

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Self-love adalah sebuah kondisi dimana seseorang bisa menghargai diri sendiri dengan cara mengapresiasi diri saat seseorang itu mampu mengambil sebuah keputusan yang tepat dalam perkembangan spiritual, fisik dan juga psikologis. Remaja muda di Bandung sudah sangat lupa untuk melakukan *self-love* karena disebabkan oleh beberapa faktor penghambat *self-love* diantaranya seperti terlalu fokus pada kekurangan diri sendiri ketimbang kelebihan, takut dipandang egois, bahkan insecure. Menurut Deborah Khoshaba Psy.D, menyatakan bahwa *selflove* adalah suatu apresiasi yang tinggi terhadap diri sendiri yang sangat bersifat dinamis, *self-love* juga tumbuh dari tindakan yang mendukung pertumbuhan.

Dalam *self-love* seseorang juga harus memiliki kesadaran diri sendiri dalam proses berpikir atau cara pandang seseorang terhadap orang disekitarnya. Sebagai seorang individu seseorang juga harus mampu menyadari akan pola pikir diri sendiri bagaimana pola pikir tersebut dapat mempengaruhi seseorang dalam bertindak, memandang sebuah kejadian atau cara berpikir tersebut dapat mempengaruhi emosi atau psikologis diri sendiri.

Selain itu juga seseorang harus memiliki keyakinan dalam diri sendiri seperti sebuah nilai. Nilai yang dimaksud adalah bukan hanya sekedar mengenai hal atau kepercayaan yang seseorang yakini secara personal, tetapi melibatkan kesadaran dan seberapa berharganya terhadap diri sendiri. Seseorang juga harus memperhatikan dan menyadari bahwa diri sendiri sangatlah berharga, terlepas dari terlibat atau tidaknya pencapaian atau baik atau tidaknya kualitas diri yang seseorang miliki. Maka dari itu seseorang harus membiasakan untuk mengingat kata dan makna dari *self-love* serta mengurangi rasa insecure terhadap diri sendiri.

Menurut Abraham Maslow, insecure merupakan suatu keadaan dimana seseorang yang merasa tidak aman dan mengganggu dunia di lingkungannya itu sebagai sebuah hutam yang selalu mengancam dan menilai kebanyakan manusia di sekelilingnya berbahaya dan egois. Orang yang selalu merasa insecure pada umumnya merasa di tolak dan terisolasi oleh orang didekatnya, cemas, pesimis, tidak bahagisa, selalu merasa bersakah, tidak percaya diri, dan egois. Selain itu orang yang mengalami insecure selalu berusaha untuk mendapatkan kembali perasaan aman (*secure*) dengan berbagai cara.

Seiring berjalannya waktu dan banyaknya para generasi muda yang semakin hari semakin meningkat tingkat ke-insecure-an pada usia yang masih sangat muda dan mulai lupa untuk melakukan self-love maka dari itu untuk mendapatkan serta menciptakan pikiran dan keadaan psikologis yang positif, sebelum melakukan kepada orang lain haruslah dimulai dari dalam diri sendiri terlebih dahulu dengan segala kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh diri sendiri.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Kurangnya rasa sadar anak remaja terhadap self-love
2. Kurang banyaknya informasi dan definisi penting dari self-love
3. Kurangnya media pendukung untuk anak-anak remaja untuk mengetahui lebih tentang self-love dan insecure
4. Banyaknya anak-anak remaja yang terlalu memikirkan rasa insecure yang berlebihan.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara merancang aplikasi dan media pendukung lainnya sebagai media informasi tentang self-love agar dilihat dan menarik anak-anak remaja untuk berpartisipasi?

1.3 Ruang Lingkup

1. Apa (*what*)

Perancangan Aplikasi Serlotion Sebagai Media Informasi Pentingnya Melakukan Self Love Bagi Remaja Muda Di Kota Bandung, dengan usia 13 – 18 tahun.

2. Siapa (*who*)

Sasaran dari perancangan aplikasi ini adalah anak-anak remaja.

3. Dimana (*where*)

Perancangan laporan penelitian ini adalah pada wilayah Kota Bandung.

4. Kapan (*when*)

Penelitian dan perancangan ini dimulai pada Maret 2022

5. Bagaimana (*how*)

Menampilkan fitur yang sederhana dan sebuah gambar ilustrasi kartun yang menceritakan bagaimana cara menikmati hidup dengan melakukan self-love yang baik.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan dilakukannya perancangan ini adalah untuk memberikan informasi dan edukasi kepada anak-anak remaja muda yang masih memiliki rasa kurang percaya diri yang berlebih dan untuk mengingatkan anak-anak muda agar ingat tentang pentingnya makna dan manfaat dari selflove yang sebenarnya.

1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

1.5.1 Cara Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah mempelajari berbagai buku referensi serta hasil penelitian yang sejenis dengan sebelumnya yang berguna untuk mendapatkan sebuah landasan teori mengenai masalah yang akan diteliti (Sarwono, 2006). Studi Pustaka juga berarti memiliki teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap buku, literatur, catatan, serta berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan (Nazir, 2003).

Perlu dilakukannya studi Pustaka untuk memperkuat perspektif, serta menganalisis dan menggunakan teori yang telah didapat dari pemikiran para ahli yang telah lebih dahulu melakukan penelitian. Dari hal tersebut, peneliti mampu mengetahui metode apa saja yang perlu digunakan untuk riset dan cara pengaplikasiannya, serta memahami pemikiran yang dilakukan oleh peneliti dalam bidang serupa. (Soewardikoen, 2013 : 6)

Dimana dilakukannya studi Pustaka ini dari berbagai literatur buku yaitu jurnal dan buku metode penelitian serta melalui internet untuk mendapatkan informasi sebagai penguat data yang valid sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Penulis juga menambahkan laporan tugas akhir mahasiswa baik dari Desain Komunikasi Visual Telkom University maupun mahasiswa dari kampus lain untuk penambahan referensi dan sebagai informasi yang jelas untuk mendapatkan istilah-istilah yang belum diketahui serta dijadikan panduan dalam menyusun laporan tugas akhir ini.

2. Observasi

Observasi merupakan sebuah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada sebuah objek penelitian (Widoyoko, 2014). Menurut Sugiyono (2014 :145) observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses

yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Sedangkan menurut Riyanto (2010:96) observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis melakukan pengamatan secara langsung terhadap kampanye sosial tentang selflove yang akan di sebarakan melalui media sosial yaitu Instagram yang sebelumnya telah ditentukan oleh penulis untuk dijadikan objek penelitian pada laporan Tugas Akhir ini dan mencari referensi melalui buku yang berkaitan dengan keilmuan dibidang DKV.

3. Metode Wawancara

Menurut Esterberg dan Sugiyono (2015;72) wawancara adalah sebuah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan atau di simpulkan menjadi sebuah makna dalam topik tertentu. a. Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur dilakukan dengan panduan daftar pertanyaan untuk dikembangkan saat pelaksanaan wawancara, disesuaikan dengan suasana. Untuk narasumber yang berbeda poin-poin pertanyaannya biasanya sama, tetapi urutan pertanyaannya dapat diubah-ubah. Wawancara jenis ini cenderung diarahkan kepada tanggapan partisipan, untuk menghadirkan data sosio-demografis dan biografis.

b. Wawancara Tidak Terstruktur

Wawancara tidak terstruktur merupakan bentuk wawancara bebas, dimana peneliti mewawancarai narasumber tanpa pedoman wawancara yang sistematis, hanya menggunakan tujuan penelitian sebagai pedoman wawancara. Wawancara jenis ini sering digunakan dalam penelitian pendahuluan, atau untuk penelitian mendalam mengenai subjek yang diteliti. Wawancara ini dilakukan saat peneliti belum mengetahui jawaban apa yang ingin diperoleh dari narasumber, yang akan dijadikan sebagai acuan pengembangan pertanyaan dalam bentuk wawancara terstruktur (Satori dan Komarian, 2014). c. Kuesioner

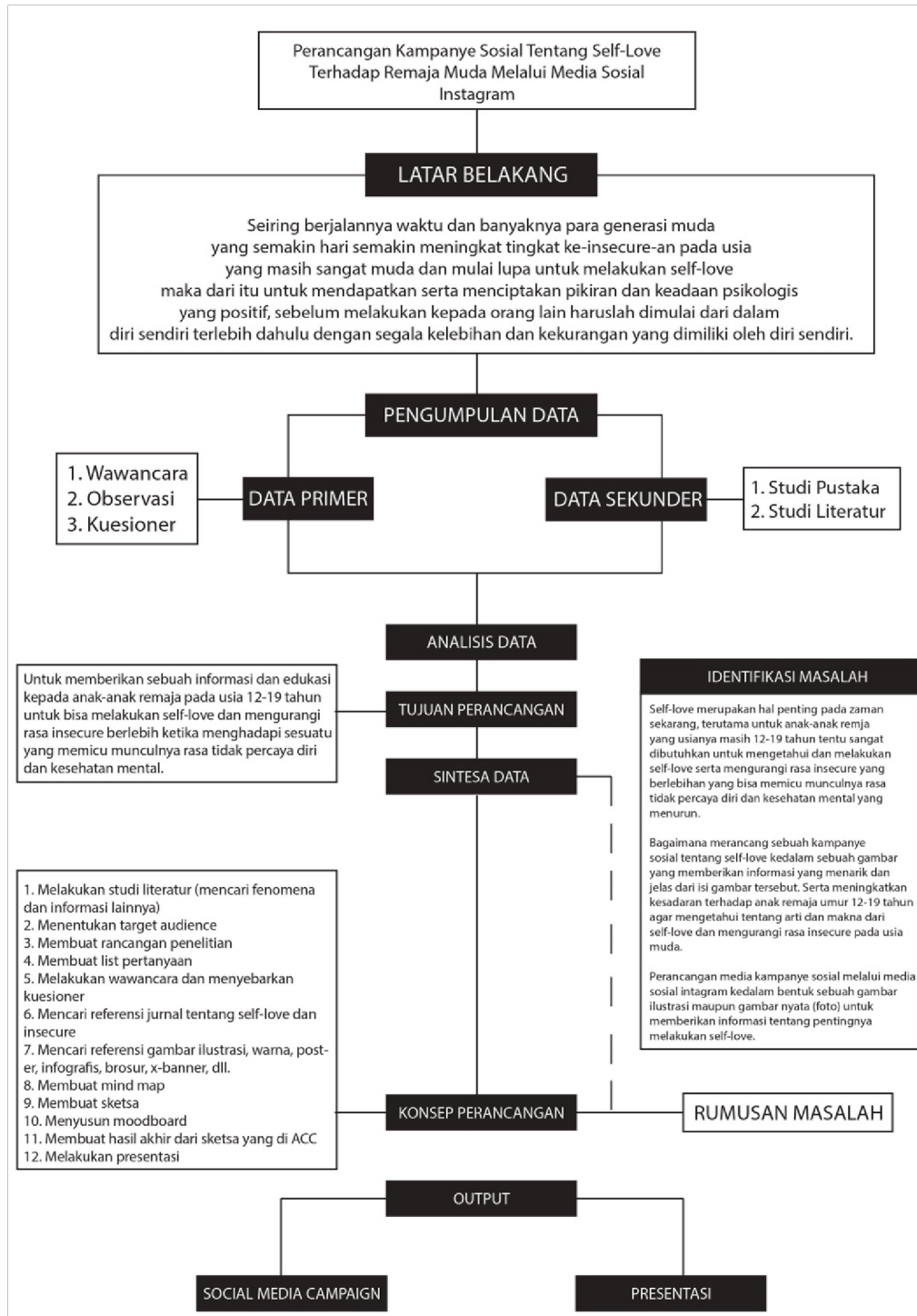
Kuesioner adalah sebuah teknik pengumpulan data berupa kumpulan pertanyaan yang disebarluaskan kepada sejumlah responden. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan statistik nilai dan kesimpulan dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner untuk melengkapi data-data yang telah diperoleh.

Suatu daftar pertanyaan tentang suatu hal atau suatu bidang, yang harus diisi oleh responden, yaitu orang yang menjawab atau merespon pertanyaan tersebut. Kuesioner merupakan suatu daftar pertanyaan mengenai suatu hal yang harus diisi secara tertulis oleh responden. Prinsipnya, kuesioner adalah cara untuk memperoleh data berupa pendapat umum, tidak mendalam, dalam jumlah yang banyak, dan dalam waktu yang relatif singkat. Pertanyaan kuesioner sudah dipersiapkan terlebih dahulu, diarahkan kepada suatu jawaban tertentu untuk kemudian dihitung. Dikarenakan semua data bersifat tertulis, maka ketika memasuki tahap analisis, data yang terkumpul dicek kembali dan dapat digunakan oleh peneliti lain dengan interpretasi yang berbeda (Soewardikoen 2013 :25)

Pemilihan sampel ditujukan kepada orang-orang yang tentu saja bisa mengerti permasalahan yang dibahas dalam penelitian. Oleh sebab itu, diharapkan peneliti bisa mendapatkan banyak uraian pengalaman dari narasumber yang kompeten, dan menjadi temuan-temuan yang bermanfaat (Soewardikon, 2013:20-21).

Penulis akan menyebarkan kuesioner secara online target koresponden yakni anak-anak remaja umur 13-18 tahun di daerah Kota Bandung.

1.6 Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

1.7 Skema Perancangan / Pembabakan

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada BAB ini berisikan tentang, latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, kerangka konsep, dan sistematika penulisan yang menjelaskan isi dari setiap bab.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Dalam BAB ini menjelaskan mengenai teori-teori yang akan dibahas dan berhubungan dengan topik permasalahan yang menjadi dasar sebuah pemikiran dalam penelitian ini. Serta akan disusun menjadi suatu kerangka teori untuk mendapatkan sebuah asumsi yang baik dan relevan.

3. BAB III DATA DAN ANALISIS

Pada BAB ini berisikan tentang uraian data pendukung yang merupakan kumpulan dari hasil semua data yang telah dikumpulkan secara rinci dan detail seperti hasil survei, wawancara, kuesioner, dan juga analisis sampel visual.

4. BAB IV KONSEP PERANCANGAN

Pada BAB ini berisikan tentang perancangan konsep atau output yang akan dibuat dalam karya berupa social media campaign. Hasil penelitian, data hasil survei, hasil analisis, dan hasil data lapangan.

5. BAB V PENUTUP

Dalam BAB ini berisikan tentang kesimpulan dan saran yang sudah di kumpulkan dan didapat dari bab 1-4 yang akan dijadikan sebuah rekomendasi data yang alternatif.