

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Media sosial menghilangkan jarak antar individu dalam bersosialisasi, membawa kemudahan dan mempercepat arus informasi. 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*) (Prihatiningsih, 2017) Salah satu media sosial yang muncul dan memiliki pengguna aktif yang cukup banyak adalah Instagram.

Instagram adalah aplikasi media sosial tempat berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunanya untuk menggunakan berbagai macam fitur, seperti *filter*, layanan siaran langsung, layanan bertukar pesan pribadi, serta layanan toko atau pemasaran. Menurut laporan terbaru dari NapoleonCat, pada Oktober 2021, jumlah pengguna aktif Instagram di Indonesia telah mencapai 91.012.000 Artinya, 32,9% dari populasi masyarakat Indonesia adalah pengguna Instagram. Jumlah tersebut naik secara cukup signifikan dari jumlah total pengguna yang berjumlah 62.230.000 menurut data NapoleonCat sebelumnya pada Januari 2020. Dari jumlah tersebut, rentang usia 18-24 tahun menjadi kelompok pengguna Instagram paling besar di Indonesia, dengan total persentase sebesar 37,6% atau berjumlah 33.900.000 pengguna.

Meningkatnya jumlah pengguna Instagram membuka potensi bertambahnya arus informasi dari *user* untuk *user* lainnya, dengan sebagian besar dari pengguna tersebut adalah remaja usia 18-24. Remaja merupakan golongan usia yang sedang aktif dalam mencari identitas diri. Remaja yang menggunakan media sosial untuk mengembangkan diri, bersosialisasi dengan teman sebaya, dan mencari informasi terbaru memiliki potensi dihadapkan dengan arus informasi tanpa henti dari media

sosial Instagram. Dengan banyaknya informasi, terdapat sebuah kemungkinan para remaja tersebut tidak dapat memenuhi kebutuhan tersebut, yang juga merupakan sarana bersosialisasi dengan teman sebaya. Sehingga muncul sebuah upaya pemenuhan kebutuhan dalam menggunakan media sosial untuk tetap terus terhubung agar dapat terus setara dalam bersosialisasi dengan teman-temannya.

Kecemasan dan ketakutan akan tertinggal informasi atau saat seseorang tidak terhubung dengan media sosial dapat disebut *Fear of Missing Out*. *Fear of Missing Out* atau FoMO diakibatkan oleh perasaan seseorang takut akan tertinggal sesuatu, seperti takut tidak adanya partisipasi dalam suatu kegiatan, takut untuk tidak merasakan pengalaman yang orang lain alami, membandingkan pencapaian diri dengan orang lain, dan kecenderungan untuk selalu *relate* dengan suatu hal. Menurut Emamzadeh (2021) seseorang yang mengalami FoMO akan merasakan rasa takut kehilangan yang lebih besar, seringkali merasa kesepian dan perasaan terisolasi, memiliki pandangan negatif tentang diri mereka sendiri seperti adanya kecenderungan kurang menerima diri dan kebaikan terhadap diri yang lebih sedikit.

Menurut McGinnis (2020) FoMO memiliki dua arti, yang pertama yaitu rasa cemas yang tidak diinginkan yang timbul karena persepsi terhadap pengalaman orang lain yang lebih memuaskan daripada diri sendiri, biasanya lewat terpaan media sosial. Arti lainnya adalah suatu tekanan sosial yang datang dari perasaan akan tertinggal suatu peristiwa, atau tersisih dari pengalaman kolektif yang positif atau berkesan. Pemahaman kita terhadap nilai intrinsik suatu hal dibangun oleh berbagai faktor internal dan eksternal, seperti keluarga, teman, hingga influencer di media sosial. Persepsi memiliki peran pada terjadinya *Fear of Missing Out*, persepsi dapat dipengaruhi oleh perasaan, bias, harapan, dan rasa minder (*insecurity*). Saat merasa FoMO, kita akan merasakan dorongan yang dimotivasi oleh keinginan memperbaiki kondisi kita. Inti dari FoMO adalah impian, berakar pada pencarian terhadap apa pun yang lebih besar, lebih baik, dan lebih cerah dari yang kita miliki sekarang.

Kalangan mahasiswa merupakan subjek utama dari penelitian berdasarkan fenomena *Fear of Missing Out*, terutama mahasiswa yang berdomisili di Kota

Bandung. karena mahasiswa merupakan kalangan remaja yang ada dalam masa pencarian identitas diri, aktif dalam bersosialisasi dan mengekspresikan diri di media sosial. Serta untuk memberikan informasi mengenai potensi pemenuhan kebutuhan penggunaan media sosial terhadap fenomena FoMO pada kalangan Mahasiswa sebagai pengguna Instagram.

Film adalah salah satu media informasi yang bisa menjadi tawaran dalam menyampaikan solusi berdasarkan fenomena FoMO. Dengan menampilkan unsur naratif dan sinematik, film menjadi salah satu media audio-visual yang baik dalam menyampaikan informasi berkaitan dengan realitas yang terjadi di masyarakat. Menurut *Dwyer*, informasi yang dikemas dalam bentuk tayangan audio-visual dapat mengambil 94% saluran masuknya pesan dan informasi ke dalam jiwa manusia (Suparlan, 2021) Ini membuat penonton dapat merasakan kedekatan secara langsung dengan pesan yang terkandung dalam film.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan, film fiksi menjadi pilihan yang cukup efektif dalam penyampaian informasi. Film fiksi menampilkan cerita dengan rekaan diluar kejadian nyata, dengan *mise en scene* dalam unsur sinematik yang dapat dibuat untuk membantu menampilkan masalah pada lingkungan dalam film tersebut. Menurut Rizzo (2015) dalam sebuah film, terdapat peran perancang artistik yang berbagi tingkatan hierarki yang sama dengan sutradara dan sinematografer dengan menyampaikan konsep visual film melalui desain dan pembuatan *setting* lokasi

Dalam Tugas Akhir ini, peneliti akan bertindak sebagai perancang artistik yang akan bekerja secara dekat dengan sutradara dalam menerjemahkan ide dan konsep cerita menjadi suatu bentuk nyata berupa konsep *mise en scene*, mulai dari membedah naskah, menentukan tema visual, mencari lokasi, membuat properti, dekorasi, penataan kostum, dan masih banyak lagi. Perancang artistik juga bekerja sama dengan departemen kamera dalam membantu *framing*, dan pencahayaan adegan melalui penerapan tata artistik.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, perancang mengangkat judul tugas akhir, PERANCANG ARTISTIK DALAM FILM FIKSI TENTANG *FEAR OF MISSING OUT* PADA MAHASISWA PENGGUNA INSTAGRAM DI KOTA BANDUNG

## 1.2 Identifikasi Masalah

1. Media sosial menghilangkan jarak antar individu dalam bersosialisasi, membawa kemudahan dan mempercepat arus informasi.
2. Terjadi peningkatan jumlah pengguna instagram yang signifikan di Indonesia.
3. 32,9% masyarakat Indonesia adalah pengguna Instagram, dengan 37,6% adalah rentang usia 18-24.
4. Meningkatnya pengguna membuat meningkatnya kebutuhan informasi melalui media sosial.
5. Meningkatnya kebutuhan informasi melalui media sosial membuat potensi munculnya kecemasan dan ketakutan tertinggal informasi.
6. Kecemasan dan ketakutan akan tertinggal informasi atau saat seseorang tidak terhubung dengan media sosial dapat disebut *Fear of Missing Out*.
7. Kecemasan dan ketakutan tertinggal informasi membuat meningkatnya intensitas penggunaan media sosial.
8. Meningkatnya intensitas penggunaan media sosial mempengaruhi perilaku dan interaksi sosial nyata seseorang.
9. Mahasiswa merupakan kalangan remaja yang ada dalam masa pencarian identitas diri, aktif dalam bersosialisasi dan mengekspresikan diri di media sosial.
10. Dibutuhkannya media film sebagai solusi menyampaikan informasi pada remaja.
11. Dibutuhkannya penataan artistik untuk membantu menampilkan masalah dalam film fiksi melalui unsur sinematik untuk kalangan remaja.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan Identifikasi Masalah di atas maka dapat di rumuskan beberapa masalah, yakni:

1. Bagaimana kecenderungan *Fear of Missing Out* yang dialami remaja pengguna media sosial?
2. Bagaimana peran perancang artistik membentuk tata artistik pada film fiksi mengenai *Fear of Missing Out* yang ditujukan untuk remaja pengguna media sosial Instagram?

### 1.4 Ruang Lingkup

Untuk menghindari pembahasan yang terlalu meluas, maka Batasan atau ruang lingkup yang ada di Tugas Akhir ini adalah:

#### 1. Apa

Penelitian ini membahas tentang bentuk dan pengaruh fenomena *Fear of Missing Out* pada penggunaan media sosial Instagram.

#### 2. Di mana

Proses penelitian, proses perancangan, dan pembuatan film dilaksanakan di Kota Bandung, Jawa Barat.

#### 3. Kapan

Pelaksanaan penelitian dimulai sejak September 2021 hingga Juni 2022

#### 4. Siapa

Penelitian dan perancangan film ini ditujukan untuk usia 18-24 tahun, yang merupakan rentang usia mahasiswa di kota bandung serta usia yang banyak menggunakan sosial media.

#### 5. Bagaimana

Peneliti memiliki tanggung jawab sebagai Perancang artistik dengan menyajikan rancangan tata artistik dari film fiksi mengenai adanya dampak *Fear of Missing Out* dari sosial media dan representasi masalah pada remaja melalui bentuk *setting*, *property*, dan *wardrobe*

## **1.5 Tujuan Penelitian/Perancangan**

Adapun tujuan dari Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menyampaikan adanya pengaruh FoMO akibat penggunaan media sosial di kalangan remaja dan mahasiswa terhadap perilaku sosial dan interaksi sosial individu menggunakan pendekatan psikologi sosial.
2. Untuk mengetahui bagaimana penerapan tata artistik pada film fiksi yang membahas fenomena FoMO untuk membantu menyampaikan pesan yang tepat melalui *mise en scene*.

## **1.6 Manfaat Perancangan**

### 1.6.1 Manfaat Praktis

- a. Menghasilkan karya film pendek fiksi sebagai media informatif untuk menyampaikan pesan pada masyarakat sehingga dapat diapresiasi oleh khalayak. Juga sebagai bentuk karya yang dapat dijual dan diikutkan ke dalam festival.
- b. Menambah pengalaman dan mengasah kemampuan menjadi seorang Perancang artistik dalam merancang kebutuhan *setting & property* untuk film fiksi.

### 1.6.2 Manfaat Teoritis

Untuk menambah wawasan khalayak dalam upaya mengenalkan fenomena *Fear of Missing Out* dan pengaruh meningkatnya intensitas penggunaan media sosial pada potensi munculnya FoMO, serta pengaruhnya pada pembentukan identitas diri khususnya pada remaja.

## **1.7 Metode Perancangan dan Analisis Data**

### 1.7.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam perancangan tugas akhir ini, metode pengumpulan data yang dilakukan penulis adalah menggunakan metode observasi, wawancara, dan studi Pustaka. Segala data yang mendukung teori mengenai fenomena

FoMO dan media sosial akan dibutuhkan untuk landasan perancangan sebuah karya film fiksi.

a. Observasi

Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi pada kalangan remaja yang merupakan mahasiswa di beberapa universitas di kota Bandung, aktivitas pegiat media sosial, serta mengamati lingkungan mereka untuk menemukan gambaran dan referensi pengkaryaan. Observasi juga dilakukan pada karya film sejenis sebagai acuan dan referensi visual.

b. Wawancara

Wawancara sangat penting untuk mencari persepsi dan pendapat seseorang tentang suatu fenomena melalui pertanyaan kepada partisipan. Adapun target partisipan wawancara untuk penelitian ini adalah psikolog, pengamat media sosial, dan pegiat di media sosial pada *platform* Instagram.

c. Studi Pustaka

Dalam penelitian ini bahan bacaan, dan tulisan yang digunakan untuk studi Pustaka adalah buku, jurnal, artikel, dan dokumen terkait fenomena, serta mengenai perancang artistik film dan arahan artistik film.

d. Kuesioner

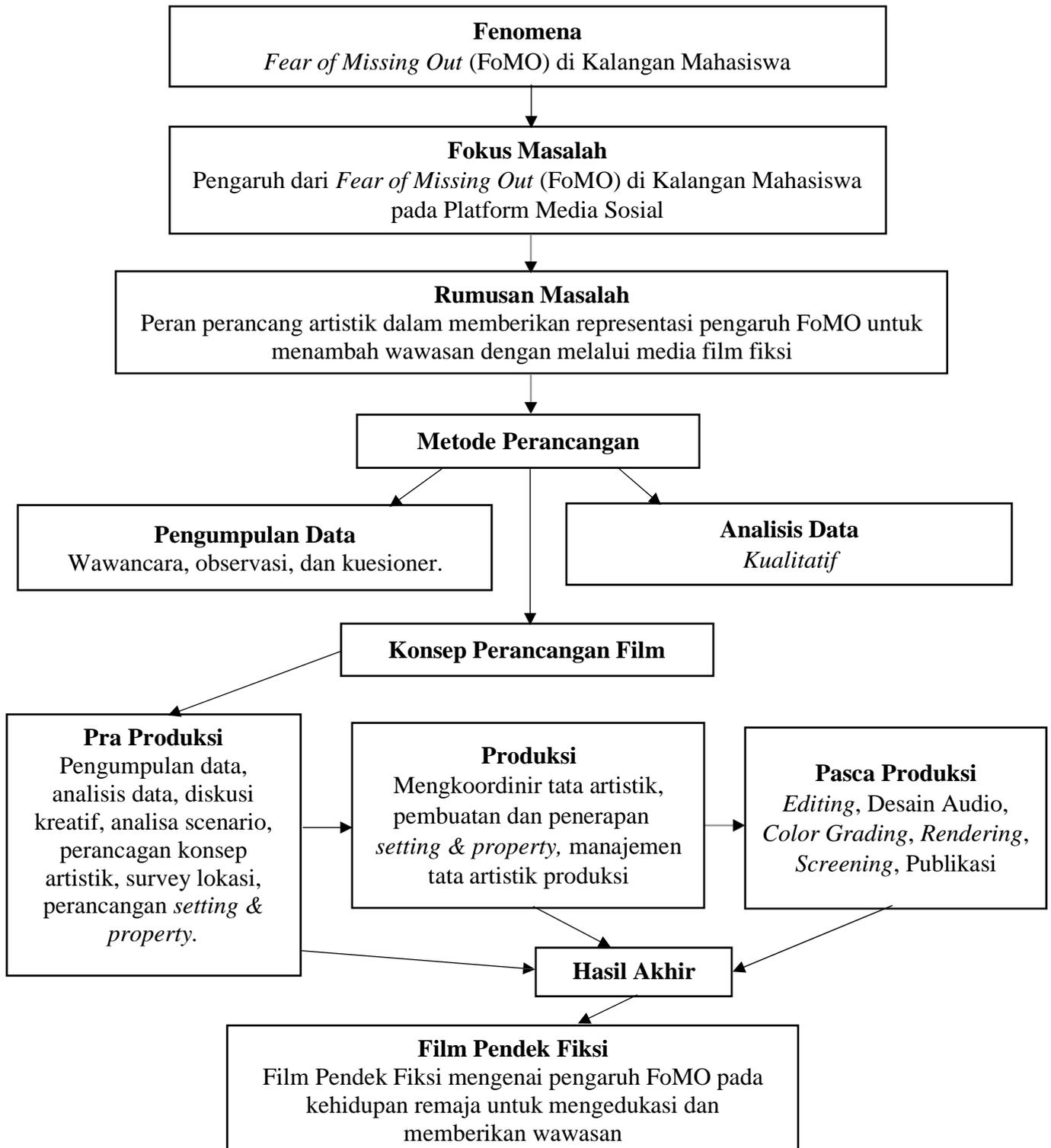
Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai metode untuk mencari respons pada khalayak ramai dengan pertanyaan yang berkaitan dengan fenomena dan data yang perlu untuk dicari dari khalayak.

### 1.7.2 Metode Analisis Data

Analisis data menurut (Dr. J. R. Raco, 2010) adalah mengatur bahan hasil wawancara dan observasi secara sistematis untuk menafsirkan dan menghasilkan suatu pemikiran, teori atau gagasan baru. Dalam penelitian ini metode kualitatif digunakan sebagai metode analisis data. Setelah melakukan pengumpulan data, data akan diolah dengan menggunakan teknik analisis deskriptif yang kemudian diinterpretasi menjadi acuan visual dan konsep dalam perancangan tata artistik. Penelitian kualitatif adalah cara eksplorasi dan memahami makna dari individu atau kelompok yang berasal dari sebuah masalah sosial. Ini melibatkan pertanyaan yang muncul dari prosedur, mengumpulkan data dari *setting* peserta, menganalisis data secara induktif, membangun tema dari khusus ke umum, dan menginterpretasi maksud dari data (Creswell, 2012).

## 1.8 Kerangka Penelitian

Alur perancangan/penelitian dari penentuan topik dan fenomena hingga saran/kritik/karya yang dihasilkan sebagai bagian dari solusi.



Gambar 1. 1 Kerangka Penelitian

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2021)

## **1.9 Pembabakan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisikan latar belakang dan identifikasi masalah mengenai pengaruh *Fear of Missing Out* pada kesehatan mental mahasiswa akibat meningkatnya intensitas penggunaan media sosial, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, metode penelitian dan perancangan, dan kerangka perancangan tata artistik dengan *setting & property* pada film pendek fiksi untuk menyampaikan wawasan tentang kesehatan mental.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Berisikan teori-teori atau dasar pemikiran mengenai fenomena *Fear of Missing Out* dan peran perancang artistik yang dapat digunakan sebagai panduan dan acuan referensi dalam perancangan *setting & property* pada film pendek fiksi.

### **BAB III DATA DAN ANALISIS DATA**

Berisikan uraian analisis data-data hasil penelitian yang diperoleh penulis melalui metode pengumpulan data observasi, wawancara, studi pustaka, dan analisis karya sejenis yang dijadikan acuan referensi pengkaryaan.

### **BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN**

Berisikan konsep-konsep hasil perancangan karya yang dibuat oleh penulis mulai dari konsep perancangan tata artistik dengan *setting & property* untuk membantu menyampaikan pesan melalui film, konsep media, konsep kreatif, konsep visual, dan hasil dari perancangan film pendek fiksi.

### **BAB V PENUTUP**

Berisikan kesimpulan hasil penelitian dan perancangan tata artistik dengan *setting & property* untuk film fiksi dan saran oleh penulis