

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman modern sekarang, representasi seseorang bisa dilihat dari penampilan fisiknya. Karena, dari penampilan fisik seseorang kita bisa menilai bahwa orang tersebut mempunyai kepribadian seperti apa jika digunakan pendekatan psikologis. Faktor dari penampilan fisik tersebut adalah bentuk tubuh. Bentuk tubuh atau yang biasa disebut *body image*. Menurut Cash & Puzinsky (dalam Hasmalawati, 2017 : 4), mengatakan bahwa *body image* merupakan gambaran yang dimiliki seseorang mengenai tubuhnya dalam bentuk kepuasan dan ketidakpuasan yang merupakan hasil dari subjektif individu itu sendiri.

Berdasarkan data kuesioner, banyak orang-orang yang tidak bersyukur atas bentuk tubuh yang dimilikinya, Hal itulah yang memicu fenomena *body shaming*.

Body shaming sendiri adalah upaya mengkritisi atau memberikan komentar negative terhadap bentuk tubuh . Fenomena ini terjadi karena rasa ketidakpuasan terhadap bentuk fisik seseorang.

Menurut Cash dan Pruzinsky (dalam Nahdiyah, 2015 :43) mengatakan bahwa faktor yang mempengaruhi *body image* ada jenis kelamin, media dan hubungan interpersonal. Ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh lebih sering terjadi pada kaum wanita. Dikarenakan wanita lebih kritis terhadap tubuh mereka baik secara keseluruhan maupun pada bagian tertentu, daripada laki-laki. Seorang laki-laki lebih memperhatikan masa otot ketika mempertimbangkan *body image* mereka (Nahdiyah, 2015 : 44).

Sebelum mengetahui tentang *Body Image* cukup dalam, perlu memahami apa yang dimaksud konstruksi sosial. Karena pandangan manusia terhadap sebuah suatu hal dipengaruhi oleh konstruksi sosial. Konstruksi sosial menciptakan realitas sosial, yang bersifat subjektif. Realitas sosial dalam fenomena ini berasal dari media, seperti televisi, majalah kecantikan, yang menghasilkan produk sosial berupa standard kecantikan media. Produk sosial itulah yang mempengaruhi pandangan individu dalam menilai suatu hal (Bungin, 2008).

Media merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi fenomena *body image* dari seseorang. Karena kerap memberi sebuah standar baru terhadap tubuh ideal. Jika dilihat dari iklan-iklan di televisi, media sering kali menggunakan model yang cenderung bertubuh kurus hingga langsing dan tinggi. Secara tidak langsung, perempuan yang melihat iklan tersebut terkena pengaruh dan menganggap bentuk tubuh ideal adalah bentuk tubuh yang sering ada di media.

Hubungan interpersonal juga mempengaruhi fenomena *body shaming* ini. Hubungan interpersonal merupakan proses komunikasi yang berlangsung antara 2 orang atau lebih. Pada faktor ini, persepsi orang lain terhadap bentuk tubuh seseorang sangat berpengaruh, karena membuat seseorang cenderung membandingkan diri dengan orang lain dan *feedback* yang diterima mempengaruhi konsep diri pada diri seseorang terhadap penampilan fisik.

Fenomena *body shaming* ini menyebabkan penurunan rasa kepercayaan diri dan bisa mengakibatkan gangguan mental. Dari data yang diperoleh, korban *body shaming* lebih memilih untuk curhat kepada teman terdekat untuk penemuan solusi. Dan didalam masyarakat, hal seperti ini masih dianggap terlalu sensitive untuk dibahas karena berkaitan dengan penampilan fisik dari seseorang. Sehingga belum ada penanganan yang tepat selain curhat ataupun langsung ke ahli psikolog.

Body shaming tidak bisa dihindari , karena tidak ada undang-undang yang menindak tegas pelaku *body shaming*. Hal yang perlu ditekankan dalam mengatasi fenomena ini adalah pola pikir. Bagaimana kita diharuskan mempunyai pola pikir yang tepat sehingga kita bisa menganggap perkataan dari orang lain hanyalah omong kosong belaka atau bisa dijadikan sebuah motivasi untuk meningkatkan performa diri. Ketika seseorang mempunyai pola pikir yang kuat, maka seberapa negative perkataan dari seseorang, mereka akan kebal terhadapnya. Tetapi , target audiens yang penulis sasar adalah remaja wanita yang masih sering membandingkan dirinya terhadap orang lain. Sebab itu penulis mempunyai sebuah gagasan agar target audiens bisa meningkatkan pola pikir mereka.

Penulis ingin berkontribusi dalam hal peningkatan pola pikir kepada target audiens dari perancangan desain karakter ini. Penulis ingin membuat perancangan karakter dengan menggunakan variabel-variabel yang membangun fenomena *body*

shaming ini. Variabel tersebut adalah kondisi fisik yang mendominasi fenomena ini, yang didapatkan dari pengumpulandata melalui kuesioner.

Tujuan penulis adalah agar target audiens mempunyai pola pikir tentang lebih mencintai dirinya sendiri daripada mengkritik tentang penampilan fisiknya. Dan tidak terlalu mempedulikan perkataan orang lain, melainkan dikarenakan kondisi fisiknya, bisa memberi sesuatu yang bermanfaat pada orang lain.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Pengaruh persepsi orang lain yang dibangun dari hubungan interpersonal terhadap *body image* seseorang.
2. Media yang kerap memberi standard tentang tubuh yang ideal
3. Kurangnya media animasi yang membawakan tema *body shaming*. Sehingga tidak ada yang menyampaikan pesan untuk mencintai diri sendiri.
4. Hal-hal yang berkaitan tentang *body image* masih jarang diperbincangkan karena dianggap terlalu menyinggung seseorang. Seperti bentuk tubuh dan warna kulit.
5. Pola pikir terhadap perkataan yang berhubungan dengan fenomena *body shaming*.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana keadaan orang-orang yang menjadi korban fenomena *Body Shaming*? Dan apa variabel-variabel yang membangun fenomena tersebut?
2. Bagaimana desain karakter yang mengangkat variabel fenomena *Body Shaming* dapat mengubah pola pikir korban *body shaming* tersebut ?

1.3 Ruang Lingkup

Penulis menetapkan ruang lingkup masalah dalam penelitian ini agar pembahasan dapat menjadi lebih fokus. Berikut adalah ruang lingkup penelitian ini :

1. Apa

Perancangan desain karakter sebagai upaya dalam mengubah pola pikir target audiens terhadap *body shaming*, serta meningkatkan kepercayaan diri remaja wanita

2. Siapa

Target audiens dari perancangan desain karakter ini adalah wanita remaja hingga dewasa, dari range umur 17-25 tahun, karena di rentan usia tersebut masih banyak wanita yang kurang percaya diri akan penampilan fisiknya.

3. Dimana

Lokasi penelitian berlangsung di wilayah kabupaten Bandung.

4. Mengapa

Perancangan desain karakter ini bertujuan agar mengubah pola pikir atas standard dari tubuh ideal, agar bisa mencintai diri kita sendiri tanpa membandingkan dengan orang lain, serta meningkatkan kepercayaan diri.

5. Kapan

Perancangan ini dimulai dari tahun 2018 dan diperkirakan berakhir pada awal tahun 2019.

6. Bagian Mana

Dalam perancangan ini, penulis sebagai desainer karakter yang mempunyai tugas yaitu membuat konsep karakter, animatic dari karakter, hingga visualisasi akhir dari karakter tersebut.

1.4 Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dari perancangan karya ini adalah :

1. Merancang desain karakter dengan variabel yang membangun fenomena *body shaming* itu sendiri.
2. Melakukan proses perancangan desain karakter yang didasari atas data-data yang didapat melalui observasi, wawancara, studi literatur, dan kuesioner.

1.5 Manfaat Perancangan

Bagi Perancang

Menambah wawasan dan kemampuan dalam merancang desain karakter yang dibutuhkan.

Bagi Target Audiens

Mengubah pola pikir dan pandangan terhadap fenomena *body shaming* itu sendiri, dan meningkatkan rasa percaya diri.

1.6 Metode Perancangan

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Perancangan desain karakter menggunakan jenis metode campuran, sehingga perancang menggabungkan dua data yang berbeda, yaitu mengumpulkan data spesifik dari para ahli, dan setelah mendapat informasi tentang variabel , barulah perancang menggunakan metode kuantitatif yang berupa kuesioner.

1. Wawancara

Penulis melakukan wawancara terhadap 2 narasumber yang berprofesi sebagai dosen psikologi persepsi untuk mendapatkan data awal mengenai *body shaming*, setelah itu melanjutkan wawancara kepada ahli psikolog untuk mendapatkan data yang lebih mendalam

2. Kuesioner

Penulis mengajukan beberapa pertanyaan dalam bentuk kuesioner yang berisikan variabel penentu yang informasinya sudah didapat melalui wawancara. Penyebaran kuesioner menggunakan media *google form* yang ditujukan kepada target audiens yaitu wanita remaja hingga dewasa, yang berumur 17-25 tahun yang tinggal di wilayah kabupaten bandung.

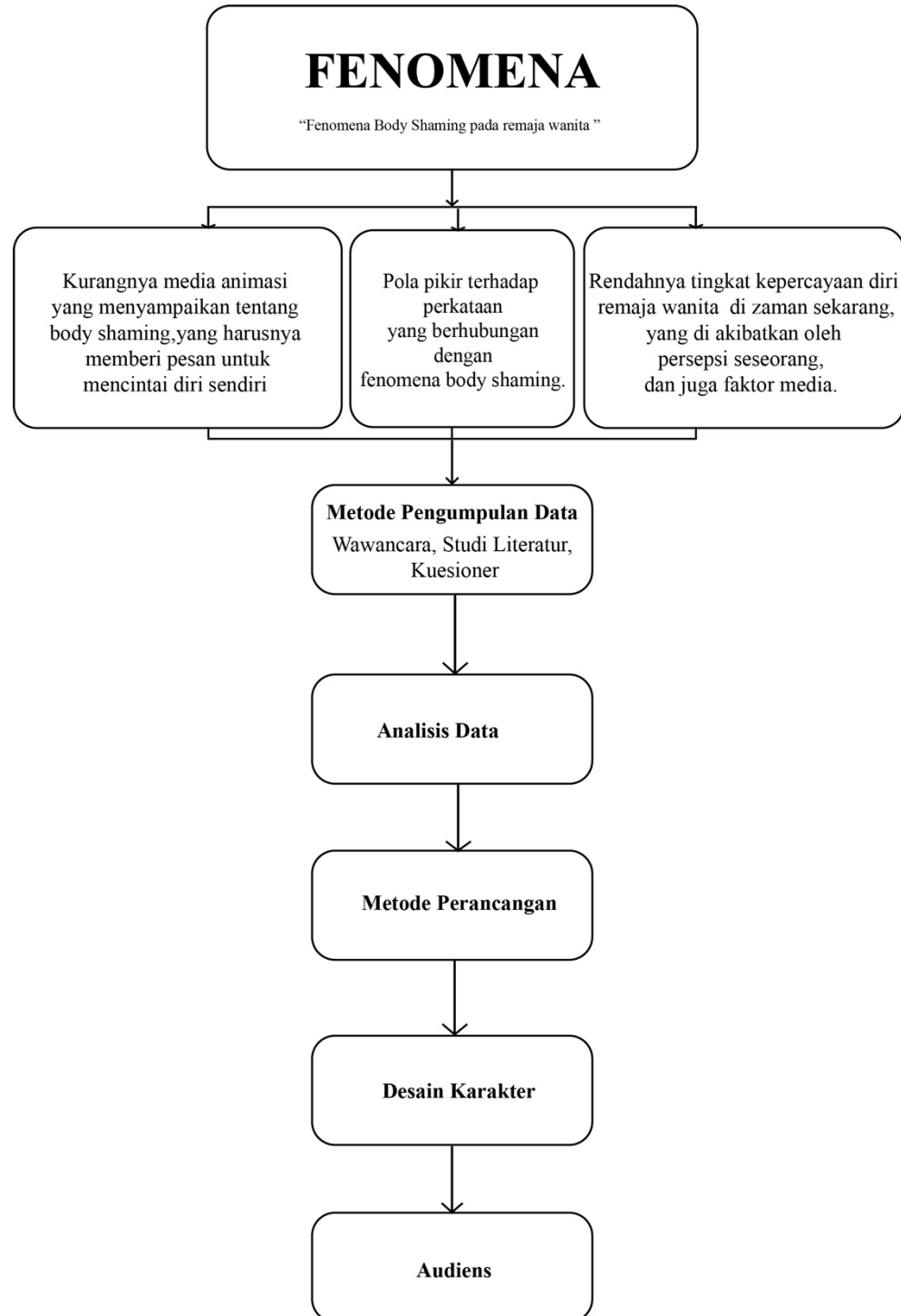
3. Studi Literatur

Penulis mencari dan mempelajari teori yang dibutuhkan dalam perancangan dari buku, jurnal, hasil penelitian dan internet yang berkaitan tentang *body shaming*, teori perancangan desain karakter, agar penulis dapat memahami dan mengaplikasikan teori tersebut dalam perancangan desain karakter.

1.7 Metode Analisis Data

Karena penulis menggunakan Pendekatan Campuran, maka untuk mengolah data penulis menggunakan 2 cara. Pada metode kualitatif, menggunakan analisis dengan penarikan kesimpulan dari data yang sudah diperoleh. Adapun dari metode kuantitatif, yang digunakan dalam analisis data yaitu menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu data-data yang diperoleh kemudian dituangkan dalam bentuk kata-kata maupun skema, kemudian dideskripsikan sehingga dapat memberikan kejelasan yang realistis dalam analisis.

1.8 Kerangka Perancangan



1.9 Pembabakan

Bab I Pendahuluan

Bab ini menjabarkan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, metodologi dalam perancangan karakter yang dibuat

Bab II Landasan Teori

Bab ini membahas tentang teori-teori yang digunakan sebagai landasan pemikiran untuk perancangan desain karakter. Teori-teori yang digunakan adalah teori *body image*, teori konsep diri, animasi, karakter, dan teori yang berkaitan tentang metode penelitian.

Bab III Data dan Analisis

Bab ini membahas tentang data-data yang diperoleh dan dikumpulkan melalui studi literature, dan wawancara yang dilakukan kepada 2 narasumber , serta kuesioner yang dibagikan untuk memperoleh variabel-variabel yang dibutuhkan untuk mengetahui tentang fenomena *body shaming* tersebut. Di bab ini juga disertai analisis karya sejenis yang nantinya dibutuhkan agar penulis mendapat gambaran tentang desain karakter maupun fenomena *body shaming*.

Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Bab ini membahas tentang hasil dari perancangan desain karakter yang telah dirancang.

Bab V Penutup

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran berdasarkan ruang lingkup perancangan yang disesuaikan dengan tujuan analisis serta analisis perancangan.