Jurnal Barik, Vol. 5 No. 2, Tahun 2024, 210-224
https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/

PERANCANGAN E-*BOOK* ESAI FOTOGRAFI OBSESI *BEAUTY STANDARDS* TERHADAP PEREMPUAN DI SURABAYA

Rani Rachmanitya[1], Muhammad Ro'is Abidin, S.Pd., M.P [2]
[1]Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
email: rani.19012@mhs.unesa.ac.id
[2]Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
email: roisabidin@unesa.ac.id

Abstrak

Kecantikan seringkali dideskripsikan sebagai sesuatu yang objektif, namun realitanya adanya pemikiran yang sama atas ciri fisik kecantikan ideal menandakan bahwa secara tidak langsung fenomena standar kecantikan pada perempuan ini ada. Sayangnya masih banyak orang yang tidak menyadari bahwa standar kecantikan ini mampu tumbuh menjadi obsesi yang berbahaya bagi fisik dan mental. Maka dari itu kesadaran masyarakat atas fenomena ini perlu ditingkatkan lagi melalui perancangan yang bertujuan untuk meningkatkan awareness obsesi beauty standarts terhadap perempuan khususnya di wilayah Surabaya melalui media buku elektronik esai fotografi ini. Proses perancangan ini menggunakan metode design thinking dan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Dilakukan validasi oleh para ahli dibidang materi dan media untuk kemudian direvisi menjadi lebih baik. Hasil Akhir diujikan kepada 11 responden sesuai dengan kualifikasi target audience dan mendapatkan rata rata nilai 89,5% dan 92%.

Keywords: E-book Esai Fotografi, Fotografi, Standar Kecantikan, Perempuan.

Abstract

Beauty is often described as something objective, but in reality the existence of the same ideas regarding the physical characteristics of ideal beauty indicates that this phenomenon of beauty standards in women indirectly exists. Unfortunately, there are still many people who do not realize that this beauty standard can grow into an obsession that is physically and mentally dangerous. Therefore, public awareness of this phenomenon needs to be increased further through a design that aims to increase awareness of the obsession with beauty standards towards women, especially in the Surabaya area, through the medium of this electronic book of photographic essays. This design process uses the design thinking method and uses descriptive qualitative research methods. Validation was carried out by experts in the field of materials and media and then revised to be better. The final results were tested on 11 respondents according to the qualifications of the target audience and obtained an average score of 89.5% and 92%.

Keywords: *Photography Essay E-book, Photography, Beauty Standards, Women*

PENDAHULUAN

Kecantikan merupakan sesuatu yang dipandang objektif dalam artian apa yang dianggap seseorang cantik belum tentu dipandang individu lainnya cantik juga. Namun realitanya seperti yang dikutip dari buku The *Beauty Myth* (Naomi Wolf, 2002), adanya pemikiran yang sama atas suatu kelompok bahwa kecantikan ideal adalah menjadi tinggi, langsing, berkulit cerah, wajah yang mulus, simetris dan tidak ada kurangnya. Hal ini menandakan bahwa secara tidak tertulis kecantikan memiliki standar.

Menurut Nasution, Z., Jati, A. K. N. & Setia, S. (2019) Standar kecantikan ini terbentuk karena berbagai macam sebab. Bisa

jadi hasil dari dampak budaya patriarki yang diturunkan dari generasi ke generasi. Standar kecantikan juga bisa terjadi karena kurangnya representasi atas variasi fisik perempuan dengan citra positif pada media, hal ini didukung oleh pernyataan Fitria Yuliani, Juliana Kurniawati & Mely Eka Karina (2022) bahwa tampilan media terhadap "fisik" perempuan yang kurus, ramping, seksi dan memiliki kulit yang mulus dalam iklan, film, maupun majalah, kemudian disadari ataupun tidak, telah membentuk pemikiran kita atas realitas kecantikan seorang perempuan. Hal ini menandakan bahwa adanya representasi fitur fisik pada media penting, hal ini didukung oleh pernyataan Chrsitopher Krentz dan Rebbeca Sanchez (2021) bahwa representasi yang dominan seringkali memperkuat stereotip yang dimiliki mayoritas kelompok yang terpinggirkan, hal ini kemudian dapat dengan mudah membuat kelompok tersebut menginternalisasi representasi dominan dan melihat diri mereka sebagai inferior.

Penyisihan kaum inferior ini juga memiliki hubungan yang erat dengan adanya pengaruh dari gaya hidup urban seperti di kota Surabaya. Urban sendiri merupakan terminologi untuk menyebut sifat sifat perkotaan (Sapari, 1993). *Lifestyle* ini mampu mempengaruhi ketatnya persaingan menjadi cantik sesuai dengan standar kecantikan sebab fasilitas yang ada di kota besar tentunya jauh lebih baik daripada daerah lainnya. Hal ini menyebabkan cepatnya perkembangan atas inovasi berbagai macam sektor termasuk sektor industri kecantikan.

Akibat respon negatif yang dirasakan oleh kelompok terpinggirkan (perempuan dengan fitur fisik yang tidak sesuai dengan standar kecantikan) tentunya membuat para perempuan tersebut mengupayakan berbagai cara untuk menyesuaikan diri dengan kategori yang tidak realistis tersebut dengan berbagai macam cara termasuk cara yang tidak sehat secara fisik seperti mengkonsumsi obat-obatan yang keamanannya tidak terjamin sampai pemikiran untuk melakukan operasi plastik, ataupun cara yang tidak sehat secara mental yang mana mampu mengacu pada timbulnya penyakit mental seperti BDD (*Body Dysmorphia Disorder*) yang mampu membuat penderitanya terkena penyakit melakukan self harm.

Isu mengenai obsesi standar kecantikan ini juga dirasa masih sangat kurang disadari oleh masyarakat di Indonesia, dimulai dari masih adanya normalisasi *bullying* berupa *body shamming* berkedok candaan. Survey yang dilakukan penulis terhadap perempuan di Surabaya, membuktikan bahwa 90% dari mereka pernah merasa tertekan atas adanya tuntutan oleh standar kecantikan. Bahkan 88% diantaranya pernah merasakan perundungan verbal akibat fisik mereka yang tidak sesuai dengan standar yang ada. Hal ini pun tentunya menimbulkan rasa tidak percaya diri pada diri mereka. *Body Shamming* ini bisa dilakukan secara verbal berupa lontaran komentar negative, mengejek, menggoda sampai mengancam. Bisa juga mengarah sampai bullying secara fisik, bertindak kasar dan tidak sopan terhadap korban. Adapun bagian dari tindakan *bullying* secara sosial seperti menyebarkan rumor, mempermalukan korban di depan publik, dan lain lain yang tentunya kondisi ini dapat meninggalkan luka baik secara mental maupun fisik terhadap korban.

Karena adanya banyak efek buruk akibat dari normalisasi standar kecantikan, maka baiknya isu ini harus diulas dengan membagikan informasi kepada masyarakat luas. Adapun salah satu media untuk menaikkan *awareness* terhadap isu ini yaitu dengan menggunakan fotografi. Fotografi dirasa merupakan sarana yang tepat sebagai media representasi fitur fisik perempuan sebagaimana dikutip dari buku "*Photojournalism: Art with a Purpose*" (2013) bahwa informasi dapat disampaikan melalui berbagai macam media namun tidak ada yang sebanding dengan foto yang mampu mengambil suatu momen dalam waktu persis dan menyampaikan pesan untuk menginformasikan pembaca. Oleh karena itu dengan adanya representasi visual melalui fotografi dan juga deskripsi singkat pada foto tersebut dapat menjadi kombinasi yang baik untuk mengedukasi mengenai isu ini.

METODE PENELITIAN

Metode pendekatan penelitian menggunakan metode pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif sendiri menurut Farida Nugrahani (2014) adalah metode dengan menemukan teori berdasarkan kajian secara terfokus terhadap suatu masalah. Dengan menggunakan metode pendekatan ini maka data yang diberikan nantinya adalah data yang telah dianalisis secara mendalam. Data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data berupa informasi dalam berbagai bentuk seperti kuisioner, analisis dan wawancara. Hal ini didukung oleh pernyataan Sarwono & Lubis (2007) bahwa data dapat berupa gejala gejala, kejadian ataupun peristiwa yang kemudian akan dianalisis dalam bentuk kategori-kategori.

Dalam penelitian kualitatif pemahaman mendalam tentang manusia dengan cara memperhatikan dengan seksama, merasakan apa yang dia rasakan (empati) merupakan kunci untuk memahami secara mendalam (Putra, 2011). Pernyataan tersebut menandakan bahwa peneliti memiliki peran penting dalam penelitian ini, sebagaimana peneliti mampu memahami manusia lain secara mendalam melalui empati yang mereka miliki.

METODE PERANCANGAN

Perancangan ini akan dilakukan dengan metode penelitian design thinking. Design Thinking merupakan rangkaian langkah kognitif, strategis dan praktis yang digunakan dalam proses perancangan suatu produk. Design Thinking memiliki tujuan untuk mengatasi masalah dan menghasilkan solusi inovatif dengan memahami kebutuhan dari produk tersebut.

Gambar 1. Tahapan Design Thinking
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

Ada 6 tahapan pada perancangan ini diantaranya:

1. Emphatize

Merupakan tahap pertama dalam perancangan design thinking ini, tahap ini berfungsi sebagai tahap awal pendalaman lebih dalam perancangan ini, dimulai dari pengumpulan data atau bisa juga melalui observasi dan wawancara pada narasumber yang relevan. Pada perancangan ini akan dilakukan pengumpulan data bagi untuk para target audience mengenai pengalaman mereka mengenai standar kecantikan. Selain itu, wawancara mengenai isu ini juga dilakukan kepada mahasiswi psikolog.

2. Define

Setelah informasi sudah dikumpulkan, pada tahap define ini data akan diolah dan dianalisis sehingga inti permasalahan dapat diidentifikasi lebih lanjut sehingga masalah dapat dicari solusinya salah satunya adalah dengan dilakukan analisis dengan metode 5W+1H.

3. Ideate

Pada tahap ini pengembangan konsep mulai dilakukan dengan cara pengumpulan ide perancangan dan melakukan brainstorming untuk merealisasikan ide menjadi konsep kreatif seperti deskripsi / skenario, storyboard, pallete warna, model, properti foto dan lain lain.

4. Prototype

Pada tahap prototype perancangan sudah bisa dirancang berdasarkan ide yang telah menjadi susunan konsep kreatif pada tahapan tahapan sebelumnya. Dimulai dari pemilihan model, pembuatan properti, penataan tempat untuk photoshoot dan photoshoot itu sendiri. Setelah foto diambil kemudian dilakukan pengeditan dan penataan layout.

5. Validasi

Setelah perancangan disusun, kemudian dilakukan tahap validasi yang dilakukan oleh ahli dari bidang media dan materi untuk menguji kesesuaian isi dari perancangan yang sudah dibentuk.

Sebelum lanjut ke tahap pengembangan konsep visual, penulis mengumpulkan data-data yang sudah dilakukan pada tahap-tahap yang sudah dilakukan sebelumnya untuk kemudian menjadi sumber pengembangan ide yang sesuai dengan tujuan utama dari perancangan ini yaitu untuk meningkatkan

awareness obesesi beauty standards bagi perempuan khususnya di kota Surabaya. Pengembangan ide dilakukan pada elemen-elemen yang ada pada perancangan ini yaitu foto hasil photoshoot mengenai obsesi beauty standards dan juga deskripsi mengenai foto tersebut.

Proses validasi ini menggunakan skala likert sebagai metode pengukuran yang kemudian akan dilakukan kepada ahli yang sesuai pada bidang perancangan ini, diantaranya adalah ahli materi dan ahli media.

6. Testing

Merupakan tahapan final, setelah dilakukan validasi dan revisi menjadi karya final. Tahap testing dilakukan sebagai umpan balik dari para target audience mengenai perancangan esai fotografi sesuai dengan keginaan dan visual yang sudah dirancang.

KERANGKA TEORETIK

a. Obsesi Kecantikan

Obsesi adalah pemikiran yang dilakukan secara berulang dan terus menerus oleh seseorang dalam jangka panjang. Adapun indikasi obesesi yakni saat seseorang sudah mulai terganggu dengan pikiran mereka yang tidak dapat terkontrol. Jika obesesi pada kesempurnaan fisik ini diteruskan maka dapat berkembang menjadi gangguan mental *Body Dysmporphia Disorder*.

Menurut jurnal yang ditulis oleh Jamie D. Feusmer, MD (2010) Body Dysmorphia Disorder atau yang biasa disingkat BDD merupakan gangguan obsesi terhadap penampilan fisik dengan standar diatas normal. Adanya kekurangan pada penampilan mereka kemudian menjadi momok dalam pikiran mereka, yang kemudian menjadi menyiksa seiring waktu. Penderita BDD biasanya sangat sering melihat cermin dan menghabiskan waktu lama untuk "memperbaiki" apa yang membuat mereka tidak percaya diri.

Penderita BDD akan melakukan apa saja untuk dapat menyingkirkan "kekurangan" mereka bahkan dengan cara yang membahayakan sekaligus. Mulai dari melakukan diet extreme, olahraga berlebihan, menggunakan krim pemutih kulit dengan bahan yang membahayakan seperti merkuri hingga melakukan operasi plastik dan tindakan tindakan membahayakan nyawa lainnya, maka dari itu pasien BDD ini tentunya perlu untuk ditolong.

Salah satu cara untuk membuat pasien BDD merasa lebih baik adalah memberikan emosional support kepada mereka. Menambah pengetahuan tentang penyakit mental ini sehingga perasaan penderita BDD dapat lebih mudah dimengerti. Memberikan support kepada mereka untuk mendapatkan pertolongan profesional. Juga meyakinkan mereka bahwa tidak ada yang "buruk" atau "tidak sesuai" terhadap penampilan fisik mereka.

b. Budaya Standar Kecantikan

Kecantikan memiliki korelasi yang krusial dengan perempuan sebagai identifikasi seberapa menarik mereka (loannou, 2018). Tidak dapat dipungkiri pernyataan ini merupakan pernyataan turun temurun di berbagai penjuru dunia. Standar untuk perempuan tersebut disebut sebagai cantik juga terus berubah dari waktu ke waktu hingga akhirnya seberapa sesuainya perempuan dengan standar kecantikan yang ada menjadi tolak ukur seberapa berharganya mereka.

Fenomena ini tak terkecuali juga terjadi pada kehidupan sosial objek penelitian yaitu perempuan usia 18 – 24 tahun. Perkembangan standar kecantikan pada masyarakat ini tidak semerta-merta terjadi melainkan memiliki sejarah dibaliknya. Seperti fakta bahwa Indonesia termasuk tanah Jawa dulunya merupakan wilayah jajahan berbagai negara. Sikap penjajah yang membuat pribumi merasa rendah akibat perbedaan fitur fisik menyebabkan masyarakat merasa untuk mempunyai status sosial yang lebih tinggi penampilan fisik-pun harus sama dengan para penjajah tersebut.

Standar adaptasi fitur fisik penjajah tersebut pun terus berkembang hingga saat ini. Media dipercaya sebagai salah satu faktor terbesar pengaruh adanya kesamaan standar kecantikan bagi kebanyakan perempuan saat ini hal ini pun didukung oleh hasil studi Dove Global pada tahun 2007 dimana mereka menemukan bahwa banyak perempuan yang

merasa tertekan karena fitur fisik yang mereka miliki tidak sesuai dengan kriteria perempuan ideal yang ditampilkan pada media massa. Iklan kecantikan, majalah *fashion*, tokoh film, media sosial menggambarkan bagaiamana standar perempuan cantik dan bagaimana perempuan yang tidak memasuki standar cantik. Membuat perempuan mempertimbangkan diri masuk ke golongan mana mereka yang kemudian hal ini pun dapat mendukung penyebab penyakit mental terkait obsesi, *Body Dysmorphia Disorder*.

Perempuan di Surabaya sendiri tentunya terdiri dari berbagai macam ras sebagaimana Indonesia secara keseluruhan merupakan negeri yang berisikan orang orang dengan latar belakang yang berbeda beda. Meskipun demikian adapun pernyataan oleh Soewarso (1989) bahwa penduduk asli orang Indonesia merupakan mereka dengan kulit gelap. Hal ini juga didukung oleh hasil studi Johnson bahwa ras masyarakat Jawa khususnya Jawa Timur (termasuk Surabaya) adalah Deutro-Melayu.

c. Bullying

Bullying merupakan suatu bentuk perilaku agresif yang ditujukan untuk menyakiti individu lain. Dikutip dari penelitian yang telah dilakukan oleh Wang pada tahun 2009, bahwa *bullying* diidentifikasi menjadi 4 tipe utama diantaranya adalah fisik, verbal, relasional dan *cyber*. *Bullying* secara fisik dilakukan dengan adanya agresi secara fisik seperti memukul, mendorong, meninju dan lain lain. *Bullying* secara relasional atau yang bisa juga disebut dengan pengucilan sosial dapat dilakukan dengan menyebarkan rumor, dengan sengaja meninggalkan individu pada aktivitas sosial (Crick & Grotpeter 1995), Bullying secara verbal dilakukan dengan mencela, mengejek dan menyindir (Bauman & Del Rio, 2006), *bullying* secara *cyber* dilakukan dengan melibatkan diri pada agresi menggunakan teknologi seperti melalui pesan teks, sosial media dan lain lain (Butler, 2009)

Di sisi lain *cyber bullying* merupakan salah satu tipe bullying yang sering dijadikan pintu untuk melakukan perundungan terkait standar kecantikan. Terbukti dari penelitian yang dilakukan oleh Widiandaru Wiryawan dan Sintia Sutantri pada tahun 2023, Facebook dan Instagram menjadi sosial media dimana *cyber bullying* paling sering berlangsung. 54% perempuan memiliki pikiran untuk mengalami cyber bullying saat hendak memposting di sosial media sementara 14% memikirkannya setiap saat. 23% perempuan muda percaya bahwa penampilan mereka merupakan hal yang mampu membuat mereka menjadi korban *cyber bullying*.

Adanya kaitan erat antara standar kecantikan dan *bullying* ini merupakan salah satu alasan mengapa standar kecantikan bukanlah suatu fenomena sosial yang harus dipertahankan dan diperlukan edukasi untuk meningkatkan kesadaran mengenai isu ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. *Emphatize*

Dalam perancangan ini, diperlukan wawancara untuk mengumpulkan data terkait standar kecantikan. Adapun narasumber dari kegiatan wawancara ini yaitu Earlene Tania Rahma mahasiswi psikologi UNESA yang juga merupakan bagian dari organisasi BIMBASI UNESA, menjelaskan bahwa standar kecantikan terbentuk dari acuan yang dibentuk masyarakat suatu wilayah untuk menilai penampilan orang lain, yang terbentuk dari berbagai macam pandangan orang lain dan ditetapkan untuk menilai penampilan orang lain juga. Standar kecantikan sendiri umumnya terbentuk pada setiap wilayah, baik itu di kota besar maupun di kota kecil. Namun pada kota besar seperti Surabaya yang merupakan pusat dari *trend fashion* maupun kecantikan, memiliki tekanan yang lebih besar. Standar kecantikan ini tentunya membuat para perempuan merasa tertekan untuk ada dalam jangkauan standar ini karena adanya potensi untuk mendapatkan perlakuan yang berbeda dari lingkungan sekitar jika tidak memenuhi standar yang ada.

Saat ini standar kecantikan memang belum sepenuhnya hilang dari pikiran masyarakat sekitar, namun sudah mulai ada progres yang ditandai dengan banyaknya orang yang lebih peduli, tidak mengabaikan dan mengerti mengenai permasalahan standar kecantikan. Namun masyarakat yang masih

menerapkan standar kecantikan pada diri sendiri maupun lingkungan sekitar juga masih dalam jumlah yang banyak.

Wawancara ditutup dengan pengalaman buruk pribadi narasumber mengenai standar kecantikan. Pengalaman mengenai pemikiran orang yang berfikir bahwa narasumber tidak sesuai dengan standar kecantikan yang ada membekas pada ingatan narasumber. Narasumber yakin bahwa banyak perempuan yang memiliki pengalaman serupa, dibandingkan dengan individu lain, dituntut untuk sesuai dengan stadar kecantikan yang ada. Narasumber yakin bahwa standar kecantikan harusnya dihapuskan karena semua perempuan cantik sebagaimana Sang pencipta menciptakannya..

b. *Define*

Tahap selanjutnya setelah wawancara & observasi telah dilakukan, melalui analisa teknik 5W + 1H.

1. *What*
   Apa isi dari e-*book* esai *photography* ini?
   Ebook esai photography yang akan dibuat merupakan e-*book* esai *photography* yang mampu mengedukasi dan meningkatkan awareness mengenai apa yang dirasakan perempuan khususnya untuk mereka yang berdomisili di daerah Surabaya, terkait standar kecantikan dan bagaiamana cara untuk mengatasi fenomena standar kecantikan tersebut.
2. *Why*
   Mengapa e-*book* esai *photography* ini dibuat?
   Karena kurangnya *awareness* mengenai bagaimana standar kecantikan ini merupakan suatu hal yang tidak seharusnya di normalisasi karena mampu memberikan dampak yang tidak baik seperti insekuritas, adanya kecenderungan untuk terus mengubah fisik, dll.
3. *Who*
   Siapa yg membuat e-*book* esai *photography* ini?
   Dibuat oleh Rani Rachmanitya yang mendapati bagaimana standar kecantikan merupakan hal yang dinormalisasi pada lingkup sekitar dan bagaimana para perempuan yang terkena efek dari standar kecantikan ini memberikan dampak negatif baik secara fisik maupun pikiran.
4. *Where*
   Dimana e-*book* esai *photography* ini dibuat?
   E-book fotografi ini dibuat di Gresik dan Surabaya. Proses pemotretan dilakukan secara indoor di Serona Foto Studio di Gresik.
5. *When*
   Kapan e-*book* esai *photography* ini dibuat?
   Proses pembuatan e-*book* fotografi ini dimulai dari Maret 2023. Dimulai dari perancangan konsep sampai eksekusi dari perancangan ini.
6. *How*
   Bagaimana e-*book* esai *photography* dibuat?
   Dengan menyajikan visualisasi dan narasi yang mudah dipahami dan relate dengan kenyataan bagaiamana seseorang yang terkena dampak negatif dari standar kecantikan itu sendiri. Dengan alur cerita yang solutif untuk para target *audience*.

c. *Ideate*

Adapun setelah tahapan *ideate* merupakan tindakan lanjutan setelah tahapan define untuk mengembangkan perancangan ini menjadi esai fotografi dalam bentuk *e-book.*

1. Bentuk Media
   Hasil dari perancangan ini berupa buku elektronik yang mampu diakses dan dibagikan dengan mudah, sebagai media untuk kemudian memberikan informasi wawasan yang mampu menambah kesadaran mengenai dampak negatif dari standar kecantikan. Buku elektronik esai *photography* ini nantinya diharapkan dapat menjadi media komunikasi visual yang efektif untuk para perempuan yang pernah atau sedang berdomisili di daerah Surabaya

2. Konsep Teknologi
   Perancangan Perancangan E-*Book* Esai *Photography* Untuk Meningkatkan *Awareness* Obsesi Beauty Standards Terhadap Perempuan di Surabaya ini

melalui dua tahap produksi. Yang pertama tahap *photoshoot* atau pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless* Nikon Z50, dengan lensa 16 mm. Juga dengan lighting GODOX SL60W dan juga *refelctor photography*.

Selanjutnya untuk tahap pasca produksi, foto di edit dan di koreksi *tone* warnanya menggunakan Adobe Photoshop CC 2019. Kemudian menggunakan Adoba Illustrator 2020 untuk pengaturan *layout* dan juga penambahan narasi.

3. Judul Media

Judul pada buku ini adalah "Ms. Fit", yang memiliki arti ganda yaitu "Nona Sehat", "Nona Tepat". Namun ketika kata diucapakan, memiliki ejaan menjadi "missfit" yang memiliki arti "Tidak Cocok" atau "Kurang Pas". Sehingga penulis merasa judul ini merupakan judul yang cocok dengan kenyataan yang ada dengan fenomena standar kecantikan ini.

4. Gaya Desain

Perancangan E-*Book* Esai *Photography* Untuk Meningkatkan *Awareness* Obsesi Beauty Standards Terhadap Perempuan di Surabaya ini mengutamakan foto sebagai objek utama dari buku ini

5. Target Audience

Merupakan suatu kelompok yang secara khusus menjadi sasaran dalam menyampaikan informasi dari hasil perancangan buku elektronik esai fotografi ini yang mana secara demografis merupakan seorang perempuan berusia 18 - 24–tahun, pelajar. Secara Geografis pernah tinggal / sedang tinggal / berasal dari Surabaya. Secara Psikografis merupakan orang yang kurang menyadari dan ingin teredukasi mengenai efek negatif dari obsesi standar kecantikan.

6. Tujuan Media

Tanpa disadari kecantikan memiliki standar khusus yang tentunya tidak dimiliki oleh setiap perempuan di Indonesia yang terdiri dari berbagai macam ras dan suku. Standar kecantikan ini menjadi suatu yang buruk karena adanya kecenderungan untuk diikuti para perempuan muda, yang kemudian dapat memberikan dampak buruk bagi kesehatan mental dan fisik jika kemudian dijadikan obsesi. Maka dari itu melalui esai fotografi ini, selain sebagai karya seni fotografi, diharapkan mampu menambah wawasan visual dan informasi mengenai obsesi standar kecantikan untuk kemudian meningkatkan kesadaran tentang bagaimana obsesi standar kecantikan ini merupakan hal yang memiliki dampak negatif serta bagaimana cara mengatasi dampak negatif tersebut.

7. Strategi Media

- Media Utama

E-*book* atau buku elektronik dipilih sebagai media utama dikarenakan dapat diakses dan dibagikan siapa saja dan dimana saja. Sehinnga pesan baik yang ada pada e-*book* ini dapat lebih mudah menggapai banyak target *audience*.

- Media Pendukung

Media pendukung memiliki peran dalam publikasi e-*book* esai fotografi ini. Adapun beberapa media pendukung pada perancangan ini, yakni berupa kartu kuartet, cermin, poster digital, *sticky notes* dan *sticker*.

8. Perancangan Kreatif

Merupakan rangkuman pikiran yang terjadi saat proses kreatif sehingga pesan pesan informatif dapat tersampaikan ke targer *audience* melalui media.

9. Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif pada "Perancangan E-*Book* Esai *Photography* Untuk Meningkatkan Awareness Obsesi *Beauty Standards* Terhadap Perempuan di Surabaya" ini tentunya untuk memberikan informasi untuk menambah wawasan dan meningkatkan kesadaran mengenai bagaimana obsesi standar kecantikan ini

bukan merupakan hal yang baik dan bagaimana cara untuk mengatasinya.

d. *Prototype*

1. Strategi Kreatif
   - Format dan Ukuran Buku

     Buku memiliki format potrait, dengan ukuran A5 dan berjumlah sekitar 32 halaman.

   - Jenis Buku

     Merupakan buku fotografi yang berisikan karya fotografi yang merupakan visualisasi dari apa yang dirasakan terkait obsesi standar kecantikan. Buku ini juga disertai narasi singkat dan berurutan untuk mendukung alur dari foto yang merupakan objek visual utama.

   - *Tone* dan *Manner*

     Tone dan Manner dari perancangan ini adalah feminime dan casual.

   - Konsep Verbal

     Konsep verbal yang terkandung dalam e-*book* esai fotografi ini merupakan kalimat berjenis kalimat efektif dimana kalimat kalimatnya menyampaikan informasi secara lengkap dan juga singkat, dimana jenis kalimat ini merupakan jenis kalimat yang sering dipakai sehari-hari.

   - Konsep Visual

     Konsep Visual yang disampaikan menjadikan karya fotografi sebagai objek utama dari perancangan ini. Foto secara urut menggambarkan perasaan dari pemeran utama dari perancangan ini dari keadaan awal dimana pemeran utama merasa tidak puas dengan fisiknya, membanding bandingkan fisiknya sesuai dengan standar kecantikan, ingin mengubah fisiknya secara instan, merasa lelah dengan standar kecantikan yang tidak ada habisnya, berhenti mengikuti standar kecantikan, merubah pikiran menjadi positif, *self acceptance*, fokus pada diri sendiri dengan kegiatan kegiatan positif, dan bersyukur atas fisik yang ia miliki.

   - Teknik dan Visualisasi

     Terknik visualisasi menggunakan fotografi berjenis potrait photography, juga memakai beberapa teknik foto untuk kemudian mendapatkan hasil foto yang mampu menyampaikan pesan yang dituju, diantaranya full shot, medium shot dan close up shot.

   - Teknik Unggah

     File akan diunggah dengan format PDF yang diimpan dengan format warna RGB. File juga akan diunggah ke laman https://fliphtml5.com/ agar pembaca yang menggunakan PC dapat membaca dengan pengalaman membaca yang lebih baik.

2. Program Kreatif
   - Pesan Pokok

     Pesan pokok pada perancangan esai fotografi ini mengacu pada informasi yang ditujukan kepada para target audience agar mereka yang secara sadar maupun tidak sadar sedang terobsesi dengan standar kecantikan ini merasa bahwa mereka tidak sendirian dan juga menginformasikan bahwa standar kecantikan ini memiliki dampak negatif yang kemudian ada cara untuk kemudian keluar dari lingkaran standar kecantikan ini. Diharapkan pesan pesan tersebut kemudian dapat menumbuhkan kesadaran terhadap obsesi standar kecantikan ini.

   - Warna

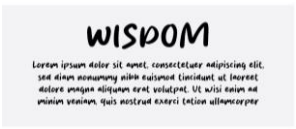
Gambar 2. *Palette* Warna
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

Penggunaan warna untuk perancangan ini didominasi oleh warna Putih, Pink Cranberry dan Hitam. Pemilihan warna utama yaitu *Cranberry Pink* didasari oleh konsep perancangan yaitu *feminime*,

sehingga warna *pink* dirasa merupakan warna yang paling cocok unruk merepresentasikan konsep.

- *Typography*

Gambar 3. Font Montserrat
(Sumber : Rachmanitya, 2023)



Gambar 4. Font Wisdom
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

Dalam perancangan e-*book* esai fotografi ini, menggunakan kominasi font "Montserrat" dan "Wisdom". Font "Montserrat" merupakan jenis *font* sans-serif, memiliki gaya font yang casual dan simpel, sehingga nyaman untuk dibaca. Font "Montserrat" digunakan untuk narasi dari buku. Sementara untuk font "Wisdom", merupakan font berjenis cursive dimana jenis font ini menyerupai tulisan tangan.

- Visualisasi

Pada proses ini, perancangan media komunikasi visual mulai dari merancang storyboard sampai merealisasikan objek visual yang kemudian ditata dalam tatanan *layout* yang berurutan sesuai alur cerita dan narasi.

- *Finishing*

Melakukan unggahan pdf pada drive sehingga penyebaran media melalui *link* dapat dilakukan.

3. Konsep Visual
   - Narasi

Langkah awal untuk menyusun perancangan ini adalah membuat rancangan narasi yang kemudian dapat dijadikan acuan penataan *layout* kemudian

- *Layout*

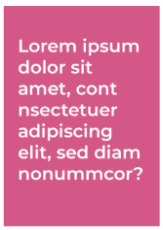
Merupakan tahapan dimana penulis menata antara visual utama yang berupa foto dipadukan dengan narasi per-halaman. Adapun 3 jenis *layout* yang dipakai untuk perancangan ini seperti:

Gambar 5. *Frame Layout*
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

Layout frame ini digunakan untuk mempertegas fokus pada halaman pada gambar yang terdapat dalam bingkai.

Gambar 6. *Picture Window Layout*
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

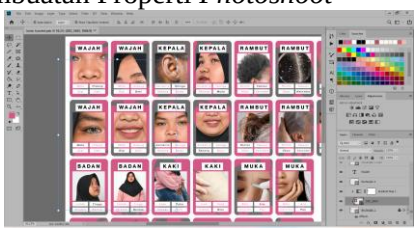
Picture Window Layout digunakan agar atensi lebih terfokuskan pada objek foto daripada *font* yang merupakan narasi. Pemakaian *layout* ini juga berfungsi agar detail pada objek foto lebih terlihat secara menyeluruh.



Gambar 6. *Big Type Layout*
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

Pada *Big type Layout*, atensi di arahkan pada *font* secara keseluruhan untuk membangun *feel* pada makna alur cerita.

4. Pengembangan Visual
   - Pembuatan Properti *Photoshoot*



Gambar 7. Proses Pembuatan Properti
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

Gambar 8. Proses Pembuatan Properti
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

Sebelum memasuki proses *photoshoot*, diperlukan properti untuk mendukung jalan cerita dari esai *photobook* ini. Adapun beberapa properti yang diperlukan dalam *photoshoot* ini diantaranya adalah

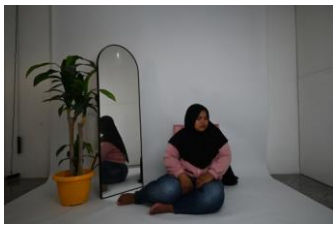
   - Penataan Set *Photoshoot*

Gambar 9. Penataan Set
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

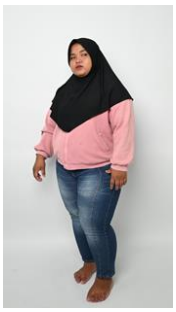
Gambar 10. Penataan Set
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

Tahap selanjutnya sebelum memulai proses *photoshoot* adalah menata set studio untuk mendukung narasi dari esai fotografi ini

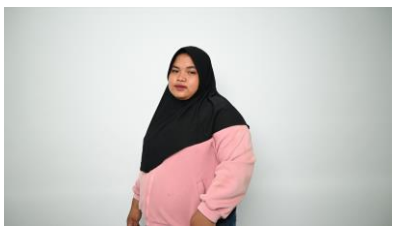
   - Proses *Photoshoot*



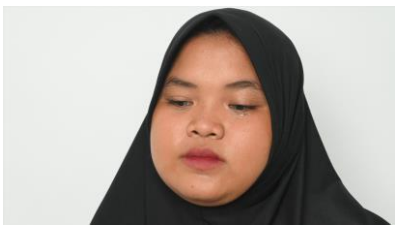
Gambar 11. Teknik Foto *Long Shot*
(Sumber : Rachmanitya, 2023)



Gambar 12. Teknik Foto *Full Shot*
(Sumber : Rachmanitya, 2023)



Gambar 13. Teknik Foto *Medium Shot*
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

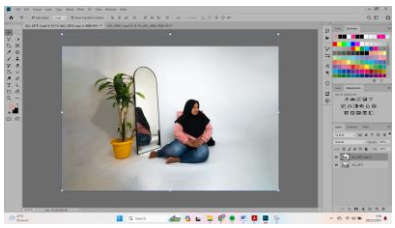


Gambar 14. Teknik Foto *Close Up Shot*
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

Pada tahap ini, dilakukan pemotretan pada studio *indoor*, dengan *lighting* continuous, dan 1 model pada *background* putih dengan beberapa properti.Beberapa teknik foto yang dipakai adalah *long shot*, *full shot*, *medium shot* dan *close up shot.*

- Proses *Editing*

Gambar 15. *Editing*
(Sumber : Rachmanitya, 2023)



Gambar 16. *Editing*
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

Gambar 17. *Editing*
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

Pada tahap ini, dilakukan pengeditan foto yang sebelumnya sudah dipilah menggunakan Adobe Photoshop CC 2019. *Editing* foto dilakukan untuk memperbaiki tone warna dan *geometry*. Adapun proses editing untuk menyempurnakan foto dengan menghilangkan distraksi pada foto tersebut menggunakan *patch tool* dan *stamps* pada Photoshop CC 2019.

d. Validasi

- Uji Kelayakan Materi

Pada tahapan ini esai fotografi yang sudah dirancang akan diuji kelayakannya. Narasumber yang berhak menguji perancangan ini adalah narasumber yang ahli dibidangnya.

1. Ahli Materi

Tabel 1. Validasi Ahli Materi

Aspek	Skor
Kesesuaian Informasi	10
Proses Penyampaian Pesan	9
Visualisasi	10
Kesesuaian Target *Audience*	10
Durasi dan *Pacing*	9

$$P = \frac{47}{50} X\ 100\% = 94$$

2. Ahli Media

Tabel 2. Validasi Ahli Media

Aspek	Skor
Konsep Perancangan	10
Teknik Perancangan	9
Visualisasi Konten	9
Kualitas Foto	9
Dampak Emosional	9

$$P = \frac{45}{50} X\ 100\% = 90$$

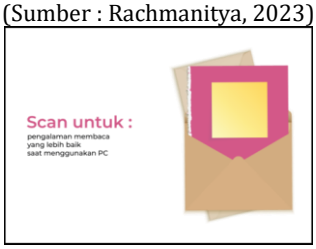
Hasil dari uji validasi Ahli Materi dan Ahli Media mendapatkan score 94 dan 90 dimana kedua nilai ini menunjukkan bahwa perancangan sangat layak untuk dipublikasi.

- Revisi Desain

Tahap ini dilakukan setelah mendapatkan masukan dari ahli materi dan ahli media agar hasil akhir perancangan menjadi lebih baik.

- Pengaplikasian Media Utama

Gambar 18. *Cover*
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

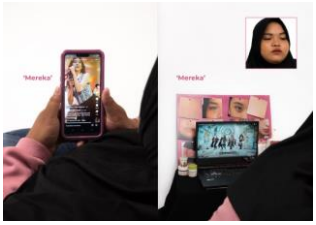


Gambar 19. Halaman 1-2
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

Gambar 20. Halaman 1-2
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

Gambar 21. Halaman 1-2
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

Gambar 22. Halaman 1-2
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

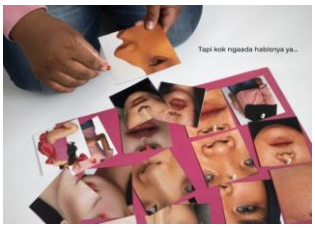


Gambar 23. Halaman 1-2
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

Gambar 24. Halaman 1-2
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

Gambar 25. Halaman 1-2
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

Gambar 26. Halaman 1-2
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

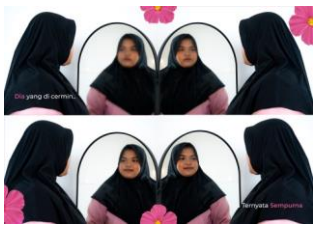


Gambar 27. Halaman 1-2
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

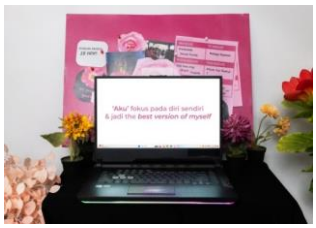
Gambar 28. Halaman 1-2
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

Gambar 29. Halaman 1-2
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

Gambar 30. Halaman 1-2
(Sumber : Rachmanitya, 2023)



Gambar 31. Halaman 1-2
(Sumber : Rachmanitya, 2023)



Gambar 32. Halaman 1-2
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

Gambar 33. Halaman 1-2
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

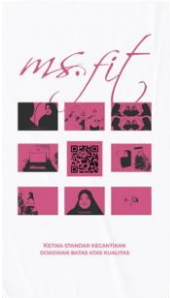
Gambar 34. Halaman 1-2
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

Gambar 35. Halaman 1-2
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

Gambar 36. Halaman 1-2
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

- Pengaplikasian Media Utama

Gambar 37. Halaman 1-2
(Sumber : Rachmanitya, 2023)



Gambar 38. Halaman 1-2
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

Gambar 39. Halaman 1-2
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

Gambar 40. Halaman 1-2
(Sumber : Rachmanitya, 2023)

f. Testing

Pada tahap design thinking yang terakhir ini, dilakukan untuk menguji efektivitas perancangan ini untuk meningkatkan awareness mengenai standar kecantikan berdasarkan kegunaan dan visual. Pengujian ini akan dilakukan melalui penyebaran form pada 11 responden yang sesuai dengan target *audience* mengenai kesadaran atas obsesi standar kecantikan yang merupakan isu utama perancangan ini. Jumlah responden dipilih secara ganjil untuk menghindari hasil seri. Hasil dari masing masing *form* kemudian akan dirata rata hasil skornya.

Tabel 3. Hasi Testing

Berdasarkan	Skor
Testing Kegunaan	89,5%
Testing Visual	92%

Dari hasil pembagian *form* yang telah dilakukan memberikan kesimpulan bahwa perancangan esai fotografi untuk meningkatkan *awareness* obsesi beauty standards terhadap perempuan di Surabaya ini mampu memberikan *feedback* yang baik dalam segi kegunaan maupun visualisasi untuk mengedukasi dengan tepat untuk mempresentasikan kesulitan yang dihadapi perempuan terutama di daerah Surabaya akibat obsesi standar kecantikan.

SIMPULAN DAN SARAN

Didasari dengan kenyataan di lapangan bagaimana trend kecantikan tak berujung ini terus dijadikan standar tentang bagaimana seharusnya perempuan cantik dan tidak cantik, di normalisasi pada kehidupan sosial warga Indonesia tak terkecuali di kota Surabaya. Perancangan E-*Book* Esai *Photography* Untuk Meningkatkan *Awareness Obsesi Beauty Standards* Terhadap Perempuan di Surabaya ini pun hadir untuk mengedukasi, mengingatkan dan meningkatkan kesadaran bagaimana obsesi terhadap standar kecantikan ini bukanlah hal yang baik. Perancangan menggunakan metode perancangan dengan pengumpulan data kualitatif beserta data data yang dijadikan landsasan konsep ini pun didapatkan dari hasil wawancara dan observasi lapangan yang kemudian memenuhi pertanyaan 5W + 1H mengenai perancangan ini.

Pada perancangan ini ada beberapa saran yang bisa dibagikan untuk kemudian diperbaiki pada perancangan selanjutnya. Salah satunya adalah untuk membuat perancangan waktu yang lebih efisian lagi, agar timeline pengerjaan menjadi lebih baik. Bisa juga menyiapkan *plan B* saat ekspektasi terhadap timeline yang sudah dibuat tidak sesuai.

REFERENSI

Asy'ari, S. I. (1993). *Sosiologi Kota dan Desa / Sapari Imam Asy'ari.* Surabaya: Usaha Nasional.

Bauman, S., & Del Rio, A. (2006). Preservice teachers' responses to bullying scenarios. *Journal of Educational Psychology*.

Feusner, MD, J., & Phillips, K. A. (2010). Assessment and Differential Diagnosis of Body Dysmorphic Disorder.

Krentz, C., & Sanchez, R. (2021). Journal of Literary & Cultural Disability Studies.

R, C. N., & K, G. J. (1995). Relational aggression, gender, and social-psychological adjustment. *Child Development*.

Wolf, N. (2002). *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women.* New York: Harper Collins.

Nasution, Z., Jati, A., & Setia, S. (2019). Pelatihan Etika Berbahasa Bagi Siswa Untuk Meningkatkan Keterampilan Berkomunikasi Di Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2.

Yuliani, F., Kurniawati, J., & Karina, M. E. (2022). Konsep Cantik dan Realitas Kecantikan Bentukan Media. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Bengkulu, 1*, 125.

Struett, T. (2013). Photojournalism: Art with a Purpose. *Spring 2013, 11*, 122.

Nugrahani, F. (2014). Metode penelitian kualitatif. *Solo: Cakra Books*, 3-4.

Sarwono, J., & Lubis, H. (2007). *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual.* Yogyakarta: Andi.

Putra, N. (2011). *Research and development Penelitian dan Pengembangan.* Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Soewarso, I. (1989). *Sejarah Nasional Indonesia dan Dunia.* Jakarta: Widya Duta.