

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penampilan seringkali menjadi hal penting bagi remaja karena menjadi identitas bagi diri mereka. Mereka mengekspresikan identitas mereka melalui cara mereka berpenampilan. Fenomena tersebut didukung dengan gaya dan penampilan teman sebaya maupun orang lain melalui sosial media yang menimbulkan dorongan untuk mengikuti agar tampak “sepadan” dengan teman sebaya hingga sebagai ajang berkompetisi bagi mereka dalam berpenampilan. Dalam beberapa kasus, adanya kompetisi dalam penampilan menjadi sebuah dinamika kompetitif dimana remaja harus menyesuaikan penampilan sesuai dengan kelompok tertentu yang mereka ikuti agar “dianggap” di dalam kelompok tersebut. Remaja yang dimaksud dalam pembahasan ini yaitu remaja generasi Z. Komposisi penduduk Indonesia sendiri Sebagian besar berasal dari generasi Z yang lahir pada antara tahun 1997 sampai dengan 2012, hal ini dijelaskan dalam artikel penelitian Rahmawati (2020). Remaja generasi Z atau sering disebut sebagai remaja *digital natives*, yaitu generasi yang memiliki hubungan erat dengan teknologi. Menurut Ryan (2017) dalam artikelnya menyatakan bahwa generasi Z dibesarkan pada era dimana teknologi digital sudah berkembang dengan canggih dan telah merajalela. Teknologi mereka gunakan sebagai alat komunikasi dan interaksi satu sama lain menggunakan *platform* pesan teks, media sosial, obrolan video, dan aplikasi lainnya. Dalam artikel penelitian Francis (2018: 2) menjelaskan sejak usia muda, mereka telah terpapar dengan internet, jejaring sosial, dan sistem seluler. Sisi positif dalam hal tersebut membuat remaja generasi Z memahami dan dapat mempergunakan teknologi digital dengan baik bahkan memanfaatkannya untuk berbagai hal positif. Namun, dampak negatifnya remaja generasi Z menjadi sulit mendefinisikan dirinya sendiri. Identitas diri yang terbentuk sering kali berubah berdasarkan pada berbagai hal yang mempengaruhi mereka berpikir dan bersikap terhadap sesuatu.

Begitu pula dalam penampilan, melalui *platform* media sosial yang menampilkan tren ataupun mode yang terus berkembang setiap tahunnya. Remaja generasi Z yang peka terhadap tren ataupun mode terbaru membuat mereka berusaha mengikuti hingga menciptakan tren mereka sendiri. Hal tersebut secara tidak langsung menjadi ajang berkompetisi dalam penampilan dengan teman maupun dengan orang

lain. Penampilan merupakan aspek yang saling berkaitan dengan *fashion* dan menjadi bagian penting dari kehidupan sosial sebagai identitas seseorang. Menurut Nurul (2021: 128) dalam penelitiannya, *fashion* adalah bentuk pengaplikasian dari busana atau asesoris yang dipakai sesuai dengan perkembangan zaman. *Fashion* selalu dapat berubah seiring berjalannya waktu dan selalu memunculkan model terbaru yang inovatif. Adanya internet dan media *online* layaknya instagram yang menampilkan banyak inspirasi terkait *fashion* yang kekinian memungkinkan para penggunanya untuk mengikuti tren. Dalam artikel penelitian Rahmawati (2023) juga menjelaskan bahwa saat ini gaya penampilan seseorang dalam keseharian sangat diperhatikan, terutama di kalangan remaja, mereka akan berlomba-lomba menunjukkan *fashion* terbaik mereka agar selalu terlihat *stylish* dan tidak ketinggalan zaman, sehingga munculnya perasaan ingin diterima, takut dikucilkan dan diberi nilai yang baik oleh orang lain. Pada dasarnya orang yang puas dengan keadaan dan penampilan fisik mereka umumnya memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi. Menurut Prayitno (2023) dalam artikel penelitiannya banyak unggahan dalam media sosial yang membahas mengenai tren *fashion* yang sedang ramai digemari pada era saat ini. Mereka saling mengunggah *outfit* sehari-hari ke dalam media sosial. Saling membagi referensi mengenai kombinasi pakaian yang mereka kenakan ketika berkegiatan. Dalam penelitian NK Yuni D (2021: 1) disebutkan bahwa *fashion* telah menjadi sebuah ciri khas dan kepribadian seseorang. *Fashion* telah menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari setiap individu. Cara seseorang berpakaian yang mengikuti tren *fashion* memperlihatkan kepribadian dan idealisme seseorang. Hal tersebut merupakan pengaruh positif dari perkembangan *fashion* di kalangan remaja generasi Z. Menjadikan Z tidak hanya kreatif dalam mengolah perkembangan teknologi yang ada namun juga kreatif dan berani menampilkan jati diri mereka.

Remaja generasi Z saling mengenalkan identitas ataupun memamerkan gaya mereka melalui unggahan dalam media sosial untuk mendapatkan apresiasi dari orang lain. Secara tidak langsung mereka mengungkapkan informasi pribadi atau emosional mengenai diri mereka kepada orang lain yang dapat disebut juga dengan *self-disclosure*. Penggunaan media sosial cenderung mendorong *self-disclosure* pada penggunanya (Chang & Heo, 2014: 79). Sisi positif dari hal tersebut membuat remaja generasi Z saling berkompetisi untuk menciptakan gaya yang paling tren melalui berpakaian dengan ide-ide mereka yang terus berkembang menjadi lebih kreatif.

Mereka akan berusaha membuat penampilan mereka tampak lebih bagus dari teman sebaya mereka sehingga lebih menarik perhatian orang lain. Ajang kompetisi melalui penampilan yang dilakukan melalui platform media sosial juga dapat berdampak negatif. Apabila tidak memenuhi standar akibat tidak dapat mengikuti perkembangan tren dapat meningkatkan kecemasan sehingga menjadi sebuah tekanan psikologis. Kecemasan tersebut berubah menjadi *overthinking* bagi mereka dan menumbuhkan *negative mindset* dalam hal penampilan. Seperti adanya rasa tidak puas dengan penampilan mereka sendiri karena merasa fisik mereka kurang dalam mengikuti tren penampilan yang sedang ramai digunakan. Remaja generasi Z akan merasa kurang menarik jika tidak dapat memenuhi standar penampilan teman sebayanya. Sehingga mereka akan membandingkan diri mereka dengan teman-teman sebayanya atau dengan tokoh publik yang tampak “sempurna” di media sosial melalui pandangan mereka.

Pikiran negatif tersebut membuat mereka merasa rendah diri atau dapat disebut penurunan *self-disclosure* dalam diri remaja. Diakibatkan oleh *negative self-disclosure* dari kegagalan atau ketidakmampuan yang dimiliki ketika tidak mendapatkan respon yang sesuai dengan ekspektasi dalam diri ketika mengungkapkan informasi pribadi dan emosional tentang diri sendiri kepada orang lain. Dijelaskan dalam penelitian Chen (2017: 148) bentuk *self-disclosure* di media sosial adalah seputar informasi personal yang sedang dirasakan melalui status, foto, video, komentar, dan lain-lain. Dalam penelitian Evelin (2020: 28) juga menjelaskan bahwa terjadinya *self-disclosure* disebabkan oleh rasa percaya diri yang tinggi dan tidak adanya rasa takut akan penilaian orang lain. Sebaliknya *self-disclosure* akan sulit dilakukan karena kurangnya kepercayaan diri serta rasa takut akan penilaian dari orang lain. Sehingga melalui ajang berkompetisi dalam penampilan pada platform media sosial menumbuhkan perasaan tidak berharga akibat tidak dapat mencapai ekspektasi yang ada dalam pikiran mereka atau dapat disebut sebagai penurunan *self-disclosure* pada remaja generasi Z.

Negative self-disclosure menumbuhkan perasaan seperti merasa tidak berharga, tidak mampu, dan tidak pantas hingga mempengaruhi emosional dan psikologis atau disebut sebagai penurunan *self-esteem*. *Self-esteem* sendiri adalah penilaian yang dimiliki seseorang terhadap nilai diri mereka sendiri. Mengenai nilai mereka melalui

keberhasilan yang mereka capai, kompetensi dalam lingkungan, serta bagaimana mereka melihat diri mereka sendiri secara keseluruhan. Hal tersebut juga berpengaruh dengan kepercayaan diri seseorang terhadap diri mereka sendiri. Pengertian *self-esteem* menurut penelitian DN Kholiza (2022:70), *self-esteem* dipandang sebagai sikap, *self-esteem* menunjuk pada suatu objek tertentu yang melibatkan reaksi kognitif, emosi, dan perilaku, baik positif maupun negatif. Dianggap sebagai respon psikologis seseorang terhadap dirinya sendiri, lebih dari sekedar sikap. Dalam penelitian Triana (2018: 10-13) juga dijelaskan bahwa *self-esteem* yang tinggi biasanya dimiliki oleh orang yang bisa menghargai dirinya tanpa mendengar pendapat orang lain mengenai sifatnya entah baik maupun buruk. Berbeda dengan individu dengan *self-esteem* yang rendah, kurang mampu untuk mengungkapkan dirinya dengan baik. *Self-esteem* dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti interaksi dan tekanan budaya atau sosial, pencapaian pribadi, serta penilaian terhadap diri sendiri baik dalam sikap maupun penampilan. Remaja generasi Z hanya mengikuti tren *fashion* yang sedang ramai digunakan namun tidak memiliki wawasan dasar mengenai *fashion* itu sendiri sehingga menghasilkan penampilan yang kurang maksimal. Hal tersebut menjadi permasalahan bagi remaja generasi Z mengenai rendahnya *self-esteem* dalam diri mereka akibat wawasan mengenai *fashion* yang kurang.

Maka dalam perancangan ini menghadirkan solusi bagi permasalahan yang dialami oleh remaja generasi Z dalam bentuk buku ilustrasi yang membahas mengenai wawasan dasar *fashion*. Isi buku berisi penjelasan serta penggambaran karakter menyesuaikan permasalahan yang dialami oleh remaja generasi Z mengenai wawasan *fashion*. Melalui identifikasi diri dengan penjelasan wawasan yang dikemas dalam bentuk narasi cerita menyesuaikan dengan permasalahan mengenai *fashion* yang mereka alami akan membuat mereka merasakan empati terhadap pengalaman mereka sehingga mereka akan lebih terhubung dengan informasi yang diberikan dalam isi buku. Pemilihan media utama berupa buku karena menurut Aji Mufasa (2023) dengan membaca buku dapat membantu meningkatkan kualitas edukasi melalui wawasan yang diberikan. Buku juga masih menjadi sumber pengetahuan yang penting dalam pembelajaran. Buku menawarkan banyak keuntungan sebagai alat belajar, terutama dalam memberikan pemahaman yang terstruktur dan kompleks. Salah satu teori yang mendukung hal ini adalah teori *dual-coding*. Dalam penelitian Mastura (2021: 82) otak manusia dapat memproses informasi secara lebih efektif ketika informasi tersebut

disajikan dalam dua bentuk visual dan verbal, misalnya melalui gambar dan teks dalam sebuah buku. Membaca buku memungkinkan kita untuk memproses informasi secara visual dan verbal secara bersamaan, sehingga dapat meningkatkan pemahaman dan memori jangka panjang. Konsep dari buku akan mempertimbangkan mengenai kebutuhan dan keinginan dari target segmentasi secara langsung agar perancangan buku lebih sempurna.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari paparan diatas, dapat ditemukan permasalahan seperti berikut:

1. Remaja generasi Z belum memiliki wawasan mengenai *skintone* dan palet warna pakaian yang penting untuk menghasilkan *style fashion* yang bagus dan membuat kulit tampak cerah.
2. Remaja generasi Z belum memiliki wawasan mengenai berpakaian menyesuaikan tinggi badan.
3. Turunnya kepercayaan diri remaja generasi Z akibat kurangnya penampilan mereka.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka dapat ditemukan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana merancang buku ilustrasi *style fashion* bagi remaja generasi Z usia 18-26 tahun untuk meningkatkan *self-esteem* melalui berpakaian agar remaja generasi Z tertarik membacanya?

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan rumusan masalah diatas, maka diperlukan adanya batasan masalah untuk lebih memahami permasalahan yang ada.

1. Buku ilustrasi membahas wawasan mengenai *skintone* dan palet warna dalam berpakaian agar kulit tampak lebih cerah dan tidak terjadi hasil kombinasi pakaian yang kurang memuaskan.
2. Buku ilustrasi membahas mengenai berpakaian menyesuaikan tinggi badan agar tidak menghasilkan hasil kombinasi yang membuat target segmentasi tampak lebih pendek dari tinggi badan aslinya sehingga membuat penampilan tampak kurang.
3. Solusi dari permasalahan yang dialami oleh remaja generasi Z dipaparkan dalam bentuk wawasan menjadi narasi cerita.

1.5 Tujuan Perancangan

Dari tinjauan diatas dapat ditemukan tujuan dari perancangan buku ilustrasi *fashion* adalah sebagai berikut:

1. Memberi solusi berbentuk wawasan melalui permasalahan yang dialami oleh remaja generasi Z.
2. Remaja generasi Z memahami wawasan yang diberikan dan menerapkannya.
3. Remaja generasi Z tidak merasakan turunnya rasa kepercayaan diri mereka yang dapat mempengaruhi turunnya *self-esteem* mereka dan mulai mencintai diri mereka sendiri.
4. Remaja generasi Z dapat mengombinasikan *style fashion* dengan lebih kreatif dan menarik melalui wawasan yang didapat dari buku perancangan.

1.6 Manfaat Perancangan

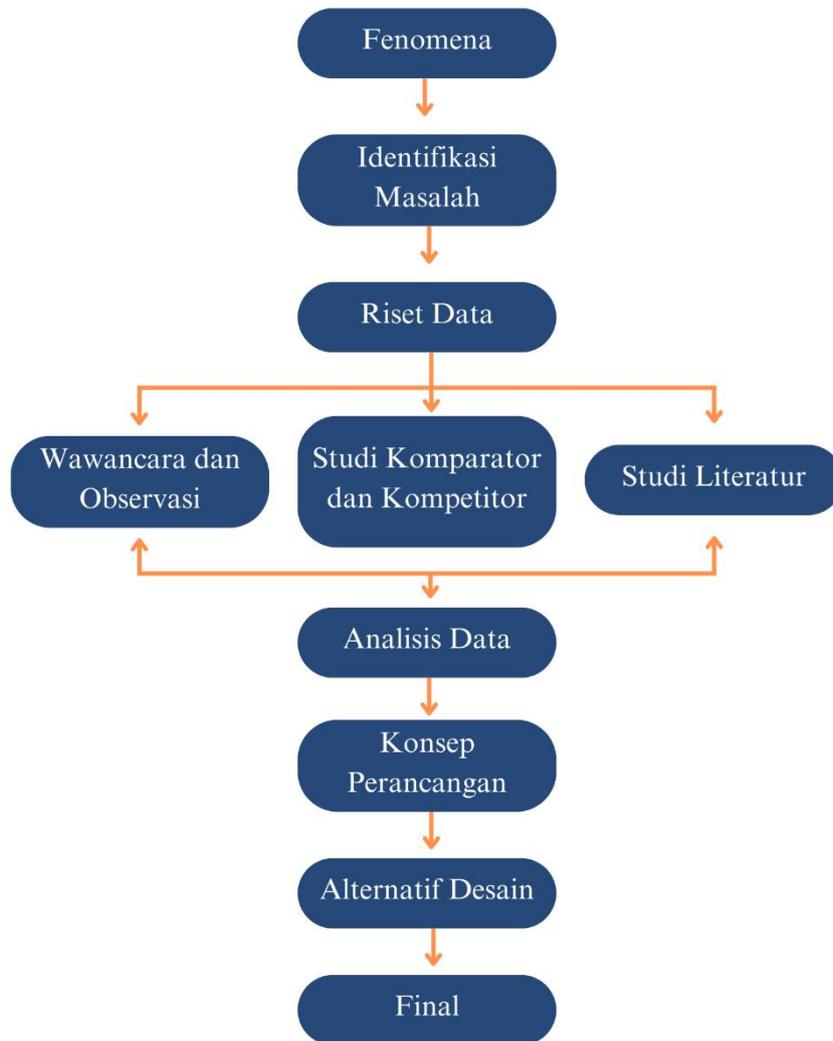
Melalui perancangan buku ilustrasi *fashion* ini, diharapkan dapat memiliki pencapaian yang bermanfaat seperti berikut:

1. *Self-esteem* dalam diri remaja generasi Z dapat meningkat melalui berpakaian dengan membaca isi buku perancangan.
2. Remaja generasi Z mulai menemukan *style fashion* yang disukai dan mulai dapat mengkombinasikannya sendiri lebih kreatif daripada refrensi dari isi buku melalui wawasan *fashion* yang didapat.

3. Mulai berani mengekspresikan diri melalui berpakaian tanpa takut dianggap mencolok dan berbeda.

1.7 Kerangka Perancangan

Pembuatan bagan kerangka perancangan digunakan sebagai metode dari perancangan buku. Sehingga proses yang dilaksanakan dapat dijalani sesuai dengan struktur dan berurutan. Diawali dengan menentukan fenomena yang sedang terjadi terkait dengan isi pembahasan. Kemudian mengidentifikasi permasalahan yang ada dari fenomena tersebut, kemudian dilakukan riset secara lebih mendalam yang diperkuat dengan data-data yang akurat. Kemudian dilakukan wawancara dan observasi, menentukan studi eksisting, dan melakukan studi literatur. Kemudian dilakukan analisis data dari semua data yang didapatkan. Tahap berikutnya yaitu menentukan konsep perancangan dan membuat alternatif desain dari buku perancangan, kemudian *finishing*.



Gambar 1. 1 Kerangka Perancangan

(Sumber: Dokumen Pribadi, diakses pada 11/12/2023)