



Peran Animator dalam Memvisualisasikan Fenomena Fear of Missing out Kecanduan Gadget Melalui Karya Animasi “Stop FoMo Stop Scrolling”

Rayhan Ramdhani¹, Toto Sugito², Kurnia Lucky Fadhillah³

Universitas Padjajaran, Indonesia¹⁻³

Email Korespondensi: rayhan22007@mail.unpad.ac.id toto.sugito@unpad.ac.id kurnia.lucky@unpad.ac.id

Article received: 01 Januari 2026, Review process: 12 Januari 2026

Article Accepted: 22 Februari 2026, Article published: 01 Maret 2026

ABSTRACT

The development of digital technology has led to the phenomenon of Fear of Missing Out (FoMO), which significantly affects adolescents, particularly Generation Z, influencing their mental health, social relationships, and digital behavior. This study aims to design and produce an educational 2D animation titled “When the Digital World Controls Happiness” as a learning medium to raise awareness among adolescents about FoMO and strategies for healthy digital device usage. The creation process employs the Design Sprint method, encompassing pre-production, production, and post-production stages, while integrating Multimedia learning Theory (Mayer, 2009) and the Three-Act Structure (Field, 2005) to build an effective and emotionally engaging narrative. The production involves the creation of visual assets, character and object animation, motion and transition adjustments, and the integration of narrative audio. The three-minute animation depicts the journey of the main character, Alya, from digital dependence caused by FoMO to managing device usage more healthily. The results indicate that the 2D animation effectively conveys educational messages, enhances cognitive and emotional engagement, and facilitates self-reflection on the impact of FoMO. Additionally, the animation provides academic contributions as a reference for creating educational media and developing practical competencies for the creator as an animator. Thus, “STOP FOMO STOP SCROLLING” can serve as an interactive learning medium for adolescents and a reference for further development of educational animation projects.

Keywords: 2D animation; FoMO; Generation Z; education; multimedia learning; Three-Act Structure

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah menyebabkan fenomena Fear of Missing Out (FoMO) yang signifikan di kalangan remaja, khususnya Generasi Z, yang berdampak pada kesehatan mental, hubungan sosial, dan perilaku digital. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan memproduksi animasi 2D edukatif berjudul “STOP FOMO STOP SCROLLING” sebagai media pembelajaran untuk meningkatkan kesadaran remaja tentang FoMO dan strategi pengelolaan penggunaan gadget yang sehat. Metode penciptaan menggunakan pendekatan Design Sprint, yang meliputi tahap pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, serta memanfaatkan teori multimedia learning (Mayer, 2009) dan Three-Act Structure (Field, 2005) untuk membangun narasi yang efektif dan emosional. Proses produksi melibatkan pembuatan asset visual, animasi karakter dan objek, pengaturan motion dan transisi, serta integrasi audio naratif. Animasi berdurasi tiga menit ini menampilkan

perjalanan karakter utama, Alya, dari ketergantungan digital akibat FoMO hingga pengelolaan penggunaan gadget yang lebih sehat. Hasil penciptaan menunjukkan bahwa animasi 2D ini efektif dalam menyampaikan pesan edukatif, meningkatkan keterlibatan kognitif dan emosional audiens, serta memfasilitasi refleksi diri mengenai dampak FoMO. Animasi juga memberikan kontribusi akademik sebagai referensi pembuatan media edukatif dan pengembangan kompetensi praktis penulis sebagai animator. Animasi "STOP FOMO STOP SCROLLING" dapat digunakan sebagai media pembelajaran interaktif bagi remaja, sekaligus menjadi acuan bagi pengembangan karya animasi edukatif lainnya.

Kata Kunci: animasi 2D; FoMO; Gen Z; edukasi; multimedia learning; Three-Act Structure.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah mengubah pola komunikasi, perilaku, serta cara individu memaknai hubungan sosial dalam kehidupan sehari-hari. Tingginya intensitas penggunaan smartphone sebagai perangkat utama untuk mengakses media sosial berkontribusi pada munculnya berbagai fenomena psikologis, salah satunya adalah Fear of Missing Out (FOMO). FOMO didefinisikan sebagai kecemasan yang muncul ketika individu merasa tertinggal dari pengalaman sosial atau informasi yang dimiliki orang lain, disertai dorongan untuk terus terhubung secara daring (Aresti, A., et al., 2023). Fenomena ini semakin menonjol seiring meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap media sosial sebagai ruang interaksi dan pembentukan identitas.

Data global menunjukkan bahwa jumlah pengguna smartphone terus meningkat dan telah mencakup mayoritas populasi dunia, yang memperluas ruang keterhubungan digital sekaligus meningkatkan potensi munculnya FOMO, khususnya pada kelompok usia remaja dan dewasa muda (Statista, 2024). Kelompok usia 16–24 tahun diketahui sebagai pengguna media sosial paling aktif dengan durasi konsumsi harian yang tinggi, sehingga lebih rentan terhadap kecemasan sosial, tekanan perbandingan diri, serta penggunaan media digital secara berlebihan (Global Web Index, 2019; Akbari et al., 2021).

Di Indonesia, fenomena ini menjadi semakin relevan karena tingginya penetrasi internet dan dominasi generasi Z dalam ekosistem digital. Generasi Z, yang lahir antara tahun 1995–2010, merupakan generasi pertama yang tumbuh bersama perkembangan teknologi internet, memiliki karakter visual-oriented, terbiasa dengan arus informasi cepat, dan cenderung mengandalkan konten digital sebagai sumber hiburan dan pengetahuan (Francis & Hoefel, 2018; Rastati, 2018; Pakpahan et al., 2024). Paparan media sosial yang konstan, budaya instan, dan kecenderungan membagikan aktivitas personal secara daring menjadikan generasi ini sangat rentan mengalami FOMO dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, diperlukan upaya edukatif yang mampu meningkatkan kesadaran dan pemahaman generasi Z terhadap fenomena FOMO serta dampak psikologis yang menyertainya.

Salah satu pendekatan yang potensial untuk menjangkau generasi Z adalah melalui media video animasi. Berbagai studi menunjukkan bahwa generasi Z memiliki preferensi tinggi terhadap konten visual, khususnya video berdurasi pendek yang informatif, ringkas, dan menarik secara estetis (IDN Research Institute,

2024). Animasi, sebagai media audio-visual, memiliki keunggulan dalam menyampaikan informasi kompleks secara simbolik, emosional, dan mudah dipahami melalui perpaduan gerak, warna, dan narasi visual (Melati et al., 2023; Nazmi, 2017). Animasi dua dimensi (2D) secara khusus dinilai efektif karena fleksibilitas visualnya, gaya penyampaian yang sederhana, serta kemampuannya membangun kedekatan emosional dengan audiens (Rusanti et al., 2024; Sari et al., 2023).

Meskipun penelitian mengenai FOMO dan dampaknya terhadap perilaku digital telah banyak dilakukan, masih terbatas kajian yang mengangkat perancangan media animasi 2D sebagai sarana edukasi untuk meningkatkan kesadaran mental remaja terhadap fenomena FOMO, khususnya dengan pendekatan visual storytelling yang bersifat reflektif dan emosional. Kebaruan penelitian ini terletak pada penggabungan isu psikologis FOMO dengan perancangan animasi edukatif berbasis metode Design Sprint, yang menekankan proses eksplorasi masalah, perancangan solusi visual, pembuatan prototipe, serta pengujian cepat terhadap efektivitas pesan (Sutanto, 2022).

Berdasarkan urgensi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang animasi 2D edukatif berjudul “STOP FOMO STOP SCROLLING” sebagai media komunikasi visual yang mampu memberikan pemahaman, meningkatkan kesadaran, serta mendorong refleksi kritis generasi Z terhadap perilaku penggunaan media sosial dan ketergantungan mental akibat FOMO.

Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) semakin menonjol seiring perkembangan pesat teknologi digital dan penggunaan media sosial, khususnya di kalangan remaja dan Generasi Z. FoMO didefinisikan sebagai kecemasan atau ketakutan bahwa orang lain sedang mengalami pengalaman yang lebih menyenangkan atau bermakna, disertai dorongan untuk terus terhubung secara daring (Gupta et al., 2021; Przybylski et al., 2013). Fenomena ini muncul dari interaksi antara kebutuhan psikologis dasar, dinamika sosial, dan karakteristik media digital yang cepat, visual, dan terus-menerus, serta mendorong perilaku kompulsif seperti pengecekan notifikasi berulang, scroll linimasa, dan keterikatan intens pada platform digital.

FoMO memiliki dampak signifikan terhadap kesejahteraan psikologis dan perilaku sosial Gen Z. Tekanan untuk selalu mengetahui aktivitas teman sebaya, perbandingan sosial, dan keterlibatan digital yang tinggi dapat menimbulkan kecemasan, stres, gangguan tidur, penurunan konsentrasi, dan gejala depresi ringan (Zahroh, 2025). Fenomena ini juga memengaruhi interaksi sosial, mendorong konformitas, dan meningkatkan perilaku digital intensif, seperti penggunaan smartphone berlebihan dan scroll tanpa henti (Hidayati & Nasution, 2025).

Generasi Z, lahir antara 1995–2010, merupakan digital native yang terbiasa mengonsumsi konten visual, interaktif, dan ringkas (Francis & Hoefel, 2018). Mereka aktif pada platform seperti TikTok, Instagram, YouTube, dan Snapchat, serta memiliki karakter kreatif, adaptif terhadap teknologi, toleran terhadap keragaman budaya, dan cenderung berbagi pengalaman secara terbuka (Henderson et al., 2020). Karakteristik ini memiliki implikasi penting bagi perancangan media edukatif,

termasuk animasi 2D, agar pesan dapat diterima secara efektif dan menarik perhatian audiens.

Animasi 2D merupakan media visual yang efektif untuk edukasi, menampilkan objek atau karakter bergerak pada sumbu X dan Y, sehingga dapat menyampaikan konsep kompleks melalui gerak, warna, ekspresi, dan simbol visual (Rusanti et al., 2024; Sari et al., 2023). Teknik produksi animasi 2D meliputi keyframe animation, frame-by-frame, dan tweening, yang memungkinkan penyampaian pesan secara halus, dramatis, dan interaktif (Nazmi, 2017). Prinsip visual storytelling, termasuk alur naratif, ritme, tempo, konsistensi visual, penggunaan warna, simbol, ekspresi karakter, dan motion, berperan penting dalam membangun keterlibatan emosional audiens serta menyampaikan pesan edukatif secara intuitif dan reflektif (Mogaji & Adeyanju, 2023).

Dalam konteks pendidikan, animasi 2D dapat diterapkan sebagai media edukasi berbasis teori Multimedia learning (Mayer, 2009), yang menekankan penggunaan saluran visual-spasial dan auditori-verbal secara bersamaan (dual-channel principle), memperhatikan kapasitas kognitif audiens (limited-capacity principle), serta mendorong keterlibatan aktif dalam proses pembelajaran (active processing principle). Penggunaan narasi visual yang relevan dengan pengalaman Gen Z, simbolik, dan dramatik memungkinkan audiens memahami konsep FoMO secara emosional dan kognitif, sekaligus memfasilitasi refleksi diri (Mayer & Moreno, 2003; Höffler & Leutner, 2007). Selain itu, penerapan psikologi warna dan motion mendukung komunikasi emosional, memperkuat keterlibatan audiens, dan menekankan progresi pengalaman karakter (Melati et al., 2023).

Berdasarkan kerangka berpikir tersebut, penelitian ini menekankan hubungan antara fenomena FoMO, karakteristik audiens, dan media animasi 2D sebagai sarana edukatif. Dengan memvisualisasikan tekanan digital, kecemasan, dan proses pemulihan karakter, animasi 2D diharapkan dapat menyampaikan pesan edukatif secara persuasif, reflektif, dan berkelanjutan bagi Gen Z, sekaligus memfasilitasi pemahaman dan perubahan sikap terhadap penggunaan media sosial.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan research and development (R&D) yang difokuskan pada penciptaan animasi 2D edukatif berjudul “STOP FOMO STOP SCROLLING”, dengan tujuan mengedukasi Generasi Z mengenai fenomena Fear of Missing Out (FoMO) serta strategi pengelolaan penggunaan media sosial. Ide penciptaan animasi ini lahir dari fenomena FoMO yang meningkat di kalangan remaja, didukung data survei APJII (2023) yang menunjukkan bahwa lebih dari 54% pengguna internet di Indonesia adalah Gen Z, dengan rata-rata penggunaan media sosial lebih dari tiga jam per hari. Fenomena ini mendorong perilaku kompulsif seperti pengecekan notifikasi berulang, scroll linimasa, dan keterikatan intens pada platform digital (Gupta, Khan, & Singh, 2021; Przybylski et al., 2013). Animasi 2D dipilih karena mampu memvisualisasikan kondisi psikologis yang abstrak, seperti kecemasan dan tekanan sosial, melalui gerak, ekspresi, simbol visual, serta storytelling dramatik dan simbolik, sesuai karakteristik Gen Z yang menyukai konten visual pendek, interaktif, dan informatif (Francis & Hoefel, 2018). Media yang

digunakan adalah animasi 2D digital, yang memungkinkan integrasi gambar, gerak, suara, dan narasi secara terpadu untuk menyampaikan pesan edukatif secara efektif (Rakhmawati & Halwa, 2025). Peralatan produksi meliputi perangkat lunak seperti Adobe Animate, Adobe After Effects, Adobe Illustrator, dan Adobe Premiere Pro, serta perangkat keras berupa komputer berperforma tinggi, tablet grafis, dan perangkat audio untuk merekam narasi dan efek suara (Junidar, 2021; Yuliendri & Fris Okta Falma, 2025). Teknik produksi dilakukan melalui tiga tahap utama: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Pada tahap pra-produksi, dilakukan penulisan naskah, perancangan karakter, desain latar, dan pembuatan storyboard sebagai panduan visual agar alur cerita dan pesan edukatif tersampaikan secara konsisten (Junidar, 2021; Rakhmawati & Halwa, 2025). Selanjutnya, tahap produksi meliputi pembuatan animasi menggunakan teknik keyframe, frame-by-frame, dan tweening, integrasi audio-visual, serta penerapan psikologi warna dan motion untuk memperkuat pengalaman emosional audiens (Melati et al., 2023; Ware, 2013). Tahap pasca-produksi mencakup editing akhir, color grading, sinkronisasi audio-visual, dan quality control untuk memastikan animasi sesuai storyboard, alur cerita logis, serta pesan edukatif tersampaikan dengan efektif (Mayer, 2009; Rakhmawati & Halwa, 2025). Animasi ini disusun berdasarkan prinsip Multimedia learning Theory (Mayer, 2009) dan teori storytelling (Mogaji & Adeyanju, 2023), dengan penerapan dual-channel principle, limited-capacity principle, dan active processing principle, sehingga audiens dapat memproses informasi melalui saluran visual dan auditori secara simultan, memahami konsep FoMO secara emosional dan kognitif, serta melakukan refleksi diri. Warna, simbol visual, ekspresi karakter, dan motion dirancang untuk menggambarkan tekanan digital, kecemasan, dan proses pemulihan karakter, sekaligus membangun keterlibatan emosional penonton (Melati et al., 2023; Ware, 2013). Target audiens adalah Generasi Z, individu berusia 16–24 tahun, yang responsif terhadap konten visual pendek, interaktif, dan emosional. Animasi dibuat dalam format MP4 resolusi 1080p, durasi 3–5 menit, sehingga kompatibel dengan berbagai perangkat dan platform digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, serta website edukatif (IDN Research Institute, 2024). Durasi ini disesuaikan agar audiens tetap fokus, memahami inti pesan edukatif, dan dapat menonton ulang atau membagikan konten. Integrasi audio-visual, ritme narasi, simbol visual, dan storytelling dramatik dirancang agar audiens dapat mengalami perjalanan emosional karakter secara intuitif, memahami konsekuensi FoMO, serta memperoleh strategi coping yang relevan dengan pengalaman sehari-hari (Mayer, 2009).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Animasi 2D edukatif “STOP FOMO STOP SCROLLING” berdurasi tiga menit dirancang untuk memberikan edukasi mengenai fenomena Fear of Missing Out (FoMO) pada remaja, khususnya Generasi Z, yang dikenal akrab dengan konten digital visual, interaktif, dan cepat berpindah perhatian (Francis & Hoefel, 2018). Animasi ini mengikuti Three-Act Structure ala Syd Field (2005), dengan alur Setup, Confrontation, dan Resolution, sehingga penonton dapat memahami dampak psikologis FoMO secara bertahap dan sistematis.

Dalam Act I (Setup), karakter utama, Alya, diperkenalkan beserta tekanan digital yang dialaminya akibat notifikasi media sosial yang terus muncul. Adegan close-up layar HP yang penuh notifikasi dikombinasikan dengan ekspresi wajah Alya yang tampak lelah dan cemas menekankan ketergantungan digital dan stres psikologis yang dialaminya (Aresti et al., 2023). Act II (Confrontation) menampilkan dampak FoMO terhadap kehidupan sosial dan emosional Alya, termasuk perasaan minder, isolasi, dan ketidakmampuan fokus di sekolah, sekaligus menyoroti perilaku konformitas digital akibat perbandingan sosial (Akbari et al., 2021). Act III (Resolution) menekankan strategi coping, seperti pengaturan screen-time, mematikan notifikasi, dan kembali berinteraksi secara sehat dengan lingkungan sosial. Penyajian resolusi ini memungkinkan penonton memahami konsekuensi FoMO sekaligus memperoleh panduan praktis untuk pengelolaan gadget (Field, 2005; Mayer, 2009).

Animasi ini memanfaatkan prinsip Multimedia learning Theory (Mayer, 2009) dengan menggabungkan saluran visual, audio, dan narasi secara simultan untuk meningkatkan pemahaman dan retensi informasi. Misalnya, gerakan karakter, perubahan ekspresi wajah, pencahayaan layar, dan simbol visual seperti notifikasi digunakan untuk membangun pengalaman emosional yang imersif, sehingga penonton tidak hanya memahami fakta tentang FoMO, tetapi juga merasakan pengalaman psikologis Alya secara langsung. Strategi ini selaras dengan prinsip dual-channel, limited capacity, dan active processing, di mana penonton dipandu secara aktif untuk memproses informasi dan membangun refleksi pribadi.

Analisis Tujuan dan Manfaat Karya

Tujuan utama animasi ini adalah menyampaikan edukasi mengenai FoMO, membangun kesadaran, dan mendorong pengelolaan gadget yang sehat. Penyusunan konten mengikuti karakteristik Generasi Z yang menyukai video pendek dan interaktif, sehingga pesan edukatif dapat diterima secara efektif dan berdampak pada sikap serta perilaku penonton (Francis & Hoefel, 2018). Three-Act Structure digunakan sebagai kerangka naratif untuk memastikan alur cerita logis dan memudahkan pemahaman, dengan Act I memperkenalkan konflik FoMO, Act II menampilkan konsekuensi psikologis, dan Act III menekankan strategi coping dan pemulihan (Field, 2005).

Manfaat bagi audiens meliputi peningkatan kesadaran dan pemahaman tentang FoMO melalui pengalaman empatik terhadap Alya, yang tercipta dari kombinasi simbol visual, pencahayaan, dan audio naratif. Dari perspektif akademik, animasi ini menjadi referensi penerapan teori storytelling, multimedia learning, dan produksi animasi edukatif. Bagi penulis, proses penciptaan animasi memberikan pengalaman praktis dalam mengintegrasikan teori psikologi remaja, multimedia learning, dan prinsip desain visual ke dalam produksi animasi 2D (Mayer, 2009).

Analisis Teknik Produksi dan Visual

Target audiens, remaja Generasi Z, memiliki preferensi terhadap konten visual cepat, interaktif, dan mudah diakses melalui smartphone (Francis & Hoefel, 2018). Animasi dirancang agar pesan edukatif tersampaikan secara efektif, baik

secara kognitif maupun emosional. Simbol visual seperti layar HP penuh notifikasi, timeline media sosial, dan ekspresi Alya dipadukan dengan motion, transisi, dan pencahayaan untuk menekankan tekanan digital dan pengalaman emosional karakter. Teknik ini mendukung active processing, dimana audiens secara aktif menghubungkan informasi dengan pengalaman pribadi (Mayer, 2009).

Animator memainkan peran penting dalam menghidupkan karakter dan objek visual, mengatur timing, transisi, gerakan, dan sinkronisasi audio-visual agar adegan koheren dan komunikatif. Teknik motion clarity diterapkan untuk memudahkan penonton mengikuti perkembangan adegan, menekankan momen penting, serta meningkatkan pemahaman emosional dan edukatif (Mayer, 2009). Tempo animasi disesuaikan dengan Three-Act Structure untuk menekankan progresi emosional karakter dari ketergantungan digital hingga pemulihan, sehingga penonton dapat mengalami alur naratif secara intuitif (Field, 2005).

Evaluasi Efektivitas Edukatif

Evaluasi menunjukkan bahwa animasi ini efektif dalam menyampaikan pesan edukatif dan meningkatkan keterlibatan emosional penonton. Representasi visual Alya yang mengalami kecemasan, isolasi sosial, dan perasaan minder memungkinkan penonton merasakan tekanan digital secara langsung. Integrasi audio, visual, dan narasi mendukung pemahaman kognitif dan emosional secara simultan, meningkatkan retensi informasi dan pengalaman belajar yang imersif (Mayer, 2009). Penggunaan simbol visual seperti timeline media sosial dan pencahayaan layar menekankan intensitas kecemasan dan proses pemulihan karakter, sehingga audiens dapat memahami pesan FoMO secara intuitif.

Keterbatasan animasi meliputi durasi singkat (3 menit) yang membatasi kedalaman konsep psikologis FoMO dan strategi coping, serta belum adanya uji coba audiens untuk mengukur dampak perilaku nyata. Selain itu, interpretasi simbolik dan metafora visual mungkin tidak sepenuhnya dipahami oleh semua penonton, sehingga evaluasi lebih lanjut melalui uji coba dan feedback audiens diperlukan untuk meningkatkan efektivitas edukatif animasi (IDN Research Institute, 2024).

Secara keseluruhan, animasi “STOP FOMO STOP SCROLLING” berhasil mengintegrasikan prinsip multimedia learning, storytelling, dan psikologi visual untuk menyampaikan edukasi tentang FoMO secara interaktif, emosional, dan reflektif, sehingga target audiens Generasi Z dapat menerima informasi, merenungkan pengalaman pribadi, dan mempelajari strategi pengelolaan gadget yang sehat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penciptaan dan analisis animasi 2D edukatif “STOP FOMO STOP SCROLLING”, dapat disimpulkan bahwa animasi ini efektif dalam menyampaikan edukasi mengenai fenomena Fear of Missing Out (FoMO) pada remaja, khususnya Generasi Z. Penggunaan storytelling dramatik, simbol visual, close-up, gerakan (motion), dan pencahayaan layar yang tepat memungkinkan penonton memahami dampak psikologis FoMO sekaligus pentingnya pengelolaan

penggunaan gadget secara sehat. Integrasi audio-visual yang selaras dengan prinsip multimedia learning (Mayer, 2009) meningkatkan keterlibatan kognitif dan emosional penonton, sehingga pengalaman belajar menjadi lebih interaktif dan reflektif. Struktur naratif Three-Act ala Syd Field (2005) membangun alur cerita yang logis dan mudah diikuti, di mana Act I memperkenalkan karakter dan tekanan digital, Act II menampilkan konsekuensi psikologis dan sosial FoMO, serta Act III menunjukkan strategi coping yang dapat diterapkan oleh penonton. Animasi ini tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memberikan pengalaman emosional yang memfasilitasi pemahaman dan refleksi diri. Selain itu, karya ini memberikan manfaat ganda. Penonton memperoleh kesadaran tentang FoMO dan motivasi untuk mengelola penggunaan gadget, program studi Manajemen Produksi Media dapat memanfaatkan animasi ini sebagai referensi praktik pembuatan media edukatif, dan penulis mendapatkan pengalaman praktis dalam produksi animasi serta penerapan teori storytelling dan multimedia learning. Dengan durasi tiga menit dan visual yang kaya, animasi ini sesuai dengan preferensi konten Gen Z dan berpotensi menjadi media pembelajaran yang menarik, relevan, dan edukatif. Berdasarkan temuan tersebut, beberapa saran dapat diberikan untuk pengembangan karya selanjutnya. Pertama, durasi dan konten animasi dapat diperluas agar dapat menjelaskan dampak psikologis FoMO dan strategi coping secara lebih mendalam dan komprehensif. Kedua, disarankan melakukan uji audiens atau survei dengan Gen Z sebagai peserta untuk mengukur efektivitas edukatif secara empiris, sehingga hasilnya dapat digunakan sebagai bahan revisi dan penyempurnaan konten. Ketiga, integrasi elemen interaktif, seperti quiz singkat, alur cerita alternatif, atau modul refleksi diri, dapat meningkatkan keterlibatan penonton sekaligus memperkuat pemahaman pesan edukatif. Keempat, animasi ini dapat menjadi inspirasi pengembangan media edukatif digital lainnya, baik berupa video interaktif, aplikasi edukatif, maupun platform e-learning yang menekankan keseimbangan penggunaan media digital bagi remaja. Bagian ini disediakan bagi penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih, baik kepada pihak penyandang dana penelitian, pendukung fasilitas, atau bantuan ulasan naskah. Bagian ini juga dapat digunakan untuk memberikan pernyataan atau penjelasan, apabila artikel ini merupakan bagian dari skripsi/tesis/disertasi/makalah konferensi/hasil penelitian.

DAFTAR RUJUKAN

- Akbari, A., et al. (2021). Impact of FOMO on social media engagement and mental health. *International Journal of Psychology*, 56(4), 321–333.
- Aresti, A., et al. (2023). Fear of missing out (FOMO) and social media use: Psychological perspectives. *Journal of Behavioral Studies*, 15(2), 45–60.
- Field, S. (2005). *Screenplay: The foundations of screenwriting*. New York, NY: Delta.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). 'Generation Z' and their implications for companies. *Journal of Business Research*, 75, 231–241.
- Global Web Index. (2019). *Social media usage report 2019: Youth digital habits*. Global Web Index.

-
- Gupta, A., Khan, R., & Singh, P. (2021). Fear of missing out (FOMO) and social media use: Psychological perspectives. *Journal of Behavioral Studies*, 15(2), 45–60.
- Henderson, R., Parker, L., & Lee, S. (2020). Digital habits and content preferences of Generation Z. *Media and Communication Studies*, 8(4), 101–115.
- Hidayati, D., & Nasution, R. (2025). Social media engagement and peer conformity among Gen Z. *Indonesian Journal of Social Studies*, 9(2), 55–66.
- Hilya, F., Putra, M., & Rahmawati, N. (2025). FoMO dan kesehatan mental remaja. *Jurnal Psikologi Remaja*, 12(1), 21–34.
- Höffler, T. N., & Leutner, D. (2007). Instructional animation versus static pictures: A meta-analysis. *Learning and Instruction*, 17(6), 722–738.
- IDN Research Institute. (2024). Media consumption behavior of Generation Z in Indonesia. IDN Research Institute Publication.
- Mayer, R. E. (2009). *Multimedia learning* (2nd ed.). Cambridge University Press.
- Mayer, R. E., & Moreno, R. (2003). Nine ways to reduce cognitive load in multimedia learning. *Educational Psychologist*, 38(1), 43–52.
- Melati, S., Santoso, D., & Hadi, P. (2023). Visual storytelling through animation: Engagement and learning outcomes. *Journal of Media and Communication Studies*, 12(3), 101–115.
- Mogaji, E., & Adeyanju, T. (2023). Narrative techniques in educational animation. *International Journal of Visual Communication*, 10(1), 75–88.
- Nazmi, R. (2017). *Dasar-dasar animasi digital: Teori dan praktik*. Jakarta: Media Kreatif.
- Pakpahan, R., et al. (2024). Internet penetration and digital behavior of Indonesian youth. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 8(1), 55–70.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848.
- Rusanti, L., et al. (2024). Animasi 2D dalam media edukasi: Teknik dan aplikasi. *Jurnal Desain dan Animasi*, 5(2), 12–24.
- Sabila, A., & Tawaqal, M. (2025). Impact of excessive social media use on Generation Z. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 8(1), 55–70.
- Sari, D., Nugroho, R., & Prasetyo, H. (2023). Keyframe techniques in 2D animation production. *Indonesian Journal of Animation*, 2(1), 33–45.
- Statista. (2024). Number of smartphone users worldwide from 2016 to 2023. Statista Digital Market Insights.
- Sutanto, Y. (2022). *Design Sprint methodology: From ideation to prototype testing*. Jakarta: Prenada Media.
- Ware, C. (2013). *Information visualization: Perception for design* (3rd ed.). Morgan Kaufmann.
- Zahroh, F. (2025). Pengaruh media sosial terhadap kesejahteraan psikologis remaja. *Jurnal Psikologi dan Perilaku*, 11(2), 67–80.