

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada dasarnya, semua wanita ingin terlihat dan merasa cantik. Semua perempuan ingin dan mau menjadi cantik karena banyak keuntungan yang didapatkan apabila menjadi perempuan yang cantik. Sejak tahun 2010, mulai dari tubuh kurus hingga tubuh yang *curvy*, standar kecantikan pada tubuh wanita sudah menjadi lebih bervariasi, sehingga terciptanya sebuah gerakan bernama *body positivity* yang sudah diterapkan oleh banyak brand (Bestari, 2021). *Body positivity* sendiri merupakan sebuah gerakan sosial yang awalnya dibuat untuk merayakan seseorang dengan bentuk tubuh *plus-size*. Gerakan ini juga menjadi upaya untuk mendobrak stereotip masyarakat yang banyak menilai seseorang hanya dari bentuk fisiknya saja (Harness, 2021). Salah satu brand yang mengikuti gerakan ini adalah brand *lingerie* lokal yaitu *Pluffy's Choice*, dimana bisa dilihat dari Instagram Post dari tahun 2020 sampai dengan 2023 sebelumnya mereka hanya menggunakan model dengan tubuh ideal lalu bergeser menggunakan model dengan tubuh yang lebih bervariasi, seperti *plus-size model*.

Meski hal ini merupakan hal yang positif, namun dapat menjadi *boomerang* karena bisa mengarah ke hal yang negatif. Menurut psikolog klinis berlisensi asal Amerika, Konstantin Lukin, *toxic positivity* adalah adanya fokus dan obsesi berlebihan pada hal-hal positif sehingga kita menolak apa pun yang dapat memicu emosi atau perasaan negative (Soleman, 2021). Jadi, *toxic body positivity* memiliki arti bahwa kondisi di mana seseorang menerima semua hal yang positif terhadap tubuhnya dan menolak segala hal yang negatif. Batasan dari *body positivity movement* ini tidak memiliki batasan yang jelas terhadap tubuh yang melewati batas standar normal. Hal ini dibuktikan dari penelitian yang dilakukan oleh *University of California, Berkeley* bahwa *body positivity movement* bisa menjadi *toxic* dan dapat meningkatkan risiko obesitas sebesar 20% sehingga akan sangat berpengaruh

pada kecantikan seorang wanita (Gearhardt, Herman, Brownell, Holub, & Ashdown, 2023). Jika wanita tidak memiliki standar untuk menjaga tubuhnya, maka dapat menimbulkan banyak penyakit, baik secara fisik maupun mental. Salah satu contoh penyakit tersebut adalah obesitas. Data dari *World Health Organization* (WHO) menunjukkan bahwa obesitas merupakan salah satu faktor risiko utama untuk berbagai penyakit, termasuk penyakit jantung, stroke, diabetes tipe 2, kanker, dan penyakit paru-paru kronis. Penulis ingin mengangkat isu mengenai pola hidup sehat dalam menjaga kecantikan wanita dalam sebuah kampanye, dikarenakan berdasarkan survei yang dilakukan oleh LIPI pada tahun 2022 menunjukkan bahwa hanya 35% wanita Indonesia yang mengetahui bahwa pola hidup sehat dapat membantu menjaga kecantikan. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak wanita Indonesia yang belum menyadari pentingnya pola hidup sehat untuk kecantikan.

Menjaga tubuh agar tetap cantik dan ideal dapat dimulai dengan menjaga kesehatan tubuh dari dalam, dengan cara menjaga pola makan, mengatur emosi, dan berolahraga (Zulfa, 2019), karena pada kenyataannya, sebenarnya wanita tetap perlu sebuah batasan dalam mencapai kecantikan yang ideal untuk dijadikan patokan menjalani kehidupan yang sehat. Menurut Psikolog Elizabeth Santosa M.Psi., Psi., SFP, ACC, mengatakan bahwa energi dalam diri dan terhadap masyarakat sekelilingnya dipengaruhi dari penampilan seseorang. Ia juga menyampaikan bahwa merasa cantik dan tampil cantik itu penting dan tetap dibutuhkan oleh perempuan dimana pun (Susilawati, 2018). Selain secara psikologis, wanita yang sehat dan bugar secara fisik tentu akan merasa lebih percaya diri untuk aktif berkarya dan tampil menghadapi dunia. Dalam kehidupan modern sekarang ini, menjadi wanita yang sehat berkaitan dengan gaya hidup yang mencakup aktifitas dan juga asupan sehari-hari. Wanita perlu olahraga dan nutrisi yang mendukung (Suhartadi, 2017).

Menurut Carl Hovlan, seorang pakar komunikasi, keberhasilan sebuah kampanye tergantung pada peran penyampai pesan, penggunaan media komunikasi serta perancangan pesannya. Dari latar belakang ini, penulis tertarik untuk membuat perancangan kampanye pentingnya pola hidup sehat dalam menjaga kecantikan

wanita dengan harapan hasil dari perancangan ini dapat membantu menyadarkan para wanita bahwa pola hidup sehat memainkan peran penting dalam menjaga tubuh sehat, karena memiliki tubuh sehat merupakan cantik yang ideal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang sudah dijelaskan pada latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah tersebut dalam pernyataan sebagai berikut

1. Bagaimana merancang kampanye mengenai standar kecantikan wanita untuk remaja perempuan usia 17—25 tahun?

1.3 Batasan Masalah

Penulis membatasi masalah dalam perancangan kampanye sebagai berikut:

1) Demografis

- a. Usia : 17—25 tahun

Berdasarkan data dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, presentase remaja yang memiliki pola hidup kurang sehat adalah sekitar 50%. Presentase ini terdiri dari remaja yang memiliki pola makan kurang sehat, remaja yang memiliki pola aktivitas fisik kurang sehat, atau remaja yang memiliki pola hidup kurang sehat secara keseluruhan.

Kisaran umur remaja yang memiliki pola hidup kurang sehat adalah sekitar 15—24 tahun. Pada masa ini, remaja sering mengalami perubahan fisik, psikis, dan sosial yang dapat menyebabkan mereka lebih rentan untuk mengadopsi pola hidup yang tidak sehat.

- b. Jenis Kelamin : Perempuan

Menurut penelitian Cut Novianti Rachmi dan Alison Baur, perempuan yang tinggal di daerah perkotaan memiliki peluang obesitas lebih tinggi sebesar 1,26 kali dibandingkan dengan yang tinggal di pedesaan. Ini sejalan dengan hasil survei Kemenkes yang

menyebutkan sekitar 29,7 persen perempuan tergolong obesitas. Sementara pada laki-laki jumlahnya hanya 11,4 persen.

- c. Pendidikan : SMA dan sederajat
- d. Kelas Ekonomi: SES B—A

Data dari survei yang dilakukan oleh Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LD FEB UI) tahun 2022 menunjukkan bahwa kelompok SES B—A lebih cenderung untuk mengonsumsi makanan cepat saji dan minuman manis, serta kurang berolahraga.

2) Geografis

- a. Negara : Indonesia
- b. Provinsi : DKI Jakarta

Berdasarkan data yang didapatkan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, Jakarta merupakan kota dengan urutan pertama yang memiliki pola hidup yang kurang sehat, didukung dengan data yang menyatakan bahwa obesitas tertinggi mencapai angka tertinggi yaitu 23,8% dan persentase mengenai kurang berolahraga yang tinggi mencapai 44,1%.

3) Psikografis

1. Remaja perempuan yang cenderung memiliki pola hidup kurang sehat
2. Remaja perempuan yang malas dan keras kepala
3. Remaja perempuan yang ingin bereksperimen dan masih mencari jati dirinya.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Merancang kampanye pentingnya pola hidup sehat dalam menjaga kecantikan wanita

1.5 Manfaat Tugas Akhir

1.5.1 Manfaat bagi Penulis

Sebagai syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana Desain (S.Ds.). Selain itu, perancangan ini dapat melatih kemampuan penulis dalam merancang berdasarkan metode perancangan disertai dengan ilmu-ilmu yang didapatkan dari berbagai sumber. Penulis juga dapat menerapkan ilmu yang sudah dipelajari oleh penulis selama berkuliah dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

1.5.2 Manfaat bagi Masyarakat

Dengan perancangan ini, masyarakat dapat lebih mengerti, bisa mendapatkan wawasan, dan perspektif yang baru mengenai stigma standar kecantikan pada remaja perempuan.

1.5.3 Manfaat bagi Universitas

Segala bentuk informasi, data, dan karya perancangan dapat menjadi sumber referensi dan panduan bagi mahasiswa lain yang akan menyusun laporan atau karya ilmiah mengenai perancangan kampanye.

1.5.4 Manfaat bagi Desain Komunikasi Visual

Melalui perancangan ini, hasil karya dapat bertujuan untuk menyampaikan informasi, membangun identitas, meningkatkan kesadaran masyarakat, dan menambah nilai estetika sebagai desain komunikasi visual serta meningkatkan kemampuan desain grafis penulis yang telah diterapkan pada perancangan ini dan dapat mengembangkan kemampuan dan ilmu yang didapatkan pada perancangan ini di karya-karya selanjutnya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A