

EKSPLORASI DESAIN KARAKTER UNTUK KAMPANYE SOSIAL *PLUS SIZE*

Livia Maharani ^{1✉} dan Rizki Taufik Rakhman ^{2✉}

Universitas Negeri Jakarta, Jurusan Pendidikan Seni Rupa

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima Agustus 2023
Disetujui Oktober 2023
Dipublikasi November 2023

Kata Kunci:

citra tubuh, plus size, body positivity

Abstrak

Citra tubuh atau *body image* adalah visualisasi diri seseorang dalam pikirannya tentang penampilan fisiknya, bentuk, ukuran, dan sikap yang dibentuk terhadap karakteristik yang ada pada tubuhnya. Bentuk tubuh yang gemuk atau *plus size*, merupakan salah satu citra tubuh yang kerap dipandang negatif yang pada masyarakat. Bentuk tubuh yang dipandang negatif ini dapat membuat pemilik tubuh memiliki rasa tidak percaya diri atau bahkan mengidap masalah kesehatan mental. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi karakter untuk menemukan karakter *plus size* melalui eksplorasi desain dalam kampanye sosial *body positivity*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *design thinking* hingga tahap pembuatan *prototype*. Hasil penelitian berupa karakter *plus size* sebagai representasi remaja perempuan untuk kampanye sosial.

PENDAHULUAN

Citra tubuh menurut Gardner (Faucher, 2003) adalah visualisasi seseorang dalam pikirannya tentang penampilan fisik tubuhnya seperti bentuk dan ukuran, juga sikap yang dibentuk seseorang terhadap karakteristik yang ada pada tubuhnya. Sedangkan menurut Rice, (Rice, 1995), citra tubuh adalah sebuah pola mental yang dimiliki seseorang mengenai tubuhnya meliputi pikiran, penilaian, perasaan, sensasi, kesadaran, dan perilaku akan tubuhnya. Secara umum, citra tubuh terbagi menjadi 2 jenis yaitu citra tubuh positif dan citra tubuh negatif.

Citra tubuh positif adalah persepsi yang baik atau positif tentang tubuh sendiri. Dalam citra positif seseorang menghargai bentuk tubuhnya dan memahami bahwa penampilan fisik manusia memang tidak ada yang sempurna. Sebaliknya, citra negatif dilihat dengan cara yang berlawanan. Citra tubuh negatif adalah persepsi yang menyimpang dan buruk dari bentuk tubuh sendiri. Menurut konsep citra negatif, seseorang akan berpersepsi tentang ukuran dan bentuk tubuh sebagai hal yang tidak menarik. Bahkan konsep ini berpotensi membuat

seseorang berpikir bahwa bentuk tubuhnya tidak seperti yang diinginkan. Sayangnya, konsep citra tubuh lebih berkembang ke arah negatif dan bahkan bisa memengaruhi kondisi mental seseorang. Badan gemuk atau tubuh *plus size* berkembang menjadi citra tubuh negatif dalam masyarakat. Seseorang yang memiliki tubuh gemuk dapat menerima perlakuan buruk secara verbal dari masyarakat. Hal ini dibuktikan berdasarkan laporan *ZAP Beauty Index 2020*, sekitar 62,2% perempuan di Indonesia pernah menjadi korban *body shaming* selama hidupnya. Dari jumlah itu, 47% responden mengalami *body shaming* karena tubuhnya dianggap gemuk atau terlalu berisi.

Bahkan ada masalah yang lebih serius jika ketakutan seseorang pada tubuh gemuknya makin parah. Attie dan Brooks-Gunn; Strong dan Huon (Haugaard, 2001) mengemukakan bahwa wanita yang tidak puas dengan bentuk tubuhnya berisiko lebih tinggi mengalami gangguan makan yang biasa disebut dengan gangguan makan. Gangguan makan adalah gangguan mental yang dialami seseorang saat mengonsumsi makanan karena terobsesi dengan berat badan dan bentuk



tubuhnya, untuk itu mereka akan terpaksa mengikuti diet ketat dibandingkan dengan orang lain. Wanita yang merasa puas dengan bentuk tubuhnya. Hayes dan Rogers (2008) menambahkan bahwa kondisi mental dapat mempengaruhi perilaku dan emosi seseorang yang akan terwujud dalam situasi tertentu.

Karakter adalah gambaran dari seorang tokoh melalui visualisasi fisik, dan sifat. Karakter juga direpresentasikan melalui cara mereka berpikir dan bertindak. Definisi karakter dalam rekaman bahasa asing juga dapat diinterpretasikan secara grafis. Tokoh naratif adalah orang dalam karya naratif atau drama, yang ditafsirkan oleh pembaca memiliki kualitas atau kecenderungan moral tertentu yang diungkapkan melalui bahasa atau tindakan (Nurgiyantoro, 2010: 165). Peristiwa dalam fiksi, seperti halnya peristiwa dalam kehidupan sehari-hari, selalu diperankan oleh tokoh atau aktor tertentu. Pelaku yang membawa peristiwa ke dalam cerita fiksi dan dari siapa peristiwa itu dapat merangkai cerita disebut tokoh (Aminuddin, 2013:79). Disimpulkan dari dua pengertian di atas, karakter adalah bentuk orang atau pelaku yang ditampilkan dalam sebuah cerita atau karya sastra yang memiliki peranan penting.

Desain karakter adalah proses visualisasi karakter yang disesuaikan dengan tema cerita. Perancangan awal dari desain karakter mulai dari nama, bentuk tubuh, gaya gambar, pose, ekspresi, dan gaya busana tokoh. Proses desain karakter dimulai dari visualisasi fisik karakter yang akan dibuat. Dalam proses ini, pembentukan dimulai dari jenis karakter yang merupakan seorang remaja perempuan, dengan tinggi badan dan berat badan rata-rata wanita bertubuh gemuk, dengan kulit sawo matang. Proses selanjutnya adalah pembentukan psikologis karakter yang akan dibahas lebih lanjut pada bagian pembahasan.

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengeksplorasi pembentukan seorang tokoh atau karakter untuk merepresentasikan perempuan dengan citra tubuh gemuk atau *plus size*. Tokoh yang akan dibentuk nantinya akan digunakan dalam jurnal visual sebagai kampanye sosial *body positivity* pada remaja perempuan.

Tokoh yang diciptakan haruslah mewakili atau merepresentasikan para remaja perempuan agar audiens yang dituju merasa relevan dengan permasalahan dan cerita yang akan disajikan ke dalam jurnal visual.

METODE

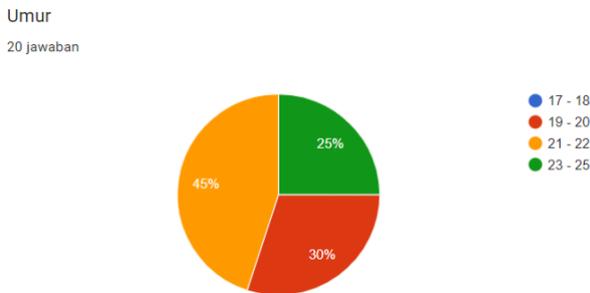
Metode untuk eksplorasi desain karakter ini menggunakan pendekatan *Design Thinking*. Terdapat 5 tahapan dalam metode *design thinking*. Tahapan pertama adalah *empathise*. Tahap ini adalah upaya mendapatkan rasa empati tentang masalah yang akan dipecahkan. *Empathise* dilakukan dengan mengumpulkan data dari pelaku permasalahan atau para ahli untuk mempelajari lebih lanjut tentang perawatan dengan mengamati, melibatkan, dan berempati dengan orang-orang untuk memahami pengalaman dan motivasi mereka, yang mengarah pada pemahaman pribadi yang lebih jelas tentang masalah yang terlibat. Tahapan kedua dari *design thinking* adalah *define* dimana peneliti berupaya menemukan solusi dari masalah. Berlanjut ke tahap ketiga, yaitu *ideate*, peneliti siap untuk menciptakan sebuah solusi baru untuk permasalahan terkait dengan cara *brainstorming*. Tahap keempat adalah *prototype*. Pada tahap *prototype*, peneliti sudah melaksanakan proses perancangan sebuah produk hasil dari tahapan *ideate*.

Metode pengumpulan informasi yang pertama berbentuk kuesioner yang melibatkan target audiens yaitu remaja Wanita di kisaran umur 18-23 tahun bertubuh gemuk yang diharapkan dapat memberikan informasi mendalam mengenai kesulitan – kesulitan, cerita, visual yang dimiliki oleh informan berupa remaja bertubuh *plus size*, hal ini dilakukan sehingga peneliti dapat membentuk karakter yang sesuai dan menawarkan solusi yang tepat dari permasalahan yang diangkat. Metode pengumpulan informasi kedua yaitu studi Pustaka. Studi pustaka adalah metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik itu dokumen tertulis maupun dokumen elektronik, foto, gambar, dari berbagai sumber yang dapat mendukung dalam proses penulisan. Data yang dikumpulkan berupa foto-

foto atau karya tulis akademik dan seni yang sudah ada agar menambah sifat kredibel pada data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

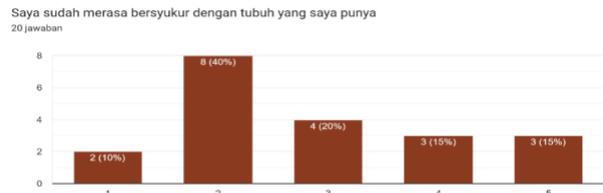
Penciptaan desain karakter bertubuh *plus size* untuk remaja perempuan dilakukan pada upaya untuk kampanye sosial dengan tujuan membangun *body positivity* pada remaja. Untuk itu dilaksanakanlah eksplorasi desain karakter agar karakter yang dibuat masuk pada audiens. Proses eksplorasi ini melibatkan para audiens untuk mencari tahu lebih banyak tentang sudut pandang mereka terhadap tubuhnya, perlakuan masyarakat terhadap mereka, penampilan dan berempati dengan orang-orang bertubuh tersebut sehingga memperoleh pemahaman pribadi yang lebih jelas tentang masalah dalam pembentukan karakter yang akan diciptakan melalui kuesioner. Data tersebut juga didukung dengan informasi dari hasil studi pustaka. Kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan terkait pembentukan karakter, mulai dari sosial hingga visual wanita bertubuh *plus size*. Kuesioner disebarakan di sosial media dan menargetkan remaja di area usia 18 – 23 tahun. Peneliti berhasil mengumpulkan total 20 narasumber untuk mengisi data yang dibutuhkan, responden didominasi dengan Wanita berusia 20-21 tahun bercitra tubuh *plus size* yang sebagian besar berasal dari Universitas Negeri Jakarta.



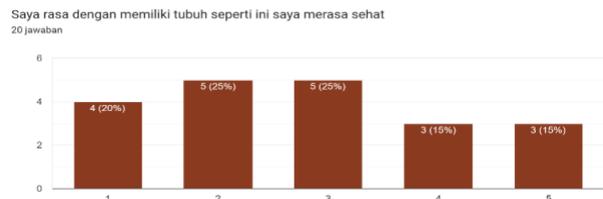
Gambar 1. Hasil kuesioner umur responden (keterangan:: oranye UNJ, merah Mercu Buana, hijau STBA Bandung, biru lainnya)

Memasuki konten utama, kuesioner ini memiliki dua bagian yang memisahkan pertanyaan bertemakan sosial dan visual. Bagian pertama kuesioner mengandung pertanyaan

untuk mendukung eksplorasi perwatakan dan sosial karakter. Tujuan kuesioner menanyakan ini guna membangun kepribadian tokoh, *setting* cerita dan latar belakang karakter. Karena seorang tokoh fiksi yang dibuat tidak bisa lepas dari cerita yang ada di belakangnya (Tillman, 2011). Rangkuman dari bagian pertama yang sudah diisi responden menyatakan bahwa 40% dari mereka tidak bersyukur dengan tubuh yang sudah mereka punya. Walaupun rasa tidak bersyukur itu tinggi, total 45% responden merasa sehat-sehat saja dengan memiliki tubuh *plus size*. Namun 35% dari mereka jadi ingin mengubah bentuk tubuh mereka dengan cara berdiet. Data ini mendukung alasan mengapa 50% dari mereka merasa terganggu karena sanak saudara dan orang-orang di sekitar mereka kerap mengomentari bentuk tubuh mereka yang besar. Terlepas dari itu semua, 45% setuju bahwa orang bertubuh *plus size* bisa bersinar dengan cara yang lain dengan mengandalkan kemampuan sosial dan intelektual mereka.



Gambar 2. Hasil kuesioner: rasa syukur wanita bertubuh *plus size*



Gambar 3. Hasil kuesioner: kesehatan wanita bertubuh *plus size*

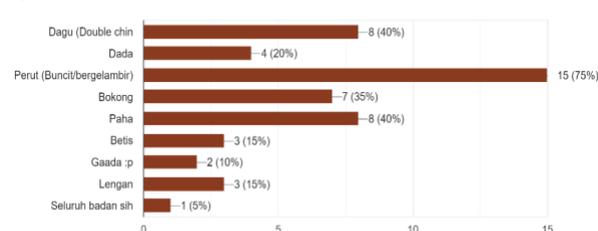


Gambar 4. Hasil kuesioner: pandangan orang-orang sekitar terhadap wanita bertubuh *plus size*

Melanjutkan dari bagian pertama, bagian kedua dari kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan mengandung data yang akan mendukung eksplorasi tentang visual untuk desain karakter. Pertanyaan untuk mendukung data eksplorasi visual desain adalah mengenai bagian fisik seseorang bertubuh *plus size* yang paling membuat pemilik tubuh merasa tidak percaya diri dengan citra tubuhnya. Peneliti membuat banyak opsi di bagian ini. Ada beberapa bagian tubuh yang menonjol pada badan *plus size* yang paling membuat pemilik tubuh melihat rendah citra tubuhnya karena dipandang tidak menarik dan mengganggu. Berdasarkan jawaban dari responden, berikut adalah hasilnya. Opsi terbanyak yang dipilih dari total 20 orang ini adalah perut buncit atau bergelambir yang dipilih sebagai . Opsi terbanyak kedua adalah dagu dan paha dengan suara yang sama yaitu 40%. Opsi ketiga terbanyak adalah bokong dengan suara 35%, lalu dibawahnya ada dada dengan suara 25% dan opsi-opsi terbawah yaitu betis, lengan, dan lainnya dengan kisaran suara 15 - 5%. Opsi terbanyak di urutan pertama sampai ketiga akan peneliti jadikan referensi sebagai bagian dari visual bentuk tubuh karakter.

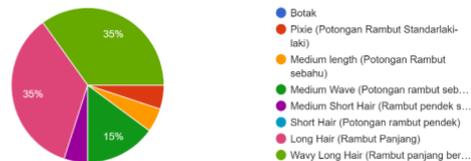
Terakhir pada bagian visual adalah pertanyaan tentang gaya rambut seorang remaja wanita yang cocok dimiliki wanita bertubuh *plus size*. Bagian ini juga peneliti berikan banyak opsi mengingat beragamnya gaya rambut dan potongan rambut wanita. Hasilnya, ada dua opsi jumlah suara terbanyak dengan suara yang sama pula yaitu 35%. Dua suara terbanyak ini adalah *wavy long hair* (rambut panjang bergelombang) dan *long hair* (rambut panjang). Karena esensi kedua opsi ini sama, maka peneliti memadukan dua opsi ini menjadi satu, yang menghasilkan opsi yang sama juga, *wavy long hair*.

Bagian tubuh mana yang sering dan sangat membuat kamu insecure?
20 jawaban



Gambar 5. Hasil kuesioner: bagian tubuh spesifik

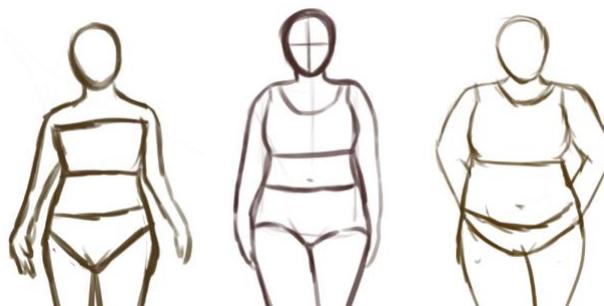
Untuk seseorang yang memiliki badan plus size, model rambut seperti apa yang cocok denganmu?
20 jawaban



Gambar 6. Hasil kuesioner: gaya rambut

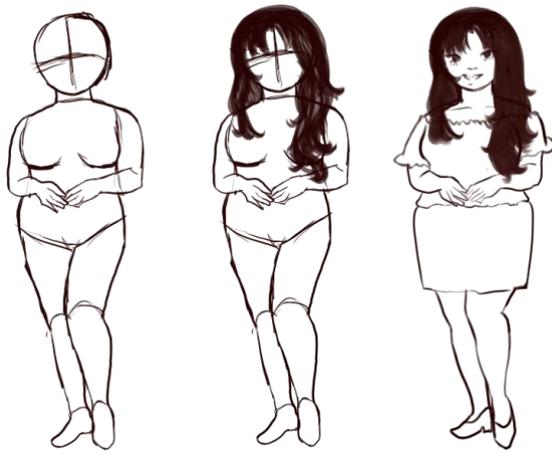
Proses Visualisasi Karakter

Penggambaran dibuat dengan mengambil referensi yang didasari oleh jawaban terbanyak yang dipilih responden. Dimulai dari bentuk tubuh wanita berbadan *plus size*, peneliti memberikan tiga opsi utama bentuk tubuh *plus size* yang kerap terlihat pada visual wanita remaja di usia 20 tahun ke atas. Langkah pertama visualisasi desain karakter, menggambar sketsa dengan Teknik digital menggunakan perangkat lunak ilustrasi bernama *Medibang Paint Pro*.



Gambar 7. Sketsa untuk opsi bentuk tubuh yang dipilih responden

Sebesar 55% responden, yaitu suara terbanyak adalah opsi 2 (gambar tengah), dimana responden memilih bentuk tubuh Wanita yang ditampilkan di sebelah kiri sebagai bentuk tubuh yang paling mirip atau serupa dengan bentuk tubuh mereka saat ini. Berdasarkan hasil survei tersebut, peneliti memilih opsi pertama sebagai bentuk tubuh karakter yang akan diciptakan. Langkah kedua peneliti menentukan *pose* karakter, menggambar visual rambut karakter, wajah, hingga pakaian karakter. Proses ini dilakukan dari sketsa hingga penebalan *outline*.



Gambar 8. Sketsa pose karakter hingga penggambaran

Lanjut ke tahap ketiga, setelah bentuk visual karakter ditentukan, selanjutnya peneliti menentukan warna kulit karakter dengan mengambil *colour tone* wanita Indonesia yang beragam. Wanita Indonesia, yang merupakan bagian dari bangsa Indonesia sendiri kaya akan variasi warna kulit yang diturunkan secara genetik, ras, dan etnis. Meuthia Khairani (Beautynesia, 2002) dalam artikelnya, mayoritas wanita Indonesia memiliki kulit berwarna sawo matang, kuning langsat, dan putih gading. Kulit dengan *tone* sawo matang menjadi pilihan sebagai warna kulit karakter.

Proses dilanjutkan dari pengisian warna dasar, dilanjut dengan *shading*, sampai yang terakhir *finishing* dengan mewarnai pakaian karakter dan penambahan warna-warna spesifik agar memperindah visual karakter.



Gambar 9. Proses pewarnaan karakter

SIMPULAN

Citra tubuh negatif adalah persepsi yang menyimpang dan buruk dari bentuk tubuh sendiri. Menurut konsep citra negatif, seseorang akan berpersepsi tentang ukuran dan bentuk tubuh sebagai hal yang tidak menarik. Bahkan konsep ini berpotensi membuat seseorang berpikir bahwa bentuk tubuhnya tidak seperti yang diinginkan. Sayangnya, konsep citra tubuh lebih berkembang ke arah negatif dan bahkan bisa memengaruhi kondisi mental pemilik tubuh tersebut. Sebuah tokoh dengan karakteristik tubuh gemuk atau *plus size* merupakan ide peneliti demi merepresentasikan perempuan yang memiliki masalah terhadap pandangan negatif masyarakat. Proses pembentukan tokoh ini menggunakan metode *design thinking* tahap pertama, yaitu *empathise*. Dalam tahap ini peneliti mengumpulkan respon dari target audiens untuk merasakan empati demi memahami jiwa karakter dan visualnya dengan menyebar kuesioner. Adapun hasil kuesioner yang memuat data untuk keadaan sosial dan watak karakter, wanita yang bertubuh gemuk tentu masih mendapat cibiran dari masyarakat sekitar termasuk lingkungan keluarga. Hal ini juga yang menyebabkan sebagian besar dari responden masih merasa *insecure* dengan tubuh yang dimilikinya. Adapun hasil dari kuesioner dengan mengambil jumlah suara terbanyak, visual karakter yang diciptakan berupa seorang remaja berumur dua puluhan awal, dengan spesifik fitur tubuh; bahu lebar, dada dan paha berukuran sedang-besar, perut buncit, dagu berlipat, kulit sawo matang, dan rambut Panjang bergelombang. Proses desain dilakukan dengan tahap pertama membuat sketsa berdasarkan spesifikasi bentuk tubuh sesuai jawaban responden. Setelah tahap sketsa, tahapan *line art* dan hasil akhirnya adalah pewarnaan. Dengan pemilihan visual yang sesuai dengan diri target audiens, para calon audiens akan mudah menempatkan diri mereka sendiri kepada karakter yang dibuat. Karakter ini dirancang sebagai tokoh utama pada jurnal visual bertajuk kampanye *body positivity* agar perempuan dapat memancarkan kecantikannya tanpa peduli stigma negatif yang menempel pada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Tillman, B. 2011. *Creative Character Design*.
United Kingdom: Elsevier.

Rice, Melanie. 1995. *My First Body Book*. New
York: Dorling Kindersley.

Homan, Devi Kurniawati. 2014. *EKSPLORASI
VISUAL DIRI DALAM DESAIN KARAKTER*.
Jurnal Humaniora. 5(2): 739.

Akhmad, Mukhlis. 2013. *Berpikir Positif Pada
Ketidakpuasan Terhadap Citra Tubuh*.
Jurnal Psikoislamika. 10 (1), 6-8.

Desi, Eunike. 2022. *Visualisasi Wanita Plus Size
dalam Estetika Fotografi*. Jurnal Specta. 6
(1), 21-36.

Suhlah, Hafiyah. 2022. *Perancangan Sablon Dan
Bordir Pada Dress Sumber Ide Body
Positivity dalam Imajinasi: Jurnal Seni, Vol
XVI, No. 2 - Oktober 2022*
([https://journal.unnes.ac.id/nju/index.ph
p/imajinasi/article/view/41725](https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi/article/view/41725)).

Ifdil, Ifdil. 2017. *Hubungan Body Image dengan
Kepercayaan Diri Remaja Putri*. Jurnal
Kajian dan Bimbingan Konseling. 2 (3),
107-113.

Arindita, Ruvira. 2020. *Analisis Naratif tentang
Kampanye #BodyProudMums oleh
Mothercare di Instagram*. Jurnal Ultima
Comm. 12 (2), 319.

Khairani, Meuthia. 2022. *"Fakta Menarik tentang
Kulit Cokelat atau Eksotis, Warna Kulit yang
Dimiliki Kebanyakan Perempuan Indonesia"*.
Beautynesia
([https://www.beautynesia.id/beauty/fakt
a-menarik-tentang-kulit-cokelat-atau-
eksotis-warna-kulit-yang-dimiliki-
kebanyakan-perempuan-indonesia/b-
265966](https://www.beautynesia.id/beauty/fakta-menarik-tentang-kulit-cokelat-atau-eksotis-warna-kulit-yang-dimiliki-kebanyakan-perempuan-indonesia/b-265966)). Diakses pada 25 April 2023.

Friis Dam, Rikke. 2022. *"What is Design Thinking
and Why Is It So Popular?"*. *Interaction
Design* ([https://www.interaction-
design.org/literature/article/what-is-](https://www.interaction-design.org/literature/article/what-is-)

[design-thinking-and-why-is-it-so-popular](#)).

Diakses pada 24 April 2023.