

Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Berbasis MotionGraphic Tentang Pencegahan Fomo (*Fear Of Missing Out*) Bagi Remaja Di Semarang

Hafiz Alfianto¹, Ahmad Akrom²

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro

Email : 114202003575@mhs.dinus.ac.id, ahmad.akrom@dsn.dinus.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 4 Juni 2025

Disetujui : 6 Juli 2025

Kata Kunci :

Iklan Layanan Masyarakat,
Psikologis, Fomo, Remaja, Taman
Bintang Indonesia

ABSTRAK

Fomo (*Fear of Missing Out*) adalah perasaan cemas yang muncul ketika ada sesuatu yang menarik dan menyenangkan sedang berlangsung yang sering kali dipicu oleh postingan di media sosial. Taman Bintang Indonesia Semarang merupakan lembaga terapi psikologi anak dan dewasa membantu mengatasi masalah psikologis. Kasus fomo yang terjadi pada mahasiswa remaja mayoritas berasal dari sosial media seperti Instagram, tiktok dan twitter. Perancangan ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan metode analisis menggunakan Framing dari Robert N Entman. Serta metode perancangan dari tahap Pra produksi, Produksi, Pasca Produksi. Dari analisis permasalahan tersebut Taman Bintang Indonesia membutuhkan media iklan layanan Masyarakat yang berguna bagi mahasiswa khususnya di Semarang melalui media utama yaitu Instagram dan Tiktok serta media pendukung seperti merchandise guna untuk mencegah fomo pada remaja.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : 4 Juny 2025

Accepted : 6 Juny 2025

Keywords:

Public Advertise, Psychological,
Fomo, Teens, Taman Bintang
Indonesia

ABSTRACT

Fomo (Fear of Missing Out) is a feeling of anxiety that arises when something exciting and fun is going on, often triggered by posts on social media. Taman Bintang Indonesia Semarang is a child and adult psychological therapy institution that helps overcome psychological problems. The majority of fomo cases that occur in adolescent students come from social media such as Instagram, tiktok and twitter. This design uses qualitative research methods and analysis methods using Framing from Robert N Entm an. As well as the design method from the Pre-production, Production, Post-Production stages. From the analysis of these problems Taman Bintang Indoneisa needs public service advertising media that is useful for students, especially in Semarang through the main media, namely Instagram and Tiktok and supporting media such as merchandise in order to prevent fomo in adolescents.

1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fomo (Fear of Missing Out) adalah perasaan kecemasan yang muncul ketika ada sesuatu yang menarik dan menyenangkan sedang berlangsung, sering kali dipicu oleh postingan di media sosial. Fomo didefinisikan sebagai ketakutan terlewat atau tidak mengetahui peristiwa, informasi, atau pengalaman tertentu, serta khawatir bahwa orang lain sedang mengalami momen berharga dari hal tersebut. Ini mencirikan dorongan untuk tetap terhubung dengan aktivitas yang dilakukan oleh orang lain. Fomo juga terkait dengan ketakutan kehilangan peluang untuk ikut serta dalam suatu peristiwa yang dapat meningkatkan popularitas. Dalam konteks klasifikasi gangguan penggunaan internet, muncul suatu fenomena baru yang dikenal sebagai Fomo (Fear of Missing Out).

Taman Bintang Indonesia Semarang adalah lembaga terapi psikologi anak dan dewasa. Berpengalaman membantu mengatasi masalah psikologis dari kecemasan (anxiety) hingga kesulitan untuk belajar. Lembaga ini menjadi mitra orang tua dalam menciptakan lingkungan nyaman untuk pertumbuhan anak hingga orang dewasa. Tujuan lembaga ini ialah membantu anak mengatasi tantangan emosional, mendukung perkembangan kesehatan mental, meningkatkan kemampuan belajar, memfasilitasi keterlibatan orang tua dan keluarga, mendorong keseimbangan dan kesejahteraan psikologis, memberikan kiat mengatasi masalah yang efisien.

Menurut dr. Aprilia Subandriyo, M.Psi., Psikolog selaku Dokter psikolog dewasa di Taman Bintang Indonesia Kota Semarang mengatakan bahwa fenomena fomo terjadi karena seseorang takut, cemas akan ketinggalan suatu trend atau momen tertentu seperti fomo barang, tempat, atau pengalaman dari seseorang. Ciri- ciri mahasiswa fomo yaitu sering bermain media sosial tanpa henti, sehingga otak tengah tidak terkontrol.

Dalam Wawancara mengenai fomo, terdapat kasus fomo mahasiswa di Semarang yaitu mahasiswa yang berasal dari berbagai universitas di Semarang. Ibu Aprilia mengatakan kasus fomo yang sering terjadi ialah sering bermain media sosial tanpa henti dan sering scrolling. Pada tahun 2022 tercatat bahwa ada sekitar 5-10 orang yang melakukan konsultasi, kemudian di tahun 2023 tercatat sekitar 7-12 orang, dengan kasus yang sama yaitu sosial media, yang paling banyak ialah tiktok dan Instagram. Lama penggunaan sosial media pada 2022 tercatat 3-4 jam dan pada tahun 2023 tercatat 3-6 jam, mengalami kenaikan 10%.. Selain itu mahasiswa tersebut mengalami anxiety berlebih seperti takut akan ketinggalan trend yang saat ini baru viral, contohnya seperti milkbun yang baru-baru ini viral di kalangan sosial media. Mahasiswa tersebut enggan membelinya dengan harga 50 ribu,.

Selain itu fomo melihat suatu pencapaian orang lain di sosial media seperti mahasiswa yang telah wisuda, fomo akan iri dengan temannya, seperti temannya memiliki pc atau gadget yang lebih bagus daripada dia sendiri. Selain itu mahasiswa tersebut fomo akan ingin membeli suatu barang fashion agar tidak ketinggalan trend fashion, berapapun harga fashion tersebut pasti dibeli. Setelah kejadian tersebut, mahasiswa tersebut merasa kebingungan dan merasa panik yang menyerang psikologis atau sering disebut penyakit mental health (fomo). Fomo disebabkan oleh faktor diri sendiri karena kurang merasa puas akan hal yang dimiliki, dan selalu memandang prestasi orang lain

Dari informasi yang diperoleh, fenomena FOMO saat ini cenderung lebih banyak dialami oleh kalangan mahasiswa, menunjukkan bahwa media sosial memberikan kemudahan bagi mereka dalam mengakses berbagai informasi terkait aktivitas, kegiatan, berita terkini, dan interaksi sosial. Kehidupan mahasiswa tentu melibatkan berbagai interaksi dengan individu-individu yang memiliki latar belakang dan karakteristik yang berbeda, yang pada gilirannya memengaruhi pencapaian mereka yang beragam. Mahasiswa juga cenderung melihat pencapaian atau kebahagiaan yang dialami oleh sesama teman atau mahasiswa lain, bahkan yang tidak dikenal. Hal ini mendorong mahasiswa untuk memiliki ambisi yang sangat tinggi, terkadang dengan mengorbankan kegiatan yang sebenarnya mereka tidak sukai. Sebagai contoh, dalam konteks penggunaan media sosial seperti Instagram, Tiktok, dan Twitter, terlihat bahwa hal ini dapat memperkuat perasaan fomo. Melihat teman-teman atau rekan mahasiswa berbagi momen kebahagiaan, prestasi, atau acara sosial dapat menimbulkan tekanan psikologis bagi mahasiswa untuk turut serta. Selanjutnya, dalam kegiatan kampus mahasiswa sering kali terlibat dalam berbagai kegiatan kampus, seperti seminar, workshop, festival, dan pertemuan organisasi. Mereka

mungkin merasa tertinggal jika tidak dapat mengikuti atau berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan tersebut. Selain itu, ada juga dari perkembangan tren fashion yang digunakan mahasiswa yang terinspirasi dari sosial media dan selalu harus up to date dan stylish. Dalam kasus yang diungkap tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial sangat berdampak kalangan mahasiswa saat ini sehingga mahasiswa sering stress, harus selalu online di semua sosial media. Dampak dari itu ialah rusaknya memori ingatan di otak dan dapat disembuhkan dengan waktu yang cukup lama

Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah Fomo, dibutuhkan Iklan Layanan Masyarakat (ILM). Iklan Layanan Masyarakat merupakan suatu upaya penyampaian informasi yang bersifat persuasif atau edukatif kepada seluruh masyarakat melalui media iklan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pengetahuan, kesadaran, sikap, dan merubah perilaku masyarakat terkait dengan isu atau masalah yang disampaikan. Iklan Layanan Masyarakat hadir dalam berbagai bentuk media massa dengan maksud menyampaikan pesan sosial menggunakan pendekatan yang beragam. Meskipun mirip dengan iklan komersil dari segi estetika, Iklan Layanan Masyarakat sebenarnya bertujuan untuk memberikan pembelajaran kepada penonton mengenai topik tertentu, bukan untuk mempromosikan produk. Dengan kampanye Iklan Layanan Masyarakat yang tepat, seperti memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang bahaya penggunaan media sosial yang berlebihan dan memberikan solusi untuk mengatasi masalah FOMO, diharapkan dapat mencapai hasil yang positif.

Dengan mempertimbangkan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis menyusun laporan penelitian ini dalam rangka memenuhi persyaratan Tugas Akhir. Laporan penelitian ini berjudul "Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Berbasis Motion Graphic Tentang Pencegahan Fomo Bagi Remaja di Semarang".

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang iklan layanan masyarakat berbasis motion graphic yang efektif tentang pencegahan fomo bagi remaja di Semarang ?

C. Tujuan Masalah

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan tujuan dari perancangan ini adalah membuat sebuah media Iklan Layanan Masyarakat motion graphic yang informatif dan edukatif mengenai pencegahan fomo bagi remaja di Semarang.

2. METODE PERANCANGAN

Pada metode perancangan ini, perancang melakukan suatu perancangan dengan pendekatan secara Kualitatif, dimana untuk mengetahui dan mengamati segala hal yang menjadi ciri suatu hal. Metode kualitatif adalah pendekatan penelitian yang berbasis pada filsafat postpositivisme. Metode ini digunakan untuk menyelidiki kondisi objek secara alamiah (berlawanan dengan eksperimen), di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama. Pengambilan sampel data dilakukan dengan cara purposive dan snowball, teknik pengumpulan data menggunakan triangulasi (gabungan berbagai sumber), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada pemahaman makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2009: 09). Untuk mendapatkan data dan informasi yang berhubungan dengan obyek rancangan perlu mengikuti langkah-langkah yang meliputi beberapa tahap yaitu : Data primer dari wawancara, dan data sekunder berasal dari studi Pustaka, literatur, kuisioner

Penulis menggunakan Metode Analisis Framing dalam penelitian ini. Robert N. Entman merupakan tokoh yang membantu membentuk dasar-dasar analisis framing dalam studi isi media, di mana framing merujuk pada proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari realitas oleh media. Menurut Entman, framing memiliki dua dimensi utama, yaitu "seleksi isu" dan "penonjolan aspek." Penonjolan adalah langkah untuk membuat informasi lebih bermakna, menarik, dan diingat oleh audiens, membantu mereka memahami realitas tertentu. Entman menjelaskan bahwa framing merupakan pendekatan untuk memahami perspektif atau sudut pandang yang digunakan oleh wartawan saat memilih isu dan menulis berita. Dalam konsepsi Entman, framing melibatkan pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan

kerangka berpikir terhadap peristiwa yang dibahas. Entman menggambarkan proses seleksi isu dan menonjolkan aspek-aspek tertentu

Perancangan ini selain menggunakan metode analisis Framing, Selain itu penulis menggunakan analisis kebutuhan perancangan yang berisi Isi konten, media yang pakai, style atau gaya yang dipakai untuk merancang Iklan Layanan Masyarakat berbasis motion graphic 2D tentang dampak buruk fomo bagi mahasiswa. Analisis ini berguna untuk mengetahui apa saja ide yang dipakai penulis saat merancang ILM tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Ibu Aprilia Subandriyo, M.Psi., Psikolog selaku Dokter psikolog dewasa di Taman Bintang Indonesia Kota Semarang mengatakan bahwa fenomena fomo terjadi karena seseorang takut, cemas akan ketinggalan suatu trend atau momen tertentu seperti fomo barang, tempat, atau pengalaman dari seseorang. Ciri- ciri mahasiswa fomo yaitu sering bermain media sosial tanpa henti, sehingga otak tengah tidak terkontrol.

Menurut Dokter Psikolog Taman Bintang, terdapat kkasus fomo mahasiswa di Semarang yaitu mahasiswa yang berasal dari berbagai universitas di semarang. Ibu Aprilia mengatakan kasus fomo yang sering terjadi ialah sering bermain media sosial tanpa henti dan sering scrolling. Pada tahun 2022 tercatat bahwa ada sekitar 5-10 orang yang melakukan konsultasi, kemudian di tahun 2023 tercatat sekitar 7-12 orang, dengan kasus yang sama yaitu sosial media, yang paling banyak ialah tiktok dan Instagram. Selain itu mahasiswa tersebut mengalami axienty berlebih seperti takut akan ketinggalan trend yang saat ini baru viral, contohnya seperti milkbun yang baru-baru ini viral dikalangan sosial media. Anak tersebut enggan membelinya dengan harga 50 ribu, dengan uang tersebut dia mendapatkan satu milkbun yang dimakan hanya satu kali. Padahal normalnya mahasiswa dengan uang 50 ribu bisa dibelikan makan sehari 3 kali. Selain itu mahasiswa juga akan fomo melihat suatu pencapaian orang lain di sosial media di Instagram tiktok dan twitter, selain itu mahasiswa tersebut fomo akan ingin membeli suatu barang fashion agar tidak ketinggalan trend fashion, berapapun harga fashion tersebut pasti dibeli. Setelah kejadian tersebut, mahasiswa tersebut merasa kebingungan dan panik attack yang menyerang psikologis atau sering disebut penyakit mental health (fomo). Oleh karena itu dari pihak dokter menyarankan agar lebih sering bersosialisasi, be your self (focus pada tujuanmu) dari diri sendiri, dan membatasi penggunaan sosial media yang bijak, selain itu juga teratur untuk konsultasi kepada pihak dokter psikologi atas perkembangan yang telah dilakukan. Kebanyakan mahasiswa memiliki masalah masalah atas ketidaksiapan mental melihat hal yang baru, mudah dipengaruhi informasi yang tanpa dicerna yang akan mengakibatkan timbulnya banyak masalah seperti gangguan kecemasan, trauma, stress, panic attack dan lainnya.

Penyebab terjadinya fomo pada mahasiswa yaitu karena adanya media sosial yang semakin meluas dan berbagai bentuk, seperti halnya tiktok yang sekarang semakin meluas. Sosial media bisa diatasi bagaimana kita menyikapinya (seperti halnya menonton video edukasi, diy kreatif, podcast). Selanjutnya disebabkan karena dalam tahap pencarian jati diri (selalu ingin mengikuti trend). Bahwa menurut penjelasan dari dokter psikologi dewasa taman Bintang pada usia 25 – 30 tahun otak lebih free develop atau lebih critical thinking dibandingkan pada usia dibawah 25 tahun cenderung lebih emosional dan tidak bisa mengontrol diri dengan baik.

Saran atau strategi bagi mahasiswa yang terkena fomo menurut lembaga psikologi taman Bintang Indonesia ialah self authentic, self authentic ialah pengalaman yang benar-benar dimiliki secara personal oleh seseorang, baik itu pikiran, emosi, kebutuhan, keinginan, preferensi atau keyakinan dan merupakan proses yang dipahami untuk mengetahui diri seseorang. Tidak selalu bergantung pada kehidupan seseorang dan tetap be yourself (jadilah diri kita sendiri). Yang terpenting harus ada mentality yang kuat pada diri seseorang seperti tidak merasa takut, tidak harus bahagia, hidup itu kadang berkelok kelok seperti halnya di jalan raya. Upaya yang diberikan dokter psikolog yaitu dengan memberikan edukasi terkait masalahnya atau lebih tepatnya Psikoedukasi. Psikoedukasi adalah suatu pendekatan edukatif yang bertujuan untuk memberikan informasi dan pelatihan guna mengubah pemahaman mental atau psikis individu. Dengan adanya Ilm nantinya mahasiswa akan

semakin sadar atas dampak yang ditimbulkan oleh Fomo tersebut. Selain itu terdapat juga saran untuk membatasi penggunaan media sosial seperti diatur timer atau pembagian waktu yang tepat, kurangi penggunaannya dan seringlah berinteraksi sesama orang.

Lembaga menyatakan bahwa saat ini belum ada ILM yang dapat tersalurkan, tetapi terdapat brosur yang dibagikan saat acara seminar ataupun lainnya. Lembaga mengatakan bahwa ILM yang paling efektif adalah video pendek motion graphic dan nantinya akan di share di social media seperti Instagram, Tiktok, dll. Atau juga ditayangkan saat sedang seminar di berbagai tempat.

Analisa data dibutuhkan untuk mengetahui masalah dalam perancangan ILM ini, berdasarkan data yang sudah terpapar berikut adalah Analisa data dengan menggunakan metode Analisa framing:

Tabel 1. Tabel Framing
[Sumber: Penulis]

Define Problem (Pendefisian Masalah)	Diagnose Cause (Sumber Masalah atau Penyebab Masalah)	Make Moral Judgement (Keputusan Moral)	Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)
Beberapa kasus Fomo di kalangan mahasiswa semakin marak terjadi	Kurangnya edukasi tentang Fomo di kalangan mahasiswa	Saat ini kasus Fomo sering terjadi di kalangan mahasiswa, fenomena tersebut ialah hal yang wajar bagi mereka	Perlu diadakan sosialisai mengenai Fomo dan diberikan pembekalan untuk kedepan nantinya
Kasus Fomo di kalangan mahasiswa terjadi karena takut akan ketinggalan tren serta melihat pencapaian orang lain di media sosial	Ketidaksiapan mental melihat hal baru dan sering melihat pencapaian orang lain sehingga memicu terjadinya fomo, mudah dipengaruhi oleh orang ataupun sosial media. Dari hal tersebut mahasiswa sering merasakan kesendirian selain itu juga memiliki dampak buruk sering menunda tugas kuliah ,kecemasan berulang, trauma, stress	Seharusnya selalu membatasi pemakaian dari sosial media, selain itu juga kurangnya interaksi sesama teman sebaya sehingga mahasiswa kurang konsentrasi	Anggap Fomo adalah hal yang wajar terjadi di kalangan mahasiswa, focus pada tujuanmu, membatasi penggunaan sosial media yang terus menerus
Mahasiswa sering cemas yang disebabkan karena nilai dari ujian akhir mereka	Perlu diberikan psikoedukasi terkait permasalahan yang sedang terjadi	Kebanyakan mahasiswa cemas dikarenakan ketidaksiapan mental akan melihat hal yang akan terjadi	Bijaklah dalam berpikir misalnya hal yang baik boleh ditiru, dan hal yang buruk atau yang tidak penting dihiraukan saja

Berdasarkan analisis data dari hasil framing dan kuisioner, menunjukan bahwa fomo yang terjadi di kalangan mahasiswa disebabkan karena mahasiswa takut akan ketinggalan trend dan cemas (panic attack) akan melihat hal yang akan terjadi seperti melihat pencapaian orang lain di media sosial

dan sering bermain sosial media secara terus menerus dari pagi hingga malam maka dari itu dampak yang terjadi ialah sering menunda tugas kuliah dan sering mengerjakan mepet deadline. Maka dari itu mahasiswa perlu dibimbing dengan cara psikoedukasi seperti menayangkan Iklan Layanan Masyarakat kepada mahasiswa. Iklan Layanan Masyarakat cukup berperan dalam pencegahan dampak fomo yang timbul di kalangan mahasiswa. Dan berdampak baik pada psikologis mereka nantinya. Dan di dalam ILM tersebut harus mengandung point-point penting yang dapat mencegah dari fomo. Dengan mengutamakan etika/norma dan tidak menimbulkan kontroversial. Style yang digunakan dalam pembuatan ILM ialah dengan style flat ilustrasi 2D simple digabung dengan beberapa typografi atau teks, selain itu tone warna yang digunakan ialah tone powerful dan futuristic sesuai dengan minat generasi z saat ini. ILM ini akan dijadikan bahan acuan saat sedang seminar di berbagai tempat oleh lembaga sehingga dapat berguna untuk kedepannya.

A. Konsep Perancangan

1. Pra Produksi

Tahap pra produksi merupakan tahap pencarian konsep atau ide cerita, melakukan riset data sebagai isi konten, penulisan naskah, serta pembuatan storyboard.

A. Konsep Kreatif

Dalam Iklan Layanan Masyarakat mengenai pencegahan dampak buruk fomo bagi mahasiswa, statement pokok yang akan disampaikan ialah bahwa fomo yang terjadi di kalangan mahasiswa disebabkan karena mahasiswa takut akan ketinggalan trend dan cemas (panic attack) akan melihat hal yang akan terjadi seperti melihat pencapaian orang lain di media sosial dan sering bermain sosial media secara terus menerus dari pagi hingga malam maka dari itu dampak yang terjadi ialah sering menunda tugas kuliah dan sering mengerjakan mepet deadline. Iklan layanan masyarakat dibuat dengan menggunakan ilustrasi flat dikombinasikan dengan teks dan dubbing voice over yang akan memperjelas isi pesan yang akan disampaikan.

What to say :

Pencegahan dampak buruk fomo pada mahasiswa yang disebabkan karena mahasiswa takut akan ketinggalan trend dan cemas (panic attack) akan melihat hal yang akan terjadi seperti melihat pencapaian orang lain di media sosial dan sering bermain sosial media secara terus menerus.

How to say :

Ketakutan mahasiswa akan ketinggalan trend dan cemas (panic attack) melihat hal yang akan terjadi seperti melihat pencapaian orang lain. Setelah itu, akan terdapat penyebab dari fomo dan beberapa solusi yang dapat dilakukan oleh mahasiswa guna untuk mengurangi dampak buruk fomo tersebut. Di bagian Akhir (Ending Scene) terdapat mahasiswa yang menendang balok chat bertuliskan fomo, yang berarti penulis ingin mengajak kalangan mahasiswa untuk menghindari atau mencegah fomo agar tidak memasuki diri kita.

Tujuan kreatif dari perancangan ini ialah menyampaikan sebuah informasi akan bahaya dari fomo bagi mahasiswa di kota Semarang, dan terdapat juga cara pencegahannya. Informasi ini disajikan dengan mengadaptasi dari kebiasaan mahasiswa saat ini yang sedang kecanduan sosial media atau hal-hal yang sedang trend saat ini. Hal tersebut dimaksudkan untuk mengajak para mahasiswa di kota Semarang mengingat akan pentingnya dampak yang ditimbulkan dari fomo tersebut.

Tone and Manner dalam rancangan ini ialah dengan menggunakan warna powerful dan futuristic, karena warna tersebut mewakili gen z saat ini. Warna yang akan didominasi yaitu warna orange karena sesuai dengan logo dari lembaga.. Perancangan ini dibuat dengan tema simple dan unik, sehingga pesan akan mudah dimengerti oleh kalangan mahasiswa. Penggunaan tema yang simple dan unik dimaksudkan agar target audiens yang disasar yakni para mahasiswa. Pada ILM dalam bentuk motion graphic ini akan terdapat satu karakter yang mewakili mahasiswa dengan style yang hype memakai outer

dan perlengkapannya seperti topi, hp iphone, Sepatu, dan warna kulit yang didominasi putih agar terlihat mahasiswa yang fancy.

B. Riset

Riset dilakukan dengan wawancara secara langsung kepada dr. Aprilia Subandriyo, M.Psi., Psikolog dari Taman Bintang Indonesia. Setelah melakukan wawancara, perancang mendapatkan berbagai informasi mengenai fomo, penyebab fomo dan dampak buruk fomo. Selain itu, perancang mendapat informasi mengenai beberapa usaha yang telah dilakukan oleh pihak Lembaga Taman Bintang Indonesia sebagai upaya untuk mengurangi dampak buruk fomo pada mahasiswa di kota Semarang.

Perancang juga melakukan riset data melalui penyebaran kuesioner kepada para mahasiswa. Didapati banyak mahasiswa yang terdampak fomo seperti mengikuti trend yang ada di sosial media saat ini. Dampak tersebut akan membahayakan kesehatan mental pada mahasiswa.



Gambar 1. Orang dan Gadget
[Sumber : Pinterest]



Gambar 2. Ilustrasi
[Sumber : Pinterest]

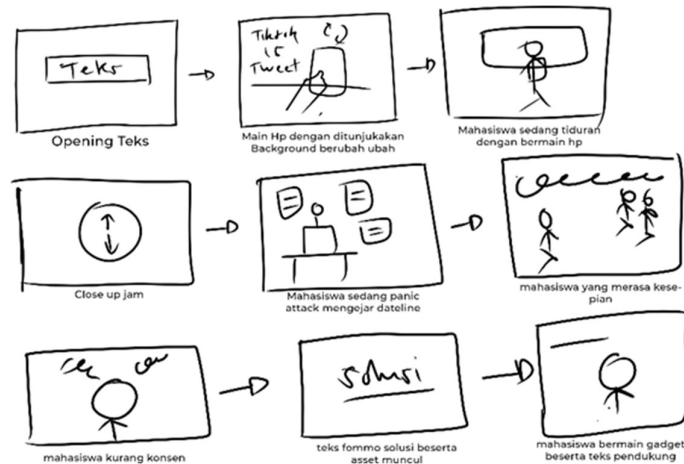


Gambar 3. Laptop
[Sumber : Pinterest]

C. Sinopsis

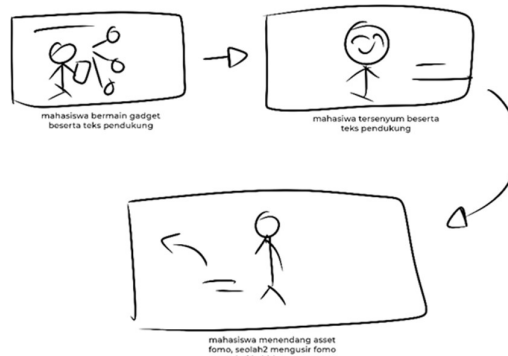
Seorang mahasiswa yang adiksi terhadap internet: setiap hari skrol media sosial secara berlebihan sehingga tugas kuliah yang diberikan sering disepelekan. kebiasaan ini berlanjut sehingga menyebabkan penyakit mental yg dinamakan fomo (fear of missing out) dalam kelas mager-mageran, tidak aktif, telat dan lain lain (segala kegiatan yang menimbulkan masalah dalam perkuliahan) dia hanya fokus pada perkembangan trend yang ada di sosial media Instagram, tiktok, dan tweeter. Dan mahasiswa tersebut lalai terhadap kewajibanya sebagai mahasiswa. Akhir video, diberikan gambaran saran berupa upaya / cara mengobati fomo dengan teknik yang cocok dengan gen z.

D. Storyboard



Gambar 4. Storyboard 1

[Sumber : Penulis]



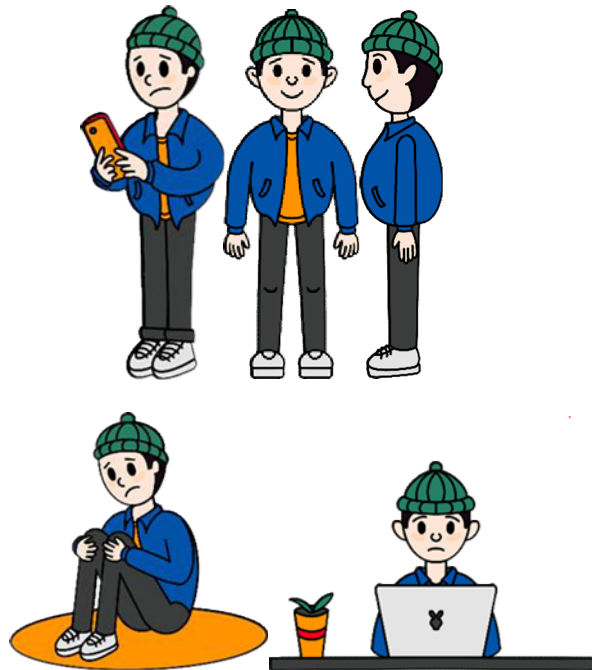
Gambar 5. Storyboard 2

[Sumber : Penulis]

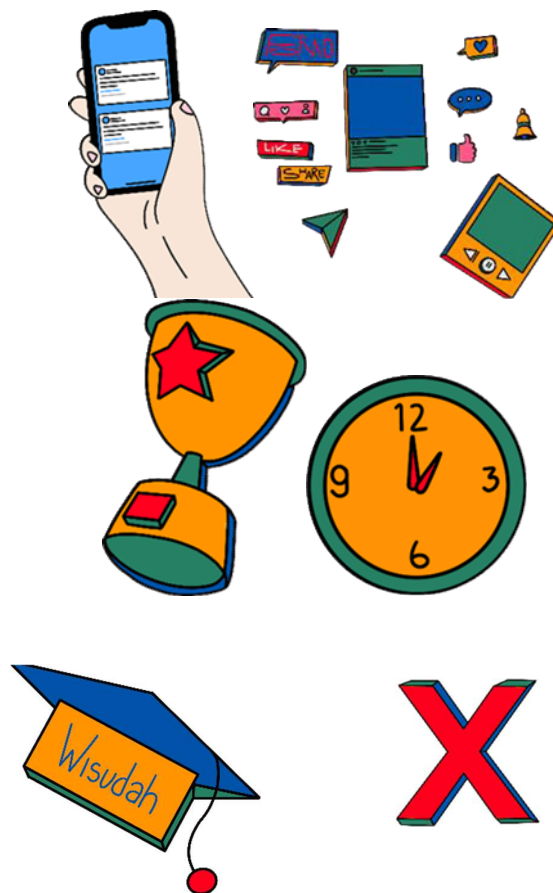
2. Produksi

Setelah menyelesaikan tahapan pra produksi, langkah selanjutnya adalah memulai produksi video motion graphic sebagai media utama. Proses produksi dimulai dengan pembuatan pembuatan karakter beserta asset pendukung, background, coloring, dubbing. Produksi karakter beserta asset dibuat menggunakan procreate kemudian di import ke adobe photoshop. Proses rigging dan motion dengan menggunakan aplikasi Adobe After Effect. Perekaman voice over pada video menggunakan aplikasi bawaan iPhone.

A. Pembuatan Karakter Asset

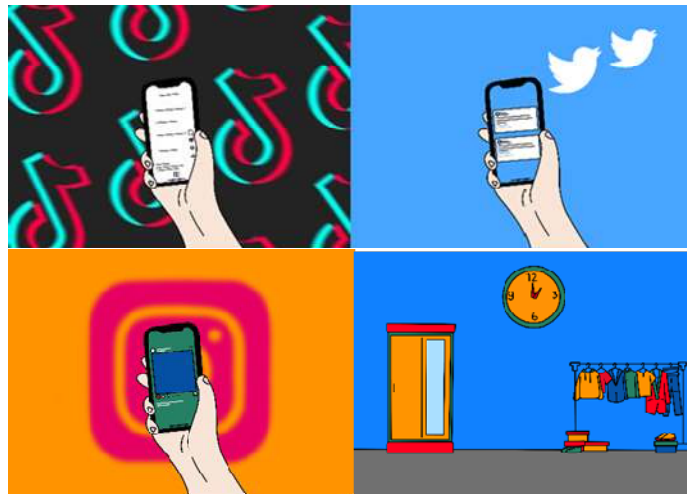


Gambar 6.Karakter
[Sumber : Penulis]



Gambar 7.Asset
[Sumber : Penulis]

B. Pembuatan Background



Gambar 8. Background
[Sumber : Penulis]

3. Pasca Produksi

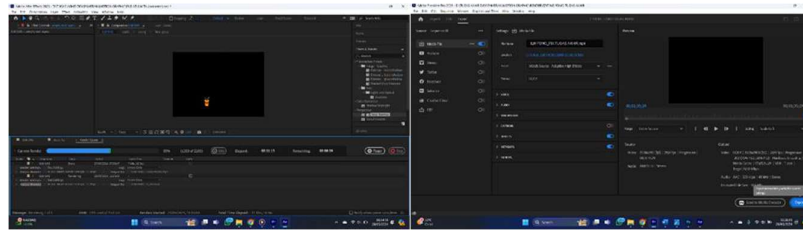
Setelah menyelesaikan tahapan produksi, tahap selanjutnya adalah pasca produksi. Proses ini merupakan proses akhir dalam pembuatan motion graphic yang berisi editing atau rigging karakter, penggabungan sfx dan music, serta rendering, penggabungan dilakukan di adobe premiere pro. Rendering menggunakan aplikasi Adobe Media Encoder dikarenakan cepat dan efisien.

A. Editing



Gambar 9. Editing
[Sumber : Penulis]

B. Rendering

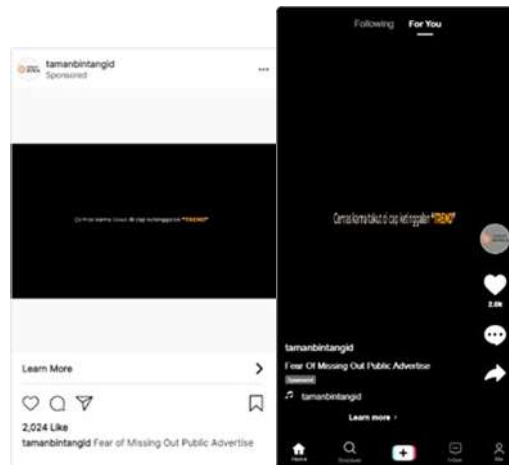


Gambar 10. Rendering
[Sumber : Penulis]

1. Jenis Media

A. Media Utama

- Instagram Reels dan Tiktok



Gambar 11. Mockup Sosmed
[Sumber : Penulis]

- Poster



Gambar 12. Mockup Poster
[Sumber : Penulis]

- Roll Banner



Gambar 13. Roll Banner
[Sumber : Penulis]

B. Media Pendukung
- T-Shirt



Gambar 14. T-Shirt
[Sumber : Penulis]

- Notebook



Gambar 15. Notebook
[Sumber : Penulis]

- Bolpoin



Gambar 16. Bolpoin
[Sumber : Penulis]

- Sticker



Gambar 17. Sticker
[Sumber : Penulis]

- Gantungan Kunci



Gambar 18. Gantungan Kunci
[Sumber : Penulis]

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Iklan Layanan Masyarakat tentang pencegahan dampak buruk Fomo bagi mahasiswa di Semarang merupakan salah satu program yang memiliki tujuan untuk mengedukasi para mahasiswa akan adanya trend – trend terbaru di sosial media, agar tidak mengikutinya. Permasalahan yang dibahas dalam perancangan ini merupakan masalah yang kurang diperhatikan mahasiswa namun sebenarnya masalah ini banyak ditemui di sekitar kita dan dapat membebani beberapa pihak yang terkait disekitarnya. Dengan adanya iklan layanan ini, diharapkan mahasiswa di Semarang mampu membatasi diri dari penggunaan sosial media dan focus pada tujuan sendiri, dan menganggap Fomo adalah hal yang wajar terjadi.

4.2. Saran

Iklan Layanan Masyarakat tentang pencegahan dampak buruk Fomo bagi mahasiswa di Semarang merupakan topik pembahasan yang sangat menarik dan diminati oleh beberapa mahasiswa. Oleh

karena itu, dibutuhkan strategi media yang cukup efektif dalam menggapai audience yang luas. Lebih baiknya apabila diadakan pengamatan lebih lanjut mengenai media yang dapat menjangkau audience yang sangat luas lagi.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, & Adjie. (2011). Film Animasi 2D Berbasis 3D Menggunakan Teknik Cell Shading Berjudul The Postman Story 6. In Skripsi. Stikom Surabaya.
- Hastuti, S. (2013). Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Di Televisi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 67–72.
- Przybylsk, 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.
- Kusuma, M. R. (2019). PERANCANGAN VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT SELF HARASSMENT DENGAN TEKNIK MOTION GRAPHIC BERBASIS INFOGRAFIS SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT. FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA.
- Maryani, D., Wijayanti, A., & Raditya, A. (2016). PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT UNTUK ORANG BERUSIA 18-25 TAHUN AGAR KRITIS DALAM MENERIMA INFORMASI DI MEDIA SOSIAL.
- Prawira, S. K. P., Astuti, N. K. R., & Bayu, I. G. A. I. (2021). PERANCANGAN VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DAN MEDIA PENDUKUNGSEBAGAI SARANASOSIALISASI PENGOLAHANSAMPAH BERBASIS SUMBER DI DESA TEMESI.
- Syifa, K. (2022). Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Darurat Kekerasan Seksual. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 3(8).
- Ulum, S., Supriyati, E., & Listyorini, T. (2021). IKLAN LAYANAN MASYARAKAT BERTAHAN MENGHADAPI PANDEMI COVID-19. *Jurnal Dialektika Informatika (Detika)*, 1(2), 32–37. <https://doi.org/10.24176/detika.v1i2.5845>
- Wijaya, R. P., Wijayanti, A., Raditya, A. (2016). PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TENTANG FENOMENA BUDAYA KONSUMTIF PADA REMAJA.
- Pratiwi, S. A., & Hidayat, D. (2020). IKLAN LAYANAN MASYARAKAT COVID-19 DI MEDIA SOSIAL DAN PERILAKU MASYARAKAT DI JAWA BARAT. 17.
- Hastuti, S. (2013). EFEKTIVITAS IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI TELEVISI.
- Prastowo, Andi. 2013. Panduan kreatif membuat bahan ajar inovatif : Menciptakan metode pembelajaran yang menarik dan menyenangkan. Edited by Desy Wijaya. 5th ed. Yogyakarta: Diva Press
- Fitriah, Maria. 2018. Komunikasi pemasaran melalui desain visual. Cetakan Pertama ed. Yogyakarta: Deepublish
- Arief S. Sadiman, dkk. 2021. Media Pendidikan: Pengertian, Pengembangan, dan Pemanfaatannya. Vol. 14. N.p.: Raja Grafindo Persada.