

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Usia 17-25 tahun merupakan periode usia yang sering digolongkan ke masa remaja akhir atau peralihan dari remaja ke dewasa menurut Departemen Kesehatan RI. Perubahan fisik dan cara berpikir juga terjadi pada usia ini yang disebabkan oleh perkembangan hormon. Hurlock menyatakan bahwa masa remaja (13/14-18 tahun) dan masa awal dewasa (18-24 tahun) merupakan tahap terjadinya keraguan atas identitas dan timbulnya rasa terasing jika dilihat dari sisi psikologis. Wang (2022) mengatakan bahwa usia dewasa awal sangat rentan terhadap budaya dan siklus tren yang cepat, karena mereka paling mudah menerima pengaruh dan tekanan. Rasa penasaran dan *peer pressure* ini memicu mereka untuk mengikuti tren yang terlihat di platform sosial populer seperti Instagram dan TikTok.

Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa tren adalah kecenderungan perubahan pada preferensi atau pola perilaku pada waktu tertentu yang diikuti oleh masyarakat. Salah satu tren yang populer di kalangan remaja dan dewasa muda adalah piercing atau tindik. Data dari Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2020, sekitar 59,4% dari 6.273 responden menemukan pengguna internet di Indonesia mencari informasi tentang tren dan gaya hidup lewat internet dan 40,8% dari responden yang pernah tindik menyatakan bahwa mereka mengikuti tren. *Piercing* atau tindik merupakan salah satu tren yang terkenal di kalangan muda.

*Piercing* atau tindik adalah suatu metode membuat lubang berukuran kecil di bagian tubuh tertentu yang nantinya akan dipakaikan perhiasan (Angel, 2021). Penelitian dari Departemen *Otorhinolaryngology*, Fakultas Kedokteran Universitas Hasanuddin pada tahun 2020, 41% responden yang memiliki tindik pada telinga pernah mengalami infeksi pada tindikan tersebut. Infeksi pada tindik telinga dapat

berupa erupsi kulit ringan sampai infeksi pada jaringan otak atau jantung, sehingga infeksi harus diobati atau diperiksa sebelum menjadi penyakit yang mematikan.

Media visual adalah sarana yang digunakan dalam menyebarkan informasi dalam bentuk visual nyata. Daryanto (2010) mengatakan visual juga bisa menumbuhkan minat pembaca dan dapat menumbuhkan relasi antara konten media dan dunia asli. Menurut Harsono dan Sari (2020), masih banyak beredar informasi tentang tindik telinga dan perawatannya yang salah, baik di media digital maupun masyarakat. Dari observasi dan data yang didapatkan, media yang memberikan informasi lengkap tentang *piercing* masih sedikit dan tidak lengkap, di mana kebanyakan dari media tersebut memberikan informasi tentang layanan dan produk-produk yang dijual, bukan tentang *piercing*. Kurangnya informasi yang ada dapat menjadi penyebab terjadinya infeksi dan masalah kesehatan lainnya sehingga perlu dirancang sebuah media informasi yang bisa menjadi sumber yang faktual.

Untuk mengatasi permasalahan ini, maka akan dirancang media informasi yang membahas tentang *piercing* atau tindik telinga, perawatan, infeksi, dan lainnya yang berkaitan dengan tindik telinga, yang diharapkan menjadi sumber pembelajaran yang dapat membantu menyelesaikan kesalahpahaman dan memberi informasi yang akurat tentang *piercing* pada telinga.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Kelompok usia dewasa muda yang sering atau suka mengikuti tren,
2. Informasi dan resiko dari *piercing* yang diragukan kredibilitasnya,

Dari rumusan masalah tersebut penulis mengambil pertanyaan penelitian sebagai berikut: Bagaimana perancangan media informasi tentang *piercing* dengan efektif?

### 1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini akan membahas proses pembuatan media informasi tentang *piercing* dan untuk menghindari pembahasan dan masalah yang terlalu luas, penulis membuat batasan masalah sebagai berikut:

#### 1.3.1 Demografis

- a. Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
- b. Usia : 17–25 tahun
- d. Pekerjaan : Semua pekerjaan
- e. Kelas ekonomi : SES B—A
- f. Bahasa : Bahasa Indonesia
- g. Kebangsaan : Indonesia

#### 1.3.2 Geografis

Jabodetabek

#### 1.3.3 Psikografis

- a. Orang yang menyukai anting untuk *trend*,
- b. Orang yang memiliki rencana untuk *piercing* untuk mengikuti tren,
- c. Orang yang ingin mencari informasi lebih lanjut tentang perawatan *piercing*.

### 1.4 Tujuan Tugas Akhir

Merancang media informasi tentang *piercing* sebagai sumber informasi yang mengedukasi.

### 1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dibagi menjadi tiga bagian: manfaat bagi penulis, bagi orang lain dan bagi universitas.

#### 1) Bagi Penulis

Penulis dapat menerapkan pembelajaran yang telah dipelajari selama kuliah, meneliti permasalahan, dan merancang solusi. Selama proses perancangan, penulis belajar bagaimana berpikir kritis, menyelesaikan permasalahan masalah yang diangkat, dan membantu penulis mengetahui

lebih banyak tentang cara membuat media informasi yang lebih baik. Selain itu juga memperluas pengetahuan penulis tentang *piercing*.

## 2) Bagi Masyarakat

Perancangan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan faktual pada masyarakat, terutama pada usia 17–25 tahun tentang *piercing* dan perawatannya.

## 3) Bagi Universitas

Perancangan tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi panduan atau referensi dalam menyusun perancangan media informasi bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara atau mahasiswa lainnya, khususnya yang mengambil topik tentang *piercing*.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA