

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia mode saat ini memang tidak dapat kita abaikan. Berbagai inovasi menarik terdapat di dalamnya. Salah satu yang paling menarik adalah sepatu bertumit tinggi atau yang lebih kita kenal dengan istilah *high heel shoes* disingkat *high heels*. Terdapat berbagai brand dari yang sangat terkenal, sedang, sampai yang biasa saja yang menawarkan model dan tipe *high heel* yang sangat cantik. Brand-brand seperti *Jimmy Choo*, *Prada*, *Vivien Westwood*, *Christian Loubotin* dan sederet nama-nama terkenal bahkan sampai brand nasional dan lokal lainnya sangat mudah kita temui di mal-mal besar, toko sepatu, majalah sampai melalui media internet. Karena alasan itu pula, banyak masyarakat (khususnya wanita dewasa muda) menggunakan *high heels* dalam meningkatkan penampilannya.

Sebenarnya hal tersebut sah-sah saja, hanya masalah timbul karena kurangnya kesadaran masyarakat terhadap pemilihan kualitas dan pemakaian *high heels* yang tidak tepat sehingga terdapat resiko / dampak negatif bagi penggunaanya. Banyak faktor yang menyebabkan hal itu terjadi. Dari faktor ekonomi sampai faktor estetis yang mengalahkan logika wanita muda akan kesehatan kakinya. Ditambah berbagai pandangan atau stigma yang telah beredar di masyarakat, seperti *high heels* tidak baik digunakan karena dapat membuat betis menjadi besar, tumit lecet, pegal dan nyeri pada bagian kaki dan pinggang.

Tentu saja pihak fashion model tidak terlalu setuju dengan pendapat-pendapat tersebut. Menurut mereka, *high heels* justru dapat memperbaiki penampilan, karena dengan sepatu tersebut tubuh akan berdiri lebih tegak dan otot perut secara otomatis akan tertarik dan terlihat lebih rata. Terlebih dengan memakai *high heels* penggunaanya akan secara otomatis berjalan hati-hati dan terlihat anggun. Belum lagi otot pinggul yang terdorong naik akan menjadikan wanita tersebut terlihat seksi. Terlepas memang ada juga dampak negatif yang mungkin timbul akan pemakaian *high heels* yang tidak tepat.

Di Indonesia, Bandung khususnya, pengguna *high heels* kebanyakan adalah masyarakat awam yang kurang memperhatikan segi kesehatan dibandingkan dengan segi penampilan dan ekonomi. Tidak sedikit masyarakat yang lebih condong membeli sepatu berharga murah dengan model cantik tetapi memiliki kualitas kurang. Akibatnya, kaki menjadi cepat lelah, lecet, bahkan hingga gangguan otot dan perubahan bentuk tulang kaki.

Meskipun begitu, *high heels* sulit ditinggalkan. Selain untuk alasan mengikuti trend mode, ada pula image kuat yang ditimbulkan akan pemakaiannya dalam masyarakat (etika berpakaian). Sebagai contoh wanita karier di perusahaan besar, bank atau untuk padanan gaun pesta. *High heels* dinilai lebih sopan dan formal. Sementara untuk *hang out*, *high heels* dinilai lebih seksi dan glamour.

I.2 Identifikasi Masalah

- Sepatu bertumit tinggi atau *high heels* merupakan salah satu *icon* fashion yang digunakan dan digemari oleh hampir seluruh wanita di dunia
- Pengetahuan yang minim serta pandangan yang salah mengenai penggunaan *high heels* mengakibatkan dampak negatif bagi pemakainya
- Kurangnya kesadaran pengguna *high heels* akan kualitas sepatu yang dipakai mengakibatkan dampak negatif bagi pemakainya
- Bagi kebanyakan wanita di Indonesia (Bandung khususnya), *high heels* dapat memperbaiki penampilan
- *High heels* sudah menjadi etika berpakaian dalam masyarakat (khususnya di bank dan perusahaan besar)

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan hal tersebut, dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

- Seperti apa bentuk kampanye yang efektif untuk mengedukasi wanita dewasa muda pengguna *high heels* agar lebih memperhatikan kesehatan kakinya?.
- Pendekatan apa yang harus dilakukan untuk menyampaikan pesan kampanye secara efektif?.
- Seberapa jauh pengetahuan masyarakat mengenai efek negatif yang dapat ditimbulkan karena pemakaian *high heels* yang kurang baik?.
- Seperti apakah cara dan penggunaan *high heels* yang tepat?.

I.4 Fokus Masalah

- Fokus masalah lebih dititikberatkan pada tahapan informing. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan yang benar akan pemilihan kualitas serta penggunaan *high heels*, serta banyaknya stigma / anggapan yang salah mengenai penggunaan *high heels* dalam masyarakat. Sehingga dapat menimbulkan dampak negatif bagi pemakainya.
- Bentuk kampanye :
 1. Bersifat aktif , menggunakan media pendukung yang sesuai agar informasi yang disampaikan dapat lebih efisien dan efektif.
 2. Tahapan conditioning dan reminding dibuat untuk mendukung tahapan informing (efektivitas pemasaran/ strategi kampanye).

I.5 Tujuan Perancangan

- Memberikan edukasi yang tepat bagi pengguna high heel (wanita dewasa muda) sehingga dapat meminimalisir dampak negatif dari pemakaian *high heels* yang tidak tepat.
- Memperbaiki pandangan di masyarakat akan penggunaan *high heels*
- Meningkatkan kesadaran (awareness) pengguna *high heels* akan pemakaian pemilihan *high heels* yang tepat dapat memberikan keuntungan bagi pemakainya.

I.6 Ruang Lingkup Perencanaan

- Target Audience :
- wanita dewasa muda usia 20-30 tahun, karena pada usia tersebut intensitas penggunaan *high heels* cukup tinggi, ini juga merupakan usia awal pengguna *high heels* yang biasanya lebih memperhatikan sisi estetis pada penampilannya.
 - Status ekonomi menengah keatas
 - Geografis : kota besar, secara khusus Jakarta dan Bandung
 - Psikografis : gaya hidup dan kebiasaan modern/metropolitan
 - Sosiokultural : semua golongan

I.7 Manfaat Perencanaan

Memberikan informasi yang benar mengenai penggunaan *high heels* serta dapat menambah integrasi antara satu disiplin ilmu dengan disiplin ilmu yang lain (Desain grafis /DKV dengan fashion dan kedokteran) sesuai dengan permasalahan yang diangkat.

I.8 Metodologi Perancangan

I.8.1 Metode Perancangan

Untuk meneliti dampak negatif dari penggunaan *high heels* yang tidak tepat, maka dilakukan analisa dari sudut pandang professional (dokter, terapis, desainer, dan produsen) dan target audience yang berhubungan dengan *high heels*. Metode penelitian dilakukan dengan cara deskriptif analitis, menggunakan pendekatan studi literature dan pengumpulan data yang bersifat kuantitatif yaitu wawancara dan kuisioner singkat, serta pendekatan secara personal terhadap pengguna *high heel*.

Data primer didapatkan dari hasil observasi langsung, wawancara dengan pihak yang berhubungan, dan kuisioner singkat. Sedangkan data sekunder didapat dari literature dan situs web yang berhubungan dengan *high heels* dan kedokteran.

I.8.2 Teknik Pengumpulan Data

- Studi Literatur : pengumpulan data yang berhubungan dengan *high heels*, baik itu pada situs web, buku mengenai pembuatan sepatu, brosur dan flyer yang ada di masyarakat.
- Studi Lapangan : konsultasi dengan ahli kesehatan (dokter) tulang, terapis, pembuat sepatu, dan kuisioner singkat yang diberikan kepada target audience di lapangan.

I. 9 Skema Perancangan



