

PENYUTRADARAAN FILM FIKSI MENGENAI *FEAR OF MISSING OUT* PADA PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA KALANGAN MAHASISWA DI KOTA BANDUNG

DIRECTION OF A FICTION FILM ABOUT FEAR OF MISSING OUT ON THE USE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA ON STUDENTS IN BANDUNG CITY

Mursalin¹, Teddy Hendiawan² dan Ardy Aprilian Anwar

^{1,2,3} S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No. 1, Terusan Buahbatu - Bojongsoang,
Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257

mursalin@student.telkomuniversity.ac.id, teddyhendiawan@telkomuniversity.ac.id, ardyapriliananwar@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

FoMO adalah singkatan dari *Fear of Missing Out*. Dalam Bahasa Indonesia istilah ini biasa digunakan untuk menyebut pola perilaku anak muda yang merasakan kekhawatiran berlebihan ataupun ketakutan akan tertinggal trend yang sedang berjalan. Perkembangan Teknologi dan Informasi pada zaman ini membuat remaja selalu dekat dengan smartphone agar tidak tertinggal *update* dari pembahasan yang ada di internet maupun sosial media. Artinya, media sosial sangat berpengaruh pada remaja dalam pembentukan identitas diri. Lalu, Apakah pengaruh intensitas penggunaan media sosial Instagram dikalangan mahasiswa kota Bandung dengan potensi FoMO? Bagaimana standar citra yang dibangun oleh struktur sosial di Instagram mempengaruhi FoMO yang dialami remaja pengguna Instagram? dan Bagaimana pendekatan Penyutradaraan dalam menyampaikan unsur-unsur naratif mengenai penggunaan media sosial Instagram dikalangan mahasiswa kota Bandung dengan potensi Fear of Missing Out?. Dalam perancangan film ini akan menggunakan metode komparatif dengan karya sejenis serta menggunakan metode kualitatif yang akan dilakukan melalui pengumpulan data, kemudian diolah sebagai bentuk perancangan baru dalam sebuah film. Hasil produksi dari perancangan film ini diharapkan menjadi sebuah media informasi sebagai tawaran solusi mengenai penggunaan media sosial Instagram dikalangan mahasiswa kota Bandung dengan potensi Fear of Missing Out.

Kata kunci: *Penyutradaraan*, Remaja, *FoMo*, Instagram dan Smartphone

ABSTRACT

FoMO is an abbreviation of Fear of Missing Out, in Indonesian this term is usually used to describe the behavior pattern of young people who feel excessive worry or fear of being left behind by an ongoing trend. The development of technology and information at this time makes teenagers always close to smartphones so they don't miss updates from discussions on the internet and social media. That is, social media is very influential on adolescents in the formation of self-identity. Then, what is the effect of the intensity of using Instagram social media among Bandung city students with the potential for FoMO? and How is the Directing approach in

conveying narrative elements regarding the use of Instagram social media among Bandung city students with the potential for Fear of Missing Out?. In designing this film, it will use a comparative method with similar works as well as using a qualitative method which will be carried out through data collection, then processed as a form of new design in a film. The results of the production of this film design are expected to become an information medium as an offer of solutions regarding the use of Instagram social media among students in the city of Bandung with the potential for Fear of Missing Out.

Keywords: Directing, Youth, FoMO, Instagram and Smartphone

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sosial, smartphone menghasilkan wadah ataupun tempat yang nyaman bagi individu untuk saling bersosialisasi lewat media sosial di internet. Melalui ruang virtual, media sosial menyatukan banyak orang meskipun berjauhan secara geografis. Menurut Katz, Gurevitch, dan Haas, motif penggunaan media sosial yaitu dengan pemenuhan kebutuhan informasi (kognitif), kebutuhan dalam mendapatkan pengalaman yang menyenangkan (afektif), kebutuhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individu. (integrasi personal), dan pemenuhan kebutuhan pelepasan ketegangan, hiburan, ataupun pengalihan (*escapist needs*) (Yusup, 2009:338-339).

Hingga Januari 2021, jumlah pengguna aktif Instagram di Indonesia dilaporkan telah mencapai 91.012.000. Setidaknya demikian menurut laporan terbaru dari NapoleonCat, salah satu perusahaan analisis Sosial Media Marketing yang berbasis di Warsawa, Polandia. Artinya, 32,9% adalah pengguna Instagram. Jumlah tersebut naik drastis dari data sebelumnya pada Januari 2020, yang menyebut total pengguna Instagram di Indonesia mencapai 62.230.000 pengguna berusia 18-24 tahun yang pada umumnya berstatus mahasiswa menjadi kelompok usia pengguna paling besar di Indonesia, dengan total persentase 37,6% atau sekitar 33.900.000 pengguna. Dalam rentang usia tersebut, Instagram adalah aplikasi sosial media yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah media yang dapat diedit dengan filter dan diatur oleh tagar dan penandaan geografis. Dan bukan hanya itu, Instagram juga menghadirkan fitur seperti layanan siaran langsung, layanan bertukar pesan pribadi serta layanan pemasaran. Hal inilah yang menjadi alasan Instagram banyak diminati oleh banyak pengguna sosial media di Indonesia terkhusus pada kalangan Remaja.

Tidak terhubung ataupun tidak memantau informasi di media membuat seseorang akan merasakan kecemasan ataupun ketakutan, contohnya rasa takut dikucilkan di forum media sosial bersama teman lainnya, rasa benci diri karena membandingkan pencapaian ataupun lingkungan yang dimiliki oleh orang lain yang dipublikasikan di media sosial, memaksakan diri untuk tetap terhubung dengan media dengan mengenyampingkan dunia nyata. Kecenderungan gangguan mental tersebut di sebut FoMO (*Fear of Missing Out*). Dalam artikel yang berjudul *How To Overcome FoMO*, mereka yang telah mengalami FoMO akan merasakan rasa takut kehilangan yang lebih besar, seringkali merasakan kesepian, mengisolasi diri, pandangan negatif terhadap diri mereka sendiri serta lebih sedikit menampilkan penerimaan dan juga kelebihan diri sendiri

(Emamzadeh,2021). Selain itu, FoMO juga merupakan ketakutan yang meluas dari seseorang yang diakibatkan dari pengalaman berharga orang lain, FoMO memiliki ciri-ciri kecenderungan keinginan untuk tetap terhubung dengan aktivitas ataupun hal-hal yang dilakukan oleh orang lain (Przybylski, dkk 2013).

Oleh karena itu, Mahasiswa merupakan subjek utama dari penelitian yang berdasarkan fenomena *Fear of Missing Out* ini, terutama mahasiswa yang berdomisili di Kota Bandung, karena Mahasiswa merupakan kalangan yang cukup aktif dalam bersosialisasi maupun mengekspresikan diri di media sosial. Serta untuk memberikan informasi mengenai potensi pemenuhan kebutuhan penggunaan media sosial terhadap fenomena FoMO.

Dalam perancangan film fiksi tersebut, perancang mengambil peran sebagai Sutradara. Sutradara memiliki tanggung jawab dalam proses kreatif, pembentukan unsur naratif hingga aspek-aspek visual yang akan menjadi bagian dari unsur sinematografi. Dalam perancangan film fiksi mengenai FoMO ini diharapkan menjadi media komunikasi dalam menginformasikan serta memberikan tawaran solusi bagi Mahasiswa sebagai pengguna media sosial.

Tinjauan Literatur

Fear of Missing out (FoMo)

Fear of Missing Out atau biasa disingkat FoMO merupakan kecemasan sosial yang muncul di tengah-tengah masyarakat seiring berkembangnya media sosial (JWT Intelligence, 2012). Menurut Morford (seorang jurnalis *San Francisco Chronicle*), menyatakan FoMO merupakan kecenderungan terhadap sebuah kejadian yang dipandang luar biasa seorang yang terjadi di sekitar seorang individu yang akan menjadi sebuah kecemasan apabila individu tersebut tidak terlibat di dalamnya (Moford,2010). Sedangkan, Menurut lembaga riset Bernama J. Walter Thompson Intelligence (JWT) yang meriset fenomena FoMO pada tahun 2012, FoMO adalah perasaan-perasaan kehilangan ataupun perasaan-perasaan yang membuat seseorang menjadi tidak nyaman (JWT Intelligence, 2012).

Pada tahun 2013, Przybylski, dkk untuk pertama kalinya melakukan riset lebih mendalam mengenai fenomena FoMO. Przybylski, dkk(2013) mengemukakan bahwa FoMO merupakan ketakutan yang meluas dari seseorang yang diakibatkan dari pengalaman berharga orang lain, FoMO memiliki ciri-ciri kecenderungan keinginan untuk tetap terhubung dengan aktivitas ataupun hal-hal yang dilakukan oleh orang lain(Przybylski, dkk 2013).

Dalam definisi lainnya, FoMO adalah kecemasan akan kehilangan ataupun tertinggalnya akan sesuatu hal yang berharga. Seseorang yang memiliki kecenderungan FoMO, secara spesifik tidak akan mengetahui apa yang hilang dari dirinya, tetapi akan merasa kehilangan apabila mengetahui orang lain sedang mengalami ataupun mendapatkan momen yang berharga (JWT Intelligence, 2012).

Faktor Penyebab Fear of Missing Out

Dalam penelitian Przybylski, dkk (2013) menemukan bahwa FoMO memiliki adanya pengaruh dalam

<i>Competence</i>	<i>Relatedness</i>	<i>Autonomy</i>
Pemenuhan Kebutuhan dalam pengadaptasian diri terhadap lingkungan yang selalu berubah-ubah.	Pemenuhan Kebutuhan seseorang untuk dipahami, diapresiasi, memiliki ikatan, berhubungan, dan saling peduli dengan orang lain.	Pemenuhan Kebutuhan seseorang dalam merepresentasikan hasrat untuk dapat memiliki kehendak dan bebas menentukan pilihan saat beraktivitas. Baik dari kehendak diri sendiri maupun bergantung kepada orang lain.

pemenuhan kebutuhan dasar psikologis yang menjadi bagian dari *self-determination theory* yang dikemukakan oleh Ryan dan Deci (2000).

Menurut Ryan dan Deci (2000), Pemenuhan dasar psikologi adalah prosedur motivasi seseorang dalam bertindak ataupun berperilaku. Pemenuhan kebutuhan psikologis memiliki tiga pemenuhan yang menjadi faktor dasar seseorang yang apabila terpenuhi akan memberikan dampak dalam optimalisasi dan pertumbuhan fungsi seseorang. Kebutuhan-kebutuhan tersebut adalah sebagai berikut (Ryan dan Deci, 1985).

Tabel 2.1 self –determination story

Pengaruh Fear of Missing Out

a. Usia dan Gender

Berdasarkan survey yang dilakukan JWT Intelligence (2012), yang menjelaskan gender yang lebih rentang mengalami FoMO melalui media sosial yaitu laki-laki (dari Amerika). Kalangan laki-laki ini merasakan kehilangan pada saat mereka melihat teman sebaya beraktifitas tanpanya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Przybylski, dkk,2013) yang menjelaskan bahwa kalangan remaja dengan jenis kelamin laki-laki lebih muda mengalami FoMO dengan level yang tinggi. Sedangkan tingkat FoMO pada gender antara orang yang lebih tua tidak ditemukan adanya bukti perbedaan tingkatan FoMO.

b. Penggunaan *Social Network Sites*

Teknologi memberikan peran yang sangat tinggi dalam menjaga konektivitas antara individu dengan individu lainnya. Generasi saat ini berfokus pada konektivitas dan interaksi sosial dengan keluarga, teman maupun kolega yang menjadi pengguna media sosial pada *mobile phone* (Mcmahon dan Pospisil, 2005).

Dampak Fear of Missing out

Berikut ini beberapa ciri khusus mengenai dampak FoMO yang dikemukakan oleh Przybylski, dkk (2013).

1. Mengecek media sosial menjadi sebuah kewajiban serta melihat media sosial orang lain menjadi rutinitas bagi seorang yang sedang mengalami FoMO. Demi selalu *up to date* dengan apa yang sedang menjadi tren, apa yang sedang terjadi, dan apa yang diunggah di media sosial oleh pengguna lainnya. Contohnya, mereka akan merasa takut apabila dikatakan sebagai seseorang yang '*kudet*'(kurang *update*).
2. Memaksakan diri untuk ikut berpartisipasi di setiap kegiatan yang sedang diadakan di lingkungan individu tersebut. Demi meningkatkan harga diri, seseorang yang terkena FoMO akan mendatangi sebuah kegiatan merupakan suatu perlombaan dalam membangun citra lewat unggahan di media sosial.
3. Merepresentasikan diri dalam kehidupan sehari-hari dengan membuat "panggung pertunjukan" sendiri. Baik di *front stage (online)* maupun di *back stage (offline)*.
4. Rasa tidak puas, berkekurangan dan juga menginginkan yang lebih merupakan perasaan yang dialami seseorang yang mengalami FoMO. Adanya rasa ketersaingan di dunia nyata membuat seorang yang mengalami FoMO mencari pengakuan di media sosial.

Mahasiswa dan Media Sosial

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, mahasiswa merupakan status seorang pelajar yang sedang menempu pembelajaran di perguruan tinggi. Menurut Susanto (Siregar, 2006), mahasiswa dikenal akan nuansa kedinamisan yang memiliki sikap yang didasarkan dengan kenyataan objektif, rasional, dan sistematis yang memiliki keilmuan yang dalam.

Masa *emerging adulthood* merupakan masa pembentukan ataupun pembentukan identitas diri yang dialami oleh seorang Mahasiswa. Pada tahap ini, seorang mahasiswa mulai dalam pencarian makna hidup, mulai mencoba untuk hidup mandiri tanpa pengaruh dari orang tua, serta menjalin hubungan interpersonal yang intim secara emosional. Pada fase ini juga, secara interpersonal, mahasiswa masih kurang stabil, contohnya dalam pemenuhan kebutuhan pengembangan emosional dan kognitifnya. Untuk mencari solusi dari pemenuhan kebutuhan tersebut, seorang mahasiswa menjadikan penggunaan internet dalam beraktivitas di media sosial sebagai solusi penting dalam memperkuat dan memperluas jaringan sosial (Smahel, dalam Soliha, 2015).

Mahasiswa adalah golongan masyarakat yang paling banyak menggunakan media sosial. Pentingnya penggunaan media sosial bagi mahasiswa adalah untuk memenuhi kebutuhan individual dan interpersonal mereka. Selain memperluas *networking* dengan bertemu orang-orang baru, melalui layanan media sosial, mereka juga dapat mencari orang-orang yang berada dalam jaringan pertemanan yang telah mereka bangun sebelumnya.

Boyd dalam Nasrullah mendefinisikan media sosial merupakan aplikasi yang memungkinkan seseorang ataupun kelompok dapat berkomunikasi, berbagi, berkumpul, dalam kepentingan tertentu untuk saling berkolaborasi ataupun bermain. *User-Generated Content* (UGC) yang dimana konten informasi bukan lagi dihasilkan oleh editor di instansi media massa, melainkan dihasilkan oleh pengguna media sosial itu sendiri (Setiadi, 2015).

Pada intinya, Media sosial merupakan suatu grub aplikasi di mana setiap pengguna dapat bersosialisasi ataupun berbagi informasi secara dua arah ataupun bersifat timbal balik dalam bentuk media audio visual maupun dengan media tulisan. *sharing* (berbagi), *collaborating* (kolaborasi), dan *connecting* (terhubung) merupakan tiga hal yang melatar belakangi munculnya media sosial (Puntoadi, 2011).

Dinamika Fear of Missing out dengan Mahasiswa sebagai Pengguna Media Sosial Instagram

Instagram sebagai media sosial memiliki hubungan yang erat dengan kesehatan psikologis para penggunanya. Apabila penggunaan media sosial dilakukan secara berlebihan, hal ini akan berdampak negatif terhadap kesehatan mental. Pada tahun 2017, sebuah lembaga penelitian kesehatan mental *Royal Society for Public Health* (RSPH) melakukan penelitian mengenai hal tersebut bahwa media sosial menyebabkan permasalahan-permasalahan psikologis penggunanya seperti, depresi, gangguan tidur, kecemasan, *bullying*, *body image*, dan *fear of missing out* (FoMO). Selain itu, pengguna Instagram baik produsen konten maupun konsumen memiliki kecenderungan hanya memahami sebuah tren bukan dari historis dan filosofis estetis. (Agung & Nugraha, 2019)

Mahasiswa pengguna media sosial Instagram yang memiliki sikap positif terhadap penggunaan media sosial cenderung akan lebih intens dalam menggunakan Instagram serta merasakan Instagram merupakan hal yang memberikan peran penting di setiap aktivitasnya. Berkaitan dengan konteks FoMO, semakin seseorang menganggap media sosial Instagram merupakan platform positif maka seseorang tersebut akan setuju untuk meningkatkan intensitasnya dalam menggunakan media sosial Instagram serta potensi mengalami FoMO juga akan semakin tinggi.

Sedangkan, apabila individu dengan sikap negatif terhadap penggunaan media sosial Instagram akan mengurangi intensitas penggunaannya secara berlebihan agar dapat terhindar dari peningkatan potensi FoMO. Apabila FoMO dapat diatasi, maka kecenderungan seperti depresi, stress, pikiran negatif yang disebabkan oleh FoMO juga dapat dicegah bagi para Pengguna Instagram.

Penyutradaraan Film

Dikutip dari Studio Antelope, Sutradara merupakan jobdesk dalam sebuah produksi film yang mengontrol pilihan-pilihan kreatif, seperti keaktoran, penataan visual, suara, sampai music dalam menentukan visi kreatif. Selain itu, Sutradara film memiliki tuntutan dalam pengetahuan mengenai aspek-aspek teknis dan juga karakter yang kuat sebagai seorang yang memimpin proses produksi film. Bukan hanya itu, sutradara film

juga dituntut memiliki ikatan secara personal dengan cerita yang akan diterapkan dalam unsur naratif dan sinematik film yang akan diproduksi (Studio Antelope, 2020)

Psikologi Sosial

Psikologi sosial merupakan pengetahuan mengenai perilaku ataupun Tindakan seorang individu dalam konteks sosial. Unsur konteks sosial menjadi unsur utama dari psikologi sosial. Pengertian umum mengenai sosial yaitu individu lain di luar diri seseorang. (Faturochman, 2009).

Allport (dalam Soeparno & Sandra, 2011) juga mengemukakan psikologi sosial merupakan psikologi yang dipengaruhi oleh orang lain lewat pikiran, perasaan, perilaku individu. Individu dapat dikategorikan sebagai psikologi sosial apabila berupaya memahami, menjelaskan ataupun memprediksi bagaimana pikiran, perasaan serta Tindakan seorang individu dipengaruhi oleh Tindakan orang lain yang dilihat maupun dibayangkan olehnya.

METODE PENELITIAN

Data dan Analisis Data Objek

Metode Analisis	Tujuan Analisis	Unit Analisis
Psikologi Sosial	<ul style="list-style-type: none"> - Bertujuan memahami perilaku individu dan kelompok terhadap FoMO di pengguna media sosial Instagram. - Bertujuan mengetahui adanya FoMO di pengguna media sosial Instagram. - Bertujuan mengetahui Permasalahan FoMO di pengguna media sosial Instagram. - Bertujuan memecahkan masalah FoMO di pengguna media sosial Instagram. 	Perilaku, pikiran, dan Pengaruh eksternal dalam pemenuhan kebutuhan <ul style="list-style-type: none"> - <i>Competence</i> - <i>Relatedness</i> - <i>Autonomy</i>

Tabel 3.1 Metode Analisis Data Objek

<i>Self-Determination</i>	Perilaku	Pikiran	Perasaan	Pengaruh Eksternal
<i>Competence</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Seseorang yang FOMO lebih peduli terhadap media sosial dibanding kehidupan nyata hingga akhirnya ia mengalami gangguan interaksi sosial di dunia nyata. • Menghabiskan waktu untuk 	<ul style="list-style-type: none"> • Selalu membuka media sosial tanpa sadar dan secara otomatis di setiap waktunya. 	<ul style="list-style-type: none"> • FOMO adalah sebuah kecemasan yang dialami oleh orang-orang yang takut tertinggal informasi atau aktivitas yang terutama bersumber dari media sosial. • Seseorang dapat merasakan cemas saat ia tidak 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak dapat mengikuti perkembangan informasi yang dimiliki lingkungan sosialnya. • Merasa terganggu apabila kehilangan kesempatan bertemu bersama teman-temannya.

	mencoba mengikuti perkembangan.		mendapatkan perhatian yang diinginkan saat ia menyebarkan sesuatu di media sosial.	
<i>Relatedness</i>	<ul style="list-style-type: none"> Memaksakan diri, dan merubah pendirian hingga ikut-ikutan untuk mendapatkan pengakuan ataupun apresiasi 	<ul style="list-style-type: none"> Seseorang yang FOMO ingin lebih diakui di media sosial dibandingkan di dunia nyata. Mementingkan untuk memahami lelucon yang dipahami juga oleh teman-temannya 	<ul style="list-style-type: none"> Saat seseorang mendapatkan perhatian di media sosial ia merasa eksis dan diakui sehingga merasa harga dirinya meningkat. 	<ul style="list-style-type: none"> mengikuti suatu kelompok dan tidak mau tertinggal, hanya untuk dianggap dan disukai keberadaannya. Karena media sosial itu segala sesuatunya berasal dari orang lain, seseorang yang FOMO menjadi terpancing untuk ingin tahu kehidupan orang lain, mencari gosip terbaru, hingga mencampuri hidup orang lain melalui media sosial.
<i>Autonomy</i>	<ul style="list-style-type: none"> Selalu mengecek media sosial tanpa ada tujuan yang jelas. 	<ul style="list-style-type: none"> Selalu menentukan pilihan melalui informasi yang sedang populer. 	<ul style="list-style-type: none"> Merasakan kecemasan apabila kehendak atau hasratnya di luar kendalinya. 	<ul style="list-style-type: none"> Membeli sesuatu barang-barang yang baru, dan juga digunakan oleh seseorang yang digemari.

Tabel 3.2 Unit Analisis Data Objek

Analisis Khalayak Sasar

1. Geografis

Secara geografis, target karya film ini ditujukan untuk daerah Bandung, karena berdasarkan data khalayak sasar yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner sebanyak 80,2% responden berasal dari universitas ataupun institusi yang berada di Bandung. Namun, karya film ini tidak hanya berkaitan erat dengan daerah Bandung saja, akan tetapi dapat mencakup beberapa daerah-daerah lainnya di Indonesia.

- a) Utama : Bandung, Jawa Barat
- b) Sekunder : Jawa barat, Indonesia

2. Demografis

Karya film ini berfokus pada khalayak sasar untuk remaja dengan umur 18-27 tahun. Terutama pada hasil responden sekitar 95% berumur 18-24 tahun yang termasuk ke dalam usia yang aktif menggunakan media sosial Instagram.

- a) Usia : 18-27 tahun
- b) Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- c) Pendidikan : Sarjana

3. Psikografis

Secara psikografis, konektivitas dan intensitas tinggi dengan internet khususnya dalam hal penggunaan media sosial yang dimiliki remaja khususnya mahasiswa, yang memiliki kecenderungan berinteraksi dengan smartphone untuk membuka media sosial dalam pencarian informasi maupun mengekspresikan diri

Data dan Analisis Karya Sejenis

 <p><i>"The Social Dilemma"</i></p>	 <p><i>"Eighth Grade"</i></p>	 <p><i>"Ingrid Goes West"</i></p>
UNSUR NARATIF		
<p>Dengan film genre Dokumenter yang secara langsung narasi dibentuk langsung oleh narasumber, pembahasan mengenai berbahanya media sosial akan menjadi rumit karena membahas mengenai algoritma. Tetapi, dimudahkan melalui pengadeganan melalui setiap</p>	<p>Film ini berpusat seorang remaja yang memiliki kehidupan nyata (back-stage) dan media sosial (front-stage) yang sangat berbeda, di kegidupan nyata Kayla sangat pendiam dan jarang</p>	<p>Film ini menjadi sangat unik karena Mengambil sudut pandang Ingrid yang menjadi seorang yang sosiopat dengan obsesinya mengikuti seorang selebgram bernama Taylor demi membangun citra di kehidupan maupun di Instagramnya.</p>

pembahasannya yang menjadi satu kesatuan cerita yang memiliki tokoh yang merepresentasikan hubungan antara media sosial dengan kecenderungan masing-masing berdasarkan usia yang berpusat pada usia remaja awal, tengah dan akhir dan penggambaran algoritma lewat sosok manusia.	bersosialisasi sedangkan di media sosial dia begitu ceria dan sangat inspiratif. Media sosial menjadi kehidupan utama yang dijalani oleh Kayla, dengan hanya berdiam diri dalam kamar yang gelap dan hanya membuka dan bersosialisasi di media sosialnya.	Dengan berbagai cara memaksakan segala hal, Ingrid berusaha untuk mendekati Taylor demi ketenaran.
UNSUR SINEMATIK		
Pada bagian drama, <i>The Social Dilemma</i> cenderung menggunakan teknik komposisi latar yang lebar untuk menampilkan visual media sosial yang digunakan oleh subjek.	Hubungan antara Kayla dengan media sosialnya divisualkan dengan latar tempat yang gelap dan sumber cahaya hanya berasal dari smartphone ataupun laptop yang ia gunakan.	Depresi yang dialami Ingrid dan ekspresi keceriaan Taylor divisualisasikan dengan kecenderungan shot close-up hingga extreme close up serta mood dibangun berdasarkan latar yang mengambil latar tempat <i>Lost Angels</i> .

Tabel 3.2 Analisis Karya Sejenis

Dari analisis di atas, ketiga karya sejenis yang memiliki kesamaan maupun perbedaan konsep, pengayaan serta teknik mengenai permasalahan-permasalahan yang dialami oleh seseorang dengan media sosial.

UNIT ANALISIS	Film "The Social Dilemma"	Film "Eighth Grade"	Film "Ingrid Goes West"
Konsep			v
Naratif		v	v
Penokohan			v
Sinematografi	v		v
Mise En Scene	v	v	

Tabel 3.3 Hasil Analisis Karya Sejenis

Analisis Target

Berdasarkan data geografis, wilayah yang menjadi target audience dibagi menjadi 2 yaitu wilayah utama Kota Bandung dan wilayah sekunder Jawa Barat. Berdasarkan data demografis, usia target audience 18-27 tahun. Berdasarkan data psikografis, konektivitas dan intensitas tinggi dengan internet khususnya dalam hal penggunaan media sosial yang dimiliki remaja khususnya mahasiswa, yang memiliki kecenderungan berinteraksi dengan smartphone untuk membuka media sosial dalam pencarian informasi maupun mengekspresikan diri.

Tema Besar

Berdasarkan analisis di atas, Perancang mendapatkan kesimpulan yang menjadi tema besar yaitu FoMO yang dialami seorang remaja yang dipengaruhi oleh intensitas penggunaan yang tinggi serta standar citra yang dibangun oleh struktur sosial di Instagram, sehingga remaja yang mengalami FoMO akan berusaha memenuhi

standar-standar tersebut. Sebagai sutradara, hal tersebut yang akan menjadi landasan dalam perancangan film ini, baik secara naratif maupun sinematik dari film yang akan dibuat

Kata kunci: Penyutradaraan, Remaja, FoMO, Instagram dan Smartphone

HASIL DAN DISKUSI

Konsep Perancangan

Konsep menjadi pengantar dalam melihat berbagai macam kemungkinan serta mengeksplorasi penciptaan sebuah karya. Dalam proses penyutradaraan film pendek mengenai FoMO pada Mahasiswa kota Bandung sebagai pengguna media sosial Instagram, diperlukan konsep pesan dan konsep kreatif hingga konsep dalam membentuk visual yang matang dalam menyampaikan pesan yang dapat membangun dan juga membentuk pola pikir dan kesadaran masyarakat. Berikut konsep perancangan film pendek mengenai FoMO yang akan dibuat.

Konsep Jobdesc

Konsep jobdesc dari perancang sebagai sutradara yaitu konsep natural yang akan membangun narasi dan sinematografi seralistis mungkin kepada penonton. Serta penabrakan unsur globalisasi dan kearifan lokal menggunakan musik dangdut untuk membangun *mood* rumah susun dan kelas sosial dari karakter utama yaitu Ana. Musik yang digunakan yaitu musik-musik dari ayahanda Joni Iskandar yang erat kaitannya dengan Fear of Missing Out, yaitu salah satu lagu yang berjudul "Duit-Duitan".

Konsep Pesan

Keresahan perancang mengenai tren maupun citra yang dibangun oleh media sosial Instagram yang membuat para penggunanya menjadi FoMO merupakan awal munculnya sebuah ide dalam perancangan film pendek yang akan dibuat.









Kecenderungan FoMO yang terjadi di kalangan remaja pengguna Instagram yang kurang mampu mengendalikan obsesi berlebih melihat sesuatu yang orang lain alami menimbulkan ketakutan untuk mengharuskan dirinya mengalami ataupun memiliki hal tersebut juga. Berdasarkan fenomena tersebut, perancang akan merancang media dalam bentuk film pendek fiksi yang memberikan informasi serta tawaran solusi mengenai *Fear of Missing Out* kepada masyarakat terkhusus kepada remaja pengguna media sosial Instagram.



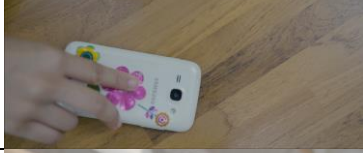







Pesan yang ingin disampaikan pada film pendek yang dirancang yaitu Memberikan perspektif serta membentuk pola pikir dan kesadaran remaja untuk tidak harus *fear of missing out* yaitu takut untuk tidak mengikuti standar-standar citra dari *trend* yang dibangun oleh media sosial Instagram, serta mendorong agar


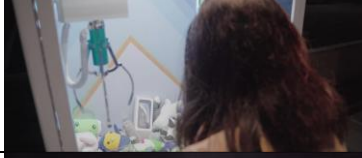


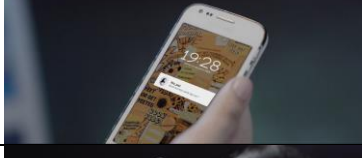





menerapkan *joy of missing out* yaitu dengan lebih merasa cukup dengan hidup sehingga dapat fokus atas apa yang kita senangi maupun dapat mengendalikan obsesi yang berlebih.






Hasil Perancangan

Berikut adalah hasil perancangan dari film pendek "Capit Sosial".

SCENE	VISUAL	DESKRIPSI
1A		Ana FoMO dan meminta izin untuk ikut kopi cantik bersama Rita dengan teman-temannya.
1B		Kebiasaannya sebelum tidur, Ana mengecek semua postingan Story Instagram menyenangkan yang dialami teman-temannya.
3		Ana berdandan di dekorasi seperti <i>backstage</i> panggung yang ia dekor.
3		Ana memilih pakaian dengan tidak teratur.
6		Sutresna mengajak mengobrol Ana yang hanya sibuk dengan <i>Smartphonenya</i>
7		Ana lupa mengembalikan dan membayar kepada Sutresna.
8		Ana semakin tidak percaya diri melihat pesona Rita dan teman-temannya.
8		Pesona Rita, Vina dan Wendy.

9		Vina melarang makan sebelum berfoto bersama makanannya untuk postingan Instagramnya.
9		Vina berinisiatif mengundi <i>smartphone</i> siapa yang akan digunakan untuk berfoto, yang membuat Rita menjadi gelisah akan kualitas <i>smartphonenya</i> .
9		Vina, Wendy, dan Rita meletakkan <i>smartphone</i> mewah di antaranya adalah <i>smartphone</i> Rita yang sudah ketinggalan jaman.
9		<i>Smartphone</i> Ana terpilih untuk berfoto membuatnya semakin khawatir.
9		Mereka berfoto menggunakan <i>smartphone</i> Ana.
9		Ana bersedih dan merasa tersinggung karena <i>smartphonenya</i> harus digantikan oleh <i>smartphone</i> Vina.
10		Ana melihat harga <i>smartphone</i> mewah.
10		Kesedihan Ana memuncak setelah melihat postingan Rita yang memilih mengunggah hasil foto Vina.
10		Ana melihat iklan mesin capit yang berhadiah <i>smartphone</i> mewah dan mengunjungi tempat tersebut.
11		Ana tiba di tempat mesin capit.

11		Smartphone impian Ana berada dalam mesin capit.
11		Ana gagal mendapatkan smartphone impiannya.
11		Ana terpancing untuk tetap terus bermain dengan kemenangan Danira (Afiliator).
11		Ana memaksakan diri untuk membeli koin dari sisa uangnya.
11		Ana Kembali gagal, akan tetapi kembali terpaksa untuk tetap bermain karena Rita mengajaknya kembali ikut untuk kopi cantik.
11		Ana memaksakan membeli koin dengan menggadaikan <i>smartphone</i> nya.
11		Ana terus gagal dalam percobaannya.
11		Di koin terakhirnya, dengan susah payah, Ana berhasil mendapatkan <i>smartphone</i> yang ia inginkan.
12		Easter Egg iklan <i>smartphone</i> mewah baru yang rilis di hari itu.
13		Ana memainkan <i>smartphone</i> mewahnya.

15			Dengan percaya diri, Ana kembali nongkrong bersama Rita, Vina, dan Wendy.
16			Ana berfoto di depan cermin, mengikuti tren dari Instagram.
17			Dengan percaya diri, Ana mengajak teman-temannya berfoto sebelum makan.
17			Vina, Wendy dan Rita meletakkan <i>smartphone</i> yang telah lebih baru.
17			Ana begitu sakit hati dan mengecawakan usaha yang dia alami sebelumnya.

Tabel 4.1 Hasil Perancangan

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan pada karya film pendek yang membahas mengenai fenomena Fear of Missing Out pada kalangan remaja pengguna Instagram, dapat disimpulkan bahwa remaja dengan tingkat penggunaan Instagram akan sangat mempengaruhi pengguna untuk terpapar FoMO. Yang memiliki kemampuan self-control yang bijak dalam penggunaan Instagram, peluang untuk terpapar FoMO akan semakin kecil. Akan tetapi, remaja dengan penggunaan Instagram yang tinggi akan sangat mudah terpapar FoMO dan akan memiliki kecenderungan memiliki kebutuhan dalam perngadaptasian diri terhadap lingkungan yang selalu berubah-ubah (*Competence*), kebuthan dipahami dan diapresiasi, (*Relateness*), dan Kebutuhan hasrat merepresentasikan diri (*Autonomy*) yang berdasarkan kehendak diri sendiri secara perilaku, pikiran dan perasaan maupun pengaruh eksternal.

Dari kebutuhan-kebutuhan tersebut, kecenderungan yang terjadi adalah masalah psikologis dan kehidupan sosial dari remaja pengguna aktif Instagram yang terpapar FoMO. Secara psikologis, remaja yang mengalami FoMO akan memaksakan diri untuk tetap terhubung dan memenuhi standar-standar citra yang dibangun oleh media sosial Instagram. Sedangkan secara kehidupan sosial, remaja yang mengalami FoMO akan lebih mengutamakan kehidupan orang lain dalam hal mengetahui keseharian, informasi seputar gossip, maupun mencampuri hidup orang lain melalui media sosial Instagram yang juga mengakibatkan kurangnya bersosialisasi dengan orang-orang yang berada di dekatnya seperti keluarga, maupun teman-temannya.

Sebagai Sutradara film mengenai Fear of Missing Out yang berjudul “Capit Sosial” ini bertujuan memberikan perspektif serta membentuk pola pikir dan kesadaran remaja untuk tidak harus *fear of missing out* yaitu takut untuk tidak mengikuti standar-standar citra dari tren yang dibangun oleh media sosial Instagram, serta mendorong agar menerapkan *joy of missing out* yaitu dengan lebih merasa cukup dengan hidup sehingga dapat fokus atas apa yang kita senangi maupun dapat mengendalikan obsesi yang berlebih.

DAFTAR PUSTAKA

Agung, L., & Nugraha, D. N. (2019). *Digital Culture and Instagram: Aesthetics for All? October 2019*.
<https://doi.org/10.31937/imoviccon-9>

Soewardikoen, D. W. (2019). *Metode Penelitian Desain Komunikasi Visual* (1st ed.). PT. KANISIUS.

Alexander, J. (2020, August 5). *INSTAGRAM LAUNCHES REELS, ITS ATTEMPT TO* Agung, L., & Nugraha, D. N. (2019).
Digital Culture and Instagram: Aesthetics for All? October 2019. <https://doi.org/10.31937/imoviccon-9>

Hendiawan, T. (2016). *POSKOLONIAL PADA TEKS NARATIF FILM SANG PENARI*.

Soewardikoen, D. W. (2019). *Metode Penelitian Desain Komunikasi Visual* (1st ed.). PT. KANISIUS.

KEEP YOU OFF TIKTOK. The Verge. <https://www.theverge.com/2020/8/5/21354117/instagram-reels-tiktok-vine-short-videos-stories-explore-music-effects-filters>

Asri, Rahman. (2020). Membaca Film Sebagai Sebuah Teks: Analisis Isi Film “Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini.” *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(2), 2–2.

Bell, J., & Waters, S. (2018). *Doing Your Research Project*. McGraw-Hill Education.

Creswell, J. W. . (2014). *Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publication.

Dawson, C. (2007). *A Practical Guide to Research Methods*. How To Books. www.howtobooks.co.uk

Faturochman. (2009). *PENGANTAR PSIKOLOGI SOSIAL*. Pustaka.

Hendiawan,T. (2016). *WACANA SEKSUALITAS PSIKOLONIAL PADA TEKS NARATIF FILM SANG PENARI*.

- McMahon, M., McMahon, M., & Pospisil, R. (2005). *Laptops for a Digital Lifestyle: Millennial Students and Wireless Mobile Technologies Assessing Executive Functions and Problem-Solving in Primary School Students View project Laptops for a digital lifestyle: Millennial students and wireless mobile technologies.*
- Mirzaqon, A., Bimbingan, T., Konseling, D., Purwoko, B., Pd, S., & Pd Bimbingan, M. (2018). *STUDI KEPUSTAKAAN MENGENAI LANDASAN TEORI DAN PRAKTIK KONSELING EXPRESSIVE WRITING LIBRARY RESEARCH OF THE BASIC THEORY AND PRACTICE OF EXPRESSIVE WRITING COUNSELING.*
- Nainggolan, V., Rondonuwu, S. A., & Waleleng, G. J. (2018). *PERANAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM INTERAKSI SOSIAL ANTAR MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNSRAT MANADO.*
- Raco. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif.* Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (1985). *Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being Self-Determination Theory.* Ryan.
- Setiadi, Ahmad. (2015). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI.*
- Soeparno, K., & Sandra, L. (2011). *SOCIAL PSYCHOLOGY: THE PASSION OF PSYCHOLOGY.* 19(1), 16–28.
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metode Penelitian Desain Komunikasi Visual* (1st ed.). PT. KANISIUS.
- Studio Antelope. (2020, April 2). *Pengertian Sutradara Dan Tugas-Tugasnya Dalam Pembuatan Film.* <https://studioantelope.com/pengertian-dan-tugas-sutradara-dalam-produksi-film/>
- Surampaet, sam, gunawan, erick, A. T. N. (2008). *Pekerjaan Film.*
- Worldailmi, Elanjati. (2012). *Perancangan Key Performance Indicators (KPI) Sebagai Dasar Alat Pengukuran Kinerja Menggunakan Metode Performance Prims* (studi kasus di Taman Pintar Yogyakarta) Universitas Sebelas Maret. Retrieved April 14, 2017.