

PERANCANGAN KAMPANYE CEGAH *BODY SHAMING* PADA REMAJA PEREMPUAN

Ananda Prameswari¹, Mohamad Tohir²
^{1,2} Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

Abstrak: Di kalangan remaja, komentar mengenai bentuk fisik atau *body shaming* sering terjadi di kehidupan sehari-hari yang tercermin dalam media sosial. Dampak yang ditimbulkan yaitu *eating disorder*, *body dysmorphia*, minder, serta depresi. Penelitian ini, dimaksudkan untuk menemukan cara bagaimana menyampaikan masalah *body shaming* beserta dampaknya kepada masyarakat. Metode yang digunakan adalah observasi, studi pustaka, wawancara dengan ahli dan pihak terkait, dan kuesioner. Setelah semua data diperoleh dan dianalisis, maka solusi yang ditemukan adalah membuat perancangan kampanye sosial cegah *body shaming* bagi remaja perempuan dengan tujuan agar tidak melakukan *body shaming*.

Kata kunci: Kampanye, Remaja, *Body Shaming*

Abstract: Among adolescents, comments about physical form or body shaming are often occur in daily life reflected in social media. The impacts are eating disorder, body dysmorphia, inferiority, and depression. This research is intended to find ways to convey the problem of body shaming and its impact to society. The methods used were observation, literature study, interviews with experts and related parties, and questionnaires. After all the data was obtained and analyzed, the solution found was to make the design of social campaigns to prevent body shaming for young women in order not to do body shaming.

Keywords: Campaign, Teenagers, *Body Shaming*

1. **Penulis** adalah salah satu staf pengajar / mahasiswa di universitas, email: nndapr@gmail.com

PENDAHULUAN

Body shaming adalah komentar negatif yang menyangkut fisik seseorang, seperti tinggi badan, berat badan, warna kulit, dan bentuk rambut. Efek dari *body shaming* mempengaruhi daya pikir para remaja. Pada tahap pubertas, perubahan fisik adalah salah satu hal alamiah yang dialami para remaja. Pada tahapan ini, terutama remaja perempuan akan mulai membangun citra tubuh dan lebih memperhatikan penampilan diri sendiri serta teman sebaya.

Komentar negatif atau *body shaming* yang muncul di kehidupan sehari-hari yang tercermin pada media sosial sangat berpengaruh dalam membangun citra tubuh para remaja perempuan, sehingga memaksa mereka mengikuti tren dan gambaran fisik ideal yang berlaku di masyarakat. Pencarian jati diri dan membandingkan standar diri dengan remaja yang lain, membuat mereka mengomentari fisik atau *body shaming*. Kasus nyata dari dampak *body shaming* terjadi pada publik figur Tina Toon, akibat komentar negatif yang dilontarkan teman sekolahnya, Tina Toon mengidap bulimia selama 3 tahun (wartakota.tribunnews.com, 2014).

Masa kini, perempuan terobsesi pada bentuk tubuh yang langsing dapat digambarkan bentuk dari neurosis budaya. (Melliana S, 2006 : 101) Gambaran obsesi tersebut dapat mempengaruhi citra tubuh, yaitu pandangan seseorang tentang tubuhnya. Citra tubuh dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan diri, perilaku, dan keadaan psikologis. Jika citra tubuh mengarah kearah negatif, maka perasaan seseorang terhadap tubuhnya sendiri akan menjadi negatif, dan akan berujung menjadi gangguan klinis antara lain, *body dysmorphia*, minder, depresi, hingga *eating disorder* yang berupa anorexia, bulimia dan *binge eating*.

Dari fenomena diatas, perlu adanya sosialisasi melalui kampanye yang bertujuan agar masyarakat tidak melakukan *body shaming*. Kampanye ini ditujukan kepada remaja perempuan usia 15-21 tahun di kota Jakarta.

KAJIAN TEORI

Komunikasi Massa

Vera (2016: 5) menjabarkan bahwa komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan media dimana media tersebut dapat diterima oleh khalayak yang sangat besar dan tersebar di berbagai penjuru.

Kampanye Sosial

Kampanye merupakan suatu perancangan yang ditata secara bertahap dan sudah ditentukan lini waktunya. Menurut Pfau dan Parrot (Venus, 2009: 29) kampanye adalah proses perancangan yang bertahap, secara sadar serta berkelanjutan, dilakukan saat jeda waktu yang sudah ditentukan bertujuan untuk mempengaruhi khalayak sasaran yang telah ditetapkan.

Periklanan

Kasali (2007: 9) mengatakan bahwa iklan merupakan bagian dari bauran promosi atau promosi mix dan bauran promosi adalah bagian dari bauran pemasaran atau marketing mix.

Media

Menurut Moriarty (2011: 274) Media adalah semacam perantara dalam model komunikasi, yaitu cara pesan dikirim serta dikembalikan oleh sumber dan penerima.

Elemen Desain Grafis

Elemen desain grafis meliputi ilustrasi, tipografi, warna, dan layout. Ilustrasi yaitu gambar yang dipergunakan untuk menerangkan dan mengisi sesuatu menurut Kusrianto (2007: 110). Tipografi yang diartikan sebagai suatu perjalanan seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak (Kusrianto, 2007: 190). Warna menurut Kusrianto (2007: 46) merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan serta hati pelukisnya dalam berkomunikasi.

METODE PENELITIAN

a. Wawancara

Wawancara adalah cara mendapatkan keterangan atau pendirian secara lisan dari narasumber, dengan berbincang-bincang serta berhadapan muka dijelaskan oleh Koentjaraningrat (Soewardikoen, 2013: 20). Wawancara dilakukan dengan sumber yang ahli mengenai isu terkait yaitu Klinik Pulih dan LSM Aliansi Remaja Independen, serta korban dari *body shaming*.

b. Observasi

Hadi mengemukakan (Sugiyono, 2013:145) bahwa observasi adalah suatu proses yang kompleks, proses yang tersusun dari berbagai proses psikologis maupun biologis. Observasi diterapkan oleh penulis untuk mengamati remaja-remaja di lingkungan sekitar yang mengalami *body shaming*.

c. Kuesioner

Cara untuk mendapatkan data dalam rentang waktu yang singkat dengan banyak partisipan sekaligus yang dapat dihubungi adalah prinsip dari

kuesioner yang dijelaskan oleh Soewardikoen (2013:25). Kuesioner dirancang dan disebar kepada remaja usia 15-20 tahun di kota-kota besar seperti Bandung, Jakarta, dan Surabaya untuk mengetahui tingkat kepuasan akan dirinya sendiri dan berapa banyak kasus *body shaming* yang terjadi melalui google form.

d. Studi pustaka

Menurut Yulia (1993: 3) studi pustaka cetak adalah salah satu jenis kumpulan pemikiran manusia yang dituangkan dalam bentuk buku, terbitan berseri atau cetakan dan hasil koleksi perpustakaan. Kumpulan buku-buku yang sekiranya dapat menambah wawasan dalam melakukan penelitian ini.

e. Analisis Matriks

Menurut Rohidi, dalam Soewardikoen (2013:51) Matriks merupakan alat yang rapi baik bagi pengelolaan informasi maupun analisis. Analisis matriks digunakan untuk meneliti beberapa program kampanye serupa yang diselenggarakan di Indonesia.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil wawancara dengan psikolog yayasan pulih yaitu Jane L. Pietra, mengatakan *body shaming* terkait tentang bagaimana *image* seseorang mengenai dirinya, bagaimana orang itu memandang dirinya tetapi secara negatif. Beliau mengatakan *range* usia terbesar ada dikalangan remaja karena usia-usia mereka sedang mencari jati diri dan sedang gencar-gencarnya melakoni tren yang sedang berlangsung dan melihat siapa sosok idola mereka.

Hasil wawancara bersama pengurus LSM Aliansi Remaja Independen, Perempuan lebih berkompetitif karena perempuan dianggap sebagai *childbearing*, karena hal itu lahirlah standarisasi di kalangan perempuan dan citra tersebut berkembang di media sosial dan iklan-iklan di televisi.

Berikut adalah beberapa kampanye sosial yang membahas persoalan serupa dirangkum menjadi sebuah matriks perbandingan, guna menjadi acuan dalam perancangan kampanye ini.

Tabel 1 Matriks Perbandingan Kegiatan Kampanye Serupa

Kampanye serupa	Say Something Nice to Stop Body shaming	#Banggadengan warnakulitmu	Anorexiacare
Poster			
Penggagas	Edelweiss Company	Clean and Clear	Mahasiswa Psikologi UNJ 2013
Kegiatan yang dilakukan	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Talkshow</i> dengan narasumber yang membahas <i>Body Shaming</i> pada perempuan, khususnya penampilan diri. • <i>Photo challenge</i> di Instagram • <i>Doorprize</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Talkshow</i> dengan berbagai narasumber • Poster digital dengan pendapat sendiri atau twibbon • Social Experiment Project • Foto para partisipan di LED mall 	<ul style="list-style-type: none"> • Penyebaran informasi secara berkala di Instagram • Membuka Stand di Car Free Day • Penanda tanganan keikutsertaan di Banner.
Target Sasaran	Perempuan berbagai usia di Medan	Remaja perempuan 13 – 20 tahun di Indonesia	Masyarakat umum yang berada di Jakarta

Media	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram • Twibbon • Poster • Talkshow • Merchandise 	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram • Twitter • Youtube • Website • Twibbon • Poster • LED foto • Petisi • Talkshow • Merchandise 	<ul style="list-style-type: none"> • Instagram • Poster • Merchandise • Petisi
--------------	---	--	--

Tabel 2 Matriks Perbandingan Visual Kampanye Serupa

Kampanye serupa	Say Something Nice to Stop Body shaming	#Banggadenganwarinakulitmu	Anorexiacare
Poster			
Ilustrasi	Menggunakan foto narasumber.	Menggunakan foto model	Menggunakan gambar digital
Warna	<ul style="list-style-type: none"> • Pink • Putih • Cokelat 	<ul style="list-style-type: none"> • Biru muda yaitu identitas warna Clean and Clear • Merah muda • Putih • Broken white 	<ul style="list-style-type: none"> • Hitam, seolah menciptakan suasana mencekam • Putih • Cokelat
Layout	Menggunakan tatanan layout informal dan <i>center of Interest</i> dari poster ini adalah	Menggunakan tatanan layout informal dan <i>center of Interest</i> dari poster ini adalah ilustrasi 3 model perempuan yang tersenyum	Menggunakan tatanan layout informal dan point of Interest dari poster ini adalah ilustrasi tangan yang kurus.

	tipografi pada headline.	dengan berbagai warna kulit.	
Tipografi	Menggunakan font sans serif	Menggunakan <i>Font</i> sans serif, yang identik tidak kaku, dan headline menggunakan font serif.	Menggunakan <i>font</i> sans serif tetapi tipis mencerminkan anorexia.

Berdasarkan kesimpulan yang didapat dari hasil analisis matriks diatas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : Kampanye #Banggadenganwarnakulitmu akan menjadi acuan untuk merancang kampanye cegah *body shaming*, dari segi konsep visual yang sesuai dengan target sasaran dan media yang digunakan lebih lengkap dari kampanye sejenis yang lain.

KONSEP PERANCANGAN

Big Idea

“mengajak para remaja perempuan untuk mengatakan hal yang baik serta positif”, yang diturunkan menjadi kalimat “*Nice words to others*”. Tagar #SpreadPositivity digunakan untuk mengingatkan target sasaran bahwa mengucapkan hal-hal positif.

Konsep Kreatif

Menggunakan pendekatan mixing approach, antara *emotional dan rasional*, *emotional dimaksudkan agar target sasaran merasa iba dan terdorong emosinya. Pendekatan rasional ditujukan agar target sasaran menggunakan akal pikirannya untuk menilai sesuatu.*

Konsep Visual

Menggunakan ilustrasi dengan pengayaan kartun sesuai dengan minat target sasaran, tipografi menggunakan sans serif yang memiliki gaya bebas dan

tidak kaku. Menggunakan warna dominan merah muda, layout untuk tatanan media, menggunakan layout asimetris yang mencerminkan sifat bebas.

HASIL PERANCANGAN



Gambar 1 logo kampanye

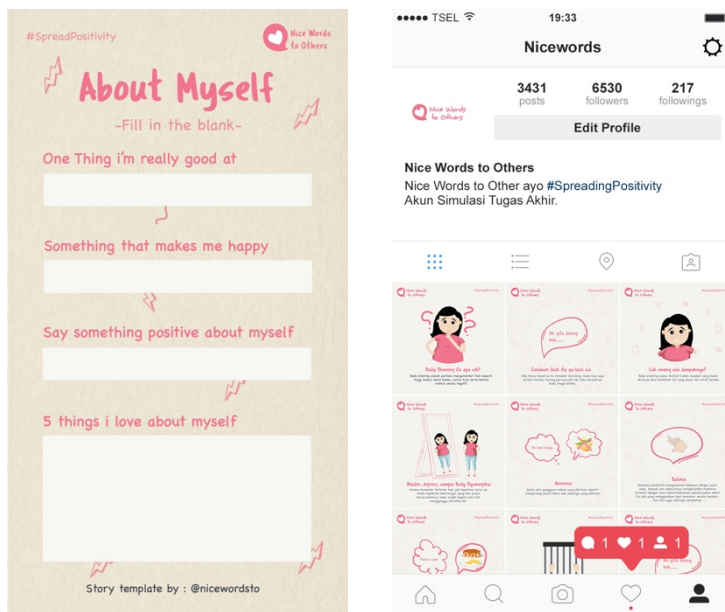
Media Perancangan Kampanye



Gambar 2 Poster



Gambar 3 Merchandise



Gambar 4 Media Sosial

KESIMPULAN

Komentar negatif mengenai fisik sangat berpengaruh terhadap tumbuh kembang citra tubuh pada remaja perempuan sehingga berdampak kepada penurunan kepercayaan diri hingga mengakibatkan citra tubuh yang mengarah ke negatif. Dengan adanya kampanye sosial “Nice Words to Others” diharapkan masyarakat tidak melakukan tindakan *body shaming*.

DAFTAR PUSTAKA

Antar, Venus. 2009. *Manajemen Kampanye; Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekaatam Media.

Kasali, Rhenand. 2007. *Manajemen Periklanan*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.

Melliana, Anastassia. 2006. *Menjelajah tubuh: perempuan dan mitos kecantikan*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.

Moriarty, Sandra, Nancy Mitchell & William Wells. 2009. *Advertising*. Jakarta: PRENAMEDIA GROUP.

Sugiyama, Kotaro dan Andree, Tim. 201. *The Dentsu Way*. United States: Dentsu Inc.

Sumber lain :

Cewekbanget.id. Eating disorder: dialami 38% orang Indonesia, [online], (<http://cewekbanget.grid.id/Love-Life-And-Sex-Education/Eating-Disorder-Dialami-38-Orang-Indonesia>, diakses tanggal 17 Februari 2018)

Hamongan, Junianto. Tina Toon Berjuang Melawan Bulimia, [online], (<http://wartakota.tribunnews.com/2014/08/27/tina-toon-berjuang-melawan-bulimia>, diakses tanggal 3 Juni 2018)

Sobatask. Apa itu *Body Shaming?* [online], (<https://www.sobatask.net/2017/01/apa-itu-body-shaming/>), diakses tanggal 17 Februari 2018)

Tim Viva. Gangguan Makan Sebabkan Angka Kematian Tertinggi, [online], (<https://www.viva.co.id/gaya-hidup/kesehatan-intim/887240-gangguan-makan-sebabkan-angka-kematian-tinggi/>), diakses tanggal 17 Februari 2018)

