



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Arylo (2012, h. 15), sebagai manusia dalam kehidupan ini kita harus terhubung aman dengan tali cinta kasih. Dengan memiliki cinta kasih dalam diri kita, kita akan menghormati diri kita sendiri dengan sangat dalam sehingga setiap hubungan kita dengan orang lain mencerminkan rasa hormat yang sama dan cinta yang tiada batasnya. Oleh karena itu, kesetiaan kita yang paling utama adalah kesetiaan kita terhadap diri kita sendiri. Akan tetapi, di masyarakat zaman ini yang penuh dengan stigma-stigma yang menekan, pendapat-pendapat “membangun” yang sebenarnya tidak pada tempatnya, dan bermacam tekanan lainnya, manusia seringkali lupa bahwa mereka harus memiliki cinta kasih terhadap dirinya sendiri. Manusia cenderung membandingkan dirinya dengan standar yang ada di masyarakat, terus menilai dirinya tanpa benar-benar mengetahui hal yang sebenarnya harus dinilai terlebih dahulu, dan memiliki kesulitan untuk menerima dirinya seutuhnya. Menurut Ferguson (2011, h. 11), *self-love* adalah mencintai diri sendiri dengan cara-cara yang mendalam serta bermakna. Penerimaan diri

seutuhnya dengan melenyapkan keinginan untuk mengubah apapun merupakan wujud hasil dari adanya *self-love*.

Dilansir dari situs resmi organisasi sosial *Self Love Beauty*, hasil riset yang dilakukan oleh *Dosomething.org* menunjukkan bahwa 7 dari 10 perempuan memercayai bahwa mereka tidak cukup baik atau tidak cukup mampu, baik dari paras, performa di sekolah, dan hubungan dengan teman-teman atau anggota keluarga. Perasaan tidak cukup baik atau tidak cukup mampu ini menurunkan kepercayaan diri para anak-anak dengan sangat buruk. Dengan tidak adanya kepercayaan diri yang cukup dalam diri mereka, kesehatan mental mereka dapat terganggu. Anak-anak remaja ini dapat berpikir untuk mencari segala cara agar mereka dapat merasa lebih baik ataupun menghukum diri sendiri. Dilansir dari media gaya hidup *Refinery29*, menurut hasil riset “*The Good Childhood Report 2018*” yang dilakukan *The Children’s Society* pada 11.000 anak-anak, hampir 1 dari 4 (22%) anak-anak perempuan yang berumur 14 tahun mengatakan bahwa mereka melukai diri sendiri di tahun terakhir ini. Ini merupakan dua kali dari proporsi anak-anak remaja laki-laki (9%) yang mengatakan hal yang sama. Dikarenakan rasa percaya diri yang dijatuhkan, mereka tidak bisa menerima ataupun mencintai diri mereka sendiri apa adanya hingga mereka pun rela melukai diri sendiri.

“Saya mulai melukai diri sendiri karena saya tidak merasa senang dengan diri saya sendiri. Saat ini, yang memicu saya untuk melukai diri sendiri seringkali adalah pertengkaran dengan orang lain atau ketika saya membuat kesalahan. Penampilan dan berat badan saya juga merupakan

pemicu yang besar. Saya akan melukai diri sendiri setiap kali saya merasa gelisah atau ketika saya merasa saya tidak cukup baik,” kata salah satu remaja perempuan yang diwawancarai saat riset “The Good Childhood Report 2018”. Inilah yang disebut sebagai *lack of self-love*. Tindakan melukai diri sendiri ini dapat berujung ke tindakan yang fatal yaitu tindakan bunuh diri. Dilansir dari portal berita Kompas.com, di tahun 2016, seorang mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara mengambil nyawanya. Hal ini terjadi kembali di tahun 2019. Dilansir dari portal berita iNews.id, di bulan Januari tahun 2019, seorang mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara mengambil nyawanya karena ia merasa ia menjadi benalu bagi orang-orang di lingkungannya. Ini menunjukkan bahwa bentuk *lack of self-love* berada sangat dekat dengan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tidak hanya di Universitas Multimedia Nusantara, tetapi tindakan bunuh diri juga dilakukan oleh mahasiswa kampus Bina Nusantara dan Surya University. Dilansir dari portal berita Tempo.co, seorang mahasiswa Bina Nusantara berumur 21 tahun melakukan tindakan bunuh diri di bulan November tahun 2018. Dilansir dari portal berita Wartakota, mahasiswa Surya University yang berumur 18 tahun juga melakukan tindakan bunuh diri di tahun 2016. Dari semua kasus tindakan bunuh diri yang dilakukan mahasiswa daerah Tangerang, semua pelaku adalah laki-laki. Akan tetapi, pikiran *suicidal* (ingin bunuh diri) dapat dialami baik oleh laki-laki maupun perempuan. Menurut *Office of National Statistics*, penelitian yang mereka lakukan untuk melihat tingkat bunuh diri menunjukkan bahwa tingkat bunuh diri mencapai

angka 4.7 per 100.000 mahasiswa Inggris. Penelitian juga menunjukkan bahwa mahasiswa laki-laki lebih rentan terhadap pikiran aksi bunuh diri. Namun, di Amerika, menurut *American College Health Association* (ACHA), jumlah aksi bunuh diri yang dilakukan perempuan berumur 15-19 tahun mencapai dua kali lipat dari tahun 2007 hingga 2015. Ini merupakan tingkat bunuh diri tertinggi untuk kategori perempuan dalam 40 tahun.

Seperti yang disimpulkan di beberapa riset yang telah dilakukan, dengan kondisi zaman yang dipenuhi dengan *toxic masculinity* dan *beauty standards* yang tidak berdampak baik, mencintai diri sendiri (*self-love*) menjadi semakin penting dan mendesak untuk dilakukan bagi para remaja. Melihat bahwa masa yang menerima tekanan terbesar dan masa ketika manusia mulai terus mencari tempatnya di masyarakat adalah masa-masa remaja, maka sangatlah penting di masa yang penuh guncangan seperti itu mereka memahami pentingnya *self-love* dan cara mengembangkannya di usia dini. Selama ini para remaja mempelajari matematika, IPA, IPS, Bahasa, dan pelajaran lainnya yang bersifat akademis. Sistem sekolah berasumsi bahwa mereka akan mempelajari diri sendiri, cara menemukan jati diri mereka, menerima diri mereka, dan hal-hal lainnya yang berhubungan dengan eksplorasi diri melalui lingkungan pertemanan di sekolah. Oleh karena itu, remaja yang saat ini sedang berada di masa-masa perkuliahannya kurang berwawasan dengan cukup mengenai konsep *self-love* dan praktiknya. Para remaja membutuhkan edukasi mengenai *self-love* dengan cara yang akan

langsung memikat perhatiannya dan membuatnya memahami konsep *self-love* guna mempraktikkannya di kehidupan sehari-hari.

Dengan *target audience* yakni mahasiswa perempuan yang berumur 18-23 tahun, solusi untuk mengedukasi mereka mengenai *self-love* perlu dilakukan dengan cara-cara yang secara efektif dapat menarik perhatian *target audience*. Menurut jurnal yang dibuat oleh *Global Road Safety Partnership* (GRSP) tentang *public awareness campaigns* (2017, h. 3), tahap pertama dari proses perubahan perilaku adalah tahap pengembangan *interest*. Melihat tren yang kini ada di masyarakat, kini masyarakat sudah menuntut adanya *customer experience*.

Berdasarkan artikel Forbes.com, 89% dari organisasi yang beroperasi saat ini saling berkompetisi dalam dasar *customer experience*. Segala aktivitas yang dilakukan organisasi – cara mereka melakukan marketing dan sebagainya – memiliki peran dalam membentuk *customer experience*. Kini, menciptakan *customer experience* merupakan sebuah investasi dari sebuah *brand* yang sangat menjanjikan di lingkungan persaingan bisnis saat ini. Melihat bahwa aspek *customer experience* merupakan sesuatu yang menarik perhatian masyarakat banyak dan memunculkan *interest* yang membuat mereka memilih untuk mengonsumsi *brand*, produk, ataupun ide, sebuah *special event* yang *multi-sensory* dapat menciptakan *customer experience* yang tepat.

Menurut Slater (2012, h. 18), *special event* adalah sebuah usaha keras yang bersifat satu kali guna mencapai hasil yang unik dalam kurun waktu

tertentu. Hasil dari *special event* yang ingin dicapai adalah untuk mencapai *awareness*, mengumpulkan dana, memfasilitasi komunikasi, dan membangun hubungan antara *brand* dan konsumennya. Salah satu fasilitas yang disediakan oleh *special event* adalah menciptakan *consumers' experience*. Oleh karena itu, guna mencapai tujuan mengedukasi, *special event* yang diadakan adalah sebuah seminar.

Seminar mendukung proses edukasi persuasif ini dengan teknik yang lebih instruksional. Seminar melibatkan penciptaan sebuah situasi agar sebuah kelompok dapat memiliki interaksi yang dibimbing antara satu sama lain dalam sebuah tema yang secara umum dipresentasikan oleh seseorang atau sekelompok orang. Orang yang mempresentasikan temanya adalah orang yang memiliki latar belakang mengenai tema yang cukup kuat dan menyeluruh. Ini merupakan standar kredibilitas mereka sebagai pembicara. Topik *self-love* merupakan topik yang berkategori psikologi klinis. Dengan mengundang pembicara yang menguasai topik dan memiliki latar belakang psikologi klinis yang berlisensi, maka seminar mampu mengedukasi topik *self-love* dengan akurat dan persuasif.

Promosi acara dilakukan menggunakan bermacam media sosial yang saat ini berada di kepalan para remaja sehari-hari yakni Instagram. Konten yang akan diunggah ke berupa foto yang ditemani deskripsi yang interaktif serta mengedukasi. Promosi ini akan menyesuaikan minat para target dan tren yang sedang hangat di masyarakat. Maka dari itu, promosi akan mampu mengedukasi targetnya dengan teknik yang menarik dan mudah diingat. Selain

sebagai media promosi, akun Instagram juga akan menjadi media untuk meningkatkan *awareness* mengenai *self-love* dengan konten mengenai *self-love* untuk dikonsumsi sehari-hari. Pengunggahan konten *self-love* dilakukan sebelum dan sesudah acara. Setelah acara berakhir, akun Instagram tetap menjadi media untuk melanjutkan kegiatan peningkatan *awareness* akan *self-love* agar penyebaran informasi mengenai *self-love* tidak berhenti di acara.

1.2 Tujuan Karya

Karya memiliki tujuan utama yakni menimbulkan *awareness* akan *self-love* di kalangan remaja pria dan perempuan yang menjadi *target audience*. Mengetahui bahwa tidak adanya *self-love* dapat membuahkan hasil-hasil yang negatif seperti penyakit mental yang berasal dari tekanan yang terlalu intens baik dari dalam diri ataupun luar diri, *awareness* dari *self-love* ini akan mampu mengurangi kemungkinan untuk timbulnya penyakit mental atau gangguan mental pada remaja.

1.3 Kegunaan Karya

Kegunaan karya adalah sebagai sarana yang mengedukasi target yakni para remaja yang sedang menempuh pendidikan tinggi. Cara yang utama guna menggapai target adalah melalui seminar interaktif dengan keunikan yang disesuaikan dengan minat target. Selain itu, promosi akan banyak dilakukan melalui media sosial sehingga akun media sosial yang dibentuk dan

dikembangkan akan aktif dalam membahas topik *self-love* serta cara-cara merealisasikannya. Melalui seminar interaktif ini, karya berperan dalam mengedukasi para mahasiswa untuk mengembangkan *self-love* agar skenario buruk yang dapat terjadi karena *lack of self-love* seperti tindakan bunuh diri dapat dicegah.

