

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Tato adalah sebuah fenomena kebudayaan yang selalu menarik untuk diteliti dan diperbincangkan. Setelah pada awal kemunculannya menjadi tradisi dan ritual suku-suku kuno, hingga sempat menjadi simbol kejahatan, kini tato mempunyai peranan yang jauh berbeda dari sebelumnya, khususnya di Indonesia. Pada saat sekarang ini tato mampu menjadi sebuah produk budaya yang cukup populer dan bahkan telah diminati oleh banyak kalangan. Peran baru tato tersebut tidak lepas dari peran media, khususnya media massa, yang ikut membentuk persepsi khalayak ramai tentang fungsi dan peranan tato. Salah satu media massa yang berperan membentuk citra tato adalah media internet, termasuk dalam hal ini situs entertainment *kapanlagi.com* yang dalam beberapa berita infotainmentnya mengangkat kisah seputar tato yang dikonsumsi kalangan selebritis Indonesia. Dengan kelebihan-kelebihan tertentu dibandingkan media massa lain, situs entertainment *kapanlagi.com* disinyalir ikut andil dalam mengubah persepsi dan pandangan masyarakat tentang seni rajah tubuh yang dahulu sempat dicap dekat dengan kriminalitas ini. Andil situs internet tersebut disalurkan melalui pemingkakan simbolitas tato dalam berita-berita infotainmentnya seputar tato di kalangan selebritis Indonesia.

Kisah seputar selebritis memang selalu saja mampu menarik perhatian masyarakat, khususnya di Indonesia. Terlepas dari kepentingan-kepentingan yang ada dibelakangnya yang memang membentuk masyarakat untuk terus mengikuti perkembangan dunia selebritis, perhatian yang lebih dari masyarakat

kepada selebritis tersebut mampu menciptakan fenomena ikonisasi dan duplikasi selebritis oleh para penggemarnya. Sebagian masyarakat mulai mengkultuskan selebritis dan mulai meniru serta mengesahkan apa-apa yang dilakukan oleh idolanya tersebut, termasuk juga kegiatan bertato yang dilakukan oleh beberapa dari mereka. Gaya hidup dan *style* fesyen selebritis memang sering dijadikan sebagai rujukan gaya hidup moderen dan *up to date* oleh sebagian masyarakat, khususnya yang telah termediasi oleh berita-berita infotainment atau kisah seputar selebritis Indonesia.

Berita-berita infotainment yang dimuat oleh media massa, termasuk situs internet *kapanlagi.com*, memang mempunyai cara tersendiri untuk membentuk persepsi masyarakat mengenai tato, yang dalam hal ini diwakili oleh tato selebritis. Pembentukan persepsi masyarakat tersebut dilakukan dengan menggunakan teknik pbingkaian berita, atau yang sering disebut dengan istilah framing. Secara sederhana framing dapat diartikan sebagai teknik bercerita wartawan melalui penulisan berita, yang antara lain menyangkut tentang pemilihan fakta, penyusunan fakta, penekanan fakta, hingga proses penyampaian fakta. Strategi framing dalam media ini didukung oleh strategi *signing* (semiotika visual) dan juga strategi *priming* (*mapping* media), yaitu strategi penambahan tautan foto dan strategi perancangan tampilan serta tata letak media, yang keduanya digunakan untuk mendukung framing dalam pemberitaan-pemberitaannya. Dengan teknik tersebut, wartawan dan media massa membentuk realitas semu yang selanjutnya disampaikan kepada masyarakat dalam bentuk berita, termasuk berita infotainment. Demikian pula dengan berita tato, dalam hal ini tato selebritis, yang dituliskan dan dikemas

sedemikian rupa dengan tujuan untuk membentuk persepsi masyarakat tentang tato sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh wartawan dan media massa.

Melalui berita infotainment seputar tato selebritis, *kapanlagi.com* cenderung menjadikan tato sebagai simbol-simbol sosial tertentu yang berhasil menggeser simbolitas tato yang telah terbentuk sebelumnya pada jaman dahulu, seperti sebagai simbol tradisi atau bahkan simbol kejahatan. Simbolitas baru dari tato tersebut antara lain adalah sebagai simbol fesyen metroseksual, simbol ekspresi dan histeria kebebasan, simbol kuasa manusia atas tubuh sendiri, serta sebagai simbol transformasi kultural menuju komoditas pasar. Simbol-simbol tato hasil bentukan media tersebut merupakan bukti akan adanya kuasa media terhadap realitas yang ada pada masyarakat, tidak lain adalah masyarakat yang telah termediasi oleh media massa lengkap dengan kepentingan-kepentingan tertentu di belakangnya.

Konsep pemberitaan seperti yang dipakai *kapanlagi.com*, melalui strategi framing yang didukung oleh strategi semiotika visual dan teknik *mapping* penataan layout tampilan halaman, merupakan salah satu konsep penyampaian pesan yang sebenarnya hampir sama dengan media-media lain yang sering dipakai dalam dunia desain komunikasi visual. Tampilan halaman layout *kapanlagi.com* pada dasarnya hampir sama dengan konsep penataan halaman majalah, koran, atau bahkan poster, hanya saja pada halaman *website kapanlagi.com* digunakan proses penyampaian pesan yang bersifat audio-visual, yang bisa menampilkan video, *moving picture*, atau gambar bergerak lainnya. Hal inilah yang menyebabkan kajian media *website kapanlagi.com* cukup penting bagi dunia desain komunikasi visual, karena di dalamnya terdapat kajian yang berkaitan dengan tata-letak dan proses penyampaian pesan dari

media kepada khalayak, melalui teknik berita verbal dan teknik audio-visual atau gambar bergerak, teknik yang tidak ada pada majalah atau koran. Media *website* pada dasarnya merupakan *mediamorfosis* atau pengembangan dari media konvensional yang sudah ada terdahulu, yaitu koran/majalah dan televisi, dan kajian tentang media *cyber* terpopuler ini pada dasarnya sangat penting, khususnya bagi kalangan desain komunikasi visual, mengingat di dalamnya terdapat proses penyampaian pesan secara visual yang merupakan konsep dasar pembelajaran dalam dunia desain komunikasi visual.

B. Saran

Penelitian ini pada dasarnya dibatasi pada bagaimana media massa, dalam hal ini situs internet *kapanlagi.com*, mengonstruksi simbolitas tato dalam masyarakat melalui pemberitaan-pemberitaannya tentang tato selebritis. Dengan kata lain penelitian ini belum merambah pada efek yang diterima masyarakat, dalam bentuk persepsi dan pencitraan tato, berkaitan dengan simbolitas tato yang telah dibentuk oleh *kapanlagi.com*. Oleh karena hal tersebut, penulis memberikan saran agar dilakukan penelitian lanjutan berkaitan dengan persepsi masyarakat terhadap simbolitas tato yang telah dikonstruksi oleh situs *kapanlagi.com*. Dengan adanya penelitian lanjutan tersebut diharapkan dapat diketahui citra dan peranan tato dalam ranah politik, sosial dan budaya masyarakat Indonesia, sebagai subyek terdampak pemberitaan tato oleh media massa, dalam hal ini situs internet *kapanlagi.com*.

Bagi media *kapanlagi.com* sendiri penulis beranggapan bahwa proses penyampaian pesan dalam situs internet ini sudah cukup baik, hanya perlu ditingkatkan lagi dari segi tata letak dan tampilan visualnya. Dengan konsumen

kalangan muda dan remaja, tampilan halaman *website kapanlagi.com* yang ada sekarang ini masih terlihat sedikit kaku dengan penggunaan panel-panel kotak dan *background* warna putih polos. Dengan mengurangi ketajaman sudut panel dan sedikit pemberian warna yang cerah pada *background* diharapkan dapat memberikan kesan yang lebih muda, energik, dan dinamis. Selain itu dari segi layout keseluruhan halaman situs *kapanlagi.com* juga cenderung masih kurang seimbang, sehingga perlu dilakukan penataan kembali obyek-obyek gambar dan tulisan dalam halaman situs tersebut sehingga dapat memperlihatkan keseimbangan asimetris yang lebih sempurna.

Sedangkan bagi kalangan akademisi desain komunikasi visual penulis mengharapkan dapat dilakukan penelitian yang lebih mendalam tentang bagaimana proses penyampaian pesan kepada khalayak secara audio-visual pada media situs internet, termasuk dalam hal ini situs entertainment *kapanlagi.com*. Selain itu juga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut perihal seberapa jauh kekuatan sebuah situs internet untuk dapat membentuk citra suatu obyek berita dan mengubah serta mempengaruhi persepsi masyarakat, melalui strategi penyampaian pesan yang dimilikinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Barker, Chris, *Cultural Studies: Teori & Praktik*, Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2006
- Barthes, Roland, *Membedah Mitos-mitos Budaya Massa*, Yogyakarta: Jalasutra, 2007
- , *Petualangan Semiotologi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007
- Baudlirard, Jean, *Masyarakat Konsumsi*, Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2006
- Berger, Arthur Asa, *Tanda-tanda dalam Kebudayaan Kontemporer, Suatu Pengantar Semiotika*, Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya, 2005
- Budiman, Kris, Pusat Studi Kebudayaan Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, *Analisis Wacana, Dari Linguistik Sampai Dekonstruksi*, Yogyakarta: Kanal, 2002
- , *Semiotika Visual*, Yogyakarta: Penerbit Buku Baik, 2004
- Bungin, M. Burhan, *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*, Jakarta: Kencana, 2008
- Cobley, Paul dan Jansz, Litza, *Mengenal Semiotika for Beginners*, Bandung: Mizan, 2002
- Danesi, Marcel, *Pengantar Memahami Semiotika Media*, Yogyakarta: Jalasutra, 2010
- Eco, Umberto, *Tamasya dalam Hiperealitas*, Yogyakarta: Jalasutra, 2009
- Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, Yogyakarta: Lkis, 2002
- Hamad, Ibnu, *Komunikasi Sebagai Wacana*, Jakarta: La Tofi Enterprise, 2010

- Herprianto, Hendra, *Makalah Kritik Seni Kriya: Tato Dari Tradisi hingga Tren*,
Yogyakarta: Jurusan Kriya Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia
Yogyakarta, 2008
- Ibrahim, Idi Subandy, *Lifestyle Ectasy: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat
Komoditas Indonesia*, Yogyakarta: Jalasutra:1997
- Martono, John, dan Pinandita, Arsita, *Punk! Fesyen-Subkultur-Identitas*,
Yogyakarta: Halilintar Books, 2009
- Nasution, S., *Buku Penuntun Membuat Tesis, Skripsi, Disertasi, Makalah*, Jakarta:
Bumi Aksara, 2010
- Olong, Hatib Abdul Kadir, *Tato*, Yogyakarta: LkiS, 2006.
- Piliang, Yasraf Amir, *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*,
Bandung: Jalasutra, 2009
- Rusbiantoro, Dadang, *Generasi MTV*, Yogyakarta & Bandung: Jalasutra, 2008
- Sanyoto, Sadjiman Ebdi, *Dasar-dasar Tata Rupa & Desain (Nirmana)*,
Yogyakarta: Ari Bumi Intaran, 2005
- Sardar, Ziauddin dan Van Loon, Borin, *Membongkar Kuasa Media*, Yogyakarta:
Resist Book, 2008
- Simon, Fransiskus, *Kebudayaan dan Waktu Senggang*, Yogyakarta: Jalasutra, 2006
- Skopec, David, *Digital Layout: for The Internet and Other Media*, Singapore: AVA
Book Production Pte. Ltd, 2003
- Soedjatmiko, Haryanto, *Saya Berbelanja, Maka Saya Ada*, Yogyakarta & Bandung:
Jalasutra, 2008
- Soedjono, Soeprapto, *Pot-Pourri Fotografi*, Jakarta: Universitas Trisakti, 2005
- Strinati, Dominic, *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*,
Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2009

Tinarbuko, Sumbo, *Semiotika Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Jalasutra, 2008

-----, *Mendengarkan Dinding Fesbuker*, Yogyakarta: Multicom, 2009

Widowati, Heningtyas, dan Mayasari, Novi, Program Studi Desain Komunikasi

Visual & Studio Diskom, *Irama Visual: Dari Tukang Reklame Sampai*

Komunikator Visual, Yogyakarta: Jalasutra, 2007

Pertautan

<http://all-about-japanesstatoo.blogspot.com>

<http://bemteunnes.wordpress.com>

<http://dream indonesia.wordpress.com>

<http://navdorovya.com>

<http://ockym.blogspot.com>

<http://picsdigger.com>

<http://tattoo22.com>

<http://tattoospit.com>

<http://tribal-japanese.blogspot.com>

<http://www.gatra.com>

<http://www.kapanlagi.com>

<http://www.kent-tattoo.com>

<http://www.mediasripsi.com>

<http://www.wikipedia.org>