

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut KBBI, standar adalah ukuran tertentu yang digunakan sebagai patokan, sedangkan kecantikan adalah keelokan (tentang wajah, muka) kemolekan; maka jika digabungkan standar kecantikan adalah patokan yang digunakan untuk menentukan keelokan dan kemolekan seorang wanita. (Muzayin Nazarudin), standar kecantikan wanita Indonesia seringkali dipengaruhi media. Stereotip kecantikan yang sering diangkat oleh media di Indonesia antara lain adalah kurus, langsing, putih, berambut lurus hitam panjang, modis, dan selalu menjaga penampilan, serta rutin melakukan perawatan tubuh agar awet muda.

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki riwayat dijajah, sehingga budaya barat ikut mempengaruhi cara pikir orang Indonesia salah satunya adalah konsep tentang kecantikan. Konsep - konsep tentang kecantikan yang dipercayai orang Indonesia juga tidak terlepas dari pengaruh poskolonialisme. Salah satu pengaruh dari poskolonialisme kepada orang – orang yang memiliki riwayat terjajah adalah tidak adanya pemahaman yang mengatakan bahwa kecantikan yang ada bukanlah milik dia tetapi milik cara pandang barat, sehingga yang dikatakan cantik adalah yang sesuai dengan cara pandang barat. Menurut Wendy Chapkins di bukunya *Beauty Secret* (1986; 37) strategi Politik Penampilan dipraktekkan melalui dua cara, yakni: pertama, melalui media massa yang mencuci otak kesadaran perempuan dan menempatkan model kecantikan Barat dan kewajiban hidup bahagia untuk semua perempuan di seluruh bagian dunia; kedua, melalui penanaman pemahaman bahwa perempuan tidak akan bahagia jika tubuh mereka tidak memenuhi standar kecantikan. Strategi kedua ini kemudian memunculkan ritual-ritual perawatan mahal dan menyakitkan yang kerap kali harus ditempuh oleh perempuan atas nama kecantikan.

Kecantikan sendiri sebenarnya merupakan aura yang muncul dari dalam diri seorang wanita ketika memiliki rasa percaya diri dan menjadi dirinya sendiri sesuai dengan apa yang telah diberikan oleh sang Pencipta. Di zaman sekarang, kerap kali ditemukan kasus krisis percaya diri pada seorang wanita, karena kurangnya pemahaman mengenai standar kecantikan, serta semakin banyaknya pengaruh *social media* mengenai pemahaman tentang kecantikan. Dengan adanya penyebaran edukasi mengenai standar kecantikan pada *social media*, maka seorang wanita sedikit tidak akan sadar mengenai pemahaman standar kecantikan. Perancangan fotografi sebagai media edukasi standarisasi kecantikan pada wanita ini menurut saya diperlukan dan penting untuk mengingatkan kembali kepada para

wanita di Indonesia bahwa kecantikan pada seorang wanita akan muncul dari dalam diri wanita itu sendiri ketika mereka mulai merasa percaya diri dan bersyukur dengan apa yang mereka miliki.

wanita berusia 12-17 tahun adalah mereka yang sedang mengalami masa pubertas di mana pengaruh pubertas antara lain adalah gangguan hormon yang membuat penampilan menjadi tidak sesuai dengan apa yang diinginkan. Selain itu perubahan yang terjadi di badan setiap wanita berbeda-beda sehingga banyak wanita membandingkan dirinya dengan wanita lain. Hal ini merupakan salah satu pemicu awal kurangnya rasa percaya diri karena ketidakpahaman mengenai standar kecantikan sebenarnya.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang karya fotografi sebagai media edukasi tentang standarisasi kecantikan pada wanita?

1.3 Tujuan Perancangan

Merancang karya fotografi sebagai media edukasi tentang standarisasi kecantikan pada wanita.

1.4 Manfaat Perancangan

1.4.1 Bagi Mahasiswa

- a. Menambah pengetahuan mahasiswa mengenai *beauty photoshoot*
- b. Memberi referensi dan inspirasi kepada mahasiswa mengenai *beauty photoshoot*

1.4.2 Bagi Masyarakat

- a. Membantu menyadarkan para masyarakat bahwa apapun fisik yang telah diciptakan oleh yang maha kuasa pasti memiliki keindahan dan keunikan tersendiri.
- b. Membantu mengurangi rasa ketidakpercayaan diri pada seseorang.

1.5 Metodologi Perancangan

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam proses perancangan sebuah karya fotografi, dilakukan studi pustaka untuk memperoleh data mengenai konsep kecantikan dan bagaimana tanggapan kecantikan di Indonesia selama ini yang terdapat di beberapa literatur, buku, dan catatan.

- a. Wawancara

Menurut Arikunto (2006), Wawancara adalah dialog yang dilakukan oleh pewawancara dan dirancang untuk mendapatkan informasi dari sumber Dalam

proses perancangan fotografi kecantikan ini, maka akan dilakukan kegiatan interview kepada beberapa ahli yang paham mengenai kecantikan, seperti dokter kecantikan, psikolog , dan ahli kecantikan guna untuk menambah perolehan data mengenai konsep kecantikan.

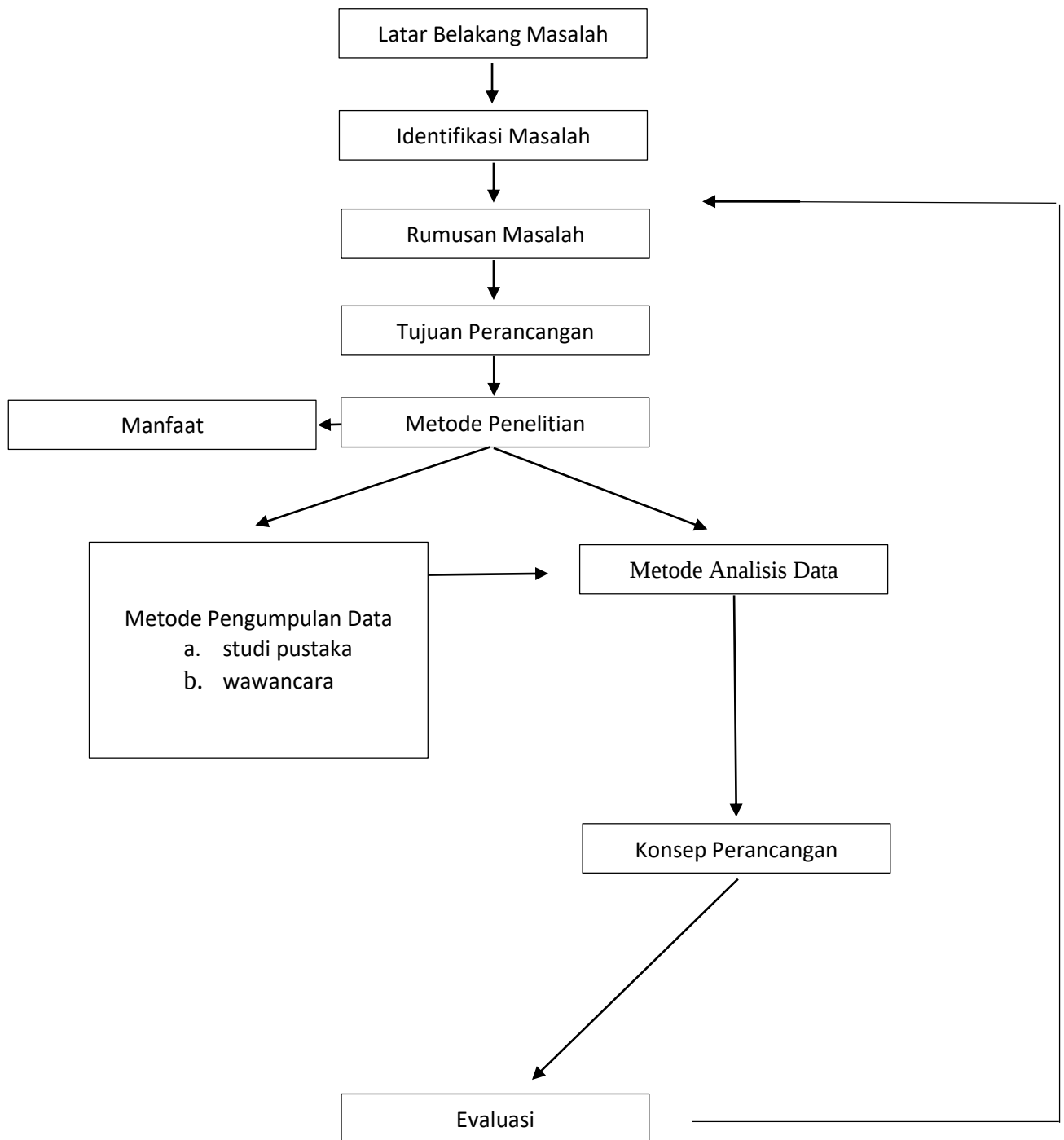
1.5.2 Alat Pengumpulan Data

- a. Kamera digunakan sebagai alat untuk pengambilan gambar yang digunakan sebagai hasil karya akhir.
- b. Komputer bermanfaat untuk mencari referensi yang akan menjadi penuntun dari hasil akhir, serta dapat membantu dalam hal proses *photo editing*.

1.5.3 Metode Analisa Data

Untuk merancang sebuah konsep kreatif maka diperlukan metode analisis data berupa 5W + 1H; *What, Where, Who, When, Why + How*. Alasan penggunaan metode analisa data berupa 5W + 1H adalah karena perancang fotografi yang dibuat bukan bertujuan untuk promosi dan tidak ada kompetisinya.

1.6 Skematika Perancangan / Penelitian



Gambar 1.1

1.7 Konsep Perancangan

Pada perancangan fotografi konseptual ini, akan dilakukan *photoshoot* yang menunjukkan kepercayaan diri dari beberapa wanita dengan keunikannya masing-masing yang dapat mengeluarkan aura kecantikannya tanpa menyamakan dirinya dengan standar kecantikan yang dipandang selama ini. Pada *photoshoot* kali ini akan dilakukan dengan menggunakan 3-4 model. Konsep yang digunakan adalah *beauty photography*. Pada proses pembuatan tugas akhir ini, akan digunakan ilmu – ilmu, teknik fotografi, dan editing yang telah didapatkan dari pendidikan maupun pengalaman saat melakukan proses magang. Perancangan dalam mengedukasi para wanita mengenai standar kecantikan akan menggunakan media instagram dan online katalog yang berisi penjelasan konsep dan foto – foto konseptualnya. Alasan pemilihan media instagram dan pendekatan komunikasi visual sebagaimana di atas adalah karena media instagram adalah salah satu media yang digunakan para wanita untuk menjadi media pembanding kecantikan antar wanita.