Wacadesain
https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/wacadesain

VISUALISASI PENGENDALIAN DIRI PERILAKU FOMO TERHADAP GAYA HIDUP MELALUI MEDIA FOTOGRAFI ILUSTRASI

Anggi Sugiharti[1], Tia Mutiatur Rosyidah[2], Iwan Muhammad Ridwan[3], Panji Firman Rahadi[4]
[1]Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, anggi.sugiharti@ars.ac.id
[2]Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, tia2002mutia@gmail.com
[3]Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, iwan.iid@ars.ac.id,
[4]Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, panji.firman@ars.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah memunculkan fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) yang semakin banyak dialami Generasi Z, ditandai dengan kecenderungan membandingkan diri, mengikuti standar gaya hidup di media sosial, serta perilaku konsumtif yang berdampak pada kondisi psikologis maupun finansial. Perancangan karya ini bertujuan memvisualisasikan pentingnya pengendalian diri terhadap gaya hidup FOMO melalui media fotografi sebagai karya utama dan fashion sebagai karya pendukung guna membangun kesadaran serta penerapan konsep *Joy of Missing Out* (JOMO) sebagai bentuk penerimaan dan pengendalian diri. Metode yang digunakan adalah Pre-factum (*Practice-Ied Research*) dengan pendekatan *Design Thinking* yang meliputi tahapan *empathize, define, ideate, prototype,* dan *test*, sedangkan pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur, observasi, dan penyebaran kuesioner kepada Generasi Z. Hasil perancangan berupa fotografi seri naratif dengan pendekatan konseptual yang menggambarkan perjalanan individu dari kondisi terjebak dalam FOMO hingga mampu menerima diri sendiri, yang kemudian diadaptasi ke dalam ilustrasi teknik sulam pada produk fashion sebagai media pendukung kampanye sosial melalui Instagram dan TikTok. Hasil uji coba menunjukkan bahwa karya yang dihasilkan mampu menyampaikan pesan secara komunikatif, meningkatkan pemahaman audiens mengenai dampak FOMO, serta mendorong sikap reflektif, rasa syukur, dan pengendalian diri dalam menghadapi pengaruh gaya hidup di media sosial.

Kata kunci: *Fear of Missing Out* (FOMO), Fotografi, Fashion, *Joy of Missing Out* (JOMO), Media Sosial.

ABSTRACT

The rise of social media has given rise to the "Fear of Missing Out" (FOMO) phenomenon, increasingly experienced by Generation Z. This phenomenon is characterized by a tendency to make social comparisons, a drive to emulate lifestyle standards seen on social media, and consumerist behaviors that impact both psychological well-being and financial stability. This project aims to visualize the importance of self-control regarding the FOMO lifestyle, utilizing photography as the primary medium and fashion as a supporting element. The goal is to foster awareness and encourage the adoption of the "Joy of Missing Out" (JOMO) concept as a means of self-acceptance and self-regulation. The study employs a practice-led research methodology incorporating a Design Thinking approach comprising the stages of empathize, define, ideate, prototype, and test while data collection involves literature reviews, observation, and surveys distributed to Generation Z. The design outcome consists of a narrative photography series employing a conceptual approach that depicts an individual's journey from being trapped by FOMO to achieving self-acceptance; this imagery was subsequently adapted into embroidery illustrations for fashion products, serving as a medium to support a social campaign on Instagram and TikTok. Pilot testing indicates that the work effectively communicates its message, enhances audience understanding of the impact of FOMO, and

fosters reflection, gratitude, and self-control when navigating the influence of social media lifestyles.
***Keywords**: Fear of Missing Out (FOMO), Photography, Fashion, Joy of Missing Out (JOMO), Social Media.*

PENDAHULUAN

Bagian pendahuluan berisi fenomena perkembangan teknologi digital pada era saat ini telah membawa perubahan signifikan terhadap pola interaksi dan gaya hidup masyarakat, khususnya pada generasi Z. Sebagaimana meningkatnya penggunaan media sosial di Indonesia yang berada diurutan ke-3 sebagai pengguna internet terbesar setelah China (Junawan et al, 2020).

Tanpa disadari, standar hidup yang ditampilkan di media sosial tersebut menimbulkan tekanan sosial, di mana seseorang terutama kalangan mahasiswa merasa perlu mengikuti dan menyesuaikan diri agar tidak dianggap ketinggalan zaman (Christy, 2022). Sehingga hal tersebut telah memunculkan fenomena yang dikenal sebagai *Fear of Missing Out* (FOMO). FOMO memiliki arti rasa cemas atau takut ketinggalan tren, berita, pengalaman, atau momen bahagia (Hasman et al, 2024). Fenomena ini diperkenalkan pertama kali oleh Patrick J. McGinnis pada tahun 2004 dan semakin relevan dalam konteks kehidupan digital saat ini.

Kogoya mengatakan bahwa, saat ini manusia berlomba-lomba dalam membeli gadget bukan hanya karena kegunaanya saja, namun sekaligus sebagai *lifestyle* (gaya hidup), tren, dan prestise (Kogoya, 2015). Paparan tersebut mendorong seseorang untuk terus membandingkan diri dengan orang lain, serta menimbulkan perasaan iri melihat gaya hidup oranglain yang pada akhirnya memicu seseorang untuk selalu terhubung dengan media sosial. Sehingga, kondisi ini memunculnya rasa keinginan terus-menerus mengecek gadget, membandingkan diri, minder, hingga perilaku impulsif. Hal ini sejalan dengan kutipan bahwa individu dengan FOMO tinggi cenderung lebih sering memeriksa media sosial, sehingga memengaruhi kesehatan mental mereka (Widirahayu, 2024). Tidak hanya itu, Gen Z cenderung menjadikan media sosial sebagai patokan atau acuan utama dalam berbagai aspek kehidupan (Safitri et al, 2024). Sehingga, tanpa disadari mereka menggunakannya untuk mengikuti gaya hidup orang lain yang diluar batas kemampuannya secara finansial.

Salah satu dampak yang muncul biasanya perilaku impulsif terhadap sesuatu yang mencakup gaya hidup seseorang. Menurut Moeller (2001) impulsif ialah tindakan yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan, pertimbangan matang, atau memikirkan konsekuensi jangka panjang (Aldianita et al, 2019). Bahwa dampak perilaku FOMO lebih banyak memunculkan dampak negatif dibanding dampak yang positif, yaitu diantaranya menyebutkan kelelahan bermedia sosial, FOMO sebagai prediktor kesejahteraan psikologis, merugikan kesehatan keuangan, *nomophobia,* dan lain sebagainya (Latief, 2024). Maka dari itu perlunya kepedulian lebih dalam, bahwa hal ini dapat berdampak pada pola hidup yang kurang sehat secara finansial maupun psikologis. Seperti merasa khawatir akan pendapat orang lain terhadapnya (Safitri et al, 2024).

KAJIAN LITERATUR

Fear Of Missing Out (FOMO)

FOMO merupakan fenomena yang merujuk pada rasa cemas atau takut kehilangan pengalaman atau informasi, seperti aktivitas sosial, peluang, atau tren tertentu. Hal tersebut mempengaruhi seseorang untuk membandingkan dirinya sendiri dengan oranglain (Hasman et al, 2024).

Fotografi

Fotografi digunakan untuk menangkap kondisi nyata kehidupan Gen Z, termasuk gaya hidup, ekspresi, dan

interaksi sosial maupun digital yang berkaitan dengan fenomena FOMO. Dengan demikian, supaya tercapainya proses penyampaian pesan tersebut maka harus melalui beberapa syarat dalam sebuah komunikasi yang baik, yaitu dengan konsep AIDA *(Attention – Interest – Desire - Action)* atau Perhatian - Ketertarikan – Keinginan - Tindakan (Wardana, 2017).

Ilustrasi

Ilustrasi merupakan sebuah citra yang dibentuk untuk memperjelas sebuah informasi dengan memberi representasi secara visual. Esensi dari sebuah ilustrasi ialah pemikiran; ide dan konsep sebagai landasan apa yang ingin dikomunikasikan gambar (Witabora, 2012). Dalam pembuatan karya ilustrasi dapat menggunakan teknik manual (tradisional) maupun digital.

Sulam

Sulam merupakan salah satu adikriya yang sarat akan nilai filosofis dan estetikanya. Sulam tidak hanya untaian benang pada permukaan kain, tetapi sebagai suatu karya seni yang memiliki nilai tinggi serta memuat nilai-nilai kehidupan didalamnya (Agustin et al, 2019). Karya ini dibuat dengan bahan dasar benang dan kain. Menurut (Rahchminingsih, 2019 dalam Annastiarochim, 2025) ada beberapa macam teknik sulam, yakni : tusuk jelujur, tusuk tikam jejak, tusuk satin, tusuk rantai, tusuk silang, dan tusuk feston.

Kajian Referensi Karya

1. (Kurnia et al, 2023). “Perancangan Fotografi Konseptual Tentang Filosofi Stoikisme sebagai Media Kampanye Pencegah Kecemasan Berlebih Pada Remaja Di Kawasan Kota Tangerang” menunjukkan bahwa media fotografi mampu secara komunikatif menyampaikan sebuah pesan informasi kampanye sebagai sarana pencegahan terjadinya kecemasan pada remaja di kota Tangerang.
2. (Kusrini et al, 2023). “Fotografi Konseptual sebagai Media Representasi Sikap Masyarakat Lokal Terhadap Fenomena ‘Udan salah mangsa’ ”, peran fotografi disini sebagai pendekatan untuk memahami sebuah fenomena yang ada di sekitar masyarakat disana.
3. (Mintana et al, 2022). “Pembuatan Karya Foto Story Dengan Menggunakan Pendekatan EDFAT untuk Fotografi Kuliner (Warung Sate Kambing Tali Roso “Pak Tri”)”, memperlihatkan bahwa dalam sebuah fotografi mampu membuat visual cerita bergambar yang dapat memperkenalkan ke khalayak luar.
4. (Mairiza et al, 2024). “Perancangan Handmade Painting Fashion Bergaya Street Art Culture pada Clothing di Enthusiast”, tujuan penciptaan karya akhir ini untuk memvisualisasikan keindahan bunga teratai dengan warna yang beragam kedalam bentuk pakaian wanita. Penulis membuatnya dengan gabungan antara teknik batik tulis dan sulam.
5. (Annastiarochim et al, 2025). “Penerapan Teknik Sulam Pada Limbah Sepatu Oleh Peserta Didik Kelas VIII B SMP Wijaya Putra Surabaya” dalam penciptaan karya tersebut penulis memanfaatkan limbah sepatu sebagai media kreativitas dalam membuat ilustrasi teknik sulam.

METODE PENELITIAN

Metode Penciptaan Karya *(Pre-factum, Practice-Ied Research)*

Penelitian ini meggunakan metode penciptaan karya Pre-factum. Penelitian Pre-factum mengacu pada isu dan permasalahan yang ditemukan di masyarakat atau lingkungan sekitar, serta mengacu pada minat tujuan penelitinya (Hendriyana, 2022). Tujuan dari penelitian ini adalah menentukan topik serta menggambarkan tindakan

dalam menjawab pertanyaan ilmiah.

Menurut program penelitian di Simlitabmas Kemenristekdikti, bahwa metode *Practice-Ied Research* ini termasuk ke dalam penelitian terapan *(art and design as capability)* yang outputnya dalam wujud bentuk karya, model, purwarupa, dan prototipe (Hendriyana, 2022). Hal ini sangat melatih juga untuk meningkatkan keterampilan desainer dalam merancang, sehingga mereka juga belajar memahami dalam menggunakan pemikiran desainnya.

Design Thinking

Design Thinking merupakan proses yang paling efektif untuk dilakukan secara berkelanjutan sebagai solusi kreatif yang belum pernah ada sebelumnya (Husnunnisa, 2023). Berikut lima tahapan pendekatan Design Thinking dalam pembuatan karya :

1. *Empathize* (Empati), merupakan tahap pengumpulan informasi yang berasal dari target audiens untuk mengetahui kebutuhan informasi yang ingin didapatkan dari Program Studi Desain Komunikasi Visual. Adapun dalam proses pengumpulan data menggunakan beberapa teknik yakni wawancara, observasi, dan survei
2. *Define* (Definisi), merupakan tahap untuk mempertajam hasil dari pengumpulan informasi dengan pembuatan klasifikasi dari data yang diperoleh
3. *Ideate* (Ide/Gagasan), adalah proses untuk merumuskan dan mengelompokan ide-ide yang akan dikembangkan
4. *Prototype* (Pembuatan model), pada proses ini pengerjaan diprioritaskan dalam melakukan perancangan karya dengan tingkat penyelesaian di 80% sesuai dengan kebutuhan masyarakat luas.
5. *Test* (Uji Coba), pada tahap uji coba ini diharapkan adanya feedback dari masyarakat.

Dengan demikian, proses ini bertujuan untuk mengidentifikasi kembali dengan melakukan pengujian kualitas karya, permasalahan karya dan sasaran yang tepat (Nurullah & Marsudi, 2023).

PEMBAHASAN

Produksi Karya (*Design Thinking*)

1. Empathize

Permasalahan berawal dari pengalaman penulis terhadap kalangan Gen Z yang kurang bijak dalam merespon atau menyikapi perasaan FOMO terhadap gaya hidup Gen Z yang saat ini selalu mengedepankan gengsi dengan gaya hidupnya yang mewah namun dengan kondisi yang diluar kemampuan mereka terkhusus secara finansial. Selain berdampak negatif terhadap finansial, FOMO juga dapat menekan mental seseorang. Hal ini mendorong penulis untuk menciptakan sebuah karya yang bermanfaat bagi teman-teman Gen Z, agar lebih mampu menerapkan self control (pengendalian diri) yang baik dan sikap JOMO *(Joy Of Missing Out).*

2. Define

a. Kuesioner

Temuan atau kesimpulan yang didapat dari proses empati yang kemudian memperkuat bahwa permasalahan fenomena FOMO ini muncul akibat respon yang diterima atau masalah internal pada Gen Z dalam menanggapi sikap FOMO itu sendiri. Maka dari hasil penyebaran kuesioner diatas, dapat disimpulkan bahwa upaya untuk mengurangi perilaku FOMO dan dampak negatifnya itu berpusat pada penguatan internal yaitu diri sendiri. Sebagian besar responden juga berpendapat bahwa cara terbaiknya dimulai dari membangun pola pikir yang sehat dan kemampuan mengendalikan diri *(Self Control).*

b. Observasi

Hasil observasi yang dilakukan pada platform media sosial TikTok maupun instagram menunjukkan bahwa penggunaan *fashion casual style* dikalangan Gen Z ada yang terlihat simple minimalis namun tetap bergaya, adapun yang. bermotif, dengan gaya

pemakaian yang bervariasi antara formal dan kasual.

3. Ideate

Berdasarkan analisis masalah pada fenomena ini, penulis menemukan media yang dinilai efektif untuk menjawab kebutuhan tersebut, yaitu Fotografi Seri atau Cerita dalam bentuk naratif. Melalui visual gambar bercerita yang tampak realistis dengan kehidupan nyata, media ini berperan sebagai jembatan informasi untuk mengajak kalangan Gen Z lebih mampu dalam mengendalikan diri dengan baik terutama dalam menyikapi keinginan yang diluar batas kemampuan seperti gaya hidup yang FOMO, serta mengajak untuk lebih memikirkan dampak kedepannya.

***4.* Prototype**

Tahap ini meliputi penyusunan alur cerita, penulisan narasi, produksi karya sesuai dengan tujuan karya, yaitu membangun empati dan kesadaran terhadap diri sendiri maupun keadaan.

a. Pengumpulan Bahan

1) Fotografi

Dalam pembuatan fotografi diatas ini, penulis menyusun tahapan alur cerita atau konsep pesan yang terdiri dari 6 tahap untuk menggambarkan perjalanan Gen Z melepaskan kebiasaan FOMO menuju JOMO (*Joy Of Missing Out).*

Tahap pertama : tahap dimana seseorang merasa kurang dari apa yang telah dimiliki saat ini dan membandingkan diri. Hal tersebut biasanya timbul karena adanya distraksi dari postingan aktivitas di dunia maya atau media sosial yang berisikan konten-konten gaya hidup anak gen z zaman sekarang.

Tahap kedua : yaitu terjebak gaya hidup. Awal mula munculnya tanda-tanda permasalahannya yaitu yang disebut sebagai FOMO *(Fear Of Missing Out).* Muncul keinginan meniru karena cemas atau tekanan mindset akibat terpengaruh konten maupun lingkungan sekitar. Perubahan gaya hidup yang melonjak drastis, membeli atau melakukan segala hal untuk memiliki segalanya tanpa melihat keterbatasan sampai resiko kedepannya. Kondisi ini memasuki tahap seseorang sulit melepaskan gadget dan terus menerus memerhatikan media sosial, hal ini berkaitan langsung dengan *nomophobia*.

Tahap ketiga : pada kondisi ini dampak yang terjadi mulai terasa, perasaan lelah yang timbul akibat terus menerus memaksakan diri untuk tampil modis seperti oranglain dengan memiliki segala hal yang akibatnya diantara lain banyaknya tagihan cicilan SPaylater, pengeluaran tidak teratur, dan lain sebagainya.

Tahap keempat **:** cahaya natural dengan ketenangan sebagai titik balik menuju kesadaran dan resolusi untuk kembali fokus pada realita dan menikmati tujuan hidup dengan sikap JOMO *(Joy Of Missing Out)*

Tahap kelima **:** Belajar menerima dan menikmati keadaan serta luaskan rasa syukur pada diri sendiri.

Tahap keenam **:** upaya mengendalikan diri ditengah maraknya FOMO. Fokus pada diri sendiri tanpa harus segalanya menjadi seperti mereka.

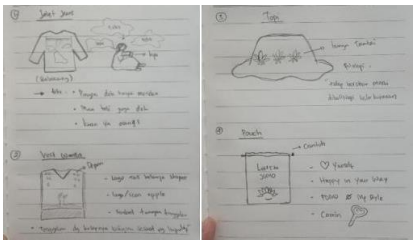
Pembuatan alur cerita ini didasari oleh latar belakang seorang Mahasiswa Gen Z yang mengangkat hubungan pribadi, media sosial, dan tekanan sosial, serta perjalanan menuju pembelajaran dalam menghadapi paparan konten dengan bijak, dan mampu menghargai juga mencintai diri sendiri apa adanya.

Kebutuhan produksi disini mencakup tentang alat-alat, bahan serta property yang dibutuhkan pada saat produksi karya. Dalam karya fotografi disini, alat yang digunakan dalam produksi karya ini ada Kamera Sony A6000, Lensa Kit 16mm - 50mm, Lensa 7artisans 25mm, Lighting, serta property pendukung lainnya.

2) Ilustrasi Sulam

Dalam pembuatan konsep karya ini ada beberapa produk fashion diatas merupakan produk siap pakai yang diadaptasi oleh penulis dengan menambahkan elemen ilustrasi manual

benang, yang bertujuan untuk mengomunikasikan tema atau konsep FOMO sebagai media pendukung fotografi secara lebih imajinatif penulis, yang disertai sentuhan personal dari penulis sendiri untuk meningkatkan estetika karya.



Gambar 1. Sketsa ilustrasi sulam

Kebutuhan produksi disini mencakup tentang alat-alat dan bahan untuk menyulam. Alat dan bahan yang digunakan seperti jarum, benang sulam, kain blacu, dan alat bahan lainnya.



Gambar 2. Media produksi

Warna yang digunakan pada ilustrasi menyulam ini merupakan warna-warna dingin dan gelap yang bertransformasi menjadi hangat dan ceria sesuai dengan tahap penerapan konsep pesan yang disampaikan.

b. Eksekusi/Produksi Karya

1) Fotografi

Gambar 3. Referensi penggunaan warna
(Sumber : Pinterest)

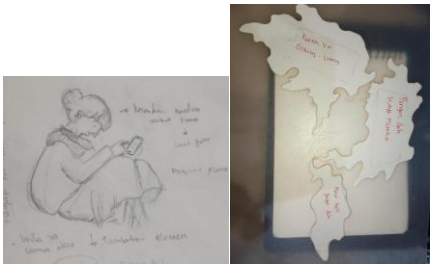
Setelah melalui tahap pembuatan konsep dan persiapan karya fotografi yang mencakup kelengkapan kebutuhan foto, seperti talent, objek foto, property, set up, dan lain sebagainya, maka karya fotografi ini mulai diproduksi. Karya fotografi diproduksi sesuai dengan konsep yang telah dibuat sebelumnya pada tahap *material collecting.*

2) Ilustrasi Menyulam

Sketsa

Sketsa berperan sebagai tahapan awal dalam proses penciptaan karya, termasuk dalam merancang ilustrasi dengan benang sulam. Tahap ini sebagai tempat memvisualisasikan ide yang bersumber berdasarkan dari hasil analisis data yang telah dikumpulkan. Dalam proses pembuatan sketsa, penulis hanya menggunakan kertas/Kain Blacu dan pensil.

- Jaket Jeans



Gambar 4. Dokumentasi pribadi

Makna yang tersirat dalam ilustrasi pada jaket ini ialah adaptasi dari alur fotografi tahap ke-1. Menggambarkan situasi atau kondisi seseorang (Gen Z) yang mulai terpengaruh dengan gaya hidup orang lain yang terlihat di media sosial. Munculnya hasrat keinginan meniru, serta rasa iri yang timbul dalam dirinya. Dari tanda-tanda yang diperlihatkan dalam gambar tersebut merupakan ciri-ciri dari sikap FOMO *(Fear Of Missing Out)*. Elemen yang digunakan terdiri dari gambaran seorang Gen Z, Handphone, Bubble teks yang berisikan suara hati Gen Z diantaranya : “Mau beli juga deh”, “Pengan deh kaya



mereka”, “Keren ya orang-orang”.



Gambar 5. Sesi Photoshoot

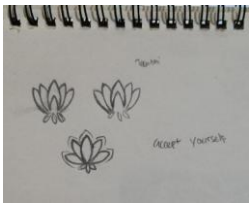
- Baju Vest



Gambar 6. Dokumentasi pribadi

Yaitu yang berisikan tentang seseorang yang tenggelam oleh ketergantungan dengan gaya hidup yang FOMO.

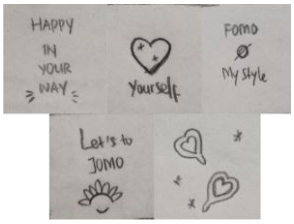
- Topi



Gambar 7. Dokumentasi pribadi

Hal ini menjadikannya simbol keteguhan, kesucian hati, sekaligus kekuatan untuk tetap bersinar meski dikelilingi keterbatasan.

- Tas Pouch



Gambar 8. Dokumentasi pribadi

a) *Happy In Your Way* : tulisan ini



mengartikan "Bahagia dengan Caramu". Tulisan ini bermaksud untuk mengingatkan bahwa carilah kebahagiaanmu dengan caramu dan kemampuanmu sendiri tanpa harus mengikuti orang lain dengan diselimuti keterpaksaan atauu keharusan.

b) *Love Yourself :* "Cintai Dirimu Sendiri". Ialah salah satu cara bersyukur atau kunci kebahagiaan yang tulus dan tak pernah habis yaitu dengan mampu mencintai diri sendiri.
c) FOMO *Not My Style* : makna dari isi pesan ini lebih mengarah kepada pendirian seseorang yang mampu mengontrol diri dalam hal apapun termasuk sikap FOMO yang impulsif.
d) *Let's To* JOMO : isi pesan yang terkandung ialah sebuah ajakan untuk menerapkan sikap JOMO *(Joy Of Missing Out)*. Sikap menerapkan kebahagiaan tanpa harus mengikuti tren/aktivitas guna fokus pada diri sendiri.
e) Cermin : konsep yang memaknai cermin ialah sebagai simbol refleksi diri, kejujuran, dan penerimaan. Benda ini mengajarkan kita untuk melihat kekurangan dan kelebihan apadanya, tanpa pilih kasih pada siapapun yang bercermin

Layouting/Tata letak

Prinsip layout diterapkan untuk mencapai keseimbangan visual antara motif dengan proporsi ukuran media produk fashion, sehingga menghasilkan komposisi yang harmonis dan menarik. Desain diaplikasikan pada beberapa produk fashion casual, diantaranya yaitu jaket jeans, baju vest, topi, dan tas pouch. Proses layout dilakukan cukup menggunakan alat gambar seperti skecthbook dan pensil.

Pemindahan desain ke kain

Proses ini merupakan tahapan dimana desain atau sketsa yang sebelumnya dikertas selanjutnya akan dipindahkan ke media kain pada produk fashion yang sudah terpilih.

Gambar 9. Dokumentasi pribadi

Proses Menyulam

Pada proses ini, desain yang telah dipindahkan pada media kain selanjutnya akan dilakukan eksekusi utama yaitu menyulam sketsa ilustrasi tersebut.

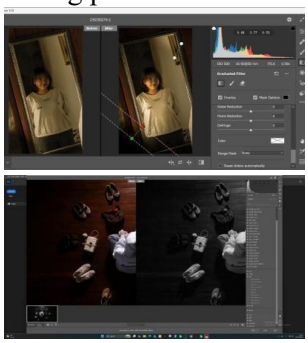


Gambar 10. Dokumentasi pribadi

c. Finishing Karya

1) Fotografi

- Editing photo



Gambar 11. editing photoshop & lightroom

Pembuatan Narasi

Tahap selanjutnya adalah menuangkan keresahan dalam sebuah narasi berbentuk prosa. Prosa tersebut dibentuk dengan bait yang berbeda jumlahnya diantara kedua konsep atau temanya.

Tabel 1. Narasi fotografi seri/cerita

Narasi Tahap 1 – 3 "Tak Pernah Cukup"	Narasi Tahap 4 - 6 "Cukup Menjadi Aku"
Dilayar yang mereka pilih Dari penampilan, perjalanan, barang mewah, Hidup yang terlihat indah tanpa cela Lalu muncul susara kecil, *Kamu kurang,* *Kamu tertinggaal,* *Kamu harus menyetarakan* Kamu mulai berlari Mengejar kehidupan yang fana itu Membandingkan setiap langkah Mengukur diri dengan standar yang tak pernah cukup Ilusi mu membawa bahagia sesaat Dengan ritme yang terus berulang Kamu tahu, Dan cukup untuk sadar bahwa dunia tak pernah cukup untukmu	Hari ini, Setitik cahaya memilihmu Untuk tinggal diruang kecil yang penuh makna rasa *Rasa syukur,* *Rasa menerima,* *Rasa mencintai,* *Dan rasa cukup* Tawa sederhana Percakapan yang jujur, Menjadi seada-adanya Sebab, Setiap jiwa mempunyai jalan & waktunya sendiri Untuk sampai pada bahagia versinya Ketika hati akhirnya mampu berkata *"Aku Sudah Cukup"* Bukan karena hidupku sempurna, Tapi aku tahu caranya mencaintai hidupku apa adanya Bukan tentang memiliki banyak hal, Melainkan ketika rasa syukur menjadi rumah, Maka *SEPERLUNYA*, Akan selalu terasa lebih cukup

Editing konten narasi fotografi



Gambar 12. Konten fotografi

2. Ilustrasi Menyulam Pada *Fashion*

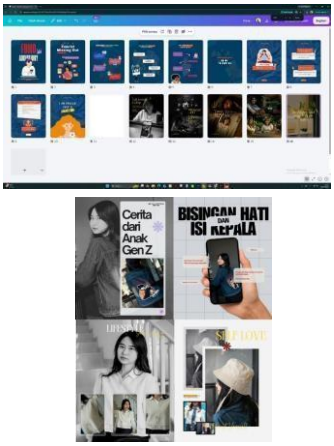
Tahapan *finishing* pada karya ilustrasi dengan teknik menyulam yang diaplikasikan pada fashion dan beberapa item produk lainnya.



Gambar 13. finishing karya ilustrasi sulam pada fashion

3. Editing Konten Media Sosial

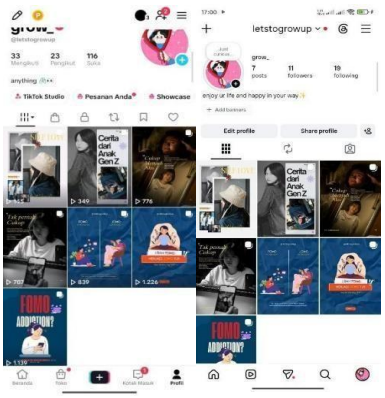
Tahapan editing konten media sos
ber
pen
pen
me
Mis
ters
uta
disc
did



Gambar 14. Editing konten media sosial

4. Publikasi Fotografi dan Fashion

Dipublikasikan melalui platform media sosial Instagram dan TikTok. Pemilihan kedua platform ini berdasarkan popularitasnya di kalangan Gen Z. Serta dalam penyampaian pesan yang sangat cepat, visual, dan emosional.



Gambar 15. Konten media sosial

5. Test

Setelah menyelesaikan tahap produksi, tahap selanjutnya hasil dari fotografi kemudian diuji kelayakan karya yang dilakukan secara online kepada beberapa responden menggunakan Google Form dalam kurun waktu satu hari. Akses link dibagikan melalui kontak WhatsApp kepada beberapa responden dengan rentang usia kalangan Gen Z. Kelompok usia ini dipilih karena sesuai dengan target audiens yang dikenal sangat aktif di media sosial.

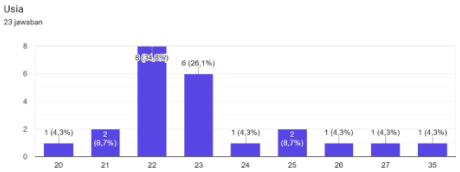
Berikut temuan dari hasil uji coba :

- Usia Responden



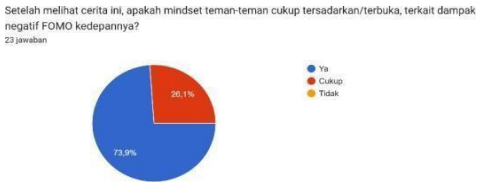
Gambar 16. Diagram usia responden

- Tingkat kepahaman responden pada isi pesan dalam postingan fotografi cerita tersebut.



Gambar 17. Diagram pertanyaan responden

- Feedback yang dirasakan responden



Gambar 18. Diagram pertanyaan responden

Dari hasil uji coba karya fotografi yang telah disebarluaskan, penulis mendapat kesimpulan bahwa mayoritas dari responden sudah memahami isi dari pesan yang disampaikan melalui sebuah media fotografi berkonsep cerita dan konseptual dengan presentase tertinggi, yang artinya karya fotografi tersebut berhasil menyampaikan pesan mengenai dampak FOMO serta kesadarannya. Adapun feedback yang diterima dari responden bahwa mereka merasakan tingkat kesadaran dan mendapatkan mindset yang lebih terbuka dengan presentase sebanyak 73,9% menjawab

"YA" dan 26% menjawab "CUKUP".

PENUTUP

Kesimpulan

Karya fotografi seri/cerita dalam bentuk naratif dengan pendekatan fotografi Konseptual yang dibuat untuk menyadarkan kalangan anak muda terutama Gen Z yang terpengaruh fenomena FOMO. Permasalahan akan dampak negatif terhadap FOMO sebenarnya bukan hanya perlu untuk diatasi setiap individu, namun mereka perlu sadar bahwa segala sesuatu tidak harus dimiliki dan dianggap sebagai kekurangan sepenuhnya. Semua akan tercipta lebih cukup jika mereka mampu mencintai diri sendiri seada-adanya dan lebih mampu dalam mengendalikan mindset diri.

Karya fotografi seri dan karya ilustrasi pada fashion sebagai media pendukung karena media fotografi ini merupakan salah satu media komunikasi visual yang paling jujur dalam menyampaikan sebuah kebenaran. Sedangkan ilustrasi sebagai media pendukung yang menjadikan informasi agar lebih menarik dimata audiens.

Berdasarkan hasil perancangan, dapat disimpulkan bahwa fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) pada Generasi Z dipengaruhi oleh tingginya penggunaan media sosial yang mendorong perilaku membandingkan diri, mengikuti standar gaya hidup orang lain, serta memicu perilaku konsumtif. Melalui metode (Pre-factum, *Practice-Led Research)* dengan pendekatan *Design Thinking*, perancangan fotografi seri sebagai karya utama dan ilustrasi teknik sulam pada fashion sebagai karya pendukung berhasil memvisualisasikan perjalanan dari kondisi FOMO menuju penerapan *Joy of Missing Out* (JOMO).

Hasil uji coba menunjukkan bahwa karya mampu menyampaikan pesan secara komunikatif, meningkatkan pemahaman audiens mengenai dampak FOMO, serta mendorong sikap reflektif, rasa syukur, dan pengendalian diri dalam menghadapi pengaruh gaya hidup di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

ASRI NUR AGUSTIN. (2019). Pengolahan Benang Tukel Menggunakan Teknik Sulam Pada Produk Fesyen [Skripsi, Universitas Telkom]. https://repository.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/154612/slug/pengolahan-benang-tukel-menggunakan-teknik-sulam-pada-produk-fesyen.html

Annastiarochim, A., & Mutmainah, S. (2025). PENERAPAN TEKNIK SULAM PADA LIMBAH SEPATU OLEH PESERTA DIDIK KELAS VIII B SMP WIJAYA PUTRA SURABAYA. *Jurnal Seni Rupa*, *13*(2b), 11-20.

Aldianita, N., & Maryatmi, A. S. (2019). Hubungan kontrol diri dan perilaku impulsif dengan nomophobia pada remaja pengguna instagram di kelas XI IPS SMAN 31 Jakarta Timur. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, *3*(3), 188-196.

Bestari, A. G., & Ishartiwi, I. (2016). Pengaruh penggunaan media mood board terhadap pengetahuan desain busana pada mahasiswa pendidikan teknik busana. *Jurnal Inovasi Teknologi Pendidikan*, *3*(2), 121-137.

Christy, C. C. (2022). FoMo di media sosial dan e-WoM: pertimbangan berbelanja daring pada marketplace. *Jurnal Studi Komunikasi*, *6*(1), 331-357.

Hasman, H. C. P., Irza, N. A., Yunita, N., & Alfifto, A. (2024). Pengaruh FoMO terhadap impulse buying saat live streaming pada pengguna Shopee di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *10*(23), 496-509.

Hendriyana, H., & Ds, M. (2022). *Metodologi Penelitian Penciptaan Karya Practice-Led Research and Practice-Based*

Research Seni Rupa, Kriya, Dan Desain–edisi Revisi. Yogyakarta:Penerbit Andi.

Husnunnisa, I. A. (2026, May 18). *Design thinking: Definisi, 5 tahapan, manfaat, dan contoh nyata*. Ruangkerja. Diakses pada 4 Juni 2026, dari https://www.ruangkerja.id/blog/design-thinking

Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi media sosial, Youtube, Instagram dan WhatsApp ditengah pandemi covid-19 dikalangan masyarakat virtual Indonesia. *Baitul'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, *4* (1),41-57.

Kogoya, Dekinus. (2015) DAMPAK PENGGUNAAN HANDPHONE PADA MASYARAKAT Studi Pada Masyarakat Desa Piungun Kecamatan Gamelia Kabupaten Lanny Jaya Papua. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, *4*(4). https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/8622

Kusrini, K., & Purnomo, A. S. A. (2023). Fotografi Konseptual sebagai Media Representasi Sikap Masyarakat Lokal Terhadap Fenomena" Udan Salah Mangsa". *Rekam*, *19*(2), 129-142.

Kurnia, D. I., & Dhayugantara, R. L. (2023). PERANCANGAN FOTOGRAFI KONSEPTUAL TENTANG FILOSOFI STOIKISME SEBAGAI MEDIA KAMPANYE PENCEGAH KECEMASAN BERLEBIH PADA REMAJA DI KAWASAN KOTA TANGERANG. *WARNARUPA (Journal of Visual Communication Design)*, *3*(1).

Latief, R. (2024). Analisis dampak perilaku fear of missing out (FoMO) di kalangan pengguna media sosial. *Jurnal Al-Irsyad Al-Nafs*, *11*(1), 31-46.

Mairiza, Y., & Pebriyeni, E. (2024). Visualisasi Bunga Teratai Sebagai Objek Dalam Karya Batik Tulis Dikombinasi Dengan Teknik Sulam. *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum*, *2*(1), 61-72.

Mintana, H. H., & Sari, S. N. (2022). Pembuatan karya foto story dengan menggunakan pendekatan EDFAT untuk fotografi kuliner (Warung Sate Kambing Tali Roso “Pak Tri”). *Jurnal Ilmu Komunikasi AKRAB*, *7*(1).16-27.

Nurullah, M. A. R., & Marsudi, M. (2023). PERANCANGAN VIDEO PROFIL PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL UNESA SEBAGAI MEDIA INFORMASI BAGI MASYARAKAT. *BARIK*, *5*(1), 96-109.

Safitri, D., Roosyidah, A., & Wijaya, S. (2024). Perilaku Fear of Missing Out (FoMO) Pada Gaya Hidup Generasi Z di Media Sosial. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 3, pp. 1051-1061).

Nurentama, F. (t.t.). (2023) *Apa itu casual style? Cobain styling outfitnya yang chic!* ZALORA Thread. Diakses pada (5 Juni 2026) dari https://www.zalora.co.id/blog/fashion/apa-itu-casual-style-cobainstyling-outfitnya-yang-chic/

Widirahayu, M. D. A., & Husna, J. (2024). Dampak Perbandingan Sosial di Instagram Terhadap Fomo dan Social Anxiety di Era Digital: Sebuah Kajian Deskriptif pada Mahasiswa. *Jurnal Jejak Hukum Indonesia (Jhi)*, *1*(2), 64-73.

Witabora, J. (2012). Peran dan perkembangan ilustrasi. *Humaniora: Journal of Indonesia Culture and Society*, *3*(2), 659-667.