

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Remaja adalah masa transisi dari anak-anak menjadi dewasa. Krisis utama yang dialami remaja adalah pencarian identitas diri. Menurut psikolog perkembangan remaja, Erik Erikson, fase ini disebut krisis identitas. Dalam masa pencarian identitas dirinya ini, tidak sedikit remaja yang mengacu pada budaya populer untuk mencari petunjuk tentang hidup. Salah satu dari budaya populer ini adalah media.

Keberadaan media memudahkan kita untuk menemukan suatu pengetahuan, penemuan dan informasi baru. Namun media juga dapat memberikan efek negatif ketika keberadaannya dipergunakan untuk keuntungan suatu pihak. Menurut Gary M. Ingersoll, media mempengaruhi pola pikir masyarakat dengan terus menerus menampilkan sebuah citra dan pesan yang sama, mengenai deskripsi dari penampilan yang dianggap "menarik" (cantik) dan hal apa saja yang selalu dilakukan oleh orang-orang yang menarik. Film, artikel majalah, iklan televisi dan berbagai media lainnya menekankan bahwa seseorang dengan penampilan yang menarik (cantik) selalu diberikan kemudahan dan mendapatkan perlakuan yang lebih baik, dibandingkan dengan orang yang penampilannya tidak menarik. Pesan ini sendiri dapat disampaikan secara langsung, namun kadang tersembunyi. Para produsen produk kecantikan dan media, berulang kali menekankan pada remaja bahwa produk mereka dapat mengantarkan mereka menuju ketenaran, kebahagiaan, kesuksesan dan di puja oleh banyak orang. Oleh karena itu, bukan merupakan hal yang mengejutkan jika

anak muda ingin terlihat menarik dan memilih untuk mengejar mimpi "kesempurnaan". Hanya dengan melihat sebuah iklan di televisi, seseorang dapat menarik kesimpulan sederhana bahwa "Orang-orang yang cantik menggunakan produk ini. Maka jika saya menggunakan produk ini, saya akan terlihat cantik seperti mereka."

Di Indonesia sendiri memiliki tubuh langsing, tinggi, berkulit pucat, potongan rambut trendi dan baju dengan mode terbaru menjadi sebuah kebanggaan sendiri. Menurut Ron Herron dan Val J. Peter, remaja seolah dipaksa mengikuti standar popularitas dan kecantikan pada iklan dan diri selebriti, dimana pada kenyataannya hanya segelintir remaja yang dapat mencapainya. Ketertarikan dengan produk-produk kecantikan ini dapat meningkatkan konsumerisme di kalangan remaja. Selain itu, dalam rangka mewujudkan keinginan mereka untuk mendapatkan "kecantikan sempurna" itu, tidak sedikit remaja yang mengalami gangguan masalah kesehatan (*anorexia* dan *bulimia*), kerusakan kulit (akibat penggunaan obat-obat pencerah kulit dengan kadar bahan kimia yang berlebihan dan tidak baik untuk kesehatan, namun dapat memberikan hasil dalam jangka waktu singkat), serta rusaknya kesehatan rambut (dikarenakan terlalu sering terkena bahan kimia dan tekanan suhu yang tinggi).

Pengaruh dari media juga erat kaitannya dengan pengaruh teman sebaya. Ketika menginjak masa puber, keberadaan teman sebaya yang menghiasi kehidupan sosial mereka, dijadikan acuan —selain orang tua. Bagian dari tekanan teman sebaya dan pesan-pesan yang disampaikan dari TV yaitu terus menerus menekankan pentingnya untuk bisa berbaur dan dapat diterima. Menurut Dayton, hal ini mengacu pada penerapan "Psikologi Massa", yaitu ketika kita melakukan apa saja yang

dilakukan oleh kelompok kita. Tekanan Teman Sebaya juga dapat membuat mereka menyembunyikan sebagian diri mereka karena enggan jika kelompoknya akan menolak dan mengolok-oloknya.

Selama periode remaja yang penuh perubahan ini, seorang individu harus mulai mengenali keunikan identitas pribadi mereka. Mereka harus belajar untuk menerima dirinya sendiri sebagai seseorang yang unik dan berbeda, yang memiliki kekurangan dan kelebihan yang dapat mereka kembangkan. Kampanye "*I am Me*" bagi remaja diperkotaan, diangkat dalam Karya Tugas Akhir ini.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Kampanye ini diadakan dengan maksud meningkatkan kepercayaan diri pada remaja, terutama bagi remaja di kota-kota besar, yang lebih rentan mengalami kekeliruan citra tubuh akibat pengaruh media. Berbagai penelitian juga menunjukkan bahwa kepercayaan diri remaja sering kali menurun pada masa ini. Terlebih bagi remaja perempuan, dimana mereka mempunyai tekanan untuk dapat tampil menarik. Gambar dan pesan yang ditampilkan di televisi dan majalah juga seolah-olah mendikte mereka mengenai bagaimana seseorang harus berpenampilan, cara agar bisa menjadi cantik, serta apa yang harusnya mereka kenakan.

Akibat dari pengaruh media massa terhadap remaja adalah kebanyakan remaja perempuan memiliki citra diri yang keliru sehingga mereka kurang percaya diri dan tidak menyukai penampilannya. Hal ini dapat memicu gangguan masalah kesehatan, contohnya *anorexia nervosa* dan *bulimia*. Selain itu, mereka juga tergoda untuk membeli produk-produk kecantikan secara berlebihan yang mendorong mereka menjadi konsumtif. Namun, tidak sedikit dari obat ini yang mengandung

bahan kimia dengan kadar lebih dari yang dianjurkan, sehingga dapat mengakibatkan kerusakan kulit secara permanen.

Untuk mengetahui gejala yang sebenarnya terjadi di masyarakat sekarang ini, maka dibuatlah kuesioner yang berisi dengan pertanyaan mengenai hal-hal yang diperhatikan oleh remaja mengenai penampilan, kepuasan akan dirinya sendiri, dan pengaruh terbesar dalam pergaulan mereka. Survei pendahuluan ini dilakukan pada 60 remaja Kota Bandung —30 perempuan dan 30 laki-laki. Berdasarkan hasil survei pendahuluan yang dapat dilihat pada tabel 3.1, remaja laki-laki lebih merasa percaya diri akan penampilannya dan kepercayaan dirinya tidak mudah terpengaruh oleh pengaruh luar. Lain halnya dengan sebagian besar remaja perempuan di Kota Bandung yang merasa tidak puas dengan penampilan mereka dan melakukan banyak perubahan agar penampilan mereka menjadi lebih menarik. Oleh karena itu, untuk selanjutnya kampanye lebih diutamakan bagi remaja perempuan.

Aspek dalam kehidupan sehari-hari yang sangat berpengaruh pada remaja perempuan adalah media yang dilihat dan lingkungan pergaulan. Dengan pengolahan media dan pemberitahuan informasi yang tepat dalam kampanye ini, diharapkan dapat menanamkan penerimaan dan kepercayaan pada diri sendiri.

Berdasarkan pada latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana meningkatkan rasa penerimaan dan kepercayaan diri pada remaja perempuan yang disampaikan melalui kampanye visual ini?

Masalah ini akan terkait dengan :

- o Bagaimana cara untuk mendorong remaja perempuan melihat kelebihan mereka dan mengembangkannya?

- Bagaimana memberitahu remaja perempuan agar dapat menyaring informasi / nilai-nilai / *statement* yang diberikan oleh media?

1.3 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Tujuan perancangan dibuat agar pembaca dapat mengetahui alasan pembuatan Karya Tugas Akhir ini. Tujuan dari pembuatan kampanye ini adalah:

1. Membuat kampanye visual untuk meningkatkan rasa penerimaan dan kepercayaan diri pada remaja perempuan.

Masalah ini akan terkait dengan :

- Mendorong remaja perempuan melihat kelebihan mereka dan mengembangkannya
- Memberitahu remaja perempuan agar dapat menyaring informasi / nilai-nilai / *statement* yang diberikan oleh media.

Manfaat dari pembuatan kampanye ini adalah menciptakan sebuah media edukasi bagi remaja perempuan di perkotaan. Dengan memberikan makna baru bahwa definisi "cantik" yang diusung media, bukan merupakan definisi cantik yang sesungguhnya karena semua perempuan itu cantik dengan segala perbedaannya. Diawali dengan penerimaan diri, maka mereka dapat lebih mencintai dan menghargai diri mereka. Berdasarkan hal itu, remaja perempuan dapat berhenti untuk terus mencemaskan penampilan dirinya, mengonsumsi produk-produk kecantikan; seperti kosmetik, obat pelangsing, obat pencerah kulit, dan lainnya. Mereka dapat mulai untuk menggali berbagai potensi yang ada pada dirinya. Gali, kembangkan dan

berbahagialah dengan semua bakat dan kelebihan yang ada, karena semua perempuan itu cantik dengan segala perbedaannya.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam menyusun laporan ini, metode perolehan dan pengolahan data yang digunakan adalah:

- ◆ Metode empirik, yaitu melakukan pengamatan langsung pada majalah-majalah remaja yang digemari
- ◆ Studi pustaka, yaitu menggunakan buku sebagai referensi
- ◆ Riset *Online*, yaitu pencarian data melalui internet untuk memperdalam wawasan mengenai hal yang terkait dengan tugas akhir yang diangkat ini.
- ◆ Wawancara, dengan cara bertanya dan mencatat mengenai informasi, data, pendapat dan masukan mengenai hal yang terkait
- ◆ Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

1.5 Skema Perancangan

