

Perancangan Media *Merchandise* untuk Mengurangi *Insecurity*

Levina Chrisa Anjani Setiawan¹, Listia Natadjaja², Rika Febriani³

1. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Humaniora dan Industri Kreatif, Universitas Kristen Petra,
Jl. Siwalankerto No. 121-131, Surabaya
Email: levinachrisa@gmail.com

Abstrak

Idealisme mengenai standar kecantikan, pencapaian, finansial dan sebagainya dapat dibangun oleh media sosial. Masyarakat kemudian terdorong untuk mencapai keadaan yang dianggap ideal tersebut. Hal ini disebabkan oleh perbandingan sosial dan krisis kepercayaan diri diakibatkan oleh perasaan gagal dalam mencapai keadaan ideal yang digambarkan pada media sosial sehingga menyebabkan seseorang mengalami *insecurity*. *Insecurity* yang marak dijumpai adalah *body image insecurity*. Namun, setiap orang memiliki hak untuk merasa nyaman tanpa mengikuti standar yang ada di masyarakat. Kepercayaan diri dapat dibangun oleh afirmasi positif. Selain afirmasi positif, salah satu kebiasaan yang dapat membangun kepercayaan diri adalah dengan melakukan *gratitude journaling*. Media yang dapat mengomunikasikan afirmasi positif dan kebiasaan yang membangun rasa percaya diri adalah media *merchandise*. Oleh karena itu, tujuan dari perancangan ini adalah membuat media *merchandise* untuk mengurangi *insecurity* dengan target audiens yaitu perempuan usia 17-25 tahun. Visualisasi *merchandise* menggunakan tipografi dan ilustrasi yang disesuaikan dengan target audiens. Perancangan *merchandise* ini dimaksudkan supaya target audiens dapat berfokus kepada potensi diri maupun hal-hal positif yang terjadi dalam hidup sehingga dapat memperoleh kepercayaan diri.

Kata kunci: *insecurity*; *body image insecurity*; afirmasi positif; *merchandise*;

Abstract

Title: *Designing a merchandise media to lessen insecurity*

Social media build idealism about beauty, achievements, financial conditions, and more in society. People strive to achieve the ideal state made by social media. Insecurity could happen because of the social comparison and confidence crisis of failing to achieve the ideal stated on social media. The most common type of insecurity is body image insecurity. Nevertheless, people have the right to feel comfortable without feeling the burden caused by the so-called standard. Positive affirmations can raise one's self-esteem. Besides positive affirmations, gratitude journaling can also raise self-esteem. Merchandise is a medium that can communicate positive affirmations and habits. Therefore, this creation aims to make merchandise to lessen the feeling of insecurity. It aims at women aged 17-25. The merchandise uses visualization such as typography and illustration based on the targeted audience. The purpose of the merchandise is for the targeted audience to focus on one's positive things in life and their potential.

Keywords: *insecurity*; *body image insecurity*; *positive affirmations*; *merchandise*

Pendahuluan

Idealisme mengenai standar kecantikan, pencapaian, finansial dan sebagainya bagi dapat dibangun oleh media sosial. Hal ini mengakibatkan masyarakat menjadi terdorong untuk mencapai atau melampaui standar yang dibangun. Media sosial dapat mengakibatkan perbandingan sosial yang besar. Kehidupan orang lain terlihat lebih baik di media sosial (University of Pennsylvania, 2018). Perbandingan sosial dan krisis kepercayaan diri dapat memicu

kecemasan sosial seseorang (Jiang & Ngien, 2020). Sebagai akibatnya, orang-orang menjadi *insecure*. *Insecurity* merupakan perasaan kekurangan, kepercayaan diri yang rendah, tidak mampu mengatasi beserta ketakutan atau ketidakpastian mengenai kemampuan, tujuan maupun relasi dengan orang lain (American Psychological Association, 2020). Penderita *insecurity* dapat menghadapi permasalahan dalam relasi ataupun pekerjaan (Good Therapy, 2019). *Body image insecurity* menjadi salah satu jenis *insecurity* yang cukup marak dijumpai terutama pada

perempuan. Hal ini dikarenakan secara general, perempuan memiliki tingkat kecemasan yang lebih tinggi dari laki-laki (Caballo et al., 2014). *Body image insecurity* adalah pandangan buruk mengenai penampilan diri. Seseorang yang mengalami *body image insecurity* selalu menghakimi dan membandingkan penampilan fisik secara detail (Patterson, 2021). Awal mulai *body image insecurity* dirasakan adalah ketika seseorang merasakan sebuah perbedaan yang signifikan (Purvis, 2020).

Standarisasi yang terbentuk dalam masyarakat tidak dapat digeneralisasi begitu saja. Setiap individu memiliki hak untuk merasakan kenyamanan tanpa harus mengikuti standar yang ada. Dengan memfokuskan diri kepada sisi dalam diri serta melatih untuk menghargai diri, suatu individu dapat memperoleh kekuatan emosional yang berfungsi untuk melawan *insecurity* (Saxena, 2021). Rasa kepercayaan diri dimulai dari diri. Salah satu cara untuk membangun kepercayaan diri adalah dengan melakukan self-care atau kegiatan yang merujuk pada merawat diri seperti olahraga, menuliskan rasa syukur, membaca hal-hal bertopik *insecurity*, terbuka untuk berkomunikasi serta melakukan terapi atau mendapatkan bantuan ahli (Sander, 2020). Memfokuskan diri pada hal-hal positif, mengetahui kemampuan dan memaafkan diri serta membuka diri dengan orang-orang bisa mengatasi *insecurity* (Mayo Clinic, 2020).

Kepercayaan diri dapat ditumbuhkan pula melalui afirmasi positif dan kebiasaan yang membangun. Afirmasi positif merupakan pernyataan positif yang berfungsi dalam membentuk suatu pola pikir positif serta menyingkirkan pikiran negatif yang ada pada diri. Afirmasi positif berguna dalam mengurangi stres, meningkatkan rasa percaya diri dan meyakinkan diri pada potensi diri (Kevin, 2021). Sebagai upaya untuk mengurangi *insecurity*, quotes atau kata-kata penyemangat dapat menjadi pengingat pada target audiens. Maka dari itu, diperlukan media yang bisa mengomunikasikan afirmasi positif dalam bentuk quotes. Selain afirmasi positif, salah satu kebiasaan yang dapat membangun kepercayaan diri adalah dengan melakukan *gratitude journaling*. *Gratitude journaling* adalah kegiatan menuliskan rasa syukur atas hal-hal yang dialami dalam hidup (Ackerman, 2021).

Salah satu media yang dapat mengomunikasikan afirmasi positif dan kebiasaan yang membangun rasa percaya diri adalah media *merchandise*. *Merchandise* merupakan media yang dipergunakan dalam menunjang promosi yang memiliki fungsi sebagai pernak-pernik suatu acara. *Merchandise* juga dapat memunculkan awareness kepada target audiens yang dituju dan sifatnya fungsional (Nugroho, 2021). Oleh karena itu, tujuan dari perancangan ini adalah membuat media *merchandise* untuk mengurangi *insecurity* dengan target audiens yaitu perempuan usia 17-25

tahun. Visualisasi merchandise menggunakan tipografi dan ilustrasi yang disesuaikan dengan target audiens. Perancangan merchandise ini dimaksudkan supaya target audiens dapat berfokus kepada potensi diri maupun hal-hal positif yang terjadi dalam hidup sehingga dapat memperoleh kepercayaan diri.

Metode Penelitian

Perancangan dilaksanakan menggunakan cara pandang penelitian kualitatif yang dilakukan dengan pengumpulan data melalui tahap pengumpulan data, analisis data, perancangan dan implementasi desain. Perancangan diawali melalui identifikasi masalah dengan menguraikan isu atau fenomena yang menyebabkan *insecurity*. Media sosial yang memudahkan orang-orang dari berbagai dunia untuk berinteraksi dan berkespresi. Namun, kemudahan yang diberikan juga membawa dampak kepada audiens yaitu perbandingan sosial dan krisis kepercayaan diri yang menyebabkan *insecurity*. Setelah pengumpulan data, dilanjutkan pada tahap analisis data yaitu pemilihan kata-kata yang menjadi afirmasi positif dan media *merchandise* yang sesuai dengan perancangan dan target audiens. Kemudian tahapan perancangan dilanjutkan pada tahap perancangan dengan menentukan warna dan *typeface* serta membuat elemen visual dari media *merchandise*. Dan tahap yang keempat adalah implementasi desain pada *merchandise*.

Pembahasan

Tahap Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data dilaksanakan dengan metode studi literasi baik secara cetak maupun internet dan wawancara. Pengumpulan data dilakukan dengan mencari fenomena di media sosial yang dapat menyebabkan *insecurity* terutama *body image insecurity*. Fenomena yang kerap kali terjadi adalah *body shaming* di media sosial. Seperti halnya yang terjadi pada Maria Simorangkir yang mengalami ujaran kebencian atas penampilannya hingga sempat menonaktifkan laman Instagram miliknya selama satu bulan (Tionardus, 2020). Selain itu, terdapat juga fenomena *beauty privilege* yang merujuk pada keberuntungan orang-orang dengan paras yang menarik (Kanzulfikar, 2021). Kecantikan dipandang sebagai sebuah sumber keuntungan dan dapat mempengaruhi kedudukan sosial. Hal ini mengakibatkan terjadinya perbandingan sosial dan krisis kepercayaan diri.

Pengumpulan data juga dilakukan dengan mencari jenis *merchandise* yang sesuai dengan tujuan diperlukan *merchandise* yang dapat menampilkan afirmasi positif dan membangun kebiasaan baik. *Gratitude journal* dapat menjadi *merchandise* yang

membangun kebiasaan baik. *Gratitude journal* merupakan jurnal rasa syukur yang berfungsi sebagai pengingat bahwa dalam kesusahan apapun, selalu terdapat hal yang disyukuri. *Gratitude journal* dapat ditulis secara cetak maupun digital. Terdapat juga t-shirt atau kaus dan phone case sebagai *merchandise*. T-shirt pada awalnya dikenakan oleh seniman dan ilustrator untuk memamerkan karya dan menjadi salah satu bentuk komunikasi visual yang ikonik (Wigan, 2009). Keduanya dapat berfungsi sebagai *unconventional media* yang dapat turut menyebarkan afirmasi positif menggunakan visual dan tipografi yang disajikan ketika dikenakan oleh seseorang sebagai pengingat.

Melalui wawancara yang dilakukan kepada empat narasumber, didapatkan data bahwa narasumber mengetahui istilah *insecurity* dan pernah atau sedang mengalami terutama *body image insecurity*. Terdapat perasaan yang muncul ketika mengalami *insecurity* yaitu merasa tidak berharga, minder dan membandingkan diri dengan orang lain. Menurut narasumber, penyebab utama dari *insecurity* merupakan media sosial dimana kehidupan orang lain terlihat lebih baik dan menarik. Narasumber merasa antusias dengan *merchandise* fungsional bertema *insecurity* karena merasa *relatable* dan dapat dijadikan pengingat untuk tidak terus menerus merasa *insecure* dengan keadaan pribadi. Media sosial utama yang digunakan oleh narasumber yaitu Instagram.

Tahap Analisis Data

Pada tahap ini, dilakukan pemilihan kata-kata sebagai afirmasi positif dan alternatif desain yang akan diimplementasikan pada *merchandise*.

Pemilihan kata-kata yang akan diterapkan:

- a. *My dear you are enough, a thousand times enough.*
- b. *Take your time to bloom but live in the moment. Embrace yourself.*
- c. *You are worthy of every bit of happiness. You are loved.*
- d. *We often compare ourselves until we forget how precious you are.*
- e. *You define your own beauty, not them.*
- f. *Life is too short to be unkind to yourself.*
- g. *What makes you beautiful is to be comfortable in your skin.*
- h. *You were born to be real, not to be perfect.*
- i. *They are beautiful, but you are incomparable.*
- j. *It's a work in progress to appreciate myself, so hang in there.*
- k. *It's gonna worth to be my true self. Be you.*
- l. *Trust yourself more than anyone else.*
- m. *Keep choosing you again and again.*
- n. *Don't forget to cherish yourself.*
- o. *I want to be myself so much.*
- p. *An original is so much more than a copy. Be yourself.*

Alternatif Desain yang akan diterapkan:

a. Alternatif 1



Gambar 1. Alternatif desain 1

b. Alternatif 2



Gambar 2. Alternatif desain 2

c. Alternatif 3



Gambar 3. Alternatif desain 3

Tahap Perancangan

Setelah memperoleh kata-kata yang sesuai dan membuat alternatif desain, maka proses selanjutnya adalah menentukan warna dan typeface serta membuat elemen visual dari media *merchandise*.

Warna

Warna yang digunakan adalah warna-warna pastel dengan tone cerah yang memiliki kesan feminin dan memiliki kesan positif bagi audiens.



Gambar 2. Color palette

Typeface

Tipe huruf yang diterapkan adalah *sans serif* dengan typeface Dela Gothic One Regular.

0000	0000	0001	0002	0003	0004	0005	0006	0007	0008	0009	000A	000B	000C	000D
	!	"	#	\$	%	&	'	()	*	+	,	-	
000E	000F	0010	0011	0012	0013	0014	0015	0016	0017	0018	0019	001A	001B	001C
.	/	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	:	;	<
001D	001E	001F	0020	0021	0022	0023	0024	0025	0026	0027	0028	0029	002A	002B
=	>	?	@	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
002C	002D	002E	002F	0030	0031	0032	0033	0034	0035	0036	0037	0038	0039	003A
L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
003B	003C	003D	003E	003F	0040	0041	0042	0043	0044	0045	0046	0047	0048	0049
[\]	^	_	`	a	b	c	d	e	f	g	h	i
004A	004B	004C	004D	004E	004F	0050	0051	0052	0053	0054	0055	0056	0057	0058
j	k	l	m	n	o	p	q	r	s	t	u	v	w	x
0059	005A	005B	005C	005D	005E									
y	z	{		}	~									

Gambar 3. Typeface Dela Gothic One Regular

Visualisasi Elemen Desain Merchandise

Visualisasi *merchandise* menggunakan ilustrasi dan afirmasi positif sebagai reminder supaya tidak berfokus pada kekurangan yang dimiliki terutama *body image*. Ilustrasi dibuat feminin selaras dengan target audiens. Konsep dari *merchandise* yang dibuat yaitu “Pick your own charm” sehingga memungkinkan target audiens untuk memilih desain yang sesuai dengan prinsip atau sebagai reminder bagi audiens.



Gambar 4. Elemen desain merchandise 1

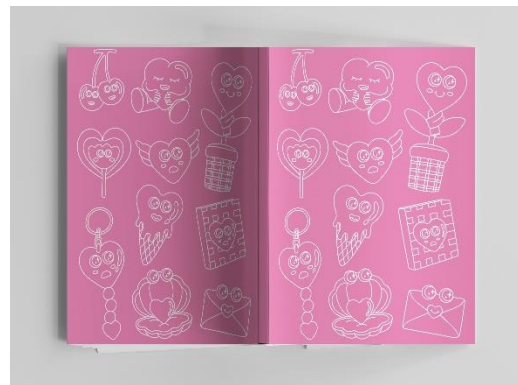


Gambar 5. Elemen Desain merchandise 2

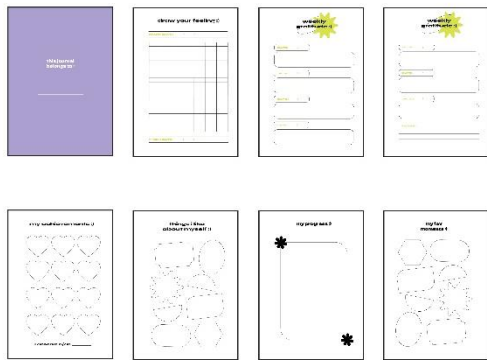
Implementasi Desain

Gratitude Journal

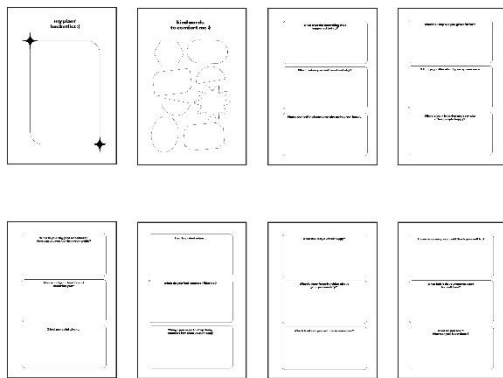
Gratitude journal adalah *merchandise* yang bertujuan dalam mengurangi rasa *insecurity* bagi target audiens. Menuliskan rasa syukur secara rutin dapat memberikan persepsi positif dan mengurangi pikiran buruk dalam diri. *Gratitude journal* berisikan halaman berjudul weekly gratitude untuk menuliskan hal-hal yang disyukuri setiap harinya. Terdapat juga halaman draw your feeling untuk menggambarkan perasaan yang dialami pada hari itu. Terdapat halaman *prompt* dengan pertanyaan-pertanyaan dan aktivitas. Halaman “I’m grateful for...” dapat diisi dengan uraian rasa syukur dan halaman pembatas yang berisi *quotes* untuk mengurangi rasa *insecurity*.



Gambar 6. Cover gratitude journal



Gambar 7. Isi *gratitude journal 1*



Gambar 8. Isi *gratitude journal 2*



Gambar 9. Isi *gratitude journal 3*

T-shirt atau Kaus

T-shirt memiliki peran sebagai *unconventional media* dalam menyebarkan pesan pada audiens melalui afirmasi positif dan ilustrasi. Ketika dikenakan, maka dapat menjadi *reminder* bagi diri sendiri dan orang lain yang melihatnya juga dapat ikut diingatkan.



Gambar 10. Desain kaus bagian depan



Gambar 11. Desain kaus bagian belakang

Phone Case

Phone case dibuat dengan visualisasi yang feminin dan fungsional sehingga dapat dipakai sehari-hari. Phone case berguna sebagai *unconventional media* dan dicetak dengan bahan *hard case*. Ketika digunakan, phone case dapat menyebarkan pesan positif bagi orang lain.



Gambar 12. Desain *phone case 1*



Gambar 13. Desain *phone case 2*

Simpulan

Perbandingan sosial dan krisis kepercayaan diri diakibatkan kegagalan dalam mencapai standarisasi yang terbentuk pada media sosial dapat mengakibatkan insecurity terutama *body image insecurity*. *Body image insecurity* juga dapat terjadi akibat persepsi ‘tubuh ideal’ yang ditanam sejak dini oleh keluarga, teman maupun lingkungan. Tak jarang, orang yang mengalaminya tidak sadar akan *insecurity* yang dialami.

Berdasarkan analisis yang dilakukan, cara untuk mengomunikasikan hal tersebut adalah melalui media merchandise. *Merchandise* yang dibuat dikomunikasikan melalui Instagram untuk menjangkau audiens. Visualisasi *merchandise* menggunakan warna pastel cerah dengan ilustrasi serta afirmasi positif. Hal ini ditujukan untuk memaparkan pesan dengan suasana yang positif kepada audiens.

Melalui *merchandise* yang dikomunikasikan melalui media sosial mengenai *insecurity* ini, diharapkan dapat mengedukasi serta mewedahi target audiens yang mengalami *insecurity*. Selain itu, diharapkan target audiens dapat mengajak audiens untuk menuliskan *gratitude journal* serta aktivitas positif yang merupakan suatu upaya dalam mengatasi *insecurity*.

Daftar Pustaka

Sumber Buku

Purvis, Olivia. (2020). *The Insecure Girl's Handbook*. Seven Daily.
Wigan, M. (2009). T-shirt. In *The Visual Dictionary of Illustration* (p. 243). Lausanne London La Vergne: AVA Publishing SA.

Sumber Jurnal

Caballo, V. E., Salazar, I. C., Irurtia, M. J., Arias, B., Hofmann, S. G., & CISO-A Research Team. (2014). Differences in social anxiety between men and women across 18 countries. *Personality and Individual Differences*, 64, 35-40.

Jiang, S., & Ngien, A. (2020). The Effects of Instagram Use, Social Comparison, and Self-Esteem on Social Anxiety: A Survey Study in Singapore. *Social Media + Society*. 6(2), 8.

Kanzulfikar, A. (2021). Representasi Kecantikan Dalam Ajang Miss Universe Tahun 2019. *al Huwiyah: Journal of Woman and Children Studies*, 1(2). <http://103.88.229.8/index.php/alHuwiyah/article/view/10642>.

Khanna, P., & Singh, K. (2021). Stress management training and gratitude journaling in the classroom: an initial investigation in Indian context. *Current Psychology*.

Sumber Wawancara

Devita, Juliana, Tabitha & Shelly. Personal communication. (21 Februari 2022).

Sumber Online

Ackerman, C.E. (2021). *Gratitude Journal: A Collection of 66 Templates, Ideas, and Apps for Your Diary*. Diunduh 20 Maret 2022 dari <https://positivepsychology.com/gratitude-journal>.

American Psychological Association. (2020). *APA Dictionary of Psychology*. Diunduh 20 Maret 2022 dari <https://dictionary.apa.org/insecurity>.

Good Therapy. (2019). *Insecurity*. Diunduh 23 Maret 2022 dari

<https://www.goodtherapy.org/blog/psychpedia/insecurity>.

Kevin, Andrian. (2021). Diunduh 24 April 2022 dari <https://www.alodokter.com/mengenal-afirmasi-positif-dan-cara-melakukannya>.

Mayo Clinic. (2020). *Self-Esteem, Take Steps to Feel Better About Yourself*. Diunduh 23 Maret 2022 dari <https://www.mayoclinic.org/healthy-lifestyle/adult-health/in-depth/self-esteem/art-20045374>.

Nugroho, Andy. (2021). *Pengertian Merchandise dan Contohnya*. Qwords. Diunduh 24 April 2022 dari <https://qwords.com/blog/merchandise-adalah>.

Patterson, Eric. (2021). *Insecurity: Definition, Causes, & 7 Ways to Cope*. Choosing Therapy. Diunduh 23 Maret 2022 dari

<https://www.choosingtherapy.com/insecurity>.

Saxena, Silvi. (2021). *How to stop being insecure*. Choosing Therapy. Diunduh 20 Maret 2022 dari <https://www.choosingtherapy.com/how-to-stop-being-insecure>.

Tionardus, Melvina. (2020). *Maria Idol Pernah Jadi Korban Body Shaming, Nonaktifkan Instagram Sebulan*. Diunduh 24 April 2022 dari <https://www.kompas.com/hype/read/2020/08/31/153333666/maria-idol-pernah-jadi-korban-body-shaming-nonaktifkan-instagram-selama>

University of Pennsylvania. (2018). *Social media use increases depression and loneliness, study finds*. ScienceDaily. Diunduh 23 Maret 2022 dari www.sciencedaily.com/releases/2018/11/181108164316.htm.