

2. LANDASAN TEORI DAN IDENTIFIKASI DATA

2.1. Iklan

Iklan adalah suatu cara yang dilakukan untuk menyampaikan pesan tertentu dengan tujuan promosi suatu barang atau jasa tertentu kepada masyarakat yang dituju. Menurut William F. Arens, struktur dari pesan iklan meliputi tiga hal (Arens 255) yaitu:

1. Verbal, merupakan petunjuk apa yang ingin disampaikan oleh suatu iklan, kesadaran mengenai pengaruh pilihan kata-kata, dan merupakan hubungan antara pendekatan kata-kata dengan media pembawa pesan.
2. Nonverbal, merupakan bentuk visual yang biasa digunakan dan hubungan antara gambar dan media dimana iklan akan ditampilkan.
3. Teknik, merupakan bentuk dari eksekusi akhir dan termasuk mengenai penjadwalan dan budget media. Dan juga terdapat *mandatory* yang merupakan hal yang spesifik untuk setiap iklan seperti alamat, logo, slogan dan lainnya.

Dalam suatu iklan hal yang penting untuk diperhatikan adalah masalah tata letak. Peran tata letak sangat penting karena tata letak atau *lay out* ini merupakan bentuk rancangan yang lebih sempurna karena unsur ketepatan sudah mulai diperhitungkan. Ketepatan itu meliputi teks baik *headline*, *subheadline*, maupun *bodycopy*. Selain itu juga ruang yang diperlukan untuk ilustrasi/visual yang akan ditampilkan dalam iklan tersebut. Di samping itu pula masalah logo dari pemasang iklan, slogan dan lainnya yang harus sangat diperhatikan agar tercipta suatu komposisi yang baik, menarik dan juga enak dilihat.

Dalam iklan salah satu unsur yang penting adalah teks dari iklan yang bersangkutan. Macam-macam teks iklan adalah sebagai berikut:

1. *Headline*.

Headline sering juga disebut sebagai judul atau kepala tulisan. Peletakannya diatur sedemikian rupa sehingga menjadi pusat perhatian yang dibaca pertama oleh orang.

2. *Subheadline*.

Jika kalimat yang digunakan dalam *headline* terlalu panjang ataupun memerlukan kalimat penjelas untuk memperjelas maksudnya maka

diperlukanlah *subheadline* untuk menguatkan maksud yang hendak disampaikan.

3. *Bodycopy*.

Bodycopy merupakan suatu perluasan penjelasan yang biasanya mengikuti *headline*. Dalam bagian ini terdapat penjelasan yang lebih rinci mengenai berbagai informasi yang hendak disampaikan dalam suatu iklan.

4. Slogan.

Merupakan pengungkapan dalam bentuk kalimat singkat yang mudah diingat dan dimengerti oleh masyarakat yang dituju. Digunakan sebagai pengingat (*reminder*) terhadap suatu iklan tertentu. Slogan biasanya merupakan kalimat penutup dari iklan yang digunakan untuk menciptakan citra produk atau perusahaan yang diiklankan.

5. Nama produk/perusahaan.

Nama produk atau perusahaan dicantumkan sebagai identitas perusahaan dan biasanya diletakkan di bagian akhir iklan.

Selain itu dalam suatu iklan juga terdapat aspek ilustrasi/gambar/visual dapat berupa foto atau pengerjaan manual. Tujuan dari ilustrasi/gambar/visual tersebut adalah untuk memvisualkan sebuah ide yang hendak disampaikan agar ide yang ada dapat diartikan dengan baik dan dapat dipahami oleh mereka yang melihatnya. Ada beberapa hal dalam pemvisualisasian yang biasanya sering digunakan (Kleppner 113-24) yaitu:

1. Penggambaran produk.
2. Produk dalam suatu setting.
3. Kegunaan Produk.
4. Keuntungan dari penggunaan produk.
5. Dramatisasi *headline*.
6. Dramatisasi sebuah bukti/tanda.
7. Perbandingan.
8. Kartun.
9. Diagram.
10. Simbolisasi.

Iklan dikatakan baik jika iklan tersebut mengandung unsur AIDCA yang meliputi *attention, interest, desire, conviction*, dan *action*, (Jefkins 242-43) yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Attention* (Perhatian).

Hal yang diharapkan pertama kali dari penayangan iklan adalah apakah iklan tersebut mampu atau tidak untuk menarik perhatian khalayak masyarakat umum atau tidak. Jika suatu iklan yang ditampilkan tidak mampu menarik perhatian masyarakat maka dapat dikatakan bahwa iklan tersebut telah gagal mencapai tujuannya.

2. *Interest* (Ketertarikan).

Jika suatu iklan telah dapat menarik perhatian dari mereka yang melihat ataupun mendengarnya maka akan timbul rasa ketertarikan dari mereka. Ketertarikan seseorang terhadap suatu iklan dapat berlaku secara selektif, jadi suatu khalayak tertentu akan merasa tertarik pada iklan tertentu pula. Hal ini bergantung dari target atau sasaran yang dituju dan direncanakan melalui pembuatan iklan tersebut.

3. *Desire* (Keinginan).

Jika telah timbul rasa ketertarikan masyarakat pada suatu iklan tertentu diharapkan bahwa iklan tersebut dapat menimbulkan keinginan dalam diri untuk melakukan tindakan yang diharapkan melalui pemasangan iklan tersebut.

4. *Conviction* (Keyakinan).

Suatu iklan haruslah mampu menimbulkan keyakinan pada diri mereka yang melihatnya untuk bertindak sesuai dengan yang diharapkan. Dengan keyakinan maka khalayak akan merasa yakin bahwa dengan melakukan tindakan tersebut akan memberikan keuntungan seperti yang ditampilkan dalam iklan yang dilihat.

5. *Action* (Tindakan).

Dan sebagai langkah akhir yang diharapkan dari sebuah iklan adalah terjadinya tindakan dari masyarakat yang menjadi sasaran sehingga dengan demikian dapat dikatakan bahwa iklan tersebut telah mencapai tujuan dan hasil yang hendak dicapai oleh pihak yang membuat iklan tersebut.

2.2. Iklan Layanan Masyarakat

Dalam bagian ini akan dijelaskan tentang pengertian dan berbagai hal yang berkaitan dengan iklan layanan masyarakat.

2.2.1. Pengertian Iklan Layanan Masyarakat

Iklan Layanan Masyarakat biasa disingkat sebagai ILM dikenal pula sebagai *public service advertising* memiliki pengertian sebagai berikut (Rosenberg 273) :

1. *Advertising with a central focus on the public welfare, usually sponsored by a non-for-profit organizations, religious institutions, political group or trade association.*
2. *Advertising related not to the marketing of products but to social betterment goals (e.g., preventing forest fires, promoting traffic safety, securing blood donations).*

Melihat pengertian dari iklan layanan masyarakat di atas dapat dikatakan bahwa ILM merupakan iklan yang memiliki fokus pada kesejahteraan masyarakat umum untuk menjadi lebih baik dan tidak memiliki maksud untuk memperoleh profit atau keuntungan yang biasanya disponsori oleh lembaga sosial masyarakat, institusi keagamaan, kelompok politik dan juga asosiasi perdagangan.

Selain itu pengertian ILM adalah merupakan jenis periklanan yang dilakukan oleh suatu organisasi komersial maupun non-komersial (sering juga oleh pemerintah) untuk mencapai tujuan sosial ataupun sosio ekonomis (terutama untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat). (Nuradi, Noeradi., et al 136)

Ciri-ciri atau kriteria dari ILM (Kasali 102) adalah:

1. non-komersial.
2. tidak bersifat keagamaan.
3. non-politik.
4. berwawasan nasional.
5. diperuntukkan bagi semua lapisan masyarakat.
6. diajukan oleh organisasi yang telah diakui atau diterima.
7. dapat diiklankan.

8. mempunyai dampak dan kepentingan tinggi sehingga patut memperoleh dukungan media lokal maupun nasional.

ILM di Indonesia dipelopori oleh Intervista pada tahun 1968 dengan mengeluarkan iklan tentang bahaya petasan atau mercon yang menimbulkan korban. (Kasali 204.). Dalam perkembangan berikutnya melalui biro iklan Matari yang iklannya mengkomunikasikan nilai-nilai kehidupan manusia dan tidak membuat iklan berdasarkan pesanan atau bisnis yang nantinya di Indonesia dikenal sebagai Iklan Layanan Masyarakat. Salah satu ILM yang terkenal dari Matari ini adalah iklan yang berjudul “Renungan bagi Orang Tua” yang merupakan tonggak lahirnya ILM di Indonesia. (Amir et al 43).

Kampanye ILM di Indonesia tetap dilakukan oleh biro iklan beserta mitra usahanya yang dapat berupa perusahaan swasta dengan produk tertentu ataupun dengan suatu lembaga sosial masyarakat dan juga pemerintah dengan mengangkat tema sosial masyarakat yang beraneka ragam dan berkembang semakin kompleks dalam kehidupan masyarakat sejalan dengan perkembangan jaman dan teknologi yang mengakibatkan terjadinya berbagai perubahan dalam kehidupan manusia yang seringkali membawa dampak buruk yang dapat merendahkan kualitas kehidupan dan kesejahteraan masyarakat.

Struktur dari ILM tidaklah terlalu berbeda dengan struktur iklan secara umum. Yang membedakan adalah maksud dan tujuan dari iklan tersebut. Jika iklan secara umum digunakan sebagai alat promosi suatu produk atau jasa tertentu dengan maksud untuk mendapatkan dan juga meningkatkan keuntungan yang akan diperoleh oleh suatu pihak tertentu yang membuat iklan tersebut maka pada ILM tujuan atau maksud dari pembuatannya adalah untuk meningkatkan kualitas kesejahteraan masyarakat dan merupakan iklan non-komersial dan non-profit sehingga dalam pembuatan dan penayangannya tidak mempunyai maksud untuk mencari keuntungan apa pun.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan suatu ILM adalah :

1. mengidentifikasi pokok permasalahan yang akan diangkat.
2. menentukan khalayak sasaran yang dituju.
3. menentukan tujuan yang hendak dicapai.
4. menentukan tema iklan atau topik pokok dari iklan.

5. menentukan anggaran iklan yang diperlukan untuk kampanye iklan dalam kurun waktu tertentu.
6. merencanakan media yang hendak dipakai.
7. menciptakan pesan-pesan iklan.
8. melakukan evaluasi terhadap kampanye iklan tersebut.

2.3. Cantik

Pengertian cantik adalah elok; molek (tentang wajah, muka); rupawan; indah dalam bentuk dan buatannya.

Sedangkan molek sendiri mengandung pengertian sangat rupawan (tentang orang); cantik (bagus) sekali (antara bentuk, rupa dan lainnya tampak serasi).

Kecantikan memiliki makna keelokan (tentang wajah, muka); kemolekan. (Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa 150-1).

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa “cantik” memiliki pengertian tentang sesuatu yang indah dan molek, yang memiliki keserasian yang pas antara rupa, wajah, dan lainnya yang menjadikan sesuatu manusia menjadi indah dilihat. Oleh karena pada dasarnya setiap manusia menyukai keindahan maka kecantikan menjadi sesuatu yang berharga dan sebagai manusia berlomba-lomba untuk mewujudkan kecantikan itu dalam dirinya, terutama kaum perempuan yang sering disebut sebagai lambang kecantikan.

2.4. Remaja

Masa remaja, merupakan masa peralihan dari masa anak-anak menuju ke masa dewasa, meliputi semua perkembangan yang dialami sebagai persiapan memasuki masa dewasa (Gunarsa 6). Masa remaja dikenal dengan masa *storm and stress* dimana terjadi pergolakan emosi yang diiringi dengan pertumbuhan fisik yang pesat dan pertumbuhan secara psikis yang bervariasi. Menurut Monks pada masa remaja (usia 12 sampai dengan 21 tahun) terdapat beberapa fase:

1. fase remaja awal (usia 12 tahun sampai dengan 15 tahun)
2. fase remaja pertengahan (usia 15 tahun sampai dengan 18 tahun)
3. fase remaja akhir (usia 18 sampai dengan 21 tahun) ,

dan diantaranya juga terdapat fase pubertas yang merupakan fase yang sangat singkat dan terkadang menjadi masalah tersendiri bagi remaja dalam menghadapinya. Fase pubertas ini berkisar dari usia 11 atau 12 tahun sampai dengan 16 tahun (Hurlock,1992) dan setiap individu memiliki variasi tersendiri. Masa pubertas sendiri berada tumpang tindih antara masa anak dan masa remaja, sehingga kesulitan pada masa tersebut dapat menyebabkan remaja mengalami kesulitan menghadapi fase-fase perkembangan selanjutnya. Pada fase itu remaja mengalami perubahan dalam sistem kerja hormon dalam tubuhnya dan hal ini memberi dampak baik pada bentuk fisik (terutama organ-organ seksual) dan psikis terutama emosi.

Menurut Setiono perubahan yang terjadi pada remaja ini dapat dikategorikan dalam beberapa dimensi (2-7) yang antara lain:

1. Dimensi Biologis

Pada masa pubertas, hormon seseorang menjadi aktif dalam memproduksi dua jenis hormon (*gonadotrophins* atau *gonadotrophic hormones*) yang berhubungan dengan pertumbuhan, yaitu: *Follicle-Stimulating Hormone* (FSH); dan *Luteinizing Hormone* (LH). Pada anak perempuan, kedua hormon tersebut merangsang pertumbuhan *estrogen* dan *progesterone*: dua jenis hormon kewanitaan. Pada anak lelaki, *Luteinizing Hormone* yang juga dinamakan *Interstitial-Cell Stimulating Hormone* (ICSH) merangsang pertumbuhan *testosterone*. Pertumbuhan secara cepat dari hormon-hormon tersebut di atas merubah sistem biologis seorang anak. Anak perempuan akan mendapat menstruasi, sebagai pertanda bahwa sistem reproduksinya sudah aktif. Selain itu terjadi juga perubahan fisik seperti payudara mulai berkembang, dll. Anak lelaki mulai memperlihatkan perubahan dalam suara, otot, dan fisik lainnya yang berhubungan dengan tumbuhnya *hormon testosterone*.

2. Dimensi Kognitif

Perkembangan kognitif remaja, dalam pandangan Jean Piaget (seorang ahli perkembangan kognitif) merupakan periode terakhir dan tertinggi dalam tahap pertumbuhan operasi formal (*period of formal operations*). Pada periode ini, idealnya para remaja sudah memiliki pola pikir sendiri dalam usaha

memecahkan masalah-masalah yang kompleks dan abstrak. Kemampuan berpikir para remaja berkembang sedemikian rupa sehingga mereka dengan mudah dapat membayangkan banyak alternatif pemecahan masalah beserta kemungkinan akibat atau hasilnya.

3. Dimensi Moral.

Masa remaja adalah periode dimana seseorang mulai bertanya-tanya mengenai berbagai fenomena yang terjadi di lingkungan sekitarnya sebagai dasar bagi pembentukan nilai diri mereka. Elliot Turiel (1978) menyatakan bahwa para remaja mulai membuat penilaian tersendiri dalam menghadapi masalah-masalah populer yang berkenaan dengan lingkungan mereka, misalnya: politik, kemanusiaan, perang, keadaan sosial, dsb. Remaja tidak lagi menerima hasil pemikiran yang kaku, sederhana, dan absolut yang diberikan pada mereka selama ini tanpa bantahan. Remaja mulai mempertanyakan keabsahan pemikiran yang ada dan mempertimbangan lebih banyak alternatif lainnya.

4. Dimensi Psikologis

Dalam hal kesadaran diri, pada masa remaja para remaja mengalami perubahan yang dramatis dalam kesadaran diri mereka (*self-awareness*). Mereka sangat rentan terhadap pendapat orang lain karena mereka menganggap bahwa orang lain sangat mengagumi atau selalu mengkritik mereka seperti mereka mengagumi atau mengkritik diri mereka sendiri. Anggapan itu membuat remaja sangat memperhatikan diri mereka dan citra yang direfleksikan (*self-image*). Remaja cenderung untuk menganggap diri mereka sangat unik dan bahkan percaya keunikan mereka akan berakhir dengan kesuksesan dan ketenaran.

Para remaja juga sering menganggap diri mereka serba mampu, sehingga seringkali mereka terlihat “tidak memikirkan akibat” dari perbuatan mereka. Tindakan impulsif sering dilakukan; sebagian karena mereka tidak sadar dan belum biasa memperhitungkan akibat jangka pendek atau jangka panjang. Remaja yang diberi kesempatan untuk mempertanggung-jawabkan perbuatan mereka, akan tumbuh menjadi orang dewasa yang lebih berhati-hati, lebih percaya-diri, dan mampu bertanggung-jawab. Rasa percaya diri dan rasa

tanggung-jawab inilah yang sangat dibutuhkan sebagai dasar pembentukan jati-diri positif pada remaja. Bimbingan orang yang lebih tua sangat dibutuhkan oleh remaja sebagai acuan bagaimana menghadapi masalah itu sebagai “seseorang yang baru”; berbagai nasihat dan berbagai cara akan dicari untuk dicobanya. Remaja akan membayangkan apa yang akan dilakukan oleh para “idola”nya untuk menyelesaikan masalah seperti itu. Pemilihan idola ini juga akan menjadi sangat penting bagi remaja.

Salah satu topik yang paling sering dipertanyakan oleh individu pada masa remaja adalah masalah "Siapakah Saya?" Pertanyaan itu sah dan normal adanya karena pada masa ini kesadaran diri (*self-awareness*) mereka sudah mulai berkembang dan mengalami banyak sekali perubahan. Remaja mulai merasakan bahwa “*ia bisa berbeda*” dengan orangtuanya dan memang ada remaja yang ingin mencoba berbeda.

2.5. Anorexia Nervosa

Dalam bab ini akan diberikan penjelasan yang lebih lengkap dan menyeluruh tentang permasalahan Anorexia Nervosa ini.

2.5.1. Pengertian Anorexia Nervosa

Anorexia berasal dari bahasa Yunani yang berarti kehilangan selera. Anorexia Nervosa merupakan salah satu jenis dari masalah gangguan pola makan (*eating disorder*) yang terorientasi pada makanan dan citra tubuh, dan berhubungan dengan kebutuhan akan pengendalian emosi. Akar dari gangguan pada pola makan adalah secara biologikal, emosional, dan sosial. Menurut Hornbacher pada dasarnya, gangguan makan adalah sekumpulan kontraindikasi yang mematikan: suatu hasrat akan kekuasaan yang justru melenyapkan kekuasaan itu dari diri kita. Suatu keinginan untuk membuktikan bahwa kita tidak membutuhkan apa pun, bahwa kita tidak memiliki rasa lapar manusiawi, yang berkhianat pada diri sendiri dan melahirkan kebutuhan bagi rasa lapar itu sendiri. Gangguan makan adalah usaha untuk menemukan identitas, tetapi akhirnya justru melenyapkan semua citra diri (Hornbacher xv). Gangguan ini tidak akan langsung membunuh mereka yang mengalaminya namun gangguan ini akan tumbuh

bersama sepanjang hidup dan akan membunuh secara perlahan-lahan. Anorexia Nervosa digunakan untuk menjelaskan sekumpulan perilaku, yang paling menonjol adalah melaparkan diri secara sukarela. Arti harafiah dari Anorexia Nervosa ini tidaklah terlalu tepat karena pada kenyataannya penderita Anorexia akan kehilangan selera makannya jika kondisinya sudah akut dan parah. Pengertian Anorexia Nervosa secara umum adalah aktivitas untuk menguruskan badan dengan melakukan pembatasan makan secara sengaja dan melalui kontrol yang ketat. Penderita Anorexia sadar bahwa mereka merasa lapar namun takut untuk memenuhi kebutuhan makan mereka karena bisa berakibat naiknya berat badan. Persepsi mereka terhadap rasa kenyang terganggu sehingga pada saat mereka mengkonsumsi sejumlah makanan dalam porsi kecil sekalipun, mereka akan segera merasa penuh atau bahkan mual. Mereka terus-menerus melakukan diet mati-matian untuk mencapai tubuh yang kurus. (“Diet”)

Kasus Anorexia Nervosa pertama kali ditemukan oleh Sir William Whitey Gull (1816-1890) yang merupakan salah satu anggota dari kelompok dokter Inggris yang terkemuka. Dalam beberapa tahun antara 1850-1880 Gull memiliki ketertarikan untuk mempelajari studi tentang disfungsi saluran pencernaan. Pada musim gugur 1868 Gull menerbitkan “*The Address in Medicine*” dimana Gull membuat referensi pertama tentang suatu kondisi yang ditandai dengan penurunan nafsu makan secara drastic dan dideskripsikan sebagai “wanita muda yang menguruskan diri secara hebat sampai batas terakhir melalui *apepsia hysterica*”. Pada makalah selanjutnya yang diterbitkan pada *Transactions of the Clinical Society* (1874) Gull menggambarkan keputusan bahwa dia telah meneliti kesamaan-kesamaan yang terjadi pada sejumlah kasus dan juga bahwa referensinya yang sebelumnya yang merujuk pada ‘apepsia hysterica’ seharusnya dinamakan ‘anorexia nervosa’. Penemuan Gull tentang Anorexia Nervosa dihasilkan dari identifikasinya dari disfungsi pencernaan yang konsisten yang selanjutnya digunakan sebagai bukti yang meyakinkan untuk menandai hilangnya nafsu makan sampai pada keadaan mental yang tidak sehat. (Hepworth 1-2).

Ide dari permasalahan melaparkan diri ini telah ada sejak abad ke dua belas dan tiga belas dan berkaitan dengan masalah keagamaan. Catatan yang ada

menunjukkan bahwa wanita yang menjalankan kegiatan ini mendapatkan penghargaan tinggi dengan menyandang gelar Santa. Ada beberapa deskripsi dari catatan keagamaan mengenai perempuan yang melakukan tindakan melaparkan diri ini dianggap sebagai bentuk dari pertapaan. Salah satu contoh yang terkenal tentang seorang perempuan yang melaparkan diri adalah Santa Catherine dari Siena. Ada beberapa aspek yang menyangkut konteks religius pada abad kedua belas dan ketiga belas yang mengatur partisipasi perempuan pada tindakan suci ini. “Kesetian Kudus” adalah kata yang tepat untuk kesalehan seorang perempuan. Perempuan memprektekan kesetiannya ini sebagai suatu bentuk kesetiaan dari mereka yang menerima lebih daripada pengabdian, dan yang datang kepada mereka melalui inspirasi daripada melalui lembaga ataupun kekuatan perkataan. (Walker Bynum, 1991). Perbedaan antara dua bentuk kesetiaan ini signifikan karena wanita yang menerima akan sangat pasif dalam hubungannya dengan para pemuka agama. Bahkan partisipasi wanita dalam upacara keagamaan harus didukung oleh pendeta laki-laki. Praktek melaparkan diri dari para Santa hampir mendekati praktek yang ada pada penyangkalan diri melalui makanan pada perempuan yang didiagnosa sebagai Anorexia Nervosa pada akhir abad 20 (Bell, 1985; Walker Bynum, 1991; Hepworth 13). Hubungan antara penyangkalan diri oleh perempuan melalui makanan dengan pertapaan direpresentasikan sebagai ekspresi dari kondisi sosial dan psikologi perempuan. Konseptualisasi Bell tentang “anorexia kudus” menunjukkan bahwa ada hubungan langsung antara pelaparan diri perempuan pada abad pertengahan dengan bentuk modern dari Anorexia Nervosa. Menurut Bell hubungan yang kuat antara perempuan dan kekudusan dengan perempuan dan kekurusan menunjukkan bentuk yang ideal dari keadaan memperjuangkan untuk mempertahankan identitas perempuan di dunia yang didominasi oleh laki-laki. (Cohn, 1986). Bagaimanapun, argumen ini didasarkan pada catatan bahwa kesetiaan religius mempengaruhi perempuan dan bahwa pelaparan diri menjadi suatu bentuk ekspresi dari bentuk pencarian mereka pada kesetiaan. Lebih jauh argumen ini menggambarkan secara jelas pada ide bahwa perempuan memiliki suatu kecenderungan untuk mengekspresikan suatu motif dari keabadian. Penelitian Walker Bynum (1991) tentang hal ini pada abad kedua belas sampai abad ketiga belas menjelaskan bahwa pada saat itu terdapat

pertentangan pada jasmani perempuan antara harapan keluarga dengan/atau nasihat keagamaan, dan satu-satunya control yang mereka miliki adalah pada dirinya (tubuhnya) sendiri. Pada waktu dimana ada keadaan yang mengancam, perempuan, tidak seperti laki-laki tidak memiliki suatu apapun di luar dirinya seperti semacam objek yang dapat dikorbankan, seperti property, dan tubuh perempuan itu sendiri yang menjadi objek atau sasaran dari reaksi mendadak dan hukuman. Penelitian ini juga memberikan kita informasi mengenai bagaimana bersejarahny praktik pelaparan diri membentuk asosiasi awal antara perempuan dengan tubuhnya.

Pada saat sekarang ini tak dapat dipungkiri, kecantikan fisik adalah sisi paling menarik pada seorang perempuan. Apalagi dalam kehidupan yang materialistis seperti sekarang ini, kecantikan fisik dianggap sebagai suatu objek yang dapat menghasilkan uang dan keuntungan . Hal ini dibuktikan dengan banyaknya penyelenggaraan kontes kecantikan baik yang bertingkat lokal, nasional maupun internasional. Perempuan dijadikan sebagai alat promosi produk, mulai dari produk kecantikan, pakaian, aksesoris, sampai sepatu dan juga produk-produk lainnya bahkan produk yang tidak berhubungan dengan kebutuhan perempuan.

Yang menjadi masalah adalah segala kegiatan di atas telah membantu menciptakan *body image* tentang bagaimana seorang perempuan dapat dikatakan cantik. Jika melihat perempuan-perempuan yang ada dan beredar baik di TV maupun media yang lain dapat disimpulkan bahwa perempuan dipandang cantik bila mereka memiliki ukuran tubuh yang proporsional. Proporsional di sini dianggap sebagai tubuh yang kurus langsing semampai dengan ukuran yang kecil dan tanpa adanya lemak sedikitpun. Penciptaan *body image* ini telah menancap kuat di benak setiap individu khususnya perempuan sehingga para perempuan yang pada dasarnya sangat ingin terlihat cantik berlomba-lomba menggunakan segala macam cara agar dapat memiliki ukuran tubuh selangsing-langsingnya dan sekecil-kecilnya agar dapat dikatakan “cantik” oleh orang-orang di sekelilingnya.

Semuanya ini mengakibatkan masalah gangguan makan yang sangat membahayakan. Gangguan pada pola makan, biasanya lebih banyak terjadi pada wanita dibandingkan dengan laki-laki. Dan biasanya, rata-rata satu dari setiap 100

remaja dewasa putri (17-24 tahun) mengembangkan Anorexia Nervosa (Yayasan Harapan Permata Hati Kita, "Eating"). Dapat dikatakan sebagai suatu protes terhadap stereotip perempuan yang dibentuk oleh budaya, yang pada akhirnya membuat korbannya tampak sebagai perempuan yang paling lemah dan membutuhkan. Citra-citra media massa adalah faktor kunci dalam membentuk definisi-definisi tentang keindahan dan ketertarikan. Seringkali citra-citra yang populer di media-media, mendorong para wanita untuk mendambakan tubuh yang kurus dan mencari "kesempurnaan tubuh". Pada waktu yang sama, seringkali media mempunyai kecenderungan menyangkal nilai kualitas dan kekuatan yang timbul dari dalam (*inner beauty*).

Golongan yang rentan mengidap Anorexia Nervosa ini adalah golongan remaja putri. Mengapa bisa terjadi? Ketika memasuki masa remaja, khususnya masa pubertas, remaja menjadi sangat peduli atas penambahan berat badannya. Terjadi perubahan fisiologis tubuh yang kadangkala mengganggu. Biasanya, hal ini lebih sering dialami oleh remaja putri daripada remaja pria. Bagi remaja putri, mereka mengalami penambahan jumlah jaringan lemak sehingga mereka akan mudah untuk gemuk apabila mengkonsumsi makanan yang berkalori tinggi.

Selain itu di usia remaja sebagian besar remaja tersebut mengalami proses pencarian jati diri yang sesungguhnya. Untuk itu mereka senantiasa mencari contoh yang ideal di kehidupan sekelilingnya. Akhirnya, lingkungan sekitar juga ikut mempengaruhi. Mereka yang tidak bertubuh langsing dan kurus dianggap tidak cantik dan seringnya menjadi bahan ledekan dan olok-olokan. Maka tidak mengherankan bila ketidakpuasan seseorang dengan tubuhnya akan mengembangkan masalah pada gangguan makan. Remaja dengan gangguan seperti di atas memiliki masalah dengan *body image*-nya. Artinya, mereka sudah memiliki suatu *mind set* (pemikiran yang sudah terpatrit di otak) bahwa tubuh mereka tidak ideal. Mereka mempersepsikan tubuhnya gemuk, banyak lemak di sana-sini, tidak seksi dan lain-lain yang intinya tidak sedap untuk dipandang dan tidak semenarik tubuh orang lain. Keadaan ini disebut "*objectification conciousness*" yang merupakan kebiasaan yang dikembangkan oleh mereka yang menderita gangguan makan, yang melihat diri sendiri melalui mata orang lain.

Mereka terutama akan senantiasa mengamati tubuh mereka dan menemukan semakin banyak kekurangan seiring dengan bertambahnya usia. (Hornbacher 8)

Akibat pemikiran yang sudah terpatrit ini, seorang remaja akan selalu melihat tubuh mereka terkesan gemuk, pada kenyataannya justru berat badan mereka semakin turun hingga akhirnya mereka menjadi sangat kurus. Masalah *body image* ini akhirnya menyebabkan remaja menjadi tidak percaya diri dan sulit untuk menerima kondisi dirinya. Anorexia Nervosa adalah sebuah sistem dan ini menunjukkan pada mereka yang mengalaminya ada rasa tidak mampu untuk percaya bahwa mereka aman dengan dirinya sendiri dan dalam dunianya (Hornbacher 17)

Jadi dapat dikatakan bahwa penyebab Anorexia Nervosa secara umum adalah karena kaum perempuan merasa sangat tertekan dengan "kewajiban" untuk tampil langsing seperti yang dimunculkan oleh televisi dan majalah. Penyebab yang lain menunjuk adanya gangguan pada sebagian fungsi otak yang berkaitan dengan *body image*.

Tanda-tanda seseorang memiliki gangguan makan Anorexia Nervosa ini adalah sebagai berikut ("Eating"):

1. Kehilangan minimal 25% dari berat badan awal
2. Tidak punya penyakit mental atau fisik yang menyebabkan hilangnya bobot tubuh
3. Berpikir gemuk padahal tidak
4. Takut kelebihan berat badan dan kehilangan kendali atas perilaku makan Anda.
5. Menolak makan yang cukup untuk mempertahankan atau mengembalikan bobot tubuh normal.
6. *Amenorrhea* atau gagal menstruasi minimal tiga bulan berturut-turut.
7. Merasa bahwa semua energi mengalir untuk mengendalikan berat badan
8. Merasa bahwa dengan lapar hanyalah satu-satunya jalan menghindari gemuk

Selain tanda- tanda di atas terdapat beberapa tanda lainnya yang muncul jika seseorang mengidap Anorexia Nervosa yaitu: berolahraga secara berlebihan. Penderita Anorexia biasanya punya kebiasaan makan yang aneh, seperti menyisihkan makanan di piringnya dan memotong-motongnya menjadi bagian-bagian kecil, mengunyah lambat-lambat,serta menghindari makan bersama

keluarga. Tidak adanya lemak di tubuh membuat penderita Anorexia merasa tidak nyaman ketika duduk ataupun berbaring. Selain itu mereka juga sulit tidur. Dengan berlanjutnya penyakit ini, penderita mulai suka menyendiri dan menarik diri dari teman dan keluarga dan memiliki keadaan mental yang tidak sehat.

Oleh karena ciri dan gejala yang begitu kompleks, Anorexia Nervosa memiliki dampak yang tidak dapat diremehkan dan sangat merugikan. Sebagian penderita Anorexia dapat menurunkan berat badannya antara 25 - 50% dari berat badan normal mereka.

Dampak fisik yang umumnya terjadi antara lain, kehilangan selera makan, hingga tidak mau mengonsumsi makanan apapun. Lemah, tidak bertenaga dan sukar berkonsentrasi. Tubuh penderita bereaksi terhadap kondisi ini dengan cara menghentikan beberapa proses. Tekanan darah menurun drastis, napas melemah. Pada wanita menstruasi terhenti (atau pada anak yang menginjak dewasa, mungkin menstruasi tidak dimulai sama sekali. Keadaan ini disebut *amenorrhea* yang terjadi karena kurangnya nutrisi dan/atau lemak tubuh. Hal ini juga menyebabkan rusaknya massa tulang karena kurangnya kandungan kalsium dalam tubuh. Kelenjar tiroid yang mengatur pertumbuhan menghilang. Kulit mengering, rambut, dan kuku menjadi rapuh. Gejala lain yang timbul adalah pusing, kedinginan, sembelit, serta pembengkakan sendi. Kekurangan lemak menyebabkan temperatur tubuh menurun. Sebagai mekanisme alam, tumbuh lanugo atau rambut di seluruh tubuh termasuk wajah. Selain itu, ketidakseimbangan zat kimia dalam tubuh juga dapat menyebabkan berbagai kerusakan organ dalam tubuh akibat kekurangan nutrisi dan dapat menyebabkan serangan jantung. Selain itu kurangnya massa tulang dapat menyebabkan mudahnya terjadi patah tulang dan patah tulang pinggul adalah penyebab utama kematian yang sering terjadi pada penderita anorexia. Dampak fisik secara tidak langsung juga akan mempengaruhi kondisi psikis seseorang, sehingga masalah psikologis yang muncul pada mereka adalah perasaan tidak berharga, sensitif, mudah tersinggung, mudah marah, mudah merasa bersalah. Kehilangan minat untuk berinteraksi dengan orang lain. Tidak percaya diri, canggung berhadapan dengan orang banyak. Cenderung berbohong untuk menutupi perilakunya. Minta perhatian orang lain dan juga mengalami depresi (sedih terus-menerus).

Jika disimpulkan Anorexia Nervosa membawa dampak yang sangat buruk dan kompleks baik pada kesehatan fisik dan juga kesehatan jiwa seseorang.

2.6. Identifikasi Data

Dalam bab ini akan dijabarkan beberapa hal yang menjadi bagian pendukung dalam pengerjaan perancangan iklan layanan masyarakat mengenai Anorexia Nervosa ini.

2.6.1. Organisasi Pendukung

Perancangan iklan layanan masyarakat mengenai Anorexia Nervosa ini didukung oleh sebuah lembaga sosial yang bergerak di bidang sosial wanita.

Lembaga sosial ini bernama Savy Amira Women's Crisis Center yang merupakan lembaga non-profit yang didirikan oleh beberapa aktifis perempuan, pada 25 November 1997 dengan Akta Notaris Shinta Ameliawaty, SH No. 27/1997.

Lembaga ini berdiri dengan dasar bahwa kekerasan terhadap perempuan bagaimanapun jenisnya adalah merupakan kejahatan terhadap kemanusiaan. Dilandasi budaya patriarki yang berkembang di masyarakat menjadikan segala bentuk kekerasan terhadap perempuan yang sebetulnya adalah pelanggaran terhadap hak asasi perempuan sendiri sangat kurang mendapatkan perhatian untuk dipahami, dicegah maupun ditangani secara sistemik.

Tujuan dari Savy Amira Women's Crisis Center sendiri adalah kehidupan bersama yang menghargai harkat kemanusiaan, keberagaman dan bebas dari segala bentuk kekerasan.

Prinsip kerja dari Savy Amira Women's Crisis Center adalah keadilan, keberpihakan pada korban, keterbukaan, percaya pada kemampuan setiap orang untuk dapat menyelesaikan masalahnya, dan kebersamaan.

Savy Amira Women's Crisis Center memiliki beberapa program yang antara lain pendampingan kasus dan pendidikan publik dan advokasi kebijakan.

2.6.2. Faktor Penghambat dan Pendukung

Dalam pengerjaan Perancangan Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat yang mengangkat tema mengenai Anorexia Nervosa terdapat beberapa faktor yang dapat menjadi penghambat maupun pendukung dalam pengerjaannya.

Beberapa faktor penghambat antara lain:

1. Pendapat (persepsi) masyarakat mengenai kecantikan yang telah berakar dan telah menjadi mindset yang kemudian diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menimbulkan suatu kesulitan dalam hal bagaimana cara yang tepat yang mampu memberikan pemahaman baru bagi masyarakat tentang makna kecantikan yang tidak memojokkan dan mengeksploitasi wanita serta tidak hanya memperhatikan dan mementingkan aspek fisik saja dari sosok seorang perempuan yang pada akhirnya hanya menjadikan perempuan sebagai objek saja yang nilai dirinya hanya dipandang dari penampilannya.

2. Pandangan kaum perempuan sendiri tentang makna kecantikan yang dipengaruhi oleh pandangan umum yang ada di masyarakat.

Sebagai pemahaman yang terlanjur dianggap sebagai kebenaran maka kaum perempuan sendiripun telah mempunyai mindset tentang kondisi fisik seperti apakah yang dianggap cantik oleh lingkungan sekitarnya. Pemahaman baru ini diharapkan mampu membentuk dan mengubah citra diri seorang perempuan sempurna yang telah tertancap dalam benak kaum wanita sendiri sehingga kaum perempuan tidak lagi berlomba-lomba untuk mengusahakan tubuhnya menjadi tubuh yang “sempurna” yang seringkali ditempuh dengan cara yang tidak sehat.

3. Sebagian masyarakat yang menganggap bahwa masalah Anorexia Nervosa yang membuat banyak wanita menjadi korbannya bukanlah suatu masalah yang besar yang memerlukan penanganan serius.

Oleh karena itulah diperlukanlah suatu usaha untuk menumbuhkan pengertian dan kepedulian masyarakat terhadap masalah ini sebelum jatuh semakin banyak korban yang terlanjur parah karena seperti diketahui Anorexia Nervosa ini sendiri memiliki banyak dampak negative baik secara fisik maupun mental.

4. Permasalahan yang tergolong baru dan masih awam diketahui masyarakat. Hal ini menjadikan proses pengerjaan harus diperhatikan sedemikian rupa agar masyarakat yang menjadi sasaran dari iklan layanan masyarakat ini maupun masyarakat umum memperhatikan dan memahami tentang maksud dan tujuan yang hendak dicapai dengan pengerjaan iklan layanan masyarakat ini.

5. Sedikitnya data yang tersedia di Indonesia mengenai masalah ini. Oleh karena masalah Anorexia Nervosa ini merupakan masalah yang masih awam bagi masyarakat maka data yang valid dan akurat mengenai permasalahan yang diangkat dalam bahasa Indonesia dapat dikatakan masih kurang sehingga pengumpulan data untuk proses pengerjaannya dilakukan dengan sangat seksama dan membutuhkan usaha yang lebih.

Sedangkan beberapa faktor yang mendukung dari proses pengerjaan iklan layanan masyarakat ini antara lain:

1. Mulai tumbuhnya kesadaran masyarakat tentang persepsi cantik yang keliru yang ada di masyarakat.

Hal ini mendukung terciptanya iklan layanan masyarakat ini karena adanya pemikiran yang sama dengan yang coba diciptakan melalui iklan layanan masyarakat ini sehingga diharapkan ide yang disampaikan melalui iklan layanan masyarakat ini mudah diterima oleh masyarakat.

2. Adanya gerakan kebangkitan perempuan atau yang disebut emansipasi wanita. Dengan semakin berjalannya waktu maka telah tumbuh kesadaran di antara kaum perempuan sendiri untuk lepas dari bayang-bayang persepsi masyarakat tentang sisi kecantikan yang sangat lekat kaitannya dengan sosok seorang perempuan. Hal ini juga memberikan kesadaran pada kaum perempuan sendiri untuk tidak harus memiliki citra diri yang selama ini dipegang kuat oleh masyarakat oleh karena hal itu hanya menjadikan perempuan menjadi objek semata. Sebagian perempuan telah menyadari bahwa kepribadian diri lah yang menentukan nilai seorang manusia termasuk kaum perempuan.

3. Permasalahan berat badan yang selalu menjadi masalah terutama bagi kaum perempuan.

Dalam kehidupan sehari-hari banyak dijumpai praktek usaha penurunan berat badan yang biasa disebut diet dan banyak dilakukan terutama oleh kaum

perempuan. Mungkin hal ini tidak menjadi masalah jika diet yang dilakukan sesuai dengan aturan kesehatan, namun dalam prakteknya banyak sekali diet yang dilakukan dengan sembarangan tanpa mengindahkan aturan kesehatan yang sesuai. Hal ini diperparah dengan kurangnya pengetahuan mengenai masalah gangguan makan yang kebanyakan terjadi dari masalah sepele seperti ini yang dapat menyebabkan timbulnya korban yang lebih banyak karena ketidaktahuan masyarakat. Oleh karena itulah dianggap perlu untuk membuat iklan layanan masyarakat yang mengangkat tema ini agar masyarakat mengerti dan memahami bahaya yang dapat ditimbulkan dari Anorexia Nervosa ini.

4. Belum adanya iklan layanan masyarakat sejenis yang mengangkat tentang permasalahan Anorexia Nervosa ini.

Oleh karena itu maka masyarakat dianggap perlu untuk mengetahui dan memahami tentang permasalahan Anorexia Nervosa ini yang juga merupakan langkah pencegahan dari timbulnya dampak yang lebih buruk dan kompleks dari gangguan makan Anorexia Nervosa ini.

2.6.3. Upaya Pemerintah

Dalam hal menyangkut permasalahan Anorexia Nervosa ini maka didapatlah kesimpulan bahwa pemerintah belum melakukan upaya yang nyata untuk memberikan pengertian maupun untuk mengantisipasi maupun mencegah timbulnya gangguan makan Anorexia Nervosa ini di masyarakat.

Permasalahan ini mungkin disebabkan karena sebagai negara yang berkembang pemerintah memiliki berbagai agenda atau permasalahan lain yang membutuhkan penanganan yang signifikan dan secepatnya untuk ditangani terlebih dahulu dalam kehidupan sosial masyarakat dalam kehidupan bernegara dan bermasyarakat di Indonesia ini.

Namun walaupun begitu permasalahan Anorexia Nervosa ini bukanlah masalah yang sepele yang dapat kita acuhkan begitu saja. Kita tidak dapat menutup mata menghadapi permasalahan ini karena Anorexia Nervosa ini merupakan permasalahan sosial yang ada di masyarakat yang dapat membawa dampak yang begitu buruk dan bahkan mematikan bagi individu yang mengalaminya. Permasalahan Anorexia Nervosa ini dapat membawa dampak buruk

secara fisik, emosional maupun sosial bagi mereka yang mengalaminya yang dapat pula mengakibatkan gangguan di kehidupan sosial masyarakat oleh karena Anorexia Nervosa ini muncul akibat adanya masalah sosial yang ada di masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Oleh karena itulah diperlukan peran masyarakat secara aktif untuk membantu memberikan pengertian kepada masyarakat mengenai permasalahan ini dan untuk membantu mencegah berkembangnya masalah ini di Indonesia sebelum terlambat. Oleh karena itu dirancanglah iklan layanan masyarakat yang mengangkat tema tentang permasalahan Anorexia Nervosa ini.

2.6.4. Peranan Masyarakat

Oleh karena belum familiarnya pengertian mengenai Anorexia Nervosa ini di masyarakat maka belum terlihatlah usaha yang signifikan dari masyarakat untuk menanggulangi dampak buruk dari Anorexia Nervosa ini.

Namun masyarakat dapat dikatakan turut berperan dalam mengembangkan permasalahan Anorexia Nervosa ini. Hal ini dikarenakan masih dipegangnya anggapan mengenai makna cantik yang selama ini berlaku di masyarakat.

Sebagian besar masyarakat masih menganggap bahwa kecantikan seorang wanita hanya diukur dari keadaan fisiknya saja. Mereka yang cantik haruslah sesuai dengan pakem-pakem yang telah ditentukan oleh masyarakat yang salah satunya adalah mereka yang dianggap cantik haruslah memiliki tubuh yang langsing, tanpa adanya lemak. Dengan persyaratan seperti itu banyak yang mengartikan bahwa mereka yang cantik haruslah memiliki tubuh yang kecil dan kurus. Berbahagialah para perempuan yang dikaruniai dan dianugrahi kondisi fisik seperti itu, namun di lain pihak sebagian besar wanita tidak memiliki tubuh seperti itu dan harus berusaha keras untuk mencapainya. Persepsi yang salah tentang ini adalah kita bicara seakan-akan ada sebuah tubuh kolektif yang sempurna, suatu benda tunggal, yang diinginkan setiap perempuan. Menurut Marya Hornbacher dalam bukunya *Wasted*, Tubuhku Musuhku adalah setiap kaum perempuan menginginkan satu tubuh itu. Kaum perempuan dibesarkan dengan kesan bahwa di balik semua daging normal yang ada, terdapat sebuah

Tubuh yang Sempurna yang tengah menanti untuk keluar. Tubuh ini akan tampak persis sama seperti tubuh sempurna orang lain.

Hal inilah yang membuat kaum perempuan berlomba-lomba untuk berusaha menguruskan tubuhnya dan menurunkan berat badannya melalui sebuah cara yang dinamakan diet. Adalah hal yang umum di masyarakat untuk melakukan diet. Diet adalah sebuah masalah umum yang pernah dilakukan oleh sebagian besar kaum perempuan. Hal ini tidaklah menjadi masalah bila mereka menempuh cara diet yang benar untuk mencapai berat badan yang diidamkannya. Masalahnya sebagian besar perempuan melakukan cara diet yang salah yang dapat membawa dampak buruk bagi tubuhnya sendiri oleh karena kurangnya pengetahuan yang benar mengenai cara berdiet yang tepat dan sesuai dengan tetap memenuhi keperluan gizi dan nutrisi yang dibutuhkan tubuh.

Masalah menjadi semakin parah apabila kaum perempuan telah mengembangkan kecenderungan untuk mengembangkan pandangan bahwa tubuhnya selalu kurang sempurna, selalu kurang kurus untuk dapat dikatakan cantik. Perkembangan inilah yang dapat menyebabkan mudahnya kecenderungan seorang perempuan untuk mengalami Anorexia Nervosa yang dapat membawa dampak yang lebih buruk lagi pada dirinya.

Mengutip pernyataan Marya Hornbacher dalam bukunya *Wasted, Tubuhku Musuhku* hal xvi yang mengatakan bahwa dirinya sebagai seorang yang mengidap Anorexia Nervosa tidak dapat berhenti berpikir bahwa kalau mungkin tidak hidup dalam suatu budaya di mana 'kerampingan' tidak dianggap sebagai status yang aneh dari keanggunan, mungkin kaum perempuan akan mencari cara-cara lain untuk mendapatkan keanggunan itu dengan cara-cara yang tidak terlalu merusak tubuh, dan tidak mendistorsi citra diri secara radikal seperti yang dilakukan oleh begitu banyak kaum perempuan di sekitar kita. Dari pernyataan ini dapat dilihat bahwa masyarakat berperan sangat penting untuk menyburkan budaya yang dapat mendorong munculnya Anorexia Nervosa ini.

Oleh karena itulah masyarakat perlu diberikan pengertian mengenai permasalahan Anorexia Nervosa ini dan diharapkan dapat memberikan pandangan baru mengenai masalah kecantikan itu sendiri melalui perancangan iklan layanan masyarakat ini.

2.6.5. ILM (Iklan Layanan Masyarakat) yang Pernah Dibuat

Di Indonesia sendiri belum ditemui adanya iklan layanan masyarakat mengenai permasalahan Anorexia Nervosa ini.

Hal ini menyebabkan masih kurangnya pengertian dan pemahaman masyarakat mengenai permasalahan ini beserta hal-hal yang memacu tumbuhnya gangguan makan Anorexia Nervosa ini dan juga akibat buruk yang dapat ditimbulkannya.

Oleh karena itulah dianggap perlu untuk dilakukan perancangan iklan layanan masyarakat yang mengangkat tema tentang gangguan makan Anorexia Nervosa ini.

2.6.6. Usulan Pemecahan Masalah

Anorexia Nervosa merupakan salah satu jenis dari masalah gangguan pola makan (*eating disorder*) yang terorientasi pada makanan dan citra tubuh, dan berhubungan dengan kebutuhan akan pengendalian emosi. Anorexia Nervosa digunakan untuk menjelaskan sekumpulan perilaku, yang paling menonjol adalah melupakan diri secara sukarela. Arti harafiah dari Anorexia Nervosa ini tidaklah terlalu tepat karena pada kenyataannya penderita Anorexia akan kehilangan selera makannya jika kondisinya sudah akut dan parah. Pengertian Anorexia Nervosa secara umum adalah aktivitas untuk menguruskan badan dengan melakukan pembatasan makan secara sengaja dan melalui kontrol yang ketat.

Pada saat sekarang ini tak dapat dipungkiri, kecantikan fisik adalah sisi paling menarik pada seorang perempuan. Yang menjadi masalah adalah pandangan tersebut telah membantu menciptakan *body image* tentang bagaimana seorang perempuan dapat dikatakan cantik. Penciptaan *body image* ini telah menancap kuat di benak setiap individu khususnya perempuan sehingga para perempuan berlomba-lomba menggunakan segala macam cara agar dapat memiliki ukuran tubuh selangsing-langsingnya dan sekurus mungkin agar dapat dikatakan “cantik” oleh orang-orang di sekelilingnya.

Hal ini tidaklah menjadi masalah jikalau mereka dapat menggunakan cara yang sehat untuk mencapai berat badan dan bentuk tubuh impiannya. Yang menjadi masalah usaha penurunan berat badan yang salah dengan cara yang salah

dapat membawa kerugian pada diri mereka sendiri apalagi jika cara yang mereka gunakan adalah dengan sengaja melupakan diri sehingga tubuh mereka tidak mendapat asupan gizi dan nutrisi yang sesuai dan mencukupi yang akhirnya dapat mengganggu metabolisme tubuh mereka dan membawa berbagai macam dampak buruk yang pada akhirnya dapat pula berujung pada kematian. Adalah hal yang sangatlah sia-sia jika berbagai dampak buruk itulah yang akan mereka terima dalam usaha mereka untuk mencapai apa yang disebut kecantikan itu.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa salah satu masalah yang berperan penting dalam mendorong dan menyebabkan timbulnya masalah gangguan makan Anorexia Nervosa ini adalah pemahaman kecantikan di masyarakat yang telah tertanam kuat dan dijadikan standar untuk mengukur kadar kecantikan seorang perempuan. Mereka yang cantik adalah mereka yang memiliki tubuh yang kurus dan langsing yang memudahkan posisi mereka di masyarakat. Kaum perempuan yang tidak memenuhi standar itu berlomba-lomba dan berusaha keras untuk menjadikan dirinya agar sesuai dengan standar yang berlaku tersebut.

Hal ini sangatlah tidak signifikan lagi dalam keadaan dunia yang terus berkembang ini karena dapat dikatakan pandangan tersebut adalah merupakan pandangan yang sempit, dangkal dan terlalu menghakimi. Dan juga karena pandangan tersebut turut menjadi salah satu hal yang memegang peranan penting dalam mendorong munculnya Anorexia Nervosa yang kerap dialami khususnya oleh kaum perempuan.

Oleh karena itulah sebagai salah satu cara untuk mengatasi agar masalah Anorexia Nervosa ini tidak berkembang menjadi semakin buruk dan sebelum memakan banyak korban maka diperlukanlah suatu media yang berupa iklan layanan masyarakat untuk mengenalkan dan memberi pengertian kepada masyarakat umum tentang adanya masalah gangguan makan Anorexia Nervosa ini. Dengan ini diharapkan maka masyarakat memiliki pengertian dan pengetahuan untuk memahami mengenai permasalahan Anorexia Nervosa ini. Dengan pengetahuan ini pula maka diharapkan kaum perempuan mampu menjaga dirinya agar tidak mengembangkan kebiasaan buruk demi mendapatkan bentuk tubuh yang 'sempurna' yang dapat membawa dampak buruk bagi diri mereka sendiri.

Selain itu melalui perancangan iklan layanan masyarakat ini diharapkan dapat membantu memberikan pemahaman baru kepada masyarakat baik itu lelaki ataupun perempuan mengenai makna kecantikan yang ada. Pemaknaan dan persepsi masyarakat yang dipegang sekarang mengenai kecantikan telah membuat suatu masalah baru dan merupakan beban bagi kaum perempuan untuk dituntut agar dapat mengubah sosok dan pribadinya untuk dapat memenuhi persyaratan yang ada untuk dapat dikatakan cantik di mata umum. Selain itu persepsi kecantikan yang ada sekarang telah mengembangkan pemikiran negatif terhadap mereka yang berada di luar persyaratan tersebut sehingga kaum perempuan beranggapan bahwa untuk menjadi dapat diterima di masyarakat maka haruslah berusaha untuk sedapat mungkin menjadi kurus yang pada kenyataannya membawa masalah baru yakni gangguan makan Anorexia Nervosa ini.

2.6.7. Contoh-contoh Kasus

Terdapat beberapa contoh-contoh kasus mengenai masalah gangguan makan Anorexia Nervosa ini di masyarakat khususnya yang dialami oleh kaum perempuan. Contoh-contoh kasus ini merupakan bukti nyata dampak buruk baik secara fisik maupun mental yang dapat ditimbulkan oleh Anorexia Nervosa ini.

1. Imelda Fransiska, Miss Indonesia 2005 merupakan salah satu contoh dari mereka yang mengalami Anorexia Nervosa namun berhasil memulihkan dirinya sebelum terlambat dan berhasil mengembalikan kesehatan tubuhnya kembali dan berhasil untuk mencapai pencapaian besar dalam hidupnya serta membuktikan keberhasilan untuk dirinya sendiri.
2. Marya Hornbacher, pengarang buku yang mengisahkan memoar pahit mengenai kehidupannya yang tersita karena permasalahan gangguan makan antara lain Anorexia Nervosa. Dalam buku tersebut dia menceritakan pengalamannya dibekap masalah gangguan makan tersebut yang membawa berbagai dampak buruk yang menghancurkan hidupnya, pemikirannya dan citra dirinya baik secara fisik dan mental yang terus dirasakannya walaupun telah menjalani program pemulihan.
3. Seorang model Spanyol yang baru-baru ini meninggal dunia oleh karena permasalahan Anorexia Nervosa akut yang dideritanya. Kepergiannya telah

menyentakkan begitu banyak orang yang menyebabkan diciptakannya peraturan yang membatasi berat badan proporsional model yang boleh dipakai untuk menjaga agar model-model yang ada tetap berada dalam batas berat badan yang normal untuk mencegah terjadinya peristiwa serupa.

2.6.8. Kuisisioner.

Dalam pengerjaan iklan layanan masyarakat ini dilakukanlah metode pencarian data melalui kuisisioner. Hal ini dilakukan untuk mengetahui lebih dalam lagi tentang hal-hal yang dapat mempengaruhi dan menjadi tambahan data yang dapat digunakan untuk pengerjaan iklan layanan masyarakat ini. Selain itu melalui kuisisioner ini diharapkan dapat mengetahui kebiasaan yang sering dilakukan oleh mereka yang menjadi *target audience* dari iklan layanan masyarakat ini. Dengan itu diharapkan iklan layanan masyarakat yang nantinya dihasilkan dapat menyampaikan pesan dengan baik kepada masyarakat terutama kepada mereka yang menjadi *target audience* dari iklan layanan masyarakat ini sehingga tujuan yang hendak dicapai melalui iklan layanan masyarakat ini dapat tercapai dengan sukses dan efektif.

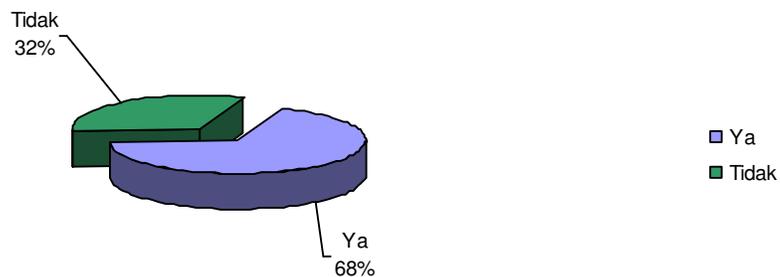
Kuisisioner ini disebarkan di lembaga pendidikan seperti universitas dan tempat-tempat umum seperti pusat perbelanjaan yang ada di Surabaya. Hal ini disesuaikan dengan lingkup target iklan layanan masyarakat ini yang mencakup wilayah Surabaya dan sekitarnya.

Sedangkan yang menjadi target dari penyebaran kuisisioner ini adalah kaum perempuan dengan rentang umur 17-24 tahun di perkotaan dengan tingkat ekonomi menengah ke atas dengan latar belakang pendidikan yang memadai.

kuisisioner yang disebar sebanyak 135 buah dan setelah mengalami pemeriksaan lebih lanjut untuk menghindari *error sampling* maka didapatkanlah 100 data yang memenuhi syarat dan selanjutnya hasil dari penyebaran kuisisioner ini akan dijabarkan dengan lebih lanjut di sub bab berikut ini.

2.6.8.1. Analisa Data Kuisisioner

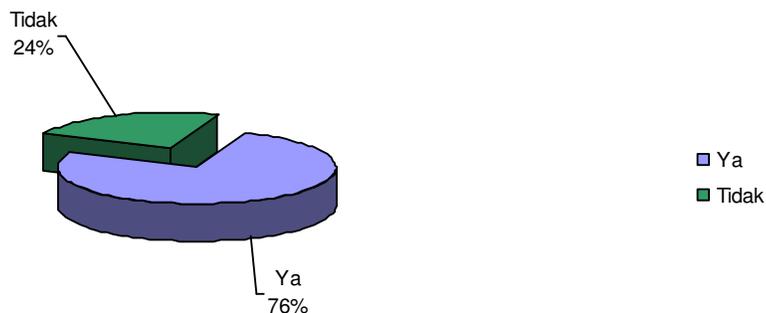
Kuisisioner 1: Apa anda pernah mengalami masalah berat badan?



Gambar 2.1. Pernahkah mengalami masalah berat badan

Dari hasil kuisisioner didapat data bahwa sebanyak 68% dari pengisi kuisisioner pernah mengalami masalah dengan berat badannya.

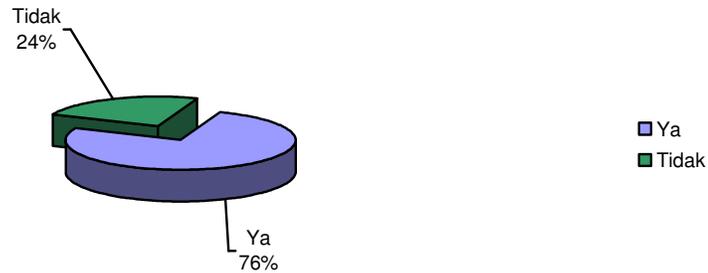
Kuisisioner 2: Apa anda pernah berniat ataupun melakukan tindakan-tindakan yang bertujuan untuk mengurangi berat badan?



Gambar 2.2. Pernahkah berniat ataupun melakukan tindakan-tindakan yang bertujuan untuk mengurangi berat badan

Dari hasil kuisisioner diatas dapat disimpulkan bahwa dari seluruh koresponden sebagian besar dari mereka yaitu sebesar 76% pernah berniat ataupun melakukan tindakan-tindakan yang bertujuan untuk mengurangi berat badan.

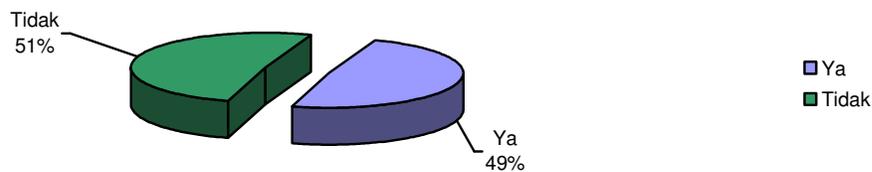
Kuisisioner 3 : Apa anda setuju bahwa kecantikan sangat erat kaitannya dengan tubuh yang ideal dalam artian kurus dan tidak berlemak?



Gambar 2.3. Setujukah bahwa kecantikan sangat erat kaitannya dengan tubuh yang ideal dalam artian kurus dan tidak berlemak

Dari hasil kuisisioner di atas dapat disimpulkan bahwa 76% koresponden setuju bahwa kecantikan erat berkaitan dengan bentuk tubuh yang ideal dan tidak berlemak yang menyebabkan timbulnya pandangan masyarakat bahwa cantik itu harus memiliki tubuh yang ideal.

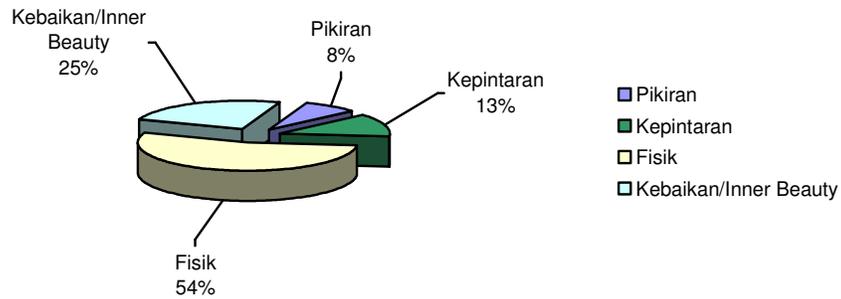
Kuisisioner 4 : Apa anda setuju bahwa mereka yang gemuk tidak dapat dikategorikan cantik?



Gambar 2.4. Setujukah bahwa mereka yang gemuk tidak dapat dikategorikan cantik

Dari hasil kuisisioner didapatkan kesimpulan bahwa pendapat koresponden terbagi menjadi dua bagian yang hampir sama yaitu sebesar 49% yang menyatakan setuju dan 51% yang menyatakan tidak setuju dengan pertanyaan yang diajukan.

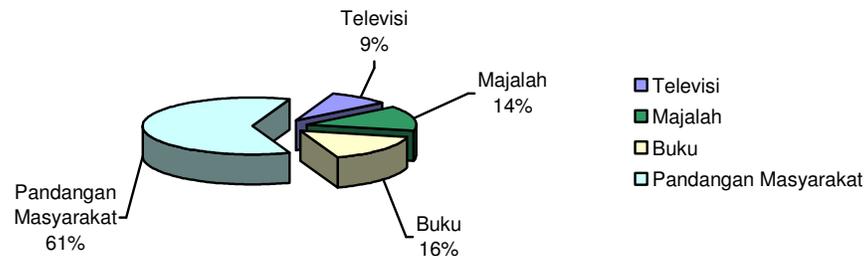
Kuisisioner 5 : Menurut anda dari segi apakah kecantikan perempuan itu jelas terlihat?



Gambar 2.5. Dari segi apa kecantikan perempuan itu jelas terlihat

Dari hasil kuisisioner didapatkan kesimpulan bahwa berdasarkan beberapa pilihan yang diberikan faktor fisik tetap dipandang sebagai tolak ukur kecantikan seorang perempuan.

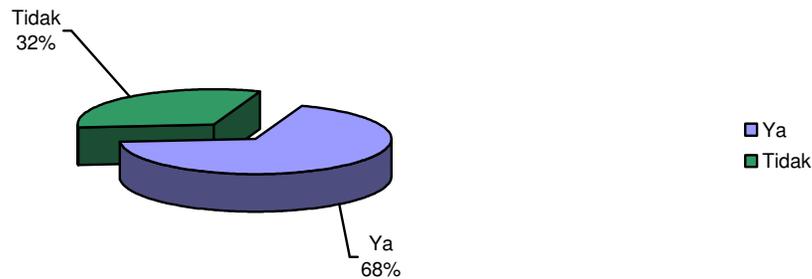
Kuisisioner 6 : Dari manakah anda mengetahui tentang makna kecantikan yang ada?



Gambar 2.6. Dari mana mengetahui tentang makna kecantikan

Dari hasil kuisisioner didapatkan hasil bahwa sebagian besar responden mengetahui makna kecantikan berdasarkan pandangan masyarakat sehingga dapat disimpulkan bahwa yang dianggap cantik adalah yang sesuai dengan penilaian dan pandangan masyarakat umum.

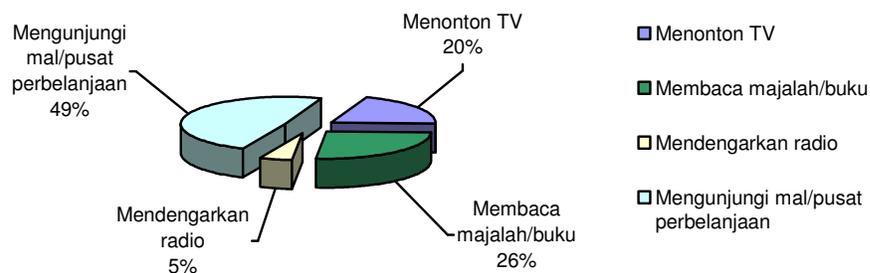
Kuisisioner 7 : Menurut anda apakah kecantikan adalah faktor paling penting dalam keberadaan seorang perempuan?



Gambar 2.7. Apakah kecantikan adalah faktor penting dalam keberadaan seorang perempuan.

Dari hasil kuisisioner yang ada didapat kesimpulan bahwa faktor kecantikan masih dianggap sebagai faktor yang penting dalam keberadaan seorang perempuan sehingga secara tidak langsung menimbulkan pemikiran bahwa seorang perempuan yang cantik menurut pandangan masyarakat memiliki nilai yang lebih di masyarakat.

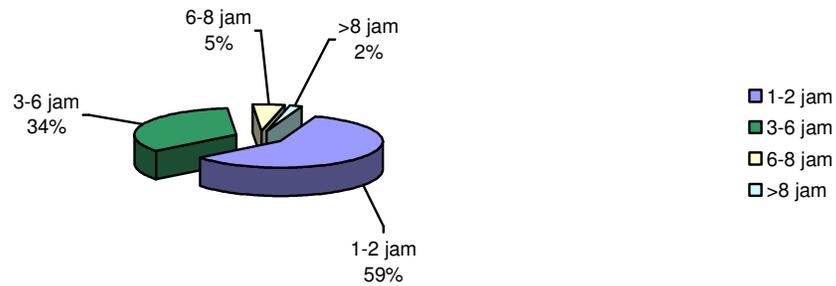
Kuisisioner 8 : Apa yang anda lakukan untuk mengisi waktu senggang?



Gambar 2.8. Yang dilakukan untuk mengisi waktu senggang

Dari hasil kuisisioner didapatkan hasil bahwa mengunjungi mall/pusat perbelanjaan adalah kegiatan yang paling sering dilakukan oleh sebagian besar responden untuk mengisi waktu luangnya.

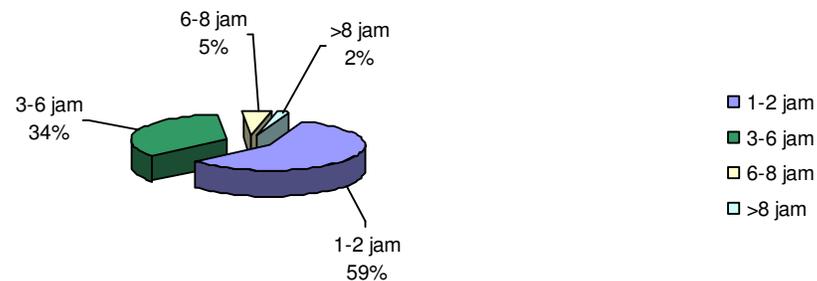
Kuisisioner 9 : Berapa jam dalam sehari anda menghabiskan waktu untuk menonton televisi?



Gambar 2.9. Jumlah jam yang dihabiskan dalam sehari untuk menonton televisi

Dari hasil kuisisioner didapatkan hasil bahwa sebagian besar responden yaitu 59% hanya menghabiskan 1-2 jam dalam sehari untuk menonton televisi.

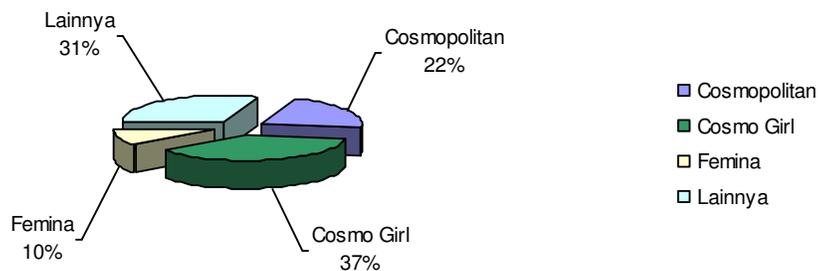
Kuisisioner 10 : Koran apa yang biasanya and abaca?



Gambar 2.10. Koran yang biasa dibaca

Dari hasil kuisisioner didapatkan hasil bahwa sebagian besar yaitu 80% responden membaca Jawa Pos.

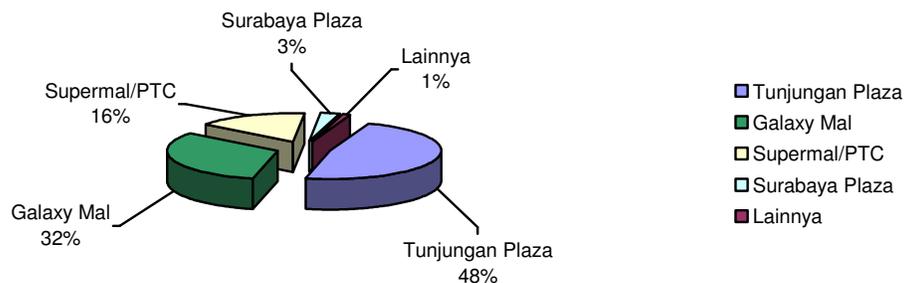
Kuisisioner 11 : Majalah apa yang sering anda baca?



Gambar 2.11. Majalah yang sering dibaca

Dari hasil kuisisioner yang ada didapatkan bahwa posisi *share* majalah yang dibaca terlihat berimbang.

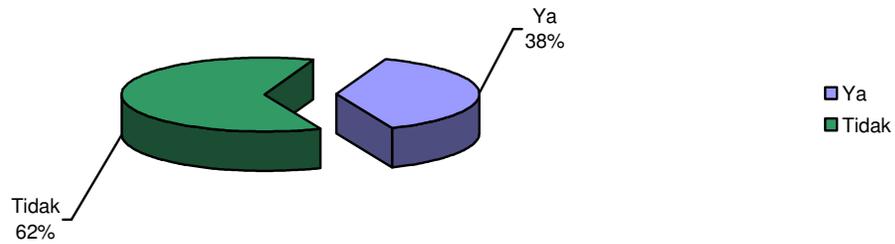
Kuisisioner 12 : Tempat umum/pusat perbelanjaan yang sering anda datangi?



Gambar 2.12. Tempat umum/pusat perbelanjaan yang sering dikunjungi

Dari hasil kuisisioner didapatkan kesimpulan bahwa Tunjungan Plaza adalah tempat umum/pusat perbelanjaan yang sering dikunjungi dalam kehidupan sehari-harinya.

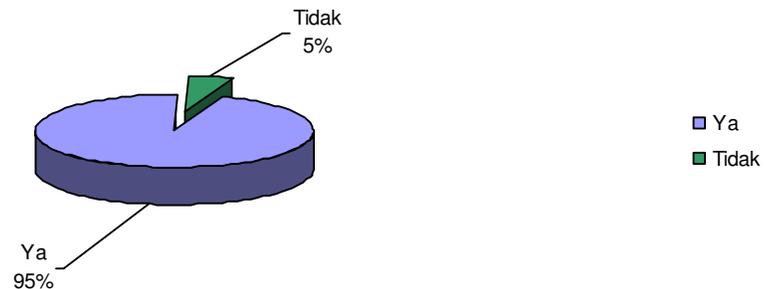
Kuisisioner 13 : Apa anda mengetahui tentang Anorexia Nervosa?



Gambar 2.13. Apa mengetahui tentang Anorexia Nervosa

Dari hasil kuisisioner didapatkan kesimpulan bahwa sebagian besar responden belum mengetahui tentang Anorexia Nervosa.

Kuisisioner 14 : Jika telah mengetahui tentang Anorexia Nervosa, apakah menurut anda Anorexia Nervosa adalah permasalahan yang serius?



Gambar 2.14. Apakah Anorexia Nervosa adalah permasalahan yang serius

Dari sejumlah responden yang telah mengetahui tentang permasalahan Anorexia Nervosa (dari pertanyaan no. 13) sebanyak 95% menganggap bahwa Anorexia Nervosa adalah permasalahan yang serius.

2.6.8.2. Analisa Hasil Kuisisioner

Berdasarkan pengumpulan data melalui kuisisioner dan hasil yang telah dikumpulkan dapat diketahui bahwa Anorexia Nervosa merupakan permasalahan yang serius di masyarakat dan diperlukanlah sebuah tindakan yang dapat membantu menindak lanjuti dan mengatasi permasalahan tersebut. Oleh sebab itu pembuatan Iklan Layanan Masyarakat ini dilandasi dengan keinginan untuk memberikan pengertian kepada masyarakat dan juga sebagai tindak lanjut masyarakat untuk menghadapi permasalahan Anorexia Nervosa ini.

Dari hasil kuisisioner ini pula didapati kenyataan bahwa sebagian besar responden pernah mengalami permasalahan berat badan dan pernah pula berniat bahkan melakukan tindakan-tindakan untuk mengurangi berat badannya. Yang tidak dapat dihindari adalah apakah tindakan tersebut dilandasi dengan pengawasan kesehatan yang tepat atautkah dilakukan dengan cara-cara yang salah yang dapat membawa berbagai akibat buruk termasuk salah satunya permasalahan gangguan makan Anorexia Nervosa ini.

Selain itu pula berdasarkan hasil kuisisioner dapat disimpulkan bahwa penampilan fisik adalah salah satu factor yang menentukan kecantikan seseorang khususnya perempuan dan menjadi dasar pandangan masyarakat untuk menilai kecantikan. Pendapat ini dapat membuat para perempuan berlomba-lomba dan terobsesi untuk menjadikan tubuhnya ideal dengan artian tak adanya lemak agar dianggap cantik di masyarakat. Obsesi yang berlebihan ini dapat menjadi pencetus timbulnya gangguan makan Anorexia Nervosa ini.

Oleh karena itu melalui iklan layanan masyarakat yang mengangkat tema gangguan makan Anorexia Nervosa ini mencoba memberikan pemahaman baru mengenai makna kecantikan yang ada.

Dari hasil kuisisioner ini didapatkan data dan acuan media yang hendak digunakan untuk pelaksanaan iklan layanan masyarakat mengenai gangguan makan Anorexia Nervosa ini sehingga diharapkan iklan layanan masyarakat ini nantinya dapat menyampaikan pesan yang hendak disampaikan dengan tepat sasaran dan efektif.