

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Penampilan fisik merupakan salah satu kunci utama seseorang dalam meningkatkan rasa kepercayaan diri yang didasarkan bagaimana individu tersebut menilai kondisi fisik yang dimiliki. Sebagian orang mengharapkan penampilan fisik yang sempurna, meskipun sempurna merupakan cara pandang yang subjektif dipengaruhi oleh faktor obsesi yang besar pada dirinya. Breakey (1996) menjelaskan bahwa bentuk tubuh menjadi representasi diri yang paling mudah terlihat. Keinginan untuk memiliki bentuk tubuh yang ideal berkaitan erat dengan citra tubuh. Para remaja akan melakukan berbagai usaha untuk mendapatkan tampilan fisik yang ideal sehingga terlihat menarik. Hal ini menyebabkan orang kemudian menjadi terdorong untuk memiliki tubuh yang ideal.

Fenomena yang terjadi kini tidak hanya melihat orang lain yang lebih baik penampilannya, namun kini banyaknya iklan kecantikan dan keindahan bentuk tubuh yang mudah ditemukan baik melalui *Television Commercial* (TVC) maupun media sosial. Munculnya iklan-iklan ini dapat merangsang pikiran para remaja untuk memberikan sugesti pada dirinya bahwa “aku ingin seperti dia”. Iklan kecantikan menggunakan model wanita yang dituntut harus sempurna dan tampil cantik secara visual pada daerah tubuh manapun, karena model tersebut sebagai objek yang berkontribusi pada keindahan visual (Kurniawan, 2018). Pada dasarnya iklan disuguhkan dengan pencitraan dan menggambarkan stereotip yang mengarahkan bahwa perempuan yang cantik adalah yang berkulit putih, berambut panjang dan lurus, berkaki panjang serta langsing (Armando, 2005).

Di Indonesia sendiri kecantikan perempuan adalah yang berkulit sawo matang dan kecantikannya yang khas dengan rambut hitam dan tebal. Namun iklan hadir untuk mengubah konsepsi kecantikan perempuan yang dibentuk secara komersial. Sehingga adanya pergeseran konsep kecantikan dari wajah khas Indonesia dengan model-model berwajah indo pada iklan. Hakikatnya iklan hanya ingin menyampaikan pesan secara nilai, visual dan konsep agar pesan sampai kepada

khalayak, iklan tersebut menyediakan interpretasi yang dapat dipahami dan dimaknai sesuai dengan keinginan pengiklan.

Para remaja yang mempunyai obsesi pada dirinya akan mengalami gangguan kecemasan yang membuat seseorang melakukan berbagai hal yang berlebihan, seperti seringnya membandingkan area tubuh yang tidak disukai dengan orang lain, bercermin hingga berkali-kali guna mengecek penampilan atau bagian tubuh yang tidak disukai. Kecemasan tersebut yang mendorong seseorang mengalami perilaku gejala kecenderungan *Body Dysmorphic Disorder*. *Body Dysmorphic Disorder* atau yang disingkat BDD merupakan gangguan kecemasan yang berkaitan dengan citra tubuh yang membuat seseorang mengalami kekhawatiran tentang penampilan memiliki efek mengganggu pada kehidupan. Ketidakpuasan yang membuat penderita secara terus menerus menilai kekurangan terhadap beberapa bagian tubuhnya, hal ini sejalan dengan pernyataan seorang *Professor of Psychiatry* asal New York, Phillips dalam penelitiannya. Phillips (2009) menjelaskan BDD adalah gangguan citra tubuh yang umum namun kurang dikenal. Penderita BDD menganggap dirinya tampak jelek, tidak menarik, tidak normal, atau cacat. Namun kenyataannya orang itu terlihat normal. Adanya ketidakcocokan yang mendalam antara bagaimana individu itu melihat dirinya sendiri dibandingkan dengan bagaimana orang lain melihatnya. BDD pada umumnya akan mulai terlihat sejak seseorang (baik pria maupun wanita) memasuki masa remaja. Bahkan bisa juga sudah ada sejak kecil tetapi belum terdeteksi. Pada masa remaja itulah, seseorang akan semakin memperhatikan perubahan yang terjadi pada dirinya semisal ukuran dan bentuk tubuh. Berdasarkan hasil pengamatan, kuesioner dan wawancara, didapatkan gejala-gejala yang menunjukkan kecemasan tersebut pada remaja putri.

Mueller dalam Santrock (2011) masa remaja adalah masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa. Anak remaja mulai mengalami perubahan pada fisik maupun psikis. Perubahan inilah yang akan menyibukkan diri pada penampilan bentuk tubuhnya, terutama pada remaja putri. Perkembangan di masa remaja dipengaruhi oleh interaksi antara faktor-faktor genetik, biologis, lingkungan, dan sosial. Menurut Santrock (2001) pada masa remaja mengalami dimensi pemahaman diri

yang abstrak dan idealistik, terdiferensiasi dan perbandingan sosial menjadi lebih menonjol karena pada masa inilah para remaja memiliki konsep *role model* yang remaja anggap ideal. (h.380). Gangguan kecenderungan BDD semakin sering terjadi, terutama dikalangan remaja putri. Penelitian menunjukkan bahwa sekitar 50-88 % dari remaja putri merasa negatif tentang bentuk tubuh atau ukuran bentuk tubuhnya (Croll, 2005).

Percaya diri merupakan suatu keyakinan yang dibentuk oleh diri sendiri sesuai bagaimana individu menerima dan menilai dirinya baik positif maupun negatif. Senada dengan pendapat di atas, (Surya, 2007) kepercayaan diri berpengaruh pada penampilan fisik yang didasarkan individu tersebut melihat dan menilai kondisi fisik berupa bentuk ataupun berat tubuh yang diinginkan. Hakim (2002) juga mengungkapkan bahwa kelemahan yang ada pada diri seseorang, seringkali menjadi penyebab timbul atau hilangnya rasa percaya diri. Misalnya, penampilan yang buruk, cacat fisik, dan latar pendidikan yang rendah. Bentuk tubuh yang langsing dan ideal merupakan keinginan remaja putri. Sebagian besar remaja putri yang merasa tidak puas akan penampilan dirinya begitu juga masing-masing individu memiliki gambaran diri yang ideal sesuai dengan apa yang diharapkan.

Munculnya penilaian pada remaja putri mengenai standar tubuh yang hanya mementingkan penampilan fisik dengan bentuk tubuh yang proporsional, hal ini membuat para remaja putri saat ini menjadi kurang percaya diri karena remaja putri selalu menilai dirinya melalui kaca mata orang lain (Ratnawati, 2012, h.1). Selain itu, kurangnya tingkat kepercayaan diri pada remaja wanita bergantung pada kondisi tubuh dan konsep kecantikan yang dimiliki. Sejauh ini masih banyak kecenderungan yang terjadi pada remaja putri yang menjadikan iklan sebagai tolak ukur nilai estetika tubuh.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diuraikan permasalahan pada pokok pembahasan masalah yaitu:

- Banyaknya iklan yang menonjolkan kecantikan dan keindahan bentuk tubuh yang ideal melalui *television commercial* (tvc) maupun di media sosial.
- Adanya perubahan konsep kecantikan pada remaja putri yang diakibatkan oleh iklan yang merubah stereotip masyarakat tentang kecantikan.
- Kurangnya tingkat kepercayaan diri pada remaja putri terkait bentuk tubuh.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang dipaparkan pada latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka dapat dibuat rumusan masalah, yakni:

Bagaimana menyampaikan konsep kecantikan diri pada remaja putri dalam membangun kepercayaan dirinya melalui *motion graphic*?

I.4 Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas maka akan dibatasi hanya membahas konsep-konsep kecantikan dan bentuk tubuh yang dibingkai dalam iklan kecantikan terkait kecenderungan *Body Dysmorphic Disorder* pada remaja.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Tujuan dan manfaat perancangan ini, antara lain:

I.5.1 Tujuan Perancangan

Adapun pentingnya tujuan dari perancangan ini adalah mengajak para remaja putri agar tidak berperilaku berlebihan yang mengarahkan pada kecenderungan *Body Dysmorphic Disorder* dan juga lebih meningkatkan kepercayaan diri dengan apa yang dimiliki saat ini.

I.5.2 Manfaat Perancangan

Manfaat dari perancangan ini, antara lain:

1. Perancang

Manfaat untuk perancang adalah:

- Menyadari bahwa ada masalah yang sangat serius seperti BDD.
- Menanamkan pikiran bahwa kecantikan itu relatif dan dapat dinilai dari berbagai macam sudut pandang.

2. Masyarakat

Manfaat bagi masyarakat luas, diantaranya:

- Menjadikan masyarakat lebih paham mengenai konsep kecantikan diri.
- Menjadikan masyarakat lebih paham jika kecantikan tidak semata-mata yang dibentuk dalam iklan.

3. Keilmuan

Manfaat bagi keilmuan adalah sebagai sumber referensi visual dan membantu perkembangan informasi terkait kecenderungan gejala BDD.