

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri modeling merupakan bidang profesi yang sangat mementingkan penampilan fisik dan kesiapan mental. Model merupakan karir individu yang bertugas mempromosikan, menampilkan, atau mengiklankan produk komersial, pakaian, hingga karya seni, sekaligus menjadi representasi visual dari suatu gagasan atau tren yang ingin disampaikan kepada publik (Mears, 2016). Industri ini terbagi menjadi beberapa kelompok, seperti model *catwalk*, *plus-size*, katalog, komersial, *parts model*, dan *talent* (Fitinline, 2022). Setiap jenis memiliki kriteria ketat terkait tinggi badan, ukuran tubuh, hingga keunikan wajah yang membentuk standar kecantikan (*beauty standard*) di industri ini (Bazaar Indonesia, 2020). Meskipun keberagaman segmen tersebut membuka peluang karir yang lebih luas, ketatnya persaingan yang penuh dengan standar fisik ini menuntut kesiapan mental dan rasa percaya diri yang tinggi bagi para calon model pemula.

Namun, kendala utama di lapangan justru berasal dari dalam diri individu, yaitu rendahnya rasa percaya diri (*self-confidence*) calon model profesional saat hendak memasuki industri. Berdasarkan hasil pra-riset, calon model yang baru memulai karir pada usia 18–21 tahun sering mengalami krisis kepercayaan diri dan merasa tidak aman (*insecure*) terhadap kemampuan diri serta teknik modeling mereka. Hal ini dipengaruhi oleh fase pertumbuhan fisik yang mulai melambat, kecemasan finansial untuk mulai mandiri, hingga rasa takut akan penolakan saat casting. Jika tidak ditangani sejak masa persiapan, masalah ini akan membuat calon model kesulitan menunjukkan potensi terbaiknya, sehingga berisiko kalah bersaing dan tergeser di industri (Cosmopolitan Indonesia, 2020).

Untuk mengatasi masalah tersebut, diperlukan dorongan nyata guna membangun kembali rasa percaya diri calon model melalui pendekatan cerita sukses (*success story*). Konsep ini sejalan dengan pandangan Albert Bandura, ahli

psikologi dunia yang terkenal dengan teorinya mengenai cara manusia belajar dari lingkungan sosial. Menurut teori kognitif sosial Bandura, kepercayaan diri untuk berhasil dapat ditumbuhkan melalui *vicarious experiences* (pengalaman dari melihat keberhasilan orang lain). Bandura menjelaskan bahwa melihat kisah perjuangan orang lain yang sukses lewat kerja keras dapat memberikan pengaruh kuat bahwa individu tersebut juga mampu menghadapi tantangan yang sama (Prawira, 2022). Dalam penelitian ini, *success story* dari para model profesional Indonesia yang merintis karir dari nol berperan penting sebagai sumber inspirasi untuk membantu calon model mengadopsi pola pikir positif dan mengatasi rasa *insecure* mereka. Namun, media informasi yang membahas hal ini masih sangat terbatas yang banyak tersebar di berbagai majalah *fashion* yang ada saat ini hanya berfokus pada hasil akhir foto, tren pakaian, dan sisi bisnis industri saja. Sehingga kurangnya informasi yang membahas proses di balik layar, jatuh bangun mental, serta tips praktis untuk menghadapi penolakan saat casting mengakibatkan, cerita inspiratif untuk membangun mental calon model pemula menjadi kurang tersampaikan dengan baik kepada target audiens.

Oleh karena itu, diperlukan media informasi alternatif yang mampu menyampaikan narasi perjuangan para model profesional ke dalam bentuk visual yang menarik dan informatif. Pemilihan ilustrasi digital dinilai sebagai solusi perancangan yang tepat karena karakternya yang fleksibel dan sangat disukai oleh audiens muda saat ini (Ambarsari, 2020). Ilustrasi memiliki keunggulan tersendiri dalam menggambarkan kembali kisah-kisah yang sudah lampau atau momen kilas balik perjalanan karier seseorang yang mungkin tidak sempat terdokumentasi sebelumnya (Male, 2017). Melalui pendekatan ini, perancangan bertujuan mengemas *success story* model profesional Indonesia sebagai media informasi visual. Media ini dirancang untuk menginspirasi calon model dalam mempersiapkan karir, membantu menangani rasa *insecure* melalui penerimaan diri, serta membuktikan bahwa kesiapan memasuki industri tidak hanya ditentukan oleh standar fisik, melainkan oleh kekuatan mental dan rasa percaya diri yang kuat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terdapat beberapa permasalahan yang akan diuraikan sebagai berikut:

1. Pada usia 18-21 tahun merupakan kelompok usia calon model profesional yang merasa tidak percaya diri terhadap penampilan dan teknik yang digunakan untuk berkarir di industri modeling.
2. Media informasi yang fokus terhadap masalah ini masih terbatas, dan bersifat kaku yang tersebar di berbagai majalah *fashion* yang lebih mengedepankan sisi komersil

Sehingga berdasarkan beberapa uraian permasalahan tersebut dapat disimpulkan kedalam satu pertanyaan utama, yaitu:

Bagaimana perancangan ilustrasi digital mengenai model profesional Indonesia sebagai sarana informasi bagi remaja?

1.3 Batasan Masalah

Dalam merancang penelitian ini, terdapat beberapa batasan masalah yang ditetapkan untuk menjaga fokus dan ruang lingkup perancangan agar tetap jelas dan terarah. Objek perancangan yang akan dilakukan adalah melakukan perancangan media informasi yang akan dilakukan melingkupi perancangan ilustrasi *success story* mengenai perjalanan model Indonesia mencapai kepercayaan dirinya yang akan di *caption* melalui akun media sosial Instagram. Perancangan ini akan difokuskan dengan *target audience* kelompok usia 18 – 21 tahun, dengan tingkat Pendidikan Sekolah Menengah Atas hingga kuliah, yang berdomisili di Jakarta, dengan tingkat SES B-A yang masih merasa tidak percaya diri terhadap penampilannya dan masih belum dapat menerima dirinya dengan baik. Konten perancangan akan difokuskan dalam media informasi ini meliputi ilustrasi dari beberapa model profesional Indonesia mengenai perjalanan membangun kepercayaan diri dan proses menerima diri yang bertujuan untuk memberi edukasi kepada remaja untuk menjadi versi terbaik diri mereka.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat perancangan ilustrasi digital mengenai model profesional Indonesia sebagai sarana informasi remaja usia 18-21 tahun.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Dalam merancang penelitian ini, terdapat beberapa batasan masalah yang ditetapkan untuk menjaga fokus dan ruang lingkup perancangan agar tetap jelas dan terarah. Batasan masalah perancangan diuraikan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis:

Penelitian diharapkan menjadi ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual, khususnya membahas materi Perancang ilustrasi media sosial membangun kepercayaan diri model Indonesia sebagai edukasi remaja berusia 18 - 21 tahun.

2. Manfaat Praktis:

Perancangan media informasi ini diharapkan dapat memberi edukasi kepada: (1) Pribadi selaku penulis dalam memahami dan membagikan edukasi untuk membangun kepercayaan diri bagi remaja. (2) Universitas Multimedia Nusantara untuk membagikan pengetahuan mengenai *success story* model sebagai edukasi remaja. (3) Masyarakat khususnya remaja berupa edukasi mengenai cara membangun kepercayaan diri, menerima dan mencintai diri.