

**KONSTRUKSI MEDIA
TERHADAP SIMBOLITAS TATO
PADA SELEBRITIS INDONESIA
(Studi Analisis Framing Pemberitaan Tato Selebritis
dalam Situs Internet *kapanlagi.com*)**

SKRIPSI



Oleh:

**Adi Pamungkas
NIM 0511480024**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2011**

**KONSTRUKSI MEDIA
TERHADAP SIMBOLITAS TATO
PADA SELEBRITIS INDONESIA
(Studi Analisis Framing Pemberitaan Tato Selebritis
dalam Situs Internet *kanlagi.com*)**

SKRIPSI



**Oleh:
Adi Pamungkas**

UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA			
INV.	3610/H/S/2011		
KLAS			
TERIMA	18-7-2011	TTD	

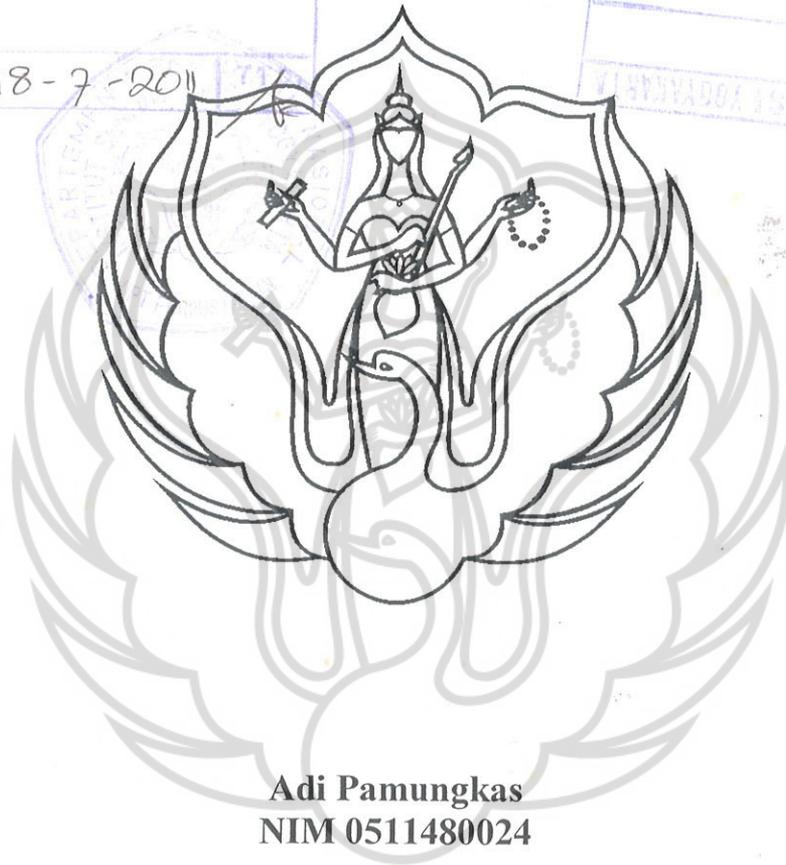


**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2011**

**KONSTRUKSI MEDIA
TERHADAP SIMBOLITAS TATO
PADA SELEBRITIS INDONESIA
(Studi Analisis Framing Pemberitaan Tato Selebritis
dalam Situs Internet *kapanlagi.com*)**

UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA	
NO. SURAT	360/H/S/2011
REVISI	
TGL. TERIMA	18-7-2011

TID.		UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA



**Adi Pamungkas
NIM 0511480024**

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual
2011

Skripsi berjudul:

“Konstruksi Media terhadap Simbolitas Tato pada Selebritis Indonesia (Studi Analisis Framing Pemberitaan Tato Selebritis dalam Situs Internet *kapanlagi.com*)” diajukan oleh Adi Pamungkas, NIM 0511480024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 25 Juni 2011 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I



Hesti Rahayu, S.Sn, M.A
NIP. 19740730 199802 2 001

Pembimbing II



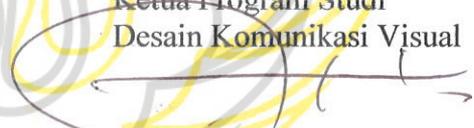
P. Gogor Bangsa, S.Sn, M.Sn
NIP. 19700106 200801 1 017

Cognate



Drs. Lasiman, M. Sn
NIP. 19570513 198803 1 001

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual



Drs. Hartono Karnadi, M.Sn
NIP. 19650209 199512 1 001

Ketua Jurusan Desain



Drs. Lasiman, M. Sn
NIP. 19570513 198803 1 001



Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Suastiwi, M.Des
NIP. 19590802 198803 2 002

*when life gives you a hundred reasons to cry,
show life that you have a thousand reasons to smile...*

(anonim)





life is a lesson..you learn when you through...

*Untuk **Bapak, Ibu, dan Kakak-kakakku...***

*Terima kasih untuk 'sesuatu' yang lebih daripada cinta
...yang aku tidak tahu apa itu namanya.*

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adi Pamungkas

Tempat, tanggal lahir : Pemalang, 17 Oktober 1986

Alamat : Jalan Kartini Gang Jatisari 3 No. 175 Peron

RT 06/ RW 13 Petarukan Pemalang Jawa Tengah

No. Identitas (KTP) : 3327101710860021

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul:

“KONSTRUKSI MEDIA TERHADAP SIMBOLITAS TATO PADA SELEBRITIS INDONESIA (Studi Analisis Framing Pemberitaan Tato Selebritis dalam Situs Internet *kananlagi.com*)”

adalah karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian, dalam bentuk jurnal, *working paper*, atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Karya ilmiah ini sepenuhnya karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab.

Yogyakarta, 7 Juni 2011

Yang menyatakan,



(Adi Pamungkas)

Kata Pengantar

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, Tuhan Semesta Alam, Pelukis Kehidupan yang telah menggoreskan corak warna-warni indah di atas kanvas panjang perjalanan hidup penulis selama ini. Terima kasih telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini tanpa halangan dan rintangan yang berarti.

Ucapan terima kasih yang tak akan pernah bisa cukup, juga penulis haturkan kepada pihak-pihak yang telah memberikan jalan terang, pegangan, dan hembusan semangat dalam proses penulisan tugas akhir ini, antara lain kepada:

1. Ibu Hesti Rahayu, S.Sn, M.A selaku Pembimbing I atas dorongan semangat, diskusi, serta bimbingannya yang tak kenal lelah dalam penulisan tugas akhir ini.
2. Bapak P. Gogor Bangsa, S.Sn, M.Sn selaku Pembimbing II atas masukan, arahan, serta bimbingannya yang juga tak kenal lelah dalam penulisan tugas akhir ini.
3. Bapak Drs. Lasiman, M.Sn selaku Ketua Jurusan Desain, Pembina Tugas Akhir Tahun 2011, serta cognate atas bimbingan serta arahannya.
4. Bapak Drs. Hartono Karnadi, M.Sn selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual dan selaku Pembina Tugas Akhir Tahun 2011, atas arahan serta bimbingannya.
5. Bapak Faizal Rochman, S.Sn, M.T selaku dosen wali atas sumbangsiah saran, masukan, serta bimbingannya selama ini.
6. Bapak Koskow Widyatmoko, M.Sn atas obrolan serta pinjaman literturnya.
7. Seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta atas bimbingan, pengalaman, dan ilmunya selama ini, serta atas dedikasinya dalam kemajuan dan perkembangan dunia DKV di Indonesia.
8. Trisni Tyasmita Insyafani sebagai tempat berpegang dikala terjatuh dan tempat bersandar dikala lelah. Terima kasih atas goresan pelanginya di dalam lukisan kehidupanku yang hitam-putih.
9. *Kawan Miami*; Gandhi, Regol, Yuan, Eka, Hugues, Aripin, Dini, Bara, Woro, Bram, Supri, Didit, Ican, Oka, Gombloh, Oni, Nuri, atas kebersamaan serta pernak-pernik kehidupan masa mudanya yang selalu menarik dan penuh intrik.
10. Teman-teman *UKM Lawak*: Endraw, Hanes, Gilang, Evan, Fredi, Sukro; dan teman-teman *Kontrakan Triplek*: Nara, Prima, Adit, Puguh, atas kerjasamanya dalam memajukan dunia lawak Indonesia. *Stay jayus dap...*

11. Kawan-kawan Kotakpensil DKV 2005 dan teman-teman diskom angkatan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih untuk masa mengenal, berkawan, berbagi pengalaman, serta bersama-sama menimba ilmu di DKV ISI Yogyakarta.
12. Teman-teman *Unit Gawean Digital (UGD)*: Mas Martono, Mas Agus, Budi, Bedjo, Echi, Leona, Windha, Puspa, Yadi, Firda, Uthi, Nara, Rahmat, Familia, Vivy, Udin, Ruly, Novi, Dian Al, Dian Silva, Mas Ahmad, Mbak Sri, Mbak Yuli, atas pengalaman, materi, serta lika-liku kehidupannya yang penuh suka dan duka. *Maju terus yo cah...*
13. Teman-teman kampung halaman: Mas Taboen, Kismedi, Rahono, Sambleh, Mas Dedi, Yono, Chekre, Wiwit, Fajar, Bambang, Waspangi, Mas Bagong, Eguh, Edwin, Iswanto, Pipit, Mi`roj, dll; atas *kongkow-kongkow*, kuliner lokal pantura, serta obrolannya di kala mudik.
14. *Die Große Acht*: Isnay Dwi Agustina, Desti Nurfitasari, Maria Isnaeni, Ika Siswiati, Amalia Arianti, Yeni Widiastuti, Rizky Tiara, Nurdina Primastuti, atas goresan-goresan kenangan dan pelajarannya dalam berbagi serta memaknai hidup.
15. *Swaragama FM, Pro Evolution Soccer 2011, Call of Duty: World at War, Company of Heroes, facebook.com, twitter.com, kaskus.us, kompas.com, kapanlagi.com, Microsoft Word 2003, Corel Draw X5, Adobe Photoshop CS2, film-film, MP3*, atas kesediannya menemani proses penulisan serta hiburan dan obrolannya secara virtual.
16. Semua kerabat, akademisi, seniman, selebritis, artis, guru, saudara, tetangga, teman, penulis, blogger, yang tidak bisa disebutkan namanya satu-persatu, yang telah memberikan inspirasi dan semangat dalam berkarya baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwasanya tugas akhir penulisan ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, baik kritik ataupun saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan ke depannya. Akhir kata, semoga tugas akhir penulisan ini mampu memberikan manfaat bagi dunia DKV pada khususnya, dan masyarakat luas pada umumnya. *Salam budaya.*

Yogyakarta,
Penulis

Abstraksi

Nama : Adi Pamungkas
Judul : Konstruksi Media terhadap Simbolitas Tato pada Selebritis Indonesia (Studi Analisis Framing Pemberitaan Tato Selebritis dalam Situs Internet *kapanlagi.com*)

Penelitian "*Konstruksi Media terhadap Simbolitas Tato pada Selebritis Indonesia (Studi Analisis Framing Pemberitaan Tato Selebritis dalam Situs Internet *kapanlagi.com*)*" ini berusaha untuk memaparkan bagaimana media, dalam hal ini media massa situs internet *kapanlagi.com*, membentuk simbolitas tato dalam masyarakat melalui pemberitaan-pemberitaannya. Dalam pemberitaan media massa tersebut peran dan fungsi tato dibingkai sedemikian rupa guna membentuk simbolitas tato yang sesuai dengan kehendak wartawan atau media massa itu sendiri, lengkap dengan berbagai kepentingan di belakangnya. Di sini ada semacam pembentukan realitas semu tentang tato oleh media massa yang sengaja diwartakan kepada khalayak guna mendapat legalisasi dari masyarakat.

Proses konstruksi simbolitas tato oleh media massa itulah yang dianalisis dalam penelitian ini melalui teori framing media yang didukung oleh teori-teori lain seperti semiotika visual dan analisis layout/mapping media. Teori-teori tersebut akan ditautkan sedemikian rupa guna membongkar bagaimana media massa, dalam hal ini situs internet *kapanlagi.com*, membentuk simbol-simbol tato sebagai bagian dari kebudayaan populer dan sebagai sebuah komoditas pasar dalam ranah kapitalisme.

Melalui analisis data dan deskripsi hasil penelitian ini akhirnya diketahui bahwa media massa, dalam hal ini situs internet *kapanlagi.com*, menempatkan tato sebagai produk budaya yang membawa simbol fesyen metroseksual, simbol ekspresi dan histeria kebebasan, simbol kuasa manusia atas tubuh sendiri, serta sebagai simbol transformasi kultural menuju komoditas pasar. Simbol-simbol baru yang berperan sebagai fungsi dan peranan tato moderen tersebut dikemas dan diwartakan sedemikian rupa oleh media massa, termasuk situs internet *kapanlagi.com*, guna mendapatkan persetujuan dari para pembacanya, dalam hal ini khalayak umum.

Sekiranya dengan penelitian tentang konstruksi media terhadap simbolitas tato pada selebritis Indonesia ini dapat diketahui bagaimana media, khususnya media massa situs internet *kapanlagi.com*, membentuk fakta dan realitas tentang tato yang ada di dalam masyarakat melalui pemberitaan-pemberitaannya. Terlepas dari apakah fakta dan realitas (simbolitas tato) hasil bentukan media tersebut mampu mempengaruhi opini dan persepsi masyarakat tentang tato, harus diakui bahwasanya media massa mempunyai kekuatan tersendiri untuk membentuk bangunan pemikiran masyarakat berkaitan dengan isu-isu populer, termasuk di dalamnya isu tentang tato sebagai sebuah budaya *ubiquitous* yang mampu melintasi berbagai jaman.

Kata kunci: tato selebritis, konstruksi media, simbolitas tato

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Motto.....	iv
Halaman Persembahan	v
Halaman Pernyataan Keaslian.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Abstraksi.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Batasan Masalah.....	7
E. Metode Penelitian.....	7
F. Manfaat Penelitian.....	11
G. Definisi Operasional.....	12
H. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II. TINJAUAN TEORI.....	16
A. Tinjauan Tato.....	16
1. Pengertian Tato.....	16
2. Sejarah Tato.....	18
3. Jenis dan Gaya Tato.....	20
a) Jenis Tato berdasarkan Era Kemunculannya.....	20

1. Tato Tradisional/ Kuno.....	20
2. Tato Moderen.....	24
b) Tato berdasarkan daya tahannya.....	34
1. <i>Permanent Tattoo</i>	34
2. <i>Temporary Tattoo</i>	34
3. <i>Body Painting</i>	35
4. Fungsi dan Peranan Tato Tradisional.....	36
5. Tato Tradisional di Indonesia.....	38
B. Tinjauan Tentang Tanda.....	43
1. Pengertian Tanda.....	43
2. Simbol dan Makna Tanda.....	46
3. Pesan Ikonik.....	50
4. Simbolitas dan Mitos Budaya Massa.....	51
C. Konstruksi Media.....	54
1. Pengertian Media.....	54
2. Media Massa.....	56
3. Framing Media.....	62
4. Internet dan Jejaring Sosial Maya.....	74
5. Situs internet <i>kapanlagi.com</i>	78
D. Tinjauan Tentang Selebritis.....	83
 BAB III. METODE PENELITIAN.....	 86
A. Jenis Penelitian.....	86
B. Populasi dan Sampel.....	87
1. Populasi.....	87
2. Sampel.....	89
C. Variabel Penelitian.....	104
1. Variabel Bebas.....	104
2. Variabel Tergantung.....	104
D. Prosedur Penelitian.....	105

BAB IV. ANALISIS DATA.....	114
A. Variabel Penelitian.....	114
1. Variabel bebas (<i>independent variable</i>).....	114
2. Variabel tergantung (<i>dependent variabel</i>).....	115
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	116
1. Analisis Berita ' <i>Widy Vierra Ekspresikan Seni lewat Tattoo</i> '	116
a. Analisis Framing.....	117
b. Analisis Semiotika Visual.....	122
c. Kesimpulan.....	124
2. Analisis Berita ' <i>Tamara: Tattoo Perjalanan Hidup Saya</i> '	126
a. Analisis Framing.....	127
b. Analisis Semiotika Visual.....	134
c. Kesimpulan	137
3. Analisis Berita ' <i>Fahrani, Si Cantik Penggila Tato</i> '	139
a. Analisis Framing.....	140
b. Analisis Semiotika Visual.....	148
c. Kesimpulan.....	153
4. Analisis Berita ' <i>Poppy Sovia: Tato dalam Pilihan untuk Ekspresi</i> '	154
a. Analisis Framing.....	155
b. Analisis Semiotika Visual.....	161
c. Kesimpulan	164
5. Analisis Berita ' <i>Vicky Nitinegoro, Hobby Tattoo sejak SMA</i> '	166
a. Analisis Framing.....	167
b. Analisis Semiotika Visual.....	173
c. Kesimpulan.....	178
6. Analisis Mapping Media.....	180
a. Tampilan Layout Media.....	180
b. Struktur Layout Media.....	180
c. Analisis <i>Mapping</i> Media.....	182
C. Simbolitas Tato dalam Realitas Media.....	191

BAB V. PENUTUP.....	198
A. Kesimpulan.....	198
B. Saran.....	201
DAFTAR PUSTAKA	203
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Contoh selebritis Indonesia yang menggunakan tato.....	4
Gambar 2	Tato masyarakat Mentawai dan proses menato pada masyarakat Mentawai.....	19
Gambar 3	Motif klasik tato Mesir dan motif tato Mesir pada jaman sekarang.....	20
Gambar 4	<i>Style Japanese Tattoo</i> dan tato khas kelompok <i>Yakuza</i>	22
Gambar 5	Beberapa tampilan <i>Henna Tato</i>	23
Gambar 6	<i>Black and Grey Tattoo</i>	25
Gambar 7	<i>Bio-Mechanic Tattoo</i>	25
Gambar 8	<i>Tribal Tattoo</i>	26
Gambar 9	<i>Celtic Tattoo</i>	27
Gambar 10	<i>Fine Art Tattoo</i>	28
Gambar 11	<i>Sailor Style Tattoo</i>	28
Gambar 12	<i>Darkside Tattoo</i>	29
Gambar 13	<i>Fantasy Tattoo</i>	30
Gambar 14	<i>Gangster Tattoo</i>	30
Gambar 15	<i>Memorial Tattoo</i>	31
Gambar 16	<i>Oriental Tattoo</i>	32
Gambar 17	<i>New School Tattoo</i>	33
Gambar 18	<i>Old School Tattoo</i>	33
Gambar 19	Motif Tato Bali Kala bergaya <i>Tribal</i>	42
Gambar 20	Pemaknaan Mitos Roland Barthes.....	53
Gambar 21	Logo <i>kapanlagi.com</i>	79
Gambar 22	<i>Capture</i> tayangan infotainment televisi <i>Cek & Ricek</i> dan tampilan halaman majalah cetak <i>Femina</i>	82
Gambar 23	Kerangka Analisis Framing Model Pan dan Kosicki.....	110
Gambar 24	Bagan variabel penelitian.....	115

BAB I

PENDAHULUAN



A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan budaya urban yang muncul di masyarakat, khususnya yang ada di negara-negara berkembang seperti Indonesia, selalu menciptakan sebuah fenomena yang cukup menarik untuk diperhatikan. Salah satu fenomena yang bisa kita temukan adalah semakin merebaknya seni tato di masyarakat. Hampir di seluruh kota-kota besar di Indonesia, dapat kita temui anak muda, baik itu pelajar, mahasiswa, hingga artis-artis ibukota, yang terpampang gambar-gambar aneh di kulit tubuhnya. Seni merajah tubuh ini memang sekarang cukup digandrungi oleh masyarakat dan sudah tidak menjadi sesuatu yang dianggap tabu lagi. Hal ini disebabkan mulai terbukanya pikiran masyarakat yang menganggap bahwa tato sekarang merupakan sebuah karya seni yang patut diapresiasi, bukan sebagai sebuah bentuk tindak kejahatan atau sesuatu yang harus ditakuti.

Menurut sejarahnya, kata tato berasal dari bahasa Tahitian 'tatau', yang berarti menandai, dalam arti tubuh ditandai dengan menggunakan alat berburu yang runcing untuk memasukkan zat pewarna di bawah permukaan kulit¹. Pada awal mulanya, tato sebenarnya digunakan sebagai ritual oleh suku-suku yang berpaham *Animisme*, seperti suku Inca, Ainu, hingga suku-suku di pedalaman Sumatera dan Kalimantan Indonesia. Pada suku-suku di pedalaman tersebut, tato dianggap sebagai sebuah tradisi yang cukup penting, yang menyangkut masalah ritual religius atau strata sosial. Misalnya saja wanita

¹ Habib Abdul Kadir Olong, *Tato*, Yogyakarta: Lkis, 2006, hlm. 84

yang menggunakan tato di lengannya menandakan bahwa wanita tersebut ahli meramu makanan, atau tato di sekitar jari tangan menunjukkan bahwa orang tersebut ahli dalam pengobatan. Tradisi tato ini dahulu juga berkembang di luar negeri, mulai dari suku-suku di Mesir, Vietnam, hingga ke daratan Cina, maka dari itu muncul jenis-jenis tato yang mengambil nama dari tempat asalnya, seperti *Egyptian Tattoo*, *Japanese Tattoo*, atau *Henna Tattoo*².

Di Indonesia sendiri, tato mengalami perjalanan yang cukup fluktuatif hingga mampu mencapai kejayaan seperti sekarang ini. Seperti yang dikatakan di atas, pada mulanya tato di Indonesia merupakan tradisi dari suku-suku tua, seperti suku Mentawai di pulau Siberut, suku Dayak di Kalimantan, suku Sumbawa di Nusa Tenggara Barat dan juga suku-suku di pedalaman Sumba, Sumatera Barat. Pada masa itu tato masih dianggap sebagai salah satu tradisi yang sakral dan berkaitan dengan kepercayaan masyarakat pada jaman itu. Peran tersebut bertahan cukup lama sebelum Indonesia masuk pada jaman penjajahan. Setelah memasuki era kolonialisme, khususnya pada masa penjajahan Jepang, peran tato bergeser setelah pada saat itu penjajah Jepang menggunakan tato untuk menandai para narapidana atau orang-orang yang pernah dipenjara, seperti yang mereka lakukan di negaranya. Mulai pada saat itu tato identik dengan orang-orang 'nakal', penjahat, pemberontak, dengan kata lain mulai pada saat itu peran tato telah bergeser dari awalnya, yang dahulu berperan sebagai sebuah tradisi atau ritual.

Perkembangan tato di Indonesia sempat *mandeg* ketika muncul fenomena *petrus* di jaman rezim Orde Baru sekitar tahun 80an. Di dalam kehidupan sosial masyarakat pada saat itu, tato memang mulai identik dengan sesuatu

² http://www.kent-tattoo.com/eng/liat_profil.php?nomer=151

yang buruk, seperti preman, *gali* (gabungan anak liar), atau penjahat. Dengan menggunakan tato, seseorang dianggap telah melanggar tatanan atau norma-norma sosial yang ada pada masyarakat. Agama tertentu juga mengharamkan memakai rajah atau tato. Anggapan tersebut seperti mendapat persetujuan pemerintah dengan mulai merebaknya teror petrus. Petrus (penembakan misterius) mulai merajalela dengan mengeksekusi orang-orang yang dianggap sebagai preman, penjahat, atau para pengganggu ketentraman masyarakat. Ironisnya, orang pada saat itu dianggap sebagai penjahat atau bukan dengan melihat ada tidaknya tato yang terpampang di tubuhnya. Akibat munculnya ‘undang-undang’ tersebut, walhasil membuat masyarakat yang bertato mulai berusaha menghapus tatonya untuk menghindari korban salah tembak, dan cara menghapus yang lazim digunakan pada saat itu adalah dengan menyetrika kulit yang bertato hingga melepuh.

Seiring hancurnya Orde Baru, dan munculnya era reformasi, kebebasan berekspresi masyarakat Indonesia pun kembali tumbuh. Tato muncul kembali sebagai simbol pemberontakan terhadap tatanan nilai sosial yang ada atau dengan kata lain sebagai simbol membebaskan diri dari norma-norma yang dulu sempat membelenggu, atau meminjam istilah Abdul Hatib Kadir Olong dalam *Tato*, sebagai salah satu budaya tanding (*counter culture*) melawan kelompok dominan³. Orang-orang yang terpinggirkan di masyarakat memakai tato sebagai simbol perlawanan dan eksistensi diri. Tato mulai dikonsumsi oleh para anak jalanan, seniman, hingga musisi sebagai simbol dari perlawanan terhadap budaya massa (budaya populer). Ironisnya lama-kelamaan tato malah ‘dicaplok’ oleh mesin kapitalisme dan digunakan sebagai

³ *Op.Cit.*, hlm. 8

salah satu komoditas pasar dan menjadi bagian dari budaya massa itu sendiri. Tato mulai berubah peran menjadi sebuah *trend*, fesyen, dan gaya hidup yang mengikat. Tidak hanya masyarakat umum, para artis Indonesia pun kini berlomba-lomba menato tubuhnya, mulai dari model Fahrani, Olla Ramlan, Tamara Geraldine, Poppy Sovia, Tora Sudiro, Sheila Marcia, hingga Julia Perez. Para entertainer tersebut menato tubuhnya dengan berbagai alasan, entah itu sebagai identitas diri, cara berekspresi, apresiasi seni, atau hanya sekedar ‘perayaan kesakitan’ semata. Semakin hari, perkembangan tato semakin pesat dan kini tato telah dianggap sebagai sebuah gaya hidup yang modis, keren, trendi, dan *fashionable*, khususnya bagi kalangan selebritis di Indonesia.



Gambar 1
Contoh selebritis Indonesia yang menggunakan tato
(dari kiri ke kanan: Tora Sudiro, Fahrani, Sheila Marcia).
Sumber: www.kapanlagi.com

Pergeseran fungsi tato tersebut tentu saja tidak serta merta bergeser dengan sendirinya. Salah satu ‘aktor’ yang berperan penting di belakangnya adalah media. Media, entah itu berupa situs internet, tayangan televisi, kolom tabloid, opini majalah, dan lain sebagainya, mengonstruksi tato sedemikian rupa sehingga persepsi masyarakat tentang fungsi dan peranannya bisa berubah sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh media tersebut. Media dianggap

paling bertanggung jawab atas bergesernya fungsi tato, dimana tato yang dahulu berperan sebagai sebuah tradisi dan ritual yang cukup sakral pada masyarakat suku pedalaman, bisa bergeser menjadi simbol kejahatan dan alat pemberontakan pada masa awal kemerdekaan dan Orde Baru, hingga kini bergeser kembali menjadi salah satu komoditas pasar di dalam ranah kapitalisme. Sebagai komoditas pasar, media berhasil mengubah persepsi masyarakat tentang tato dengan cukup signifikan. Tato yang dahulu sempat dicap sebagai simbol kejahatan kini bisa berubah citranya menjadi aksesoris dan fesyen, hingga sekarang banyak dikonsumsi selebritis Indonesia hingga para remaja dan kalangan muda di Indonesia.

Salah satu media yang ikut berperan besar dalam mengubah persepsi masyarakat, khususnya para remaja dan kalangan muda, tentang tato adalah media internet. Seperti yang kita ketahui, media internet merupakan sebuah media *cyber* yang mampu menyuguhkan informasi secara luas, bersifat global, dan tanpa mengenal jarak. Melalui internet, berbagai informasi bisa didapatkan dengan cepat dan mudah, mulai dari topik-topik ilmiah yang paling serius, hingga hiburan yang penuh senda gurau. Para remaja dan kalangan muda yang mulai bosan dengan tontonan sinetron yang kini mulai dianggap tidak menghibur, serta berita-berita yang cenderung berat, kini mulai melirik infotainment sebagai pengisi waktu luangnya. Kelemahan televisi yang hanya menayangkan infotainment pada jam-jam tertentu berhasil ditutupi media internet yang bisa di akses sewaktu-waktu dengan berita yang selalu *terupdate*. Situs-situs internet yang mengangkat gosip-gosip selebritis mulai dijadikan rujukan serta pengisi waktu luang oleh para remaja dan kalangan muda, yang notabene masih berada dalam tahap pencarian jati diri dan identitas. Apalagi

dengan ditambah semakin merebaknya situs jejaring sosial maya, seperti *facebook*, *twitter*, atau *kaskus*, yang memberikan kemudahan untuk menshare berita atau gosip selebritis yang sedang berkembang kepada orang lain, mampu menjadikan internet sebagai forum diskusi publik yang luas dan mencakup berbagai pihak. Mulai dari kehidupan pribadi hingga gaya hidup para selebritis Indonesia kini bisa dengan mudah dikonsumsi oleh masyarakat, khususnya para remaja dan kalangan muda, melalui media internet. Para remaja dan kalangan muda Indonesia juga kini tidak segan-segan men'caplok' *style* dan fesyen selebritis idola mereka, sebagai sebuah bentuk duplikasi fans terhadap idola, termasuk di dalamnya gaya hidup bertato selebritis. Semakin banyaknya selebritis yang bertato, berbanding lurus dengan semakin banyaknya remaja dan kalangan muda Indonesia yang bertato, dan internet dengan situs entertainment serta infotainmentnya yang sering menampilkan berita dan foto selebritis Indonesia dengan aksesoris tatonya, tidak bisa dipungkiri ikut berandil mengubah persepsi generasi muda Indonesia tentang tato. Tato yang dahulu sempat dilihat sebagai simbol kejahatan kini bisa berubah menjadi fesyen. Fenomena tersebutlah yang menjadi dasar diadakannya penelitian ini, yaitu bahwa peneliti ingin menyingkap dengan jelas tentang bagaimanakah media, dalam hal ini situs internet, mengonstruksi simbolitas tato, khususnya tato yang dikonsumsi selebritis Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan dasar tentang 'bagaimanakah media, dalam hal ini internet, mengonstruksi simbolitas tato yang dikonsumsi selebritis Indonesia?'

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang simbolitas tato yang dikonsumsi selebritis Indonesia, serta bagaimana media, dalam hal ini internet, mengonstruksinya.

D. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada berita-berita infotainment seputar tato selebritis Indonesia dalam situs *kapanlagi.com* yang diakses pada bulan Februari tahun 2011. Sedangkan berkaitan dengan lingkup analisis masalah, penelitian ini hanya terbatas pada analisis tentang bagaimana media, dalam hal ini media massa situs internet *kapanlagi.com*, mengonstruksi simbolitas tato yang dikonsumsi selebritis Indonesia melalui strategi dalam pemberitaan-pemberitaannya. Penelitian ini tidak sampai menyentuh pada *level* bagaimana persepsi masyarakat terhadap peran dan fungsi tato pada selebritis Indonesia serta peran dan fungsi tato pada umumnya, pasca adanya konstruksi media terhadap produk kebudayaan masyarakat tersebut.

E. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif-deskriptif, yaitu penelitian tentang fenomena yang terjadi pada masa sekarang, dalam hal ini konstruksi media atas tato. Instrumen yang digunakan untuk menganalisis dan memecahkan permasalahan dalam penelitian ini adalah analisis framing, yang didukung oleh ilmu lain seperti semiotika visual dan analisis *lay out*. Penelitian ini sendiri terdiri dari beberapa tahap, mulai dari pengumpulan dan penyusunan data, analisis data, hingga penafsiran data.

Metode penelitian deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini bisa dijabarkan sebagai berikut:

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang juga dijadikan sebagai metode analisis dalam penelitian ini adalah jenis penelitian/ analisis kualitatif, yaitu analisis yang dimulai dengan menyusun asumsi dasar dan aturan berpikir yang akan digunakan dalam penelitian, kemudian menerapkannya secara sistematis dalam pengumpulan dan pengolahan data untuk memberikan penjelasan serta argumentasi.

2. Objek penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah situs internet *kapanlagi.com*. Hal ini berdasarkan asumsi bahwa situs tersebut lebih terfokus pada ranah entertainment, termasuk di dalamnya pemberitaan infotainment yang banyak menampilkan berita serta foto selebritis dalam konten situsny.

3. Sumber data

Sumber data dalam penelitian ini melingkupi pengambilan populasi dan sampel yang berkaitan dengan pemberitaan selebritis pada situs *kapanlagi.com*, sebagai objek penelitian. Populasi dan sampel dalam penelitian ini bisa dijelaskan sebagai berikut:

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini mencakup pemberitaan tato selebritis dalam kolom entertainment pada situs internet *kapanlagi.com*. Kolom entertainment ini merupakan bagian situs yang memuat berita-berita seputar infotainment yang berkaitan dengan selebritis Indonesia, termasuk tentang kegiatan bertato mereka. Sedangkan konsumen

dalam populasi ini secara demografis cenderung sama dengan konsumen infotainment pada umumnya, yaitu berkisar pada usia yang masih tergolong remaja hingga kalangan muda, baik itu yang berjenis kelamin laki-laki ataupun perempuan. Sedangkan dari segi psikografis, konsumen dalam populasi ini jika dilihat berdasarkan analisis faktor, cenderung mencakup kalangan yang lebih mengedepankan faktor *pleasure* (cenderung lebih mementingkan kesenangan, hura-hura, hedonis), *follower* (cenderung mengikuti arus atau *trend*), dan *high profile* (cenderung ingin menonjolkan diri dan ingin terlihat/ diamati).

b. Sampel

Untuk mempersempit sumber data pada penelitian ini, maka digunakan sampel, yang merupakan wakil dari populasi dalam penelitian ini mengingat populasinya berjumlah cukup banyak. Sampel dalam penelitian ini sendiri merupakan hasil dari pengambilan sampel bertujuan (*purposive sample*), yaitu pengambilan sampel dengan tujuan dan pertimbangan tertentu, meskipun populasi dalam penelitian ini cenderung mempunyai bobot yang sama. Pemilihan sampel tersebut diklasifikasikan berdasarkan kategori profesi dari selebritisnya, yang meliputi Widy Vierra sebagai wakil dari kategori musisi/ penyanyi, Tamara Geraldine wakil dari kategori presenter, Fahrani wakil dari kategori model dan peragawati, Poppy Sovia wakil dari kategori pemain film layar lebar, dan Vicky Nitinegoro sebagai wakil dari kalangan pemain sinetron.

Dari populasi yang terdiri dari berbagai pemberitaan infotainment tentang selebritis-selebritis di atas dalam situs *kapanlagi.com*, maka diambil sampel berita dengan judul sebagai berikut:

1. *'Widy Vierra Ekspresikan Seni lewat Tattoo'*
 2. *'Tamara: Tattoo Perjalanan Hidup Saya'*
 3. *'Fahrani, Si Cantik Penggila Tattoo'*
 4. *'Poppy Sovia: Tato adalah Pilihan untuk Ekspresi'*
 5. *'Vicky Nitinegoro, Hobi Tattoo sejak SMA'*
4. Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi. Observasi yang dipakai dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu observasi data primer dan dokumentasi. Untuk lebih jelasnya dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Observasi data primer

Observasi data primer dalam penelitian ini mencakup pengamatan langsung peneliti terhadap objek penelitian, dalam hal ini berita-berita infotainment dalam kolom entertainment pada situs *kapanlagi.com*.

b. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini meliputi *printscreen* (file *.jpeg* dari tampilan layar windows) dari beberapa berita infotainment pada kolom entertainment di situs *kapanlagi.com* yang berkaitan dengan pemberitaan tato pada selebritis Indonesia. Data dokumentasi ini kemudian dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini.

5. Metode analisis data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis konstruksi sosial media massa, dalam hal ini analisis framing. Pada dasarnya analisis framing merupakan sebuah metode yang digunakan untuk melihat cara bercerita suatu media atas peristiwa. Dalam penelitian ini, analisis framing akan digunakan untuk melihat bagaimana media internet, dalam hal ini situs *kapanlagi.com*, mengonstruksi tato yang dikonsumsi oleh beberapa selebritis Indonesia melalui pemberitaan-pemberitaannya. Selain analisis framing, teori yang akan digunakan untuk mendukung analisis masalah dalam penelitian ini adalah teori semiotika visual (analisis *signing*) dan *mapping/layout* media (analisis *priming*). Kedua teori ini digunakan untuk menganalisis gambar/foto yang dijadikan tautan dalam pemberitaannya, dan untuk membongkar konsep perancangan tampilan serta tata letak media, dalam hal ini media *website*, yang juga digunakan untuk mendukung framing dari pemberitaannya.

F. Manfaat Penelitian

1. Menambah khazanah wacana desain komunikasi visual yang berkaitan dengan teknik komunikasi media dalam mengonstruksi objek-objek budaya populer yang sedang berkembang, dalam hal ini berkaitan dengan simbolitas tato yang dikonsumsi beberapa selebritis Indonesia.
2. Memberikan kontribusi pengetahuan mengenai tato dan simbolitasnya, mengingat wacana/diskursus serta penelitian mengenai produk kebudayaan yang sekarang cenderung populer ini masih cukup sempit dan terbatas, khususnya di Indonesia.

3. Mempelajari korelasi antara ilmu dan teori dalam ranah desain komunikasi visual, seperti ilmu semiotika visual, dengan ilmu dan teori kebudayaan lain, seperti ilmu komunikasi massa, konstruksi sosial, analisis framing, hingga teori budaya populer.

G. Definisi Operasional

Istilah untuk dapat lebih membantu pengertian terhadap arah penelitian ini diantaranya adalah:

1. Konstruksi media massa

Merupakan kemampuan media massa dalam membangun persepsi masyarakat (pembaca) terhadap suatu isu atau wacana yang diberitakan. Media massa, termasuk internet, disinyalir mempunyai kekuatan tersendiri untuk mengarahkan pandangan pembaca atas suatu hal, yang sering diistilahkan sebagai framing/bingkai. Teori pembingkai (analisis framing) ini berkaitan dengan pendekatan konstruksivisme, yang menyatakan bahwa realitas/fakta/peristiwa adalah hasil dari konstruksi, dan media massa adalah agen dari konstruksi tersebut. Dengan kata lain realitas atau fakta yang dihasilkan media massa (termasuk media internet) bersifat cenderung subyektif, sesuai dengan apa yang dikehendaki penulisnya (wartawan) serta apa yang dikehendaki pembacanya, atau yang sering dikatakan bahwa realitas berwajah plural/ganda⁴.

⁴ Eriyanto, *Analisis Framing*, Yogyakarta: Lkis, 2002, hlm. 19-22

2. Simbolitas tato

Simbolitas berasal dari kata ‘simbol’ yang bisa diartikan sebagai tanda berdasarkan konvensi, peraturan, atau perjanjian yang disepakati bersama⁵, akhiran *-itas* (dalam bahasa Inggris *-ity*) bisa dimaknai sebagai *sufiks penghasil nomina* atau hasil dari sebuah proses (*-isasi*). Simbolitas bisa diartikan sebagai hasil dari sebuah proses simbolisasi, proses pemaknaan atas sebuah tanda, bisa berupa hasil konvensi masyarakat atau pembentukan oleh suatu lembaga. Simbolitas pada tato dalam penelitian ini bisa dipahami sebagai tanda atau citra yang dihasilkan oleh tato, yang secara tidak langsung berusaha dibentuk oleh media massa, dalam hal ini media internet. Simbolitas tato disini diartikan sebagai simbolitas tato secara kesatuan tanda, dalam artian simbol dari tato sebagai sebuah fenomena atau produk budaya, bukan dari setiap bagian-bagiannya seperti unsur visual, warna yang dipakai, atau gaya gambarnya. Pada intinya, simbolitas tato dalam penelitian ini berkaitan dengan citra yang hendak dimunculkan oleh media, khususnya media internet, terhadap tato, dalam hal ini yang dikonsumsi para selebritis Indonesia, yang sering dikatakan sebagai *public figure* dan sering dijadikan objek duplikasi dan ikonisasi oleh masyarakat, khususnya remaja dan kalangan muda.

3. Pergeseran fungsi dan peranan

Tato, dari awal kemunculannya hingga saat ini, cenderung mengalami pergeseran fungsi dan peranan. Ketika pertama kali muncul, khususnya di Indonesia, tato difungsikan sebagai sebuah tradisi suku-suku pedalaman (Suku Mentawai, Suku Dayak) yang cenderung bersifat sakral dan

⁵ Sumbo Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Jalasutra, 2008, hlm. 17

berkaitan dengan kepercayaan. Pada saat itu tato sering digunakan sebagai penunjuk strata sosial, pangkat, atau keahlian, misalnya sebagai penanda kepala suku, pemburu, atau ahli pengobatan. Memasuki era penjajahan, tato difungsikan oleh penjajah (Jepang) sebagai tanda bagi orang yang pernah dipenjara, seperti pemberontak, tahanan perang, atau pelaku kriminal. Mulai pada saat itu hingga masa Pemerintahan Orde Baru, tato mulai beralih fungsi sebagai simbol kejahatan, anti sosial, serta kriminalitas.

Seiring berakhirnya Orde Baru dan masuknya era Reformasi, tato beralih fungsi kembali dan kini telah memasuki era kemerdekaannya. Tato mulai diambil alih oleh ‘tangan kapitalisme’ dan dijadikan sebagai komoditas pasar, seiring semakin memudarnya stigma masyarakat tentang tato sebagai simbol kejahatan. Hingga saat ini tato mulai banyak dikonsumsi oleh berbagai kalangan, mulai dari mahasiswa, musisi, seniman, hingga selebritis Indonesia. Kini tato dianggap sebagai sebuah gaya hidup, aksesoris, fesyen, hingga bisa dikatakan tato mulai bergeser dari awalnya sebagai budaya tinggi menuju budaya massa⁶.

H. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan karya ilmiah ini, pada dasarnya penulis membagi isi penulisan menjadi tiga bagian, yaitu bagian awal, isi, dan akhir. Pada bagian awal terdiri dari halaman judul, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman pernyataan keaslian, kata pengantar, abstraksi, daftar isi, serta daftar gambar. Sedangkan dalam bagian isi memuat

⁶ Habib Abdul Kadir Olong, *Op. Cit.*, hlm. 22-23

lima bab, yang terdiri dari Bab I Pendahuluan, Bab II Tinjauan Teori, Bab III Metode Penelitian, Bab IV Analisis Data, dan Bab V Penutup.

Pada Bab I yaitu bab Pendahuluan, berisi tentang kerangka penulisan yang menjadi acuan dalam penulisan karya ilmiah ini. Bab tersebut terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penulisan, Batasan Masalah, Metode Penelitian, Manfaat Penelitian, Definisi Operasional, dan Sistematika Penulisan. Sedangkan pada Bab II yang berisi Tinjauan Teori mencakup tentang pengertian dan penjabaran teori serta istilah yang digunakan, antara lain berisi tentang Tinjauan Tato, Tinjauan Tentang Tanda, Konstruksi Media, dan diakhiri dengan Tinjauan tentang Selebritis.

Pada Bab III berisi tentang Metode Penelitian, dalam hal ini merupakan bab yang mengupas pemahaman tentang metode yang digunakan dalam melaksanakan penelitian, yang antara lain terdiri dari pengertian Jenis Penelitian, Populasi dan Sampel, Variabel Penelitian, serta Prosedur Penelitian. Bab IV merupakan Analisis Data, berisi tentang hasil analisis yang telah dilaksanakan dalam penulisan ini, yang antara lain terdiri dari pengertian seputar Variabel Penelitian, Deskripsi Hasil Penelitian, serta hasil penelitian berupa Simbolitas Tato dalam Realitas Media. Sedangkan Bab V merupakan bab Penutup, merupakan bagian penutup dalam penulisan ini yang terdiri dari Kesimpulan dan Saran. Adapun pada bagian ketiga dalam isi penulisan ini yaitu bagian akhir, terdiri dari Daftar Pustaka serta Lampiran.