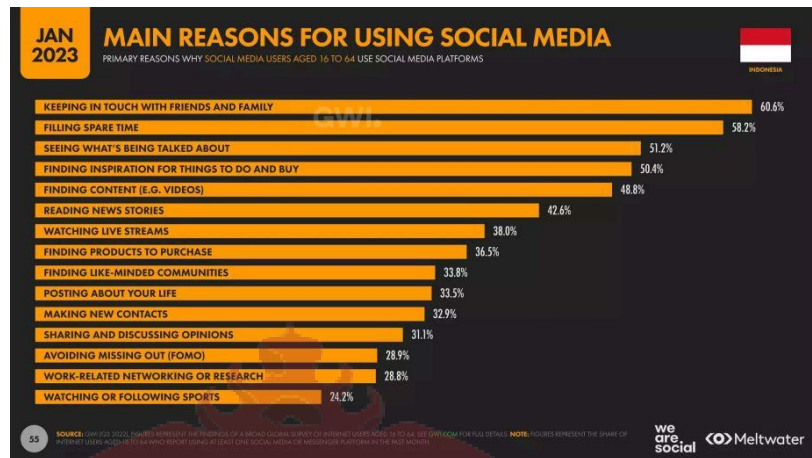


JUDUL : PERANCANGAN SHORT VIDEO EDUKASI “FOMO TO JOMO” UNTUK MAHASISWA SURAKARTA

A. Latar Belakang

Media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, dari penelitian telah banyak dilakukan untuk mengkaji dampak dari media sosial bagi penggunaannya termasuk dampak pada psikologis. Dampak psikologis pada pengguna media sosial memberikan dampak positif dan negatif terhadap kesejahteraan psikologis. Dampak positif berupa dukungan sosial, mengurangi kesepian, dan rasa minder, memberi kepekaan sosial dan emosional. Dampak negatif terjadi jika terdapat informasi berlebihan yang dapat menyebabkan “penularan emosi” sehingga pengguna media sosial mengalami peningkatan efek psikologis negatif, timbulnya masalah dengan orang lain, penundaan, manajemen waktu yang buruk, dan kurang mampu mengontrol diri terhadap penggunaan jejaring sosial. Gangguan mental pada kesehatan jiwa atau sebutan lainnya kesehatan mental adalah gangguan kesehatan yang berkaitan dengan kondisi emosi, kejiwaan, dan psikis. Penderita bisa mengalami gangguan pada emosi, pola pikir, dan perilaku. Dari sekian banyak jenis gangguan mental, beberapa yang paling sering terjadi adalah depresi dan gangguan kecemasan. Penggunaan media sosial termasuk faktor yang mempengaruhi terjadinya penyakit mental. Salah satunya yaitu adalah FOMO.

Indonesia, sebagai salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia, semakin mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam penggunaan teknologi digital. Data terbaru yang diterbitkan oleh Datareportal.com pada laporan “Digital 2023 Indonesia” menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat secara signifikan, dan diperkirakan akan terus berkembang hingga mencapai 215 juta pengguna pada tahun 2023. Total populasi (jumlah penduduk) yaitu 276,4 juta, perangkat mobile yang terhubung 353,8 juta (128% dari total populasi), pengguna internet 212,9 juta (77% dari total populasi), dan pengguna sosial media aktif 167 juta (60,4% dari total populasi).



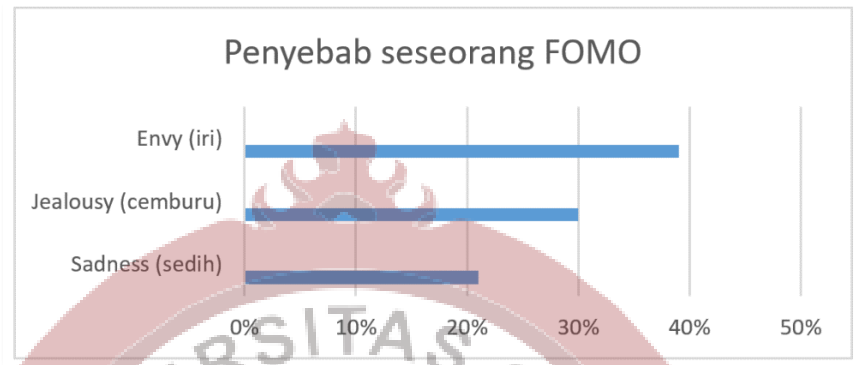
Gambar 2. Grafik Alasan Utama Orang Di Indonesia Menggunakan Sosial Media

Sumber : (<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>)

Sebanyak 60,6% menggunakan internet untuk berhubungan dengan teman dan keluarga. Sebanyak 58,2% menggunakan internet untuk mengisi waktu luang. Sebanyak 51,2% menggunakan internet untuk mengetahui apa yang dibicarakan oleh orang lain. Sebanyak 50,4% menggunakan internet untuk mencari inspirasi tentang apa yang akan dilakukan atau mencari produk.

FOMO terjadi saat seseorang tidak dapat memenuhi kebutuhan dasar psikologis, yakni tidak terpenuhinya kebutuhan akan otonomi, kompetensi, dan keterhubungan. Kebutuhan autonomy (otonomi) mengacu pada perbuatan diri sendiri tanpa dikontrol orang lain (individu sebagai sumber dari perilakunya). Kebutuhan competence (kompetensi) melibatkan keyakinan individu dalam bertindak atau berperilaku secara efektif. Sementara itu, kebutuhan relatedness adalah kebutuhan untuk merasa terhubung dengan individu lainnya. Apabila ketiga kebutuhan ini rendah maka akan memunculkan kecemasan dan mendorong individu untuk mencari informasi tentang kegiatan orang lain melalui sosial media. Seseorang akan mencurahkan melalui media sosial dengan tujuan memperoleh beragam informasi yang berhubungan dengan orang lain. Sebagai akibatnya, akan terus berusaha menggunakan media sosial guna mempelajari kejadian yang terjadi pada orang lain. Hal tersebut dapat mengakibatkan stres, merasa kehilangan

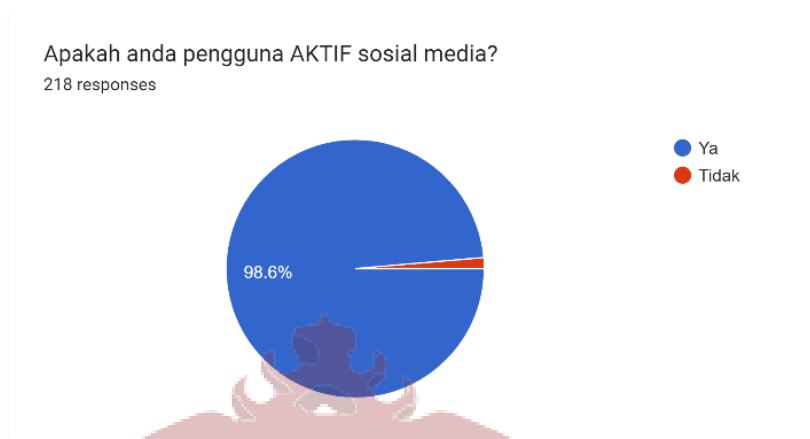
dan merasa jauh apabila tidak melihat kegiatan orang lain atau kelompok. Gejala yang muncul akibat FOMO berupa stres, merasa kesepian, dan memiliki self-esteem atau rasa kepedulian terhadap diri sendiri yang rendah.



Gambar 3. Grafik Penyebab Seseorang FOMO
Sumber : (<https://financesonline.com/fomo-statistics/>)

Data penyebab FOMO berupa faktor kesedihan dan kecewa terhadap diri sendiri (21%), faktor kecemburuan terhadap orang lain (30%), dan faktor iri terhadap apa yang orang lain miliki dan lakukan (39%).

Seseorang dengan tingkat FOMO yang tinggi cenderung secara gigih ingin tau kegiatan-kegiatan orang lain. FOMO dapat berbahaya karena seseorang cenderung ingin membuka sosial medianya dalam situasi-situasi yang tidak seharusnya, seperti ketika mengendarai mobil, partisipasi sosial, dan mengabaikan orang lain ketika melakukan komunikasi secara langsung. Beberapa hal yang dilakukan seseorang ketika sifat FOMO sudah melekat dengan selalu Mengecek sosial media menjadi hal pertama yang dilakukan ketika baru bangun tidur, Seseorang dengan FOMO kesulitan dalam manajemen waktu dan menghabiskan kurang lebih 400 menit perhari untuk mengecek sosol media, sebanyak 8 dari 10 orang FOMO percaya bahwa sosial media digunakan untuk menunjukkan siapa dirinya dan apa saja yang ia lakukan, orang yang FOMO merasa profil di sosial medianya sangat penting untuk menggambarkan kepribadian mereka yang sebenarnya.

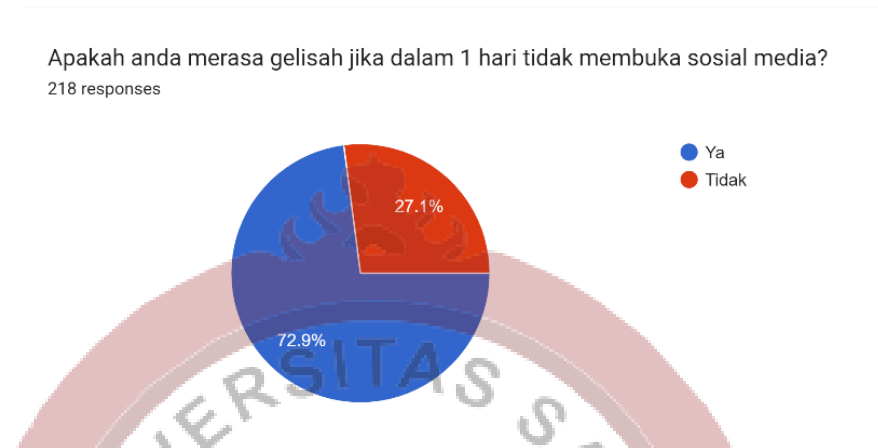


Gambar 4. Persentase penggunaan aktif sosial media
 Sumber : (Satriyo Adhe Saputra kuisisioner survey tingkat kecenderungan terhadap penggunaan sosial media)

Data survei diatas berupa persentase yang dilakukan terhadap mahasiswa Surakarta dengan jumlah 218 responden, dengan pertanyaan berupa “Apakah anda pengguna AKTIF sosial media” dan hasil yang di peroleh yaitu Ya (98,6%), dan Tidak (1,4%).

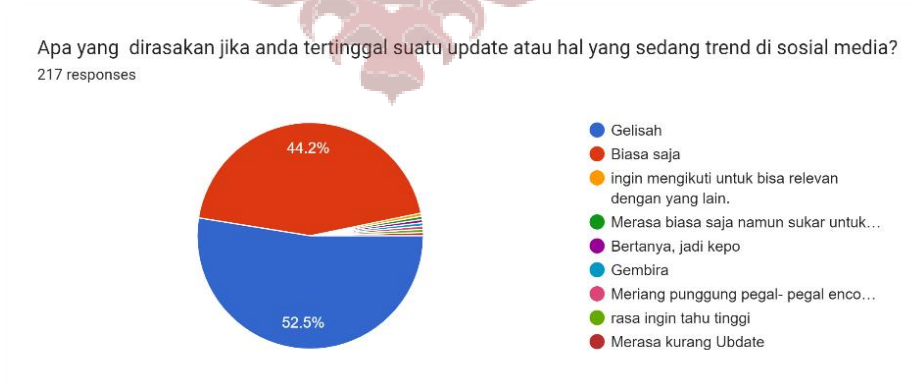
Berdasarkan pengamatan sekilas terhadap lingkungan, sebagian besar mahasiswa Universitas Surakarta dapat dipastikan memiliki akun akun sosial media yang memiliki tayangan video short di dalamnya seperti Instagram, TikTok, dan Youtube yang digunakan secara aktif setiap harinya, dalam berbagai kesempatan selalu diabadikan dan diunggah ke dalam Instagram, seolah sudah menjadi sebuah keharusan. Terjadi pada beberapa orang, mereka membuat akun Instagram karena seluruh orang dalam lingkungannya memiliki akun Instagram, agar dia diterima dalam pergaulan. Sebuah fenomena pada generasi sekarang adalah kenyataan bahwa mereka tidak pernah melepaskan smartphone dari genggamannya. Banyaknya orang yang menggunakan sosial media memiliki latar belakang yang berbeda-beda, sehingga sering dimanfaatkan oleh mahasiswa untuk mengeksplor banyak hal, seperti mencari informasi, baik seputar kegiatan perkuliahan maupun yang berhubungan dengan gaya hidup atau lifestyle, hiburan seperti film dan musik, berbagai macam trik dan tips, informasi dunia luar. Hasil dari pengumpulan data sebagian besar mahasiswa yaitu sadar bahwa mereka membuang-buang waktu

di sosial media, sehingga mereka sulit untuk fokus dalam kegiatan yang lebih penting.dalam kegiatan yang lebih penting.



Gambar 5. Persentase kegelisahan pengguna sosial media
Sumber : (Satriyo Adhe Saputra_kuisisioner survey tingkat kecenderungan terhadap penggunaan sosial media)

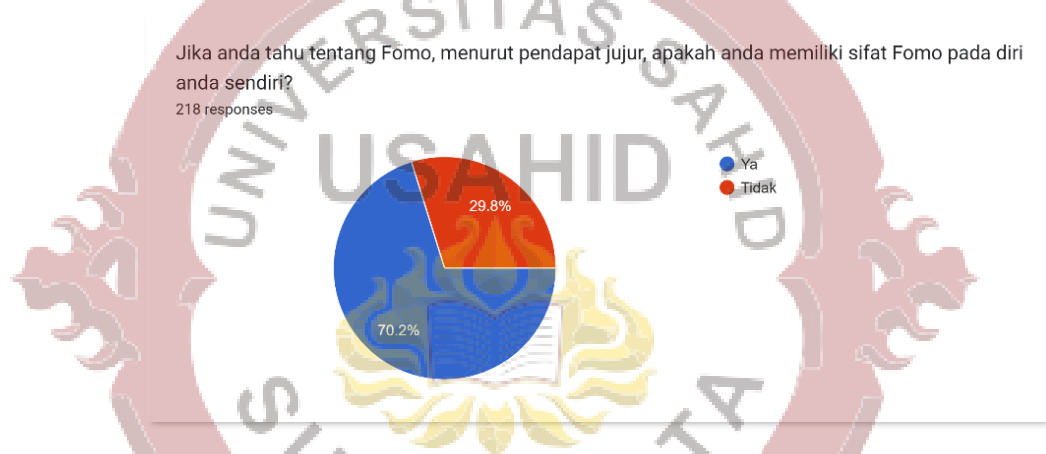
Data survei diatas berupa persentase yang dilakukan terhadap mahasiswa Surakarta dengan jumlah 218 responden, dengan pertanyaan berupa “Apakah anda merasa gelisah jika dalam 1 hari tidak membuka sosial media?” dan hasil yang di peroleh yaitu 72,9% merasa gelisah, dan 27,1% Tidak merasa gelisah. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar masih merasa bahwa menggunakan sosial media sangat penting dan menjadi kewajiban untuk digunakan dalam sehari-hari.



Gambar 6. Persentase kegelisahan ketertinggalan tren terhadap pengguna sosial media

Sumber : (Satriyo Adhe Saputra_kuisisioner survey tingkat kecenderungan terhadap penggunaan sosial media)

Data survei diatas berupa persentase yang dilakukan terhadap mahasiswa Surakarta dengan jumlah 217 responden, dengan pertanyaan berupa “Apa yang dirasakan jika anda tertinggal suatu update atau hal yang sedang trend di sosial media?” dan hasil yang di peroleh yaitu Gelisah (52,5%), tidak gelisah (44,2%), dan jawaban lain masing-masing sebesar (0,5%). Kesimpulan dari data survei diatas menunjukkan bahwa mahasiswa masih merasa gelisah ketika tertinggal suatu update dari media sosial.



Gambar 7. Persentase tingkat FOMO

Sumber : (Satriyo Adhe Saputra_kuisisioner survey tingkat kecenderungan terhadap penggunaan sosial media)

Data survei diatas berupa persentase yang dilakukan terhadap mahasiswa Surakarta dengan jumlah 218 responden, dengan pertanyaan berupa “Jika anda tahu tentang Fomo, menurut pendapat jujur, apakah anda memiliki sifat Fomo pada diri anda sendiri?” dan hasil yang di peroleh yaitu FOMO (70,2%), tidak FOMO (29,8%). Kesimpulan dari data survei diatas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa menyadari bahwa terdapat sifat FOMO pada diri.

Pentingnya menanggapi masalah tersebut dengan memberikan edukasi yang inspiratif sehingga dapat memberikan motivasi untuk lebih percaya diri dan bisa memanfaatkan sesuatu dengan bijak agar bermanfaat serta membuat mahasiswa lebih kreatif dan menghargai diri sendiri. Pengambilan tema FOMO diatas penulis ingin mengetahui dampak fenomena tersebut serta memberikan

edukasi terhadap mahasiswa yang merasakan dampaknya serta memberikan cara agar mengubah FOMO menjadi suatu hal yang baik dengan menjadikannya JOMO (Joy Of Missing Out) yaitu lebih dapat menikmati hidup tanpa merasa terganggu dengan ketertinggalan suatu hal. Media yang digunakan yaitu short video seperti reels instagram, video tiktok, dan youtube short. yaitu berupa video edukasi, media ini lebih mudah tersampaikan karena penggunaannya yang sering dipakai mahasiswa. Dengan penyampaian edukasi menggunakan media short video, diharapkan dapat tersampaikan dengan baik dan tepat.

Pemaparan media dengan solusi yang disampaikan berupa pengertian singkat tentang fenomena FOMO, sebab dan akibatnya, serta memberikan beberapa solusi pencegahan hal tersebut dengan menggunakan metode JOMO yang lebih dapat bermanfaat daripada FOMO tersebut. Dalam reels tersebut akan menggunakan bahasa pembahasan yang mudah dan lebih menarik agar dapat tersampaikan dengan baik dan benar.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana konsep rancangan Short Video Edukasi “FOMO to JOMO” Untuk Mahasiswa Surakarta agar terealisasikan dengan baik dan tepat?
2. Bagaimana Perancangan Short Video Edukasi “FOMO to JOMO” Untuk Mahasiswa Surakarta agar tersampaikan dengan baik dan tepat?

C. Tujuan

1. Konsep rancangan Short Video Edukasi “FOMO to JOMO” Untuk Mahasiswa Surakarta agar terealisasikan dengan baik dan tepat
2. Merancang Short Video Edukasi “FOMO to JOMO” Untuk Mahasiswa Surakarta agar tersampaikan dengan baik dan tepat

D. Manfaat

Adapun beberapa manfaat dari perancangan ini antara lain :

1. Bagi Penulis
Untuk menerapkan metode atau ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dan melatih untuk menganalisa permasalahan yang ada serta mencari penyelesaiannya.

2. Bagi Akademik

Sebagai riset dan bahan pertimbangan untuk generasi berikutnya dalam pengerjaan proposal dan tugas akhir.

3. Bagi Pembaca

Diharapkan sebagai edukasi dan penambah wawasan tentang permasalahan media sosial, khususnya permasalahan FOMO.

E. Tinjauan Pustaka

Pada karya tugas akhir yang berjudul “HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM TERHADAP REGULASI DIRI DAN FEAR OF MISSING OUT” tahun 2019, karya Danan Satriyo Wibowo dan Ratna Nurwindasari, Universitas Muhammadiyah Jember (Wibowo & Nurwindasari, 2019), dalam jurnal ini mengatakan pengguna Instagram di Indonesia mencapai jumlah 55 juta orang, dan merupakan media sosial keempat yang paling banyak penggunaannya setelah Youtube, Facebook dan Whatsapp. Melalui Instagram, seseorang bisa membagikan foto dan video pendek dengan harapan orang lain yang melihat akan suka, peduli, perhatian, berkomentar dan bahkan memuji postingannya. Fitur lain yang ditawarkan oleh Instagram adalah Instastory dan Instagram Live, membuat pengguna Instagram dengan mudah bisa mengikuti setiap aktivitas yang dibagikan oleh teman-temannya. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara ditemukan intensitas tinggi penggunaan media sosial Instagram pada malam hingga menjelang dini hari dan intensitas ini akan semakin meningkat di akhir pekan. Melalui instagram mahasiswa banyak menghabiskan waktu untuk melihat postingan foto, video maupun Instastory yang dibagikan oleh teman maupun public figure ataupun untuk mengetahui hal-hal yang sedang viral di media sosial. Bahkan tidak jarang juga dilakukan pada saat mengerjakan tugas kuliah, diskusi kelompok di dalam kelas maupun saat perkuliahan sedang berlangsung. Ditemukan pula apabila terkadang, mereka segera ingin menyelesaikan tugas-tugas kuliah agar segera bisa kembali ke media sosialnya dan rupanya hal ini berakibat pada kurang berkualitasnya hasil tugastugas kuliahnya.

Perbedaan pada karya tugas akhir diatas dengan perancangan yang akan dibuat adalah pada fokus media yang digunakan pada media sosial instagram sedangkan pada perancangan yang akan dibuat menggunakan fitur short video pada media sosial, dan manfaat pada tugas akhir penelitian diatas adalah sebagai referensi tingkat penggunaan sosial media pada kasus FOMO dikalangan mahasiswa dalam perancangan.

Pada karya tugas akhir yang berjudul "HUBUNGAN ANTARA KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO) DI MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA DENGAN KETERLIBATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI VARIABEL PERANTARA" tahun 2019, karya Annisa H. Harianto (Harianto Annisa H., 2019), mengatakan bahwa berbeda dari penyesalan pada umumnya yang terjadi setelah keputusan diambil, penyesalan pada FOMO bisa terjadi pada individu ketika ia percaya membuat keputusan terbaik, namun masih merasa melewatkan sesuatu. Misalnya Anda berada diantara dua pilihan, berkencan bersama pacar atau berkumpul bersama teman. Anda memilih berkencan dan mendapatkan pengalaman yang berkesan namun masih merasa menyesal karena melewatkan waktu berkumpul bersama teman. Perlu digaris bawahi bahwa FOMO sangat mungkin terkait dengan perasaan cemas, bukan karena kurang bahagia atas pengalaman yang terlewatkan. Hal ini menunjukkan bahwa FOMO bukan hanya sekedar masalah pengendalian diri untuk melanjutkan kegiatan yang wajib diselesaikan (maupun kegiatan sukarela) dengan mengorbankan kegiatan yang lebih menarik, namun lebih mengarah kepada sebuah fenomena sosial yang inheren, individu mengalami sedikit gejala FOMO ketika mereka terlibat dalam suatu kegiatan dengan individu lain. Kebutuhan akan kehadiran individu lain masuk ke dalam Teori Kebutuhan Afiliasi, dimana individu membutuhkan dukungan dari individu lain, sedangkan dewasa ini kehadiran individu lain tidak hanya dapat ditemui secara langsung namun juga secara virtual atau melalui dunia maya, manusia sebagai makhluk sosial membutuhkan kehadiran individu lain dan tidak bisa lepas seutuhnya dari pengaruh individu lain pula.

Perbedaan pada penelitian diatas dengan perancangan yang akan dibuat adalah bahwa penelitian diatas fokus terhadap dampak FOMO pada seseorang yang mengalaminya, sedangkan pada perancangan yang akan dibuat fokus pada penerapan metode untuk mengurangi atau menjadikan mahasiswa tidak menjadi FOMO dan lebih menikmati ketertinggalan, dan manfaat yang diambil dari penelitian diatas adalah data reaksi dan sebab dari dampak ketika seorang mahasiswa mengalami FOMO.

Pada karya tugas akhir yang berjudul “EDUKASI GIZI SEIMBANG MENGGUNAKAN MEDIA VIDEO TERHADAP PENGETAHUAN DAN SIKAP MAHASISWA DIMASA PANDEMI COVID-19” tahun 2022, karya Suprpto Suprpto, Trimaya Cahya Mulat, dan Hartaty Hartaty, Program Studi Keperawatan, Politeknik Sandi Karsa Makasar) (Suprpto et al., 2021), mengatakan bahwa pentingnya media video sebagai media adalah memiliki kemampuan untuk memaparkan sesuatu yang rumit atau kompleks serta sulit dijelaskan dengan hanya gambar dan kata-kata saja. Berkaitan dengan media video, penggunaan media pembelajaran khususnya video dapat meningkatkan daya tarik, serta motivasi siswa dalam mengikuti proses pembelajaran. Peningkatan pengetahuan dan sikap subjek dengan metode media video karena penyuluh memberikan proses belajar mengajar pada subjek dengan memanfaatkan semua alat inderanya dan memutar media video sebanyak 2 kali pemutaran (Lingga, 2015. Pengetahuan merupakan hasil tahu, dan ini terjadi setelah orang melakukan pengindraan terhadap objek tertentu. Hasil penelitian (Anestya dan Muwakhidah, 2018) menunjukkan bahwa ada perbedaan antara pengetahuan sebelum pendidikan gizi menggunakan media video dengan pengetahuan sesudah pendidikan gizi yang menggunakan media video dibuktikan dengan kenaikan pengetahuan sebesar 100%.

Perbedaan pada penelitian diatas dengan rancangan yang akan dibuat adalah pada media video, dengan durasi video yang digunakan dan penyampaian, pada perancangan yang akan dibuat menggunakan media short video dengan durasi pendek, sedangkan manfaat yang dapat diambil yaitu

pengetahuan pentingnya pemilihan media video dalam penyampaian informasi yang efektif.

Pada karya tugas akhir yang berjudul “HAMBATAN INTERAKSI SOSIAL MAHASISWA TERINDIKASI FEAR OF MISSING OUT (FOMO)(STUDI KASUS: MAHASISWA FIP UNP)”, tahun 2022, karya Sulastri, dan Ike Sylvia (Sulastri & Sylvia, 2022), mengatakan bahwa perkembangan media sosial yang pesat pada zaman saat ini, menyebabkan cara berkomunikasi dan berinteraksi mengalami perubahan dan timbulnya kecanduan yang berlebihan terhadap media sosial tersebut, sehingga menimbulkan rasa cemas yang berlebihan jika tidak berhubungan dengan media sosial, hal ini dapat disebut dengan Fear of Missing Out (FOMO). Tujuan penelitian ini untuk mengungkapkan mengapa interaksi sosial mahasiswa terindikasi FOMO mengalami hambatan di lingkungan sosialnya. Dengan studi kasus mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis studi kasus intrinsik. Teori yang digunakan untuk menganalisis penelitian adalah teori hyperreality (Jean Baudrillard). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan adanya masalah pada interaksi sosial sehingga menimbulkan hambatan pada saat berinteraksi sosial di lingkungan sosial, khususnya di lingkungan kampus Fakultas Ilmu Sosial UNP yang membuat interaksi sosial secara langsung cenderung menurun.

Perbedaan dari penelitian diatas dan perancangan yang akan dibuat adalah pada fokus yang diteliti yaitu efek dan akibat seorang yang terindikasi FOMO dengan hubungan sosialnya dari cara berkomunikasi dan berinteraksi, sedangkan pada pernacngan yang akan dibuat berfokus pada tujuan dari pengurangan dan cara menghilangkan sifat atau perilaku fomo dengan sebuah metode.

Pada karya tugas akhir yang berjudul “PENGUNAAN VIDEO SEBAGAI MEDIA EDUKASI KESEHATAN MATA DI MEDIA SOSIAL” tahun 2022, karya Hanna Nurul Husna, Ade Yeni Aprillia, Winda Trisna

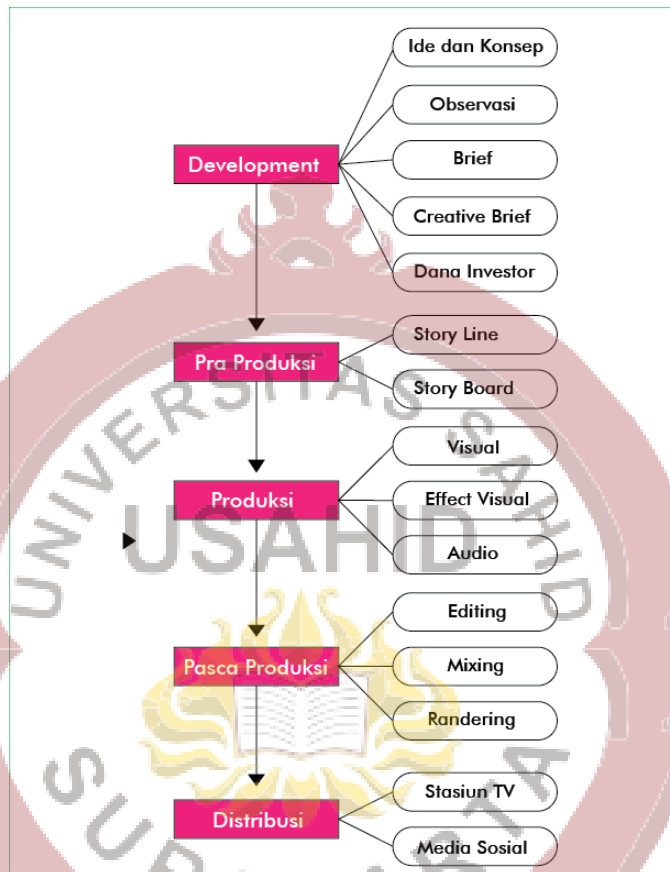
Wulandari, Keni Idacahyati, Gatut Ari Wardhani, Firman Gustaman, Lusi Nurdianti, Indra, Diana Sri Zustika, Fajar Setiawan, Dichy Nuryadin Zain, Wawan Rismawan, Lilis Tuslinah, dan Meri Universitas Bakti Tunas Hudaya (Husna et al., 2022), dikatakan bahwa edukasi dilakukan dengan menggunakan media video. Beberapa penelitian telah dilakukan terkait dengan penggunaan video sebagai media promosi kesehatan. Materi yang disampaikan melalui video edukasi tersebut adalah keluhan yang akan muncul saat melihat layar gawai terlalu lama serta cara mencegah keluhan tersebut. Dari hasil kegiatan yang dilakukan telah dihasilkan video edukasi kesehatan mata. Penayangan video di media sosial Instagram dan Youtube mendapat respon yang cukup bagus dari masyarakat dan semua responden sepakat bahwa informasi kesehatan mata yang disampaikan sangat bermanfaat dan sangat dibutuhkan konten serupa di masyarakat. Dari kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa video edukasi kesehatan mata yang dibuat dan disebar dengan menggunakan media sosial memiliki jangkauan yang lebih luas. Responden pun merasakan kebermanfaatan informasi yang disampaikan melalui video ini.

Perbedaan dari jurnal diatas dengan perancangan yang akan dibuat adalah fokus dari materi dan jenis media yang sedikit berbeda, pada jurnal diatas menggunakan media video youtube yang umum dipakai dengan durasi yang lebih panjang, sedangkan pada perancangan yang akan dibuat menggunakan media short video yang terdapat disosial media dengan fokus pada permasalahan FOMO.

Kesimpulan perbedaan dari perancangan dan penelitian diatas dengan perancangan yang akan dibuat adalah perancangan yang akan dibuat dengan menyatukan kedua unsur dari permasalahan FOMO pada mahasiswa dengan media short video edukasi tentang perilaku dan cara mengatasinya, sedangkan isi dari beberapa penelitian diatas menjelaskan tentang perilaku FOMO pada mahasiswa serta pemahaman tentang hal tersebut dan manfaat penggunaan short video sebagai sarana edukasi yang efektif. Manfaat dari tinjauan pustaka diatas sebagai referensi dan pembelajaran untuk pembuatan perancangan yang akan dibuat, dengan mempelajari materi-materi yang ditulis

oleh perancang sebelumnya memberikan banyak ide dan gagasan yang sangat membantu dalam perancangan ini.

F. Metodologi Perancangan



Gambar 8. Kerangka Metode Perancangan

Sumber : (<https://studioantelope.com/tahap-produksi-video/>)

1. Development

Fase development merupakan tahap pengumpulan informasi dan data yang akan diolah di tahap development. Pada fase ini memiliki beberapa tahapan, yaitu perancangan ide cerita dan konsep, observasi, brief, creative brief, dan dana investor.

2. Pra Produksi

Fase pra produksi merupakan tahap pembuatan rancangan yang akan dibuat. Apabila fase Development telah sesuai dengan ide cerita, maka disusunlah alur dari ceritanya yang berupa story line dan story board.

3. Produksi

Fase produksi merupakan hahap pengambilan gambar dengan didasari story line dan story board yang di buatdan akan menjalankan apa yang telah ditetapkan pada fase pra produksi. Pada fase produksi terdapat tiga tahapan, yaitu visual, effect visual, dan audio.

4. Pasca Produksi

Fase pasca produksi merupakan tahap mengolah hasil dari tahap produksi yang sudah dikumpulkan dan disusun menjadi sebuah video dengan menggunakan tahapan editing, mixing, dan rendering.

5. Disribusi

Fase distribusi merupakan tahap terakhir dari semua proses perancangan video, hasil dari video yang telah dibuat dibagikan atau disebarakan menggunakan 2 media, yaitu stasiun TV, dan media sosial.

Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari perancangan yang sudah tersusun terdiri dari beberapa Bab yang berkaitan.

Bab I

Pada bagian ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan serta manfaat perancangan, tinjauan pustaka, landasan teori, metode perancangan dan sistematika penulisan.

Bab II

Pada bagian ini berisi informasi-informasi lengkap mengenai objek yang dibahas pada konsep perancangan ini, seperti data, deskripsi, jumlah dan analisa objek.

Bab III

Pada bagian ini berisi konsep perancangan karya yang akan dibuat yang berisikan analisa data, USP, ESP, positioning, strategi kreatif. konsep teknis dan media plan.

Bab IV

Pada bagian ini berisi perwujudan karya yang dibuat serta penjelasan karya yang akan direalisasikan.

Bab V

Pada bagian ini berisi kesimpulan dan saran dari konsep perancangan dan pembuatan karya yang telah dilakukan diwujudkan untuk institusi maupun dosen pengajar



G. Identifikasi Data

Perancangan Short video edukasi “FOMO to JOMO” untuk mahasiswa Surakarta tentunya memiliki dasar-dasar yang penting, salah satunya yaitu identifikasi data sebagai objek penelitian dari rancangan. Identifikasi data yang diperoleh berfungsi untuk menentukan bentuk strategi kreatif dan hasil perancangan yang akan dibuat dapat terwujud dengan baik dan tersampaikan dengan tepat. Suatu kelebihan dan kekurangan dari objek perancangan dapat menentukan poin penting dan berbagai hal yang harus dilakukan agar strategi kreatif dapat memberikan dampak sesuai dengan target dari perancangan.

1. FOMO

Fear of Missing Out (FOMO) yaitu adanya keinginan yang besar untuk tetap terus terhubung dengan apa yang sedang dilakukan oleh orang lain melalui dunia maya (Przybylsky, 2013). Perasaan di mana seseorang merasa begitu khawatir jika melewatkan tren yang sedang terjadi di kehidupan sosialnya. Istilah FOMO ini diciptakan pada tahun 2004, ketika penulis Patrick J. McGinnis menerbitkan sebuah op-ed (Opposite The Editorial Page) di The Harbus, majalah Harvard Business School yang berjudul McGinnis 'Two FO's: Social Theory di HBS, di mana merujuk pada FOMO dan kondisi yang terkait. Pada umumnya mereka yang mengalami FOMO merasa takut ketinggalan berita terbaru, gelisah bila tidak terhubung atau mengikuti tren di dunia maya.

Fear of Missing Out (FOMO) pada dasarnya merupakan kecemasan sosial tetapi dengan perkembangan teknologi dan internet saat ini

menyebabkan kondisi ini semakin meningkat (JWTIntelligence, 2012). FOMO disebut sebagai suatu kecemasan sosial yang lahir dari kemajuan teknologi, informasi dan keberadaan media sosial yang kian meningkat.

Media sosial menyediakan wadah untuk aktif berkomunikasi antara teman dan orang lain serta dapat mengakses berbagai macam informasi. Hal tersebut menghasilkan kemudahan dalam mengakses informasi secara real time mengenai berbagai macam aktivitas, kegiatan orang lain dan topik-topik yang sedang terjadi yang didapatkan melalui media sosial (Przyblylski, Murayama, DeHaan & Gladwell, 2013). Sehingga berdasarkan realita tersebut, Przyblylski tertarik untuk melakukan penelitian secara empiris tentang suatu fenomena baru yang dinamakan fear of missing out (FOMO).

Indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut (Przyblylski, 2013):

1. Ketakutan

Ketakutan diartikan sebagai keadaan emosional yang timbul pada seseorang yang merasa terancam ketika seseorang sedang terhubung atau tidak terhubung pada suatu kejadian atau pengalaman atau percakapan dengan pihak lain.

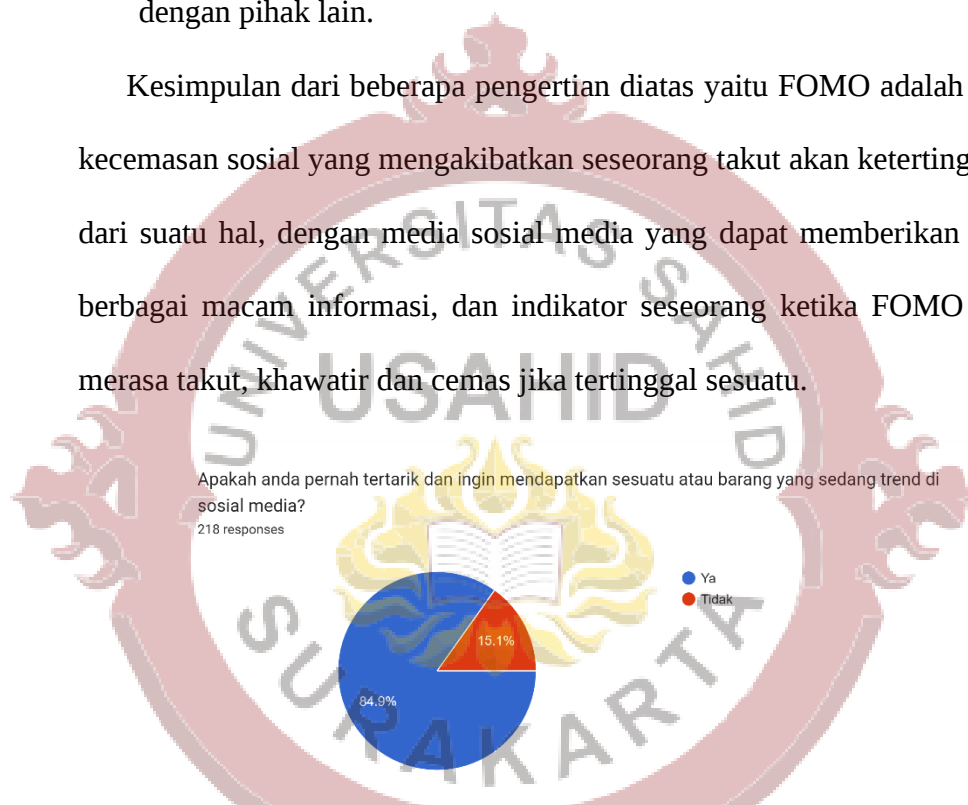
2. Kekhawatiran

Kekhawatiran diartikan sebagai perasaan yang timbul ketika seseorang menemukan bahwa orang lain sedang mengalami peristiwa menyenangkan tanpanya dan merasa telah kehilangan kesempatan bertemu dengan orang lain.

3. Kecemasan

Kecemasan diartikan sebagai respons seseorang terhadap sesuatu yang tidak menyenangkan ketika seseorang sedang terhubung atau tidak terhubung pada suatu kejadian, pengalaman, serta percakapan dengan pihak lain.

Kesimpulan dari beberapa pengertian diatas yaitu FOMO adalah suatu kecemasan sosial yang mengakibatkan seseorang takut akan ketertinggalan dari suatu hal, dengan media sosial media yang dapat memberikan akses berbagai macam informasi, dan indikator seseorang ketika FOMO yaitu merasa takut, khawatir dan cemas jika tertinggal sesuatu.

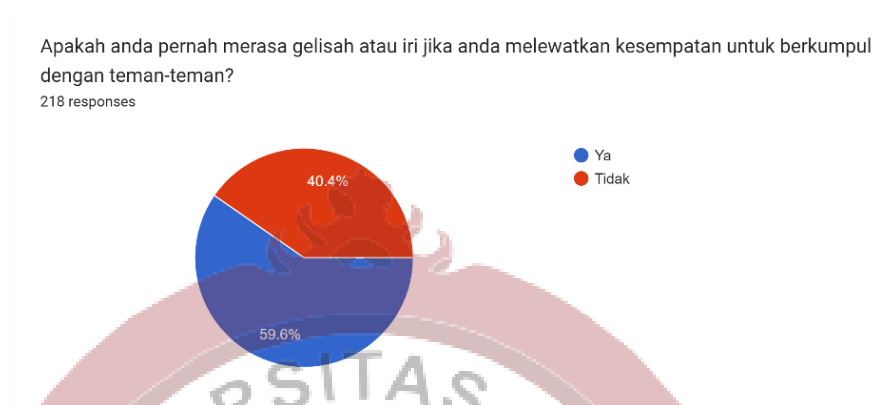


Gambar 9. Survey tingkat ketertarikan terhadap barang yang sedang trending di media sosial

Sumber : (Satriyo Adhe Saputra, kuisioner survey tingkat kecenderungan terhadap penggunaan sosial media)

Data survei diatas berupa persentase yang dilakukan terhadap mahasiswa Surakarta dengan jumlah 218 responden, dengan pertanyaan berupa “Apakah anda pernah tertarik dan ingin mendapatkan sesuatu atau barang yang sedang trend di sosial media?” dan hasil yang di peroleh yaitu Ya (84,9%), Tidak (15,1%). Kesimpulan dari data survei diatas menunjukan

bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki ketertarikan dan rasa ingin memiliki sesuatu yang sedang tren di sosial media.



Gambar 10. Survey tingkat kegelisahan ketertinggalan kegiatan
Sumber : (Satriyo Adhe Saputra_kuisisioner survey tingkat kecenderungan terhadap penggunaan sosial media)

Data survei diatas berupa persentase yang dilakukan terhadap mahasiswa Surakarta dengan jumlah 218 responden, dengan pertanyaan berupa “Apakah anda pernah merasa gelisah atau iri jika anda melewatkan kesempatan untuk berkumpul dengan teman-teman?” dan hasil yang di peroleh yaitu Ya (50,6%), Tidak (40,4%). Kesimpulan dari data survei diatas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki rasa iri dan gelisah ketika tidak berkumpul dan melewatkan suatu kegiatan bersama teman.

2. Mahasiswa Surakarta

Mahasiswa aktif yang terdaftar di universitas atau perguruan tinggi di kota Surakarta dengan usia 18-25 Tahun. Kota Surakarta yang biasa dikenal dengan kota “Solo”, merupakan salah satu kota yang berada di Provinsi Jawa Tengah. Kota Surakarta ini memiliki luas wilayah : 44.06km² , yang terletak antara 110° 45’ 15” dan 110° 45’ 35” Bujur 38 Timur dan antara 7°

36' dan 7° 56' Lintang Selatan, yang merupakan dataran rendah dengan ketinggian $\pm 92\text{m}$ dari permukaan laut.

Secara administratif sebelah utara Kota Surakarta berbatasan dengan Kabupaten Boyolali, sebelah timur dengan Kabupaten Karanganyar, Sebelah Selatan-Barat berbatasan dengan Kabupaten Sukoharjo. Kota Surakarta sendiri terdiri atas 5 kecamatan, yaitu diantaranya Kecamatan Pasar Kliwon, Kecamatan Banjarsari, Kecamatan Laweyan, Kecamatan Serengan, Kecamatan Jebres. 60% lahan di Kota Surakarta dipakai sebagai pemukiman.



Gambar 11. Peta Wilayah Kota Surakarta
Sumber : (Badan Pusat Statistik Kota Surakarta)

Universitas/Perguruan Tinggi	Mahasiswa Negeri (2022)	Mahasiswa Swasta (2022)	Jumlah
Kota Surakarta	46.927	46.552	93.479

Gambar 12. Daftar Jumlah Mahasiswa Surakarta.

Sumber : (BPS Provinsi Jawa Tengah 2020-2022)

Survei diatas menunjukan jumlah mahasiswa yang terdapat di perguruan tinggi Surakarta, dengan total 93.479 mahasiswa, dan memiliki akses internet karena setiap perguruan tinggi mewajibkan setiap mahasiswa dapat mengakses situs dari universitasnya masing-masing untuk digunakan mahasiswa.

3. Media Sosial

Media sosial adalah sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya. Pengguna media sosial berinteraksi dan berkomunikasi, mencari informasi, mengirim pesan, dan membangun jaringan. Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial, media sosial menggunakan teknologi berbasis web internet yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Faqihatin, 2021).

Media sosial memiliki pengaruh positif dan negatif sebagai berikut (Faqihatin, 2021) :

a. Pengaruh positif :

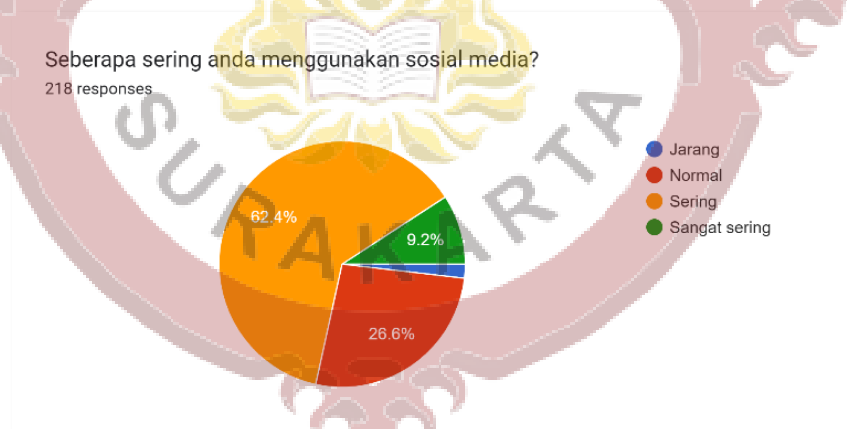
- 1) Bersosialisasi dengan publik dan memperbanyak hubungan pertemanan, dan dengan masyarakat umum lainnya.
- 2) Menjadi tempat untuk mengembangkan diri dengan saling bertukar informasi satu sama lain.
- 3) Mendapatkan ilmu dan informasi dengan mudah.

b. Pengaruh negatif

- 1) Pengguna sosial media lebih banyak menghabiskan waktunya di dunia maya daripada di dunia nyata.

- 2) Menjadikan lupa waktu dan mengurangi waktu efektif penggunaannya.
- 3) Tugas dan kegiatan terbengkalai karena sudah terlalu menikmati sosial media menjadikan penyakit malas dan lalai.
- 4) Banyak tindakan kejahatan melalui online seperti penipuan, penculikan, ajakan hal negatif dan tindak kriminal lainnya.
- 5) Mengganggu kesehatan terhadap syaraf dan mental tubuh.

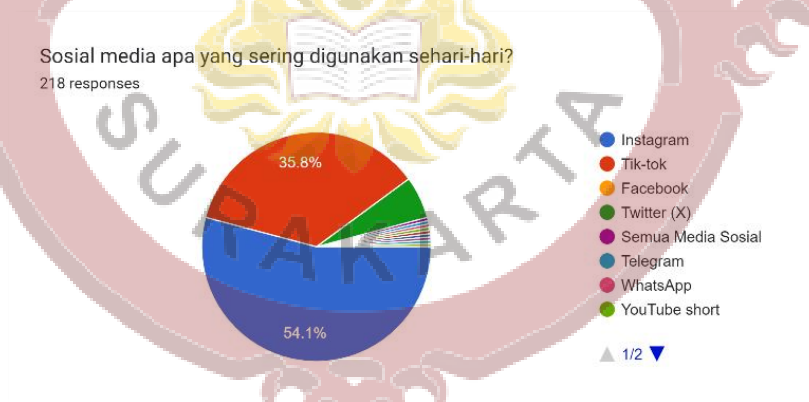
Perolehan data berikut didapat dari survey terhadap mahasiswa Surakarta yang dilakukan secara online tentang tingkat kecenderungan terhadap penggunaan sosial media mengenai beberapa sosial media yang digunakan.



Gambar 13. Persentase waktu penggunaan sosial media
Sumber : (Satriyo Adhe Saputra_kuisisioner survey tingkat kecenderungan terhadap penggunaan sosial media)

Data survei diatas berupa persentase yang dilakukan terhadap mahasiswa Surakarta dengan jumlah 218 responden, dengan pertanyaan berupa “Seberapa sering anda menggunakan sosial media?” dan hasil yang di peroleh yaitu Jarang (1,8%), Normal (26,6%), Sering (62,4%), dan

Sangat sering (9,2%). Penggunaan sosial media memiliki berbagai dampak pada penggunanya, efek positif dari penggunaan sosial media yaitu pengguna dapat memperoleh informasi dari internet dengan mencari akun atau pengguna yang membagikan informasi, serta dapat digunakan sebagai hiburan karena berbagai macam konten terdapat di sosial media, dan efek negatif dari penggunaan sosial media jika digunakan secara berlebihan dapat berdampak pada kesehatan fisik dan mental, karena efek dari layar yang digunakan secara berlebihan mengakibatkan mata lelah dan sakit, dan dampak pada kesehatan mental berupa konten-konten atau hal yang tidak dapat disaring dengan benar membuat pengguna mengonsumsi berbagai hal yang dapat mengolah pola pikiran.



Gambar 14. Persentase waktu penggunaan sosial media.

Sumber : (Satriyo Adhe Saputra_kuisisioner survey tingkat kecenderungan terhadap penggunaan sosial media)

Data survei diatas berupa persentase yang dilakukan terhadap mahasiswa Surakarta dengan jumlah 218 responden, dengan pertanyaan berupa “Sosial media apa yang sering anda gunakan?” dan hasil yang diperoleh yaitu Instagram (54,1%), Tiktok (35,8%), Twitter/X (6%), dan Facebook, Whatsapp, Telegram, serta Youtube masing masing 0,5%. Pada

perolehan data di atas bahwa semua sosial media yang digunakan memiliki fitur untuk munggah video dengan pilihan durasi, dengan begitu short video terdapat dalam semua sosial media yang digunakan.

Media sosial yang digunakan dalam perancangan ini memiliki fitur penayangan video dengan durasi 60 detik atau satu menit. Beberapa aplikasi sosial media tersebut adalah sebagai berikut :

a. Instagram

Aplikasi berbagi foto dan video, menerapkan filter digital, dan membagikannya. Berdiri pada 6 Oktober 2010, didirikan oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom.



Gambar 15. Logo Instagram
Sumber : (<https://images.app.goo.gl/rmAuqa2DNQSJsCQV9>)

b. Tik-Tok

Aplikasi hosting video berdurasi pendek berdurasi 3 detik hingga 10 menit, aplikasi ini berasal Tiongkok buatan pengusaha bernama Zhang Yiming, diluncurkan pada awal September 2016.



Gambar 16. Logo Tik-Tok

Sumber : (<https://images.app.goo.gl/1dW4e2WfUakf34Y3A>)

c. Youtube Short

Suatu *platform* berbagi video pendek yang ditawarkan oleh youtube, dipublikasikan sejak tahun 2020 dengan batasan video 15-60 detik.



Gambar 17. Logo Youtube Short

Sumber : (<https://images.app.goo.gl/2t1v11suw64cSnsW9>)

d. X

Aplikasi media sosial daring untuk memosting teks, gambar dan video. Berdiri sejak 15 Juli 2006 dan di buat oleh Jack Dorsey dengan nama Twitter, kemudian diakuisisi pada 22 Oktober 2022 oleh Elon Musk dan di ubah nama menjadi X pada Juli 2023.



Gambar 18. Logo X

Sumber : (<https://images.app.goo.gl/tY5hcjiQQ5R3Pqwn7>)

e. Facebook

Aplikasi layanan daring sosial media milik Meta Platform. Pengguna dapat membuat profil diri, mengirim pesan, berbagi foto dan video, serta berjualan dan membuat komunitas secara online, dibuat pada 4 Februari 2004 oleh Mark Zuckerberg.



Gambar 19. Logo Facebook

Sumber : (<https://images.app.goo.gl/RquyoKPQ3cHEyDnL8>)

4. Kompetitor

Kompetitor dari short video edukasi “FOMO to JOMO” berupa tayangan short video lain yang lebih trending dan viral, dengan penggunaan sosial media yang beragam para pengguna memiliki berbagai tayangan serupa dari video yang lebih sering ditonton. For Your Page (FYP) adalah tayangan video yang diberikan kepada pengguna media sosial yang didapat dari algoritma aplikasi yang sesuai dengan tingkat ketertarikan terhadap video. Akibat dari algoritma tersebut menjadikan video yang dibagikan menjadi kurang atau jarang muncul di sosial media, sehingga membutuhkan bantuan tagar (hashtag), dan bantuan promosi berbayar dari aplikasi jika ingin video ingin lebih banyak muncul dan terbagikan kepada pengguna sosial media.

5. Media Promosi

Pada hasil perancangan short video edukasi “FOMO to JOMO” ini menggunakan media promosi berupa poster yang berisikan ajakan untuk menonton short video yang mengarah ke aplikasi secara langsung, dan juga menggunakan promosi berupa membagikan link video dari semua aplikasi dan dibagikan melalui media sosial, serta menggunakan media desain tshirt atau baju dengan desain ilustrasi. Promosi yang dilakukan juga menggunakan fitur yang terdapat di setiap aplikasi sosial media yaitu tagar atau hastag (#) sesuai dengan isi video yang di publikasikan, yaitu #edukasivideo #mediasosial #loveyourself #FOMO #JOMO #mahasiswa #Indonesia.

6. Analisis SWOT

Analisis SWOT dari Perancangan Short Video Edukasi “FOMO To JOMO” untuk Mahasiswa Surakarta, berfokus terhadap media penyampaian untuk pencapaian tujuan.

1. Strength (kekuatan) :

- Mengusung tema yang relate dengan kehidupan mahasiswa
- Video mudah di share di sosial media
- Mudah dimengerti dengan penyampaian dan durasi yang pendek

2. Weaknes (kelemahan) :

- Video tersaingi dan tertutup dengan konten lain
- Hastag atau tagar yang kurang dicari

3. Opportunity (peluang) :

- Video tersampaikan dan menjadi inspirasi
- Perkembangan dan perubahan sikap dan gaya hidup

4. Threats (ancaman)

- Banyak konten hiburan yang lebih banyak muncul
- Ketidakpedulian terhadap pesan yang disampaikan

