

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di Indonesia, kulit terang sudah menjadi warna idaman sejauh dokumen paling awal yang bisa ditemukan. Seperti dalam puisi epos Ramayana, pada akhir abad ke-9, baik dalam Ramayana versi India maupun Indonesia, perempuan cantik diibaratkan memiliki wajah putih bercahaya seperti bulan purnama. Dimana pada awal abad ke-20 seribu tahun setelahnya, cantik putih Kaukasia menjadi gambaran kecantikan dalam iklan-iklan yang terbit di majalah perempuan. Namun, ketika tahun 1942 hingga 1945 Jepang berkuasa, mereka menyebarkan cita-cita kecantikan Asia yang baru, tetapi warna putih masih menjadi warna kulit yang disukai.

Kata-kata seperti "Kamu bertambah putih ya" menjadi komplimen sedangkan kata-kata seperti "Kamu bertambah hitam" menjadi ejekan. Pola pikir seperti ini pun membuat beberapa ras di Indonesia terdiskriminasi karena warna kulitnya, terutama kaum Papua. Tidak hanya diskriminasi perilaku, tanggapan masyarakat kepada orang Papua juga menjadi lebih rendah. Padahal pondasi berdirinya Indonesia berdiri pada Bhineka Tunggal Ika, kebersatuan dalam keberagaman. (Fatima, 2020) Pada awal tahun 2021, muncul sebuah tren di Tiktok menggunakan filter bernama "Leng Jin", dimana filter ini membuat pengguna terlihat glow up dari hitam ke putih. Mirisnya, tren ini menggunakan *sound* lagu orang Timur atau Papua yang membanggakan kulit gelap mereka.

Masalah ini terjadi karena kurangnya pemahaman tentang *colorism*, dan adanya persepsi tentang orang yang berkulit putih lebih tinggi derajatnya. Bahkan, masalah ini sangat berdampak di kehidupan sehari-hari. Seperti perundungan orang yang berkulit lebih gelap, orang yang berkulit gelap disepelekan, adanya standar kecantikan yang dilihat dari warna kulit, dan membedakan orang berdasarkan warna kulitnya (Gobin,2017). Hal ini diperkuat dengan adanya survei dari ZAP Beauty Index 2018 yang menunjukkan bahwa 70 persen dari 17.889 wanita mengatakan putih sebagai definisi cantik.

Maka dari itu, penulis mengajukan perancangan kampanye sosial mengenai *colorism* di Indonesia. Dengan perancangan ini, penulis berharap masyarakat akan lebih sadar dan peduli terhadap isu *colorism*. Agar kedepannya masyarakat tidak hanya mencintai warna kulitnya sendiri, tetapi juga menghargai perbedaan warna kulit cantik putih Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dibahas penulis adalah bagaimana merancang kampanye sosial untuk mengurangi tindakan *colorism* di Indonesia?

1.3. Batasan Masalah

1. Demografis

- a. Gender : Perempuan
- b. Usia : 16-25 tahun

c. Pendidikan : SMP – SMA/Sederajat

d. Tingkat Ekonomi : Menengah ke atas

2. Psikografis

Remaja atau dewasa muda yang tanpa sadar pernah melakukan diskriminasi warna kulit dan memiliki mindset tentang kulit gelap tidak lebih baik.

3. Geografis

Masyarakat yang berada di Republik Indonesia.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Merancang kampanye sosial untuk mengajak masyarakat merubah pola pikir tentang pandangan buruk terhadap kulit berwarna gelap untuk mengurangi tindakan colorism di Indonesia.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Adanya manfaat tugas akhir ini adalah sebagai berikut.

1.5.1. Manfaat bagi Penulis

Penulis dapat menumbuhkan empati yang lebih terhadap orang lain. Penulis juga dapat terlatih menggabungkan hasil bacaan dari berbagai sumber, mengambil sarinya, dan mengembangkannya ke tingkat pemikiran yang lebih matang sehingga mendapatkan kepuasan intelektual.

1.5.2. Manfaat bagi Orang Lain

Melalui perancangan ini, diharapkan masyarakat lebih sadar dan lebih memiliki pandangan positif terhadap warna kulit gelap. Sehingga menumbuhkan perasaan, pemikiran dan ikatan positif kepada setiap warna kulit yang ada di tanah air Indonesia tercinta.

1.5.3. Manfaat bagi Universitas

Perancangan kampanye sosial tentang colorism ini diharapkan dapat menambahkan referensi perancangan dan penulisan bagi mahasiswa dan mahasiswi lain di Universitas Multimedia Nusantara kedepannya.