang mulus membuat video Kurzgesagt diminati banyak orang. 3 dari 5 subjek di sekitar lingkungan penulis dengan rentang usia 16-22 tahun mengaku senang melihat video-video dari Kurzgesagt karena informatif dan visualnya yang menarik. Selanjutnya adalah *Channel Neuron* yang menyajikan video edukasi yang berfokus pada manusia dan membahas kesehatan fisik maupun mental dalam bahasa Indonesia. *Channel Neuron* mengunggah video pertamanya di youtube pada tahun 2018. Meski jika dibandingkan Kurzgesagt channel Neuron masih tergolong baru, jumlah *subscribers* Neuron hingga April 2022 ini mencapai 664 ribu dengan views terbanyak mencapai 3 juta. Hal ini membuktikan bahwa konten dari Neuron diminati oleh masyarakat Indonesia. Meski secara visual dan animasi masih kurang dibanding Kurzgesagt, cara penyampaian dan narasinya mudah dipahami dan komunikatif sehingga audiens seperti diajak berpikir sekaligus mendengarkan cerita. Berdasarkan pengamatan penulis, audiens dari channel Neuron memiliki rentang usia yang bervariasi namun jika dilihat dari bahasa yang digunakan dalam kolom komentar kebanyakan adalah anak muda. Sebagai pembanding penulis melampirkan gaya penulisan beberapa penonton Neuron.

**Analisis Data**

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan menggunakan metode studi pustaka dan observasi, dapat disimpulkan beberapa hal mengenai *FoMO*. *FoMO* merupakan ketakutan akan ketinggalan akan berita yang ada disekitar maupun tidak terlibat kedalam hal yang sedang terjadi disekitarnya. *FoMO* ditandai dengan keinginan untuk selalu tahu dan terus terhubung dengan orang lain (Przybylski et al, 2013). Proses terjadinya *FoMO* dibagi menjadi dua fase, fase pertama adalah ketika individu merasa tertinggal dan fase yang kedua adalah ketika individu tersebut melakukan segala cara agar tidak tertinggal (Gupta dan Sharma, 2021). *FoMO* erat kaitannya dengan penggunaan media sosial, dalam beberapa penelitian disebutkan bahwa orang yang terkena *FoMO* juga memiliki ketergantungan terhadap media sosial. Ketergantungan media sosial akibat *FoMO* menyebabkan seseorang terus mengecek sosial mediana sehingga menurunkan fokus, produktivitas dan motivasi terhadap pekerjaannya. Selain itu media sosial juga menyebabkan orang sangat mudah untuk membandingkan dengan dirinya sendiri yang dapat menimbulkan rasa iri, tidak percaya diri/*insecure* dan merasa tidak puas dengan apa yang dimiliki. Alasan orang dapat terkena *FoMO* antara lain adalah tidak terpenuhinya kebutuhan dasar psikologi seseorang, reaksi alami untuk menghindari sakit hati akibat penolakan dan adanya media sosial. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk menanggulangi *FoMO* antara lain: mengurangi/membatasi penggunaan media sosial, memahami bahwa apa yang ada disosial media hanyalah sebagian cerita dari seseorang dan menerapkan gaya hidup *JoMO*.

*FoMO* merupakan fenomena sosial yang sering terjadi dikalangan anak muda. Hal ini juga disebabkan karena anak muda merupakan kalangan yang sering menggunakan media sosial. Oleh karena itu anak muda dipilih sebagai target audiens dari perancangan ini karena topiknya yang sesuai. Penulis juga melakukan observasi terhadap beberapa *motion graphic* berupa *video explainer* dan melihat bahwa anak muda memiliki ketertarikan terhadap *video explainer* terutama yang membahas fenomena sosial ataupun topik yang berhubungan dengan apa yang mereka alami. Penyampaian dan penggunaan kata yang mudah dipahami merupakan faktor utama yang menyebabkan anak muda menyukai *video explainer*

tersebut. Visual dan animasi juga menjadi hal yang menentukan ketertarikan anak muda terhadap *video explainer*. Semakin jelas visual dalam mengilustrasikan narasi dan semakin halus animasi serta transisi antar scene maka semakin besar ketertarikan anak muda terhadap *video explainer*.

**Narasi**

**Tabel 1. Tabel Narasi Perancangan *Motion Graphic* "*FoMO* Tidak 100% Salah Kalian bagi Anak Muda di Indonesia (Sumber: Data Penulis)**

<p><b>INTRO:</b> Kalian pasti sudah tidak asing dengan istilah <i>FoMO</i>. <i>Fear of Missing Out</i> atau <i>FoMO</i> adalah ketakutan akan ketinggalan momen yang terjadi disekitarnya. Untuk itu, orang yang <i>FoMO</i> biasanya melihat media sosial sebagai solusi agar tidak ketinggalan berita.</p>
<p><b>What (apa saja dampak dari <i>FoMO</i>)?</b> Orang yang <i>FoMO</i> biasanya juga memiliki ketergantungan terhadap media sosial, yang dapat menyebabkan: gangguan tidur, emosi yang tidak stabil dan kesulitan fokus karena terus menerus ingin mengecek media sosial. Media sosial juga membuat orang mudah membandingkan diri dengan orang lain yang dapat menimbulkan perasaan tidak percaya diri, <i>insecure</i> dan merasa tidak puas dengan apa yang dimiliki.</p>
<p><b>What (apa saja contoh dari <i>FoMO</i>)?</b> <i>FoMO</i> tidak hanya berbicara tentang media sosial. Menghabiskan tabungan untuk membeli barang keluaran terbaru atau takut menolak ajakan teman karena takut ketinggalan momen, juga merupakan contoh perilaku yang disebabkan oleh <i>FoMO</i>.  Nah kalau kalian merasa pernah melakukan hal-hal tersebut, jangan-jangan kalian sudah kena <i>FoMO</i> nih?</p>
<p><b>Why (Kenapa orang bisa terkena <i>FoMO</i>)?</b> Lalu kenapa sih kalian bisa terkena <i>FoMO</i>? Sebenarnya <i>FoMO</i> tidak sepenuhnya salah kalian.  Alasan Pertama: <i>FoMO</i> merupakan reaksi alamiah manusia untuk menghindari penolakan. Peneliti menemukan bahwa rasa sakit hati dan rasa sakit fisik direspon tubuh dengan cara yang sama. Sedangkan manusia cenderung menghindari hal yang menyakitkan sebagai salah satu bentuk pertahanan diri untuk bertahan hidup. Karena itu <i>FoMO</i> dapat muncul sebagai reaksi untuk menghindari rasa sakit hati akibat penolakan.  Alasan kedua: tidak terpenuhinya kebutuhan dasar psikologi manusia. Ada tiga kebutuhan dasar psikologi manusia diantaranya adalah: 1. <i>competence</i> yaitu keyakinan untuk mengerjakan sesuatu secara efisien dan efektif 2. <i>autonomy</i> yaitu kebutuhan akan kebebasan dalam menentukan dan memilih tanpa campur tangan orang lain 3. dan <i>relatedness</i> yaitu kebutuhan akan kedekatan dan hubungan dengan orang lain. Pada tahun 2013 seorang psikolog di Universitas Oxford melakukan penelitian dan menghubungkan kebutuhan dasar psikologi manusia dengan <i>FoMO</i>. Hasilnya orang yang kebutuhan dasar psikologisnya tidak terpenuhi akan cenderung merasakan <i>FoMO</i>.  Alasan ketiga: media sosial tidak sepenuhnya benar</p>



<p>Patrick J. McGinnis, pencetus istilah <i>FoMO</i>, mengatakan dalam salah satu bukunya bahwa ada ketimpangan informasi di dalam media sosial. Banyak orang lebih suka membagikan momen yang menyenangkan karena akan lebih disukai daripada hal yang menyedihkan. Dengan begitu mereka bisa mendapatkan like yang banyak kemudian menganggapnya sebagai bentuk validasi akan dirinya sendiri.</p>
<p><b>How (Bagaimana cara menengulangi FoMO?)</b>                  Mungkin sebagian dari kalian berfikir <i>FoMO</i> sulit untuk dihindari.                  Tapi tenang saja, ada beberapa hal yang dapat kalian lakukan supaya kalian tidak <i>FoMO</i> lagi</p> <p>Pertama: kurangi penggunaan media sosial                  Dijaman sekarang, sangat sulit untuk tidak menggunakan media sosial sama sekali, karena itu hal yang dapat dilakukan adalah membatasi penggunaannya. Dengan membatasi penggunaan media sosial, kalian punya lebih banyak waktu untuk mengerjakan hal yang lebih produktif sekaligus terhindar dari dampak negatif akibat ketergantungan media sosial.</p> <p>Kedua: pahami cara kerja media sosial                  Apa yang kalian lihat di media sosial hanya sebagian kecil dari kehidupan seseorang. Ketika mereka membagikan pencapaiannya, ada berbagai kegagalan yang mereka alami sebelumnya. Namun mereka memilih untuk tidak membagikan momen kegagalannya. Jika mereka saja memilah-milah apa yang akan mereka bagikan, bukankah sebaiknya kalian juga berhati-hati dalam menerima informasi di media sosial?</p> <p>Ketiga: lawan <i>FoMO</i> dengan <i>JoMO</i>.                  Mungkin banyak dari kalian yang tahu tentang <i>FoMO</i> tapi masih asing dengan istilah <i>JoMO</i>.  <i>JoMO</i> atau <i>Joy of Missing Out</i> berbicara tentang menyukuri kehidupan saat ini dengan menjalani hidup dalam ritme yang lebih pelan, mempunyai ruang sendiri dan tidak menjadi ketergantungan terhadap teknologi. Sebuah penelitian mengungkapkan bahwa dengan menerapkan <i>JoMO</i>, orang jadi lebih mudah untuk bangkit dari keterpurukan yang diakibatkan oleh <i>FoMO</i>.</p>
<p><b>Closing</b>  <i>FoMO</i> dapat menyerang siapa saja, dimana saja dan kapan saja. Tetapi kita juga bisa memilih untuk terus-terusan ikut kedalam <i>FoMO</i> atau berhenti sejenak untuk menyukuri hal yang ada disekitar kita.</p>

**Script**

**Tabel 2. Tabel Script Perancangan Motion Graphic "FoMO Tidak 100% Salah Kalian bagi Anak Muda di Indonesia (Sumber: Data Penulis)**

<p><b>Scene 1</b>  <i>Fade in.</i>  <i>Slot machine</i> yang berputar dan berhenti dengan menunjukkan huruf "FoMO".  <i>Zoom out.</i> Menampilkan tulisan "<i>Fear of Missing Out</i>" dibagian atas mesin.</p>
<p><b>Scene 2</b>                  Karakter 1 muncul dari bawah. Kemudian muncul berbagai objek yang melayang disekitar karakter 1.                  Objek berupa hal yang seringkali menyebabkan <i>FoMO</i> yaitu: makanan yang sedang viral, momen seru bersama teman serta pencapaian seseorang.                  Ekspresi karakter 1 menjadi sedih.</p>

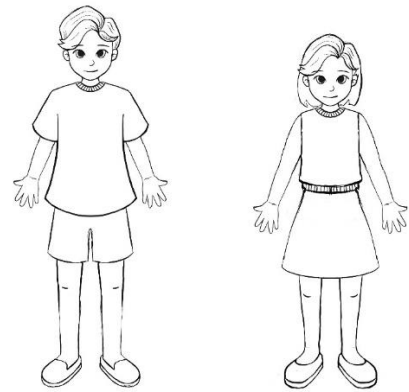
<p>Muncul ponsel yang bersinar dari atas yang dibawa menggunakan <i>claw machine</i>.                  Ekspresi karakter 1 menjadi senang.                  Objek disekitar karakter jatuh ke bawah.                  Karakter 1 bermain ponsel dengan senang.                  Muncul tampilan <i>chat</i> di sebelah kiri karakter dan <i>story</i> di sebelah kanan.</p>
<p><b>Scene 3</b>  <i>Pedestal up.</i>                  Karakter 1 tidak bisa tidur.                  Karakter 1 emosi. (<i>Push to left</i>)                  Karakter 1 membaca buku dan melihat notifikasi yang bermunculan di ponselnya (<i>Push to left</i>).  <i>Crab left.</i></p>
<p><b>Scene 4</b>                  Karakter 2 yang sedang bercermin dengan ekspresi senang.                  Disebelah kiri karakter terdapat parameter kepercayaan diri yang penuh.                  Cermin berganti menjadi ponsel yang menampilkan <i>postingan</i> di <i>Instagram</i>. Karakter 2 menjadi sedih dan parameter turun.</p>
<p><b>Scene 5</b>                  Frame dibagi menjadi 2 bagian kanan (karakter 2) dan kiri (karakter 1) yang menampilkan aktivitas kedua karakter.                  Karakter 2 muncul dari atas dan karakter 1 muncul dari bawah                  Karakter 2 yang sedang berjalan dengan ekspresi senang, terdapat parameter keuangan yang penuh di atasnya.                  Karakter 1 yang diajak temannya untuk ikut berbagai acara, terdapat parameter energi yang penuh di atasnya.  <i>Zoom out</i> pada kedua adegan. Parameter berkurang dan ekspresi kedua karakter menjadi cemas.  <i>Zoom in</i> pada kedua karakter. <i>Medium shot.</i></p>
<p><b>Scene 6</b>                  Pada bagian belakang karakter 2 muncul tas, aksesoris dan baju yang dibeli.                  Pada bagian belakang karakter 1 muncul teman-temannya.                  Muncul <i>warning message</i> bertuliskan "kenapa bisa <i>FoMO</i>?"  <i>Background blur.</i>                  Kursor menekan panah pada <i>warning message</i> kemudian <i>warning message</i> berganti menjadi tulisan "FoMO tidak sepenuhnya salah kalian"  <i>Radial wipe.</i></p>
<p><b>Scene 7</b>                  Muncul tangan yang memegang <i>clapper board</i> bertuliskan "alasan 1..." dari kanan. <i>Clap.</i> Tangan yang memegang <i>clapper board</i> keluar <i>frame</i>.                  Karakter 1 berbicara dengan perempuan, karakter 2 sedih dan muncul hari yang retak di dada karakter 2.                  Karakter 1 kaget melihat karakter 2, perempuan kesal lalu menampar karakter 1.  <i>Zoom in</i> ke kedua karakter, <i>medium shot</i>. Kedua karakter dengan luka masing-masing.                  Muncul cahaya yang menyembuhkan luka kedua karakter.                  ekspresi karakter senang.  <i>Radial wipe.</i></p>
<p><b>Scene 8</b>                  Muncul tangan yang memegang <i>clapper board</i> bertuliskan "alasan 2..." dari kanan. <i>Clap.</i> Tangan yang memegang <i>clapper board</i> keluar <i>frame</i>.                  Menampilkan mesin pabrik yang sedang bekerja.                  Tangan memegang ponsel yang melakukan <i>swipe</i> ke kanan dan kiri, menampilkan aplikasi <i>tinder</i> (<i>Push to left</i>).                  Karakter 1 yang sedang berbicara dengan temannya (<i>Push to left</i>).  <i>Ped down.</i></p>
<p><b>Scene 9</b></p>



<p>Karakter 1 dan 2 berdiri agak jauh dari professor yang memegang kertas.                  Professor keluar frame ke kiri. Karakter 1 dan 2 bergerak ke tengah.                  Kemudian muncul alat disekitar karakter 1 dan 2 yang terhubung pada parameter <i>competence, autonomy, relatedness</i> dan <i>FoMO</i>.  <i>Radial wipe.</i></p>
<p><b>Scene 10</b>                  Muncul tangan yang memegang <i>clapper board</i> bertuliskan “alasan 3...” dari kanan. <i>Clap</i>. Tangan yang memegang <i>clapper board</i> keluar <i>frame</i>.                  Buku terlempar ke atas dan jatuh pada meja dengan posisi terbuka.                  Muncul sinar dari buku yang menampilkan timbangan kemudian berganti menjadi <i>postingan Instagram</i> yang jumlah <i>liknya</i> terus bertambah.                  Muncul karakter 2 dari bawah tersenyum sambil mengacungkan jempol</p>
<p><b>Scene 11</b>                  Muncul gelembung-gelembung yang menampilkan logo media sosial disekitar karakter 2, ekspresi karakter 2 menjadi takut. Background menjadi gelap.                  Muncul laser dari kanan yang menembaki gelembung-gelembung sehingga logo media sosial berjatuh dan ekspresi karakter 2 menjadi senang.  <i>Wipe.</i></p>
<p><b>Scene 12</b>                  Menampilkan karakter 1 yang bermain media sosial menggunakan laptopnya.                  Muncul jam pasir disamping laptop. Ketika jam pasir habis, laptop tertutup.  <i>Zoom out.</i>                  Muncul berbagai aktivitas produktif yang dapat dilakukan karakter 1.  <i>Zoom in pada gelas toast.</i></p>
<p><b>Scene 13</b>  <i>Zoom out</i> dari gelas toast. Menampilkan karakter 1 dan 2 yang memegang gelas toast dengan senang dalam frame ponsel.  <i>Zoom out.</i>                  Menampilkan tangga berisi simbol kegagalan yang dilalui kedua karakter.  <i>Wipe.</i></p>
<p><b>Scene 14</b>                  Menampilkan slot machine bertuliskan “<i>Fear of Missing Out</i>” dan menampilkan huruf “<i>FOMO</i>” kemudian huruf “<i>F</i>” berganti menjadi “<i>J</i>” dan tulisan berubah menjadi “<i>Joy of Missing Out</i>”.  <i>Crab left.</i></p>
<p><b>Scene 15</b>                  Karakter 1 berada di kerumunan orang. Kemudian muncul notifikasi tetapi baterai ponsel karakter 1 habis. Kerumunan di sekitar karakter 1 tertawa dan karakter 1 mulai cemas.                  Karakter 1 menarik nafas sambil menutup mata.                  Ketika membuka mata kerumunan orang menghilang dan background karakter 1 berubah menjadi cerah.  <i>Ped down.</i></p>
<p><b>Scene 16</b>                  Muncul 4 karakter dengan ciri fisik yang berbeda.                  Keempat karakter mejauhi satu sama lain sehingga menjadi berjarak kemudian muncul bendera dari berbagai negara.                  Muncul jarum jam yang berputar.  <i>Radial wipe.</i></p>
<p><b>Scene 17</b>                  Karakter 1 memilih no pada pilihan bertuliskan “Continue FoMO?”                  Background karakter 1 berubah menjadi taman yang cerah  <i>Ped up. Credit scene.</i></p>

**Desain Karakter**

1. Sketch Karakter



**Gambar 2. Sketch Karakter**  
 (Sumber: Data Penulis)

2. Vektor Karakter



**Gambar 3. Vektor Karakter 1**  
 (Sumber: Data Penulis)



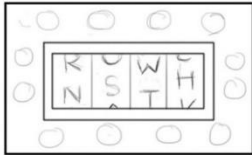
**Gambar 4. Vektor Karakter 2**  
 (Sumber: Data Penulis)





## Storyboard

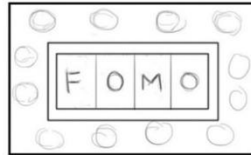
Scene 1



Time: 2 sec  
SFX: suara putaran  
Keterangan: slot berputar

"Kalian pasti sudah tidak asing dengan istilah FoMO"

Scene 1



Time: 1 sec  
SFX: putaran berhenti  
Keterangan: slot berhenti menunjukan huruf "FOMO"  
"Kalian pasti sudah tidak asing dengan istilah FoMO"

Scene 1



Time: 3 sec  
SFX: whoosh  
Keterangan: zoom out, medium shot, menunjukan slot machine.  
"Kalian pasti sudah tidak asing dengan istilah FoMO"

Scene 2



Time: 1 sec  
SFX: whoop  
Keterangan: medium shot, karakter 1 muncul dari bawah  
"Fear of Missing Out atau FoMO adalah ketakutan akan ketinggalan momen yang terjadi disekitarnya."

Scene 2



Time: 5 sec  
SFX: bubble  
Keterangan: medium shot, muncul berbagai objek pemicu FoMO disekitar karakter 1.  
"Fear of Missing Out atau FoMO adalah ketakutan akan ketinggalan momen yang terjadi disekitarnya."

Scene 2



Time: 5 sec  
SFX: suara claw machine  
Keterangan: medium shot, muncul ponsel dari atas dibawa oleh claw machine  
"Untuk itu, orang yang FoMO biasanya melihat media sosial sebagai solusi agar tidak ketinggalan berita."

Scene 3



Time: 7 sec  
SFX: bubble  
Keterangan: muncul tampilan chat dan story di kanan kiri karakter 1  
"Orang yang FoMO biasanya juga memiliki ketergantungan terhadap media sosial..."

Scene 3



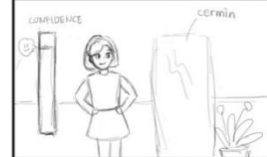
Time: 3 sec  
SFX: whoosh  
Keterangan: Ped up, karakter 1 tidak bisa tidur  
"... yang dapat menyebabkan gangguan tidur..."

Scene 3



Time: 8 sec  
SFX: notifikasi hp  
Keterangan: Push to left, karakter 1 marah dan kesulitan fokus.  
"...emosi yang tidak stabil dan kesulitan fokus karena terus menerus ingin mengecek media sosial."

Scene 4



Time: 3 sec  
SFX: whoosh  
Keterangan: Ped down, Karakter 2 bercermin dengan ekspresi senang. Terdapat parameter kepercayaan diri yang penuh.  
"Media sosial juga membuat orang mudah membandingkan diri dengan orang lain."

Scene 4



Time: 6 sec  
SFX: -  
Keterangan: Cermin berganti jadi ponsel yang menampilkan postingan Instagram. Karakter 2 menjadi sedih dan parameter turun.  
"...yang dapat menimbulkan perasaan tidak percaya diri, insecure dan merasa tidak puas dengan apa yang dimiliki"

Scene 5



Time: 4 sec  
SFX: whoosh  
Keterangan: Frame dibagi menjadi 2. Karakter 2 muncul dari atas dan karakter 1 muncul dari bawah, keduanya melakukan aktivitas dengan senang dan ada parameter uang dan energi penuh diatasnya  
"FoMO tidak hanya berbicara tentang media sosial. Menghabiskan tabungan untuk membeli barang keluaran terbaru..."

Gambar 5. Storyboard 1  
(Sumber: Data Penulis)

Gambar 6. Storyboard 2  
(Sumber: Data Penulis)





Time: 7 sec  
SFX: whoosh  
Keterangan: zoom out. kedua karakter tampak kelelahan dan parameter berkurang  
"...atau takut menolak ajakan teman karena takut ketinggalan momen...disebabkan oleh FoMO."



Time: 8 sec  
SFX: whoosh  
Keterangan: Zoom in. karakter bergerak ke tengah dengan background hal-hal yang menyebabkan FoMO  
"Nah kalau kalian merasa pernah melakukan .... sudah kena FoMO nih?"



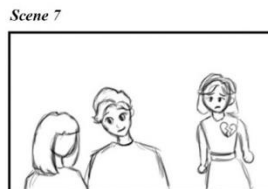
Time: 5 sec  
SFX: bubble, click  
Keterangan: muncul warning message bertuliskan "kenapa bisa FoMO?". background blur.  
"Lalu kenapa sih kalian bisa terkena FoMO?"



Time: 3 sec  
SFX: bubble  
Keterangan: setelah kursor menekan panah warning message berubah menjadi tulisan "FoMO tidak sepenuhnya salah kalian". Radial wipe.  
"Sebenarnya FoMO tidak sepenuhnya salah kalian."



Time: 6 sec  
SFX: clap  
Keterangan: Muncul tangan yang memegang clapper board bertuliskan "alasan 1..." dari kanan. Clap. Tangan yang memegang clapper board keluar frame.  
"Alasan Pertama: FoMO merupakan reaksi alamiah manusia untuk menghindari penolakan."



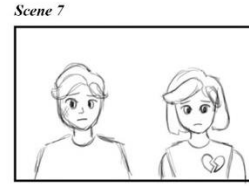
Time: 5 sec  
SFX: crack  
Keterangan: Karakter 1 berbicara dengan perempuan, karakter 2 sedih dan muncul hari yang retak di dada karakter 2.  
"Peneliti menemukan bahwa rasa sakit hati dan rasa sakit fisik direspon tubuh dengan cara yang sama."



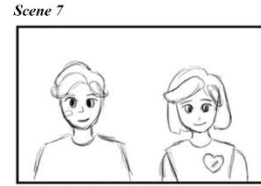
Time: 3 sec  
SFX: -  
Keterangan: Karakter 1 kaget melihat karakter 2, perempuan kesal  
"Sedangkan manusia cenderung menghindari hal yang menyakitkan"



Time: 5 sec  
SFX: suara pukulan  
Keterangan: perempuan menampar lalu jalan keluar frame  
"Sedangkan manusia cenderung menghindari hal yang menyakitkan..."



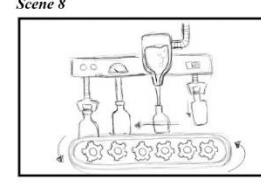
Time: 5 sec  
SFX: -  
Keterangan: kedua karakter bergerak ke tengah (medium shot) dengan luka masing-masing.  
"...sebagai salah satu bentuk pertahanan diri untuk bertahan hidup"



Time: 5 sec  
SFX: cring  
Keterangan: Muncul cahaya yang menyembuhkan luka kedua karakter. ekspresi karakter senang. Radial wipe.  
"Karena itu FoMO dapat muncul sebagai reaksi untuk menghindari rasa sakit hati akibat penolakan..."



Time: 6 sec  
SFX: clap  
Keterangan: Muncul tangan yang memegang clapper board bertuliskan "alasan 2..." dari kanan. Clap. Tangan yang memegang clapper board keluar frame.  
"Alasan kedua: tidak terpenuhinya kebutuhan dasar psikologi manusia."



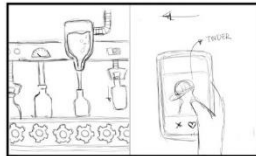
Time: 10 sec  
SFX: suara mesin  
Keterangan: menampilkan mesin pabrik yang bekerja secara efektif dan efisien  
"Ada tiga kebutuhan dasar psikologi manusia diantaranya adalah: competence yaitu keyakinan untuk mengerjakan sesuatu secara efisien dan efektif"

Gambar 7. Storyboard 3 (Sumber: Data Penulis)

Gambar 8. Storyboard 4 (Sumber: Data Penulis)



Scene 8



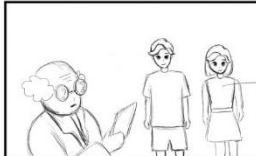
Time: 6 sec  
SFX: whoosh  
Keterangan: Tangan memegang ponsel yang melakukan swipe ke kanan dan kiri, menampilkan aplikasi tinder (Push to left).  
"autonomy yaitu kebutuhan akan kebebasan dalam menentukan dan memilih tanpa campur tangan orang lain"

Scene 8



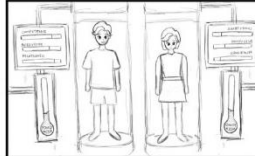
Time: 6 sec  
SFX: whoosh  
Keterangan: Karakter 1 yang sedang berbicara dengan temannya (Push to left). Ped down.  
"dan relatedness yaitu kebutuhan akan kedekatan dan hubungan dengan orang lain."

Scene 9



Time: 6 sec  
SFX: -  
Keterangan: Karakter 1 dan 2 berdiri agak jauh dari professor yang memegang kertas. Professor keluar frame ke kiri.  
"Pada tahun 2013 seorang psikolog di Universitas Oxford melakukan penelitian dan menghubungkan kebutuhan dasar psikologi manusia dengan FoMO."

Scene 9



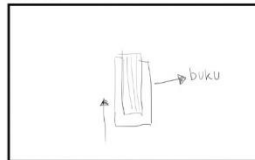
Time: 10 sec  
SFX: suara alat laboratorium  
Keterangan: Kemudian muncul alat disekitar karakter 1 dan 2 yang terhubung pada parameter competence, autonomy, relatedness dan FoMO. Radial wipe.  
"Hasilnya orang yang kebutuhan dasar psikologisnya tidak terpenuhi akan cenderung merasakan FoMO."

Scene 10



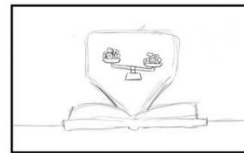
Time: 6 sec  
SFX: clap  
Keterangan: Muncul tangan yang memegang clapper board bertuliskan "alasan 3..." dari kanan. Clap. Tangan yang memegang clapper board keluar frame.  
"Alasan ketiga: media sosial tidak sepenuhnya benar."

Scene 10



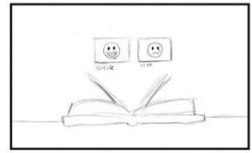
Time: 5 sec  
SFX: whoop  
Keterangan: Buku terlempar ke atas dan jatuh pada meja dengan posisi terbuka  
"Patrick J. McGinnis, pencetus istilah FoMO, mengatakan dalam salah satu bukunya bahwa..."

Scene 10



Time: 6 sec  
SFX: suara sinar proyektor  
Keterangan: Muncul sinar dari buku yang menampilkan timbangan.  
"ada ketimpangan informasi di dalam media sosial. Banyak orang lebih suka membagikan momen yang menyenangkan"

Scene 10



Time: 6 sec  
SFX: click  
Keterangan: kemudian berganti menjadi postingan Instagram yang jumlah likenya terus bertambah.  
"karena akan lebih disukai daripada hal yang menyedihkan. Dengan begitu mereka bisa mendapatkan like yang banyak."

Scene 10



Time: 6 sec  
SFX: ting  
Keterangan: Muncul karakter 2 dari bawah tersenyum sambil mengacungkan jempol  
"kemudian menganggapnya sebagai bentuk validasi akan dirinya sendiri."

Scene 11



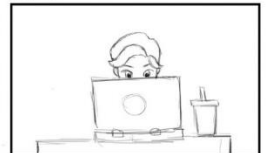
Time: 5 sec  
SFX: bubble  
Keterangan: Muncul gelembung-gelembung yang menampilkan logo media sosial disekitar karakter 2, ekspresi karakter 2 menjadi takut. Background menjadi gelap.  
"Mungkin sebagian dari kalian berfikir FoMO sulit untuk dihindari."

Scene 11



Time: 6 sec  
SFX: suara laser  
Keterangan: Muncul laser dari kanan yang menembaki gelembung-gelembung sehingga logo media sosial berjatuh dan ekspresi karakter 2 menjadi senang. Wipe.  
"Tapi tenang saja, ada beberapa hal yang dapat kalian lakukan supaya kalian tidak FoMO lagi."

Scene 12



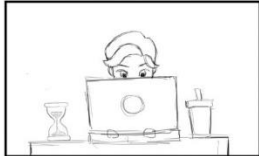
Time: 6 sec  
SFX: suara ketikan  
Keterangan: Menampilkan karakter 1 yang bermain media sosial menggunakan laptopnya.  
"Pertama: kurangi penggunaan media sosial. Dijaman sekarang, sangat sulit untuk tidak menggunakan media sosial sama sekali."

Gambar 9. Storyboard 5  
(Sumber: Data Penulis)

Gambar 10. Storyboard 6  
(Sumber: Data Penulis)



Scene 12



Time: 5 sec  
SFX: suara ketikan  
Keterangan: Muncul jam pasir disamping laptop.

“karena itu hal yang dapat dilakukan adalah membatasi penggunaannya.”

Scene 12



Time: 5 sec  
SFX: putaran berhenti  
Keterangan: Ketika jam pasir habis, laptop tertutup

“Dengan membatasi penggunaan media sosial, kalian punya lebih banyak waktu untuk mengerjakan hal yang lebih produktif.”

Scene 12



Time: 6 sec  
SFX: bubble  
Keterangan: Zoom out. Muncul berbagai aktivitas produktif yang dapat dilakukan karakter 1.

“sekaligus terhindar dari dampak negatif akibat ketergantungan media sosial.”

Scene 12



Time: 3 sec  
SFX: whoosh suara gelas toast  
Keterangan: Zoom in pada gelas toast.

“Kedua: pahami cara kerja media sosial”

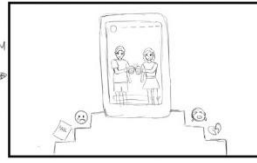
Scene 13



Time: 5 sec  
SFX: whoop  
Keterangan: Zoom out dari gelas toast. Menampilkan karakter 1 dan 2 yang memegang gelas toast dengan senang dalam frame ponsel.

“Apa yang kalian lihat di media sosial hanya sebagian kecil dari kehidupan seseorang. Ketika mereka membagikan pencapaiannya.”

Scene 13



Time: 10 sec  
SFX: whoop, bubble  
Keterangan: Zoom out. Menampilkan tangga berisi simbol kegagalan yang dilalui kedua karakter.

“ada berbagai kegagalan yang mereka alami sebelumnya. Namun...berhati-hati dalam menerima informasi di media sosial?”

Gambar 11. Storyboard 7  
(Sumber: Data Penulis)

Scene 14



Time: 2 sec  
SFX: suara putaran  
Keterangan: Menampilkan slot machine bertuliskan “Fear of Missing Out” dan menampilkan huruf “FOMO”

“Ketiga: lawan FoMO dengan JoMO.”

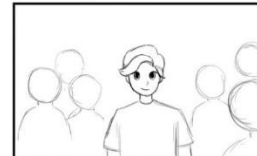
Scene 14



Time: 4 sec  
SFX: putaran berhenti  
Keterangan: kemudian huruf “F” berganti menjadi “J” dan tulisan berubah menjadi “Joy of Missing Out”. Crab left.

“Mungkin banyak dari kalian yang tahu tentang FoMO tapi masih asing dengan istilah JoMO.”

Scene 15



Time: 5 sec  
SFX:whoop  
Keterangan: Karakter 1 berada di kerumunan orang.

“JoMO atau Joy of Missing Out berbicara tentang mensyukuri kehidupan saat ini”

Scene 15



Time: 5 sec  
SFX: suara notifikasi  
Keterangan: Kemudian muncul notifikasi

“dengan menjalani hidup dalam ritme yang lebih pelan.”

Scene 15



Time: 5 sec  
SFX: baterai habis, suara kerumunan  
Keterangan: tetapi baterai ponsel karakter 1 habis.

“mempunyai ruang sendiri dan tidak menjadi ketergantungan terhadap teknologi.”

Scene 15



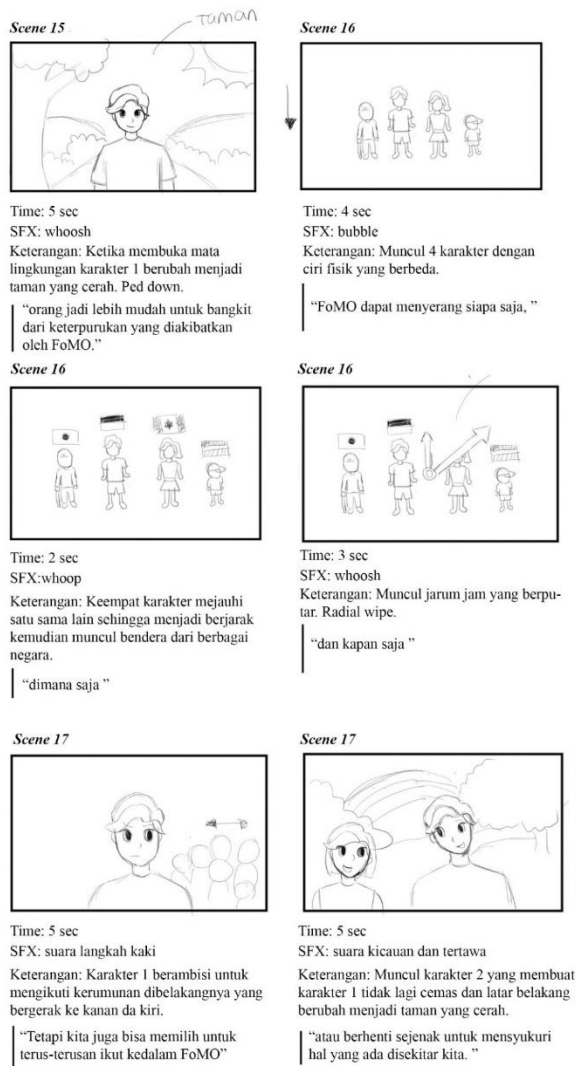
Time: 5 sec  
SFX: suara kerumunan tertawa  
Keterangan: Kerumunan di sekitar karakter 1 tertawa dan karakter 1 mulai cemas. Karakter 1 menarik nafas sambil menutup mata

“Sebuah penelitian mengungkapkan bahwa dengan menerapkan JoMO,”

Gambar 12. Storyboard 8  
(Sumber: Data Penulis)







Gambar 13. Storyboard 9 (Sumber: Data Penulis)

**Biaya Kreatif**

Biaya kreatif adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk pembuatan motion graphic ini, dengan rincian sebagai berikut:

**Tabel 3. Tabel Biaya Perancangan Motion Graphic "FoMO Tidak 100% Salah Kalian bagi Anak Muda di Indonesia (Sumber: Data Penulis)**

No.	Kebutuhan	Keterangan	Biaya
1.	Print Poster	1 lembar Art Paper 230 gr	Rp. 46.800
2.	Print Sticker	1 lembar A3	Rp. 8.000
3.	Print Pamphlet	4 lembar A4	Rp. 32.000
4.	Voice Over	578 kata	Rp. 500.000
5.	Sablon Kaos	2 Kaos	Rp. 150.000
6.	Infra board	1 lembar	Rp. 25.000

Total Biaya Perancangan	Rp. 761.800
-------------------------	-------------

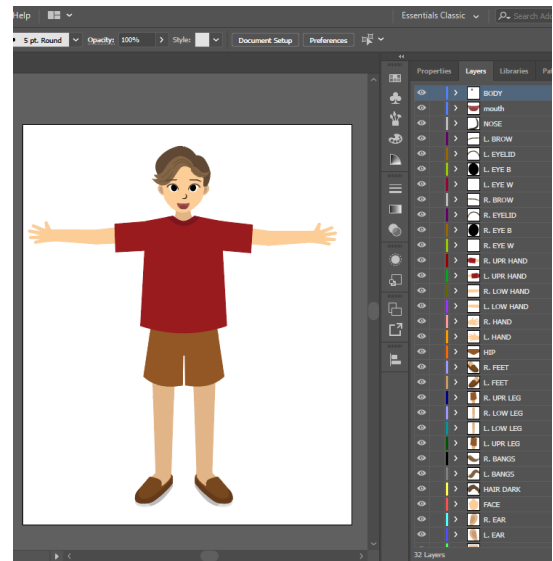
**Media Utama Motion Graphic: FoMO tidak 100% Salah Kalian**

1. Rekaman Narasi

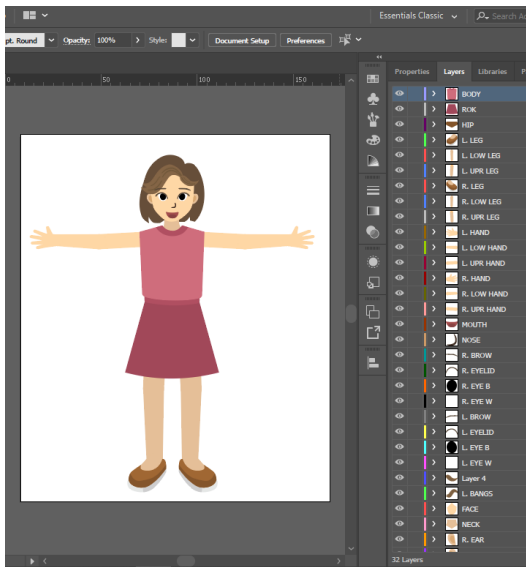
Dikarenakan keterbatasan waktu dan alat maka penulis menggunakan jasa voice over melalui situs *fastwork.id*. Rekaman voice over sesuai dengan naskah yang telah dibuat penulis sejumlah 578 kata dengan durasi dari hasil rekaman adalah 4 menit 24 detik. Kemudian hasil rekaman dipotong menjadi beberapa bagian sesuai scene yang ada untuk menyesuaikan gerakan dengan narasi pada proses animasi. Potongan audio voice over/hasil rekaman dilakukan di *Adobe Audition*.

2. Pembuatan Aset

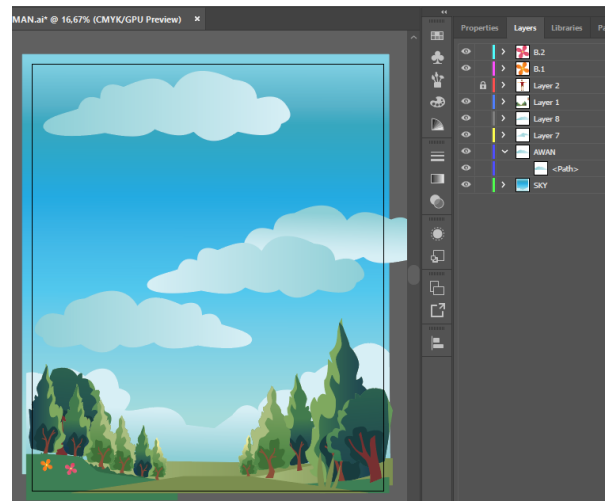
Aset dibuat menggunakan software *Adobe Illustrator* karena berbasis vektor. Aset berupa objek-objek yang dibuat berdasarkan storyboard dan nantinya akan digerakan di *After Effects*. Dalam membuat aset penulis memisahkan file berdasarkan scene yang ada dalam storyboard. Kemudian objek-objek yang akan digerakkan diletakkan pada layer yang terpisah agar dapat digerakan di *After Effects*. Beberapa aset pada scene 1, 2 dan 6 di export menjadi .png terlebih dahulu sebelum dimasukkan ke *After Effects* untuk memudahkan pengerjaan di *After Effects*.



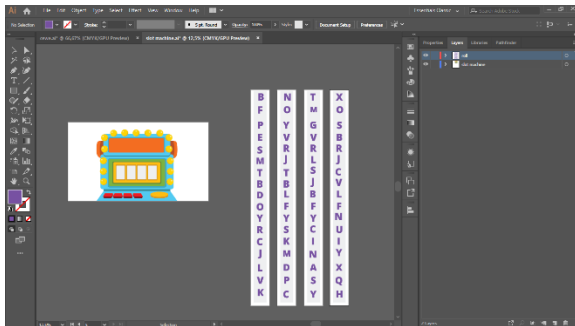
Gambar 14. Aset Karakter 1 (Sumber: Data Penulis)



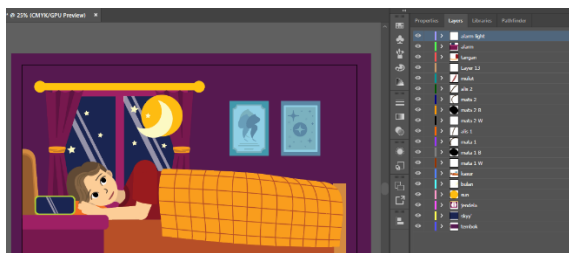
Gambar 15. Aset Karakter 2  
(Sumber: Data Penulis)



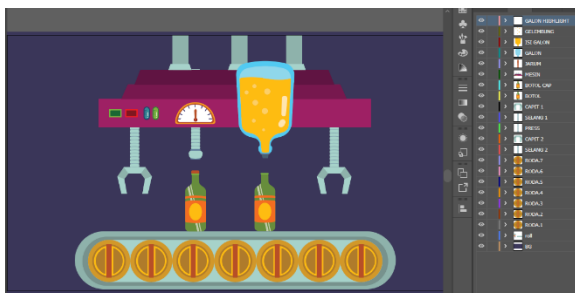
Gambar 19. Aset scene 17  
(Sumber: Data Penulis)



Gambar 16. Aset scene 1  
(Sumber: Data Penulis)



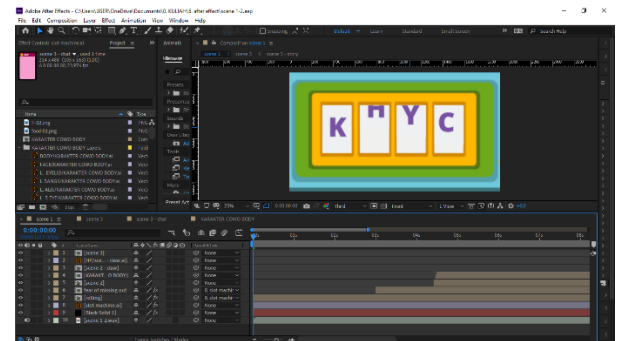
Gambar 17. Aset scene 3  
(Sumber: Data Penulis)



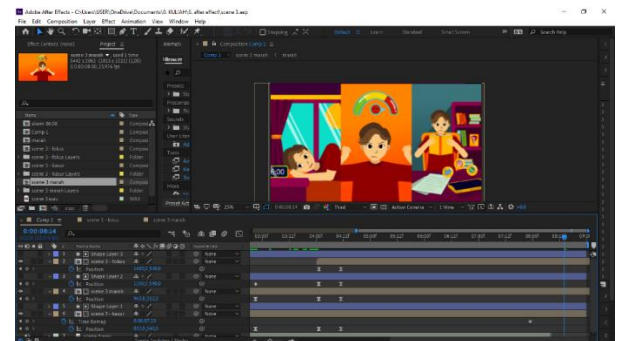
Gambar 18. Aset scene 8  
(Sumber: Data Penulis)

### 3. Animasi

Proses animasi dilakukan di dalam *software After Effects* dengan langsung mengimport file *Illustrator* kedalam *After Effects*. Sama seperti pembuatan aset, pada proses animasi file dipisahkan berdasarkan *scene* yang ada. Namun ada beberapa *scene* yang dijadikan ke dalam 1 file untuk mempermudah proses animasi khususnya pada bagian transisi. Selain file *illustrator* penulis juga mengimport file *audio* yang sudah dipotong berdasarkan *scene*.

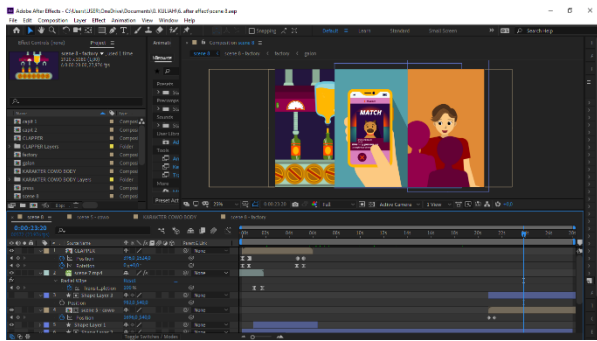


Gambar 20. Animasi Scene 1  
(Sumber: Data Penulis)

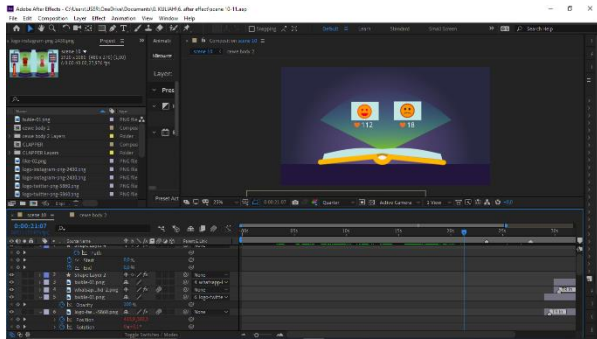


Gambar 21. Animasi Scene 3  
(Sumber: Data Penulis)

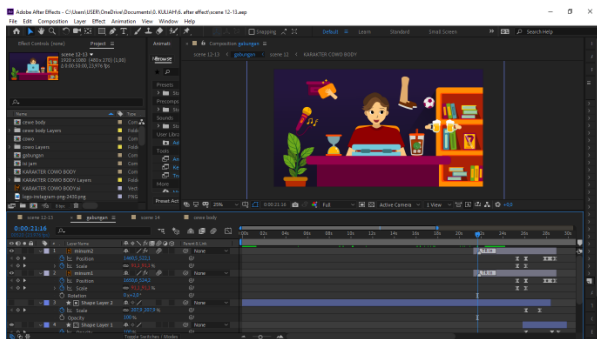




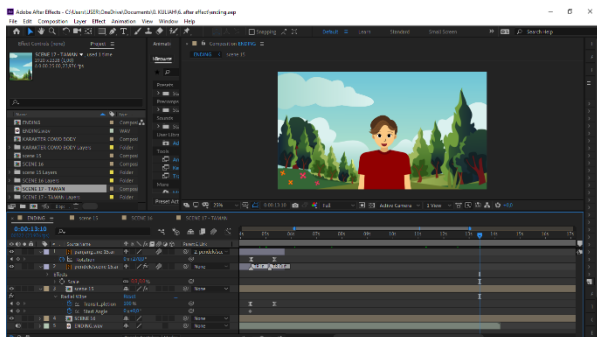
Gambar 22. Animasi Scene 8  
(Sumber: Data Penulis)



Gambar 23. Animasi Scene 10  
(Sumber: Data Penulis)



Gambar 24. Animasi Scene 12  
(Sumber: Data Penulis)



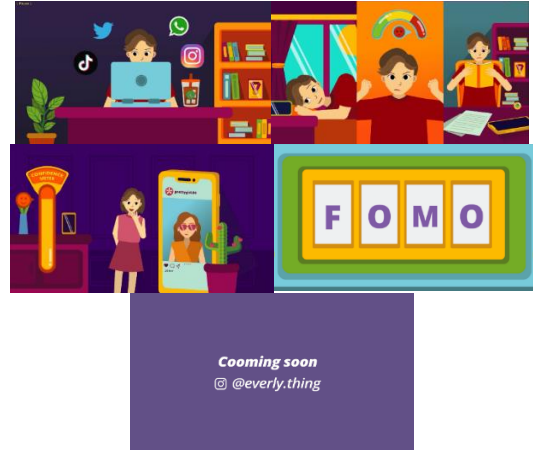
Gambar 25. Animasi Scene 17  
(Sumber: Data Penulis)

Hasil Akhir video berdurasi 4 menit 42 detik.

### Media Pendukung

#### 1. Video Teaser

Video *teaser* berupa cuplikan dari media utama dengan durasi 17 detik. Video *teaser* dibuat menggunakan *Software Premiere* dan nantinya akan di unggah di *Instagram*.



Gambar 26. Video Teaser  
(Sumber: Data Penulis)

#### 2. Poster

Poster dibuat dengan ukuran 50x70 cm menggunakan *software Illustrator*. Poster bertujuan untuk mempromosikan media utama.



Gambar 27. Poster  
(Sumber: Data Penulis)

#### 3. Pamphlet

*Pamphlet* berisi rangkuman dari media utama dan dibuat di *Illustrator*. *Pamphlet* berukuran A4 yang dibagi menjadi 3 bagian sehingga bisa dilipat.

#### 4. Rendering

Setelah semua aset telah dianimasikan di *After Effects*, potongan *scene* digabung menggunakan *software Adobe Premiere* untuk dicocokkan kembali dengan *audio* yang utuh. Kemudian ditambahkan *sound effect* dan *background music* dan di *render*.





Gambar 28. Pamphlet (Sumber: Data Penulis)

- Stiker  
Stiker berisi kata-kata yang bertujuan untuk mengajak agar tidak FoMo lagi. Stiker dibuat menggunakan software *Illustrator*.



Gambar 29. Sticker (Sumber: Data Penulis)

- Kaos  
Kaos digunakan untuk mempromosikan media utama dan dibuat di software *Illustrator*.



Gambar 30. Kaos (Sumber: Data Penulis)

### Kesimpulan

Proses pembuatan media utama pada perancangan ini terbagi menjadi 3 tahapan yaitu pra produksi yang meliputi penyusunan naskah berdasarkan studi pustaka dan analisis, desain karakter dan pembuatan storyboard. Kemudian dilanjutkan pada tahapan kedua yaitu produksi yang meliputi rekaman naskah, pembuatan aset dan animasi. Pada tahapan terakhir yaitu pasca produksi hal yang dilakukan antara lain: penyatuan *scene*, penambahan *sound effect* dan *background music* serta proses *rendering*. Hasil akhir media utama berupa video berdurasi 4 menit 42 detik. Adapun media pendukung yang dibuat penulis yaitu berupa teaser berdurasi 17 detik, poster berukuran 50 cm x 70 cm, stiker berisi kata-kata yang mengajak untuk tidak FoMo lagi, *pamphlet* berukuran A4 berisi rangkuma dari media utama dan kaos sebagai media promosi.

Dalam Perancangan ini penulis menggunakan dua metode pengumpulan data yaitu studi pustaka dan observasi. Berdasarkan Studi Pustaka diperoleh informasi mengenai FoMo yang dapat digunakan sebagai bahan penyusunan naskah untuk video *motion graphic*. Kemudian observasi dilakukan terhadap 5 subjek disekitar lingkungan penulis untuk mengenali lebih jelas target audiens perancangan serta video seperti apa yang disukai target perancangan. Melalui perancangan *motion graphic* berjudul "FoMo tidak 100% salah kalian" penulis menekankan pada bagian alasan mengapa orang dapat terkena FoMo dan bagaimana cara penanggulangannya dengan tujuan agar target audiens dapat lebih memahami akar permasalahan dari FoMo sehingga lebih mudah untuk menghindari/lepas dari FoMo.

FoMo merupakan fenomena sosial berupa ketakutan akan ketinggalan momen yang terjadi disekitar individu tersebut. Sehingga orang yang terkena FoMo seringkali menganggap media sosial sebagai solusi untuk dapat terus terhubung dan tidak ketinggalan. Fenomena FoMo sering terjadi pada kalangan anak muda yang aktif bermain media sosial. Oleh karena itu orang yang FoMo biasanya juga mempunyai ketergantungan terhadap media sosial. Ketergantungan terhadap media sosial mempunyai beberapa dampak negatif diantaranya adalah gangguan tidur, emosi menjadi tidak stabil dan kesulitan fokus karena terus menerus ingin mengecek media sosial. Selain itu media sosial juga menyebabkan orang mudah membandingkan apa yang mereka lihat dengan dirinya sendiri sehingga muncul perasaan tidak percaya diri, *insecure* dan tidak puas terhadap apa yang dimiliki. Meski FoMo seringkali disebabkan sekaligus diakibatkan oleh media sosial, ada banyak faktor lain yang dapat menyebabkan orang menjadi FoMo seperti respon alamiah oleh tubuh secara tidak sadar dan tidak terpenuhinya kebutuhan dasar psikologi manusia. *Motion graphic* dipilih sebagai media perancangan agar lebih mudah menjangkau target perancangan. Karena hasil perancangan berupa video dapat dibagikan di media sosial sehingga kemungkinan untuk dilihat target perancangan lebih besar.



## Saran

1. Bagi Peneliti Selanjutnya  
Saran bagi peneliti selanjutnya adalah agar tidak memilih topik *FoMO* karena *FoMO* merupakan topik yang tergolong baru sehingga masih diperlukan lebih banyak lagi penelitian yang mendalam terkait *FoMO*. Kemudian bagi para peneliti yang akan melakukan perancangan serupa diharapkan dapat mengerjakan sesuai jadwal karena proses produksi memakan waktu cukup banyak.
2. Bagi Penonton  
Saran bagi penonton diharapkan dapat menemukan cara-cara lain untuk bisa terhindar ataupun terlepas dari *FoMO* melalui paparan informasi yang dijelaskan dalam video “*FoMO* Tidak 100% Salah Kalian”.

## Daftar Pustaka

- Annur, C. M. (2022). Berapa lama masyarakat global akses medsos setiap hari? Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/07/berapa-lama-masyarakat-global-akses-medsos-setiap-hari>
- Baker, Z. G., Krieger, H., LeRoy A. S. (2016). *Fear of missing out: relationships with depression, mindfulness, and physical symptoms*, *Translational Issues in Psychological Science*, **2**(3): 275-282.
- Dossey, L. (2014). *FOMO, digital dementia, and our dangerous experiment*. *Explore: The Journal of Science and Healing*, **10**(2): 69-73.
- Gupta, M., Sharma, A. (2021). *Fear of missing out: A brief overview of origin, theoretical underpinnings and relationship with mental health*, *World Journal of Clinical Cases*, **9**(19): 4481-4489.
- Jahanlou, A.H., Odom, W., Chilana, P. (2020). *Challenges in getting started in motion graphic design: Perspectives from casual and professional motion designers*. In *Graphics Interface 2021*.
- Kiding, S., Matulesy, A. (2019). Dari foMO ke joMO: Mengatasi rasa takut akan kehilangan (FoMO) dan menumbuhkan resiliensi terhadap ketergantungan dari dunia digital, *Psisula:Prosiding Berkala Psikologi*, **1**: 173- 182.
- Lidwina, A. (2021). Ragam alasan orang menggunakan media sosial. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/19/ragam-alasan-orang-menggunakan-media-sosial>
- Mahsi, M. I. (2022). Pengguna media sosial di indonesia capai 191 juta pada 2022. DataIndonesia. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Maysitoh, Ifdil. Ardi Z. (2020). Tingkat kecenderungan *FoMO* (*Fear of Missing Out*) pada Generasi Milenial, *Journal IICET*, **1**(1): 1-4.
- McGinnis, P. J. (2020). *Fear of missing out* tepat mengambil keputusan di dunia yang menyajikan terlalu banyak pilihan, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- 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.
- Pusparisa, Y. (2021). Daftar negara pengguna *smartphone* terbanyak, indonesia urutan berapa?. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/01/daftar-negara-pengguna-smartphone-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>
- Stephanie, C. (2021). Berapa lama orang indonesia akses internet dan medsos setiap hari?. Kompas.com. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari?page=all>

