BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Komunikasi

2.1.1. Pengertian komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Komunikasi akan berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris Communication berasal dari kata latin communication, dan bersumber dari kata communis yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna.

Berbicara tentang definisi komunikasi, banyak para ahli memaparkan pandangannya tentang pengertian komunikasi. Di antara para ahli sosiologi, ahli sosiologi, ahli psikologi, dan ahli politik di Amerika Serikat, yang menaruh minat perkembangan komunikasi adalah Carl I. Hovcland mengungkapkan bahwa ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegar asas-asas penyampaian informasi serta pebentukan pendapat dan sikap (Effendy, 2002 :10).

Dari defines Hovland menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (public opinion) dan sikap public (public attitude) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan Hovland mengatakan pengertian khusus komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of the individuals*). Jadi dalam berkomuniasi bukan sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah

orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diiinginkan oleh komunikator, akan tetapi seseoeang dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain, hal itu bisa terjadi apabila komunikasi yang disampaikannya bersifat komunikatif yaitu komunikator akan menyampaikan pesan haru dipahami dan dimengerti oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif.

Menurut Harold Laswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in society* mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut : Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect. Paradigma Laswell di atas menunjukan bahwa komunikasi meliputi lima unsur, yaitu :

- Komunikator
- Pesan
- Message
- Komunikan
- Efek

Berdasarkan paradigma Laswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampain pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

2.1.2. Sifat komunikasi

Menurut onong Uchjana Effendy dalam bukunya “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek” menjelaskan dalam berkomunikasi memiliki sifat-sifat, adapun beberapa sifat komunikasi, yaitu :

1. Tatap muka (face to face)

2. Bermedia (Mediated)

3. Verbal (verbal)

- Lisan (oral)

- Tulisan

4. Non verbal (Non- verbal)

- Gerakan/isyarat badaniah (gestural)

- Bergambar (Pictorial)

(Effendy, 2002 : 7)

Komunikator (pengirim pesan) dalam menyampaikan pesan kepada komunikan (penerima pesan) dituntut untuk memiliki kemampuan dan pengalaman aagar adanya umpan balik (feedback) dari komunikan itu sendiri, dalam penyampaian pesan komunikator juga menggunakan bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi bermedia kepada komunikan, media tersebut sebagai alat bantu dalam menyampaikan peaannya.

Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara verbal dan non vebal. Verbal di bagi ke dalam dua macam yaitu lisan (Oral) dan tulisan (Written/printed). Sementara non verbal dapat menggunakan gerakan atau isyarat badaniah (gestural) seperti melambaikan tangan, mengedipkan mata dan sebagianya, dan juga mengggunakan gambar untuk mengemukakan idea tau gagasannya.

2.1.3. Unsur-unsur Komunikasi

Unsur-unsur dalam proses komunikasi yaitu :

1. Sender

Sender adalah komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.

2. Encoding

Encoding adalah penyandian, yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.

3. Message

Message adalah pesan yang merupakan seperangkat lambing bermakna yang disampaikan oleh komunikator.

4. Media

Media adalah saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.

5. Decoding

Decoding adalah pengawasandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambing yang disampaikan pada komunikator kepadanya.

6. Receiver

Receiver adalah komunikan yang menerima pesan dari komunikator.

7. Response

Response adalah tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterima pesan.

8. Feedback

Feedback adalah umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.

9. Noise

Noise adalah gangguan tak terencana yang terjadi pada proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan komunikator kepadanya.

2.1.4. Tujuan komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku "llmu Komunikasi Teori dan Praktek" mengatakan ada beberapa tujuan berkomunikasi, yaitu:

1. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak
2. Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan menginginkan arah ke barat tapi kita member jalur ke timur.
3. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu bermacam-macam mungkin berupa kegiatan yang dimaksudkan ini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun penting harus diingat adalah bagaimana cara yang terbaik melakukannya.
4. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti, "sebagai pejabat atau komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan."(Effendi, 2002 : 18)

2.1.5. Tinjauan Komunikasi massa

Komunikasi massa menurut Freidson dibedakan dari jenis komunikasi lainnya dengan suatu kenyataan bahwa komunikasi lainnya dengan suatu kenyataan bahwa komunikasi massa dialamtkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok, dan bukan hanya satu atau beberapa individu atau sebagian khusus populasi. Komunikasi massa juga mempunyai anggapan tersirat akan adanya alat-alat khusus untuk menyampaikan komunikasi agar komunikasi itu dapat mencapai pada saat yang sama semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat (Rakhmat, 2003 : 188)

Bagi Freidson, khalayak yang banyak dan tersebar itu dinyatakan dengan istilah sejumlah populasi, dan populasi tersebut merupakan representasi dari berbagai lapisan masyarakat. Artinya pesan tidak hanya ditujukan untuk sekelompok orang tertentu, melainkan untuk semua orang. Hal ini sesungguhnya sama dengan istilah terbuka dari Meletzke. Freidson dapat menunjukkan cirri komunikasi massa yang lain yaitu adanya unsur keserempakan penerimaan pesan oleh komunikan, pesan dapat mencapai pada saat yang sama kepada semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat.

Menyimak berbagai definisi komunikasi massa yang dikemukakan para ahlli komunikasi, tampaknya tidak ada perbedaan yang mendasar atau prinsip, bahkan definisi-definisi itu satu sama lain saling melengkapi. Hal ini memberikan gambaran yang jelas mengenai pengertian komunikasi massa. Bahkan, secara tidak langsung dari pengertian komunikasi massa yang membedakannya dari bentuk komunikasi lainnya.

2.1.5.1. Karateristik komunikasi massa

Definisi-definisi komunikasi massa itu secara prinsip mengandung suatu makna yang sama, bahkan antara satu definisi yang satu dengan yang lainnya dapat

dianggap saling melengkapi. Melalui definisi itu pula kita dapat mengetahui karateristik komunikasi massa. Komunikasi massa berbeda dengan komunikasi antarpesona dan komunikasi kelompok. Perbedaannya terdapat dalam komponen-komponen yang terlibat didalamnya dan proses berlangsungnya komunikasi tersebut. Karateristik komunikasi massa adalah sebagai berikut :

1. Komunikator terlembagakan
2. Pesan berifat umum
3. Komunikannya anonym dan heterogen
4. Media massa menimbulkan keserempakan
5. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan
6. Komunikasi massa bersifat satu arah
7. Stimulasi alat indra terbatas
8. Umpan balik tertunda (*delayed*) dan tidak langsung (*indirect*)

2.1.5.2. Fungsi komunikasi massa

Sementara itu, Effendy (2002) mengemukakan fungsi komunikasi massa secara umum adalah :

1. Fungsi informasi

Fungsi memberikan informasi itu diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai kepentingannya. Khlayak sebagai makhluk sosial akan selalu merasa akan haus informasi yang terjadi.

2. Fungsi pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (mass education). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku pada pemirsa atau pembaca.

3. Fungsi mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, features, iklan, artikel, dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan televisi ataupun surat kabar.

Media massa (Mass Media) singkatan dari Media Komunikasi massa merupakan *channel of mass* yaitu saluran, alat/sarana yang dipergunakan dalam komunikasi massa.

2.1.5.3. Karakteristik Media Massa itu meliputi :

1. Publisitas, disebarluaskan kepada khalayak .
2. Universalitas, kesannya bersifat umum.
3. Perioditas, tetap/berkala
4. Kontinuitas, berkesinambungan
5. Aktualitas, berisi hal-hal baru

(Romly, 2002:5)

Isi media massa secara garis besar terbagi atas tiga kategori: berita, opini, feature, karena pengaruhnya terhadap media massa (dapat membentuk opini publik), media massa disebut “kekuatan keempat” (*the four estate*) setelah lembaga eksekutif,

legislatif, dan yudikatif. Bahkan karena idealisme dengan fungsi sosial kontrolnya media massa disebut-sebut "musuh alami" penguasa. (Romly,2002:5)

Media yang termasuk kedalam media massa adalah surat kabar, majalah, radio, tv, dan film. Kelima media tersebut dinamakan "*the big five of mass media*" (Lima besar media massa) media massa sendiri terbagi-bagi, media massa cetak (*printed media*) dan media massa elektronik (*electronic media*). Yang termasuk media massa cetak adalah Koran, tabloid, majalah, buku, newsletter, dan buletin. Sedangkan media massa elektronik adalah radio, tv, film, termasuk CD. (Romly, 2002:5)

Media massa merupakan institusi sosial baru, yang berkaitan dengan produksi dan distribusi pengetahuan dalam pengertian luas. Media massa mempunyai sejumlah cirri-ciri yang menonjol, diantaranya adalah penggunaan tekhnologi yang relatif maju untuk produksi (massal) dan penyebarluasan pesan; mempunyai organisasi sistematis dan aturan-aturan social untuk pekerjaan ini;dan pesan mengarah pada audiens (yang tidak dikenal pengirim pesan) dalam jumlah besar dan audiens itu sendiri bebas untuk menerima atau menolak pesan itu. Institusi media massa pada dasarnya terbuka, beroperasi dalam dimensi publik untuk memberikan salurankomunikasi regular bsgi berbagai pesan yang dimungkinkan secara cultural dan tekhnis, mendapat persetujuan dan dikendaki oleh banyak individu. (Kuper, 2000: 625)

2.2 Tinjauan tentang Surat kabar

Surat kabar sebagai salah satu bentuk media massa, hadir dalam berbagai bentuk yang jenisnya bergantung pada frekuensi terbit, bentuk, kelas ekonomi pembaca, peredarannya serta

penekanan isinya. Secara fungsional Jurnalistik memang tidak dapat dipisahkan dengan surat kabar atau pers, sehingga Jurnalistik adalah bentuk komunikasinya sedangkan pers adalah dimana Jurnalistik itu disalurkan.

Selama tahun 1970-1985 diketahui ternyata lebih banyak surat kabar dan majalah gulung tikar karena tidak mendapatkan iklan, sekalipun di Indonesia budaya membaca belum terlalu memasyarakat. Surat kabar merupakan media utama yang banyak digunakan dalam periklanan di Indonesia, hal ini disebabkan oleh beberapa factor seperti :

1. Jangkauan distribusi surat kabar tidak dibatasi
2. Jangkauan media lainnya, radio dan televise dibatasi
3. Harga satuan surat kabar murah dan dapat dibeli eceran

2.2.1. Pengertian surat kabar

Pada awalnya surat kabar sering diidentifikasi dengan pers namun karena pengertian pers sudah semakin luas, dimana televise dan radio sekarang ini sudah dikategorikan sebagai pers juga, maka muncul pengertian pers dalam arti luas dan sempit. Dalam pengertian pers luas, pers meliputi seluruh media massa, baik cetak maupun elektronik. Sedangkan dalam arti sempit, pers hanya meliputi media massa cetak saja, salah satunya adalah surat kabar.

Menurut Kurniawan Junaidi yang dimkasud dengan surat kabar adalah “Sebutan bagi penerbitan pers yang masuk dalam media massa tercetak berupa lembaran berisi tentang berita-berita, karangan-karangan dan iklan serta diterbitkan secara berkala, bisa harian, mingguan, bulanan serta diedarkan secara umum, isinya pun harus actual, juga harus bersifat universal, maksudnya pemberitaannya harus bersangkut paut dengan manusia dari berbagai golongan dan kalangan”. (Junaidi,1991 : 105)

Definis surat kabar menurut Goerge Fox Mott yaitu:

1. Suatu lembaga masyarakat yang punya fasilitas dan target masing-masing
2. Suatu pelayanan masyarakat atau melayani masyarakat untuk kepentingan-kepentingan informasi
3. Pemimpin yang bertujuan untuk memimpin masyarakat yang menyangkut nilai-nilai moral, etika dan lain-lain
4. Penghubung antara masyarakat dalam menyampaikan informasi-informasi
5. Penjual pengetahuan menyerap berbagai informasi dan pengetahuan lalu menyebarkannya kepada masyarakat.

(Junaidi, 1991 : 105)

Berdasarkan batasan di atas, surat kabar selain tercetak juga memerlukan syarat-syarat khusus. Syarat-syarat tersebut merupakan hal yang mutlak yang harus dipenuhi oleh surat kabar, tanpa terpenuhinya syarat itu suatu surat kabar tidak layak untuk disebut surat kabar.

2.2.2. Fungsi dan peranan surat kabar

Pada jaman modern sekarang ini, surat kabar tidak hanya mengelola berita, tetapi juga aspek-aspek lain untuk isi surat kabar. Karena itu fungsi surat kabat sekarang meliputi berbagai aspek, yaitu :

a. Menyiarkan informasi

Adalah fungsi surat kabar yang pertama dan utama khalayak pembaca berlangganan atau membeli surat kabar karena memerlukan informasi mengenai peristiwa yang terjadi, gagasan atau pikiran oran lain, apa yang dikatakan orang lain dan lain sebagainya.

b. Mendidik

Sebagai sarana pendidikan massa (*Mass education*), surat kabar memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan, sehingga khalayak pembaca bertambah pengetahuannya. Fungsi mendidik ini bisa secara implicit dalam bentuk berita, bisa juga secara eksplisit dalam bentuk artikel atau tajuk rencana. Kadang-kadang cerita bersambung atau berita bergambar juga mengandung aspek pendidikan.

c. Menghibur

Hal-hal yang bersifat hiburan sering dimuat surat kabar untuk menimbangi berita-berita berat (*Hard News*) dan artikel yang berbobot. Isi surat kabar yang bersifat hiburan bisa berbentuk cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, teka-teki silang, pojok, karikatur, tisak jarang juga berita mengandung minat insani (*Human interest*) dan kadang-kadang tajuk rencana.

d. Mempengaruhi

Mempengaruhi adalah fungsinya yang ke empat yakni fungsi mempengaruhi akan menyebabkan surat kabar memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Fungsi mempengaruhi dari surat kabar secara implicit terdapat pada berita, sedang secara eksplisit terdapat pada tajuk rencana dan artikel. Fungsi mempengaruhi khusus untuk bidang peniagaan pada iklan-iklan yang dipesan oleh perusahaan-perusahaan. (Effendy, 1986 : 122-123)

Selain hal tersebut diatas surat kabar sebagai media massa mempunyai peranan yang sangat penting dalam masyarakat seperti dikatakan oleh Oetomo Yakob yaitu : berbagai penelitian mengungkapkan orang membaca surat kabar, hal itu merupakan sarana untuk hidup, pers menjadi perabot rumah tangga yang lebih dalam maknanya dari perabot meja dan

kursi, pers menjadi sarana hidup sebab untuk hidup orang perlu mengetahui lingkungannya dan berkomunikasi dengan lingkungannya, untuk masyarakat semakin luas, kompak serta pesatnya perkembangan pers menjadi sarana disamping berbagai media massa lainnya. (Yakob, 1986 : 47)

Arti pentingnya surat kabar terletak pada fungsi utamanya dalam melengkapi berita bagi pembacanya, sebagai agen perubahan sosial. Menurut Schramm surat kabar atau pers dapat melakukan peran-peran sebagai berikut :

a. Pers dapat memperluas cakrawala pemandangan. Melalui surat kabar orang dapat mengetahui kejadian-kejadian yang di alami di Negara-negara lain.
b. Pers dapat memusatkan perhatian khlayalak dengan pesan-pesan yang ditulisnya. Dalam masyarakat modern gambaran kita tentang lingkungan yang diperoleh dari pers dan media massa lainnya, masyarakat menggantungkan pengetahuan pers dan media massa.
c. Pers mampu meningkatkan aspirasi. Dengan penguasaan media, suatu masyarakat dapat mengubah kehidupan mereka dengan cara meniru apa yang disampaikan oleh media tersebut.
d. Pers mampu menciptakan suasana membangun. “Melalui pers dan media massa dapat disebarluaskan informasi kepada masyarakat, ia dapat memperluas cakrawala, pemikiran serta membangun simpati, memusatkan perhatian pada tujuan pembangunan sehingga tercipta suasana pembangunan yang serasi dan efektif” (Rachmadi, 1990 : 17-18)

Dengan demikian surat kabar telah membawa banyak perubahan pada kehidupan individu dan masyarakat lewat berita-berita dan artikel yang disajikan, serta iklan-iklan yang ditawarkan dengan berbagai bentuk dan tulisan yang menarik, cakrawala pandangan seseorang menjadi bertambah, sehingga dapat tercipta aspirasi untuk membenahi diri dan lingkungannya.

2.2.3. Ciri dan sifat surat kabar

Pada umumnya kalau kita berbicara mengenai surat kabar sebagai salah satu jenis media cetak, maka kita pun harus mengetahui cirri-ciri dari surat kabar itu sendiri, yaitu :

- Publisitas

  Publisitas adalah penyebaran kepada publik atau khalayak, karena diperuntukkan khalayak, maka sifat surat kabar adalah umum.

- Perioditas (kontinuitas)

  Adalah keteraturan tertibnya surat kabar, bisa satu kali sehari, bisa pula satu kali atau dua kali seminggu

- Universalitas

  Universalitas adalah kesemestaan isinya, aneka ragam dan dari seluruh dunia.

- Aktualitas

  Aktualitas adalah kecepatan laporan tanpa mengesampingkan kebenaran berita (Effendy, 1986 : 120)

Demikianlah empat cirri surat kabar dapat dikatakan empat syarat yang harus dipenuhi surat kabar. Penelitian yang tidak mempunyai salah satu cirri saja dari keempat cirri tersebut, bukanlah surat kabar.

2.2.4. Karateristik surat kabar

Karateristik surat kabar dapat ditelusuri dari karateristik pers, karena surat kabar merupakan bagian dari pers. Secara harfiah pers berarti cetak dan secara maknawiah berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara dicetak.

2.3 Pengertian foto jurnalistik

Foto adalah gambar yang diambil melalui kamera untuk mengabadiakan suatu peristiwa atau kejadian. Foto jurnalistik harus bisa menceritakan kejadian sehingga tidak banyak komentar pun orang sudah tahu cerita foto tersebut (Hendro Subroto, wartawan perang senior). Foto Jurnalistik adalah bagian dari foto dokumentasi. Perbedaannya terletak pada pilihan, membuat foto jurnalistik (Kartono Ryadi, Editor HU Kompas).

Fotografi secara ringkas sering didefinisikan sebagai ilmu melukis dengan menggunakan cahaya. Fotografi sebagai sarana untuk mencatat berita. Dengan teknik dalam bidang kimia dan teknologinya fotografi, pembuatan gambar dapat dipersingkat sampai pecahan satu detik, hingga hal ini menguntungkan sekali sebagai perekaman berita yang cepat.

Foto jurnalistik menurut Guru Besar Universitas Missouri AS, Cliff Edom adalah panduan kata *words* dan *pictures*. Sementara itu, menurut editor foto majalah Life dari 1937-1950, Wilson Hicks, kombinasi dari kata dan gambar yang menghasilkan suatu kesatuan komunikasi saat ada kesamaan antar latar belakang pendidikan dan sosial pembacanya. Wilson

mengatakan bahwa unit dasar dari foto jurnalistik adalah tunggal dengan teks yang menyertainya disebut single picture. Foto tunggal bisa berdiri sendiri, bisa pula menyertai suatu berita atau features.

Hermanus Prihatna (editor Foto KB Antara) menyebutkan perbedaan antara foto jurnalistik dengan foto dokumentasi terletak pada peristiwa yang diabadikan secepat-cepatnya disampaikan kepada khalayak melalui media massa, sedangkan foto dokumentasi lebih kepada pengabdian peristiwa hanya unutk kepentingan pribadi. Tetapi foto dokumentasi bisa menjadi foto jurnalistik. Esensi dari Foto Jurnalistik adalah adanya cerita untuk diinformasikan yang berdasarkan fakta, disajikan secara visual dan menimbulkan kesan mendalam.

2.3.1. Ciri-ciri Foto Jurnalistik

Seperti yang ditulis oleh Sukatendel dalam Pratikto mengatakan definisi fotografi yang disampaikan dapat disimpulkan pada cirri-ciri yang melekat dalam hasil karya fotografi :

1. Memiliki nilai berita atau menjadi berita itu sendiri
2. Melengkapi suatu berita atau artikel
3. Dimuat dalam suatu berita

2.3.2. Karateristik foto jurnalistik

Ada delapan karakter foto jurnalistik menurut Frank P. Hoy, dari Sekolah Jurnalistik dan Telekomunikasi Walter Cronkite, Universaitas Arizona US, pada bukunya yang berjudul *Photojournalism The Visual Approach* adalah sebagai berikut :

1. Foto jurnalistik adalah komunikasi melalui foto. Komunikasi yang dilakukan akan mengekspresikan pandangan wartawan foto terhadap suatu subjek, tetapi pesan yang disampaikan bukan merupakan ekspresi pribadi.
2. Medium fotojurnalistik adalah media cetak koran atau majalah, media kabel atau satelit juga internet seperti kantor berita (*write service*).
3. Kegiatan fotojurnalistik adalah kegiatan melaporkan berita.
4. Foto jurnalistik adalah paduan dari foto dan teks foto
5. Fotojurnalistik mengacu pada manusia. Manusia adalah subjek, sekaligus pembaca fotojurnalistik.
6. Fotojurnalistik adalah komunikasi dengan orang banyak (*mass audience*). Ini berarti pesan yang disampaikan harus singkat dan harus segera diterima orang yang beraneka ragam.
7. Fotojurnalistik juga merupakan hasil kerja editor foto.
8. Tujuan fotojurnalistik adalah memnuhi kebutuhan mutlak penyampaian informasi kepada sesama, sesuai amandemen kebebasan berbicara dan kebebasan pers (*freedom of speech and freedom of press*)

(Foto Jurnalistik, Alwi Mirza, 2004 : 4)

2.3.3. Fungsi Foto Jurnalistik

a) To communicate the news

Mengkomunikasikan berita karena foto sering sekali memiliki arti penting dalam penyampaian berita

b) *To generate interest*

Untuk menimbulkan minat, begitu melihat foto, pembaca ingin membaca berita

c) *To gave another dimension to a news worthy figure*

Untuk menonjolkan dimensi yang lain dari orang yang diberitakan

d) *To make a brief but important announcement*

Untuk meningkatkan berita tanpa mengurangi arti dari berita tersebut

e) *To make the page attractive*

Sebagai penghias halaman surat kabar

2.3.4. Jenis-jenis Foto Jurnalistik

1. Foto berita

Adalah foto yang lebih menonjolkan berita, terdiri dari :

a. Spot News : foto-foto incidental atau perencanaan (berencana, kerusuhan, dan lain-lain)
b. General News : foto-foto terencana (siding, olahraga, dan lain-lain)

2. Foto Feature

Sebuah foto yang lebih menitikberatkan pada daya tarik bagi pembaca.

Ciri-cirinya :

a. Dalam pesan yang ditampilkan melalui gambar foto ada kesa suatu kepentingan.
b. Pesan yang ditampilkan melalui gambar foto dengan si pembaca terjadi dialog, ada sesuatu yang dijelaskan.

2. Foto Ilustrai

Foto ilustrasi dimuat untuk menghias halaman dan untuk memperjelas uraian tertentu.

3. Foto Esai

   Kumpulan beberapa foto yang dapat bercerita.

2.4. Tinjauan tentang foto berita

Foto berita adalah foto yang mengandung nilai berita atau nilai jurnalistik dari suatu peristiwa. Tema foto berita umumnya adalah politik, olahraga, dan ekonomi, yang selalalu ingin diketahui perkembangannya. Berita adalah sesuatu yang sanggup menarik perhatian orang banyak. Untuk dapat menarik perhatian orang banyak, maka suatu kejadian harus memiliki sifat yang lain dari pada kejadian sehari-hari, yang baru, yang belum pernah terjadi akan tetapi dengan kondisi yang baru. Adapun enam syarat foto berita menurut Prof. Bernd. Heydemann, anggota Persatuan Jerman untuk Fotografi (*Deutsche Gesellschaft fur Photogrphie*) yaitu :

1. Foto berita harus mampu menonjolkan diri, melawan membanjirnya informasi berita (prinsip pesaingan). Tidak dikatakan dengan cara bagaimana, apakah mencari yang sensasional, yang mneyentuh hati manusia dengan cara penyajian yang tidak konvensionil.
2. Foto berita harus disusun sedemikian rupa, hingga dia mudah diterima oleh pengamat, tanpa kesukaran mengenalnya. Prinsip berkesan pada indera pengamat.
3. Foto berita harus mampu menyajikan beritanya dengan kekayaan detail gambar, yang dapat dikenal sebagai penyajian modern. (prinsip originalitas).
4. Foto berita jangan menyampaikan ulangan-ulangan dari gaya pemberitaan, untuk mencegah efek imunisasi. (Prinsip pembaruan terus, untuk menghindarkan kebosanan dari pembaca).

5. Foto berita harus mampu merangsang daerah-daerah sensitive dari proses penyampaian informasi dalam masyarakat. Proses relasi terhadap sensitivitas pengamat.
6. Foto berita harus benar-benar terjadi karena bila terjadi pemalsuan atau penipuan, dalam jangka panjang akan terjadi penolakan atas dasar pengalaman yang negatif.

2.4.1. Syarat Foto Berita

a. Secara visual, langsung dimengerti pembaca
b. Memenuhi syarat suatu berita
c. Nilai suatu foto ditentukan oleh aktualitasnya
d. Proximity
e. Prominence (rasa agung)
f. Aspek keterlibatan pembaca, masalah yang ditampilkan dalam foto yang lebih menarik adalah yang melibatkan pembaca.
g. Aspek manusiawi

2.4.2. Subjek Foto Berita

a. Tokoh

   Bukan hanya seorang dengan status social melainkan dengan pengertian sosok manusia pada umunya yang kita jadikan subjek penulisan

b. Tempat

   Sebagai suatu subjek pada foto berupa tempat bisasebuah rumah, lingkungan, perumahan, kota dan desa.

c. Peristiwa

Aneka ragam kejadian yang sesungguhnya, tidak akan ada duanya, tidak akan terjadi dalam bentuk serupa

d. Tokoh di suatu tempat pada suatu peristiwa

Gabungan dari ketiga jenis subjek, baik tokohnya yang termasyur, tempat yang terkenal, peristiwa ada duanya.

2.4.3. Cara Menilai Suatu Berita

a. Isi

Kebenarannya,apakah foto tersebut benar-benar mencerminkan kenyataan atau benar-benar terjadi. Ketidakbenaran foto banyak terjadi antara lain, yaitu :

1. Dilakukan trick ataupun manipulasi
2. Salah caption
3. Penafsiran

b. Nilai beritanya dapat dilihat dari objek, momentum dan aktualitas

c. Cara pengutaran berdasarkan bahasa fotografi

d. Teknik pemotretan, pencuvian, percetakan, presentasi dalam surat kabar/majalah.

2.5. Tinjauan tentang bahasa fotografi

Bahasa memiliki cakupan yang luas, bukan hanya bahasa yang kita gunakan sehari-hari tapi ada pula bahasa yang digunakan dalam fotografi. Sama halnya percakapan, bahasa fotografi digunakan untuk menyampaikan pesan tertentu. Sebagaimana kita menggunakan tata bahasa dalam berbicara dan menulis, demikian juga menyampaikannya melalui foto, contohnya saja untuk menyampaikan perasaan tertentu (sedih, bersemangat, dan sukacita) kita dapat melakukannya dengan warna.

Bahasa fotografi menurut Sukatendel dalam buku Berbagai Aspek Ilmu Komunikasi menyebutkan enam faktor bahasa fotografi :

1. Bahasa penampilan

   Menampilkan perasaan atau situasi yang terdapat dalam diri objek.

2. Bahasa komposisi

   Peletakkan unsur-unsur komposisi yang tepat, sehingga menimbulkan makna tertentu. Bahasa tata letak memvariasikan obyek supaya tidak monoton.

3. Bahasa gerak

   Foto atau gambar yang menunjukan bermacam-macam gerak. Yaitu dengan meggunakan tenik memotret atau fotografi.

4. Bahasa objek

   Foto yang memperlihatkan suasana khas dari suatu keadaan, situasi atau tempat tertentu, sehingga dengan melihat foto tersebut kita dapat mengetahui/menangkap pesan yang dimaksud.

5. Bahasa konteks

Sebuah foto harus berdasarkan aturan dasar yanga ada, agar tujuan yang dimkasud tersampaikan.

6. Sebuah foto harus berdasarkan aturan atau dasar yang ada, agar tujuan yang dimaksud tersampaikan
7. Bahasa tanda

   Bahasa tanda adalah sebuah stimulus yang menandakan kehadiran dari suatu hal.