

## **BAB II**

### **KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan dan bahan pertimbangan dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu perlu dan dapat dijadikan sebagai data pendukung. Maka dari itu, peneliti perlu penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini untuk dijadikan acuan. Adapun penelitian terdahulu yang menjadi kajian sebagai berikut:

Penelitian pertama dengan judul “Makna Citra Diri Wanita Bertato yang Berhijab” dilakukan oleh Callista Renata Yasim dan Diah Ayu Candraningrum. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna citra diri perempuan bertato yang berhijab. Penelitian ini menggunakan konsep pemikiran Erving Goffman, yaitu konsepsinya tentang *Self* dengan pendekatan kualitatif deskriptif dan metode observasi, wawancara, serta dokumentasi.

Hasil temuan penelitian menunjukkan: Wanita yang bertato dan mengenakan jilbab memiliki makna sendiri. Tato bagi mereka adalah seni yang bisa dimiliki siapa saja seperti halnya menikmati musik, drama, dan kesenian lainnya. Perbedaan cara pandang mengenai seni tato menurut mereka hanya masalah perbedaan selera dalam menikmati sebuah karya seni.

Penelitian ke dua dengan judul “*Tattooed and Non-Tattooed Women: Motivation, Social Practices and Risk Behavior*” yang dilakukan oleh Adriano Schlösser, Andréia Isabel Giacomozzi, Brigido Vizeu Camargo, Emanuely Zelir Pereira da Silva, dan Marlon Xavier . Penelitian ini bertujuan untuk

mengidentifikasi motivasi, perilaku berisiko dan praktik sosial, membandingkan wanita bertato dan tidak bertato. Penelitian ini menggunakan konsep *gendered body and social stereotypes* dengan pendekatan kuantitatif dan metode survei.

Hasil temuan dari penelitian menunjukkan bahwa mayoritas wanita mengungkapkan kepuasan terhadap penampilan fisiknya setelah mendapatkan bertato, dan tidak akan menghapus tato. Ditato berkorelasi dengan perilaku berisiko seperti seks bebas dengan yang tidak diketahui orang, alkohol dan penggunaan narkoba, dan psikopatologi. Sampel menyajikan lebih banyak persamaan daripada perbedaan antara yang bertato dan kelompok non-tato, menunjukkan bahwa semakin populemya dan penerimaan sosial tato telah menyebabkan penurunan perbedaan antar kelompok.

Penelitian ke tiga yang dilakukan oleh Patricia Maloney dan Jerome Koch dengan judul "*The College Student's Religious Tattoo: Respect, Reverence, Remembrance*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna, motivasi, dan alasan mahasiswa memiliki tato religius yang mengidentifikasi diri mereka. Penelitian ini menggunakan konsep *Religious Identity*. Penelitian ini merupakan penelitian gabungan dengan metode wawancara dan survei.

Hasil penelitian ini menunjukkan: Tato yang tampaknya tidak religius bagi pengamat mungkin sebenarnya memiliki makna dan kegunaan religius yang berbeda bagi responden – bahkan untuk responden yang menggambarkan diri mereka sebagai religius atau ateis.

Penelitian ke empat yang dilakukan oleh Clare Craighead dengan judul "*(Monstrous) Beauty (Myths): The commodification of women's bodies and the potential for tattooed subversions*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komoditas tubuh perempuan dan potensi subversi bertato dengan konsep gender

dan feminisme. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif pendekatan naratif dengan metode studi pustaka.

Hasil penelitian ini adalah pengakuan tubuh perempuan bertato dan potensi komunikatifnya inilah yang memungkinkan pemahaman tentang potensi subversif dari tubuh bertato, dan berpotensi memberikan cara baru untuk melihat tato yang diperlukan untuk membebaskan perempuan dari bentuk-bentuk perbudakan kontemporer.

Tabel 0.1 Penelitian Terdahulu

<b>Judul</b>	Makna Citra Diri Wanita Bertato yang Berhijab	<i>Tattooed and Non-Tattooed Women: Motivation, Social Practices and Risk Behavior</i>	<i>The College Student's Religious Tattoo: Respect, Reverence, Remembrance</i>	<i>(Monstrous) Beauty (Myths): The commodification of women's bodies and the potential for tattooed subversions</i>
<b>Nama Peneliti</b>	Callista Renata Yasim dan Diah Ayu Candraningrum	Adriano Schlösser, Andréia Isabel Giacomozzi, Brigido Vizeu Camargo, Emanuely Zelir Pereira da Silva, dan Marlon Xavier	Patricia, Maloney, dan Jerome Koch	Clare Craighead
<b>Tahun</b>	2019	2020	2020	2011
<b>Jenis dan Sifat</b>	Kualitatif Deskriptif	Kuantitatif	Gabungan	Kualitatif Naratif
<b>Konsep /Teori</b>	Self (Erving Goffman)	<i>Gendered body and social stereotypes</i>	<i>Religious Identity</i>	Gender dan Feminisme
<b>Hasil Penelitian</b>	Wanita yang bertato dan mengenakan jilbab memiliki makna sendiri. Tato bagi mereka adalah seni yang bisa	Mayoritas wanita mengungkapkan kepuasan terhadap penampilan fisiknya setelah bertato Tato dan tidak	Tato yang tampaknya tidak religius bagi pengamat mungkin sebenarnya memiliki makna dan kegunaan	Pengakuan tubuh perempuan bertato dan potensi komunikatifnya inilah yang memungkinkan

	<p>dimiliki siapa saja seperti halnya menikmati musik, drama, dan kesenian lainnya. Perbedaan cara pandang mengenai seni tato menurut mereka hanya masalah perbedaan selera dalam menikmati sebuah karya seni.</p>	<p>akan menghapus tatonya. Ditato berkorelasi dengan perilaku berisiko seperti seks bebas dengan yang tidak diketahui orang, alkohol serta penggunaan narkoba, dan psikopatologi. Sampel menyajikan lebih banyak persamaan daripada perbedaan antara yang bertato dan kelompok non-tato, menunjukkan bahwa semakin populernya dan penerimaan sosial tato telah menyebabkan penurunan perbedaan antar kelompok.</p>	<p>religius yang berbeda bagi responden – bahkan untuk responden yang menggambarkan diri mereka sebagai religius atau ateis.</p>	<p>pemahaman tentang potensi subversif dari tubuh bertato, dan berpotensi memberikan cara baru untuk melihat tato yang diperlukan untuk membebaskan perempuan dari bentuk-bentuk perbudakan kontemporer.</p>
--	--	--	--	--

Dari semua penelitian terdahulu yang sudah diuraikan, alasan peneliti menggunakan penelitian-penelitian terdahulu tersebut, dikarenakan penelitian tersebut berkaitan dengan tato di tubuh wanita. Namun, hanya ada satu penelitian dari keempat penelitian terdahulu di atas yang menjadikan perempuan remaja kristen yang bertato sebagai subjek penelitian. Berbeda dengan penelitian tersebut, pada penelitian ini peneliti menyuguhkan hasil yang berbeda dari penelitian terkait terdahulu yang telah ada, dengan menjadikan remaja perempuan bertato yang aktif di gereja sebagai subjek penelitian.

## **2.2 Teori atau Konsep yang Digunakan**

### *2.2.1 Stereotyping Tubuh Perempuan*

Umumnya stereotip adalah keyakinan bersama tentang atribut dan perilaku individu berdasarkan keanggotaan dalam kelompok yang ditentukan oleh karakteristik tunggal seperti ras, jenis kelamin, atau usia. ( Bauer, 2013) Stereotip adalah prasangka tentang sekelompok orang yang mempengaruhi persepsi dan penafsiran data yang telah diterima. (Ismiati, 2018)

Pada mulanya individu belajar tentang stereotip dari orang tua, orang dewasa yang signifikan, tokoh, media, dan representasi publik. Stereotip dapat berguna dalam pembentukan kesan dan pembelajaran tentang norma serta perilaku sosial bagi individu. Contohnya, seorang anak dapat membedakan peran ayah dan ibunya, yang dimana seorang anak akan membuat asosiasi stereotip antara wanita sebagai pengasuh dan ayah sebagai penyedia serta pendisiplin. ( Bauer, 2013) Namun, hal ini yang menjadikan individu cenderung mengkategorikan orang lain yang diikuti oleh persepsinya yang konsisten. Misalnya, banyak orang menganggap laki-laki lebih rasional, lebih kuat, egois, dan tegas. Sedangkan perempuan sering dianggap lemah, manja, emosional, dan tidak mandiri. Stereotip-stereotip seperti ini yang akan melahirkan perlakuan, tuntutan, dan harapan yang berbeda dari masyarakat.

Dari hasil penelitian yang dilakukan Riyana Rizki Yuliatin mengenai stereotip perempuan pada buku bacaan anak, rambut panjang dan memakai rok adalah tanda yang merujuk tentang konsep perempuan cantik serta anggun. Keanggunan menjadi pembatasan dan aturan bagi perempuan. Pemakaian rok telah membatasi gerak dan mengatur posisi duduk atau cara bersikap. Perempuan yang memakai rok akan duduk dengan kaki tertutup, berjalan dengan langkah kecil, tidak mungkin memanjat pohon, menendang bola, dan bergerak lincah. Sejak kecil

perempuan telah dihadapkan oleh perlakuan yang demikian. Orang tua memiliki kecenderungan untuk memberikan pakaiannya yang sesuai dengan identitas gender si anak. Tidak jarang menganggapnya sebagai tabu atau pantangan jika si anak ingin memakai sesuatu yang berlawanan dengan identitas gendernya. (Yuliatin, 2017)

Perempuan yang cantik adalah perempuan yang dapat merawat tubuhnya sehingga memiliki kulit yang mulus dan bersih, rambut halus, serta rapi. Dalam hal ini, sangat jelas bahwa media mencerminkan nilai-nilai dan sikap yang dominan dalam masyarakat. Mereka juga bertindak sebagai agen sosialisasi serta mengajar anak-anak bagaimana berperilaku. Media juga membuat anak-anak dan remaja percaya pada peran seks tradisional, seperti laki-laki harus bekerja dan melakukan hal-hal yang lebih berat, sedangkan wanita seharusnya tidak. (Ross, 2012)

Generalisasi tersebut sudah terbentuk sejak zaman purba sebagai bentuk adaptasi dan strategi manusia untuk bertahan hidup. Salah satunya untuk berhasil bereproduksi dan berkembangbiak agar tidak punah. Oleh karena tubuh perempuan yang memiliki fungsi untuk mengandung dan menyusui, maka perempuanlah yang diberikan tugas untuk jaga rumah serta jaga anak. Sedangkan, para pria ditugaskan untuk berburu dan melindungi keluarga. (Ember & Ember, 2003) Maka dari itu, hingga saat ini, tubuh pria identik dengan tubuh yang besar, otot kekar, kulit yang kasar, dan kuat. Tubuh yang seperti ini yang mencerminkan sifat maskulin pria menurut pandangan di masyarakat, dimana pria harus dapat melindungi seorang wanita. Begitu juga dengan wanita, identiknya memiliki tubuh yang lebih kecil, kulit bersih, dan tidak sekuat pria. Ini juga yang mendorong naluri seorang pria untuk melindungi wanita. Dengan kata lain, stereotip-stereotip yang terbentuk di dalam masyarakat saat ini dipengaruhi dengan perbedaan bentuk tubuh pria dan

wanita. Seks didasarkan pada tubuh yang mengklasifikasi orang menjadi perempuan atau laki-laki. (Holmes, 2009) Ini juga yang pada akhirnya membentuk norma dan aturan yang ada di masyarakat mengenai pria dan wanita.

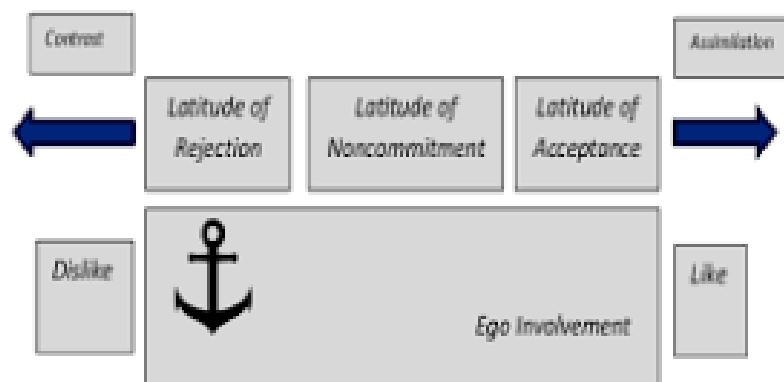
Norma sosial merupakan sekumpulan aturan yang diharapkan, dipatuhi, dan diikuti oleh masyarakat dalam suatu entitas sosial tertentu. Aturan-aturan ini biasanya terinstitusionalisasi serta tidak tertulis, tapi dipahami sebagai penentu pola tingkah laku yang baik dalam konteks hubungan sosial sehingga ada sanksi sosial yang diberikan jika melanggar. (Hasbullah, 2006) Tidak heran jika pada akhirnya wanita atau pria yang memiliki tubuh tidak menyerupai identitas gendernya akan dikucilkan atau dianggap negatif oleh masyarakat, karena dinilai telah melanggar norma sosial yang ada. Oleh karena itu, banyak dari pria atau wanita yang melakukan perubahan bentuk tubuh mereka, bahkan sampai melakukan operasi untuk dapat memenuhi identitas gender mereka. (Holmes, 2009)

Dalam teori performativitas gender yang dikemukakan oleh Judith Butler, gender adalah performatif. (Butler, 1999) Sebagai contoh dari aspek performatif tersebut adalah jika banyak dari anak laki-laki mulai mengenakan gaun besok dan terus melakukannya hingga tahun depan, besar kemungkinan pandangan kita mengenai apa yang normal untuk anak laki-laki kenakan akan berubah. Teori performativitas gender memperlihatkan bagaimana diskursus maupun tindakan yang terus dilakukan oleh masyarakat secara berulang-ulang menghasilkan pengertian tentang seks dan gender baik sebagai laki-laki maupun perempuan. Proses materialisasi gender yang selama ini dilakukan berada dalam sistem hegemoni heteroseksual, sehingga jika gender seseorang keluar dari norma sosial yang berlaku, dikatakan menyimpang. (Butler, 1999)

### 2.2.2 Teori Penilaian Sosial (*Social Judgment Theory*)

Fokus teori ini adalah membuat penilaian mengenai pernyataan yang didengar. (Littlejohn & Foss, 2009) Tentunya pernyataan yang diterima tidak hanya yang didengar, tetapi juga segala jenis pesan verbal maupun nonverbal yang dapat diterima oleh indera penerima pesan. *Social Judgement Theory* dicetuskan oleh Muzafer Sherif pada tahun 1961 dan menjelaskan tentang bagaimana sebuah pesan yang disampaikan kepada seseorang dimaknai berdasarkan keterlibatan ego (kognitif dan mental) yang membantu dalam menentukan perilaku selanjutnya sebagai respon dari pesan yang diterima. Pesan yang diterima oleh seseorang akan disesuaikan dengan *anchors* atau “jangkar” yang dimiliki oleh orang tersebut (Griffin E. A., 2006) Dengan kata lain, perubahan sikap manusia terhadap suatu pesan atau informasi tertentu merupakan hasil dari proses pertimbangan (*judgment*) yang terjadi dalam diri orang tersebut. Peran besar teori ini adalah mengubah konsepsi tentang bagaimana individu memproses pesan dari yang semula beranggapan stimulus akan dikonfirmasi dengan satu titik referensi sebagai posisi individu pada masalah sosial tertentu. Kemudian berubah menjadi referensi yang berbentuk garis diantara 2 titik, yaitu diantara sikap penerimaan, penolakan atau *non commitment* terhadap pesan yang disampaikan. (Larson, 2010)

Gambar.1 Model Teori Social Judgment





Sumber: (Cetak Biru Teori Komunikasi, 2020)

Teori ini menjelaskan tentang suatu pesan atau pernyataan diterima atau ditolak itu didasarkan atas peta kognitif seseorang terhadap pesan tersebut. Seseorang menerima atau menolak suatu pernyataan atau pesan-pesan tertentu, bergantung kepada keterlibatan ego-nya sendiri. Ketika orang menerima pesan, baik verbal ataupun nonverbal, mereka dengan segera men-*judge* (memperkirakan, menilai) di mana pesan harus ditempatkan dalam bagian otaknya dengan cara membandingkannya dengan pesan-pesan yang diterimanya selama ini. Teori ini juga menjelaskan tentang bagaimana individu menilai pesan-pesan yang mereka terima. Selain itu, *Social Judgment Theory* juga melahirkan hipotesis-hipotesis baru dan memperluas rentangan pengetahuan seseorang, termasuk ketika seseorang sedang menerima pesan-pesan, dan juga memiliki kekuatan terorganisir melalui pengorganisasian pengetahuan yang ada di dalam otak orang tersebut mengenai sesuatu.

#### 1. Keterlibatan Ego

Keterlibatan ego atau *ego involvement* mengacu pada tingkatan seberapa penting sebuah pesan yang diterima bagi penerimanya. *Ego involvement* terdiri atas segi mental dan kognitif. Segi mental mengarah pada rasa emosional yang dimiliki oleh seseorang sehubungan dengan pesan yang diterima. Sedangkan segi kognitif atau rasio mengarah pada informasi, pengetahuan, dan pemikiran atas pesan yang diterima tersebut. (Griffin E. A., 2006) Selain itu, dapat dikatakan juga keterlibatan ego merupakan tingkat relevansi personal dari suatu masalah. Ini adalah tingkatan sejauh mana sikap seseorang terhadap sesuatu masalah memengaruhi konsep diri

atau tingkat penting yang diberikan pada masalah itu.

Sebagai contoh, jika terdapat sebuah masalah dan seseorang belum mengalami kesulitan pribadi apapun akibat masalah tersebut, maka masalah tersebut mungkin tidak penting bagi orang itu, karena keterlibatan ego-nya rendah. Akan berbeda jika orang tersebut sudah pernah mengalami masalah tersebut. Hal ini akan lebih melibatkan ego-nya. Keterlibatan ego membuat perbedaan besar dalam hal bagaimana seseorang merespon pesan-pesan yang berhubungan dengan sebuah topik.

## 2. Tiga Zona Perilaku (*Attitude*)

Diterima atau ditolaknya pesan dapat melalui tiga zona perilaku yaitu zona penerimaan (*Latitude of Acceptance*) mewakili gagasan yang masuk akal atau layak dipertimbangkan, zona penolakan (*Latitude of Rejection*) mencakup hal-hal yang tidak masuk akal dan tidak menyenangkan, serta zona tidak ditolak juga tidak diterima (*Latitude of Noncommitment*) mewakili ide-ide yang tidak diterima ataupun tidak ditolak. (Griffin E. A., 2006)

Berikut ini merupakan kaitan *ego involvement* dengan zona sikap:

### a. *Latitude of Acceptance* (zona penerimaan)

Terjadi ketika pesan diterima oleh seseorang dengan *ego involvement* yang kuat dan sesuai dengan maksud dari pesan tersebut.

### b. *Latitude of Rejection* (zona penolakan)

Terjadi ketika pesan diterima oleh seseorang dengan *ego involvement* yang rendah dan menolak pesan akibat tidak sesuai dengan pemikiran awal/*anchors* orang tersebut.

c. *Latitude of Noncommitment* (zona tanpa pertanyaan)

Terjadi ketika penerima pesan bersikap acuh tak acuh, tidak menerima, dan tidak menolak pesan yang diterima.

### 3. Efek Penilaian

Efek kontras dan asimilasi merupakan hasil dari pemaknaan pesan yang dilakukan oleh seseorang. Efek kontras adalah hambatan yang memicu penilaian pesan yang melahirkan penolakan pesan. Sedangkan, asimilasi adalah daya tangkap pesan yang kuat dan melahirkan penerimaan pesan. (Dr. Ali Nurdin, 2020) Dengan kata lain, kontras terjadi jika ditemukan perbedaan yang mutlak terhadap persepsi yang dimiliki penerima dan pemberi pesan. Hal ini yang memicu penolakan terhadap suatu pesan. Sebaliknya, asimilasi terjadi karena persepsi pada pesan yang dimiliki oleh penerima dan pemberi pesan memiliki kesamaan atau daya tangkap yang kuat akan suatu pesan sehingga terkesan antara persuader dan si penerima terlihat saling memahami, yang tentu saja berujung pada *Latitude of acceptance*.

Menilai atau mempertimbangkan suatu pesan berdasarkan dengan tingkat kedekatan dengan pola pikir kita sebagai langkah awal menuju pada perubahan perilaku inilah yang disebut dengan *discrepancy*. *Discrepancy* yang akan memunculkan perubahan perilaku ini bisa didasari tidak hanya dari *Latitude of acceptance* tapi juga dari *Latitude of rejection*. Apabila dilandasi zona penolakan dapat memunculkan efek *boomerang* yaitu perubahan sikap yang sangat berlawanan dengan arahan pesan atau bujukan yang sudah disampaikan. (Dr. Ali Nurdin, 2020)

### 4. Bukti yang Mendukung Penerimaan

Berikut ini hal-hal yang membuat pesan mendapat *Latitude of Acceptance*

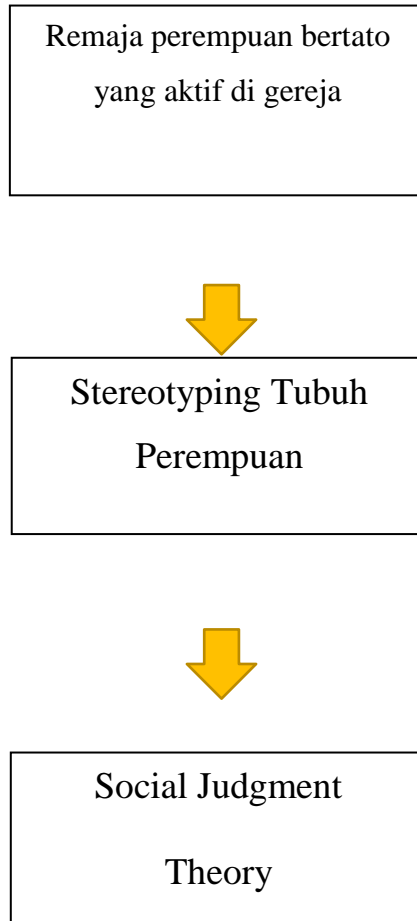
dari penerimanya: (Swol, 2015)

- Seorang pembicara yang sangat kredibel dapat memperluas kebebasan pendengarnya untuk diterima.
- Ambiguitas seringkali lebih baik daripada kejelasan.
- Ada sebagian orang yang dogmatis dalam setiap masalah.

### 2.3 Alur Penelitian

Alur penelitian merupakan tahapan-tahapan yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan proses dan hasil yang berkesinambungan. Berikut alur penelitian dari penelitian ini:

*Gambar.2 Bagan Alur Penelitian*





Penilaian Tato Bagi Remaja  
Perempuan di Gereja -  
*Latitude of Acceptance*

Penilaian Tato Bagi Remaja  
Perempuan di Gereja -  
*Latitude of Rejection*

Penilaian Tato Bagi Remaja  
Perempuan di Gereja -  
*Latitude of Noncommitment*