

Perancangan Media Informasi Tentang Bahaya Fear of People Opinion (FOPO) Pada Mahasiswa

Galuh Anugerah Edita Ramdhani^{1*}, Anin Ditto²

¹ Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padangpanjang

¹galuhedita96@gmail.com, ²anin.printmaking.ditto@gmail.com

Abstrak

Fear of People Opinion (FOPO) merupakan kondisi ketika seseorang merasa takut terhadap penilaian orang lain sehingga dapat memengaruhi cara berpikir, bersikap, dan mengambil keputusan. Fenomena ini banyak dialami oleh mahasiswa, namun masih belum dipahami secara luas. Penelitian ini bertujuan merancang media informasi tentang bahaya FOPO pada mahasiswa guna meningkatkan pemahaman dan kesadaran terhadap dampaknya bagi kesehatan mental. Metode yang digunakan meliputi wawancara, penyebaran angket, studi pustaka, serta analisis AISAS sebagai dasar penyusunan strategi komunikasi. Hasil penelitian menghasilkan media informasi utama berupa audio visual dengan pendekatan *live action* dan *storytelling* yang didukung buku interaktif, poster, dan media sosial sebagai media pendukung. Seluruh media dirancang sesuai dengan karakteristik mahasiswa berusia 17–25 tahun menggunakan bahasa yang komunikatif, visual yang menarik, serta aktivitas interaktif sehingga mampu menyampaikan informasi mengenai bahaya FOPO secara jelas dan mudah dipahami. Perancangan media ini menghasilkan media informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu meningkatkan pemahaman dan kesadaran mahasiswa terhadap bahaya FOPO serta pentingnya menjaga kesehatan mental.

Kata Kunci: *Fear of People Opinion* (FOPO), Media Informasi, Audio Visual, Mahasiswa, Kesehatan Mental.

PENDAHULUAN

Fear of People Opinion (FOPO) merupakan kondisi ketika seseorang merasa takut terhadap penilaian orang lain sehingga memengaruhi cara berpikir, bersikap, dan mengambil keputusan dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi ini banyak dialami oleh mahasiswa yang berada pada masa transisi menuju kedewasaan, ketika tuntutan akademik, sosial, dan lingkungan semakin meningkat. Individu yang mengalami FOPO cenderung sulit mengemukakan pendapat, menghindari situasi sosial, serta lebih mengutamakan penerimaan dari orang lain dibandingkan dengan keyakinan dirinya (Gervais, 2023).

Hasil observasi melalui penyebaran angket menunjukkan bahwa 48,5% responden belum mengetahui istilah *Fear of People Opinion* (FOPO). Selain itu, 48,5% responden mengaku pernah memaksakan diri mengikuti pendapat atau ekspektasi orang lain, sedangkan 45,5% responden menyatakan pernah menarik diri dari lingkungan sosial karena takut terhadap penilaian orang lain. Temuan tersebut menunjukkan bahwa gejala FOPO telah dialami oleh sebagian mahasiswa, namun pemahaman mengenai istilah maupun dampaknya masih tergolong rendah.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan media informasi yang mampu mengenalkan bahaya FOPO kepada mahasiswa. Media audio visual dipilih sebagai media utama karena mampu menggabungkan unsur visual, audio, dan alur cerita sehingga informasi dapat disampaikan secara lebih komunikatif dan mudah dipahami. Penyampaian pesan didukung dengan pendekatan *live action* dan *storytelling* agar mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens. Selain media utama, perancangan ini juga didukung oleh buku interaktif, poster, dan media sosial sebagai media pendukung.

Penelitian ini bertujuan merancang media informasi tentang bahaya *Fear of People Opinion* (FOPO) pada mahasiswa melalui media audio visual. Perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran mahasiswa mengenai bahaya FOPO sehingga mereka mampu mengenali gejala, memahami dampaknya terhadap kesehatan mental, serta lebih percaya diri dalam mengambil keputusan tanpa dipengaruhi secara berlebihan oleh penilaian orang lain.

METODE PENCIPTAAN

1. Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk memperoleh data yang lebih mendalam mengenai *Fear of People Opinion* (FOPO) sebagai dasar dalam proses perancangan media informasi. Wawancara pertama dilaksanakan pada tanggal 19 September 2025 bersama Bapak Nefri Anra Saputra, S.Psi.I., M.Pd., dosen Institut Seni Indonesia Padangpanjang yang memiliki latar belakang di bidang psikologi. Berdasarkan hasil wawancara, beliau menjelaskan bahwa individu yang mengalami FOPO cenderung bergantung pada validasi dari orang lain, menghindari situasi sosial, serta merasa kesulitan dalam mengambil keputusan karena takut terhadap penilaian orang lain. Beliau juga menyampaikan bahwa apabila kondisi tersebut berlangsung secara terus-menerus, FOPO dapat memberikan dampak terhadap berbagai aspek

kehidupan, termasuk kesehatan mental, hubungan sosial, dan perencanaan masa depan. Hasil wawancara ini menjadi dasar dalam penyusunan materi yang disampaikan pada media informasi yang dirancang.



Gambar 1. Wawancara Dengan Bapak Anra

Pada hari yang sama, penulis juga melakukan wawancara dengan Rima Zahara Khairiah, seorang mahasiswi yang mengalami FOPO. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai pengalaman, perasaan, serta dampak yang dirasakan akibat FOPO dalam kehidupan sehari-hari. Hasil wawancara menunjukkan bahwa informan sering merasa khawatir terhadap penilaian orang lain, cenderung menyesuaikan diri dengan ekspektasi lingkungan, dan mengalami keraguan dalam mengekspresikan pendapat maupun mengambil keputusan. Data yang diperoleh dari informan digunakan sebagai acuan dalam menyusun alur cerita serta penggambaran karakter pada media audio visual agar sesuai dengan pengalaman yang dialami target audiens.



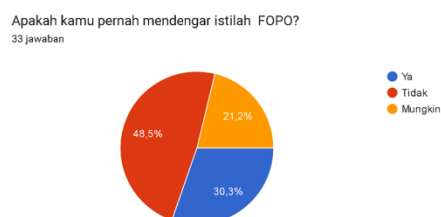
Gambar 2. Wawancara Dengan Rima

Hasil wawancara dengan narasumber ahli dan informan mengerucut pada satu kesimpulan bahwa *Fear of People Opinion* (FOPO) merupakan kondisi yang nyata dan banyak dialami oleh mahasiswa. Ketakutan terhadap penilaian orang lain tidak hanya memengaruhi keberanian dalam menyampaikan pendapat, tetapi juga berdampak pada pengambilan keputusan, interaksi sosial, serta kesehatan mental. Temuan tersebut menjadi dasar dalam perancangan media informasi yang tidak hanya mengenalkan FOPO, tetapi juga meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap penyebab, dampak, dan pentingnya menjaga kesehatan mental.

b. Angket

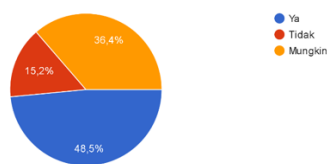
Angket menjadi salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data kuantitatif mengenai tingkat pengetahuan dan pengalaman mahasiswa terhadap *Fear of People Opinion* (FOPO). Penyebaran angket dilakukan secara daring melalui *Google Form* kepada mahasiswa sebagai target audiens penelitian. Metode ini dipilih untuk mengetahui sejauh mana mahasiswa mengenal istilah FOPO, pengalaman yang mereka alami, serta kebutuhan informasi yang diperlukan sebagai dasar dalam proses perancangan media.

Hasil angket menunjukkan bahwa 48,5% responden belum mengetahui istilah *Fear of People Opinion* (FOPO). Selain itu, 48,5% responden mengaku pernah memaksakan diri mengikuti pendapat atau ekspektasi orang lain, sedangkan 45,5% responden pernah menarik diri dari lingkungan sosial karena takut terhadap penilaian orang lain. Data tersebut menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar responden telah mengalami gejala yang berkaitan dengan FOPO, pemahaman mengenai istilah dan dampaknya masih tergolong rendah.



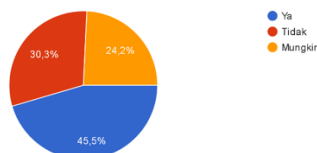
Gambar 3. Hasil Angket Mengenai Istilah FOPO

Pernahkah kamu memaksakan mengikuti ekspektasi/omongan orang lain meskipun dirimu menolaknya?
33 jawaban



Gambar 4. Hasil Angket Mengenai Pernah Mengikuti Ekspektasi Orang Lain

Pernahkah kamu menarik diri dari lingkungan sosial atas pendapat orang lain?
33 jawaban



Gambar 5. Hasil Angket Mengenai Pernah Menarik Diri Dari Lingkungan

Berdasarkan hasil angket, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa membutuhkan media informasi yang mampu mengenalkan FOPO beserta penyebab dan dampaknya terhadap kesehatan mental. Temuan ini menjadi salah satu dasar dalam menentukan konsep komunikasi, materi informasi, serta media yang digunakan dalam perancangan agar sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan target audiens.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk memperoleh landasan teori yang mendukung proses perancangan media informasi tentang bahaya *Fear of People Opinion* (FOPO) pada mahasiswa. Pengumpulan data dilakukan melalui buku, jurnal ilmiah, artikel, dan sumber daring yang kredibel yang membahas FOPO, kesehatan mental, media informasi, serta teori-teori yang berkaitan dengan desain komunikasi visual.

Literatur yang diperoleh digunakan untuk memahami konsep FOPO, penyebab, gejala, serta dampaknya terhadap kehidupan mahasiswa. Selain itu, teori mengenai media audio visual, *storytelling*, sinematografi, tipografi, warna, ilustrasi, dan tata letak menjadi acuan dalam menentukan konsep kreatif serta penyajian visual agar pesan yang disampaikan lebih efektif dan sesuai dengan karakteristik target audiens. Studi pustaka ini juga berfungsi untuk memperkuat data yang diperoleh melalui wawancara dan angket sehingga perancangan media memiliki dasar teoritis yang dapat dipertanggungjawabkan.

2. Metode Analisis Data

a. Analisis AISAS

Metode analisis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Metode AISAS digunakan untuk memahami perilaku target audiens dalam menerima, mencari, hingga menyebarkan informasi, sehingga dapat menjadi dasar dalam penyusunan strategi komunikasi dan penentuan media yang digunakan pada perancangan media informasi tentang bahaya *Fear of People Opinion* (FOPO).

Pada tahap *Attention*, perhatian audiens dibangun melalui media utama berupa audio visual dengan pendekatan *live action*. Penyajian cerita yang dekat dengan kehidupan mahasiswa, didukung penggunaan sinematografi, *motion graphic*, dan pemilihan warna yang konsisten, bertujuan menarik perhatian serta membangkitkan rasa ingin tahu audiens terhadap fenomena FOPO.

Tahap *Interest* diwujudkan melalui alur cerita yang menampilkan pengalaman tokoh dalam menghadapi FOPO. Konflik yang disajikan dirancang agar terasa relevan dengan kehidupan mahasiswa sehingga mendorong audiens untuk memahami lebih jauh mengenai penyebab dan dampak FOPO.

Pada tahap *Search*, audiens diarahkan untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai FOPO melalui media audio visual dan media sosial yang saling terintegrasi. Penyampaian informasi yang bertahap memudahkan audiens memahami materi secara lebih mendalam.

Tahap *Action* diwujudkan melalui media interaktif yang mengajak audiens melakukan refleksi diri dan mengenali kondisi emosinya setelah memperoleh informasi mengenai FOPO. Selanjutnya, pada tahap *Share*, media sosial dimanfaatkan sebagai sarana bagi audiens untuk membagikan informasi dan meningkatkan kesadaran mengenai bahaya FOPO kepada lingkungan sekitarnya.

b. Segmentasi Target Audiens

Segmentasi target audiens dilakukan untuk menentukan sasaran utama perancangan media informasi sehingga strategi komunikasi yang diterapkan dapat lebih tepat sasaran. Berdasarkan hasil pengumpulan dan analisis data, target audiens

dalam perancangan ini dibagi menjadi empat kategori, yaitu geografis, demografis, psikografis, dan perilaku (*behavior*).

1) Geografis

Secara geografis, perancangan media informasi ini ditujukan kepada mahasiswa di Kota Padangpanjang. Kota ini dipilih karena merupakan salah satu kawasan yang memiliki institusi pendidikan tinggi dengan dinamika sosial yang beragam, sehingga menjadi lingkungan yang relevan untuk mengkaji fenomena *Fear of People Opinion* (FOPO). Selain itu, hasil wawancara dengan Bapak Nefri Anra Saputra juga menunjukkan bahwa lingkungan sosial turut memengaruhi pola pikir serta tingkat FOPO yang dialami mahasiswa.

2) Demografis

Secara demografis, sasaran perancangan adalah mahasiswa berusia 17–25 tahun yang sedang berada pada tahap pembentukan identitas diri dan cenderung lebih rentan terhadap pengaruh opini sosial. Target audiens mencakup mahasiswa jenjang diploma maupun sarjana, baik laki-laki maupun perempuan, dengan latar belakang sosial ekonomi yang beragam. Segmentasi ini dipilih karena mahasiswa merupakan kelompok yang sedang menghadapi berbagai tuntutan akademik maupun sosial yang dapat memicu munculnya FOPO.

3) Psikografis

Secara psikografis, media ini ditujukan kepada mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial dan memiliki kecenderungan mudah merasa cemas terhadap penilaian orang lain. Audiens umumnya membutuhkan penerimaan sosial, bergantung pada validasi eksternal, serta memiliki keinginan untuk menampilkan citra diri yang baik di hadapan orang lain. Karakteristik tersebut menjadi pertimbangan dalam menentukan pendekatan komunikasi yang lebih empatik dan dekat dengan pengalaman target audiens.

4) Perilaku (*Behavior*)

Dari aspek perilaku, target audiens terbiasa memperoleh informasi melalui media digital, khususnya Instagram, TikTok, dan YouTube. Mereka cenderung lebih tertarik pada penyampaian informasi yang bersifat visual, komunikatif, dan berkaitan dengan pengalaman sehari-hari. Selain itu, audiens juga memiliki kebiasaan mencari informasi lanjutan ketika menemukan topik yang dianggap relevan dengan dirinya. Oleh karena itu, perancangan media menggabungkan audio visual, media sosial, poster, dan buku interaktif agar penyampaian informasi dapat diterima secara bertahap dan lebih efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Landasan Teori

a. Media Informasi

1) Pengertian Media Informasi

Media merupakan komponen komunikasi yang berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, sedangkan informasi merupakan data yang telah diolah sehingga memiliki makna. Dengan demikian, media informasi dapat dipahami sebagai sarana untuk menyampaikan informasi kepada khalayak agar pesan dapat diterima secara jelas, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan audiens. Selain sebagai penyampai pesan, media informasi juga berperan dalam membantu masyarakat memperoleh informasi yang aktual, relevan, dan mudah dipahami.

2) Jenis Media Informasi

Media informasi terdiri atas media visual, media audio, media audio visual, media digital dan interaktif, serta media cetak dan luar ruang. Pemilihan jenis media disesuaikan dengan karakteristik target audiens agar penyampaian informasi lebih efektif.

3) Fungsi Media Informasi

Media informasi berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan, memperluas jangkauan informasi, serta membantu audiens memahami informasi yang disampaikan secara lebih efektif.

b. Audio Visual

1) Pengertian Audio Visual

Audio visual merupakan media yang menggabungkan unsur visual dan audio sehingga informasi dapat diterima melalui indera penglihatan dan pendengaran secara bersamaan. Perpaduan kedua unsur tersebut menjadikan penyampaian pesan lebih menarik, komunikatif, dan mudah dipahami oleh audiens. Dalam perancangan ini, media audio visual dipilih sebagai media utama karena mampu menggambarkan fenomena *Fear of People Opinion* (FOPO) secara lebih nyata dan membangun keterlibatan emosional mahasiswa.

2) Aspek dalam Audio Visual

a) Aspek Naratif

Aspek naratif merupakan unsur yang mengatur penyusunan cerita sehingga alur dapat tersampaikan secara runtut, mudah dipahami, dan mampu membangun keterlibatan penonton. Melalui aspek naratif, media audio visual tidak hanya menyajikan rangkaian peristiwa, tetapi juga menyampaikan makna dan tujuan komunikasi yang ingin dicapai.

b) Aspek Sinematografi

Sinematografi merupakan aspek visual yang berperan dalam menyampaikan cerita melalui pengaturan komposisi, pencahayaan, sudut pengambilan gambar, pergerakan kamera, dan penggunaan warna. Penerapan

sinematografi yang tepat mampu mendukung alur cerita, membangun suasana, menampilkan emosi tokoh, serta mengarahkan perhatian audiens terhadap informasi penting yang ingin disampaikan.

c. Storytelling

1) Pengertian *Storytelling*

Storytelling merupakan pendekatan komunikasi yang menyampaikan pesan melalui rangkaian cerita sehingga informasi lebih mudah dipahami, diingat, dan mampu membangun keterlibatan emosional audiens. Melalui pendekatan ini, audiens diajak mengikuti pengalaman tokoh, memahami konflik yang dihadapi, serta menangkap pesan yang ingin disampaikan. Oleh karena itu, storytelling digunakan dalam perancangan ini agar penyampaian informasi mengenai *Fear of People Opinion* (FOPO) terasa lebih dekat dengan pengalaman mahasiswa.

2) Unsur *Storytelling*

- a) Tokoh, berperan sebagai penyampai cerita yang membawa audiens memahami pengalaman dan konflik yang terjadi.
- b) *Plot* (Alur), merupakan rangkaian peristiwa yang disusun secara terstruktur agar cerita mudah diikuti dan mampu menyampaikan pesan secara efektif.
- c) Konflik, menjadi penggerak cerita yang menunjukkan permasalahan yang dihadapi tokoh sehingga mampu membangun keterlibatan emosional audiens.
- d) Penyelesaian (Resolusi), merupakan akhir dari rangkaian cerita yang memberikan penyelesaian terhadap konflik sekaligus menyampaikan pesan utama kepada audiens.

d. Desain

1) Pengertian Desain

Desain merupakan proses perencanaan dan penyusunan elemen-elemen visual untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens. Dalam desain komunikasi visual, setiap unsur dirancang agar memiliki nilai estetika sekaligus mampu mengkomunikasikan informasi dengan jelas. Pada perancangan ini, desain digunakan sebagai dasar dalam menciptakan media informasi yang menarik, komunikatif, dan sesuai dengan karakteristik mahasiswa sebagai target audiens.

2) Prinsip Desain

- a) Keseimbangan (*balance*), yaitu pengaturan elemen visual agar tercipta komposisi yang harmonis dan nyaman dipandang.
- b) Penekanan (*emphasis*), yaitu memberikan fokus pada elemen tertentu agar informasi utama lebih mudah menarik perhatian audiens.
- c) Kesatuan (*unity*), yaitu menciptakan hubungan yang selaras antar elemen visual sehingga menghasilkan tampilan yang utuh dan konsisten.
- d) Irama (*rhythm*), yaitu pengulangan atau variasi elemen visual untuk membangun alur dan dinamika dalam sebuah desain.
- e) Proporsi (*proportion*), yaitu pengaturan ukuran dan hubungan antar elemen visual agar tampak seimbang dan sesuai dengan fungsinya.

e. Tipografi

1) Pengertian Tipografi

Tipografi merupakan seni dan teknik mengolah huruf sebagai elemen visual dalam menyampaikan pesan. Selain berfungsi sebagai media komunikasi, tipografi juga berperan dalam meningkatkan keterbacaan, membangun karakter visual, serta memperkuat identitas sebuah desain.

2) Klasifikasi Tipografi

- a) *Serif*, memiliki kait pada ujung huruf yang memberikan kesan formal, elegan, dan mudah dibaca pada teks panjang.
- b) *Sans Serif*, memiliki bentuk sederhana tanpa kait sehingga memberikan kesan modern, bersih, dan mudah dibaca.
- c) *Script*, menyerupai tulisan tangan dengan karakter yang lebih ekspresif dan dekoratif.
- d) *Decorative*, memiliki bentuk yang unik dan digunakan untuk memberikan penekanan atau memperkuat karakter visual pada desain.

f. Layout

1) Pengertian *Layout*

Layout merupakan proses penyusunan dan penempatan elemen-elemen visual, seperti teks, gambar, ilustrasi, dan ruang kosong (*white space*), sehingga membentuk tampilan yang terstruktur, menarik, dan mudah dipahami. Penggunaan layout yang tepat membantu audiens menerima informasi secara lebih efektif serta menciptakan kesatuan visual dalam sebuah media.

2) Prinsip *Layout*

- a) *Sequence*, mengatur urutan penyampaian informasi sehingga audiens dapat mengikuti isi pesan dengan alur yang jelas.

- b) *Emphasis*, memberikan penekanan pada elemen tertentu agar informasi utama lebih mudah menarik perhatian.
- c) *Balance*, menciptakan keseimbangan antar elemen visual sehingga tampilan terasa nyaman dipandang.
- d) *Unity*, menyatukan seluruh elemen visual agar menghasilkan tampilan yang harmonis dan konsisten.

g. Warna

1) Pengertian Warna

Warna merupakan salah satu unsur visual yang berperan dalam menarik perhatian, membangun suasana, serta memperkuat penyampaian pesan pada sebuah media. Pemilihan warna yang tepat dapat membantu audiens memahami informasi sekaligus membentuk identitas visual.

2) Skema Harmoni Warna

Skema harmoni warna merupakan susunan kombinasi warna yang menghasilkan keselarasan visual dalam sebuah desain. Beberapa skema harmoni warna meliputi monokromatik, *analogus*, komplementer, split komplementer, triadik, **dan** tetradik, yang masing-masing menghasilkan karakter visual yang berbeda.

3) Karakteristik Warna

Berdasarkan suhu warna, warna dibedakan menjadi warna hangat (*warm color*) dan warna dingin (*cool color*). Dalam perancangan ini digunakan **warna hangat** karena mampu memberikan kesan hangat, nyaman, dan bersahabat sehingga sesuai dengan konsep media informasi mengenai *Fear of People Opinion* (FOPO).

h. Ilustrasi

1) Pengertian Ilustrasi

Ilustrasi merupakan bentuk komunikasi visual yang digunakan untuk membantu menjelaskan, memperjelas, dan memperkuat informasi melalui gambar sehingga pesan lebih mudah dipahami oleh audiens. Dalam desain komunikasi visual, ilustrasi tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi juga mendukung efektivitas penyampaian pesan. (Kusrianto, 2007).

2) Fungsi Ilustrasi

- a) Memperjelas informasi sehingga isi pesan lebih mudah dipahami.
- b) Menarik perhatian audiens melalui penyajian visual yang komunikatif.
- c) Memperkuat penyampaian pesan dengan menggabungkan unsur visual dan teks.
- d) Meningkatkan nilai estetis sehingga media lebih menarik dan nyaman dilihat.

i. Buku

1) Pengertian Buku

Buku merupakan media cetak yang berisi kumpulan informasi yang disusun secara sistematis sehingga dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pengetahuan kepada pembaca. Sebagai media informasi, buku mampu menyajikan materi secara lebih lengkap, terstruktur, dan mudah dipahami.

2) Fungsi Buku

- a) Menyampaikan informasi secara sistematis dan mudah dipahami.
- b) Menjadi media edukasi yang membantu pembaca memperoleh pengetahuan.
- c) Menyajikan informasi secara lebih mendalam melalui perpaduan teks dan visual.
- d) Mendukung penyampaian pesan secara efektif sesuai dengan tujuan komunikasi.

j. FOPO

1) Pengertian FOPO

Fear of People Opinion (FOPO) merupakan kondisi psikologis ketika seseorang terlalu berfokus pada penilaian orang lain sehingga menghambat ekspresi diri, kinerja, dan pengambilan keputusan (Gervais & Lake, 2023). Kondisi ini membuat individu cenderung merasa khawatir terhadap penilaian orang lain dalam berbagai situasi sehingga memunculkan perilaku menghindari, perfeksionisme, serta rendahnya keberanian dalam mengambil risiko.

2) Faktor yang Mempengaruhi

Menurut T. Novi Poespita Candra, S.Psi., M.Si., Ph.D., Psikolog (Kurnia Ekaptiningrum, 2023), FOPO dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu budaya feodalisme, budaya kolektivisme, pengaruh media sosial, dan rendahnya kesadaran akan identitas diri. Faktor-faktor tersebut dapat membuat individu lebih mudah bergantung pada penilaian orang lain dibandingkan dengan penilaian terhadap dirinya sendiri.

3) Dampak FOPO

FOPO dapat menyebabkan individu cenderung menghindari situasi sosial, bergantung pada validasi eksternal, kurang percaya diri dalam mengambil keputusan, serta mengalami hambatan dalam mengembangkan potensi diri. Apabila berlangsung secara terus-menerus, kondisi ini dapat memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk kesehatan mental, hubungan sosial, dan perkembangan diri.

k. Ekspresi Emosi

1) Pengertian Ekspresi Emosi

Ekspresi emosi merupakan proses ketika seseorang menunjukkan atau mengungkapkan keadaan emosinya melalui berbagai bentuk perilaku, baik secara verbal maupun nonverbal. Ekspresi tersebut dapat disampaikan melalui ucapan, ekspresi wajah, bahasa tubuh, tulisan, maupun aktivitas kreatif sehingga membantu individu mengenali, memahami, dan mengomunikasikan perasaan yang dialaminya (Gross, 1998).

2) Manfaat Ekspresi Emosi

Mengekspresikan emosi dapat membantu individu mengenali penyebab emosinya, mengurangi tekanan psikologis, serta meningkatkan pemahaman terhadap diri sendiri. Kemampuan mengekspresikan emosi secara tepat juga berperan dalam menjaga keseimbangan kondisi psikologis dan membantu individu mengelola respons emosional yang dihadapi (Gross, 1998; Pennebaker, 1997).

3) Metode Mengekspresikan Emosi

Beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengekspresikan emosi antara lain *journaling*, *art therapy*, dan *grounding*. *Journaling* membantu individu menuangkan pikiran dan perasaan melalui tulisan sebagai bentuk refleksi diri, *art therapy* memanfaatkan aktivitas seni untuk mengungkapkan emosi yang sulit disampaikan dengan kata-kata, sedangkan *grounding* membantu individu memusatkan perhatian pada kondisi saat ini melalui kesadaran terhadap lingkungan dan pancaindra.

2. Hasil Desain

a. Tipografi

Perancangan media informasi tentang bahaya *Fear of People Opinion* (FOPO) pada mahasiswa menggunakan dua jenis huruf, yaitu Fredoka dan Patrick Hand. Keduanya dipilih karena mampu menghadirkan tampilan yang komunikatif, mudah dibaca, serta sesuai dengan karakter target audiens.

Fredoka
Patrick Hand

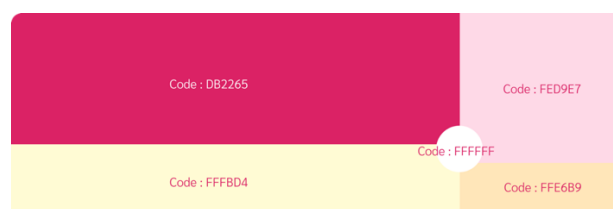
Gambar 6. Font yang Digunakan

Fredoka digunakan sebagai *headline* karena memiliki karakter huruf yang tegas, menarik perhatian, namun tetap terasa santai dan tidak terlalu formal. Karakter tersebut mendukung penyampaian pesan utama sekaligus selaras dengan tema FOPO yang berkaitan dengan perasaan, tekanan sosial, dan *overthinking* pada mahasiswa.

Sementara itu, Patrick Hand digunakan sebagai font pendukung karena memiliki bentuk menyerupai tulisan tangan yang memberikan kesan lebih personal dan natural. Penggunaan font ini membuat isi pesan terasa lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari mahasiswa sehingga mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens. Kombinasi kedua font tersebut juga menciptakan identitas visual yang konsisten pada seluruh media perancangan.

b. Warna

Perancangan media informasi mengenai *Fear of People Opinion* (FOPO) menggunakan konsep warna hangat dengan dominasi warna pink dan kuning. Pemilihan warna ini bertujuan menciptakan suasana yang hangat, nyaman, dan bersahabat sehingga pembahasan mengenai kesehatan mental tidak memberikan kesan yang terlalu berat bagi audiens. Selain itu, penggunaan gradasi warna pada beberapa media membantu menghasilkan tampilan visual yang lebih lembut sekaligus tetap mengarahkan perhatian audiens pada informasi utama.



Gambar 7. Warna yang Digunakan

Penerapan warna yang konsisten pada media audio visual, buku interaktif, poster, dan lembar interaktif juga berfungsi membangun identitas visual yang utuh. Dengan demikian, seluruh media memiliki karakter visual yang selaras sehingga lebih mudah dikenali sebagai satu rangkaian media informasi mengenai *Fear of People Opinion* (FOPO).

c. Audio Visual

Media utama dalam perancangan ini berupa audio visual berjudul *Bising yang Sunyi* dengan durasi sekitar delapan menit. Video menggunakan pendekatan *live action* dan *storytelling* untuk menggambarkan pengalaman Aul, seorang mahasiswa yang mengalami *Fear of People Opinion* (FOPO). Alur cerita disusun secara bertahap, dimulai dari

munculnya keraguan terhadap diri sendiri, berkembang menjadi konflik batin akibat rasa takut terhadap penilaian orang lain, hingga berakhir pada proses refleksi dan penerimaan diri. Penyampaian cerita diperkuat melalui narasi (*voice over*), dialog, serta *motion graphic* yang memvisualisasikan komentar dan bisikan negatif sebagai representasi pikiran tokoh.



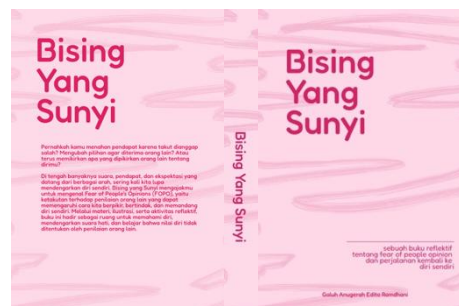
Gambar 8. Potongan Audio Visual

Dari aspek sinematografi, penggunaan variasi *shot size*, *camera angle*, dan pergerakan kamera disesuaikan dengan perkembangan emosi tokoh pada setiap adegan. *Extreme Wide Shot* dan *Long Shot* digunakan untuk memperlihatkan lingkungan serta membangun kesan kesendirian, sedangkan *Medium Shot*, *Medium Close Up*, *Close Up*, dan *Insert Shot* digunakan untuk menampilkan perubahan ekspresi, gestur, serta detail objek yang memperkuat konflik batin tokoh. Selain itu, penggunaan *Mirror Shot*, *Point of View Shot*, dan *Over the Shoulder Shot* membantu memperlihatkan sudut pandang tokoh sekaligus membangun kedekatan emosional antara penonton dan cerita.

Penerapan *color grading* bernuansa sedikit redup mendukung suasana emosional yang dialami tokoh selama menghadapi FOPO. Kehadiran *motion graphic* tidak hanya berfungsi sebagai elemen visual, tetapi juga menjadi representasi tekanan sosial yang dirasakan tokoh melalui visualisasi komentar dan bisikan negatif. Perpaduan antara *storytelling*, sinematografi, *motion graphic*, dan *color grading* membuat pesan mengenai bahaya FOPO dapat disampaikan secara informatif, komunikatif, serta mampu membangun keterlibatan emosional audiens sesuai dengan tujuan perancangan.

d. Buku Interaktif

Buku interaktif dirancang sebagai media pendukung yang menyajikan informasi mengenai *Fear of People Opinion* (FOPO) secara lebih lengkap dan mendalam. Isi buku disusun secara runtut, dimulai dari pengenalan FOPO, penyebab, dampak, hingga langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk mengelola rasa takut terhadap penilaian orang lain. Penyampaian informasi didukung oleh penggunaan ilustrasi, tipografi, dan warna hangat yang konsisten sehingga materi lebih mudah dipahami serta sesuai dengan karakteristik mahasiswa sebagai target audiens.



Gambar 9. Hasil Buku Interaktif

Selain menyampaikan informasi, buku ini juga menerapkan konsep interaktif melalui berbagai aktivitas yang mendorong pembaca untuk terlibat secara langsung, seperti mengenali emosi, melakukan refleksi diri, serta menuliskan pengalaman pribadi. Aktivitas tersebut dirancang agar pembaca tidak hanya memahami materi tentang FOPO, tetapi juga mampu menghubungkannya dengan pengalaman yang dialami dalam kehidupan sehari-hari. Pendekatan ini menjadikan buku interaktif sebagai media yang tidak hanya informatif, tetapi juga komunikatif dan mampu meningkatkan keterlibatan pembaca dalam proses memahami serta mengelola FOPO.

e. Poster

Poster dirancang sebagai media pendukung yang menyampaikan informasi mengenai *Fear of People Opinion* (FOPO) secara singkat, menarik, dan mudah dipahami. Perancangan terdiri atas empat poster yang saling berkaitan, yaitu pengenalan mengenai FOPO, tanda dan gejala yang dialami individu, dampak FOPO terhadap kehidupan dan kesehatan mental, serta langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk mengelola FOPO. Penyusunan materi secara bertahap bertujuan agar audiens memperoleh pemahaman yang utuh mengenai FOPO, mulai dari mengenali kondisi tersebut hingga mengetahui cara mengatasinya.



Gambar 10. Hasil Poster

Keempat poster menggunakan ilustrasi, tipografi, dan warna hangat yang konsisten dengan media utama sehingga membentuk identitas visual yang seragam. Informasi disajikan menggunakan bahasa yang sederhana dan komunikatif agar mudah dipahami oleh mahasiswa sebagai target audiens. Dengan penyajian visual yang menarik serta informasi yang ringkas, poster diharapkan mampu meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap bahaya FOPO sekaligus mendorong mereka untuk lebih peduli terhadap kesehatan mental.

f. Lembar Interaktif – Lembar Wajah Emosiku

Lembar Interaktif *Wajah Emosiku* merupakan media pendukung yang dirancang dalam bentuk *activity sheet* untuk mengajak audiens mengenali dan mengekspresikan emosinya melalui aktivitas menggambar dan mewarnai. Media ini menampilkan ilustrasi setengah wajah yang sengaja tidak diselesaikan sehingga audiens dapat melengkapi ekspresi, bentuk, dan warna sesuai dengan perasaan yang sedang mereka alami. Aktivitas didukung dengan penggunaan crayon agar proses berekspresi terasa lebih bebas, nyaman, dan tidak menimbulkan tekanan terhadap hasil gambar.



Gambar 11. Hasil Lembar Wajah Emosiku

Media ini menggunakan pendekatan *art therapy* yang memberikan kesempatan kepada audiens untuk mengekspresikan emosi melalui media visual. Setiap hasil gambar akan berbeda karena dipengaruhi oleh pengalaman dan kondisi emosional masing-masing individu, sehingga media tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga menjadi ruang refleksi yang bersifat personal. Ditinjau dari metode AISAS, Lembar Interaktif *Wajah Emosiku* berada pada tahap *Action*, karena mengajak audiens melakukan tindakan nyata setelah memperoleh informasi mengenai FOPO. Melalui aktivitas tersebut, audiens diharapkan lebih berani mengenali, menerima, dan mengekspresikan emosinya sebagai salah satu langkah dalam mengurangi pengaruh *Fear of People Opinion* (FOPO).

KESIMPULAN

Perancangan media informasi tentang bahaya *Fear of People Opinion* (FOPO) pada mahasiswa telah berhasil dilaksanakan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Perancangan ini menghasilkan media utama berupa audio visual berjudul *Bising yang Sunyi* yang didukung oleh buku interaktif, poster informasi, dan lembar interaktif. Seluruh media dirancang menggunakan pendekatan *storytelling*, unsur audio visual, ilustrasi, dan aktivitas interaktif sehingga mampu menyampaikan informasi mengenai pengertian, penyebab, dampak, serta langkah-langkah menghadapi FOPO secara komunikatif, menarik, dan mudah dipahami oleh mahasiswa. Penyampaian informasi melalui bahasa yang sederhana, visual yang dekat dengan kehidupan mahasiswa, serta penyajian yang terstruktur membantu audiens memahami materi sekaligus melakukan refleksi terhadap pengalaman pribadi. Dengan demikian, perancangan ini tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai media refleksi yang diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mahasiswa mengenai bahaya FOPO serta mendorong mereka untuk lebih berani mengenali, menerima, dan mengekspresikan diri tanpa bergantung pada penilaian orang lain.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT. atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada dosen pembimbing, dosen penguji, dan seluruh dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Padangpanjang atas bimbingan, arahan, serta ilmu yang telah diberikan selama proses perancangan. Terima kasih kepada narasumber, yaitu Bapak Nefri Anra Saputra, S.Psi.I., M.Pd. dan Rima Zahara Kahiriah atas kesediaannya memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada keluarga, sahabat, serta semua pihak yang telah memberikan dukungan, doa, dan bantuan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambrose, G., & Harris, P. (2011). *The fundamentals of creative design*. AVA Publishing.
- Dondis, D. A. (1973). *A primer of visual literacy*. MIT Press.
- Gervais, M., & Lake, S. (2023). *The first rule of mastery: Stop worrying about what people think of you*. Harvard Business Review Press.
- Gross, J. J. (1998). *The emerging field of emotion regulation: An integrative review*. *Review of General Psychology*, 2(3), 271–299.
- Kurnia Ekaptiningrum. (2023). *Fear of people opinion (FOPO): Takut akan penilaian orang lain*. Direktorat Jenderal Perbendaharaan.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar desain komunikasi visual*. Andi Offset.
- Lambert, J. (2013). *Digital storytelling: Capturing lives, creating community* (4th ed.). Routledge.
- Lupton, E. (2014). *Thinking with type* (2nd rev. ed.). Princeton Architectural Press.
- Pennebaker, J. W. (1997). *Writing about emotional experiences as a therapeutic process*. *Psychological Science*, 8(3), 162–166.
- Rustan, S. (2011). *Layout dasar dan penerapannya*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, S. (2017). *Mendesain logo*. Gramedia Pustaka Utama.
- Simmons, A. (2007). *Whoever tells the best story wins*. AMACOM.
- Wong, W. (1993). *Principles of form and design*. John Wiley & Sons.