

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Pada proses perancangan kampanye pandangan masyarakat tentang orang bertato, penulis menggunakan metode penelitian gabungan atau metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Metode penelitian gabungan adalah metode penelitian yang menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif dalam pencarian data, guna melengkapi kekurangan dari masing-masing metode (Yusuf, 2014). Penulis memanfaatkan metode penelitian gabungan yang ditujukan untuk mencapai hasil data yang akurat dan mencapai hasil data dengan variabel yang luas terhadap topik permasalahan yang diteliti.

3.1.1 Metode Kualitatif

Metode kualitatif adalah metode pencarian data dengan basis pemahaman, yang menempatkan penulis dalam serangkaian kejadian yang telah dilalui oleh seseorang atau sesuatu untuk dapat mengambil pemahaman yang dibutuhkan terhadap hal tersebut melalui serangkaian interaksi (Yusuf, 2014).

Metode pengumpulan data kualitatif yang digunakan oleh penulis adalah dengan melakukan serangkaian wawancara kepada sejumlah tokoh yang memiliki kaitan secara langsung terhadap perancangan kampanye pandangan masyarakat tentang orang bertato. Penulis melakukan empat seri wawancara terhadap empat kategori narasumber dengan latar belakang yang berbeda-beda. Empat kategori narasumber yang dimaksud adalah; artis tato selaku penggiat seni tato, masyarakat bertato selaku individu yang merasakan dampak dari stigma negatif masyarakat tentang tato, masyarakat tidak bertato namun memiliki keinginan atau tujuan untuk bertato, dan masyarakat yang memegang stigma negatif terhadap tato.

3.1.1.1 *Interview dengan Artis Tato*

Interview dengan artis tato dilakukan dengan tujuan untuk memahami perkembangan seni tato di Indonesia yang tersebar pada saat ini. Wawancara juga dilakukan dengan tujuan untuk memahami peran artis tato sebagai pelaku utama dalam persebaran seni tato, memahami latar belakang pemilihan artis tato sebagai mata pencaharian, bagaimana menjadi artis tato mempengaruhi kehidupannya, dan apakah artis tato memberikan edukasi kepada masyarakat terkait tato yang akan dirajah pada tubuhnya.



68 Gambar 3.1 Wawancara dengan Pak Hendro (Artis Tato)
Sumber: Arsip Penulis (2023)

Pada tanggal 28 Februari 2023, penulis melakukan wawancara dengan Hendro, seorang artis tato yang saat ini bekerja dibawah studio tato Luxury Ink Jakarta. Beliau mendeskripsikan seni tato yang ada pada saat ini sebagai bagian dari *lifestyle*, *fashion*, dan *trend* dengan sentuhan estetika yang memiliki cerita dan makna di balik setiap gambar yang telah dirajah pada tubuh seseorang. Hendro juga menambahkan bahwa berkembangnya seni tato banyak dipengaruhi oleh tokoh-tokoh internasional seperti aktor, aktris, hingga pemain sepak bola.

Karir Hendro sebagai tato artis diawali sebagai sebuah hobi. Beliau menjelaskan bahwa sebenarnya dirinya merupakan ahli madya teknik elektro yang memiliki hobi menggambar. Berkumpul dengan teman, Hendro kerap diminta oleh temannya untuk menggambar pada tubuh mereka. Berawal *iseng-iseng* kemudian pak Hendro mendalami seni rajah tubuh dan memilih untuk berkarir sebagai artis tato di Indonesia. Beliau juga menjelaskan bahwa seni tato memegang peran yang cukup tinggi dalam menjadi daya tarik wisatawan asing untuk mengunjungi Indonesia, khususnya di daerah Bali.

Dalam menjalankan tugasnya sebagai artis tato, Hendro juga turut membagikan cerita dan edukasi kepada kliennya yang baru memiliki tato atau pertama kali menerapkan seni rajah pada tubuhnya, hal ini ditujukan agar klien Hendro mengetahui risiko yang akan dihadapi setelah memiliki tato. Beliau menjelaskan bahwa ia akan menolak untuk merajah tubuh anak dibawah umur, dan mempertanyakan izin dari orang tua anak tersebut.

Sebagai artis tato yang memiliki tato pada hampir seluruh bagian tubuh, Hendro juga kerap menerima perlakuan yang berbeda oleh lingkungan sekitarnya. Hendro bercerita bagaimana dirinya sempat mengalami kesulitan dalam mencari tempat hunian sementara di daerah Bali. Pemilik kos atau hunian sementara kerap menghindari Hendro sebagai tenan dengan mengatakan bahwa kamar yang tersedia baru saja diambil. Hendro juga menjelaskan bahwa dalam beberapa situasi di kendaraan umum, orang lain cenderung mengambil tindakan untuk menghindari pak Hendro dengan menjaga jarak, dan sebagainya.

Hendro juga mengekspresikan kecewaannya terkait prestasi yang ia raih selama menjadi artis tato. Hendro sempat membawa harum nama Indonesia sebagai *best free-hand tattoo*

artist dalam salah satu ajang kompetisi tato yang digelar di Sydney, Australia. Hendro mengaku kecewa karena dirinya tidak mendapat *spotlight* atau akomodasi yang setara dengan apabila kejuaraan tersebut merupakan kejuaraan dibidang lain, seperti sepak bola, atau semacamnya.

Harapan Hendro kedepannya bagi masyarakat luas adalah untuk dapat lebih melihat tato sebagai bagian dari seni tanpa adanya kaitan dengan unsur-unsur negatif. Hendro berpendapat bahwa masyarakat Indonesia harusnya bangga dengan seni tato, karena salah satu tato tertua di dunia berasal dari suku mentawai, Indonesia.

3.1.1.2 Interview dengan Masyarakat Bertato

Interview dengan masyarakat bertato ditujukan untuk memahami secara kolektif tujuan individu tersebut memiliki tato, dan bagaimana tato membawa dampak bagi kehidupan masyarakat bertato dalam berbagai sudut pandang dan ruang lingkup. *Interview* juga ditujukan untuk memahami bagaimana masyarakat bertato ingin diperlakukan secara adil ditengah masyarakat tanpa adanya stigma negatif yang tertanam.

1) Interview dengan Dennis, Karyawan, 24 Tahun

Wawancara dengan Dennis dilakukan pada tanggal 19 Februari 2023. Dennis memiliki tato sejak duduk di bangku sekolah SMA, menurutnya tato merupakan implementasi seni yang dapat diekspresikan secara langsung oleh pengguna dan penikmat seni tato. Tato menurut Dennis memiliki makna yang mendalam dan personal bagi pemilikinya. Namun, Dennis menyayangkan situasi di Indonesia dimana tato masih dipandang sebagai sesuatu yang bersifat tabu. Dennis menjelaskan bahwa pandangan masyarakat terhadap orang bertato selalu

dikaitkan dengan kegagalan, kenakalan, dan berbagai konotasi buruk lainnya.



69 Gambar 3.2 Wawancara dengan Dennis (Masyarakat Bertato)
Sumber: Arsip Penulis (2023)

Sebagai masyarakat bertato Dennis juga kerap menerima perlakuan berbeda dari berbagai lapisan masyarakat. Salah satu kejadian yang sempat dialaminya adalah kesulitan dalam mencari pekerjaan. Dennis menceritakan bagaimana dirinya sempat ditolak oleh perusahaan karena tato yang dimilikinya dinilai tidak profesional dan terlalu idealis. Dennis juga menambahkan bahwa perusahaan tidak mencantumkan kriteria spesifik terkait tato dalam informasi lowongan kerja yang ia terima.

2) **Interview dengan Handoko, Grab Driver, 41 Tahun**

Wawancara dengan Handoko dilakukan pada tanggal 4 Maret 2023. Pak Handoko merupakan seorang pengemudi Grab car yang memiliki tato sejak usia 32 tahun. Handoko melihat tato sebagai bagian dari praktik seni yang mampu menceritakan kehidupannya. Seperti kejadian sebelumnya, Handoko juga sempat mengalami penolakan saat melamar kerja. Sebelum menjadi *driver* Grab, dengan usia yang

sudah cukup tua, dan tanpa adanya gelar pendidikan, atau keahlian tertentu, Handoko sempat beberapa kali melamar menjadi supir untuk berbagai perusahaan dan keluarga.



70 Gambar 3.3 Wawancara dengan Handoko (Masyarakat Bertato)
Sumber: Arsip Penulis (2023)

Lamaran pekerjaan yang diajukan oleh Handoko kerap ditolak karena pertimbangan hubungan langsung pekerja dengan konsumen. Sejumlah keluarga pribadi yang mencari supir pribadi juga menolak lamaran Handoko. Handoko menduga penolakan tersebut didasari oleh tato pada tubuhnya yang terlihat hingga lengan. Handoko memiliki harapan agar masyarakat dapat memandang tato hanya sebagai seni saja, dan tidak dikaitkan dengan kepribadian atau perlakuan seseorang.

3) *Interview dengan Deni, Back-up Tattoo Artist, 36 Tahun*

Wawancara dengan Deni dilakukan pada tanggal 28 Februari 2023 di studio tato Luxury Ink Jakarta. Deni merupakan seorang *back-up tattoo artist* yang memiliki tato hampir di seluruh bagian tubuhnya. Alasan Deni dalam mentato tubuhnya didasari oleh rasa takut dirinya

terhadap jarum. Deni menjelaskan bagaimana mentato tubuhnya merupakan sebuah bentuk tindakan yang dilakukan untuk menghilangkan rasa takutnya.



Gambar 3.4 Wawancara dengan Deni (Masyarakat Bertato)
Sumber: Arsip Penulis (2023)

Deni juga menjelaskan tato sebagai seni yang dapat memvisualisasikan kehidupan seseorang melalui gambar atau motif yang terajah pada tubuhnya. Sebelum memiliki tato, Deni juga sadar dan tahu risiko yang akan diterima oleh dirinya karena memiliki tato. Sebagai masyarakat yang memiliki tato, salah satu peristiwa pahit yang pernah dialami oleh Deni adalah gagal menikah satu bulan sebelum hari pernikahannya, karena tato yang ia miliki. Deni menjelaskan bagaimana dirinya telah mempersiapkan apapun yang harus disiapkan menuju resepsi atau hari pernikahannya. Namun, sangat disayangkan pihak keluarga mempelai wanita merupakan keluarga yang memiliki fanatisme tinggi terhadap orang-orang bertato. Deni menjelaskan bagaimana dirinya sangat terpukul secara mental, dan harus memutar kembali rencana hidup

yang akan ia jalani. Sebagai masyarakat bertato, Deni memiliki harapan agar masyarakat tidak memandang dirinya sebelah mata, karena menurut pak Deni kepribadian seseorang tidak dipengaruhi oleh tato yang dimilikinya.

3.1.1.3 *Interview* dengan Masyarakat Tidak Bertato, Memiliki Tujuan untuk Bertato

Interview dengan masyarakat tidak bertato, namun memiliki tujuan untuk bertato ditujukan untuk memahami motivasi, tujuan, dan latar belakang timbulnya rasa kebutuhan untuk memiliki tato. Wawancara ini juga ditujukan untuk memahami apakah masyarakat yang akan memiliki tato mengetahui risiko yang akan dihadapi, stigma negatif soal tato yang telah berkembang, dan berbagai aspek lainnya yang dapat mempengaruhi kehidupannya.

1) *Interview* dengan Angel, Mahasiswa, 21 Tahun

Wawancara dengan Angel dilakukan pada tanggal 6 Maret 2023. Angel merupakan seorang mahasiswa yang memiliki keinginan untuk menerapkan seni tato pada tubuhnya. Angel melihat tato sebagai seni ekspresi yang menjadi bagian dari *fashion*, *trend*, dan media untuk menyampaikan sebuah cerita.



Gambar 3.5 Wawancara dengan Angel
Sumber: Arsip Penulis (2023)

Namun Angel harus menahan niatnya untuk memiliki tato karena kekhawatirannya terhadap respon dari keluarga dan lingkungan sekitarnya. Angel juga mempertimbangkan risiko yang akan dihadapi setelah memiliki tato, seperti kekhawatiran untuk mendapat pekerjaan, donor darah, dan lainnya.

2) *Interview dengan Kerin, Mahasiswa, 20 Tahun*

Wawancara dengan Kerin dilakukan pada tanggal 6 Maret 2023. Kerin merupakan seorang mahasiswa psikologi yang sudah memiliki rencana untuk menerapkan seni tato selama kurang lebih dua tahun.



7. Gambar 3.6 Wawancara dengan Kerin
Sumber: Arsip Penulis (2023)

Motivasi Kerin untuk memiliki tato adalah sebagai media dalam menceritakan pencapaian dalam hidup, dan cerita kehidupannya. Alasan Kerin belum merajah tubuhnya adalah karena belum mendapat izin dari kedua orang tuanya. Orang tua Kerin memiliki kekhawatiran anaknya akan dipandang berbeda dari orang lainnya, seperti dipandang sebagai anak nakal, kriminal, dan preman. Kekhawatiran yang ditunjukkan oleh kedua orang tua Kerin juga disadari oleh Kerin sebagai risiko setelah memiliki tato pada tubuhnya. Namun, terlepas dari risiko

yang telah diketahui oleh Kerin, dirinya tetap memilih untuk mewujudkan keinginannya suatu saat nanti.

3) **Interview dengan Ryan, Mahasiswa, 21 Tahun**

Wawancara dengan Ryan dilakukan pada tanggal 6 Maret 2023. Ryan merupakan seorang mahasiswa yang tinggal bersama dengan keluarga yang sangat spiritual.



74 Gambar 3.7 Wawancara dengan Ryan
Sumber: Arsip Penulis (2023)

Ryan memiliki keinginan untuk merajah tubuhnya selama kurang lebih tiga tahun. Sebagai mahasiswa dalam bidang seni dan bekerja dalam bidang kesenian, Ryan melihat tato sebagai seni yang mampu merepresentasikan identitas dirinya. Namun, terkait dengan perizinan dari orang tua, Ryan tidak mendapat izin yang dirinya harapkan, karena kekhawatiran orang tuanya terhadap pandangan masyarakat sekitar, dan penyesalan di hari tua nantinya.

Ryan juga menyadari risiko yang akan ia hadapi setelah memiliki tato, dirinya menjelaskan bahwa ia takut dibedakan, didiskriminasi, dan sulit mendapat pekerjaan. Terlepas dari pertimbangan tersebut, Ryan tetap memilih untuk mewujudkan keinginannya dalam waktu dekat.

3.1.1.4 *Interview dengan Masyarakat yang Memegang Stigma Negatif terhadap Tato*

Wawancara dengan masyarakat yang memegang stigma negatif terhadap tato ditujukan untuk mengetahui latar belakang stigma tersebut hadir, dan pertimbangan melakukan aksi lebih diluar stigma yang dipegang.

Wawancara dilakukan dengan Hasan, seorang wiraswasta dalam bidang tekstil, berusia 57 tahun. Wawancara dilakukan secara daring melalui media sosial Whatsapp *video call*. Dalam wawancara yang dilakukan, Hasan menjelaskan bagaimana stigma yang terbentuk dalam dirinya dipengaruhi oleh berbagai fenomena yang pernah ia lalui sebelumnya.



Gambar 3.8 Wawancara dengan Bapak Hasan
Sumber: Arsip Penulis (2023)

Dirinya menjelaskan bahwa peristiwa pada masa orde baru seperti PETRUS dan tragedi tahun 1998 merupakan faktor utama dirinya memiliki stigma negatif terhadap tato, dimana maraknya premanisme dan kriminal pada masa tersebut memang banyak dilakukan oleh masyarakat bertato. Tato pada masa itu juga digunakan sebagai identitas para organisasi preman dan kriminal. Melalui kejadian tersebut, Hasan cenderung memandang

masyarakat bertato sebagai individu dengan kepribadian yang bebas. Bebas dalam arti memiliki kebebasan dalam bertindak sesuai dengan kehendak dan keinginannya tanpa adanya pertimbangan tertentu. Meskipun tidak pernah mengambil tindakan secara langsung terhadap orang bertato, Hasan cenderung menghindari orang bertato dengan berbagai alasan tertentu pada situasi tertentu. Dirinya menjelaskan bahwa dalam kondisi tertentu seperti melihat kumpulan orang bertato, dirinya akan mengambil tindakan preventif dengan menjauh dari kumpulan tersebut. Dalam dunia kerja, sebagai wiraswasta yang memerlukan tenaga kerja, Hasan juga menyatakan bahwa dirinya akan menolak pekerja dengan tato. Pertimbangan Hasan dalam menolak pekerja dengan tato adalah karena dikhawatirkan dapat mempengaruhi kinerja pekerja lain dan dapat mempengaruhi *image* perusahaan. Hal tersebut disampaikan oleh Hasan karena kembali pada kepribadian orang bertato menurut Hasan yang memiliki kepribadian terlalu bebas, sehingga dikhawatirkan dapat mempengaruhi kinerja pekerja lainnya, menghasut untuk tidak bekerja, mencuri, dan sebagainya.

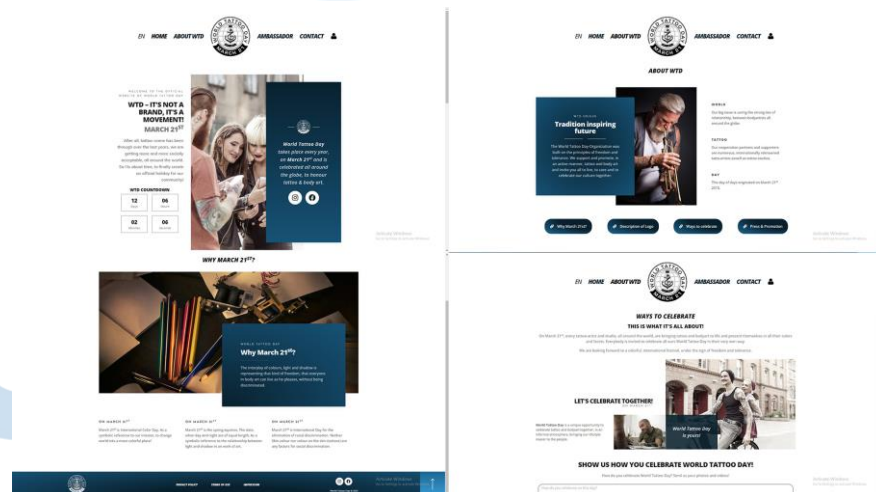
3.1.1.5 Kesimpulan Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil *series of interview* yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa tato yang berkembang pada masyarakat saat ini merupakan bagian dari pembentukan citra diri yang dipadukan dengan *fashion* dan *lifestyle*, dengan sentuhan *story telling* melalui tato yang terdapat pada tubuhnya. Terkait dengan stigma negatif tentang orang bertato, hal tersebut masih bertumbuh dan berkembang di tengah masyarakat. Hal ini dapat disimpulkan melalui rangkaian kejadian yang telah dialami oleh narasumber wawancara. Tidak hanya berhenti sampai persepsi negatif tentang tato, persepsi yang tertanam juga membuahkan perilaku generalisasi dan diskriminasi terhadap orang bertato. Perlakuan yang diterima oleh masyarakat bertato mempengaruhi perkembangan dan tatanan

hidup mereka. Melalui *series of interview* yang dilakukan, penulis juga dapat menyimpulkan bahwa tindakan yang diambil oleh masyarakat dengan stigma negatif tentang tato, merupakan serangkaian tindakan preventif yang ditujukan untuk mengurangi dan membatasi interaksi dengan orang bertato, karena landasan kekhawatiran akan kejadian yang belum tentu terjadi.

3.1.1.6 Studi Eksisting

Studi eksisting dilakukan oleh penulis dengan tujuan untuk menganalisa perancangan yang sebelumnya telah ada, berdasarkan kelebihan dan kekurangannya. Studi eksisting dilakukan terhadap kampanye “World Tattoo Day” oleh WTD, sebuah *non-profit organisation* yang bergerak untuk menselebrasikan kebebasan masyarakat untuk memiliki tato. Kampanye tersebut juga ditujukan untuk menghilangkan diskriminasi yang terjadi terhadap orang bertato, berdasarkan warna kulit dan warna pada kulit seseorang yang menjadi faktor dalam terjadinya diskriminasi.



Gambar 3.9 Kampanye “World Tattto Day” oleh WTD
 Sumber: <https://www.worldtattooday.com/>

Berikut merupakan hasil analisis SWOT atau *strength* (keunggulan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threats* (ancaman) atas kampanye yang telah dilaksanakan oleh WTD dalam kampanye “World Tattto Day”.

Tabel 3.1 Tabel SWOT “World Tatto Day”

| <i>Strength</i> | <i>Weakness</i> |
|--|--|
| NGO yang memiliki fokus terhadap hak masyarakat dalam memiliki tato dan berekspresi melalui tato. WTD bergerak secara internasional dan bekerjasama dengan NGO serta penggiat seni tato lainnya untuk mensuarakan pergerakan yang dilakukan. | Kampanye “World Tatto Day” tidak mengangkat isu sosial yang spesifik, sehingga tidak dapat dirasakan secara emosional bagi target audiens dan partisipan. Kampanye hanya dilakukan secara digital melalui media sosial Instagram dengan melibatkan artis tato, studio tato, dan masyarakat bertato untuk membagikan cerita dari tato yang mereka miliki. |
| <i>Opportunity</i> | <i>Threats</i> |
| Kampanye “World Tatto Day” diikuti oleh berbagai <i>influencer</i> dan artis tato terkenal di berbagai belahan dunia. | Kampanye “World Tatto Day” hanya dilakukan secara tahunan dan tidak menyajikan informasi serta konten secara <i>real time</i> yang diperbarui secara berkala. |

3.1.1.7 Studi Referensi

Studi referensi dilakukan oleh penulis untuk menganalisis media pada kampanye yang sebelumnya telah dilakukan oleh beragam organisasi, instansi, atau perusahaan lainnya. Analisis terhadap media dilakukan untuk memahami pendekatan taktik pesan dan penggunaan elemen visual sebagai pendukung dalam penyampaian pesan.

1) *Anti-stigma Campaign*, Timiskaming Health Unit

Kampanye *anti-stigma campaign* yang digelar oleh Timiskaming Health Unit (THU), merupakan kampanye yang ditujukan untuk menghilangkan stigma pengguna obat-obatan bagi individu dengan penyakit mental tertentu. Kampanye dilakukan dengan pendekatan visual *human photography* yang menampilkan sosok seorang individu dalam kehidupan sehari-harinya. Pendekatan yang dilakukan adalah dengan strategi pesan *resonance* dan taktik pesan yang digunakan dalam kampanye merupakan paduan dari taktik pesan *drama* dan *lecture*.



Gambar 3.10 Kampanye *Anti-stigma Campaign* oleh THU
Sumber: <https://www.timiskaminghu.com/90509/anti-stigma-campaign-and-resources>

Pendekatan taktik pesan *drama* dilakukan dengan menampilkan profil dari sosok yang tergambar dalam poster, hal tersebut ditujukan untuk memberi pendekatan emosional bagi target audiens bahwa pengguna obat-obatan tersebut merupakan masyarakat yang sama dengan masyarakat pada umumnya. Penggunaan taktik pesan *lecture* disisipkan pada poster yang digunakan sebagai ajakan kepada target audiens untuk menghentikan *stigma* yang ada.

2) *Material over Money*, GOONJ

Kampanye *material over money* oleh GOONJ merupakan kampanye yang ditujukan untuk membantu masyarakat India yang mengalami kendala ekonomi. Kampanye difokuskan pada kebutuhan anak-anak yang terlantar karena kesulitan ekonomi.



78 Gambar 3.11 Kampanye *Material over Money* oleh GOONJ
Sumber: <https://goonj.org/>

Pendekatan yang diaplikasikan dalam media kampanye GOONJ menggunakan pendekatan *journalistic photography* yang mampu menyampaikan emosi dari foto-foto dan gambar yang diambil. Visual yang ditampilkan juga merupakan bagian dari *mixed media* yang terbentuk dari paduan fotografi dan penggunaan elemen ilustrasi yang mampu memberikan penekanan simpati terhadap pesan yang ingin disampaikan. Pendekatan pesan yang digunakan dalam media tersebut adalah dengan strategi pesan *resonance* dan taktik pesan *drama*.

3.1.2 Metode Kuantitatif

Metode kuantitatif merupakan metode pengumpulan data dalam bentuk statistik analisis dengan tingkat akurasi dan validasi yang tinggi. Metode pengumpulan data kuantitatif dilakukan secara terstruktur, bertahap, dan dipersiapkan secara matang (Yusuf, 2014). Dalam perancangan kampanye pandangan masyarakat tentang orang bertato, penulis menggunakan kuesioner sebagai media dalam pengumpulan data secara kuantitatif.

3.1.2.1 Kuesioner

Menurut Yusuf (2014), kuesioner adalah metode pengumpulan data dari objek yang diteliti secara massal dengan serangkaian pertanyaan yang akan disebar kepada target tertentu yang dituju. Tujuan penulis dalam menggunakan kuesioner pada perancangan kampanye pandangan masyarakat tentang orang bertato adalah untuk menampung sudut pandang masyarakat dengan stigma negatif terhadap tato, dan memahami apa yang membentuk stigma dalam target yang dituju. Kuesioner dibuat dengan Google Form, dan disebar melalui media sosial Whatsapp, Instagram, dan Line. Target yang dituju untuk kuesioner yang telah dibuat adalah masyarakat dengan stigma negatif terhadap tato dengan usia 45 – 60 tahun, berlokasi di JABODETABEK.

Dalam penentuan terhadap jumlah responden, penulis menggunakan rumus slovin, yang didasari oleh data BPS Provinsi DKI Jakarta tahun 2021 terkait dengan penduduk dengan usia 45 – 59 tahun. Berdasarkan data tersebut, penduduk Jakarta dengan usia 45 – 59 tahun berjumlah total 2.028.920 penduduk. Persentase sampel yang dibutuhkan dengan ketelitian 10% adalah 100 responden dengan perhitungan sebagai berikut:

$$S = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan:

S : Sampel

N : Populasi

e : Derajat Ketelitian

$$S = \frac{2.028.920}{1 + 2.028.920 \cdot 0,1^2}$$

$$S = 99,999 = 100$$

Melalui kuesioner yang disebar, penulis berhasil mengumpulkan 100 responden. Survei dalam kuesioner diawali dengan pertanyaan terkait dengan usia, domisili, dan pekerjaan.

Penulis tidak menanyakan nama dalam kuesioner yang disebar dengan tujuan untuk menjaga anonimitas responden. Berikut merupakan penjabaran demografis responden:

6 Tabel 3.2 Demografis Responden Kuesioner

| Pertanyaan | Jawaban | Persentase |
|------------|-----------------------|------------|
| Usia | 20 – 24 | 7% |
| | 25 – 29 | 2% |
| | 30 – 34 | 3% |
| | 35 – 39 | 11% |
| | 40 – 44 | 2% |
| | 45 – 49 | 15% |
| | 50 – 54 | 38% |
| Domisili | 55 – 60 | 22% |
| | Jakarta | 68% |
| | Bogor | 1% |
| | Depok | 7% |
| | Tangerang | 19% |
| | Bekasi | 2% |
| Pekerjaan | Luar JABODETABEK | 3% |
| | Wiraswasta | 34% |
| | Karyawan | 30% |
| | Pengurus Rumah Tangga | 22% |
| | Mahasiswa | 9% |
| | Pensiun | 5% |

Mayoritas responden merupakan masyarakat dewasa akhir dan masyarakat pra lanjut usia, dengan rentang usia 45 – 60 tahun dengan total persentase sebesar 75%, berdomisili Jakarta, dengan pekerjaan sebagai wiraswasta. Melalui kuesioner yang disebar, penulis mencantumkan sejumlah pertanyaan yang ditujukan untuk

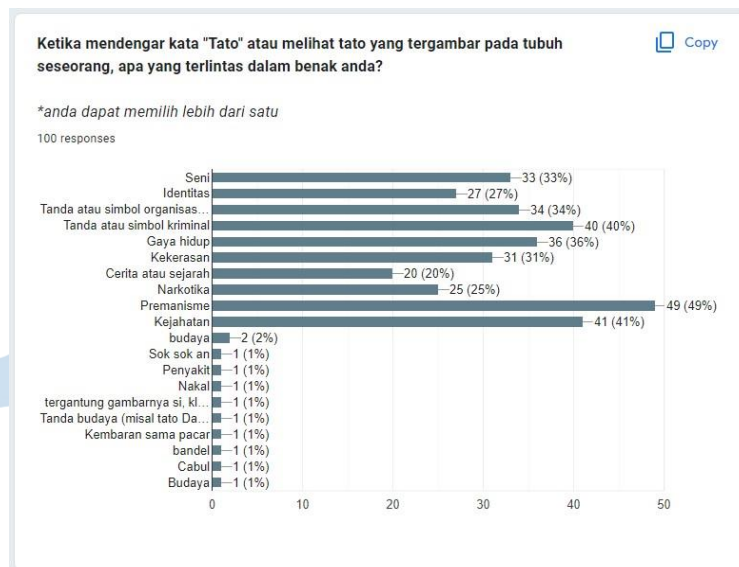
menampung pendapat responden terkait dengan topik pandangan masyarakat tentang orang bertato. Karena pertanyaan yang ditujukan memerlukan jawaban yang bersifat personal dan cenderung berbentuk kalimat panjang, penulis kemudian melakukan analisa terhadap jawaban yang diberikan dan membagi jawaban kedalam tiga kategori yang mencakup kategori jawaban positif, netral, dan negatif.

7 Tabel 3.3 Survei Pendapat Responden tentang Orang Bertato

| Pertanyaan | Jawaban | Persentase |
|---|---------|------------|
| Apa pandangan anda terhadap seni tato atau orang bertato? | Positif | 18% |
| | Netral | 14% |
| | Negatif | 68% |
| Bagaimana pendapat anda tentang tato dalam ruang lingkup pekerjaan? | Positif | 7% |
| | Netral | 28% |
| | Negatif | 65% |
| Bagaimana pendapat anda tentang keluarga atau kerabat yang memiliki tato? | Positif | 19% |
| | Netral | 23% |
| | Negatif | 58% |

Indikasi jawaban positif, netral, dan negatif diberikan oleh penulis dengan kriteria indikasi apabila jawaban merupakan argumen yang bersifat mendukung penggunaan tato dan seni tato tanpa adanya pertimbangan lain, maka jawaban akan diindikasikan sebagai positif. Apabila jawaban yang diberikan merupakan argumen yang bersifat mendukung penggunaan tato dan seni tato, namun masih memiliki pertimbangan tertentu seperti faktor jumlah tato, jenis kelamin, dan kelas sosial, maka jawaban akan dipertimbangkan sebagai jawaban netral. Terakhir, apabila jawaban yang diberikan merupakan argumen yang bersifat tidak mendukung penggunaan tato atau seni tato dengan berbagai pertimbangan, maka jawaban akan diindikasikan sebagai negatif.

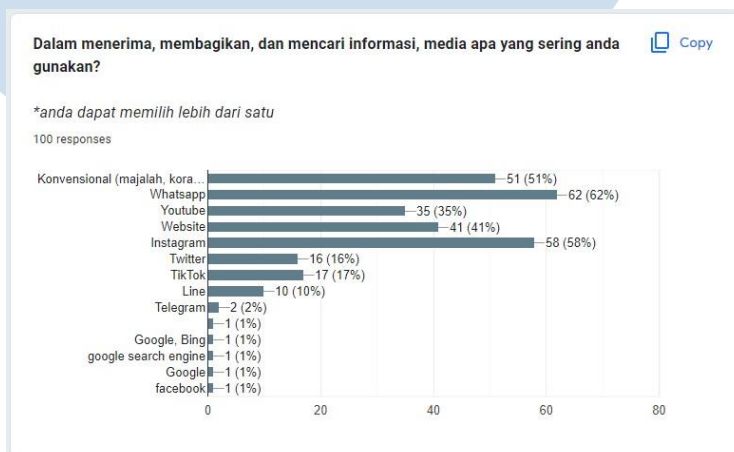
Berdasarkan survei pendapat responden terkait dengan orang bertato, mayoritas responden masih memiliki pandangan yang negatif terhadap seni tato dan orang bertato hal tersebut dapat diindikasikan melalui jumlah respon negatif pada pertanyaan pertama yang memiliki angka persentase sebesar 68%, diikuti dengan jumlah respon negatif pada pertanyaan kedua terkait entitas seni tato dan orang bertato pada ruang lingkup pekerjaan yang memiliki angka persentase sebesar 65%, dan pada pertanyaan ketiga terkait dengan entitas tato atau orang bertato pada ruang lingkup keluarga yang memiliki angka persentase sebesar 58%. Terkait dengan penurunan jumlah respon negatif pada pertanyaan ketiga jika dibandingkan dengan pertanyaan pertama dan kedua, penulis kemudian melakukan pendalaman terhadap sejumlah jawaban di pertanyaan tersebut. Setelah melakukan pendalaman, penulis mendapati hadirnya elemen advokasi yang diterapkan oleh responden terkait dengan pendapat responden tentang kerabat atau keluarga yang memiliki tato.



Gambar 3.12 Statistik Pendapat Responden tentang Tato
 Sumber: Kuesioner Pandangan Masyarakat tentang Orang Bertato (2023)

Dalam kuesioner yang disebar, untuk memperluas pandangan responden terhadap seni tato atau orang bertato, penulis

kemudian memberikan pertanyaan terkait dengan apa yang terlintas dalam benak responden saat mendengar kata “tato” atau melihat tato yang tergambar pada tubuh seseorang. Penulis memberikan sejumlah opsi bagi responden untuk memilih kata yang mendekati benak responden, dan mengizinkan responden untuk memilih lebih dari satu kata yang mampu merepresentasikan sudut pandang responden. Melalui pertanyaan tersebut dapat disimpulkan bahwa meskipun 33% responden mengkorelasikan tato dengan seni, 27% dengan identitas, 36% dengan gaya hidup, 20% dengan cerita atau sejarah, dan 4% dengan budaya, namun 49% responden masih mengkorelasikan tato dengan premanisme, 41% dengan kejahatan, 40% dengan simbol kejahatan atau kriminal, bahkan narkoba dengan persentase sebesar 25%.



Gambar 3.13 Statistik Penggunaan Media Informasi oleh Responden
 Sumber: Kuesioner Pandangan Masyarakat tentang Orang Bertato (2023)

Selain menggali informasi dan data terkait dengan pandangan masyarakat tentang orang bertato, penulis juga mengajukan pertanyaan terkait dengan penggunaan media informasi yang sering digunakan oleh responden. Penulis memberikan sejumlah pilihan sumber media, dan mengizinkan responden untuk memilih lebih dari satu media. Hal ini dilakukan oleh penulis dengan tujuan sebagai pertimbangan dalam perancangan media nantinya. Melalui data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa responden

secara aktif menggunakan media sosial Whatsapp (62%), Instagram (58%), media konvensional (51%), *website* (41%), dan Youtube (35%).

3.2 Metodologi Perancangan

Dalam perancangan kampanye pandangan masyarakat tentang orang bertato, penulis menggunakan metode perancangan kampanye yang didasari oleh teori Robin Landa dalam bukunya yang berjudul *Advertising by Design: Generating and Designing Creative Ideas across Media* (2010). Melalui teori perancangan tersebut, penulis melalui enam tahapan perancangan yang diawali dengan tahap *overview*, dimana penulis memperoleh informasi dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk keperluan perancangan. Setelah melalui tahapan *overview*, penulis masuk ke dalam tahap *strategy*, yang merupakan tahap penyusunan strategi pembangunan solusi berdasarkan data dan informasi yang telah didapat sebelumnya. Masuk ke tahap berikutnya, *ideas*, merupakan tahap bagi penulis untuk mengembangkan data dan informasi yang telah didapat menjadi sebuah *big idea*, dan konsep kreatif yang akan dituangkan ke dalam *creative brief* sebagai pedoman dalam perancangan. Metode perancangan kemudian dilanjutkan ke tahap *design, production, dan implementation*, yaitu proses realisasi konseptual ide yang telah dibangun hingga praktis perancangan desain, produksi, dan implementasi hasil solusi yang telah dirancang (Landa, *Advertising by Design: Generating and Designing Creative Ideas across Media*, 2010).

1) *Overview*

Pada tahapan *overview* penulis melakukan riset dan pengumpulan informasi, serta data-data yang dibutuhkan terkait dengan topik perancangan kampanye pandangan masyarakat tentang orang bertato. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode penelitian gabungan (kuantitatif dan kualitatif). Penulis melakukan serangkaian wawancara dengan empat kategori narasumber yang sebelumnya telah ditentukan, artis atau seniman tato, masyarakat bertato yang pernah mengalami atau merasakan tindakan yang tidak adil, masyarakat yang

belum memiliki tato namun memiliki rencana untuk memiliki tato, dan masyarakat yang memegang stigma negatif terhadap orang bertato. Penulis juga melakukan serangkaian riset secara daring melalui artikel dan jurnal terkait stigma negatif yang berkembang dalam masyarakat tentang seni tato dan orang bertato, dampak dari stigma negatif yang berkembang, bagaimana perlakuan masyarakat terhadap orang bertato, serta tanggapan dan harapan masyarakat bertato tentang isu yang terjadi.

2) *Strategy*

Pada tahapan *strategy* penulis mengumpulkan data-data dan informasi yang telah didapat sebelumnya, menentukan rumusan, dan batasan masalah terkait dengan topik perancangan kampanye pandangan masyarakat tentang orang bertato. Solusi atas permasalahan tersebut merupakan edukasi dan ajakan bagi masyarakat untuk tidak memandang masyarakat bertato sebelah mata, meninggalkan stigma yang telah lama berkembang melalui perancangan kampanye. Informasi dan data yang telah didapat sebelumnya kemudian akan diolah menjadi rancangan strategi dan taktik pesan yang akan digunakan dalam perancangan kampanye ke dalam *creative brief* dan akan digunakan sebagai pedoman dalam proses perancangan pandangan masyarakat tentang orang bertato.

3) *Ideas*

Pada tahapan *ideas* penulis akan melakukan proses *brainstorming*, perancangan *mood board*, dan *mind map* untuk memetakan kembali data dan informasi yang telah didapat, sehingga dapat dikembangkan menjadi *big idea*, konsep, dan visual yang akan digunakan dalam menyampaikan pesan berdasarkan *creative brief* yang sebelumnya telah dirancang.

4) *Design*

Pada tahapan *design* penulis akan melakukan proses perancangan visual berdasarkan hasil *creative brief*, *big idea*, dan konsep yang telah dirancang ke dalam bentuk visual konkrit. Perancangan sketsa dan *key visual* akan

menjadi acuan utama dalam representasi pesan perancangan kampanye pandangan masyarakat tentang orang bertato.

5) *Production*

Pada tahapan *production* penulis akan melakukan proses eksekusi produksi desain. Eksekusi desain yang dilakukan mencakup perancangan untuk ragam media layar, konvensional, digital, atau lingkungan, berdasarkan media yang sebelumnya sudah ditentukan dalam *creative brief*, agar pesan, tujuan, dan target audiens yang ingin dicapai dapat tertuju.

6) *Implementation*

Pada tahapan *implementation* penulis akan melakukan implementasi solusi yang telah dirancang, melakukan evaluasi terhadap hasil perancangan, pemeriksaan, dan peninjauan atas perancangan kampanye pandangan masyarakat tentang orang bertato.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA