# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Sebagai makhluk sosial, komunikasi dilakukan untuk berinteraksi dan menerima informasi atau pesan satu sama lain secara individu maupun kelompok. Pesatnya peningkatan media komunikasi yang sangat beragam sangatlah mempermudah cara terhubung antar sesama.

Media komunikasi Instagram merupakan salah satu media komunikasi yang digunakan oleh remaja. Hasil survei dari *Napoleoncat* yaitu perusahaan analis sosial media marketing di Polandia menyatakan, ada 106.967.500 juta pengguna Instagram di Indonesia pada Maret 2022, di mana 52,2% adalah wanita dan 47,8% pengguna pria. Penduduk dengan usia 18-24 tahun adalah kelompok pengguna terbesar berjumlah 39.6 juta (NapoleonCat, 2022). Pengguna Instagram di Indonesia menghabiskan rata-rata 11,2 jam per bulan (Social, 2022).

Dengan bertambahnya jumlah angka pengguna dan beragam konten yang dibagikan oleh pengguna lain seperti membagikan foto atau video pada instagram tidak dapat dipungkiri jika muncul dampak negatif dari penggunaan media sosial secara kompulsif dan berlebihan memicu kecanduan sosial media yang berpotensi menimbulkan berbagai isu kesehatan mental yang terjadi pada kalangan remaja salah satunya *body image.*

*Body image* adalah persepsi subjektif yang dimiliki seseorang tentang tubuh mereka, dan sejauh mana tubuh mereka perlu mengakomodasi persepsi tersebut, terutama dalam kaitannya dengan penilaian orang lain (Reber, 2010).

1

Ketakseimbangan yang tinggi antara tubuh dengan persepsi ideal yang dimiliki menyebabkan timbulnya *body image* negatif atau ketidakpuasan diri yang membuat remaja memiliki tingkat kepercayaan diri rendah (Denich & Ifdil, 2015).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi timbulnya *body image* pada remaja (Mental Health Foundation, 2019) yaitu: 1) Adanya standar ideal terkait penampilan pada suatu budaya atau lingkungan menjadi salah satu kontributor *body image* negatif sehingga timbulnya tekanan hidup untuk memenuhi standar penampilan, 2) Penggambaran tubuh ideal pada media seperti televisi, majalah, iklan, dan sosial media dianggap memfasilitasi penilaian *body image* yang tidak realistis, 3) Lingkup keluarga juga memiliki dampak negatif pada *body image* remaja melalui komentar dan kritik tentang penampilan maupun berat badan, 4) Lingkungan sosial remaja memiliki lebih banyak peran dalam membentuk pemahaman dan persepsi diri yang ideal dari lingkungan sekitar.

*Body image* bukan termasuk dalam masalah kesehatan mental namun dapat menjadi faktor resiko kesehatan mental (Mental Health Foundation, 2019). *Body image* negatif saling berkaitan dengan isu kesehatan mental lainnya seperti *Body Dysmorphic Disorder* (BDD), *Anorexia* dan *Bulimia*. Pada gangguan mental khususnya *Body Dysmorphic Disorder* (BDD) memiliki tingkat ketidakpuasan tubuh yang tinggi dapat dilihat pada perilaku individu yang berfokus pada kekurangan fisik dan kesulitan menerima kondisi diri. Remaja atau individu yang mengidap *Body Dysmorphic Disorder* (BDD) biasanya membutuhkan waktu lebih dari 1 jam hingga 8 jam sehari untuk merefleksikan kekurangan tubuh yang dirasakan (Adlya & Zola, 2019).

Dampak dari timbulnya *body image* negatif ini akan menjadi hambatan remaja jika tidak tertanggulangi dengan baik. Maka melalui beberapa faktor yang sudah disebutkan, *body image* sangatlah berkaitan satu sama lain dan sifatnya kompleks sehingga penting bagi remaja untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran sedari dini terkait *body image* untuk menjaga kualitas hidup maupun kesehatan mental untuk masa yang akan datang.

Media atau perancangan edukasi *body image* di Indonesia saat ini berkembang pada media poster yang mana informasi mengenai *body image* kurang mendominasi dengan isu kesehatan mental lainnya. Berdasarkan perancangan terdahulu terdapat beberapa kekurangan seperti visual desain yang kaku, pemilihan warna dan huruf yang kurang tepat sehingga kurang menunjang informasi yang disampaikan. Selain itu media poster mempunyai kekurangan pada minimnya penggunaan teks, perlu adanya keahlian menafsirkan maksud dari informasi yang diberikan dan mempunyai kemungkinan menimbulkan pemaknaan yang berbeda.

Karenanya perlu dibuat suatu media yang dapat merangkum semua informasi dan data mengenai *body image* lebih ringkas dan padat agar membantu remaja atau individu dalam menanamkan kesadaran *body image* sedari dini. Salah satu media yang dapat menguraikan kumpulan informasi serta memvisualkan sebuah data adalah Infografis.

Infografis merupakan cara efisien untuk memudahkan audiens dalam memahami sesuatu yang kompleks menjadi lebih sederhana dengan didukung penggunaan teks, ilustrasi, ruang, dan warna yang tepat pada desain agar memberikan kesan yang baik pula kepada target *audience*. Selain itu visualisasi data yang ditampilkan dapat menghemat ruang baca sehingga membantu melihat keseluruhan informasi tanpa menggulir halaman (Randy Krum, 2019).

Menurut (Randy Krum, 2019) terdapat beberapa hal yang menjadikan komunikasi berbasis visual lebih efektif pada *audience* yaitu *Picture Superiority Effect*, bahwa otak manusia hanya mengingat 10% informasi jika pembaca membaca informasi dalam bentuk teks atau audio, tetapi ketika pembaca menerima informasi yang disajikan dengan teks dan divisualisasi, *audience* mengingat 65% dari informasi yang disampaikan. Dalam desain infografis, *Picture Superiority Effect* dikembangkan dengan menyertakan bagan, grafik, visualisasi data dan ilustrasi sebagai komponen visual dari sebuah desain untuk memicu *Picture Superiority Effect* sehingga membuat *audience* mengingat informasi yang

disajikan.

Dari permasalahan yang sudah dijabarkan, perancangan Infografis *body image* ini bertujuan untuk mengedukasi permasalahan tentang penilaian *body image* khususnya pada generasi muda untuk mulai menerima dan menghargai fisiknya. Melalui media Infografis dengan metode kampanye digital dengan cara yang modern, visual yang menarik, serta digunakan pula metode non digital dengan pembuatan *merchandise* sehingga dapat membantu memvisualkan tujuan kampanye *body image* ini agar mengedukasi persepsi *body image* pada remaja pria maupun wanita.

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari perancangan ini yaitu bagaimana merancang infografis dalam mengedukasi remaja terhadap isu *body image*.

## 1.3 Tujuan

Tujuan dari perancangan ini adalah merancang karya infografis pada remaja terhadap isu *body image* untuk mengedukasi remaja dalam menghargai fisiknya melalui kampanye digital.

## 1.4 Manfaat

Diharapkan dari Perancangan Infografis Edukasi *Body Image* Pada

Remaja dapat bermanfaat dengan poin sebagai berikut:

1. Bagi sektor Pendidikan, hasil hasil tugas akhir ini sebagai referensi untuk penelitian atau perancangan selanjutnya serta mengenalkan pentingnya *body image* pada remaja.
2. Bagi masyarakat Indonesia, hasil tugas akhir ini membantu untuk membantu memahami mengenai efek yang ditimbulkan *body image* negatif secara fisik maupun mental pada remaja.
3. Bagi Prodi, sebagai referensi bahan ajar atau tentang kepustakaan Desain Media Digital sebagai promosi dan menjadi tambahan sumber teori untuk membuka meningkatkan bidang keilmuan Desain Komunikasi Visual.
4. Bagi Penulis, melalui perancangan media ini dapat menambah wawasan terhadap hal baru dalam segi teori dan proses perancangan yang kemudian dapat diaplikasikan kedalam lingkungan.

## 1.5 Batasan Masalah

Untuk menentukan arah pengembangan infografis serta mengurangi banyaknya permasalahan maka dibuat batasan perancangan sebagai berikut:

1. Kampanye yang bertujuan mengedukasi remaja mengenai isu *Body Image* menggunakan media utama Infografis berjenis statis.
2. Perancangan infografis bertemakan *body image* didasarkan pada remaja awal dan akhir dengan rentan usia 12-25 tahun.
3. Target *audience* pada perancangan yaitu :
   1. Segmentasi Demografis

Usia : 12-25 tahun.

Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

Kelas Sosial : Semua siklus sosial Status : Pelajar atau Mahasiswa

* 1. Segmentasi Geografis

Target : Kota Malang dan Indonesia

Wilayah : Jangkauan akses Internet dan media sosial

* 1. Segmentasi Psikografis

Kepribadian : Pola hidup yang mengikuti trend

* 1. Behavioristik

Perilaku : Remaja yang aktif menggunakan media sosial

dan tertarik ingin mengetahui mengenai *body image* maupun kesehatan mental lainnya.

1. Penyebaran infografis dilakukan secara *offline* pada dinding mading SMP/SMA/SMK maupun Universitas di Kota Malang dan secara *online* melalui penyebaran link Infografis pada media pendukung Instagram.

## 1.6 Metode

Metode penelitian menggunakan metode kualitatif yang menekankan makna secara mendalam dari suatu fenomena atau makna. Pengumpulan data pada perancangan ini bersumber dari data primer dan sekunder. Data primer didapatkan dari observasi, wawancara, dan kuisioner atau angket. Data sekunder didapat melalui penelitian terdahulu, buku, website, dokumen pemerintah dan jurnal penelitian. Sedangkan, metode pendekatan perancangan yang digunakan adalah metode *design thinking* agar menghasilkan solusi yang tepat dan efektif untuk target *audience*.

### 1.6.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Waktu perancangan Infografis *Body Image* dilakukan pada tanggal 13 Januari – 27 April 2022. Tempat penelitian dalam perancangan Infografis *Body Image* ini berada di sekolah seperti SMP dan SMA/SMK untuk mendapatkan data serta informasi khusus mengenai target *audience*.

### 1.6.2 Bahan dan Alat Penelitian

Bahan penelitian yang digunakan meliputi hasil wawancara, hasil kuesioner, laporan tahunan, dan jurnal penelitian terdahulu. Alat penelitian berupa handphone sebagai alat perekam dan dokumentasi, serta google formulir atau angket sebagai alat bantu dalam mengumpulkan maupun menyebarkan angket. Alat perancangan menggunakan aplikasi desain *Adobe Illustrator* sebagai alat pengolah gambar.

### 1.6.3 Pengumpulan Data dan Informasi

Dalam perancangan ini metode pengumpulan data dan informasi yang digunakan melalui studi pustaka, observasi dan wawancara. Berikut penjabaran mengenai pengumpulan data dan informasi :

1. Studi Pustaka

Data yang diperoleh bersumber pada perancangan terdahulu mengenai *body image*, situs psikolog, dokumen laporan tahunan pemerintah dan jurnal penelitian mengenai *body image* sebagai data acuan dari perancangan infografis *body image*.

1. Observasi

Kegiatan observasi dilakukan untuk mempelajari perilaku dan makna perilaku dari objek perancangan. Sehingga dalam observasi menggunakan kuisioner untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan pandangan masingmasing informan terkait *body image* dan *consumer journey* untuk mengumpulkan informasi behavioristis dari target *audience* sebagai penentuan jenis media yang akan dipilih.

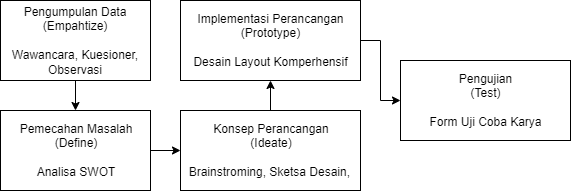
1. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik mengumpulkan data dari objek perancangan yaitu remaja yang masih dalam status pelajar. Wawancara dilakukan secara *online* dan *offline* pada tiga pelajar dengan jenjang pendidikan SMA dan Mahasiswa Universitas di Kota Malang.

### 1.6.4 Analisis Data

Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Analisis SWOT adalah salah satu teknik analisis data yang bermanfaat untuk melihat kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dari perancangan yang dibuat.

### 1.6.5 Prosedur



Gambar 1. 1 Prosedur

(Sumber: Data Pribadi)

## 1.7 Sistematika Penulisan

Pada perancangan ini terdiri dari lima bab ditulis berdasarkan sistematika penulisan dengan urutan sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN**

Bab pertama, berisi pendahuluan yang membahas mengenai garis besar ide yang akan dibahas dan dikaji lebih jelas dalam suatu kesatuan secara padat. Karenanya diawali dengan latar belakang masalah mengapa memilih judul tersebut, sehingga dapat memberikan gambaran awal skripsi. Lalu rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, dan batasan masalah yang berfungsi untuk memperjelas dan meninjau kesignifikanan dari perancangan ini.

# BAB II TINJAUAN UMUM

Bab kedua, berisi tinjauan pustaka atau tinjauan umum mengenai penelitian terdahulu dan teori terkait tema perancangan.

**BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ketiga, berisi analisis, strategi perancangan dan konsep desain yang akan dibuat sesuai target audiens dengan menggunakan teori terkait.

**BAB IV PEMBAHASAN**

Bab keempat, berisi tahap pembuatan media atau teknis produksi baik dari media utama dan media pendukung.

**BAB V PENUTUP**

Bab kelima, berisi penutup yang membahas mengenai kesimpulan dan saran.

**DAFTAR PUSTAKA**

Berisikan referensi penulisan yang digunakan sebagai acuan dalam perancangan.