

**PRESEPSI MAHASIWA TERHADAP TATTOO DI TUBUH MANUSIA: STUDI KASUS  
MAHASISWA PEREMPUAN FISIP UNTAG SURABAYA**

*Descriptive Study on Tattoo Student Perception in the Human Body: A Case Study of Women  
Students of the FISIP Untag Surabaya*

**Rr. Jeannette Sarita Puspa<sup>1</sup>**

**Arif Darmawan<sup>2</sup>**

**Ni Made Ida Pratiwi<sup>3</sup>**

**ABSTRACT**

*Tattoo is a work of human art known since ancient times . There is no definitive information about the emergence of this self sculpture. But certainly have become entrenched and people's lifestyles in almost all corners of the world. Posed artistic beauty wowed some communities , which raises the fan community group , to users of this tattoo. Based on the background of the above problems, the formulation of the problem of this research is how the student perception UNTAG against tattoos on the body. This study used a qualitative descriptive method by distributing questionnaires to a sample withdrawal . Samples in this study were female students of the Faculty of Social and Political Sciences University August 17, 1945 in Surabaya.*

**Keywords :** *Tattoo , tattoos perceptions*

**ABSTRAK**

*Tattoo merupakan karya seni manusia dikenal sejak zaman dahulu. Tidak ada keterangan pasti tentang munculnya seni ukir diri ini. Namun yang pasti telah membudaya dan menjadi gaya hidup masyarakat di hampir seluruh pelosok dunia. Keindahan artistik yang ditimbulkan mengundang decak kagum sebagian masyarakat, sehingga memunculkan kelompok masyarakat penggemar, sampai pengguna tattoo ini. Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana persepsi mahasiswi Untag terhadap tatto di tubuh. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menyebarkan kuisioner untuk penarikan sample. Sample dalam penelitian ini adalah mahasiswa perempuan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.*

**Kata kunci :** *Tattoo, Presepsi tatto*

---

<sup>1</sup> Rr. Jeannette Sarita Puspa, mahasiswa Prodi S-1 Ilmu Komunikasi, FISIP, Untag Surabaya

<sup>2</sup> Prof. Dr. Arif Darmawan, pengajar pada Prodi S-1 Ilmu Komunikasi, S-1 Administrasi Publik, dan S-3 Ilmu Administrasi, FISIP, Untag Surabaya

<sup>3</sup> Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M., pengajar pada Prodi S-1 Ilmu Komunikasi, S-1 Administrasi Bisnis, FISIP, Untag Surabaya

## PENDAHULUAN

*Tattoo* merupakan karya seni manusia dikenal sejak zaman dahulu. Tidak ada keterangan pasti tentang munculnya seni ukir diri ini. Namun yang pasti telah membudaya dan menjadi gaya hidup masyarakat di hampir seluruh pelosok dunia. Keindahan artistik yang ditimbulkan mengundang decak kagum sebagian masyarakat, sehingga memunculkan kelompok masyarakat penggemar, sampai pengguna *tattoo* ini.

*Tattoo* atau lukisan pada tubuh, belakangan ini makin menjadi mode. Bila semula *tattoo* merupakan bagian budaya ritual etnik tradisional, kini berkembang menjadi bagian kebudayaan pop. Perkembangan pandangan terhadap *tattoo* ini ditunjukkan dengan karakteristik *tattoo* yang digunakan dimasyarakat. Namun demikian pada sebagian masyarakat lain *tattoo* juga menimbulkan kesan sangar, menyeramkan, kriminal, preman sarat kekerasan dan dekat dengan dunia kejahatan yang terakumulasi dalam seni gambar tubuh ini. Sebagian masyarakat masih menganggap tabu. Budaya ke timuran untuk seni yang satu ini, masih rawan dan bertendensi negatif.

Sebagian besar Masyarakat masih memandang Seni *Tattoo* identik dengan Pelaku Kejahatan. pandangan sinis selalu di tujukan kepada seseorang yang memiliki *Tattoo*, meskipun pada kenyataannya rata-rata penjahat suka memakai *Tatto* tetapi tidak semua orang yang memiliki *Tattoo* adalah penjahat. *Tatto* adalah lambang ekspresi jiwa yang bebas.

Kini eksplotasi tubuh melalui *tattoo* berkembang karena mode dan gaya hidup. Kaum penggemarnya pun makin meluas hingga ke kalangan selebriti, olahragawan, eksekutif muda, remaja, dan ibu-ibu rumah tangga. Terutama penggemarnya dari kalangan remaja, tak hanya remaja pria, bahkan dikalangan remaja wanita *tattoo* juga berkembang pesat.

Dunia Barat, *tattoo* biasanya dianggap sebagai bentuk ekspresi dan kreativitas seseorang. Selain menunjukkan individualitas, secara bersamaan *tattoo* juga menunjukkan bahwa pemiliknya adalah anggota sebuah kelompok komunitas yang menyukai seni tubuh.

Berdasarkan sebuah survei di Amerika Serikat yang dilakukan dua tahun lalu, sekitar

36% remaja (usia 14 tahun) di negeri itu, hampir dipastikan, di tubuhnya ada rajahan tokoh-tokoh idola, bunga, serta berbagai ornamen lainnya. Satu studi pada 561 mahasiswa bertattoo pada 18 universitas Amerika Serikat dan satu perguruan tinggi di Australia. Sebanyak 90% responden mengaku puas dengan *tattoo* mereka, dan 82% akan melakukannya lagi. Mahasiswa yang bertattoo dilaporkan lebih banyak meminum alkohol, merokok, penyalahgunaan narkoba, dan perilaku seksual yang lebih berisiko dibanding responden yang tidak bertattoo. Pengetahuan remaja bertattoo tentang *tattoo* juga terbatas (Armstrong, 2002).

Amerika Serikat, *tattoo* sempat memberi kesan buruk bagi pemiliknya, walaupun sekarang *tattoo* dianggap sebagai bagian dari budaya Amerika. *Tattoo* yang kini banyak menemani kehidupan anak muda di perkotaan ternyata berada dalam kondisi tidak tahu menahu aturan bagaimana semestinya *tattoo* diperlakukan. Sebagian masyarakat modern yang tertarik dengan *tattoo*, kemudian menggunakannya semau dan sesuka hati sebagai ekspresi diri. Kesukaan bereksresi dengan menimbulkan kontra dari sebagian lain masyarakat yang berseberangan keyakinan dengan adat lama.

Dengan bertattoo, karena merasa lebih gagah atau cantik, memang bisa mendorong seseorang jadi tambah percaya diri. Tapi, jika mengingat efek buruknya, kegemaran yang satu ini jadi begitu menakutkan. Dalam ilmu kedokteran, merajah tubuh didefinisikan sebagai tindakan sengaja yang berpotensi menimbulkan kelainan pada kulit. Selain karena *tattoo*, kelainan pada kulit juga bisa disebabkan oleh sengatan sinar matahari yang berlebihan, pengaruh obat-obatan, dan terkena bahan kimia. Dan prinsipnya, semakin luas permukaan tubuh yang ditattoo, maka akan semakin besar pula risiko gangguannya (Hot Topic Fri, 01 Feb 2008).

Dengan alasan inilah penulis ingin membuat penelitian bagaimana pendapat atau persepsi mahasiswa Untag Surabaya terspesialisasi perempuan tentang *tattoo* yang melekat di tubuh.

## Konsep dan Teori

### Konsep Dasar Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui sistem yang biasa (lazim), baik dengan symbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku atau tindakan. Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi nonverbal.

Pada umumnya komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, dan menunjukkan sikap tertentu seperti tersenyum, mengangkat bahu dan sebagainya. Komunikasi ini disebut komunikasi nonverbal. Proses komunikasi bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya). Proses komunikasi dapat terjadi apabila ada interaksi antar manusia dan ada penyampaian pesan untuk mewujudkan motif komunikasi. Melalui komunikasi sikap dan perasaan seseorang atau sekelompok orang dapat dipahami oleh pihak lain.

Komunikator, adalah pihak yang bertindak sebagai pengirim pesan dalam sebuah proses komunikasi. Dengan kata lain, komunikator merupakan seseorang atau sekelompok orang yang berinisiatif untuk menjadi sumber dalam sebuah hubungan. Seorang komunikator tidak hanya berperan dalam menyampaikan pesan kepada penerima, namun juga memberikan respons dan tanggapan, serta menjawab pertanyaan dan masukan yang disampaikan oleh penerima, dan publik yang terkena dampak dari proses komunikasi yang berlangsung, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pesan, adalah setiap pemberitahuan, kata, atau komunikasi baik lisan maupun tertulis, yang dikirimkan dari satu orang ke orang lain. Pesan menjadi inti dari setiap proses komunikasi yang terjalin pesan terbagi menjadi dua, yakni pesan verbal dan non-verbal. Pesan verbal adalah jenis

pesan yang penyampaiannya menggunakan kata-kata, dan dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan apa yang didengarnya. Sedangkan, pesan non-verbal adalah jenis pesan yang penyampaiannya tidak menggunakan kata-kata secara langsung, dan dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan gerak-gerik, tingkah laku, mimik wajah, atau ekspresi muka pengirim pesan. Pada pesan non-verbal mengandalkan indera penglihatan sebagai penangkap stimuli.

Penerima, adalah pihak yang memperoleh pesan atau stimulus yang dikirimkan oleh sumber. Stimulus yang diterima tersebut dapat terdiri dari beraneka ragam bentuk, seperti kata-kata, tulisan, gerak-gerik, mimik muka, ekspresi wajah, sentuhan, aroma, serta perbuatan atau tingkah laku lawan bicara. Selanjutnya, peran penerima adalah mencerna dan menanggapi stimulus tersebut dengan mendengar, melihat, membau, atau merasakan. Secara garis besar, penerima dapat terbagi menjadi penerima aktif dan penerima pasif. Penerima pasif adalah orang yang hanya menerima stimulus yang datang kepadanya, tanpa memberikan tanggapan serta umpan balik (*feedback*). Sedangkan, penerima aktif adalah orang yang tidak saja menerima stimulus yang datang kepadanya, tetapi juga memberikan tanggapan atau *feedback* secara aktif (berke-lanjutan) kepada pengirim.

*Feedback*, adalah isyarat atau tanggapan yang berisi kesan dari penerima pesan dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Tanpa balikan seorang pengirim pesan tidak akan tahu dampak pesannya terhadap si penerima pesan. Hal ini penting bagi manajer atau pengirim pesan untuk mengetahui apakah pesan sudah diterima dengan pemahaman yang benar dan tepat. Balikan dapat disampaikan oleh penerima pesan atau orang lain yang bukan penerima pesan. *Feedback* yang disampaikan oleh penerima pesan pada umumnya merupakan balikan langsung yang mengandung pemahaman atas pesan tersebut dan sekaligus merupakan apakah pesan itu akan dilaksanakan atau tidak. *Feedback* yang diberikan oleh orang lain didapat dari pengamatan pemberi balikan terhadap perilaku maupun ucapan penerima pesan. Pemberi *feedback* menggambarkan perilaku penerima pesan sebagai reaksi dari pesan yang diterimanya. *Feedback* bermanfaat untuk memberikan informasi, saran yang dapat

menjadi bahan per-timbangan dan membantu untuk menumbuhkan kepercayaan serta keterbukaan diantara ko-munikan, juga balikan dapat memperjelas persepsi.

### **Semiotika**

Secara etimologis istilah semiotika berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi social yang terbangun sebelumnya. Secara terminologis semiotika dapat diidentifikasi sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda (Indiwan Setyo hal 7)

Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tentang tanda. Konsep tanda ini melihat bahwa makna muncul ketika ada hubungan yang bersifat asosiasi atau in absentia antara yang ditandai (*signified*) dan yang menandai (*signifier*). Tanda adalah kesatuan dari suatu bentuk penanda (*signifier*) dengan sebuah ide atau petanda (*signified*).

Dengan kata lain, penanda adalah “bunyi yang bermakna” atau “coretan yang bermakna”. Semiotik mengkaji tanda, penggunaan tanda dan segala sesuatu yang bertalian dengan tanda. Dengan kata lain, perangkat pengertian semiotik (tanda, pemaknaan, denotatum dan interpretan) dapat diterapkan pada semua bidang kehidupan asalkan ada prasyaratnya dipenuhi, yaitu ada arti yang diberikan, ada pemaknaan dan ada interpretasi (Cristomy dan Untung Yuwono, 2004).

### **Teori S.O.R (Stimulus-Organism-Response)**

Menurut stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah ; Pesan (stimulus, S), Komunikan (organism, O), Efek (Response, R).

Hosland, et al (1953) mengatakan bahwa proses perubahan perilaku pada hakekatnya sama dengan proses belajar. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses belajar pada individu yang terdiri dari:

a. Stimulus (rangsang) yang diberikan pada organisme dapat diterima atau ditolak.

Apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus itu tidak efektif mempengaruhi perhatian individu dan berhenti disini. Tetapi bila stimulus diterima oleh organisme berarti ada perhatian dari individu dan stimulus tersebut efektif.

- b. Apabila stimulus telah mendapat perhatian dari organisme (diterima) maka ia mengerti stimulus ini dan dilanjutkan kepada proses berikutnya.
- c. Setelah itu organisme mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (bersikap).
- d. Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka stimulus tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku).

Selanjutnya teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila stimulus (rangsang) yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula. Stimulus yang dapat melebihi stimulus semula ini berarti stimulus yang diberikan harus dapat meyakinkan organisme. Dalam meyakinkan organisme ini, faktor reinforcement memegang peranan penting.

Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula. Mengutip pendapat Hovland, Janis dan Kelle yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting yaitu : perhatian, pengertian, dan penerimaan.

Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

Teori ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme. Artinya kualitas dari sumber komunikasi (sources) misalnya kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan

perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat

### Presepsi

Persepsi merupakan proses akhir dari pengamatan yang diawali oleh proses penginderaan, yaitu proses diterimanya stimulus oleh alat indra, kemudian ada perhatian, lalu diteruskan ke otak, dan baru kemudian individu menyadari tentang sesuatu yang dinamakan persepsi. Dengan persepsi individu menyadari dapat mengerti tentang lingkungan yang ada di sekitarnya maupun tentang keadaan lingkungan yang ada di sekitarnya maupun tentang hal yang ada dalam diri individu yang bersangkutan. Jadi, persepsi dapat diartikan sebagai proses diterimanya rangsang melalui panca indra yang didahului oleh perhatian sehingga individu mampu mengetahui, mengartikan, dan menghayati tentang hal yang diamati, baik yang ada di luar maupun di dalam diri individu.

Berikut ini pengertian persepsi dari beberapa ahli:

- a. Bimo Walgito: Persepsi adalah proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap rangsang yang diterima oleh organisme atau individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti dan merupakan aktivitas yang integrated dalam diri individu.
- b. Maramis: Persepsi ialah daya mengenal barang, kualitas atau hubungan, dan perbedaan antara hal ini melalui proses mengamati, mengetahui, atau mengartikan setelah pancaindranya mendapat rangsang.
- c. Desirato: Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Pesan dapat dikatakan sebagai pemberian makna pada stimuli indrawi (sensory stimuli).
- a Joseph A. Devito: Persepsi ialah proses menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang memengaruhi indra kita.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Kajian ini memaparkan situasi atau

peristiwa, tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat deskripsi (Rakhmat, 2007 hal 24)

### Teknik Penentuan Sampel

Didalam pengumpulan data ini penulis menggunakan teknik *Nonprobability Sampling*. *Sampling Purposive* yaitu teknik penentuan sampel dengan per-timbangan tertentu. Penelitian ini berkonsentrasi pada mahasiswa regular Untag yang berjenis kelamin perempuan.

### Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang memberikan gambaran mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian yang ingin dijabarkan. Strategi analisis data ini juga biasa disebut dengan kasi kualitatif atau desain kualitatif semu. Desain ini masih dipengaruhi oleh tradisi kualitatif terutama dalam menempatkan teori pada data yang akan diperoleh dari setiap hasil jawaban nantinya akan dibandingkan dan ditarik benang merahnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

Jurusan	Frekuensi	Prosentase
Ilmu Komunikasi	75	75%
Adm. Niaga	15	15 %
Adm. Negara	10	10 %
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer

Dari tabel distribusi karakteristik responden berdasarkan jurusan, diketahui responden terbesar adalah jurusan Ilmu komunikasi (75%), kedua Administrasi Niaga (15%), dan yang paling sedikit adalah Administrasi Negara (10%).

### Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

Agama	Frekuensi	Prosentase
Islam	77	77%
Kristen	14	14%
Khatolik	9	9%
Hindu	0	0
Budha	0	0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Dari tabel karakteristik responden tentang agama responden, Agama Islam menjadi mayoritas yaitu sebanyak 77%, kedua adalah Agama Kristen berjumlah 14%, dan yang paling sedikit adalah Agama Khatolik berjumlah 9%, sedangkan untuk Agama Hindu-Budha berjumlah 0%.

**Distribusi Responden tentang Presepsi Terhadap Tattoo**

**Hasil dari pertanyaan pertama “Apakah anda mengenal tattoo”**

Berdasarkan kuisioner yang telah disebarakan kepada mahasiswi Untag Surabaya tentang bagaimana tanggapan mereka terhadap tattoo, apakah mereka mengenal tattoo? dan dapat diketahui hasil sebagai berikut :

**Distribusi Respdnen tentang Perkenalan Dengan Tattoo**

Jawaban	Frekuensi	Prosentase
Sangat Mengenal	20	20%
Mengenal	74	74%
Tidak Mengenal	6	6%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Dari tabel distribusi responden tentang perkenalan dengan tattoo, 20% responden menjawab sangat mengenal, 74% responden menjawab mengenal dan hanya 6% responden yang menjawab tidak mengenal tattoo. Hal ini menunjukkan bahwa tattoo bukan lagi hal yang aneh untuk diperbincangkan, bahkan hampir separuh dari responden menjawab sudah mengenal tattoo.

**Hasil dari pertanyaan kedua “Bagaimana perasaan anda bila melihat tattoo?”**

Berdasarkan kuisioner yang telah disebarakan kepada mahasiswi Untag Surabaya tentang bagaimana perasaan mereka bila melihat tattoo, dan dapat diketahui hasil sebagai berikut :

**Distribusi Perasaan Responden Bila Melihat Tattoo**

Jawaban	Frekuensi	Prosentase
Sangat Suka	18	18%
Suka	63	63%
Tidak Suka	19	19%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer

Dari tabel distribusi responden bila melihat tattoo 18% responden menjawab sangat suka, 63% responden menjawab suka, dan 19% responden menjawab tidak suka. Hal ini juga membuktikan bahwa banyak responden memberikan tanggapan yang positif dengan menjawab “Suka”

**Hasil dari pertanyaan ketiga, “Bagaimana presepsi anda tentang seseorang yang ber-tattoo?”**

Berdasarkan kuisioner yang telah disebarakan kepada mahasiswi Untag Surabaya tentang bagaimana perasaan mereka bila melihat seseorang yang ber-tattoo, dan dapat diketahui hasil sebagai berikut

**Distribusi Tentang Presepsi Responden Bila Melihat Seseorang Ber-Tattoo**

Jawaban	Frekuensi	Prosentase
Sangat Suka	21	21%
Suka	61	61%
Tidak Suka	18	18%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer

Dari tabel distribusi responden tentang presepsi responden bila melihat seseorang yang bertattoo 21% respnden menjawab sangat suka, 61% suka, dan 18% tidak suka. Hal ini menunjukkan bahwa sesorang yang bertatto bukan lagi dianggap seperti preman atau pelaku tindak kriminalitas.

**Hasil dari pertanyaan ke empat “Apakah anda mengerti tentang arti simbolik sebuah tattoo?”**

Berdasarkan kuisioner yang telah disebarakan kepada mahasiswi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya tentang arti simbolik atau simbol simbol gambar pada tatto, dan dapat diketahui hasil sbb:

**Distribusi Responden tentang Arti Simbolik Sebuah *Tattoo***

Jawaban	Frekuensi	Prosentase
Sangat Mengerti	14	14%
Mengerti	20	20%
Tidak Mengerti	66	66%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer

Dari tabel distribusi responden tentang arti simbolik sebuah *tattoo* yang sangat mengerti tentang arti simbolik hanya 14%, dan 20% menjawab mengerti, sedangkan sisanya tidak mengerti, yaitu 66% responden. Hal ini menunjukkan bahwa tidak banyak responden mengetahui arti simbolik sebuah *tattoo*. Memang tidak semua orang mengerti tentang arti simbolik sebuah *tattoo*, karena hanya yang benar-benar menyukai seni ini yang sangat mengerti, ini juga menyimpulkan bahwa responden hanya menyukai bentuk fisik atau gambaran luarnya saja, namun tidak mengerti arti simboliknya.

**Hasil dari pertanyaan kelima “Menurut persepsi anda, *tattoo* dibagian tubuh mana yang terlihat menarik?”** Berdasarkan kuisioner yang telah disebarakan kepada mahasiswi Untag Surabaya tentang dibagian tubuh mana yang apabila mereka melihat *tattoo* yang terlihat menarik, dan dapat diketahui hasil sebagai berikut:

**Distribusi Responden Tentang Letak *Tattoo* Yang Terlihat Menarik**

Jawaban	Frekuensi	Prosentase
Tangan	31	31%
Kaki	23	23%
Badan	46	46%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer

Dari tabel distribusi responden tentang letak *tattoo* yang terlihat menarik, 36% responden menjawab tubuh bagian tangan, 23% kaki, dan yang terbesar adalah 46% menjawab badan. Hal ini menunjukkan bahwa wilayah badan dan tangan menjadi lokasi yang menarik bila di lihat oleh sebagian responden.

**Hasil dari pertanyaan ke enam “Menurut persepsi anda, *tattoo* dibagian tubuh mana yang terlihat kurang menarik?”** Berdasarkan kuisioner yang telah disebarakan kepada

mahasiswi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya tentang dibagian tubuh mana yang apabila mereka melihat *tattoo* yang terlihat kurang menarik, dan dapat diketahui hasil sebagai berikut :

**Distribusi Responden Tentang Letak *Tattoo* Yang Terlihat Kurang Menarik**

Jawaban	Frekuensi	Prosentase
Tangan	29	29%
Kaki	41	41%
Badan	20	20%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer

Dari tabel distribusi responden tentang letak *tattoo* yang terlihat kurang menarik, jawaban terbesar adalah 41% responden menjawab kaki, 29% responden menjawab tangan, dan sisanya 20% menjawab badan. . Hal ini menunjukkan bahwa wilayah kaki yang dianggap sebagai lokasi yang kurang menarik untuk dilukis *tattoo* bila di lihat oleh sebagian responden.

**Hasil dari pertanyaan ketujuh, “Bagaimana tanggapan anda tentang *tattoo* sebagai ekspresi perasaan?”** Berdasarkan kuisioner yang telah disebarakan kepada mahasiswi Untag Surabaya tentang bagaimana persepsi mereka terhadap “*Tattoo* sebagai ekspresi perasaan” dan dapat diketahui hasil sebagai berikut :

**Distribusi Responden Tentang *Tattoo* Sebagai Ekspresi Perasaan**

Jawaban	Frekuensi	Prosentase
Sangat Setuju	42	42%
Setuju	42	42%
Tidak Setuju	16	16%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer

Dari tabel distribusi responden tentang *tattoo* sebagai ekspresi perasaan, 42% responden menjawab sangat setuju, 42% total responden yang sama juga menjawab setuju, sedangkan 16% responden menjawab tidak setuju. Hal ini membuktikan bahwa *tattoo* dianggap sebagai ungkapan ekspresi perasaan, perasaan sayang anak kepada orang tua atau sebaliknya dan masih banyak lagi.

**Hasil dari pertanyaan ke delapan, “Bagaimana tanggapan anda tentang *tattoo* sebagai lambang identitas?”** Berdasarkan kuisioner yang telah disebarakan kepada mahasiswi Universitas 17 Agustus 1945

Surabaya tentang bagaimana persepsi mereka terhadap “Tattoo sebagai lambang identitas” dan dapat diketahui hasil sebagai berikut :

**Distribusi Responden Tentang Tattoo Sebagai Lambang Identitas**

Respon	Frekuensi	Prosentase
Sangat Setuju	34	34%
Setuju	34	34%
Tidak Setuju	36	36%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer

Dari tabel distribusi responden tentang tattoo sebagai lambang identitas 34% responden menjawab sangat setuju, Idem dengan prosentase sebelumnya, 34% responden yang sama juga menjawab setuju, sedangkan 36 responden tidak setuju. Hal ini menunjukkan kesamarataan persepsi responden, mereka berpendapat bahwa tidak harus membuat tattoo untuk masuk ke suatu komunitas atau kelompok namun sebagian lagi berpendapat sebaliknya.

**Hasil dari pertanyaan ke sembilan, “Bagaimana tanggapan anda tentang tattoo sebagai seni dan keindahan?”** Berdasarkan kuisioner yang telah disebarakan kepada mahasiswi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya tentang bagaimana persepsi mereka terhadap “Tattoo sebagai seni dan keindahan” dan dapat diketahui hasil sebagai berikut :

**Distribusi Responden Tentang Tattoo Sebagai Seni dan Keindahan**

Jawaban	Frekuensi	Prosentase
Sangat Setuju	84	84%
Setuju	12	12%
Tidak Setuju	4	4%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer

Dari tabel daftar distribusi responden tentang tattoo sebagai seni dan keindahan 84% responden menjawab sangat setuju, 12% setuju, dan sebagian kecil yaitu 4% tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa saat ini keindahan tattoo sudah di akui oleh sebagian besar masyarakat, bukan lagi hal yang tabu untuk di perbincangkan.

**Pertanyaan ke sepuluh, “Bagaimana tang-gapan anda tentang tattoo sebagai perilaku menyimpang?”** Berdasarkan kuisioner yang telah disebarakan kepada mahasiswi Untag Surabaya tentang bagaimana persepsi mereka terhadap “Tattoo sebagai perilaku menyimpang” dan dapat diketahui hasil sebagai berikut :

**Distribusi Responden Tentang Tattoo Sebagai Perilaku Menyimpang**

Jawaban	Frekuensi	Prosentase
Sangat Setuju	4	4%
Setuju	13	13%
Tidak Setuju	83	83%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer

Dari tabel distribusi responden tentang tattoo sebagai perilaku menyimpang, 83% responden menjawab tidak setuju, 13% setuju, dan sebagian kecil yaitu 4% sangat setuju. Hampir seluruh responden menjawab tidak setuju, hal ini me-nunjukkan bahwa tatto bukanlah perilaku me-nyimpang yang mengharuskan penggunaannya bertindak kriminal atau kejahatan.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan keseluruhan dari penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa Untag terhadap tattoo dapat di mengerti dan memahaminya. Sebab sebagian menganggap tato adalah sebuah lambang karya seni dan keindahan, sebagai wadah untuk mengapresiasi perasaannya, serta untuk memperlihatkan lambang identitas sipenggunanya. Sementara, sebahagian lainnya beranggapan bahwa pengguna tato adalah bagian dari penjahat, preman, berandalan, dan pelaku tindak kriminal.
2. Faktor budaya membawa tato kearah modrenisasi kehidupan anak muda di jaman sekarang. Hal ini karena budaya barat yang diadopsi oleh budaya timur lewat media massa. Ini menjadi pengetahuan baru bagi seseorang tentang budaya dan seni, pada akhirnya menimbulkan rasa ketertarikan untuk mengamati keadaan sosial saat ini

3. Semakin tinggi tingkat kepedulian seseorang terhadap seni, maka semakin tinggi pula tingkat pemahamannya terhadap budaya yang ada di dalamnya. Pembentukan budaya ini mengakibatkan bergesernya budaya lama kearah yang lebih modern melalui media massa. Mereka berusaha memperbaharui penampilannya sesuai dengan trend yang sedang berlaku.

## DAFTAR PUSTAKA

Ambon tattoo surabaya

Becker, Samuel, (1984), *Marxist Approach to Media Studies: The British Experience* Critical Studies in Mass Communication

Cangara, Havied. (2002). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Praha.

Christomy, T dan Untung Yuwono.(2004). *Semiotika Budaya*. Jakarta: Pusat Kemasyarakatan dan Budaya UI.

Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filisafat Komunikasi*. Cet. Ke-3. Citra Aditya Bakti: Bandung.

Fiske, John. Penerjemah Hapsari Dwiningtyas. (2012) *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Raja GrafindoPersada.

Hamka. (2002). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Rineko Cipta.

(Hot Topic Fri, 01 Feb 2008).

<http://www.untag.ac.id/>

<http://www.wikipedia.com/search/penggunaantato/>

<http://www.wikipedia.com/search/Rajah/>

[http://www.gumilarcenter.com/arsipartikel/artikel\\_tato.pdf](http://www.gumilarcenter.com/arsipartikel/artikel_tato.pdf)

<http://www.meiliemma.wordpress.com/2006/10/17/definisi-komunikasi/>

<http://www.kent-tattoo.com/ina/liatprofil.php?no=158/>

<http://www.kent-tattoo.com/ina/liatprofil.php?no=158/>

<http://www.images.google.co.id/images?gbv=2&hl=id&q=tato+permanen&sa=N&start=18&ndsp=18>

[http://www.elearning.gunadarma.ac.id/docmodul/psikologi\\_umum\\_1/Bab\\_3.pdf](http://www.elearning.gunadarma.ac.id/docmodul/psikologi_umum_1/Bab_3.pdf)

[https://www.facebook.com/permalink.php?id=214803108591856&story\\_fbid=328695690535930](https://www.facebook.com/permalink.php?id=214803108591856&story_fbid=328695690535930)

<http://lidyamargarethan.blogspot.com/2013/02/komunikasi-bisnis.html>

<http://ilmukomunikasi.blogspot.com/2008/02/s-o-r-theory.html>

Miftah Thoha. (2003). *Perilaku Organisasi. Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Rajawali.

Junior tattoo surabaya

Mulyana, Deddy. (2004). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Olong, HA. Kadir. (2006). *Tato*. Yogyakarta: PT. LKiS Pelangi Aksara.

Rakhmat, Jalaludin. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: P.T. Remaja Rosdakarya.

Robbins. (2003). *Educational Psychology*. Washington: Mc. Graw Hill.

Singarimbun, Masri. (1995). *Metode Penelitian Survey*. LP3ES. Jakarta.

Sunaryo.(2002). *Psikologi Untuk Keperawatan*. Jakarta: EGC.

Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis* Fifth edition. NJ: PrenticeHall, Inc.