

DESIGNING 2D ILLUSTRATION MEDIA ON THE IMPACT OF FEAR OF MISSING OUT

PERANCANGAN MEDIA ILUSTRASI 2D PADA DAMPAK FEAR OF MISSING OUT

Akalili Mentari Pagi¹, Muhammad Fauzi²

^{1,2} S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Industri Kreatif
Universitas Esa Unggul Jakarta

¹akalilipagi@gmail.com, ²azie.f@esaunggul.ac.id

ABSTRACT

Social media provide some content that we always looking for rather than conventional media. Nowadays, social media could be a freedom of speech media and expression platform. However, social media can also have negative impacts, such as contributing to mental health problems and the development of fear of missing out on illness (FOMO). FOMO, or Fear of Missing Out, is a sensation of anxiety or worry that arises when someone feels unaware of or excluded from important information, events, experiences, trends, and so on. Social media exacerbates the severity of FOMO. Individuals with FOMO disorder constantly experience feelings of inadequacy in their lives, causing them to constantly scroll through social media platforms and compare their own experiences to those of others. Animation is the process of manipulating static figures to create the illusion of movement. Currently, animation has emerged as a promotional medium that is very effective, visually attractive and easy to understand. Illustration refers to the act of embellishing, interpreting, or visually explaining a text, concept, or process, with the aim of incorporating it into printed and digitally produced media.

Keywords: Social Media, FOMO, Animation, Illustration.

ABSTRAK

Sosial media menyediakan banyak konten-konten yang ingin kita konsumsi dibandingkan dengan media konvensional. Hingga sekarang media sosial menjadi sarana untuk mewujudkan kebebasan berpendapat dan ekspresi sehingga dapat menjadi sarana informatif untuk masyarakat. Namun media sosial juga memiliki dampak negatif salah satunya pada penyakit mental *fear of missing out* atau sering disebut FOMO. FOMO merupakan penyakit mental yang merasa "tertinggal" apabila tidak mengetahui hal baru. Media sosial mempunyai peran besar memperparah kondisi FOMO pada seseorang dengan membuat seseorang pengidap FOMO makin aktif pada media sosial sehingga selalu mengecek media sosial setiap saat. Animasi merupakan manipulasi objek ataupun gambar untuk menciptakan bentuk yang bergerak. Seiring perkembangan zaman, animasi tumbuh menjadi media promosi dan komunikasi yang lebih efisien. Dikarenakan animasi menyajikan grafik yang *eye catching* dan menyajikan informasi yang mudah dipahami. Ilustrasi merupakan dekorasi, interpretasi, atau gambaran visual dari teks, konsep dan proses. Dirancang untuk integritas dan dicetak dalam bentuk digital maupun fisik.

Kata kunci: Sosial Media, FOMO, Animasi, Ilustrasi.

PENDAHULUAN

Di awal tahun 2000-an media sosial di Indonesia mulai menjadi sebuah media komunikasi yang sering kali digunakan oleh kalangan anak muda dikarenakan lebih praktis dan akses yang kebanyakan tidak mengeluarkan biaya. Awalnya, media sosial diciptakan dengan tujuan menjadi media komunikasi bagi individu yang terpisah jarak. Hingga sekarang media sosial telah menjadi sarana untuk mewujudkan kebebasan berpendapat hingga berekspresi. Dengan penerimaan informasi yang cepat dan *real time*, media sosial menjadi media komunikasi yang digemari dan sangat mudah perkembangannya di Indonesia. Dikutip dari Bijakbersosmed.id, Indonesia memiliki lebih dari 65 juta pengguna Facebook yang aktif menggunakan platform ini. Jumlah pengguna aktif harian adalah 33 juta, dengan 55 juta pengguna aktif bulanan mengakses platform ini melalui perangkat seluler. Selain itu, ada sekitar 28 juta pengguna aktif yang menggunakan perangkat seluler setiap hari. (Sumber: Bijakbersosmed.id, 2022)

Kelompok demografis individu berusia 20-24 tahun dan 25-29 tahun mencakup lebih dari 80 persen pengguna internet di Indonesia. Menurut laporan terbaru yang dikeluarkan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, persentase ini relatif tinggi dibandingkan penduduk kelompok umur lainnya. Dalam kelompok usia 20-24 tahun, terdapat total 22,3 juta individu yang teridentifikasi, mewakili 82 persen dari seluruh populasi dalam demografi tersebut. Pada rentang usia 25-29 tahun, terdapat 24 juta orang yang menggunakan internet, atau mencakup 80 persen dari keseluruhan populasi. Media sosial adalah bentuk konten internet yang paling umum diakses di kalangan netizen. Berdasarkan catatan, 97,4 persen masyarakat Indonesia memanfaatkan platform media sosial saat mengakses internet. Selain itu, bukti prevalensi individu muda dapat diamati melalui keterlibatan mereka dalam aktivitas seperti streaming film, mendengarkan musik online, dan menonton olahraga online, yang merupakan preferensi utama pengguna internet untuk tujuan hiburan. Ketiga hobi ini ternyata selaras dengan gaya hidup masyarakat muda. Indonesia menempati peringkat ketiga secara global dalam hal peningkatan basis pengguna platform media sosial.

Setiap individu juga wajib menggunakan media sosial, untuk itu kita harus menepati bagaimana caranya beretika di media sosial. Adapun prinsip dari bermedia

sosial yaitu THINK (*True, helpful, Illegal, Necessary, kind*). *True*, apakah informasi yang diunggah merupakan hal yang benar? Waspadalah apabila itu hanya kebohongan belaka atau HOAX. *Helpful*, apakah unggahan tersebut merupakan hal yang digunakan untuk kebaikan? Ada baiknya mengunggah konten yang dapat bermanfaat untuk orang lain seperti konten berbagi. *Illegal*, Apakah adanya hak cipta yang terlanggar? Apakah pemilik hak cipta dari unggahan tersebut sudah setuju karyanya di unggah di media sosial kita? *Necessary*, berhati-hatilah dalam berbagi unggahan, sebaiknya jangan terlalu mengunggah masalah pribadi sehingga unggahan yang diunggah masih layak untuk dikonsumsi publik tanpa menjatuhkan harga diri kita atau orang terdekat. *Kind*, Keharusan utama adalah mengunggah konten berkualitas tinggi secara konsisten. Sebaiknya hindari mengunggah di media sosial saat emosi kita tidak stabil. Selain itu ada pula pantangan yang kita lakukan ketika bermedia sosial, seperti memulai konflik, curhat masalah pribadi, mengejek orang lain hingga menyebutkan nama, berbagi hal yang berlebihan seperti pesta yang liar, dan bersikap terlalu ekstrim.

Animasi merupakan manipulasi objek atau gambar untuk menciptakan bentuk yang bergerak. Animasi sendiri sering diasosiasikan sebagai hiburan anak-anak namun seiring berkembangnya jaman, animasi dapat menjadi media promosi yang lebih efisien untuk pemasaran. Dikarenakan animasi dapat menyajikan informasi agar lebih mudah dipahami. Kemudian animasi sendiri juga mulai berkembang bukan hanya sebagai hiburan untuk anak-anak namun hiburan untuk remaja bahkan animasi khusus orang dewasa. Istilah "ilustrasi" berasal dari kata Belanda "ilustratie", yang mengacu pada tindakan mendekorasi dengan gambar atau memperjelas sesuatu .

Ilustrasi merupakan objek pendukung dari Animasi agar visual yang tercipta dapat lebih terlihat hidup sehingga dapat dinikmati oleh tiap individu. Media sosial adalah platform online yang memungkinkan penggunaanya terlibat dalam aktivitas sosial. Media sosial merupakan media yang hampir tidak memiliki Batasan sehingga individu yang memiliki gangguan Fear of Missing Out akan semakin sering berselancar pada media sosial agar merasa selalu tidak tertinggal. Gangguan Fear of Missing Out adalah perasaan takut akan "tertinggal" karena tidak mengikuti aktifitas

tertentu seperti tidak mengikuti tren, berita terbaru atau aktifitas yang dilakukan oleh mayoritas individu di lingkungannya.

Proses perancangan media ilustrasi 2D terkait dampak Media Sosial yang berlebihan terhadap gangguan Fear of Missing Out melibatkan mempertimbangkan empat perspektif: Ilustrasi, Animasi 2D, Media Sosial, dan Pengaruh terhadap Gangguan Fear of Missing Out. Perspektif ini ditentukan melalui analisis data observasi dan tinjauan literatur. Untuk memudahkan penyelesaian masalah, maka perlu dilakukan pengumpulan data lapangan untuk mendukung judul yang dipilih “Desain Ilustrasi Animasi 2D Mengenai Pengaruh Media Sosial Berlebihan Terhadap Gangguan Takut Missing Out”.

Asumsi data observasi dan studi pustaka dari data hasil observasi dan studi pustaka maka dapat ditarik kesimpulan atau asumsi yaitu Gangguan fear of missing out merupakan gangguan yang dapat berdampak serius apabila tidak di tangani dengan benar. Sementara media sosial ikut memiliki peran dalam “memperburuk” kondisi mental bagi penderita Fear of Missing Out.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif sebagai metodologi penelitian utama. Sugiyono (2005) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai suatu metode yang digunakan untuk menyelidiki keadaan suatu benda alam, dengan peneliti sebagai instrumen utamanya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena pemanfaatan data berupa informasi yang berasal dari observasi dan survei. Terkait teknik pengumpulan data penelitian ini memanfaatkan data observasi dan survei. Basrowi dan Suwandi dalam bukunya “Pengertian Penelitian Kualitatif” mengartikan observasi sebagai pencatatan tingkah laku secara sistematis melalui pengamatan langsung terhadap orang atau kelompok yang diteliti. Penulis melakukan kajian langsung terhadap masalah yang diteliti dengan aktif berinteraksi dengan media sosial dan menilai dampaknya terhadap individu di sekitarnya.

Selain itu, didukung oleh metodologi yang digunakan dalam studi literatur. Menurut Danial dan Warsiah (2009), studi literatur mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh para ilmuwan yang mengumpulkan berbagai buku, majalah, atau literatur lain yang relevan untuk menjawab tantangan dan tujuan penelitian. Analisis

sastra atau penelitian kepustakaan melibatkan pencarian teori-teori terkait yang dapat diterapkan pada masalah penelitian sebagai bahan referensi untuk mendiskusikan temuan penelitian. Dalam rangka studi kasus ini penulis menggunakan *textbook*, jurnal, serta penelitian yang menjelaskan fenomena yang terjadi. Buku yang dijadikan acuan pembuatan karya visual sendiri adalah buku "FOMO Fear of Missing Out Tepat Mengambil Keputusan" Karangan Patrick J McGinnis. Serta buku yang menjelaskan mengenai FOMO dan Animasi.

Peneliti menggunakan pendekatan analisis deskriptif untuk memahami realita Fenomena FOMO. Analisis deskriptif adalah metode analisis data yang berfokus hanya pada informasi yang dapat diamati dan tidak berupaya menguji hipotesis atau membuat generalisasi tentang keseluruhan populasi. Menawarkan layanan analisis data yang bermanfaat dan komunikatif, seperti yang dijelaskan oleh Indranata (2008:197). Setelah data yang diperlukan untuk penelitian dikumpulkan, maka akan dilakukan pendekatan analisis deskriptif untuk mendapatkan informasi yang relevan. Temuan ini akan digunakan untuk menghasilkan animasi 2D yang menggambarkan dampak penggunaan media sosial yang berlebihan terhadap rasa takut ketinggalan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Obyek Penelitian

Objek penelitian sendiri adalah berupa media sosial dan peselancaran di media sosial untuk melihat perilaku sebuah individu dalam bermedia sosial seperti impresi kepada berita yang sedang *viral* dan penggunaan-penggunaan kalimat yang dilontarkan pada forum di media sosial tersebut.

Sebagai media pengenalan, diharapkan ilustrasi untuk animasi 2D ini dapat memberikan pengetahuan dan menarik minat target *audience*. Istilah "ilustrasi" berasal dari kata Belanda "ilusstratie", yang mengacu pada tindakan menghiasi sesuatu dengan gambar atau memperjelas suatu konsep. Ilustrasi meningkatkan retensi ide dan konsep dengan memberikan representasi visual. Mereka juga memperkenalkan keragaman dalam materi pengajaran, menjadikannya lebih menarik, menawan, informatif, dan mudah dipahami. Ilustrasi berfungsi untuk menjelaskan informasi atau pesan yang disampaikan, dan memiliki keuntungan dalam menghemat presentasi dengan secara efektif menyajikan konsep yang

kompleks dan luas di dalam ruang atau lokasi terbatas. Perancangan media ilustrasi 2D Pada Dampak Fear of Missing Out ini ditargetkan untuk pria dan wanita yang memiliki usia rata-rata 16 – 35 tahun yang merupakan pengguna aktif media sosial. Dari segi geografis ditargetkan untuk area Jakarta Raya (Utara, Barat, Timur, Selatan dan Pusat).

Merupakan variable psikologi yang familiar dengan media sosial, pengguna media sosial dalam kesehariannya dan pribadi yang memiliki ketertarikan pada mengatasi masalah mental. Calon pembaca juga memiliki ketertarikan akan literasi, ide baru dan audio visual. Dalam tahap analisis data, penulis mulai memproses data yang telah didapatkan melalui observasi dan literasi. Untuk meningkatkan pemahaman materi dan memfasilitasi penyajian data yang diperoleh.

Masyarakat di perkotaan dengan rentan usia 16 – 35 tahun merupakan pengguna aktif media sosial yang sudah sangat bergantung akan kehadiran informasi dari gawai masing-masing individu. Media sosial sendiri menghadirkan informasi dengan judul yang menarik perhatian akan banyak memberikan impresi bagi masyarakat.

Proses pemilihan gambar untuk animasi 2D dapat berfungsi sebagai alat yang mendidik dan menghibur yang berkaitan erat dengan pengalaman masyarakat sehari-hari. Individu yang berinteraksi dengan platform media sosial cenderung menyukai konten visual dan memiliki kemampuan untuk merenungkan makna yang disampaikan melalui gambar. Selain itu ilustrasi pada animasi 2D juga bersifat praktis, nyaman dan dikarenakan penyediaan media ada pada media sosial maka akan mudah terjangkau.

B. Perencanaan Kreatif

Teks ini membahas metode dan desain kerja yang terlibat dalam pembuatan grafik untuk animasi 2D yang mengeksplorasi dampak penggunaan media sosial yang berlebihan terhadap gangguan rasa takut ketinggalan. Pada tahap ini akan diberikan penjelasan konsep yang akan menjadi landasan dalam perancangan proyek. Ada beberapa metode untuk mengembangkan desain ilustrasi media 2D yang mengeksplorasi dampak media sosial yang berlebihan terhadap ketakutan akan kehilangan gangguan. Prosedur-prosedur ini diuraikan di bawah ini:

1. Ukuran, format dan halaman

Ukuran dari *canvas* yang akan digunakan mengikuti media audio visual yang akan ditayangkan pada *platform* berbagi video yaitu 1920x1080 (HD) dengan posisi landscape. Audio visual animasi sendiri akan di *render* dan di *editing* sehingga menjadikan format final sebagai mp4.

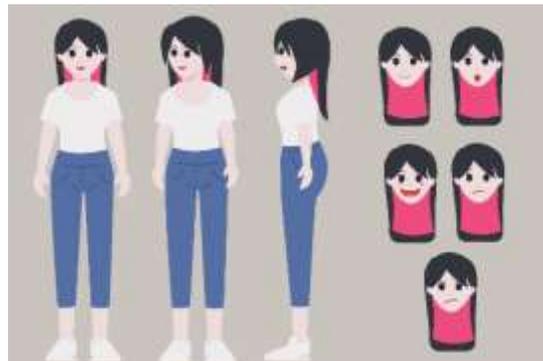
2. Verbal

Visual animasi 2D ini menggunakan bahasa Indonesia sehari-hari, yang bersifat informal, untuk memberikan integrasi yang lancar dengan percakapan umum dan meningkatkan pemahaman di antara audiens yang dituju.

3. Visualisasi

a) Visualisasi Ilustrasi

Ilustrasi memiliki kemampuan untuk mewakili secara visual suatu narasi dan isi tekstual, sehingga mampu menangkap imajinasi pembaca agar dapat memasuki kehidupan dari karakter yang di ilustrasikan. Penulis menggambarkan tokoh utama adalah seseorang yang gemar menggunakan media sosial dan sangat *update* sehingga penulis menciptakan seorang karakter anak muda perempuan dengan *style* jaman sekarang.



Gambar 1. Desain Karakter
(Akalili, 2023).

b) Visualisasi Warna

Berikut adalah warna yang dipilih sebagai pendukung ilustrasi untuk animasi 2D:



Gambar 2. Visualisasi Warna (Akalili, 2023).

c) Visualisasi Tipografi

Tipografi digunakan sebagai visualisasi judul dari animasi. Berikut adalah tipografi yang digunakan:



Gambar 3 . Visualisasi Tipografi (<https://www.1001fonts.com/a/ndina-font.html>, 30-06-2023).

C. Tujuan Kreatif

Secara umum tujuan komunikasi ilustrasi untuk animasi 2D untuk menunjukkan dampak buruk penggunaan media sosial yang berlebihan terhadap penderita Fear of missing out. Untuk memahami informasi yang ingin di sampaikan, penulis merancang sebuah ilustrasi yang akan di gunakan untuk animasi 2D.

Strategi kreatif yang digunakan dalam merumuskan tugas akhir ini berkaitan dengan pemeriksaan cermat terhadap objek yang diselidiki. Meliputi Segmentasi dan Targeting berupa data demografis dengan rentang usia 16 sampai 15 tahun. Segmentasi pada kekaryaan ini membidik golongan masyarakat baik yang belum menikah maupun sudah menikah. Sedangkan untuk sasaran jenis kelamin wanita dan pria, dengan beragam profesi yaitu pelajar, mahasiswa dan pekerja. Secara umum target market sebagian besar adalah remaja hingga dewasa muda yang

familiar menggunakan media sosial sebagai sarana pencarian informasi terbaru dalam kehidupan sehari-hari.

Segmentasi dan Targeting berikutnya berkaitan dengan kondisi geografis. Sasaran penelitian ini diorientasikan pada kota besar terutama Jakarta Raya (Jakarta Utara, Jakarta Barat, Jakarta Timur, Jakarta Selatan, dan Jakarta Pusat). Sasaran ini didasarkan pada heterogenitas sistem masyarakat. Diharapkan dengan keanekaragaman etnis ini mampu memberikan pengalaman komunikasi visual yang unik.

Segmentasi dan Targeting ketiga berupa psikografis yaitu identifikasi karakteristik kepribadian dan sikap yang memengaruhi gaya hidup seseorang dan perilaku pembelian. Psikografis titik data mencakup pendapat, sikap, dan keyakinan tentang berbagai aspek yang berkaitan dengan gaya hidup dan perilaku pembelian (Engel, 1994). Psikografis familiar dengan media sosial, pengguna media sosial dalam kesehariannya dan merupakan pribadi yang memiliki ketertarikan untuk mengatasi masalah mental.

Segmentasi dan Targeting terakhir yaitu Behavioral merupakan dimensi pada kognitif individu dan menawarkan berbagai metode yang berorientasi pada tindakan (action-oriented) untuk membantu mengambil langkah yang jelas dalam mengubah tingkah laku (Komalasari, 2016). Pada kasus ini merujuk pada masyarakat yang memiliki ketertarikan pada audio visual termasuk ilustrasi dan animasi.

Menurut Tjiptono positioning adalah strategi yang berusaha menciptakan diferensiasi yang unik dalam benak audiens sasaran, sehingga terbentuk citra (image) merek atau produk yang lebih baik dibandingkan merek produk sebelumnya (Tjiptono, 2008). Positioning dalam karya ini menempatkan ilustrasi dalam konteks tertentu, sehingga menghasilkan karya yang original dengan memiliki nilai kemanfaatan fungsi. Ilustrasi ini menempatkan pada media pembelajaran juga sebagai media hiburan.

D. IMPLEMENTASI DESAIN

1. Ilustrasi Judul

Menggunakan warna hitam yang merupakan warna netral untuk mempertegas judul. Ditambah dengan *stroke* halus berwarna putih untuk mempertegas tulisan agar tidak terhalang objek lainnya pada animasi.

Menggunakan font *Adina Demo Regular* yang memiliki kesan sederhana dan identik dengan cerita keseharian atau *slice of life*.



Gambar 4. Ilustrasi Judul
(Akalili, 2023).

2. Ilustrasi *Background* dan Suasana

Gaya desain yang digunakan adalah *flat design* dengan menggunakan *vector*. Gaya desain ini sering ditemukan di beberapa promosi media iklan maupun televisi dikarenakan prosesnya yang cepat dan sederhana sehingga dapat memberikan kenyamanan dan menarik perhatian.



Gambar 5. Ilustrasi DKV Esa Unggul
(Akalili, 2023).

Khusus untuk ilustrasi *Background* menggunakan Teknik *tracing* dari foto asli. Teknik ini digunakan oleh animasi asal Jepang yaitu Anime untuk menampilkan sebuah ciri khas dari tempat tersebut.



Gambar 6. Ilustrasi Kosan Malam Hari (Akalili, 2023).

3. Ilustrasi Karakter pada Animasi

Ilustrasi karakter di rancang menggunakan *vector* dan menggunakan gaya *flat desain*. *Flat design* merupakan gaya desain yang sederhana sehingga sangat mudah untuk membuat inbetween dari sebuah karakter agar pergerakannya mudah dipahami dalam animasi.



Gambar 7. Ilustrasi Desain Karakter (Akalili, 2023).



Gambar 8. Ilustrasi Desain Karakter (Akalili, 2023).

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk merancang ilustrasi untuk animasi 2D mengenai pengaruh media sosial yang berlebihan terhadap gangguan fear of missing out. Adapun kesimpulan yang dapat ditarik pada perancangan media ilustrasi ini adalah:

1. Ide dan latar belakang masalah dari perancangan media ilustrasi 2D berupa permasalahan gangguan fear of missing out yang semakin memburuk dengan hadirnya platform media sosial yang tidak dipergunakan dengan baik dan benar.
2. Konsep perancangan media ilustrasi 2D pada dampak fear of missing out berupa cerita yang menampilkan keseharian kita dalam menerima informasi dan bagaimana menanggapi informasi tersebut.
3. Media utama yaitu berupa ilustrasi animasi 2D dirancang menggunakan gaya desain flat design menggunakan vector yang merupakan media yang populer di kalangan pengguna media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, A. (2013). *Media Pembelajaran*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Caputo, T. C. (2003). *Visual Storytelling: The Art and Technique*. New York: WatsonGuptillPublications.
- Engel, J.F. (1994) *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Gabriela Margaret W. 2020. *Gambaran Adiksi Media Sosial Pada Remaja*. Skripsi Tidak Diterbitkan.
- Jahja, Y. (2015). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Komalasari, G. (2016) *Teori dan Teknik Konseling*. Jakarta Barat: PT. Indeks.
- Mc.Ginnis, Patrick J. (2020). *Fear of Missing Out*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nur, DRR., Achmad, YAF., Sigit, PY. (2015) *Penciptaan buku ilustrasi taman sari keraton yogyakarta sebagai upaya pengenalan cagar budaya*. *Jurnal Komunikasi*, Vol.4,No.2.
- Prakosa, G. (2010). *Animasi: Pengetahuan Dasar Film Animasi Indonesia*. Jakarta: Yayasan VisuallIndonesia (Nalar).
- Tjiptono, F. (2008) *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Sumber Website:

- https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-gambar-ilustrasi/#Tujuan_Penggunaan_Gambar_Ilustrasi (diakses pada 10 April 2024)
- <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6950098/5-jenis-teknik-pengumpulan-data-beserta-pengertiannya> (diakses pada 10 April 2024)
- Djkn.kemenkeu.go.id. (2021, 8 Juni).
- Fear of Missing Out (FOMO), Ketakutan Kehilangan Momen. Diakses 15 Maret 2023 dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13931/Fear-Of-Missing-Out-FOMO-Ketakutan-Kehilangan-Momen.html>
- Gramedia.com (2021). Pengertian Media Sosial. Diakses 17 Maret 2023 dari <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>
- Bijabersosmed.id (2020, 1 September) Panduan Bijak Bersosmed. Diakses 21 Maret 2023 dari <https://bijabersosmed.id/ebook-sept-alpha-ver-2.pdf>